Zuid Holland Bereikbaar

Selectieleidraad Europese aanbesteding

Communicatiediensten

Datum: 16 september 2026
Versie: 1.0

Selectieleidraad Europese aanbesteding Communicatiediensten

Projectnaam: Communicatiediensten
TenderNed kenmerk: 611281

Publicatiedatum: 16 september 2026
Status: Definitief
Versie: 1.0

Inhoudsopgave

Definities 5
1.0 Inleiding 7
1.1 Aanbestedingsprocedure 7
1.2 Aanbestedende Dienst 7
1.3 Contactgegevens 8
1.4 Aanbestedingsplatform 8
1.5 Opbouw document 9
1.6 Bijlagen 9
2.0 De Opdracht 10
2.1 Omschrijving van de opdracht 10
2.1.1 Aanleiding van de opdracht 10
2.1.2 Gewenste situatie 11
2.1.3 Scope van de Opdracht 14
2.1.4 Buiten de scope van de Opdracht 16
2.1.5 Doel van de Opdracht 16
2.2 Omvang van de Opdracht 17
2.3 De Overeenkomst 17
2.4 Programma van Eisen 18
3.0 Aanbestedingsprocedure 19
3.1 Planning 19
3.1.1 Vervolgplanning Gunningsfase 19
3.2 Communicatie 20
3.3 Nota van Inlichtingen 20
3.4 Uiterste datum voor Aanmelding 20
3.5 Varianten 21
3.6 Voorbehouden 21
3.7 Selectiebesluiten en geschillen 21
3.8 Klachten 21
3.8.1 Onregelmatigheden 21
3.8.2 Klachtenregeling 21
3.9 Rangorde 22
4.0 Indienen van de Aanmelding 23
4.1 Algemene Eisen 23

4.1.1 Voorwaarden 23
4.1.2 Volledigheid en rechtsgeldigheid 23
4.2 Wijze van aanmelden 23
4.2.1 Samenwerkingsverband of beroep op een derde(n) 23
4.2.2 Vormvereisten bijlagen 24
5.0 Uitsluitingsgronden en Geschiktheidseisen 25
5.1 Uitsluitingsgronden 25
5.1.1 Gedragsverklaring Aanbesteden (GVA) 25
5.1.2 Ruslandverklaring 26
5.1.3 Verklaring belastingdienst inzake sociale premies en belastingen 26
5.2 Geschiktheidseisen 26
5.2.1 Inschrijving in een handelsregister (KvK) 27
5.2.2 Financiële en economische draagkracht 27
5.2.3 Technische bekwaamheid en beroepsbekwaamheid 27
5.2.3.1 Kerncompetenties 27
5.3 Bewijsdocumenten 29
5.3.1 Verduidelijking en bewijsstukken 30
6.0 Beoordeling 32
6.1 Minimumeisen 32
6.2 Selectiecriteria 32
6.2.1 Indienen van referenties 32
6.3 Selectiecriterium 33
6.3.1 Uitwerking selectiecriterium perceel 1 33
6.3.2 Uitwerking selectiecriterium perceel 2 35
6.3.3 Beoordelingsteam 39
6.4 Rangschikking en uitnodiging tot de Gunningsfase 39
7.0 Gunningsfase 41
7.1 Beoogde gunningsfase 41

Definities

In dit document worden bepaalde begrippen gebruikt en met een hoofdletter geschreven. De omschrijving van deze begrippen kunt u hieronder vinden. Alle toepasselijke begripsbepalingen dienen zowel in enkelvoud als in meervoud te worden geïnterpreteerd.

Aanbestedende dienst	Zuid-Holland Bereikbaar, Opdrachtgever.
Aanbestedingsplatform	De afgeschermde, elektronische omgeving die Zuid-Holland bereikbaar gebruikt om deze aanbestedingsprocedure uit te voeren.
Aanmelding	De ingediende informatie op het Aanbestedingsplatform ter deelname aan het selectieproces van de Selectiefase.
ARVODI-2025	Algemene Rijksinkoopvoorwaarden voor diensten
AW 2012	Aanbestedingswet 2012, waarmee Nederland invulling geeft aan de Europese richtlijnen voor aanbesteden.
Bijlage(n)	Een document dat onlosmakelijk onderdeel is bij de Aanbestedingsleidraad en/of Overeenkomst.
Combinant/Vennoot	Een rechts- of natuurlijk persoon, die deelneemt aan een Combinatie.
Combinatie	Een Samenwerkingsverband van twee of meer Ondernemers, die zich gezamenlijk inschrijven op de aanbestedingsprocedure. Iedere Combinant wordt contractpartner van de Aanbestedende dienst en aanvaardt hoofdelijke aansprakelijkheid jegens de Aanbestedende dienst. Een maatschap wordt gelijkgesteld aan een Combinatie.
Derde	Ondernemer op wie Gegadigde beroep doet om aan de Geschiktheidseisen te voldoen en/of voor de uitvoering van een deel van de Opdracht.
Eisen	Minimale criteria (knock-out criteria) aan de levering/dienstverlening/werk van Opdrachtnemer.
Gegadigde	Een ondernemer die is uitgenodigd aan te melden aan deze selectieprocedure.
Geschiktheidseisen	Minimumeisen die worden gebruikt om de geschiktheid van een Gegadigde te beoordelen, zoals genoemd in § 2.3.6.1 AW 2012.
Gunningsfase	De tweede fase van de niet-openbare aanbestedingsprocedure, waarin geselecteerde Gegadigden worden uitgenodigd tot het doen van een Inschrijving
Gunningsleidraad	Het document dat beschrijft op welke wijze een geselecteerde Gegadigde een Inschrijving kan indienen in de Gunningsfase van de niet-openbare aanbestedingsprocedure.

Inschrijving	Een door Gegadigde ingediende en door de Aanbestedende Dienst ontvangen aanbieding op in de Gunningsfase aanbestede Opdracht.
Inschrijver	Een ondernemer of Combinatie die een Inschrijving heeft ingediend.
Nota van inlichtingen	Document waarin de geanonimiseerde vragen van Gegadigden en geanonimiseerde antwoorden zijn opgenomen, evenals eventuele wijzigingen van de Selectie en Gunningsleidraad. De Nota van inlichtingen maakt deel uit van de aanbestedingsstukken.
Opdracht	De door Opdrachtnemer op basis van de Overeenkomst te verlenen diensten/leveringen/werken, te verrichten werkzaamheden en in dat kader te leveren prestaties.
Opdrachtnemer	De Inschrijver aan wie de Opdracht wordt gegund.
Overeenkomst	Overeenkomst tussen Aanbestedende dienst en een of meerdere Opdrachtnemers waarin de voorwaarden over de Opdracht zijn vastgelegd.
Perceel	Een separaat onderdeel van de Opdracht waarvoor een separate Overeenkomst wordt gegund.
Samenwerkingsverband	Een combinatie van ondernemers (deelnemers) die als één Gegadigde inschrijven op de Opdracht. Iedere deelnemer is volledig en hoofdelijk aansprakelijk voor verplichtingen die voortvloeien uit Inschrijving en de Overeenkomst.
Selectiefase	De eerste fase van de niet-openbare aanbestedingsprocedure, waarin iedere geïnteresseerde Ondernemer zich kan aanmelden om mee te dingen naar de Opdracht.
Selectieleidraad	Dit document, inclusief alle Bijlagen.
Subgunningscriteria	Nadere criteria met betrekking tot onderhavige Opdracht, op basis waarvan de beoordelingscommissie de Inschrijving beoordeelt.
Uniform Europees Aanbestedingsdocument, UEA	Het Europees standaardformulier dat in Nederland wordt toegepast op aanbestedingen, zowel boven als onder de Europese aanbestedingsdrempel. Het Uniform Europees Aanbestedingsdocument is een eigen verklaring over de financiële toestand, de bekwaamheden en de geschiktheid van ondernemingen voor een aanbestedingsprocedure.
Uitsluitingsgronden	Gronden die zien op persoonlijke omstandigheden van gegadigden die voor de aanbestedende dienst reden (kunnen) zijn om hem van deelneming uit te sluiten.
Verwerkersovereenkomst	Overeenkomst tussen verwerkingsverantwoordelijk en verwerker waarin de afspraken opgenomen staan over wat de verwerker wel en niet mag doen met persoonsgegevens die de verwerkingsverantwoordelijke aanlevert.
Wensen	Wensen die Aanbestedende Dienst stelt aan de levering/dienstverlening/werk van Opdrachtnemer.

1.0 Inleiding

Dit document betreft de Selectieleidraad voor de niet-openbare Europese aanbesteding Communicatiediensten ten behoeve van Stichting Zuid-Holland Bereikbaar. Wij nodigen u uit om aan te melden op deze Europese aanbesteding.

1.1 Aanbestedingsprocedure

Deze aanbestedingsprocedure is gebaseerd op de Aanbestedingswet 2012. Om zoveel mogelijk geïnteresseerde Ondernemers een kans te geven op de Opdracht heeft de Aanbestedende Dienst gekozen voor een niet-openbare procedure. Hierbij worden de selectie en gunning in twee rondes doorlopen.

1. In de Selectiefase kan iedere Ondernemer zich aanmelden. Vervolgens zal er een selectie plaatsvinden, zoals beschreven in deze Selectieleidraad.
2. In de Gunningsfase zullen de geselecteerde Gegadigden uit de eerste ronde worden uitgenodigd tot het doen van een Inschrijving.

Bij de keuze voor deze aanbestedingsprocedure heeft de Aanbestedende Dienst onder meer gekeken naar de omvang van de Opdracht, de transactiekosten en de benodigde inzet van zowel de Aanbestedende Dienst als geïnteresseerde partijen. Gezien het verwachte aantal potentiële belanghebbenden vindt de Aanbestedende Dienst het passend om de procedure in twee fasen te laten verlopen. Hierdoor worden de administratieve lasten beperkt en blijft de inspanning die nodig is voor een Aanmelding of Inschrijving zo beperkt mogelijk.

1.2 Aanbestedende Dienst

De afdeling Inkoop en de afdeling Communicatie vertegenwoordigen de Aanbestedende dienst in deze procedure. Zuid-Holland Bereikbaar (hierna 'ZHB') is een samenwerkingsverband tussen verschillende overheden en infrabeheerders in Zuid-Holland. ZHB is in 2022 opgericht vanuit acht publieke organisaties: het Ministerie van Infrastructuur en Waterstaat, Rijkswaterstaat, provincie Zuid-Holland, gemeente Den Haag, gemeente Rotterdam, Metropoolregio Rotterdam Den Haag (MRDH), Havenbedrijf Rotterdam en ProRail. Dit jaar is Smart Delta Drechtsteden toegetreden tot het samenwerkingsverband. ZHB vervult in ieder geval tot 2030 de coördinerende functie om ervoor te zorgen dat Zuid-Holland goed bereikbaar is en blijft.

Met Zuid-Holland Bereikbaar leiden we het verkeer gezamenlijk in goede banen. ZHB zet zich onder meer in voor mobiliteitsmanagement door reizigers te stimuleren slimmer en duurzamer te reizen. Dat doen we door innovatieve oplossingen te bieden, bewustwording te creëren en alternatieven te promoten zoals openbaar vervoer, fiets en deelmobiliteit. Zo draagt ZHB bij aan het verminderen van verkeersdrukte, het verbeteren van de bereikbaarheid en een duurzame toekomst.

Communicatie is daarbij een van de belangrijkste instrumenten. Onder de campagnelijn 'Vaststaan of meebewegen. Wat doe jij?' voert ZHB meerjarige gebiedscampagnes uit, die stapsgewijs worden uitgerold over de vijf gebieden binnen Zuid-Holland: Drechtsteden en Alblasserwaard; Rotterdam en omgeving; Haaglanden (en Westland); Midden-Holland en

Rijnland; Zuid-Hollandse eilanden en havengebied. De eerste gebiedscampagne is in 2026 gestart in de Drechtsteden.

Daarnaast voert ZHB-projectcommunicatie, corporate communicatie en communicatie over mobiliteitsmaatregelen zoals de ReisWijs-app en de werkgeversaanpak.

Meer informatie over Zuid-Holland Bereikbaar kunt u raadplegen op de website: www.zuidhollandbereikbaar.nl

1.3 Contactgegevens

De contactpersoon voor deze aanbesteding is:
Lisa Oosterman
Email: via berichtenmodule in TenderNed

Vervangende contactpersoon:
Mounir Ben Touhami
Email: via de berichtenmodule in TenderNed

Indien TenderNed als gevolg van een technische storing buiten gebruik is, kunt u bovengenoemde contactpersonen van de Aanbestedende dienst bereiken via aanbesteden@zuidhollandbereikbaar.nl
De Aanbestedende dienst wil de aanbestedingsprocedure zo zuiver mogelijk voeren. Daarom mag u de contactpersoon alleen benaderen via dit e-mailadres en alleen in gevallen die zijn beschreven in deze Selectieleidraad.

Alle communicatie over deze aanbestedingsprocedure dient uitsluitend via het Aanbestedingsplatform te verlopen, tenzij dit anders is aangegeven of omschreven in deze Selectieleidraad

1.4 Aanbestedingsplatform

De aanbesteding wordt elektronisch uitgevoerd via het platform van TenderNed. Meer algemeen geldt dat Aanbestedende dienst op geen enkele wijze verantwoordelijk is voor het gebruik van het aanbestedingsplatform door Gegadigde. Aanbestedende dienst wijst dan ook iedere vorm van aansprakelijkheid nadrukkelijk van de hand. Gegadigden zijn zelf verantwoordelijk voor de technische aspecten van elektronisch aanbesteden. Dit omvat het tijdig en volledig indienen van vragen en Aanmeldingen. Zuid-Holland Bereikbaar is niet verantwoordelijk voor eventuele fouten of tekortkomingen in de indiening via het platform.

Aan de hand van dit document dient u de gevraagde gegevens in te vullen op het aanbestedingsplatform en de bijbehorende verklaringen en informatie toe te voegen.
U dient de verklaringen in te vullen volgens de beschikbare Bijlagen en deze verklaringen, desgevraagd, te ondertekenen en toe te voegen (te uploaden) in de aanbesteding op het aanbestedingsplatform.

1.5 Opbouw document

De opbouw van deze Selectieleidraad is als volgt:

- Hoofdstuk 1: Inleiding
- Hoofdstuk 2: De opdracht
- Hoofdstuk 3: Aanbestedingsprocedure
- Hoofdstuk 4: Indienen van de Aanmelding
- Hoofdstuk 5: Uitsluitingsgronden en Geschiktheidseisen
- Hoofdstuk 6: Beoordeling
- Hoofdstuk 7: Gunningsfase

1.6 Bijlagen

Bij deze Selectieleidraad horen de volgende Bijlagen:

Bijlage 1: Randvoorwaarden
Bijlage 2: Programma van Eisen
Bijlage 3: Gecombineerd referentieformulier en selectieformulier Perceel 1
Bijlage 4: Gecombineerd referentieformulier en selectieformulier Perceel 2
Bijlage 5: Inkoopvoorwaarden ARVODI-2025
Bijlage 6: Uniform Europees Aanbestedingsdocument UEA
Bijlage 7: Rusland verklaring betrokkenheid

2.0 De Opdracht

2.1 Omschrijving van de opdracht

De opdracht omvat de Europese aanbesteding voor 'Communicatiediensten' van stichting Zuid-Holland Bereikbaar (ZHB). De Opdracht is onderverdeeld in de hierna omschreven percelen. Naar de mening van de Aanbestedende dienst biedt zowel de omvang als de reikwijdte van de Opdracht daartoe voldoende mogelijkheden om de Opdracht in percelen in te delen. Ook draagt de perceelindeling bij aan de marktwerking en beoogt de Aanbestedende Dienst de Opdracht toegankelijk te laten zijn voor verschillende marktpartijen.

ZHB is voor deze opgave op zoek naar twee vaste partners en heeft de opdracht opgedeeld in de volgende twee percelen:

- **Perceel 1 (Media-advies en inkoop):** Een mediabureau dat strategisch media-advies geeft over een brede media-inzet (zowel *paid* media als *earned* media, waaronder free publicity en interviews). Daarnaast verzorgt het bureau de daadwerkelijke inzet en inkoop van de betaalde media, inclusief datagedreven targeting, monitoring en rapportage.
- **Perceel 2 (Communicatieadvies en vormgeving):** Een communicatiebureau met vormgeving dat strategisch communicatieadvies levert (variërend van hoog over tot tactisch toepasbaar) en daarnaast de communicatie- en campagnemiddelen (zowel online als offline) ontwerpt en produceert binnen de bestaande huisstijl.

De opdracht wordt niet verder opgedeeld: binnen elk perceel hangen de werkzaamheden zodanig samen dat verdere opdeling tot kwaliteitsverlies, langere doorlooptijden en hogere coördinatielasten zou leiden. Hierbij gelden de volgende voorwaarden:

- Aanmelden kan op één of meer percelen; per perceel wordt afzonderlijk beoordeeld en geselecteerd. Een Gegadigde kan op meerdere percelen geselecteerd worden.
- Inschrijven als combinatie of met een beroep op derden/onderaannemers is toegestaan; ieder betrokken rechtspersoon dient een eigen UEA in en de hoofdaannemer blijft volledig verantwoordelijk.

2.1.1 Aanleiding van de opdracht

De komende jaren worden in Zuid-Holland wegen, bruggen, tunnels en spoor grootschalig onderhouden. Dat levert jarenlang hinder op voor reizigers en werkgevers. Zuid-Holland Bereikbaar (ZHB) zorgt met communicatie, mobiliteitsmaatregelen en verkeersadvies dat de regio bereikbaar blijft en dat reizigers bewuste, slimme en duurzamere reiskeuzes maken. Dit gebeurt onder meer via de meerjarige campagnelijn *'Vaststaan of meebewegen. Wat doe jij?'*.

De communicatieaanpak van ZHB kent drie lagen: (1) projectcommunicatie rond concrete hinderprojecten, (2) gebiedscommunicatie per gebied onder de meerjarige campagnelijn 'Vaststaan of meebewegen. Wat doe jij?' en (3) corporate communicatie. Daarnaast communiceert ZHB doorlopend over mobiliteitsmaatregelen zoals de ReisWijs-app en de werkgeversaanpak.

De campagnelijn, huisstijl en het basismateriaal zijn ontwikkeld en bewezen effectief: de eerste gebiedscampagne in de Drechtsteden (2026) behaalde ruim 1 miljoen weergaven. De gebiedscampagne wordt de komende jaren stapsgewijs uitgerold over de vijf gebieden binnen Zuid-Holland: Drechtsteden en Alblasserwaard; Rotterdam en omgeving; Haaglanden (en Westland); Midden-Holland en Rijnland; Zuid-Hollandse eilanden en havengebied. De volgorde en het tempo van de uitrol zijn afhankelijk van de bereikbaarheidsopgave per gebied en van het beschikbare budget. De campagne loopt meerjarig (tot en met ten minste 2030) en wordt per flight gemonitord en bijgestuurd.

Voor de uitvoering zoekt ZHB twee vaste partners: een mediabureau (Perceel 1) en een strategisch communicatieadvies- en vormgevingsbureau (Perceel 2). Zij werken onder regie van het communicatieteam van ZHB en waar nodig met elkaar samen.

2.1.2 Gewenste situatie

De gebiedscampagne.

De kern van het werk onder deze raamovereenkomst is de meerjarige gebiedscampagne. Daarmee maakt ZHB reizigers en werkgevers in het betreffende gebied bewust van de verwachte hinder en zet ZHB hen aan tot ander reisgedrag: op een ander moment reizen (buiten de spits), met een ander vervoermiddel (fiets, ov) of niet reizen (thuiswerken). De campagne wordt gevoerd binnen de vaste campagnelijn 'Vaststaan of meebewegen. Wat doe jij?', die per gebied wordt door vertaald met herkenbare locaties, knooppunten en hinderprojecten.

Een gebiedscampagne is geen eenmalige actie, maar een doorlopende, meerjarige campagne per gebied met meerdere campagneflights per jaar: periodes van verhoogde zichtbaarheid rond grote hinderprojecten en campagnemomenten. Per flight combineert ZHB brede zichtbaarheid in het gebied (onder meer buitenreclame, DOOH en regionale media) met gerichte online inzet (onder meer geotargeting op knooppunten en hinderlocaties), ondersteund door bijvoorbeeld werkgeverstoolkits waarmee partners in dezelfde campagnelijn communiceren. Van de bureaus verwacht ZHB dat zij per gebied en over heel Zuid-Holland meedenken over de beste mix van kanalen en middelen, en dat zij de campagne op basis van de resultaten per flight doorontwikkelen.

Uitrol naar andere gebieden.

De eerste gebiedscampagne liep in 2026 in de Drechtsteden, de opzet en resultaten daarvan vormen de basis voor de verdere uitrol. Binnen deze raamovereenkomst wordt de campagne, onder voorbehoud van budget, gefaseerd uitgerold over de vijf gebieden in Zuid-Holland: Drechtsteden en Alblasserwaard; Rotterdam en omgeving; Haaglanden (en Westland); Midden-Holland en Rijnland; Zuid-Hollandse eilanden en havengebied. De volgorde en het tempo van de uitrol zijn afhankelijk van de bereikbaarheidsopgave per gebied en van het beschikbare budget. Elke uitrol naar een nieuw gebied is een deelopdracht binnen de raamovereenkomst: doorontwikkeling van de campagnelijn naar dat gebied (Perceel 2) en een gebied specifiek mediaplan (Perceel 1). Een eenmaal gelanceerde gebiedscampagne loopt daarna meerjarig door, waardoor het aantal gelijktijdig lopende gebiedscampagnes gedurende de looptijd van de raamovereenkomst toeneemt.

Budget.
ZHB geeft per deelopdracht (een flight of een uitrol naar een nieuw gebied) in de uitvraag een indicatief budget mee. Binnen dat kader doet het bureau zijn voorstel op basis van het ingediende prijzenblad, voorzien van een projectbegroting. De totale geraamde omvang van de raamovereenkomst is opgenomen in paragraaf 2.2.

Samenwerking en aansturing.
In de gewenste situatie werken de communicatieadviseurs van ZHB rechtstreeks samen met een vast accountteam bij beide bureaus. Elke gebiedscampagne en elk project heeft binnen ZHB een communicatieadviseur als opdrachtgever: die zet de deelopdrachten uit, bewaakt planning en budget en is voor het bureau het eerste aanspreekpunt. Omdat de tarieven en voorwaarden in de raamovereenkomst vastliggen, is er per opdracht geen apart inkooptraject nodig: de adviseur stuurt een korte uitvraag en het bureau kan na ontvangst van de inkooporder direct aan de slag (zie 'Proces van afroep' hieronder).

Planbaar werk — de campagnekalender.
Het merendeel van het werk is planbaar. Per gebied stelt ZHB jaarlijks een campagnekalender op met meerdere campagneflights (periodes van verhoogde media-inzet), naast de doorlopende projectcommunicatie rond concrete wegwerkzaamheden.

Per flight vraagt de communicatieadviseur het mediabureau (Perceel 1) om een mediaplan en het communicatiebureau met vormgeving (Perceel 2) om het bijbehorende middelenpakket, onder meer social content, display ads, DOOH- en abri-uitingen en toolkitmaterialen voor partners. De bureaus stemmen formaten en aanlevering af met de betrokken ZHB-collega of, op termijn, rechtstreeks onderling, zodat ZHB daarin geen doorgeefluik is. Deze samenwerking wordt na gunning verder uitgewerkt.

Projectcommunicatie en werkgeversaanpak.
Naast de gebiedscampagne verzorgt ZHB aanvullende communicatie rond afzonderlijke projecten, vaak gericht op werkgevers en werknemers die gevolgen ondervinden van de werkzaamheden. Deze communicatie is aanvullend op de project-, hinder-, bewoners- en omgevingscommunicatie van de verantwoordelijke partnerorganisatie en richt zich op wat de werkzaamheden betekenen voor de bereikbaarheid en welke reisalternatieven beschikbaar zijn. De uitingen verschijnen binnen de bestaande huisstijl van ZHB en in beginsel met ZHB als afzender. Ze kunnen bijvoorbeeld betrekking hebben op de werkzaamheden aan de Papendrechtsebrug en de reisalternatieven die tijdens deze werkzaamheden gelden. Ook dit werk behoort tot de kern van de raamovereenkomst: het communicatiebureau met vormgeving (Perceel 2) maakt de uitingen op binnen de bestaande huisstijl en levert ze via DTP in de benodigde formaten aan, waarna het mediabureau (Perceel 1) ze inplant op de daarvoor geschikte kanalen. Het gaat om een doorlopende stroom van kleinere deelopdrachten, met doorgaans kortere doorlooptijden dan een campagneflight.

Ad-hoc werk en hinder — snel schakelen.
Een deel van het werk is niet planbaar: ongeplande werkzaamheden, actuele hinder en actualiteit vragen om media-inzet en middelen op korte termijn. De bureaus moeten dan snel kunnen leveren: het mediabureau een mediaplan binnen twee werkdagen en livegang binnen vijf werkdagen na akkoord, het communicatiebureau met vormgeving een spoedaanpassing van een bestaand middel binnen één werkdag.

De communicatie rond hinder volgt daarbij de hinderfasering: aankondigen vóór de hinder, informeren en bijsturen tijdens de hinder, en terugkoppelen na afloop.

Parallelle capaciteit.
Er lopen meerdere gebiedscampagnes en projecten tegelijk. De bureaus moeten daarom meerdere deelopdrachten parallel kunnen uitvoeren, ten minste drie tegelijk, met voldoende project- of accountmanagers zodat verschillende communicatieadviseurs van ZHB gelijktijdig bediend worden en opdrachten niet op elkaar hoeven te wachten.

Inzicht en bijsturing.
Het mediabureau levert een online dashboard met bereik, kosten en conversie per kanaal en rapporteert per flight. ZHB en de bureaus bespreken de resultaten periodiek en vertalen de lessen naar volgende flights en gebieden. Zo stuurt ZHB campagnes gedurende de looptijd bij, in plaats van alleen achteraf te evalueren.

Partners.
ZHB werkt samen met een groot aantal partnerorganisaties, onder meer wegbeheerders en de moederorganisaties. De campagnes worden uitgevoerd binnen een complexe regionale mobiliteitscontext, waarin verschillende wegbeheerders, vervoerders, gemeenten, maatschappelijke organisaties en andere stakeholders betrokken kunnen zijn. De communicatie kan betrekking hebben op onder meer wegwerkzaamheden, hinder, gewijzigde bereikbaarheid en het stimuleren van ander reis- of mobiliteitsgedrag. Van de Opdrachtnemer wordt verwacht dat hij zich die context snel eigen maakt en de communicatie daarop afstemt.

De wens bestaat dat partners ZHB in de toekomst inzetten als gezamenlijk vehikel om over reisopties te communiceren, zodat reizigers vanuit één herkenbare lijn worden geïnformeerd over alternatieven. Hoe partners daarbij aansluiten op de campagnelijn en hoe co-branding vorm krijgt, de verhouding tussen het ZHB-merk en de partnerlogo's in de uitingen, ligt nog niet vast.

ZHB stelt hiervoor in samenspraak met de partners een handleiding op. Het communicatiebureau met vormgeving ontwikkelt en beheert de toolkits en middelen die daarbij horen. Van de Opdrachtnemer wordt verwacht dat hij meedenkt over deze uitwerking en de toolkits zo inricht dat ze kunnen meebewegen met de afspraken die met partners worden gemaakt. Opdrachtverlening verloopt via ZHB.

Eerste opdracht na gunning.
De eerste grote opdracht na gunning is de uitrol van de gebiedscampagne naar een nieuw gebied. Het betreffende gebied wordt na gunning bepaald. De productie van de middelen vindt direct plaats na gunning in 2027 (perceel 2); de campagne gaat zo snel mogelijk daarna live (Perceel 1). Gegadigden moeten deze planning vanaf de start van de raamovereenkomst kunnen waarmaken.

Overlegritme.
Er vindt periodiek werkoverleg (frequentie in overleg) plaats. Daarnaast per deelopdracht een kick-off en evaluatie en een jaarlijkse evaluatie van de raamovereenkomst.

Proces van afroep (deelopdrachten)
Opdrachten onder de raamovereenkomst worden per deelopdracht afgeroepen volgens een vast proces:

- Stap 1 — Uitvraag. ZHB stuurt een korte uitvraag met doel, doelgroep, boodschap, planning en indicatief budget.
- Stap 2 — Voorstel. Het bureau levert binnen de afgesproken doorlooptijd een voorstel met projectbegroting, op basis van de tarieven uit de raamovereenkomst: voor Perceel 1 een mediaplan, voor Perceel 2 een creatief voorstel met planning.
- Stap 3 — Akkoord. De uitvoering start na schriftelijk akkoord van ZHB op het voorstel en de begroting én na ontvangst van de inkooporder. Zonder akkoord en inkooporder mogen geen kosten worden gefactureerd.
- Stap 4 — Uitvoering en rapportage. Het bureau voert de deelopdracht uit en rapporteert conform het Programma van eisen. Na afronding volgt een korte evaluatie: resultaat afgezet tegen doel en begroting.

Ter illustratie: voor een campagneflight in een gebied stuurt de communicatieadviseur van ZHB een uitvraag met de flightperiode, de doelgroepen en het indicatieve mediabudget. Het mediabureau levert binnen de afgesproken termijn een mediaplan met kanaalverdeling en begroting; het communicatiebureau met vormgeving levert een voorstel en planning voor de benodigde middelen. Na akkoord produceert het communicatiebureau met vormgeving de middelen en levert deze in de juiste formaten rechtstreeks aan bij de ZHB-collega of het mediabureau. Daarna gaat de flight live en wordt per kanaal gerapporteerd via een online dashboard.

2.1.3 Scope van de Opdracht

De aanbesteding is opgesplitst in twee percelen. De percelen zijn twee aparte disciplines, maar vormen in de uitvoering één keten: het communicatiebureau met vormgeving (Perceel 2) adviseert over, ontwikkelt en produceert de middelen; het mediabureau (Perceel 1) brengt ze via de juiste kanalen bij de juiste doelgroep. Gegadigden kunnen op één perceel of op beide percelen aanmelden. De percelen met de daarbij behorende scope zijn als volgt:

Perceel 1: Media-advies en inkoop
Het mediabureau adviseert over en verzorgt de inzet en inkoop van (betaalde) media en earned media voor de campagnes en communicatie van ZHB. De werkzaamheden omvatten in ieder geval:

- Strategisch media-advies en mediaplanning per gebiedscampagne, project of actie, waaronder advies over doelgroep, kanaalkeuze en budgetverdeling.
- Inkoop en plaatsing van media, waaronder search- en display-advertising (onder meer Google), social advertising (onder meer Meta en LinkedIn), digitale buitenreclame (DOOH, abri's, snelwegmasten), geofencing en in-car media, DAB+ en radio, lokaal relevante media (onder meer regionale kranten, regionale televisie en huis-aan-huisbladen) en vergelijkbare kanalen.
- Planning en inkoop van media voor projectcommunicatie, onder meer rond de werkgeversaanpak, waarbij het gaat om uitingen over één specifiek project in een afgebakend gebied.

- Datagedreven targeting en personalisatie, onder meer geotargeting op knooppunten en hinderlocaties en inzet volgens de hinderfasering: vóór, tijdens en na de hinder.
- Monitoring, rapportage en optimalisatie: een online dashboard met bereik, kosten en conversie per kanaal, rapportage per flight en advies voor bijsturing.
- Ad-hoc campagnes bij ongeplande werkzaamheden en actuele hinder: buiten de reguliere planning om media-inzet opzetten, inkopen en live brengen binnen de in het Programma van eisen genoemde termijnen.
- Afstemming met het communicatiebureau met vormgeving (Perceel 2) over formaten en aanlevering van middelen.

Perceel 2: Communicatieadvies en vormgeving
Het communicatiebureau met vormgeving adviseert over, ontwikkelt en produceert communicatie- en campagnemiddelen binnen de bestaande campagnelijn 'Vaststaan of meebewegen. Wat doe jij?' en de huisstijl van ZHB. De slogan en de uitstraling staan vast; er is ruimte voor creatieve invulling en doorontwikkeling.

De werkzaamheden omvatten in ieder geval:

- (Strategisch) communicatieadvies: gevraagd en ongevraagd advies over de inzet, doorontwikkeling en effectiviteit van de campagnelijn en de communicatiemiddelen, op zowel campagne- als middelenniveau.
- Doorontwikkeling van de campagnelijn per gebied, met gebied specifieke uitingen waarin herkenbare locaties, knooppunten en hinderprojecten terugkomen.
- Ontwerp en productie, drukklaar en publicatie klaar, van online en offlinemiddelen: social content en stories, display ads in alle gangbare formaten, DOOH- en abri-uitingen, posters, flyers, toolkitmaterialen voor partners, narrowcasting, presentatievormgeving en infographics.
- Opmaak en productie van middelen voor projectcommunicatie, onder meer rond de werkgeversaanpak: uitingen over één specifiek project, opgemaakt binnen de bestaande huisstijl en aangeleverd in de benodigde formaten (DTP-werk).
- Ontwikkeling en beheer van toolkits waarmee partners en werkgevers zelf binnen de campagnelijn kunnen communiceren. De vorm van co-branding ligt nog niet vast; ZHB stelt hiervoor in samenspraak met de partners een handleiding op, waarop de toolkits worden aangepast.
- Drukwerkbegeleiding en -inkoop tot en met het gedrukte eindproduct, onder meer posters, flyers en abri-vellen: het bureau vraagt drukoffertes aan, belast drukkosten transparant en tegen inkoopprijs door aan ZHB en is verantwoordelijk voor de kwaliteit van ontwerp tot en met druk.
- Aanlevering van middelen aan het mediabureau (Perceel 1) in de juiste specificaties en formaten.
- Animatie van campagne-uitingen voor DOOH en social: korte bewegende varianten van bestaande uitingen.

2.1.4 Buiten de scope van de Opdracht

Buiten de opdracht, tenzij uitdrukkelijk anders is bepaald, vallen de volgende diensten; deze koopt ZHB separaat in:

- Positionerings- en merktrajecten;
- Onderzoek, onder meer doelgroep-, campagne- en mobiliteitsonderzoek;
- Video- en audioproducties, onder meer videocontent, bedrijfsfilms en podcasts;
- Redactie- en tekstdiensten, webinars en webcasts, promotieartikelen en relatiegeschenken;
- Acquisitie- en adviesdiensten voor de werkgeversaanpak;
- De projectcommunicatie die partnerorganisaties, zoals wegbeheerders, zelf verzorgen;
- Promotiemedewerkers;
- Fotografie.

2.1.5 Doel van de Opdracht

Het doel van de opdracht is om op basis van de beste prijs-kwaliteitsverhouding per perceel een overeenkomst te sluiten met één Opdrachtnemer. Opdrachtnemer voorziet ZHB gedurende de looptijd van de raamovereenkomsten te van vaste, deskundige ondersteuning bij media-advies en -inkoop enerzijds en communicatieadvies, vormgeving en productie anderzijds. Deze ondersteuning is nodig voor de uitvoering van meerjarige gebiedscampagnes en doorlopende communicatie-activiteiten in de hele provincie Zuid-Holland. Daarmee wil ZHB reizigers, werkgevers en andere doelgroepen tijdig, herkenbaar en effectief informeren over hinder, bereikbaarheid en beschikbare reisalternatieven, en hen stimuleren om slimme en duurzamere reiskeuzes te maken.

ZHB zoekt per perceel een partner die de organisatie, de gebieden, de doelgroepen en de campagnelijn goed leert kennen en deze kennis actief inzet bij volgende opdrachten. Door te werken met vaste partners ontstaat continuïteit in aanpak, uitstraling en kwaliteit. Ook kunnen opdrachten sneller en doelgerichter worden uitgevoerd, omdat kennis, data, middelen en gemaakte afspraken worden hergebruikt. De Opdrachtnemers werken daarbij onder regie van het communicatieteam van ZHB en functioneren in de praktijk als verlengstuk van dit team.
De Opdracht moet bijdragen aan een herkenbare, consistente en resultaatgerichte communicatieaanpak voor ZHB. Daarbij gaat het niet alleen om het ontwikkelen en inzetten van afzonderlijke middelen of mediakanalen, maar vooral om samenhangende communicatie die per gebied, campagneflight of project aansluit op de actuele bereikbaarheidsopgave. Monitoring, rapportage en evaluatie maken onderdeel uit van deze werkwijze, zodat ZHB gedurende de looptijd kan bijsturen en de effectiviteit van de communicatie verder kan vergroten.

2.2 Omvang van de Opdracht

De totale omvang van de gehele Opdracht, inclusief media-inkoop, bedraagt ca. € 2.600.000 over de maximale looptijd van de Overeenkomst, te weten (4) jaar. De gebiedscampagne wordt gefaseerd uitgerold over vijf gebieden: Drechtsteden en Alblasserwaard; Rotterdam en omgeving; Haaglanden (en Westland); Midden-Holland en Rijnland; Zuid-Hollandse eilanden en havengebied.

Voor de raming is uitgegaan van een maximale variant waarin in 2027 in alle vijf gebieden campagne wordt gevoerd, met meerdere campagneflights per gebied per jaar, naast de doorlopende projectcommunicatie rond concrete werkzaamheden. De feitelijke uitrol is afhankelijk van de bereikbaarheidsopgave per gebied en van het beschikbare budget. De raming is onderbouwd met de werkelijke kosten van de eerste gebiedscampagne (Drechtsteden, 2026) en met de gerealiseerde uitgaven van de afgelopen jaren.

De raming bestaat uit twee soorten communicatie:

1. **Gebiedscommunicatie (gebiedscampagnes):** de meerjarige gedragscampagnes per gebied, bestaande uit doorontwikkeling van de campagnelijn en productie van middelen per gebied (Perceel 2) en de media-inzet voor de campagneflights (Perceel 1). Dit is het grootste en meest planbare deel van het volume; het groeit mee met de gefaseerde uitrol over de gebieden.
2. **Projectcommunicatie:** de doorlopende communicatie rond concrete (onderhouds)werkzaamheden en hinder, het hele jaar door en wisselend in omvang. Hieronder vallen onder meer de informerende media-inzet per project (Perceel 1) en de bijbehorende middelen (Perceel 2). Voor Perceel 2 valt hier ook het doorlopende (strategisch) communicatieadvies onder.

Omvang perceel 1: De geschatte omvang voor perceel 1 bedraagt ca.€ 2.000.000, - exclusief BTW onder voorbehoud van financiering.
(Inclusief media-inkoop)
Omvang perceel 2: De geschatte omvang voor perceel 2 bedraagt ca.€ 600.000, - exclusief BTW en onder voorbehoud van financiering.
De bovengenoemde bedragen en/of aantallen zijn slechts ter indicatie. U kunt als Ondernemer aan deze schatting geen rechten ontlenen. ZHB blijft afhankelijk van de financiering van de partners.

2.3 De Overeenkomst

De begindatum van de Overeenkomst ligt naar verwachting op 22 maart 2027.

De initiële looptijd van de Overeenkomst is twee (2) jaar, waarnaar de Overeenkomst maximaal tweemaal verlengd kan worden voor de duur van één (1) jaar. Na afloop van deze looptijd eindigt de Overeenkomst van rechtswege.

Indien de Aanbestedende Dienst gebruik wenst te maken van een verlengingsoptie, wordt dit uiterlijk drie (3) maanden vóór het einde van de looptijd van de Overeenkomst of lopende verlenging schriftelijk kenbaar gemaakt. Op een verlenging zijn alle bepalingen en voorwaarden van de Overeenkomst onverkort van toepassing.

Indien de Opdracht opnieuw is aanbesteed en de aanbestedingsprocedure wordt vertraagd als gevolg van gerechtelijke procedures tegen het gunningsbesluit, is de Aanbestedende Dienst gerechtigd de Overeenkomst eenmalig te verlengen met een periode van maximaal drie (3) maanden

2.4 Programma van Eisen

Het Programma van Eisen is opgenomen in Bijlage 2 bij deze Selectieleidraad. Gegadigde dient aan deze eisen te voldoen voor zover deze betrekking hebben op de Selectiefase. Het definitieve Programma van Eisen wordt opgenomen bij de Gunningsleidraad. De Aanbestedende Dienst behoudt zich het recht voor om het Programma van Eisen in de Gunningsfase nader uit te werken, te verduidelijken of aan te passen, met inachtneming van de aanbestedingsrechtelijke beginselen. Zowel in de Selectiefase als in de Gunningsfase kunnen Gegadigden hierover vragen stellen conform de in deze Selectieleidraad beschreven procedure.

3.0 Aanbestedingsprocedure

3.1 Planning

In dit deel wordt de tijdsplanning van de aanbestedingsprocedure uiteengezet. Aan de planning kunnen geen rechten worden ontleend. De planning kan door Aanbestedende dienst worden aangepast indien nodig. Eventuele wijzigingen worden gecommuniceerd aan alle geïnteresseerden.

Onderdeel	Datum	Tijd
Publicatie	16 september 2026	
Uiterste inleverdatum vragen	25 september 2026	12:00
Uiterste publicatie 1e Nota van Inlichtingen	2 oktober 2026	
Uiterste datum voor aanmelding	19 oktober 2026	12:00
Versturen voorgenomen selectiebeslissing	30 oktober 2026	
Versturen definitief selectiebesluit	19 november 2026	

3.1.1 Vervolgplanning Gunningsfase

Na afronding van de Selectiefase start de Gunningsfase. De Aanbestedende Dienst nodigt de geselecteerde Gegadigden naar verwachting op korte termijn na verzending van het definitieve selectiebesluit uit tot het doen van een Inschrijving. De planning van de Gunningsfase wordt opgenomen in de Gunningsleidraad. De hieronder weergegeven planning is indicatief en dient uitsluitend ter informatie. Aan deze planning kunnen geen rechten worden ontleend.

Onderdeel	Datum	Tijd
Publicatie	20 november 2026	
Uiterste inleverdatum vragen	4 december 2026	12:00
Uiterste publicatie 1e Nota van Inlichtingen	11 december 2026	
Uiterste inleverdatum aanvullende vragen	11 januari 2027	12:00
Uiterste publicatiedatum 2e Nota van Inlichtingen	18 januari 2027	
Uiterste datum voor Inschrijving	29 januari 2027	12:00
Data voor presentaties	15 – 19 februari 2027	
Versturen voorlopige gunning	1 maart 2027	
Versturen definitieve gunning	22 maart 2027	

3.2 Communicatie

Deze aanbesteding wordt volledig digitaal uitgevoerd via het TenderNed platform. Dat houdt in dat alle communicatie en informatie-uitwisseling tussen Aanbestedende dienst en de markt elektronisch plaatsvindt. Aanbestedende dienst kondigt er de Opdracht aan, stelt er de aanbestedingsstukken beschikbaar, communiceert er in de inlichtingen- en besluitvormingsfase en kondigt er de Opdracht af.

Gegadigden dienen gebruik te maken van het TenderNed platform voor het verkrijgen van informatie, het stellen van vragen en het indienen van de Aanmelding. Gegadigde is en blijft verantwoordelijk voor het bijhouden van TenderNed alsmede het aanvragen en downloaden van de relevante documenten.

Gegadigde draagt zelf het risico van de (on)bereikbaarheid van het gebruikte e-mailadres en verplicht zich via het Aanbestedingsplatform TenderNed op de hoogte te stellen van het verloop en de ontwikkelingen in deze aanbestedingsprocedure. Voor meer informatie over het digitaal inschrijven verwijst Aanbestedende dienst u naar www.tenderned.nl

3.3 Nota van Inlichtingen

Inhoudelijke vragen over de aanbesteding kunnen uitsluitend via de vraag-antwoordmodule op het platform van TenderNed worden gesteld. Elke vraag wordt afzonderlijk gesteld oftewel één vraag per vraagveld. Vermeldt bij uw vraag altijd over welk document uw vraag gaat en op welk paragraafnummer of eisnummer uw vraag betrekking heeft. U dient ervoor te zorgen dat de vraag niet herleidbaar is naar uw eigen organisatie.

Het is mogelijk vragen te stellen tot de in de planning genoemde datum. Aanbestedende dienst verzamelt tijdig ingediende vragen en beantwoordt deze anoniem in de Nota van Inlichtingen. Vragen die na de deadline worden gesteld, worden niet in behandeling genomen, tenzij deze naar het oordeel van de Aanbestedende dienst van wezenlijk belang zijn voor de aanbesteding.

In de Nota van Inlichtingen vermeldt Aanbestedende dienst ook eventuele wijzigingen in de aanbestedingsstukken. De Nota van Inlichtingen maakt integraal deel uit van de aanbestedingsdocumenten. In geval van strijdigheid prevaleert het bepaalde in de meest recente Nota van Inlichtingen.

3.4 Uiterste datum voor Aanmelding

De Aanmelding dient uiterlijk op de in de planning aangegeven sluitingsdatum te worden ge-upload in TenderNed. Te late ontvangst, ongeacht de oorzaak, is voor rekening en risico van Gegadigden. In het geval van een algemene storing van TenderNed op het moment van of nabij de sluitingstermijn, behoudt Aanbestedende dienst zich het recht voor de sluitingstermijn op te schuiven zolang de kluis met Aanmeldingen nog niet is geopend, ook als de sluitingstermijn gepasseerd is. Dit is een recht en geen plicht van Aanbestedende dienst en doet dus niets af aan het feit dat te late ontvangst ongeacht de oorzaak voor rekening en risico van Gegadigde is.

3.5 Varianten

Het aanbieden van varianten is niet toegestaan.

3.6 Voorbehouden

De Aanbestedende Dienst behoudt zich zonder meer en zonder vergoeding van geleden schade, in welke vorm dan ook, in ieder geval het recht voor:

- de aanbestedingsprocedure tussentijds om haar moverende reden af te breken;
- de tijdsplanning te wijzigen, met inachtneming van wettelijk vastgestelde termijnen; of
- om Aanmeldingen waarin andere voorwaarden zijn opgenomen, uit te sluiten van verdere deelname aan de aanbestedingsprocedure.

3.7 Selectiebesluiten en geschillen

De Aanbestedende Dienst maakt het voorgenomen selectiebesluit schriftelijk en gelijktijdig bekend aan alle Gegadigden. In dit besluit wordt vermeld welke Gegadigden worden geselecteerd voor deelname aan de Gunningsfase. Het voorgenomen selectiebesluit wordt genomen nadat de Aanbestedende Dienst de ontvangen Aanmeldingen heeft gecontroleerd en beoordeeld overeenkomstig het bepaalde in deze Selectieleidraad.

Een Gegadigde die bezwaar heeft tegen het voorgenomen selectiebesluit dient binnen twintig (20) kalenderdagen na dagtekening van het voorgenomen selectiebesluit een civielrechtelijk kort geding aanhangig te maken bij de bevoegde civiele rechter van de rechtbank Rotterdam. Deze termijn geldt als vervaltermijn. Indien binnen deze termijn geen kort geding aanhangig is gemaakt, vervalt het recht om tegen het voorgenomen selectiebesluit op te komen. Uitgebrachte dagvaardingen worden door de Aanbestedende Dienst aangemerkt als openbare stukken. De Aanbestedende Dienst behoudt zich het recht voor deze beschikbaar te stellen aan derden, waaronder de overige Gegadigden.

3.8 Klachten

3.8.1 Onregelmatigheden

De aanbestedingsstukken zijn met grote zorg samengesteld. Aanbestedende dienst verzoekt u eventuele fouten, omissies of tegenstrijdigheden over de documenten tijdig voor de sluitingstermijn voor het indienen van de Aanmelding te melden dan wel hier vragen over te stellen.
Indien Gegadigde dit nalaat, en fouten, omissies of tegenstrijdigheden pas later aan de orde stelt, terwijl deze hem bekend waren of hadden moeten zijn, kan dit tot gevolg hebben dat hij zich hierop niet meer kan beroepen in een eventuele (bezwaar)procedure bijvoorbeeld tegen de (voorgenomen) gunningbeslissing.

3.8.2 Klachtenregeling

Aanbestedende dienst heeft ervoor gekozen om voor eventuele klachten met betrekking tot deze aanbesteding een klachtenmeldpunt in te stellen. Hierbij zal de procedure worden gevolgd zoals aangegeven in de definitieve versie “Klachtenafhandeling bij aanbesteden”.
Voor de inhoud van deze regeling zie:
Handreiking klachtafhandeling bij aanbesteden

Eventuele klachten, kunnen conform het gestelde in de bovengenoemde “Klachtenafhandeling bij aanbesteden”, via aanbesteden@zuidhollandbereikbaar.nl worden ingediend. De afhandeling van jouw klacht zal plaatsvinden conform het gestelde in hoofdstuk 4.3 in de bovengenoemde “Klachtenafhandeling bij aanbesteden”.

Deze klachtenregeling is niet bedoeld voor het verkrijgen van eventueel benodigde verduidelijkingen met betrekking tot het gestelde in deze aanbestedingstukken. Hiervoor kan je gebruik maken van de mogelijkheid tot het stellen van vragen als beschreven in paragraaf 3.3 van deze Selectieleidraad.

3.9 Rangorde

De aanbestedingsstukken maken onlosmakelijk onderdeel uit van de overeenkomst. In geval van tegenstrijdigheden geldt de volgende rangorde van documenten:

1. Overeenkomst
2. Nota’s van Inlichtingen (meest recente versie als hoogste in de rangorde)
3. Aanbestedingsdocument inclusief bijlagen
4. Inkoopvoorwaarden ARVODI-2025
5. Inschrijving van opdrachtnemer

4.0 Indienen van de Aanmelding

4.1 Algemene Eisen

4.1.1 Voorwaarden

Op deze aanbestedingsprocedure is de Algemene Rijksinkoopvoorwaarden voor diensten (ARVODI) van toepassing. De voorwaarden zijn alvast toegevoegd aan deze selectieleidraad. De conceptovereenkomst zal samen met de gunningsleidraad gedeeld worden.

4.1.2 Volledigheid en rechtsgeldigheid

Alle Aanmeldingen worden gecontroleerd op volledigheid. Ontbrekende documenten of informatie kunnen leiden tot uitsluiting van de selectieprocedure. Gegadigden worden mogelijk in de gelegenheid gesteld om verzuimen te herstellen binnen de vastgestelde termijn.

Na opening van de kluis met Aanmeldingen behoudt de aanbestedende dienst zich het recht voor om klaarblijkelijke misverstanden, overduidelijke omissies of onduidelijkheden, door de Gegadigde te laten herstellen of toe te lichten. De Aanmelding mag hierdoor echter geen inhoudelijke wijziging ondergaan. De Gegadigde zal hierop binnen 2 werkdagen alsnog moeten reageren. De aanvullingen en/of verbeteringen maken vervolgens onlosmakelijk deel uit van de Aanmelding. Als de gevraagde reactie niet, niet tijdig of niet volledig is verstrekt, leidt dit tot uitsluiting van verdere deelname aan de aanbestedingsprocedure.

Ondertekening van de Aanmelding dient te geschieden door een functionaris die rechtsgeldig bevoegd is om namens Gegadigde op te treden. Als in de aanbestedingsdocumenten de eis wordt gesteld dat een stuk moet worden ondertekend door een ‘bevoegde vertegenwoordiger’ dan moet Gegadigde aan kunnen tonen dat de ondertekenaar bevoegd is de betreffende rechtspersoon te vertegenwoordigen.

4.2 Wijze van aanmelden

4.2.1 Samenwerkingsverband of beroep op een derde(n)

Het is toegestaan om de Opdracht in samenwerking met andere partijen uit te voeren. In dat geval dient u alle betrokken partijen (deelnemers aan het samenwerkingsverband en/of derde(n) op wie u een beroep doet in het kader van de Geschiktheidseisen) bekend te maken in de aanbiedingsbrief en dienen in aanvulling op uw eigen documenten, onder vermelde stukken te worden ingediend. In beginsel is het niet toegestaan om tijdens de aanbesteding de deelnemers in het samenwerkingsverband, dan wel derden op wie een beroep wordt gedaan in het kader van de Geschiktheidseisen te wijzigen.

In het geval van een Samenwerkingsverband gelden voor ieder van de deelnemers de volgende voorschriften:
- een volledig ingevuld en rechtsgeldig ondertekend UEA indienen;
- de verdeling in werkzaamheden opnemen in Deel II A van het UEA;
- één of meerdere ingevulde en rechtsgeldig ondertekende referentieformulieren indienen, indien een beroep wordt gedaan op de geschiktheid van de betreffende Combinant voor één of meerdere Geschiktheidseisen.

Door een UEA in te dienen bevestigt de deelnemer van het samenwerkingsverband dat zij hoofdelijk aansprakelijk is voor de gestanddoening van de verplichtingen die voortvloeien uit het Verzoek tot deelneming, een eventuele Inschrijving op deze aanbesteding en voor de eventuele uitvoering van de Overeenkomst;

In het geval van een beroep op een derde(n) in het kader van de Geschiktheidseisen, geldt voor ieder van die derde(n) de volgende voorschriften:
• een volledig ingevuld en rechtsgeldig ondertekend UEA indienen;
• in Deel II C van het UEA-werkzaamheden beschrijven waar de derde(n) verantwoording voor draagt/dragen;
• één of meerdere ingevulde en rechtsgeldig ondertekende referentieformulieren indienen, indien een beroep wordt gedaan op de geschiktheid van de betreffende derde voor één of meerdere Geschiktheidseisen.

In geval Gegadigde gebruik maakt van onderaannemers, gelden de volgende voorschriften:
• enkel de Gegadigde dient een volledig ingevuld en rechtsgeldig ondertekend UEA in;
• in Deel II D van het UEA opnemen welke onderaannemer(s) wordt/worden ingezet gedurende de uitvoering van de Opdracht.

4.2.2 Vormvereisten bijlagen

Alle in Word- of Excel-formaat verstrekte bijlagen dienen door de Gegadigde na het invullen en ondertekenen als Pdf-bestand te worden geüpload in TenderNed, tenzij expliciet anders staat vermeld.

5.0 Uitsluitingsgronden en Geschiktheidseisen

De Aanbestedende Dienst beoordeelt de Aanmeldingen op volledigheid, rechtsgeldigheid en inhoudelijke geschiktheid. Alleen Aanmeldingen die voldoen aan de in deze Selectieleidraad gestelde eisen komen voor verdere beoordeling en selectie in aanmerking. Aanmeldingen die niet, niet volledig of niet tijdig aan deze eisen voldoen, kunnen worden uitgesloten van verdere deelname aan de aanbestedingsprocedure.
Een Gegadigde kan zelfstandig deelnemen aan deze aanbestedingsprocedure of als onderdeel van een Combinatie met één of meer andere Ondernemers. Om voor selectie in aanmerking te komen, dient de Gegadigde aan de volgende voorwaarden te voldoen:

- op de Gegadigde mogen geen Uitsluitingsgronden van toepassing zijn; en
- de Gegadigde dient te voldoen aan de gestelde financiële, economische, technische en beroepsbekwaamheidseisen.

In de navolgende paragrafen zijn de Uitsluitingsgronden, Geschiktheidseisen en bijbehorende bewijsdocumenten nader uitgewerkt.

5.1 Uitsluitingsgronden

In deel III van het UEA staan de uitsluitingsgronden vermeld. Deze zijn verdeeld in 3 secties:
A. 'Gronden die verband houden met strafrechtelijke veroordelingen' Gegadigde dient dit onderdeel volledig te beantwoorden en in te vullen.
B. 'Gronden die verband houden met de betaling van belastingen of sociale premies' Gegadigde dient dit onderdeel volledig te beantwoorden en in te vullen.
C. 'Gronden met betrekking tot insolventie, belangenconflicten of beroepsfouten' Gegadigde dient dit onderdeel volledig te beantwoorden en in te vullen.

De door de aanbestedende dienst geselecteerde uitsluitingsgronden worden allemaal onverkort van toepassing verklaard.

5.1.1 Gedragsverklaring Aanbesteden (GVA)

De GVA is een verklaring van de minister van Veiligheid en Justitie De GVA geeft aan dat uit een onderzoek naar de betrokken natuurlijke persoon of rechtspersoon geen bezwaren bestaan in verband met het aanmelden voor en het inschrijven op overheidsopdrachten, speciale sectoropdrachten, concessieovereenkomsten voor openbare werken en/of diensten of prijsvragen.

Omdat de doorlooptijd van een aanvraag varieert van minimaal 4 tot 8 weken, is het raadzaam om de GVA tijdig aan te vragen. Het is de verantwoordelijkheid van Gegadigde(n) dat hij tijdig over een geldige GVA beschikt. De GVA mag op het tijdstip van indiening van de Aanmelding niet ouder zijn dan twee jaar.

De aanbestedende dienst verwijst voor nadere informatie over de GVA naar de site van het ministerie van Veiligheid en Justitie (www.justis.nl).

5.1.2 Ruslandverklaring

Vanwege de ingestelde sancties tegen Rusland mag de Aanbestedende dienst geen opdracht gunnen aan Russische partijen. Gegadigde moet daarom verklaren geen Russische partij te zijn. Is dit wel het geval, dan mag geen Aanmelding worden ingediend. Zolang deze sanctie van kracht is, mag tijdens de looptijd van de Overeenkomst deze situatie niet wijzigen.

Met 'Russische partijen' wordt bedoeld:
• Personen met een Russische nationaliteit en/of personen die in Rusland woonachtig zijn;
• Personen of rechtspersonen (bedrijven, entiteiten of organen) die gevestigd zijn in Rusland;
• Rechtspersonen die voor meer dan 50% eigendom zijn van een Russische partij zoals genoemd hierboven;
• Personen of rechtspersonen die handelen in belang van of op aanwijzing van een bovengenoemde Russische partij; en
• Niet-Russische entiteiten, waarbij meer dan 10% van de contractwaarde geleverd wordt door onderaannemers, Opdrachtnemers of entiteiten die als Russische entiteit kunnen worden aangemerkt op basis van bovenstaande.

De personen als bedoeld bij de derde of vierde bullet omvatten ook natuurlijke personen en rechtspersonen gevestigd in de EU/EER of in een ander land dan Rusland.

Gegadigde en indien van toepassing elke Combinant en/of elke Derde dient bij zijn Aanmelding een 'Verklaring Russische betrokkenheid' toe te voegen, zie hiervoor Bijlage 7 van deze Selectieleidraad.

5.1.3 Verklaring belastingdienst inzake sociale premies en belastingen

Ter verificatie van de in het UEA aangegeven uitsluitingsgronden, vraagt Aanbestedende dienst een verklaring van de belastingdienst op. Het betreft een verklaring van de belastingdienst die op de datum van indiening van de Aanmelding niet ouder is dan zes (6) maanden waaruit blijkt dat Gegadigde heeft voldaan aan verplichtingen op grond van op hem van toepassing zijn de wettelijke bepalingen met betrekking tot betaling van sociale zekerheidspremies of belastingen.

5.2 Geschiktheidseisen

In deel IV van het UEA dient Gegadigde te verklaren akkoord te gaan met de in deze paragraaf beschreven Geschiktheidseisen. De Geschiktheidseisen zijn verdeeld in volgende 3 secties:
A. Geschiktheid
B. Financiële en economische draagkracht
C. Technische en beroepsbekwaamheid

In onderstaande sub-paragrafen worden de van toepassing zijn de Geschiktheidseisen nader toegelicht. Voor Geschiktheidseisen A en B wordt er geen onderscheid gemaakt tussen de verschillende percelen. Bij Geschiktheidseis C is dit wel het geval.

5.2.1 Inschrijving in een handelsregister (KvK)

Gegadigde is ingeschreven in een handelsregister dat wordt bijgehouden in de lidstaat waar de ondernemer is gevestigd. Gegadigde levert het KvK-uittreksel aan bij aanmelding.

Naast het gestelde in het UEA moet het uittreksel KvK voldoen aan de volgende vereisten:

- Actueel en niet ouder dan zes maanden, te rekenen vanaf de uiterste datum van indiening van de Aanmelding.
- Op basis van het uittreksel moet de rechtsgeldige vertegenwoordigingsbevoegdheid van de indiener ondubbelzinnig blijken.
- Om de vertegenwoordigingsbevoegdheid te verifiëren dient de Gegadigde een geldig en gewaarmerkt uittreksel van inschrijving in een handelsregister in te dienen.

5.2.2 Financiële en economische draagkracht

Beroepsaansprakelijkheid

Gegadigde dient verzekerd te zijn voor ondernemersrisico in de vorm van beroepsaansprakelijkheid. Gegadigde moet een kopie van een geldig verzekeringsbewijs (kopie van de polis) van zijn aansprakelijkheidsverzekering kunnen verstrekken of een verklaring van zijn verzekeringsmaatschappij waarin de dekking voor zijn aansprakelijkheidsrisico's is aangegeven.

Op basis van ervaring is de aanbestedende dienst van oordeel dat, in verhouding tot de aard en de inhoud van de opdracht, een minimale dekking van €1.250.000 per gebeurtenis gemaximeerd tot een dekking van €2.500.000 per jaar noodzakelijk is.

5.2.3 Technische bekwaamheid en beroepsbekwaamheid

5.2.3.1 Kerncompetenties

Om uw deskundigheid en ervaring voor de uitvoering van deze Opdracht aan te tonen, wordt u als Gegadigde verzocht referenties in te dienen. Het aantal gevraagde referenties is afhankelijk van het perceel waarop u inschrijft.

In het kader van **perceel 1** dient u aan te tonen dat u voldoet aan de twee onderstaande kerncompetenties. Voor beide kerncompetenties geldt de eis dat de werkzaamheden in de referentieopdracht in eigen beheer zijn uitgevoerd.

- Kerncompetentie 1 *(perceel 1)*
  De gegadigde beschikt over aantoonbare ervaring met het ontwikkelen van een mediastrategie en het strategisch plannen en inkopen van (digitale) media ten behoeve van een campagne die aantoonbaar was gericht op beïnvloeding van gedrag van één of meer specifieke doelgroepen.

De referentie heeft betrekking op een campagne waarbij communicatie en media-inzet zijn ingezet om een gedragsverandering van de doelgroep(en) te beïnvloeden. De media-inzet binnen de referentieopdracht had een waarde van ten minste €10.000.

- Kerncompetentie 2 *(perceel 1)*
  De Gegadigde heeft aantoonbare ervaring met het gedurende de looptijd monitoren en optimaliseren van een uitgevoerde (digitale) mediacampagne op basis van meetbare campagneresultaten. De Gegadigde toont dit bij deze referentie objectief aan door middel van (eventueel geanonimiseerde) rapportage, dashboard-uitdraai of evaluatiedocument, waaruit eenduidig blijkt dat Gegadigde:
  - De prestaties van de ingezette mediakanalen gedurende de campagne heeft gemonitord;
  - De resultaten periodiek heeft geanalyseerd en gerapporteerd aan de opdrachtgever; en
  - Op basis van de resultaten concrete optimalisaties of bijstuuradviezen heeft voorgesteld en/of doorgevoerd.

  De referentie dient inzicht te geven in de gehanteerde prestatie-indicatoren, waarbij ten minste inzicht is gegeven in bereik en/of impressies, interactie met de doelgroep en de kosten of efficiëntie van de media-inzet.

In het kader van **perceel 2** dient u aan te tonen dat u voldoet aan de onderstaande kerncompetentie(s). Ook hier geldt de eis dat de werkzaamheden in de referentieopdracht in eigen beheer zijn uitgevoerd.

- Kerncompetentie 1 *(perceel 2)*
  De Gegadigde heeft aantoonbare ervaring met het opstellen van een strategisch communicatieplan en met het door vertalen, doorontwikkelen en produceren van campagne-uitingen voor zowel online als offline toepassing, op basis van een bestaande huisstijl, campagne-identiteit of communicatiestrategie.

  Uit de referentie blijkt dat Gegadigde:

  - Een bestaande campagne- of merklijn heeft door vertaald naar een specifieke doelgroep, deelgebied of deelopgave, zonder daarbij een nieuwe identiteit te ontwikkelen;
  - Gegadigde heeft daarbij aantoonbaar zorggedragen voor de productie en oplevering van de campagne-uitingen in een vorm die geschikt is voor publicatie en/of verspreiding via de betreffende communicatiekanalen.

- Kerncompetentie 2 *(perceel 2)*
  De Gegadigde heeft aantoonbare ervaring met het ontwikkelen en produceren van campagne-uitingen op een vooraf omgeschreven gedragsdoel. De boodschap en vormgeving zijn aantoonbaar afgestemd op de kenmerken of informatiebehoefte van de doelgroep.

  Uit de referentie blijkt dat Gegadigde een gedragscampagne heeft vertaald naar begrijpelijke, doelgroepgerichte en onderling samenhangende campagne-uitingen voor verschillende communicatiekanalen.

De gegadigde toont door middel van referenties aan dat hij over deze competenties beschikt. Deze referentie(s) voldoen aan de volgende eisen:

- De referentie bevat de naam van de opdrachtgever.
- De referentie bevat een omschrijving van de prestaties die voor deze referent zijn verricht en naar behoren zijn uitgevoerd.
- De referentie is niet ouder dan drie jaar gerekend vanaf de uiterste datum voor aanmelding.
- Er mogen alleen geheel afgeronde opdrachten als referentie worden opgegeven of, indien gebruik gemaakt wordt van een nog niet (geheel) afgeronde opdracht mogen alleen de werkelijk behaalde resultaten van de lopende opdracht worden opgegeven en kan niet volstaan worden met een prognose van de resultaten.
- De referentieopdracht dient naar tevredenheid van de opdrachtgever te zijn uitgevoerd. De aanbestedende dienst kan dit nagaan bij de referenten.
- Een referentie kan betrekking hebben op meer competenties. Indien verschillende uitgevraagde competenties blijken uit één uitgevoerd project, kan dezelfde referentieopdracht worden gebruikt om deze meerdere competenties aan te tonen.
- De referenties voor perceel 1 dienen te worden ingevuld in **Bijlage 3: Gecombineerd referentieformulier en selectieformulier Perceel 1.**
- De referenties voor perceel 2 dienen te worden ingevuld in **Bijlage 4: Gecombineerd referentieformulier en selectieformulier Perceel 2**

5.3 Bewijsdocumenten

Door indiening van de Aanmelding verplicht de Gegadigde zich, en indien van toepassing iedere Combinant en iedere Derde op wie een beroep wordt gedaan, om de onderstaande bewijsstukken tijdig te verstrekken. De bewijsstukken dienen bij de Aanmelding te worden ingediend of, indien de Aanbestedende Dienst daarom verzoekt, binnen zeven (7) kalenderdagen na ontvangst van dat verzoek.

- een Gedragsverklaring Aanbesteden (GVA), die op het tijdstip van het indienen van de Aanmelding niet ouder is dan twee (2) jaar;
- een Verklaring nakoming fiscale verplichtingen van de Belastingdienst, die op het tijdstip van het indienen van de Aanmelding niet ouder is dan zes (6) maanden; en
- een bewijs van verzekering (polis of certificaat), conform § 5.2.2 ‘Financiële en economische draagkracht’.

De Gedragsverklaring Aanbesteden (GVA) geldt als bewijs dat de toepasselijke uitsluitingsgronden niet op de Gegadigde van toepassing zijn. Indien de Gegadigde nog niet

beschikt over een actuele GVA, dient deze zo spoedig mogelijk te worden aangevraagd. Hierbij dient rekening te worden gehouden met de mogelijke doorlooptijd van de aanvraag; in uitzonderlijke gevallen kan het afgeven van een GVA langer dan acht (8) weken duren.

Indien de Gegadigde is gevestigd in een land waar de bevoegde autoriteiten geen bewijsstuk of verklaring afgeven als bedoeld in artikel 2.89 lid 1 tot en met 3 van de Aanbestedingswet 2012, kan de Gegadigde volstaan met een verklaring onder ede. Uit deze verklaring moet blijken dat de relevante uitsluitingsgronden niet op de Gegadigde van toepassing zijn.

De Aanbestedende Dienst kan een Gegadigde alsnog uitsluiten van verdere deelname aan de aanbestedingsprocedure indien uit de inhoud van de bewijsstukken blijkt dat niet wordt voldaan aan de eisen zoals opgenomen in het Uniform Europees Aanbestedingsdocument en deze Selectieleidraad.

Voor iedere Combinant en iedere Derde op wie de Gegadigde een beroep doet, geldt dat moet worden voldaan aan de eisen zoals opgenomen in paragraaf 4.2 'Wijze van aanmelden'.

5.3.1 Verduidelijking en bewijsstukken

Als een Aanmelding onduidelijkheden bevat, kan de Aanbestedende Dienst aan Gegadigde verduidelijkingsvragen stellen.
De Aanbestedende Dienst controleert de juistheid van de gegevens en inlichtingen die Gegadigde heeft verstrekt. Daarnaast kunnen de nodige bewijsstukken worden opgevraagd om uitsluitingsgronden en geschiktheidseisen te controleren. Levert Gegadigde het gevraagde bewijs niet, of niet binnen de gestelde termijn, dan neemt de Aanbestedende Dienst de Aanmelding niet in behandeling en komt deze niet voor selectie in aanmerking. Een uitzondering hierop is als er sprake is van overmacht. Dit is ter beoordeling aan de Aanbestedende Dienst.
Om te bewijzen dat u als Gegadigde aan alle genoemde en omschreven uitsluitingsgronden en geschiktheidseisen voldoet, dienen in elk geval de volgende bewijsstukken te worden overlegd. Het is toegestaan om de bewijsstukken, die voorafgaand aan de Selectie ingediend moeten worden, ook al bij uw Aanmelding in te dienen.

Onderdeel	Bewijsstuk	Bij Aanmelding	Voorafgaand aan selectie
Uitsluitingsgronden	Uniform Europees Aanbestedingsdocument (UEA)	X	
Uittreksel uit het handelsregister	Uittreksel Kamer van Koophandel, of gelijkwaardig	X	
Gedragsverklaring Aanbesteden (GVA)	Besluit gedragsverklaring namens Justis		X
Verklaring nakoming fiscale verplichtingen	Verklaring van de Belastingdienst		X

Geschiktheidseis financiële en economische draagkracht beroepsaansprakelijkheid	Een bewijs van verzekering (polis of verklaring)		X
Geschiktheidseis technische bekwaamheid – Referentie(s)	Referentieformulier	X	

6.0 Beoordeling

De Aanbestedende Dienst beoordeelt de Aanmeldingen aan de hand van de minimumeisen en selectiecriteria. In de volgende paragrafen zijn alle minimumeisen en selectiecriteria omschreven, evenals de totstandkoming van de score(s) en de rangschikking van Gegadigden.

6.1 Minimumeisen

Compleetheid van uw Aanmelding
Gegadigde moet alle vragen op het Aanbestedingsplatform beantwoorden en de gevraagde documenten indienen. Als het Uniform Europees Aanbestedingsdocument of de bewijsmiddelen één of meer gebreken bevatten krijgt de betreffende Gegadigde de gelegenheid om het gebrek te herstellen binnen een termijn van twee (2) werkdagen, gerekend vanaf de dag van verzending van een verzoek daartoe. Hieronder vallen ook gebreken in (of het onverhoopt ontbreken van) de Terbeschikkingsstellingsverklaring of Uniform Europees Aanbestedingsdocument van een derde waarop door Gegadigde een beroep wordt gedaan. De Aanbestedende Dienst verzendt het bericht met herstelgelegenheid via het Aanbestedingsplatform Tenderned. Als de Aanbestedende Dienst het gevraagde niet binnen de daartoe gestelde termijn heeft ontvangen of het gebrek niet door het antwoord is hersteld, komt Gegadigde niet in aanmerking voor verdere deelname aan de procedure.

Overeenstemming eisen en voorwaarden:
Uw Aanmelding dient in overeenstemming te zijn met alle vermelde eisen en voorwaarden die zijn opgenomen in deze Selectieleidraad, inclusief alle bijbehorende Bijlagen.

Een Aanmelding die niet voldoet aan één of meer bovenstaande minimumeisen, komt niet voor Selectie in aanmerking. Door indiening van de Aanmelding verklaart Gegadigde aan de gestelde eisen en voorwaarden te voldoen.

6.2 Selectiecriteria

Nadat alle Aanmeldingen zijn getoetst op de beschreven uitsluitingsgronden en gestelde geschiktheidseisen, zoals in § 5.1 ‘Uitsluitingsgronden’ en § 5.2 ‘Geschiktheidseisen’ is omschreven, worden de niet uitgesloten en/of afgewezen Gegadigden gerangschikt op basis van de selectiecriteria. Dit zijn geen minimumeisen, maar aspecten waar punten aan worden toegekend.

De verschillende selectiecriteria, als ook de aspecten en puntenverdeling worden in de volgende paragraaf omschreven.

6.2.1 Indienen van referenties

Bij het indienen van referenties moet Gegadigde dezelfde referentie gebruiken als de referentie die is ingediend voor de kerncompetenties uit hoofdstuk 5.2. Let op: bij het indienen van de referenties bent u verplicht gebruik te maken van Bijlagen 3 en 4 'Gecombineerd referentieformulier Perceel 1 en Perceel 2. Uit de referentie moet blijken dat uw referentie aansluit bij de hieronder omschreven selectiecriteria.

Voor perceel 1 dient u **Bijlage 3**: Gecombineerd Referentieformulier en selectieformulier Perceel 1 in.
Voor perceel 2 dient u **Bijlage 4**: Gecombineerd Referentieformulier en selectieformulier Perceel 2 in.

6.3 Selectiecriterium

In onderstaande sub paragrafen wordt per selectiecriterium aangegeven welk beoordelingskader gehanteerd wordt en is uitgewerkt op welke wijze u dit dient mee te nemen in uw Aanmelding.

Perceel 1 Media-advies en inkoop

6.3.1 Uitwerking selectiecriterium perceel 1

Selectiecriterium 1

Onderdeel	**Punten**
Basis Gegadigde beschikt over aantoonbare ervaring met het ontwikkelen van een mediastrategie en het strategisch plannen en inkopen van (digitale) media ten behoeve van een campagne die aantoonbaar was gericht op beïnvloeding van gedrag van één of meer specifieke doelgroepen. De referentie heeft betrekking op een campagne waarbij communicatie en media-inzet zijn ingezet om een gedragsverandering van de doelgroep(en) te beïnvloeden. De media-inzet binnen de referentieopdracht had een waarde van ten minste €10.000.	0
Om punten te verdienen met de referentie vragen we u om aan te tonen dat uw referentie voldoet aan de volgende extra's boven op de kerncompetentie.	**Maximaal 24 punten te behalen**
Thema De referentieopdracht betreft aantoonbaar een mediacampagne gericht op gedragsverandering binnen de thema's mobiliteit, infrastructuur en/of bereikbaarheid.	12
Dynamische inzet De media-inzet kende aantoonbaar een dynamisch karakter, waarbij de inkoop gedurende de campagne proactief tussentijds is geoptimaliseerd op basis van actuele omgevingsdata of meetbare resultaten.	12
Doelgroepen (meerdere opties mogelijk)	**Maximaal 18 punten te behalen**
De referentie is specifiek gericht op reizigers/weggebruikers.	6
De referentie is specifiek gericht op werkgevers en/of werknemers.	6
De referentie is specifiek gericht op logistiek/beroepsvervoer.	6
Opdrachtgever (één (1) optie mogelijk)	**Maximaal 18 punten te behalen**

De referentie is een opdracht vanuit één (1) (semi-)publieke opdrachtgever.	6
De referentie is een opdracht vanuit een samenwerking van twee (2) (semi-)publieke organisaties.	12
De referentie is een opdracht vanuit een samenwerking van drie of meer (semi-)publieke organisaties.	18
Maximale score op dit selectiecriterium	**60**

Selectiecriterium 2

Onderdeel	**Punten**
De Gegadigde heeft aantoonbare ervaring met het gedurende de looptijd monitoren en optimaliseren van een uitgevoerde (digitale) mediacampagne op basis van meetbare campagneresultaten. De Gegadigde toont dit bij deze referentie objectief aan door middel van (eventueel geanonimiseerde) rapportage, dashboard-uitdraai of evaluatiedocument, waaruit eenduidig blijkt dat Gegadigde: ○ De prestaties van de ingezette mediakanalen gedurende de campagne heeft gemonitord; ○ De resultaten periodiek heeft geanalyseerd en gerapporteerd aan de opdrachtgever; en ○ Op basis van de resultaten concrete optimalisaties of bijstuuradviezen heeft voorgesteld en/of doorgevoerd. De referentie dient inzicht te geven in de gehanteerde prestatie-indicatoren, waarbij ten minste inzicht is gegeven in bereik en/of impressies, interactie met de doelgroep en de kosten of efficiëntie van de media-inzet.	0
Om punten te verdienen met de referentie vragen we u om aan te tonen dat uw referentie voldoet aan de volgende extra's boven op de kerncompetentie.	**Maximaal 32 punten te behalen**
Uit de referentie (bijv. de dashboard-uitdraai) blijkt dat de monitoring voor de opdrachtgever werd ontsloten via een interactief dashboard dat (near) real-time inzicht gaf in de prestaties van de ingezette kanalen (in plaats van uitsluitend statische, periodieke rapportages).	10
Uit de referentie blijkt dat de Gegadigde gedurende de looptijd van de campagne het mediabudget actief en datagedreven heeft verschoven tússen verschillende mediakanalen (bijvoorbeeld van offline naar online media, of tussen verschillende online platformen onderling) om de kostenefficiëntie of het resultaat te maximaliseren.	10
Uit de referentie blijkt dat de Gegadigde onderscheid maakt tussen campagnetypen en per type passende KPI's hanteert. Bij awareness campagnes wordt gestuurd op bereik, impressies en frequentie binnen de beoogde doelgroep. Bij performance- en activatiecampagnes is aantoonbaar gestuurd op KPI's zoals kliks, CTR, kosten per conversie en op conversies die een gedragsverandering weerspiegelen, zoals app-downloads, doorkliks naar specifieke route-alternatieven of	12

aanmeldingen voor diensten. Uit de referentie blijkt tevens hoe gedurende de looptijd op basis van deze data is bijgestuurd.	
De gegadigde heeft kennis van en ervaring met het ontwikkelen van een mediaplan, adviseren, uitvoeren en inkopen van media-uitingen ten behoeve van meer dan één (1) online en/of offline campagne gericht op het beïnvloeden van reisgedrag (van bijvoorbeeld reizigers of weggebruikers).	**(maximaal 8 punten te behalen)**
Twee campagnes	2
Vier campagnes	4
Zes campagnes	6
Acht of meer campagnes	8
Maximale score op dit selectiecriterium	**40**

In het kader van **perceel 2** dient u als Gegadigde per kerncompetentie aan te tonen dat u voldoet aan de volgende kerncompetentie(s):

Perceel 2 Kerncompetentie 1:

Perceel 2: Communicatieadvies en vormgeving

6.3.2 Uitwerking selectiecriterium perceel 2

Selectiecriterium 1

Onderdeel	Punten
Basis De Gegadigde heeft aantoonbare ervaring met het opstellen van een strategisch communicatieplan en met het door vertalen, doorontwikkelen en produceren van campagne-uitingen voor zowel online als offline toepassing, op basis van een bestaande huisstijl, campagne-identiteit of communicatiestrategie. Uit de referentie blijkt dat Gegadigde: ○ Een bestaande campagne- of merklijn heeft doorvertaald naar een specifieke doelgroep, deelgebied of deelopgave, zonder daarbij een nieuwe identiteit te ontwikkelen; ○ Gegadigde heeft daarbij aantoonbaar zorggedragen voor de productie en oplevering van de campagne-uitingen in een vorm die geschikt is voor publicatie en/of verspreiding via de betreffende communicatiekanalen.	0
Om punten te verdienen met de referentie vragen we u om aan te tonen dat uw referentie voldoet aan de volgende extra's boven op de kerncompetentie.	**Maximaal 20 punten te behalen**
Thema De referentieopdracht betreft aantoonbaar een communicatie- of	15

gedragscampagne gericht op gedragsverandering binnen de thema's mobiliteit, infrastructuur en/of bereikbaarheid.	
Wendbaar & Creatief Uit de referentie blijkt dat de Gegadigde zowel strategisch wendbaar als creatief onderscheidend is: het advies is gedurende de opdracht aantoonbaar bijgesteld op basis van veranderende omstandigheden of nieuwe inzichten, en de gekozen concepten en vormgeving wijken aantoonbaar af van standaardoplossingen	5
Doelgroepen (meerdere opties mogelijk)	**Maximaal 12 punten te behalen**
De referentie is specifiek gericht op reizigers/weggebruikers.	4
De referentie is specifiek gericht op werkgevers en/of werknemers.	4
De referentie is specifiek gericht op logistiek/beroepsvervoer.	4
Opdrachtgever (één (1) optie mogelijk)	**Maximaal 8 punten te behalen**
De referentie is een opdracht vanuit één (1) (semi-)publieke opdrachtgever.	2
De referentie is een opdracht vanuit een samenwerking van twee (2) (semi-)publieke organisaties.	5
De referentie is een opdracht vanuit een samenwerking van drie of meer (semi-)publieke organisaties.	8
Maximale score op dit selectiecriterium	**40**

Selectiecriterium 2

Onderdeel	**Punten**
Doelgroepgerichte communicatie-aanpak en middelenontwikkeling De Gegadigde toont met de ingediende referentie aan in welke mate hij ervaring heeft met het ontwikkelen en produceren van communicatie- en campagnemiddelen die specifiek zijn afgestemd op voor ZHB relevante doelgroepen. Daar waar in Selectiecriterium 1 de scope van de referentie is getoetst, wordt in dit tweede criterium de kwaliteit van de uitwerking beoordeeld. Er wordt getoetst in hoeverre uit de referentie blijkt dat de communicatie-aanpak, boodschap, vormgeving en gekozen middelen aantoonbaar en succesvol zijn afgestemd op de specifieke kenmerken, informatiebehoefte en het gewenste gedrag van de gekozen doelgroep(en). Een referentie scoort hoger naarmate de Gegadigde overtuigender en gedetailleerder aantoont dat er sprake is van specifiek maatwerk voor de doelgroep, in plaats van een generieke 'one-size-fits-all' benadering. Voor de beantwoording kunt u maximaal één (1) A4 indienen in lettertype Arial en lettergrootte 11	
Uit de referentie blijkt niet of nauwelijks dat de aanpak, boodschap of middelen specifiek zijn afgestemd op de doelgroep, of de toelichting ontbreekt volledig.	0

De afstemming op de doelgroep(en) is zeer summier beschreven of niet overtuigend. De aanpak leunt te zwaar op generieke communicatie en toont onvoldoende aan dat er specifiek op de behoeftes van de doelgroep is ingespeeld.	2,5
De referentie toont een basale afstemming op de doelgroep(en). De aanpak is in de basis doelmatig, maar de toelichting mist op enkele punten diepgang of specifieke voorbeelden van concreet maatwerk in vormgeving of boodschap.	5
Uit de referentie blijkt een adequate en concrete aanpak. De ingezette middelen en geformuleerde boodschappen sluiten goed aan bij de informatiebehoefte en kenmerken van de doelgroep(en). Het betreft een professionele uitwerking, maar zonder elementen die de verwachtingen overtreffen.	7,5
Uit de referentie blijkt een uiterst doeltreffende en op maat gemaakte aanpak. De vertaalslag naar de doelgroep(en) is overtuigend onderbouwd met concrete voorbeelden van doelgroepgerichte boodschappen en middelen. De afstemming op de kenmerken en informatiebehoefte van de doelgroep is van een niveau dat de verwachtingen van de Opdrachtgever overtreft.	10
Maximale score op dit selectiecriterium	**10**

Selectiecriterium 3

Onderdeel	**Punten**
Voor het derde selectiecriterium vragen wij u onderstaande vragen te beantwoorden. Voor de beantwoording kunt u maximaal één (1) A4 indienen in lettertype Arial en lettergrootte 11. Bij het beantwoorden van de vragen wordt van Gegadigden verwacht dat zij hun aanpak kernachtig toelichten en illustreren met een concreet voorbeeld uit een eerdere, vergelijkbare opdracht. Het is niet de bedoeling dat u hier ingaat op de uitvoering van déze Aanbesteding; het gaat expliciet over uw algemene werkwijze en de opgedane ervaring uit een eerdere opdracht. **Vraagstelling** De samenwerking met verschillende partners en organisaties in een regio brengt een hoop verschillende (en soms tegenstrijdige) belangen met zich mee. Beschrijf uw aanpak voor het omgaan met deze meervoudige belangen bij het opstellen van een communicatieplan en het ontwikkelen van campagne-uitingen. Onderbouw uw aanpak aan de hand van een concreet voorbeeld uit een vergelijkbare opdracht in een complexe context. Beantwoord in uw uitwerking de volgende subvragen:	
S3.1 Wat was de opdracht? Beschrijf de opdracht (doel, doelgroep en beoogde gedragsverandering), benoem wie de (semi-)publieke opdrachtgever was en beschrijf kernachtig wat de opgeleverde communicatiestrategie of het advies inhield.	15 punten
S3.2 Welke stappen heeft u gezet? Welke concrete stappen heeft u gezet om tot deze communicatiestrategie of	10 punten

dit advies te komen, specifiek gericht op het succesvol navigeren binnen deze complexe context met meervoudige belangen?	
S3.3 Op welke bronnen is de strategie gebaseerd? Op welke informatie, databronnen of onderzoeken over de doelgroep (bijv. reizigers, weggebruikers of werkgevers) is deze strategie gebaseerd?	10 punten
S3.4 Wat was het effect? Wat was het daadwerkelijke effect van de ingezette communicatiestrategie of het advies op het gedrag van de doelgroep, en op welke wijze is dit gemeten?	15 punten
Maximale score op dit selectiecriterium	**50**

De beoordeling van dit selectiecriterium vindt plaats conform onderstaande tabel.

Beoordelingsrichtlijn selectiecriterium	Score
Hetgeen aangeboden is naar oordeel van de Opdrachtgever uitstekend. Oftewel de beantwoording is: • Doeltreffend; • Concreet; • Onderbouwd; • Volledig. Daarnaast bevat de beantwoording naar oordeel van de Opdrachtgever één of meerdere elementen die de verwachting van de Opdrachtgever overtreffen.	100%
Hetgeen aangeboden is naar oordeel van de Opdrachtgever **Goed** Oftewel de beantwoording is: ○ Doeltreffend; ○ Concreet; ○ Onderbouwd; ○ Volledig. De beantwoording is goed, maar bevat naar oordeel van de Opdrachtgever **geen** elementen die de verwachting van de Opdrachtgever overtreffen.	90%
Hetgeen aangeboden is naar oordeel van de Opdrachtgever **Voldoende**. De beantwoording is in de basis: ○ Doeltreffend; ○ Concreet; ○ Onderbouwd; ○ Volledig. Echter, de beantwoording vertoont op één of enkele ondergeschikte punten lichte tekortkomingen in doeltreffendheid, concreetheid, onderbouwing of	70%

volledigheid, maar deze belemmeren het algemene positieve beeld niet wezenlijk.	
Hetgeen aangeboden is naar oordeel van de Opdrachtgever **Matig**. De beantwoording is overwegend: ○ Niet doeltreffend; en/of ○ Niet concreet; en/of ○ Niet onderbouwd; en/of ○ Niet volledig. De beantwoording vertoont substantiële tekortkomingen waardoor de verwachting van de Opdrachtgever grotendeels niet wordt waargemaakt.	40%
Hetgeen aangeboden is naar oordeel van de Opdrachtgever **onvoldoende**. De beantwoording is: ○ Niet doeltreffend; en ○ Niet concreet; en ○ Niet onderbouwd; en ○ Niet volledig. De beantwoording ontbreekt, of de beantwoording schiet op alle fronten zodanig tekort dat deze onbruikbaar is of de verwachting van de Opdrachtgever in het geheel niet waarmaakt.	0%
Rekenvoorbeeld Stel een Gegadigde scoort op vraag **S3.2** (maximaal 10 punten) de beoordeling **'Goed' (90%).** De behaalde score voor deze vraag is dan: 10 punten x 90% = 9 punten.	

6.3.3 Beoordelingsteam

Het beoordelingsteam bestaat uit minimaal 3 ter zake kundige medewerkers van Zuid-Holland Bereikbaar en optioneel partnerorganisaties. *De Aanbestedende Dienst kan tevens een of meerdere reservebeoordelaars aanwijzen. Mocht een reguliere beoordelaar wegens onvoorziene omstandigheden uitvallen, dan neemt de reservebeoordelaar diens plaats in om de continuïteit van het beoordelingsproces te waarborgen.* Het beoordelingsteam per perceel kan verschillen. De beoordeling aan de hand van de selectiecriteria vindt plaats door het beoordelingsteam. Het team controleert de referentieformulieren en verifieert de gegevens indien nodig bij de referent. De inkoopadviseur houdt toezicht op het verloop van de beoordeling, conform deze Selectieleidraad.

6.4 Rangschikking en uitnodiging tot de Gunningsfase

Perceel 1:

Aanbestedende dienst bepaalt op basis van de in paragraaf 6.3 omschreven selectiecriteria welke vijf Gegadigden de hoogste totaalscores hebben behaald. Deze Gegadigden worden uitgenodigd voor de Gunningsfase. Indien er twee of meer gegadigden op een gedeelde 5e plek eindigen, wordt de gegadigde uitgenodigd die de hoogste score heeft behaald op

selectiecriterium 1. Indien er ook geen onderscheid is op selectiecriterium 1, wordt de Gegadigde met de hoogste score op selectiecriterium 2 uitgenodigd.

Indien meerdere gegadigden op de vijfde plaats ex aequo eindigen, wordt uitsluitend tussen deze betreffende gegadigden geloot voor de resterende uitnodiging(en).

Perceel 2:
Aanbestedende dienst bepaalt op basis van de in paragraaf 6.3 omschreven selectiecriteria welke vijf Gegadigden de hoogste totaalscores hebben behaald. Deze Gegadigden worden uitgenodigd voor de Gunningsfase. Indien er twee of meer gegadigden op een gedeelde 5e plek eindigen, wordt de gegadigde uitgenodigd die de hoogste score heeft behaald op selectiecriterium 1. Indien er ook geen onderscheid is op selectiecriterium 1, wordt de Gegadigde met de hoogste score op selectiecriterium 3 uitgenodigd.

Indien meerdere gegadigden op de vijfde plaats ex aequo eindigen, wordt uitsluitend tussen deze betreffende gegadigden geloot voor de resterende uitnodiging(en).

Proces loting
Indien loting van toepassing is, vindt deze plaats onder verantwoordelijkheid van minimaal 2 vertegenwoordigers van Aanbestedende dienst. Voor iedere Gegadigde wordt op een afzonderlijk A4-blad de naam van de betreffende Gegadigde geschreven. De A4 bladen worden op gelijke wijze gevouwen zodat de namen niet zichtbaar zijn. Vervolgens wordt er één, of indien van toepassing meerdere, A4-bladen getrokken. De Gegadigde waarvan de naam op het getrokken A4-blad staat, wordt uitgenodigd voor de Gunningsfase.
Van de loting wordt een kort verslag opgesteld, waarin in ieder geval de datum, aanwezigen, betrokken Gegadigden, werkwijze en uitkomst worden vastgelegd.

7.0 Gunningsfase

Om Gegadigden vooraf inzicht te geven in de verwachte eisen voor de Inschrijving in de Gunningsfase, wordt hieronder op hoofdlijnen ingegaan op deze fase.
De onderstaande informatie is globaal en indicatief van aard. Gegadigden kunnen hieraan geen rechten ontlenen. In de definitieve aanbestedingsstukken kan de Aanbestedende Dienst hiervan afwijken. In de Gunningsleidraad worden de uitgangspunten, randvoorwaarden en Gunningscriteria nader uitgewerkt. De Inschrijving dient te worden gebaseerd op de aanbestedingsstukken die in de Gunningsfase beschikbaar worden gesteld.

7.1 Beoogde gunningsfase

De inschrijvingen zullen beoordeeld worden op basis van de beste prijs-kwaliteitverhouding. Naar verwachting zal de verdeling 70% kwaliteit en 30% prijs zijn. De Gunningscriteria worden verder uitgewerkt in de Gunningsleidraad. Naar verwachting, onder voorbehoud van wijzigingen, worden dit de gunningscriteria:

Perceel 1
Gunningscriterium 1: Casus Mediastrategie gebiedscampagne
Gunningscriterium 2: Kennis van doelgroepen en regio
Gunningscriterium 3: Samenwerking, flexibiliteit en monitoring

Perceel 2
Gunningscriterium 1: Casus doorontwikkeling campagnelijn voor een gebiedsaanpak
Gunningscriterium 2: Team en werkwijze
Gunningscriterium 3: Publieke, meerpartijen-omgeving