

Inleiding

Deze nota van inlichtingen bevat antwoorden op vragen die gesteld zijn naar aanleiding van de publicatie van de aanbestedingsstukken. De antwoorden maken integraal deel uit van de aanbestedingsdocumenten en dienen als leidraad voor de inschrijving.

Vragen en antwoorden

Onderwerp:

Paragraaf 1.g (Planning procedure) – Sluiting inschrijving 8 september 2026 om 12:00 uur.

Vraag:

De inschrijftermijn valt vrijwel volledig samen met de landelijke zomervakantieperiode. Aangezien ONHN expliciet de mogelijkheid biedt om als combinatie of met onderaannemers in te schrijven en vraagt om uitgebreide casuïstiek en teamprofielen, kost de zorgvuldige afstemming tussen partners in de vakantieperiode extra tijd. Is de aanbestedende dienst bereid om, in het kader van het proportionaliteitsbeginsel en ter bevordering van maximale concurrentie en hoogwaardige inschrijvingen, de sluitingsdatum voor inschrijving met minimaal 2 weken te verschuiven naar eind september 2026?

Antwoord:

ONHN begrijpt dat de huidige inschrijftermijn grotendeels samenvalt met de landelijke zomervakantie en dat de gevraagde uitwerking en eventuele afstemming met samenwerkingspartners tijd vergen. Om inschrijvers voldoende gelegenheid te bieden een zorgvuldige en kwalitatief goede inschrijving op te stellen, verlengt ONHN de inschrijftermijn met twee weken. De nieuwe sluitingsdatum is 22 september 2026 om 12.00 uur. De gehele planning wordt daarmee plus veertien dagen.

Onderwerp:

Paragraaf 1.d (Omvang van de opdracht) & Conceptovereenkomst Artikel 4.1

Vraag:

Kan de aanbestedende dienst bevestigen dat het maximale budget van € 100.000,- excl. BTW per jaar uitsluitend is bestemd voor de honoraria/bureau-uren van de opdrachtnemer, en dat externe out-of-pocket kosten (zoals mediabudgetten/ad-spend, drukkosten, eventuele softwarelicenties) hierbuiten vallen en rechtstreeks of via 1-op-1 doorbelasting door ONHN worden gedragen?

Antwoord:

Het bedrag is het totaalbedrag inclusief alle uren en alle out of pocketkosten.

Aanbestedende dienst: Ontwikkelingsbedrijf Noord-Holland Noord N.V.

Titel aanbesteding: Dienst communicatie en marketing Ontwikkelingsbedrijf Noord-Holland Noord N.V.

Datum nota van inlichtingen: 11 augustus 2026

Onderwerp: Paragraaf 1.a & 1.f (Co-creatie, samenwerking en regie) Vraag: ONHN legt een sterke nadruk op intensieve co-creatie, korte lijnen en proactieve afstemming vanuit de strategische regie van ONHN in Alkmaar. Wordt er van het gecontracteerde bureau verwacht dat zij voor de co-creatiesessies fysiek op locatie in Alkmaar aanwezig zijn, en hoe zwaar weegt de fysieke nabijheid van het bureau mee in de beoordeling van de samenwerking (Subgunningscriterium 3 & 4)?
Antwoord: Co-creatiesessies vinden bij voorkeur plaats bij ONHN op kantoor, maar kunnen in overleg afwisselend plaatsvinden bij ONHN of bij bureau. Van de inschrijver verwacht ONHN kennis (van de uitdagingen) van de regio.
Onderwerp: Paragraaf 1.f & Overeenkomst Artikel 6 & 9.7 (Intellectueel eigendom & Boetebepaling) Vraag: Artikel 6.1 en 1.f stellen dat alle intellectuele eigendomsrechten en bronbestanden toekomen aan ONHN. Artikel 9.7 stelt een hoge boete op openbaarmaking. Kan de aanbestedende dienst bevestigen dat het de gecontracteerde opdrachtnemer toegestaan is om opgeleverd werk, na feitelijke publicatie door ONHN, te gebruiken ter illustratie in het eigen zakelijke portfolio/cases, uiteraard zonder vertrouwelijke bedrijfsinformatie te schenden?
Antwoord: Voor portfolio doeleinden is dit toegestaan zonder vertrouwelijke bedrijfsinformatie te delen. Indien deze gebruikt worden voor presentaties met externe partijen, dan dient ONHN vooraf ingelicht te worden.
Onderwerp: Paragraaf 3.a (Subgunningscriterium 5: Totaal honorarium) Vraag: Aan de laagste inschrijver op prijs worden 20 punten toegekend, de daaropvolgende 10 punten, etc. Wordt de inschrijfprijs getoetst op basis van een vast uurtarief x geschat uren aantal, of dient er een vast jaartarief ingediend te worden op basis van de beoogde resultaten? En hoe wordt de reële marktconformiteit geborgd zodat er geen sprake is van onrealistisch lage (dump)tarieven?

Antwoord:

ONHN werkt met een vast jaarbedrag voor de uitvoering van de opdracht en het realiseren van de afgesproken resultaatdoelstellingen. Het bureau zet dit budget in om samen met ONHN de bekendheid te vergroten, het imago te verduidelijken en relevant verkeer en interactie te genereren.

Alle inschrijvers baseren hun prijs op dezelfde beschreven scope, werkzaamheden, doelstellingen en looptijd. Daardoor kunnen de aangeboden jaarbedragen op een gelijkwaardige manier worden vergeleken.

ONHN beoordeelt daarbij niet alleen de hoogte van het jaarbedrag, maar ook of de voorgestelde aanpak, capaciteit en inzet realistisch zijn om de opdracht kwalitatief goed uit te voeren. Bij een opvallend laag jaarbedrag kan ONHN om een nadere onderbouwing vragen. Wanneer onvoldoende aannemelijk wordt gemaakt dat de gevraagde kwaliteit, capaciteit en resultaatdoelstellingen binnen het aangeboden bedrag kunnen worden gerealiseerd, kan dit gevolgen hebben voor de beoordeling.

ONHN verwijst hierbij naar de subgunningscriteria.

Onderwerp:

Paragraaf 3.a (Subgunningscriteria 1 t/m 3)

Vraag:

De aanbestedende dienst hanteert maximale aantallen A4's voor de verschillende subgunningscriteria (bijv. 3 A4, 4 A4). Gelden er specifieke restricties ten aanzien van lettergrootte (bijv. minimaal 10 pt.), regelafstand of marges?

Antwoord:

Het lettertype is (vergelijkbaar met) Calibri 11.

Onderwerp:

doelgroepen ONHN

Vraag:

wat zijn de soort bedrijven die ONHN bij staat met zijn dienstverlening? Zijn naast MKB-bedrijven ook bijvoorbeeld retail-ondernemers ook een doelgroep voor jullie?

Antwoord:

Retail is geen doelgroep voor ONHN. Primair richten we ons op maakbedrijven en dienstverlenende organisaties.

Onderwerp:
ROMinWest en KvK

Vraag:

Door jullie dienstverlening die wordt vermeld en wij op jullie website lezen, zijn jullie een bijzondere organisatie ten opzichte van andere Ontwikkelbedrijven in andere Provincies, die naast een ROM bestaan. Er lijken nogal wat 'grijze' gebieden te zijn tussen jullie dienstverlening en die van de Kamer van Koophandel en RMinWest. Is jullie rol veranderd toen RMinWest werd opgericht? En wat is jullie onderscheidend vermogen voor ondernemers op het gebied van de 'loketfunctie' die jullie bieden naast de Kamer van Koophandel?

Antwoord:

Onze rol is niet direct veranderd daar wij ook in het verleden niet als financier optraden. Het is juist dat er overlapgebieden zijn, maar qua financiering is helder dat ONHN wel optreedt als adviseur en matchmaker. Wat betreft het onderscheidend vermogen t.o.v. KVK: waar KvK zich met name richt op 'functionele' advisering over zaken als wet- en regelgeving, belastingen en financiering, ligt de rol van ONHN veel meer op het gebied van business development. ONHN is sparringpartner voor ondernemers die vooruit willen, maar in de dagelijkse drukte vaak niet de ruimte vinden om over de toekomst na te denken.

Onderwerp:
NHN Ondernemerscafe

Vraag:

Kunt u meer vertellen over dit Cafe. hoe vaak per jaar? Hoeveel ondernemers komen daar per café gemiddeld op af en wanneer is het voor jullie een succes?

Antwoord:

Deze organiseren we 4 à 5 x per jaar, gemiddeld 30-40 bezoekers per keer. Belangrijkste doel is ondernemers 'op locatie' (bij een ondernemer) met elkaar in contact te brengen en ervaringen te laten delen. Als we hierin slagen, vinden wij dat een succes. Medebepalend voor het succes is de aantrekkelijkheid van de locatie en de relevantie van het thema dat we agenderen. We zien graag bezoekers terugkomen, maar ook een aanwas van nieuwe gezichten. Bij het Ondernemerscafé worden zaken behandeld waar een ondernemer graag zijn ervaring deelt of een hulpvraag stelt.

Onderwerp:
data

Vraag:

In de uitnodiging tot inschrijving lezen wij dat ONHN minimaal 33% van de besluitvorming en optimalisatie rondom de aanpak en keuze van communicatie- en marketingactiviteiten (te bepalen door ONHN) structureel op basis van relevante data en inzichten wil laten plaatsvinden. Is dat een nieuw beleid? Over welke data en inzichten beschikt ONHN op dit moment om besluitvorming en optimalisatie van aanpak zo te laten plaatsvinden?

Antwoord:

Dit is inderdaad een redelijk nieuwe ontwikkeling. In de shift van projectorganisatie naar directe dienstverlening aan ondernemers is het essentieel dat we meer dan in het verleden inspelen op de concrete vraag uit de markt. Dit impliceert beter inzicht in behoeften van ondernemers. Centraal hierin staat ons crm systeem dat we momenteel in hoog tempo aan het verdiepen zijn en uiteindelijk ook willen koppelen met onze marketing.

ONHN beschikt over: website (GA), e-mail (ActiveCampaign), LinkedIn, CRM (Dynamics) en onze positie in zoekmachines en AI chat tools.

Onderwerp:
jaarlijks budget

Vraag:

Welke uitgaven vallen binnen de €100.000? Moeten ook mediabudget, advertentie-inkoop, drukwerk, locatiekosten, fotografie, video en technische systemen uit dit bedrag worden betaald?

andere vraag is wordt bij de prijsvergelijking uitgegaan van één jaar, de initiële totale looptijd of een ingevuld uren- en tarievenmodel?

Antwoord:

Het bedrag is totaalbedrag inclusief alle uren en alle out of pocketkosten.

Onderwerp: doelen Vraag: Welke huidige systemen gebruikt ONHN nu ten behoeve van meten? Denk aan CRM, e-mailmarketing, webanalytics, socialmediatools en dashboards. Hoe wordt een 'kwalitatieve aanvraag' precies gedefinieerd? Alleen een nieuwe ondernemer, of ook een nieuwe vraag van een bestaande relatie? Hoe worden de 10.000 unieke mkb-ondernemers vastgesteld? Op basis van bereik, herkenbare bedrijfsgegevens, e-mailadressen of een andere meetmethode? Hoe is het huidige adressenbestand van circa 12.000 opgebouwd? Welk deel bestaat aantoonbaar uit mkb-ondernemers uit Noord-Holland Noord en welke toestemmingen zijn geregistreerd? en als laatste: Hoe verhoudt de gewenste groei naar 25.000 e-mailadressen zich tot AVG, relevantie en datakwaliteit?
Antwoord: ONHN gebruikt geen tools en haalt informatie uit platformen. Het gaat om ondernemer(s) voor een gesprek met onze collega's of die een bijeenkomst bezoeken. Een mix van extern (bereik via e-mail, website en social media), bijeenkomsten (door ONHN, maar ook als co-spreker of op uitnodiging van) en contacten in ons crm. 40% ondernemers, 30% personeel bij een bedrijf, 20% overheid en 10% overige Toestemming: via aanmelding voor bijeenkomst, na ontmoeting en algemene openbare emailadressen bijvoorbeeld info@bedrijf.nl AVG proof, focus op ondernemers met personeel die vooruit willen.
Onderwerp: Budget en scope Vraag: Omvat het maximumbudget van € 100.000,00 per jaar excl. btw uitsluitend de inzet en het honorarium van het bureau, of dienen hieruit ook productiekosten, advertentiebudget (bijvoorbeeld voor social en search) en licenties/tools te worden bekostigd?
Antwoord: Het bedrag is totaalbedrag inclusief alle uren en alle out of pocketkosten.

Onderwerp:
Budget en scope

Vraag:

Kunt u aangeven welk deel van het huidige budget nu wordt besteed aan media-inkoop versus bureau-inzet, zodat inschrijvers een realistische inschatting kunnen maken van de haalbaarheid van de gestelde ambities binnen dit budget?

Antwoord:

Tot op heden heeft ONHN weinig aan campagnes besteed, hoofdzakelijk LinkedIn. We vragen aan de inschrijver aan te geven wat er nodig is om onze doelen te bereiken. Dus meest effectieve inzet van budget en uren.

Onderwerp:
Budget en scope

Vraag:

De ambitie is het e-mailbestand te laten groeien van 12.000 naar 25.000 adressen en jaarlijks circa 180 kwalitatieve aanvragen te genereren. Is er een indicatie van de huidige conversieratio's en kanaalprestaties beschikbaar, zodat inschrijvers hun aanpak hierop kunnen baseren?

Antwoord:

Doel is primair ONHN breder bekend te maken bij ondernemers. In het verleden was de focus als projectorganisatie gericht op een select aantal bedrijven welke deelnamen aan projecten. In de nieuwe strategie willen we bij alle ondernemers op het netvlies komen. Verdubbeling van het aantal contacten is onderdeel van deze wens. Deze koers is recent ingezet, conversieratio's (anders dan openingsrates van nieuwsbrieven etc) zijn nog niet bekend.

Onderwerp:
E-mailbestand

Vraag:

Wat is de belangrijkste reden dat het e-mailbestand tot nu toe niet (voldoende) is gegroeid, en welke belemmeringen heeft ONHN hierin tot nu toe ervaren?

Antwoord:

Zie ook de vorige vraag.

Het merk ONHN is onvoldoende bekend. Heeft mede te maken met vroegere focus op projecten, vaak met eigen merkidentiteit en website.

Onderwerp:
E-mailbestand

Vraag:
Waarom is specifiek gekozen voor een groei naar 25.000 adressen — is dit gebaseerd op het totale marktpotentieel van mkb-ondernemers in de regio (dus het maximaal haalbare), en zo ja, hoe groot is dat potentieel?

Antwoord:
Er zijn ongeveer 90.000 ondernemers in de regio NHN. Daarvan zijn ongeveer 30.000 mkb ondernemers. Hoewel wij ons op alle ondernemers richten, zien we graag een groei in ons bestand van de mkb-ondernemer omdat zij de motor van de economie in NHN zijn.

Onderwerp:
Huidige situatie

Vraag:
Is er op dit moment een bureau actief voor ONHN op het gebied van marketing en communicatie, en eindigt die samenwerking per 1 november 2026?

Antwoord:
Ja, er is een bureau actief. Deze samenwerking eindigt op datum start uitvoering van deze opdracht. Er is sprake van een nieuwe contractperiode en ONHN is aanbestedingsplichtig.

Onderwerp:
Huidige situatie

Vraag:
Welke merk-, positionerings- en huisstijldocumenten (bijvoorbeeld een merkstrategie of tone-of-voice-gids) zijn nu al beschikbaar en worden bij gunning overgedragen aan de nieuwe opdrachtnemer?

Antwoord:
Een aantal documenten die handvatten zijn voor merk- en positionering zijn aanwezig, op dit moment is er geen huisstijl handboek. Tone of voice gids is niet beschreven. Deze zijn nog wel in ontwikkeling bij ONHN vanwege de recente transitie van projecten naar ondernemers breed.

Aanbestedende dienst: Ontwikkelingsbedrijf Noord-Holland Noord N.V.

Titel aanbesteding: Dienst communicatie en marketing Ontwikkelingsbedrijf Noord-Holland Noord N.V.

Datum nota van inlichtingen: 11 augustus 2026

Onderwerp: Huidige situatie Vraag: Welke kanalen, systemen en tools (website, CRM, e-mailmarketingplatform, socialmediakanalen, dataplatform) zijn momenteel in gebruik: blijven deze gehandhaafd, of wordt van de opdrachtnemer een eigen keuze hierin verwacht?
Antwoord: Zie antwoord vorige vraag.
Onderwerp: KPI's en meetbaarheid Vraag: Wat is het huidige aantal kwalitatieve ondernemersaanvragen per jaar en via welke kanalen komen deze nu binnen? Is 180 per jaar een groei-ambitie of een voortzetting van de huidige situatie?
Antwoord: Rond de 100 vragen via bijeenkomsten, online onbekend. Dus er is sprake van een groeiambitie.
Onderwerp: KPI's en meetbaarheid Vraag: Hoe definieert u een 'kwalitatieve aanvraag' precies, en hoe onderscheidt dit zich van bijvoorbeeld een nieuwsbriefinschrijving of algemene contactaanvraag?
Antwoord: Een vraag van ondernemers die vooruit willen: vraag rondom groei, financiering, personeel etc. Niet vooruit willen is bijvoorbeeld: "ik heb geen behoefte om met ONHN in gesprek te gaan".
Onderwerp: KPI's en meetbaarheid Vraag: Valt de werving van nieuwe e-mailadressen (bijvoorbeeld via leadgeneratie of advertising) onder het beschikbare jaarbudget van € 100.000, of is hiervoor separaat budget beschikbaar?

Antwoord:

Dit valt binnen het beschikbare budget.

Onderwerp:

KPI's en meetbaarheid

Vraag:

Wat is de huidige samenstelling van het e-mailbestand van 12.000? Hoeveel daarvan is al mkb-ondernemer uit Noord-Holland Noord, en geldt 25.000 als eindpunt in 2029, of zijn er tussentijdse mijlpalen?

Antwoord:

40% ondernemers, 30% personeel bij een bedrijf, 20% overheid en 10% overige.

Schatting: 10-15% mkb ondernemer / 25.000 is een richting, hoger mag ook en eerder ook.

Onderwerp:

KPI's en meetbaarheid

Vraag:

Wie is verantwoordelijk voor het beheer en de AVG-conforme opbouw van het e-mailbestand: blijft dit bij ONHN, of komt dit (deels) bij de opdrachtnemer te liggen?

Antwoord:

ONHN is verantwoordelijk en eigenaar van het e-mailbestand. Van de opdrachtnemer wordt verwacht kennis en kunde op het gebied van de AVG te bezitten en in te zetten.

Onderwerp:

KPI's en meetbaarheid

Vraag:

Hoe definieert u 'bereik' bij de doelstelling van 10.000 unieke mkb-ondernemers (websitebezoek, social-mediabereik, geregistreerde contacten, of een combinatie), en wat wordt precies verstaan onder 'aantoonbaar'?

Antwoord:

Dat met zekerheid gezegd kan worden dat onze communicatie (mkb-)ondernemers bereikt, ONHN snappen en contact zoeken. Als we in onze data veel managers, werknemers of mensen die bij de overheid werken terugzien dan bereiken we niet de juiste doelgroep en dat bedoelen we met "aantoonbaar".

Onderwerp:

KPI's en meetbaarheid

Vraag:

Beschikt u al over een meet- en trackingstructuur om bereik en conversie op ondernemersniveau te kunnen aantonen, of dient de opdrachtnemer dit (mede) op te zetten, en valt dat binnen het beschikbare budget?

Antwoord:

ONHN beschikt over een 0-meting met inzicht naar bekendheid en zichtbaarheid. Ontwikkelingen willen wij blijven monitoren.

Onderwerp:

KPI's en meetbaarheid

Vraag:

Hoe wordt de 33% datagedreven besluitvorming precies gemeten en vastgelegd, en wie binnen ONHN beoordeelt of een besluit 'op basis van data en inzichten' tot stand is gekomen?

Antwoord:

Zie eerdere antwoorden. Aanvullend:

Besluiten moeten een onderbouwing hebben van data. En daarmee ondersteunend zijn. Interessant kan zijn dat bepaalde ontwikkelingen zich uiten vanuit de beschikbare data.

Onderwerp:

KPI's en meetbaarheid

Vraag:

Wat zijn de consequenties als de gestelde KPI's aan het einde van de looptijd niet (volledig) zijn behaald? Zijn hier boete-, verbeter- of ontbindingsbepalingen voor opgenomen in de overeenkomst?

Antwoord:

Het is een co-creatie. Wanneer doelen niet worden behaald of resultaten tegenvallen dan moeten we samen besluiten nemen.

Onderwerp:
KPI's en meetbaarheid

Vraag:
Vindt er tussentijds een evaluatie van de voortgang op de KPI's plaats, en is er ruimte om doelen bij te stellen als blijkt dat de uitgangspunten (bijvoorbeeld budget of marktomstandigheden) niet aansluiten bij de praktijk?

Antwoord:
Het is een co-creatie. Wanneer doelen niet worden behaald of resultaten tegenvallen dan moeten we samen besluiten nemen.

Onderwerp:
Team en expertise (subgunningscriterium 2)

Vraag:
Wordt van inschrijvers verwacht een vast kernteam te benoemen voor de gehele looptijd, of is wisseling van teamleden gedurende de opdracht toegestaan, en zo ja, onder welke voorwaarden?

Antwoord:
ONHN werkt graag met vaste gezichten. Nieuwe gezichten is geen probleem, maar ONHN verwacht wel een korte learning curve bij nieuwe mensen en niet dat we alles vanaf nul moeten uitleggen.

Onderwerp:
Team en expertise (subgunningscriterium 2)

Vraag:
Bij subgunningscriterium 2 wordt gesproken over 'de aangeboden kandidaat' (enkelvoud). Betreft dit één centrale contactpersoon, of dient dit voor ieder in te zetten teamlid apart te worden uitgewerkt binnen de vier A4?

Antwoord:
De aangeboden kandidaat is de partij die inschrijft. Een centraal coördinerend contactpersoon is wenselijk en deze zal ook het interview moeten doen en gedurende de looptijd betrokken zijn.

Aanbestedende dienst: Ontwikkelingsbedrijf Noord-Holland Noord N.V.

Titel aanbesteding: Dienst communicatie en marketing Ontwikkelingsbedrijf Noord-Holland Noord N.V.

Datum nota van inlichtingen: 11 augustus 2026

Onderwerp: Praktijkvraagstukken en uitvoeringsstrategie (subgunningscriterium 3) Vraag: Is voor de twee praktijkvraagstukken (ONHN als organisatie naar de buitenwereld toe, en het ONHN OndernemersCafé) aanvullende achtergrondinformatie beschikbaar, zoals huidige bereikcijfers, deelnemersaantallen of bestaande middelen, zodat inschrijvers hun aanpak kunnen onderbouwen?
Antwoord: Ja.
Onderwerp: Praktijkvraagstukken en uitvoeringsstrategie (subgunningscriterium 3) Vraag: Tellen de uitwerkingen van de twee praktijkvraagstukken mee binnen het maximum van 4 A4 voor de uitvoeringsstrategie, of is hiervoor separate ruimte beschikbaar?
Antwoord: Deze tellen mee.
Onderwerp: Interview Vraag: Kunt u nader toelichten wat wordt bedoeld met de 'praktijktest met realistische scenario's' tijdens het interview, en wordt deze test vooraf aangekondigd of pas tijdens het interview gepresenteerd?
Antwoord: Hoe de inschrijver een ondernemerscafé of ander voorbeeld uit de aanbesteding beter kan maken op basis van soortgelijke werkzaamheden voor anderen.

Aanbestedende dienst: Ontwikkelingsbedrijf Noord-Holland Noord N.V.

Titel aanbesteding: Dienst communicatie en marketing Ontwikkelingsbedrijf Noord-Holland Noord N.V.

Datum nota van inlichtingen: 11 augustus 2026

Onderwerp: Interview Vraag: Mogen tijdens het interview meerdere teamleden namens het bureau aanwezig zijn, of is dit beperkt tot de kandidaat/kandidaten zoals beschreven bij subgunningscriterium 2?
Antwoord: Ja.
Onderwerp: Prijs en honorarium Vraag: In welke vorm wordt het honorariumvoorstel verwacht: als vast jaarbedrag, als uurtarief met inschatting van uren, of als een combinatie? Is hiervoor een verplicht format of sjabloon beschikbaar?
Antwoord: Wij verwijzen naar een eerder gegeven antwoord.
Onderwerp: Prijs en honorarium Vraag: Kunt u toelichten hoe de jaarlijkse indexatie vanaf 2028 precies wordt vastgesteld en op welk moment deze aan de opdrachtnemer wordt gecommuniceerd?
Antwoord: Deze wordt vastgesteld op basis van de CBS cijfers voor inflatiecorrectie.
Onderwerp: Prijs en honorarium Vraag: Hanteert ONHN een minimumprijs of ondergrens voor het honorarium om niet-marktconforme (te lage) aanbiedingen te voorkomen, en zo ja, waar ligt die grens?
Antwoord: ONHN hanteert een maximum uurtarief dat gebruikelijk is voor overheden.

Onderwerp:
Prijs en honorarium

Vraag:
Op basis waarvan toetst ONHN of een aanbidding "niet marktconform" is, en welke onderbouwing of bewijsstukken kan hierbij van de inschrijver worden gevraagd?

Antwoord:
Binnen ONHN weten we ongeveer wat marktconform is. Een te laag bod bijvoorbeeld, € 20.000 wordt afgewezen omdat we uit ervaring weten dat we hiermee geen resultaten gaan boeken.

Onderwerp:
Overige voorwaarden

Vraag:
De intellectuele eigendomsrechten op alle geleverde middelen en content komen bij ONHN te liggen. Geldt dit ook voor generieke methodieken, sjablonen en tools die het bureau breder in zijn dienstverlening gebruikt, of uitsluitend voor de specifiek voor ONHN ontwikkelde content en assets?

Antwoord:
Neen alleen op geleverde middelen en content.

Onderwerp:
Overige voorwaarden

Vraag:
Zijn er beperkingen aan het percentage van de opdracht dat via onderaanneming mag worden ingevuld, of aan het aantal onderaannemers dat mag worden ingezet?

Antwoord:
Er zijn geen beperkingen.

Onderwerp:
Overige voorwaarden

Vraag:
Kan een combinatie van bureaus zich inschrijven waarbij ieder bureau een deel van de gevraagde expertise inbrengt, en hoe wordt in dat geval subgunningscriterium 2 (teamprofiel) beoordeeld?

Antwoord:

Er zal sprake zijn van een hoofdaannemer en deze wordt door ons beoordeeld.

Onderwerp:

AI-toepassingen

Vraag:

Wat verstaat ONHN concreet onder de gevraagde "actuele kennis van AI-toepassingen"? Verwacht ONHN dat AI daadwerkelijk wordt ingezet in de uitvoering (bijvoorbeeld voor contentcreatie, data-analyse of procesoptimalisatie), en zo ja, op welke onderdelen?

Antwoord:

In het gehele proces wordt AI ingezet. Hoe de inschrijver dat doet, mag de inschrijver zelf bepalen tenzij het invloed heeft op Risico classificatie zoals beoordelen (zie AI Act). We willen voorkomen dat we met een bureau samenwerken wat deze ontwikkeling niet omarmt en traditionele methodieken inzet die binnenkort niet meer werken en verdwijnen.

Onderwerp:

AI-toepassingen

Vraag:

Zijn er vanuit ONHN richtlijnen of beperkingen voor het gebruik van AI-tools, bijvoorbeeld rond privacy, AVG of transparantie richting ondernemers, en dient het gebruik van AI bij content of analyses kenbaar te worden gemaakt?

Antwoord:

ONHN moet zich aan wet- en regelgeving houden en verwacht hierin expertise van de inschrijver en dat deze expertise wordt ingezet.

Onderwerp:

Samenwerking

Vraag:

Wie is namens ONHN het primaire aanspreekpunt voor de dagelijkse samenwerking, en met welke frequentie en op welk niveau (operationeel, tactisch, strategisch) vindt afstemming plaats?

Antwoord:

De senior communicatie adviseur.

Maandelijks en voorts naar behoefte.

Onderwerp:

Aanbestedingsdocument paragraaf 1.a – Gewenste resultaten marketing en communicatie ONHN 2026–2029

Vraag:

In de gewenste resultaten staat onder “Aan het einde van de samenwerking” dat ONHN aantoonbaar minimaal 10.000 unieke mkb-ondernemers bereikt. Kan opdrachtgever bevestigen dat dit een cumulatieve doelstelling betreft over de volledige initiële contractperiode van 1 november 2026 tot en met 31 december 2029, en dus geen doelstelling per jaar, maand of afzonderlijke campagne? Indien een andere meetperiode geldt, welke periode wordt dan gehanteerd?

Antwoord:

Ja, dat bevestigt ONHN.

Onderwerp:

Aanbestedingsdocument paragraaf 1.d en conceptovereenkomst artikel 4.1 – Omvang opdracht en vergoeding

Vraag:

In het aanbestedingsdocument en artikel 4.1 van de conceptovereenkomst staat dat ONHN vanaf 2028 jaarlijks een indexatie bepaalt. Kan opdrachtgever verduidelijken waarop deze indexatie wordt toegepast? Wordt het maximale jaarbudget van €100.000 exclusief btw overeenkomstig geïndexeerd en daarmee verhoogd, of worden uitsluitend de tarieven van de opdrachtnemer geïndexeerd binnen een gelijkblijvend maximumbudget van €100.000 per jaar?

Antwoord:

In art. 4.1 staat dat dit gebeurt op basis van de CBS cijfers voor inflatiecorrectie.

Onderwerp:

Aanbestedingsdocument paragraaf 3.a, subgunningscriterium 3 – Uitvoeringsstrategie en optimalisatie- en vernieuwingskansen

Vraag:

Bij subgunningscriterium 3 staat dat twee concrete communicatievraagstukken vooraf gelijk aan alle inschrijvers worden voorgelegd. Vervolgens worden “ONHN als organisatie naar de buitenwereld toe” en “ONHN OndernemersCafé” als voorbeelden genoemd. Kan opdrachtgever bevestigen of dit de twee definitieve vraagstukken zijn? Indien dit niet het geval is, wanneer en via welk document of kanaal worden de definitieve vraagstukken aan de inschrijvers verstrekt?

Antwoord:

Dit zijn de twee definitieve vraagstukken. ONHN ziet graag ideeën en creatieve aanpak.

Onderwerp:

Aanbestedingsdocument paragraaf 3.a, subgunningscriteria 3 en 5 –
Uitvoeringsstrategie, plan van aanpak en honorarium

Vraag:

Op welke periode dient de uitvoeringsstrategie, dan wel het in subgunningscriterium 5 genoemde plan van aanpak, betrekking te hebben? Verwacht opdrachtgever een aanpak voor de volledige initiële contractperiode van 38 maanden, of een uitgewerkt plan voor één representatief jaar? Indien een plan voor het eerste jaar wordt verwacht, betreft dit dan de periode vanaf 1 november 2026, het kalenderjaar 2027 of een periode van twaalf maanden vanaf de startdatum?

Antwoord:

De periode gaat over 15 november 2026 tot 15 november 2027. Dit is de aangepaste periode vanwege de verlenging van de inschrijftermijn.

Onderwerp:

Aanbestedingsdocument paragraaf 3.a, subgunningscriterium 5 – Totaal honorarium

Vraag:

Welke mate van detaillering verwacht opdrachtgever in het honorariumvoorstel en de onderliggende begroting? Dient het bedrag te worden uitgesplitst per contractjaar, fase, discipline, activiteit en/of afzonderlijk ONHN-project, of volstaat één totaalbegroting die aansluit op de uitvoeringsstrategie? Kan opdrachtgever tevens aangeven of een verdeling tussen ONHN-brede werkzaamheden en werkzaamheden voor afzonderlijke projecten vereist is?

Antwoord:

Wij verwijzen hier naar een eerder geformuleerd antwoord.

Onderwerp:

Uitnodiging tot inschrijving, Fase 3: beoordeling op gunningscriteria

Vraag:

In de tabel met subgunningscriteria geef u het totaal aan als '100 punten/120 punten'. Kunt u dit verduidelijken?

Antwoord:

Het maximaal aantal punten te behalen is 100 en 120 als er sprake is van interviews.

Onderwerp: Uitnodiging tot inschrijving, SG 3 Vraag: SG3 lijken twee losse criteria te zijn. Kunt u deze splitsen zodat deze duidelijk en los van elkaar beoordeeld kunnen worden?
Antwoord: Er is sprake van één criterium.
Onderwerp: Uitnodiging tot inschrijving, SG 3 Vraag: Bij SG3 geeft u aan 'deze vraagstukken worden aan alle inschrijvers voorgelegd' en vervolgens geeft u enkele voorbeelden. Om welke concrete communicatievraagstukken gaat het?
Antwoord: Het gaat om de twee vraagstukken die benoemd zijn.
Onderwerp: Uitnodiging tot inschrijving, SG 1 en SG 2 Vraag: U vraagt bij zowel SG 1 als SG2 naar aantoonbare ervaring. Kunt u deze vragen samenvoegen?
Antwoord: Deze twee worden niet samengevoegd. De eerste gaat erom waarom meedoen (drijfveren) en in het tweede geval de expertise.
Onderwerp: Uitnodiging tot inschrijving, SG 2 Vraag: U vraagt een uitvoeringsstrategie voor twee communicatievraagstukken. In combinatie met de andere gunningcriteria vraagt u behoorlijk veel van de inschrijvende partijen, terwijl het aantal pagina's beperkt is. Is het mogelijk om dit te beperken tot één vraagstuk?
Antwoord: Neen.

Onderwerp:
Uitnodiging tot inschrijving, SG 2

Vraag:
Kunt u 'relevante werkervaring en aantoonbare resultaten op het gebied van marketing en communicatie nader specificeren?'

Antwoord:

Dat wordt van de inschrijver verwacht. Het gaat erom dat de doelen die ONHN nastreeft kunnen worden behaald. Dus laat zien dat er meer bereik is gecreëerd voor een opdrachtgever, Imago van een andere opdrachtgever is verbeterd en wat het resultaat hiervan was. En vervolgens de koppeling naar ONHN.

Onderwerp:
Uitnodiging tot inschrijving

Vraag:
De gevraagde werkzaamheden zijn heel breed en nog niet specifiek. Hoe verwacht u dat wij een begroting maken? Kunt u een ingevuld prijsopgaveformulier delen en een prijsrange geven?

Antwoord:

Neen, er is geen prijsopgaveformulier en -range.

Onderwerp:
Uitnodiging tot inschrijving, f. Taakomschrijving

Vraag:
Hoe ziet u de 'co-creatie' van de positionering en marketing- en communicatiestrategie voor zich?

Antwoord:

ONHN is in de lead op merk, positionering en strategie. Hierop is co-creatie een aanvulling om samen ons doel te bereiken. Het is niet de bedoeling dat inschrijver gaat dicteren wat ONHN moet uitvoeren.