

Algemene informatie

Aanbesteding: Communicatiediensten
Aanbestedende Dienst: Stichting Zuid-Holland Bereikbaar
Referentie: -
Toelichting: -

Vraag en antwoord

Ref.nr. **Onderwerp:**
1 PVE Eis 36

Vraag:

Daarnaast bepaalt de eis dat, totdat de geautomatiseerde koppeling operationeel is, de campagnedata iedere werkdag moet worden aangeleverd in een door Zuid-Holland Bereikbaar aangegeven datastructuur.

Kunt u specificeren welke datasets, velden en datastructuur hiervoor worden verlangd en via welke wijze deze dagelijkse bestanden dienen te worden aangeleverd?

Kunt u tevens bevestigen dat deze verplichting uitsluitend betrekking heeft op data die via de gebruikte bronplatformen daadwerkelijk dagelijks beschikbaar en exporteerbaar is?

Antwoord:

De datastructuur (datasets, velden, definities en aggregatieniveau) wordt bij aanvang van de Overeenkomst in afstemming tussen Opdrachtnemer en Zuid-Holland Bereikbaar vastgesteld, conform Eis 37. Uitgangspunt is ten minste de data genoemd in Eis 33, per dag en uitgesplitst naar campagne, flight, kanaal en waar mogelijk gebied: impressies/bereik, kliks, weergaven, kosten en conversies. De dagelijkse export wordt geautomatiseerd aangeleverd in een open, machineleesbaar formaat (bijvoorbeeld CSV) op een door Zuid-Holland Bereikbaar aan te wijzen beveiligde digitale locatie. Wij bevestigen dat de dagelijkse aanlevering betrekking heeft op data die via de gebruikte bronplatformen dagelijks beschikbaar en exporteerbaar is. Data die een bronplatform of exploitant niet dagelijks beschikbaar stelt (bijvoorbeeld bij buitenreclame of radio), levert Opdrachtnemer aan zodra deze beschikbaar is.

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Beantwoord op:

2 okt 2026

Percelen:

P1 Media-advies en inkoop

Ref.nr. **Onderwerp:**
2 PVE Eis 36

Vraag:

Inschrijver begrijpt de wens van Zuid-Holland Bereikbaar om de onder b en c beschreven datakoppelingen binnen zes maanden na ingang van de Overeenkomst operationeel te hebben.

Op basis van de huidige aanbestedingsstukken kan Inschrijver echter niet vaststellen welke technische inrichting hiervoor exact benodigd is. Onder meer de gewenste API-/connectorspecificaties, datastructuur en datamodel, authenticatie- en beveiligingseisen, technische vereisten van de datahub van Zuid-Holland Bereikbaar en het aantal te realiseren koppelingen zijn nog niet volledig bekend.

Hierdoor is het voor Inschrijver vooraf niet mogelijk om de technische inspanning, ontwikkelkosten en eventuele kosten van externe platformleveranciers voor deze koppelingen betrouwbaar vast te stellen en in de inschrijving te verdisconteren.

Kunt u daarom de volledige technische specificaties en randvoorwaarden van de gewenste koppeling(en) beschikbaar stellen, zodat Inschrijver de benodigde werkzaamheden en kosten vooraf kan bepalen?

Indien deze specificaties pas na gunning in afstemming met Zuid-Holland Bereikbaar worden vastgesteld, kunt u dan bevestigen dat werkzaamheden en eventuele externe kosten die redelijkerwijs niet op basis van de aanbestedingsstukken konden worden voorzien, niet vallen onder de verplichting om de koppelingen zonder aanvullende kosten te realiseren en als meerwerk kunnen worden beschouwd?

Antwoord:

De technische specificaties van de datahub van Zuid-Holland Bereikbaar worden in de Gunningsleidraad nader beschreven, voor zover die op dat moment bekend zijn. De verdere inrichting van de koppeling (datamodel, definities en aggregatieniveau) wordt conform Eis 37 bij aanvang van de Overeenkomst met Opdrachtnemer afgestemd. Zuid-Holland Bereikbaar gaat daarbij uit van gangbare standaarden, zoals een API, een standaard connector of een beveiligde geautomatiseerde data-export in een open formaat. Wij verwachten dat Inschrijver de kosten van het realiseren en onderhouden van de koppeling, inclusief eventuele kosten van externe connectortooling, opneemt in de geoffreerde tarieven, zoals bepaald in Eis 34 en 36. Deze kosten worden niet als meerwerk beschouwd. Wanneer Zuid-Holland Bereikbaar na de afstemming bij aanvang haar eigen systemen of informatiebehoefte wezenlijk wijzigt en dit tot aantoonbare extra werkzaamheden leidt, worden de gevolgen daarvan in overleg bepaald conform Eis 11.

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Beantwoord op:

2 okt 2026

Percelen:

P1 Media-advies en inkoop

Ref.nr.

3

Onderwerp:

PVE Eis 35

Vraag:

Inschrijver begrijpt de wens van Zuid-Holland Bereikbaar om campagnedata met een hoge actualiteit geautomatiseerd beschikbaar te hebben binnen haar eigen data lake/datahub en Power BI-omgeving.

Inschrijver maakt voor campagnes gebruik van verschillende eigen en externe advertentie-, meet- en rapportageplatformen. Niet ieder platform staat rechtstreekse toegang tot de bronapplicatie of ontsluiting van ruwe en ongefilterde data toe. Daarnaast beschikt niet iedere marktpartij noodzakelijkerwijs over een eigen data lake/datawarehouse waarin alle ruwe platformdata wordt opgeslagen.

Kunt u bevestigen dat het doel van deze eis is dat de voor Zuid-Holland Bereikbaar beschikbare campagnedata dagelijks en geautomatiseerd kan worden ontsloten naar de dataomgeving van Zuid-Holland Bereikbaar, en dat Opdrachtnemer vrij is in de technische inrichting waarmee dit wordt gerealiseerd?

Kunt u tevens bevestigen dat, indien rechtstreekse toegang tot een bronapplicatie niet mogelijk of niet toegestaan is, ook een alternatieve geautomatiseerde ontsluiting – bijvoorbeeld via een API, connector, tussenoplossing of rapportageplatform – is toegestaan, zonder dat Opdrachtnemer hiervoor noodzakelijkerwijs over een eigen data lake/datawarehouse hoeft te beschikken?

Daarbij gaan wij ervan uit dat uitsluitend data hoeft te worden ontsloten die binnen de technische mogelijkheden en gebruiksvoorwaarden van de betreffende bronplatformen beschikbaar is. Kunt u dit bevestigen?

Antwoord:

Wij bevestigen dat het doel van de eisen 34 tot en met 36 is dat de campagnedata van Zuid-Holland Bereikbaar dagelijks en geautomatiseerd, op het meest gedetailleerde niveau dat de bronplatformen toestaan, worden ontsloten naar de dataomgeving van Zuid-Holland Bereikbaar. Opdrachtnemer is vrij in de technische inrichting waarmee dit wordt gerealiseerd. Een geautomatiseerde ontsluiting via een API, connector, tussenoplossing of rapportageplatform is toegestaan. Opdrachtnemer hoeft hiervoor niet over een eigen data lake of datawarehouse te beschikken. Wij bevestigen dat uitsluitend data hoeft te worden ontsloten die binnen de technische mogelijkheden en gebruiksvoorwaarden van de betreffende bronplatformen beschikbaar is. Eis 34 en 35 worden hierop aangepast in het Programma van Eisen. Deze aanpassingen geldt reeds per direct via deze NVI en zal tekstueel worden verwerkt in het PVE bij de Gunningsleidraad.

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Beantwoord op:

2 okt 2026

Percelen:

P1 Media-advies en inkoop

Ref.nr.**Onderwerp:**

4

PVE Eis 34

Vraag:

Inschrijver begrijpt de wens van Zuid-Holland Bereikbaar om campagnedata rechtstreeks en met een hoge actualiteit beschikbaar te hebben binnen haar eigen datahub en Power BI-omgeving.

Inschrijver maakt voor campagnes echter gebruik van verschillende eigen en externe platformen, waaronder advertentie-, meet- en rapportagetools. Rechtstreekse toegang tot bronapplicaties en/of ruwe, ongefilterde data is niet bij ieder platform technisch mogelijk of toegestaan. Daarnaast kunnen bronapplicaties onderdeel zijn van een gedeelde omgeving van Opdrachtnemer waarin ook campagnes en gegevens van andere opdrachtgevers zijn opgenomen, waardoor rechtstreekse toegang vanuit het oogpunt van gegevensbeveiliging en vertrouwelijkheid niet mogelijk is.

Kunt u bevestigen dat aan deze eis eveneens kan worden voldaan door de voor Zuid-Holland Bereikbaar beschikbare campagnedata via een API, connector of andere geautomatiseerde gegevenskoppeling beschikbaar te stellen voor verwerking in de datahub en Power BI-omgeving van Zuid-Holland Bereikbaar, zonder dat daarbij noodzakelijkerwijs rechtstreekse toegang tot de onderliggende bronapplicaties wordt verleend?

Tevens verzoeken wij u te bevestigen dat de verplichting tot het beschikbaar stellen van ruwe, ongefilterde en onbewerkte data beperkt is tot de data die binnen de voorwaarden en technische mogelijkheden van de betreffende platformleverancier beschikbaar en ontsluitbaar zijn.

Antwoord:

Ja. Aan de eis kan worden voldaan door de campagnedata van Zuid-Holland Bereikbaar via een API, connector of andere geautomatiseerde gegevenskoppeling beschikbaar te stellen voor verwerking in de datahub en Power BI-omgeving van Zuid-Holland Bereikbaar. Rechtstreekse toegang tot de onderliggende bronapplicaties is daarvoor niet vereist. Zuid-Holland Bereikbaar verwacht in geen geval toegang tot gegevens van andere opdrachtgevers van Opdrachtnemer. De meekijktoegang tot de specifiek voor Zuid-Holland Bereikbaar ingerichte accounts en (advertentie) omgevingen blijft van toepassing. Wij bevestigen dat de verplichting tot het beschikbaar stellen van ruwe, ongefilterde en onbewerkte data beperkt is tot de data die binnen de voorwaarden en technische mogelijkheden van de betreffende platformleverancier beschikbaar en ontsluitbaar zijn. Zie ook het antwoord op vraag 3.

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Beantwoord op:

2 okt 2026

Percelen:

P1 Media-advies en inkoop

Ref.nr.

5

Onderwerp:

PVE Eis 33

Vraag:

Inschrijver begrijpt de wens van Zuid-Holland Bereikbaar om te kunnen beschikken over alle voor

haar campagnes gegenereerde en beschikbare campagnedata.

Een deel van de data wordt echter gegenereerd binnen externe advertentie- en mediaplatformen. Op deze data kunnen de gebruiksvoorwaarden, eigendomsrechten en technische beperkingen van de betreffende platformleveranciers van toepassing zijn. Hierdoor kan Opdrachtnemer niet in alle gevallen het eigendom van alle onderliggende platformdata overdragen of deze volledig ontsluiten.

Kunt u bevestigen dat deze eis betrekking heeft op de campagne- en rapportagedata die Opdrachtnemer binnen de geldende platformvoorwaarden rechtmatig kan ontsluiten en exporteren, en dat data waarop rechten of technische beperkingen van derde platformleveranciers rusten buiten de verplichting tot eigendomsoverdracht vallen?

Tevens verzoeken wij u te bevestigen dat voor de overdracht in een open, machine leesbaar formaat kan worden volstaan met de beschikbare exportmogelijkheden van de betreffende platformen, bijvoorbeeld CSV- of vergelijkbare gangbare bestandsformaten.

Antwoord:

Ja. Eis 33 heeft betrekking op de campagne- en rapportagedata die in het kader van de campagnes van Zuid-Holland Bereikbaar worden verzameld of gegenereerd, en die Opdrachtnemer binnen de geldende platformvoorwaarden rechtmatig kan ontsluiten en exporteren. Rechten die derde platformleveranciers op grond van hun eigen voorwaarden hebben, blijven onverlet. In de verhouding tussen Opdrachtnemer en Zuid-Holland Bereikbaar is deze data eigendom van Zuid-Holland Bereikbaar. Opdrachtnemer mag deze data niet voor andere doeleinden of opdrachtgevers gebruiken (zie ook Eis 4). Voor de overdracht in een open, machineleesbaar formaat volstaan de gangbare exportmogelijkheden van de platformen, zoals CSV of vergelijkbare gangbare formaten.

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Beantwoord op:

2 okt 2026

Percelen:

P1 Media-advies en inkoop

Ref.nr.

6

Onderwerp:

PVE Eis 32

Vraag:

Inschrijver begrijpt dat de genoemde indexeringsystematiek uitsluitend van toepassing is op de tarieven en de media-inkoopfee van Opdrachtnemer en niet op de daadwerkelijk ingekochte mediabestedingen.

Mediabudgetten zijn afhankelijk van verschillende factoren, waaronder het doel van de campagne, de doelgroep, het geografische gebied, de looptijd, de gekozen kanalen, het gewenste bereik en de op dat moment geldende marktprijzen. Het benodigde mediabudget kan hierdoor per campagne verschillen en wordt bij voorkeur per campagne bepaald op basis van de specifieke doelstellingen en omstandigheden.

Kunt u bevestigen dat mediabudgetten niet als vaste tarieven worden beschouwd en dat deze per campagne, in afstemming met Zuid-Holland Bereikbaar, kunnen worden bepaald en aangepast aan de specifieke campagnebehoefte en actuele marktomstandigheden?

Antwoord:

Mediabudgetten zullen altijd per losse campagne vastgesteld worden en worden niet als vaste tarieven beschouwd. Het proces verloopt conform het beschreven proces van afroep uit paragraaf 2.1.2

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Beantwoord op:

2 okt 2026

Percelen:

P1 Media-advies en inkoop

Ref.nr.

7

Onderwerp:

PVE Eis 29

Vraag:

Inschrijver begrijpt dat bij (programmatic) online inkoop viewability, brand safety en fraudepreventie dienen te worden geborgd en dat de eindverantwoordelijkheid voor optimalisatie bij een menselijke specialist ligt.

Kunt u nader toelichten wat u verstaat onder het rapporteren van viewability, brand safety en fraudepreventie conform de geldende IAB-normen? Verwacht Zuid-Holland Bereikbaar dat hiervoor specifieke KPI's, meetmethodieken, certificeringen en/of bewijsstukken worden opgenomen in de campagnerapportages? Zo ja, kunt u aangeven welke?

Antwoord:

Zuid-Holland Bereikbaar verwacht dat Opdrachtnemer in de rapportage per flight voor de (programmatic) online inzet ten minste het volgende opneemt: (1) viewability: het percentage zichtbare impressies volgens de IAB/MRC-standaard (display: ten minste 50% van de pixels gedurende minimaal 1 seconde in beeld; video: ten minste 50% van de pixels gedurende minimaal 2 seconden); (2) brand safety: het aandeel impressies dat is geweigerd of is verschenen in omgevingen die niet brand safe zijn, en de gehanteerde uitsluitingen (zoals blocklists en categorie-uitsluitingen); (3) fraudepreventie: het aandeel ongeldig verkeer (invalid traffic). Bij elke KPI vermeldt Opdrachtnemer de gebruikte meetmethode en de (onafhankelijke) verificatietool. Specifieke certificeringen zijn niet vereist. De streefwaarden per KPI worden bij aanvang van de Overeenkomst afgesproken en vastgelegd in het werkafsprakenboek.

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Beantwoord op:

2 okt 2026

Percelen:

P1 Media-advies en inkoop

Ref.nr.

8

Onderwerp:

PVE Eis 23

Vraag:

Inschrijver begrijpt dat gedurende de looptijd van de Overeenkomst een geordend digitaal archief beschikbaar dient te zijn met alle voor Zuid-Holland Bereikbaar ontwikkelde middelen, bronbestanden en data, geordend per gebied/campagne.

Inschrijver stelt voor hiervoor gebruik te maken van een gedeelde digitale omgeving, zoals Microsoft SharePoint of Microsoft Teams, waartoe Zuid-Holland Bereikbaar gedurende de looptijd toegang krijgt.

Kunt u bevestigen dat een dergelijke gedeelde digitale omgeving voldoet aan deze eis?

Antwoord:

Ja, een gedeelde digitale omgeving zoals Microsoft SharePoint of Microsoft Teams voldoet aan Eis 23, mits: (a) Zuid-Holland Bereikbaar gedurende de gehele looptijd van de Overeenkomst toegang heeft; (b) de middelen, bronbestanden en data geordend zijn per gebied en campagne, met herkenbare actuele versies; en (c) de inhoud bij het einde van de Overeenkomst volledig en kosteloos aan Zuid-Holland Bereikbaar wordt overgedragen, conform Eis 21.

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Beantwoord op:

2 okt 2026

Percelen:

P1 Media-advies en inkoop

P2 Communicatieadvies en vormgeving

Ref.nr.

9

Onderwerp:

PVE 1.5 Juridische en contractuele eisen

Vraag:

Eis 20

Inschrijver begrijpt dat intellectuele eigendomsrechten op middelen die specifiek in opdracht van ZHB worden ontwikkeld, conform de ARVODI-2025 worden overgedragen aan ZHB.

Inschrijver maakt voor de uitvoering en rapportage echter gebruik van een reeds bestaand, in eigen beheer ontwikkeld programma en bijbehorende rapportageformats. De intellectuele eigendomsrechten hiervan berusten bij Inschrijver en deze middelen worden tevens ingezet voor andere opdrachtgevers in binnen- en buitenland.

Kunt u bevestigen dat deze reeds bestaande programmatuur, methodieken en rapportage formats buiten de reikwijdte van Eis 20 vallen en dat de intellectuele eigendomsrechten hierop bij Inschrijver blijven berusten?

Antwoord:

Ja. Programmatuur, methodieken, tools en rapportageformats die Inschrijver al voor aanvang van de Overeenkomst in eigen beheer heeft ontwikkeld en die niet specifiek voor Zuid-Holland Bereikbaar zijn gemaakt, vallen buiten de overdracht op grond van Eis 20. De intellectuele eigendomsrechten daarop blijven bij Inschrijver. De inhoud die met deze middelen voor Zuid-Holland Bereikbaar wordt gemaakt, zoals de rapportages zelf en de campagnedata, valt hier niet onder. Zuid-Holland Bereikbaar mag deze inhoud vrij gebruiken, ook intern en met haar partners, en de data blijven eigendom van Zuid-Holland Bereikbaar conform Eis 33.

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Beantwoord op:

2 okt 2026

Percelen:

P1 Media-advies en inkoop

P2 Communicatieadvies en vormgeving

Ref.nr.

10

Onderwerp:

6.3.1 Uitwerking selectiecriteria perceel 1

Vraag:

Selectiecriteria 2.

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).

Kunt u bevestigen dat het aantal campagnes binnen dezelfde opdracht en voor dezelfde opdrachtgever uitgevoerd moet zijn?

Antwoord:

Nee, de campagnes hoeven niet binnen dezelfde opdracht of voor dezelfde opdrachtgever te zijn uitgevoerd. Indien deze campagnes geen onderdeel uitmaken van de hoofdreferentieopdracht(en) in Bijlage 3, kunt u de betreffende aanvullende campagnes (tot het maximum van acht campagnes)

in het invulveld van Selectie criterium 2 in Bijlage 3 kort en puntsgewijs benoemen. Vermeld daarbij per campagne de opdrachtgever, de uitvoeringsperiode (niet ouder dan drie jaar conform paragraaf 5.2.3.1), het reisgedragsdoel en uw rol (ontwikkelen mediaplan, adviseren, uitvoeren en inkopen). Meerdere afzonderlijke campagnes binnen één referentieopdracht tellen eveneens elk afzonderlijk mee. Zolang de campagnes wel losstaand zijn en geen losse flights zijn van 1 campagne.

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Beantwoord op:

2 okt 2026

Percelen:

P1 Media-advies en inkoop

Ref.nr.
11

Onderwerp:

6.3.1 Uitwerking selectie criterium perceel 1

Vraag:

Selectie criterium 1:

Is het toegestaan een opdracht uitgevoerd voor de aanbestedende dienst als referentie op te voeren?

Antwoord:

Ja, dat is toegestaan, mits de referentieopdracht voldoet aan alle gestelde referentie-eisen. Referentieopdrachten die voor de aanbestedende dienst zijn uitgevoerd, worden op dezelfde wijze en uitsluitend aan de hand van de gepubliceerde criteria en de door de gegadigde verstrekte onderbouwing beoordeeld als referentieopdrachten voor andere opdrachtgevers.

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Beantwoord op:

2 okt 2026

Percelen:

P1 Media-advies en inkoop

Ref.nr.
12

Onderwerp:

Selectie criterium 3 Perceel 2

Vraag:

In de selectieleidraad staat vermeld dat voor Selectie criterium 3 Perceel 2 maximaal 50 punten te verdienen is (p. 38). In bijlage 4 staat 60 punten (p. 5).

Kunt u bevestigen dat het maximaal aantal te behalen punten voor dit selectie criterium 50 is?

Antwoord:

Het maximaal te behalen punten voor dit selectie criterium is inderdaad 50. Dit is aangepast in het formulier en gepubliceerd met deze Nota van Inlichtingen (S3.1 = 15 punten, S3.2 = 10 punten, S3.3 = 10 punten, S3.4 = 15 punten; totaal 50 punten)

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Beantwoord op:

2 okt 2026

Percelen:

P2 Communicatieadvies en vormgeving

Ref.nr.
13

Onderwerp:

Selectie leidraad, Beoordeling selectie criterium 3 Perceel 2, p. 38

Vraag:

Hierin staat: "De beantwoording is goed, maar bevat naar oordeel van de Opdrachtgever geen elementen die de verwachting van de Opdrachtgever overtreffen."

Kunt u op enige wijze objectiveren wanneer uw verwachtingen overtroffen worden en wanneer dit niet het geval is?

Antwoord:

De beoordeling vindt plaats aan de hand van het gepubliceerde criterium en beoordelingskader. Van het overtreffen van de verwachtingen (100% score) is sprake wanneer de Gegadigde niet alleen volledig, concreet en doeltreffend antwoord geeft op de subvragen, maar de aanpak en keuzes uitzonderlijk scherp, navolgbaar en met concrete voorbeelden en/of aantoonbare gedragsresultaten onderbouwt die extra meerwaarde bieden ten opzichte van een reguliere goede uitwerking.

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Beantwoord op:

2 okt 2026

Percelen:

P2 Communicatieadvies en vormgeving

Ref.nr.

14

Onderwerp:

Selectieleidraad, Selectie criterium 3 Perceel 2, p. 37

Vraag:

Klopt het dat voor het onderbouwen van Selectie criterium 3 Perceel 2 een andere opdracht kan worden aangedragen dan de referentieopdracht? Mag Inschrijver er ook voor kiezen om hier dezelfde opdracht op te voeren als die gebruikt is als referentieproject om de eerste 2 selectiecriteria te onderbouwen? Hecht u er waarde aan als een andere opdracht wordt gekozen dan het referentieproject, omdat de beantwoording van Selectie criterium 3 veel overlap lijkt te hebben met criteria 1 en 2?

Antwoord:

Conform paragraaf 6.2.1 dient de opdracht die u gebruikt voor de onderbouwing van Selectie criterium 3 overeen te komen met een referentieopdracht die u heeft ingediend voor het aantonen van de kerncompetenties uit paragraaf 5.2.3.1. Het is dus niet toegestaan om voor Selectie criterium 3 een geheel andere opdracht van buiten de ingediende geschiktheidsreferentie (s) op te voeren. U mag voor Selectie criterium 3 dezelfde referentieopdracht gebruiken als voor Selectie criterium 1 en 2 (of, indien u voor Kerncompetentie 1 en Kerncompetentie 2 twee verschillende referentieopdrachten heeft opgevoerd, één van die twee referentieopdrachten). De Aanbestedende Dienst hecht er geen extra waarde aan als u hiervoor een tweede referentieopdracht gebruikt; dit levert geen voor- of nadeel op in de beoordeling

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Beantwoord op:

2 okt 2026

Percelen:

P2 Communicatieadvies en vormgeving

Ref.nr.

15

Onderwerp:

Selectieleidraad, Beoordeling selectie criterium 3 Perceel 2, p. 38

Vraag:

De tabel die hier staat geeft als maximale score '90%' aan (is 'Goed').

Klopt het dat hier geen 100% score kan worden gehaald en dat het dus niet mogelijk is de maximale punten te krijgen? Of mist in de beoordelingstabel deze optie (en de beschrijving waaraan moet worden voldaan om deze maximale score te behalen?)

Antwoord:

Uw constatering is juist. In de beoordelingstabel is de rij voor de maximale score (100%) per abuis weggefallen. De rij voor 100% ('Uitstekend') luidt: 'Hetgeen aangeboden is naar oordeel van de Opdrachtgever Uitstekend. De beantwoording is doeltreffend, concreet, onderbouwd en volledig, én bevat elementen die de verwachting van de Opdrachtgever overtreffen (score: 100%).' In het rekenvoorbeeld onder de tabel dient dientengevolge '10 punten x 100% = 10 punten' (of bij 90% 'Goed': '10 punten x 90% = 9 punten') te worden gelezen." Deze is toegevoegd en gepubliceerd met deze Nota van Inlichtingen

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Beantwoord op:

2 okt 2026

Percelen:

P2 Communicatieadvies en vormgeving

Ref.nr.
16

Onderwerp:

Selectieleidraad , Selectie criterium 2 Perceel 2, p. 37

Vraag:

Hier staat bij de beoordeling die 7,5 punten waard is: "Het betreft een professionele uitwerking, maar zonder elementen die de verwachtingen overtreffen." Een beoordeling die 10 punten waard is "is van een niveau dat de verwachtingen van de Opdrachtgever overtreft".

Kunt u op enige wijze objectiveren wanneer uw verwachtingen overtroffen worden en wanneer dit niet het geval is?

Antwoord:

De beoordeling vindt plaats aan de hand van het gepubliceerde criterium en beoordelingskader in paragraaf 6.3.2. Van het overtreffen van de verwachtingen (10 punten) ten opzichte van een goede, professionele uitwerking (7,5 punten) is sprake wanneer de Gegadigde niet volstaat met een algemene beschrijving van de doelgroepaanpak, maar per doelgroep uitzonderlijk scherp en met concrete praktijkvoorbeelden uit de referentieopdracht onderbouwt welke specifieke doelgroepinzichten (kenmerken en informatiebehoefte) tot welke specifieke keuzes in boodschap, toon, vormgeving en kanaal-/middeleninzet hebben geleid om het gewenste gedrag te realiseren.

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Beantwoord op:

2 okt 2026

Percelen:

P2 Communicatieadvies en vormgeving

Ref.nr.
17

Onderwerp:

Selectiecriterium 1 van Perceel 2

Vraag:

In de Selectieleidraad wordt voor selectiecriterium 2 en 3 van Perceel 2 gespecificeerd hoeveel A4 de beantwoording mag beslaan en in welk lettertype en lettergrootte. Voor Selectiecriterium 1 Perceel 2 wordt dit niet gespecificeerd in de Selectieleidraad. In Bijlage 4 staat bij selectiecriterium 1 "maximaal 300 woorden voor de gehele tabel".

Kan Opdrachtgever bevestigen dat voor Selectiecriterium 1 Perceel 2 de enige eis het aantal woorden is?

Antwoord:

We bevestigen inderdaad dat de enige eis het aantal woorden is voor deze gehele tabel.

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Beantwoord op:

2 okt 2026

Percelen:

P2 Communicatieadvies en vormgeving

Ref.nr.
18

Onderwerp:

Selectieleidraad 6.3.2 Uitwerking selectiecriterium perceel 2. Selectiecriterium 1, p. 36.

Vraag:

Hier staat: "Doelgroepen (meerdere opties mogelijk). De referentie is specifiek gericht op reizigers /gebruikers / werkgevers en/of werknemers / logistiek/beroepsvervoer."

Hoe definieert Opdrachtgever 'specifiek gericht op'? Als een flight binnen de gehele campagne gericht is op een van deze specifieke doelgroepen, is dat dan genoeg om de maximale punten voor deze doelgroep te krijgen? Of dient de gehele campagne gericht te zijn op deze doelgroep om de maximale punten te krijgen?

Antwoord:

Een referentie is 'specifiek gericht op' een doelgroep wanneer uit de referentie aantoonbaar blijkt dat een afzonderlijk herkenbaar onderdeel van de campagne voor die doelgroep is ontwikkeld: met een eigen boodschap, eigen middelen en/of eigen inzet, bijvoorbeeld een flight gericht op werkgevers. De gehele campagne hoeft niet uitsluitend op die doelgroep gericht te zijn. Een campagne voor het algemene publiek, waarin de betreffende doelgroep alleen als onderdeel van dat publiek wordt bereikt, levert voor die doelgroep geen punten op. De punten per doelgroep

worden volledig of niet toegekend en zijn cumulatief (zie ook het antwoord op vraag 44).

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Beantwoord op:

2 okt 2026

Percelen:

P2 Communicatieadvies en vormgeving

Ref.nr.
19

Onderwerp:

Selectieleidraad 6.3.2 Uitwerking selectie criterium perceel 2. Selectie criterium 1, p. 36

Vraag:

Hier staat: "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"

Hoe definieert Opdrachtgever wat 'standaardoplossingen' zijn. Kan verduidelijkt worden wat Opdrachtgever hieronder verstaat?

Antwoord:

Onder 'standaardoplossingen' verstaat Zuid-Holland Bereikbaar generieke concepten en vormgeving die zonder wezenlijke aanpassing voor willekeurige opdrachtgevers of opgaven inzetbaar zijn. Voorbeelden zijn een voor de hand liggende boodschap, een standaardtemplate of algemeen beeld zonder vertaalslag naar de specifieke opgave. Concepten en vormgeving wijken 'aantoonbaar af van standaardoplossingen' wanneer uit de referentie blijkt dat deze voortkomen uit een inzicht in de specifieke opgave, doelgroep of context, en daardoor onderscheidend zijn. Voor dit onderdeel moeten uit de referentie zowel de strategische wendbaarheid als de creatieve onderscheidendheid blijken.

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Beantwoord op:

2 okt 2026

Percelen:

P2 Communicatieadvies en vormgeving

Ref.nr.
20

Onderwerp:

Selectieleidraad. 5.2.3.1 Kerncompetenties, p. 28.

Vraag:

Hierin staat: "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".

Hoe wordt 'een nieuwe identiteit' gedefinieerd? Valt het opstellen van een nieuwe campagnelijn binnen een bestaande huisstijl hieronder?

Antwoord:

Met 'een nieuwe identiteit' bedoelt Zuid-Holland Bereikbaar het ontwikkelen van een nieuwe merk- of organisatie-identiteit, zoals een nieuw logo, een nieuwe huisstijl of een nieuwe visuele identiteit. Het ontwikkelen van een campagne of campagnelijn die binnen een bestaande huisstijl en merkidentiteit blijft, voldoet aan de kerncompetentie. Voorwaarde is dat uit de referentie blijkt dat de bestaande huisstijl of campagnelijn is doorvertaald naar een specifieke doelgroep, een deelgebied of een deelopgave.

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Beantwoord op:

2 okt 2026

Percelen:

P1 Media-advies en inkoop

P2 Communicatieadvies en vormgeving

Ref.nr.
21

Onderwerp:

Programma van Eisen 3, eis 40

Vraag:

Wordt hier de overdracht van bronbestanden na afloop van het contract bedoeld of ook tijdens? In het laatste geval: is het dan nodig dat opdrachtnemer een archief bijhoudt dat na afloop van het contract wordt overlegd? In dat geval zorgt dat voor tweemaal overdracht van bestanden, tweemaal bijhouden van een archief en tweemaal administratieve lasten voor zowel opdrachtgever als -nemer.

Antwoord:

Eis 40 ziet op de levering van bronbestanden tijdens de looptijd: bij de oplevering van elk middel levert Opdrachtnemer de bronbestanden in open, bewerkbare formaten. Om dubbele administratieve lasten te voorkomen, mag Opdrachtnemer deze levering laten verlopen via het digitale archief uit Eis 23. Een bronbestand dat in dat archief is opgenomen en voor Zuid-Holland Bereikbaar toegankelijk is, geldt als geleverd. Bij het einde van de Overeenkomst wordt de inhoud van dat archief overgedragen (Eis 21). Er is dus sprake van één archief en één overdracht bij

contracteinde.

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Beantwoord op:

2 okt 2026

Percelen:

P2 Communicatieadvies en vormgeving

Ref.nr.
22

Onderwerp:

Programma van Eisen 1.2, eis 5

Vraag:

Klopt het dat het prijzenblad pas in de gunningsfase door de opdrachtgever wordt verstuurd?

Antwoord:

Het prijzenblad wordt inderdaad pas bij de gunningsfase verstuurd.

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Beantwoord op:

2 okt 2026

Percelen:

P1 Media-advies en inkoop

P2 Communicatieadvies en vormgeving

Ref.nr.
23

Onderwerp:

Selectieleidraad 4.1.2 Ondertekening

Vraag:

Kunt u bevestigen dat een rechtsgeldige digitale handtekening door u wordt geaccepteerd?

Antwoord:

Een rechtsgeldige digitale handtekening wordt ook geaccepteerd.

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Beantwoord op:

2 okt 2026

Percelen:

P1 Media-advies en inkoop

P2 Communicatieadvies en vormgeving

Ref.nr.
24

Onderwerp:

Selectieleidraad 2.1.2 Parallele capaciteit

Vraag:

U vraagt de opdrachtnemer om minstens drie deelopdrachten parallel te kunnen uitvoeren. Is daar ook een maximum aan, gebaseerd op de praktijk?

Antwoord:

Er geldt geen vast maximum. In de praktijk verwacht Zuid-Holland Bereikbaar dat per bureau doorgaans drie tot vijf deelopdrachten gelijktijdig lopen. Het aantal kan in piekperioden hoger liggen, bijvoorbeeld rond de lancering van een gebiedscampagne of bij ongeplande werkzaamheden. Het aantal gelijktijdig lopende gebiedscampagnes neemt gedurende de looptijd toe (zie paragraaf 2.1.2). Wanneer het aantal gelijktijdige deelopdrachten de afgesproken doorlooptijden in gevaar brengt, stemmen Opdrachtgever en Opdrachtnemer de planning en prioritering in overleg af.

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Beantwoord op:

2 okt 2026

Percelen:

P1 Media-advies en inkoop

P2 Communicatieadvies en vormgeving

Ref.nr.
25

Onderwerp:

Algemeen

Vraag:

Deze aanbesteding lijkt niet te vinden in de Aanbestedingskalender, een platform dat stelt een

overzicht te bieden van alle overheidsopdrachten. Oudere aanbestedingen van Zuid-Holland Bereikbaar zijn wel in de Aanbestedingskalender te vinden. Klopt het dat de aanbesteding niet is aangemeld? Zo ja: is dat bewust of per ongeluk?

Antwoord:

Zuid-Holland Bereikbaar maakt geen gebruik van het genoemde platform en beschikt momenteel niet over een openbare aanbestedingskalender. Deze Europese aanbesteding is conform de Aanbestedingswet 2012 gepubliceerd via TenderNed en TED.

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Beantwoord op:

2 okt 2026

Percelen:

P1 Media-advies en inkoop

P2 Communicatieadvies en vormgeving

Ref.nr.
26

Onderwerp:

Rechtsopvolging bij een juridische fusie

Vraag:

Selectieleidraad V1.0, paragraaf 5.2.3.1 - Indien een gegadigde na publicatie van deze aanbesteding, maar vóór de uiterste datum voor aanmelding, als verkrijgende vennootschap betrokken is bij een juridische fusie in de zin van artikel 2:309 BW, kan die gegadigde zich dan beroepen op referentieopdrachten die vóór de fusie in eigen beheer zijn uitgevoerd door de verdwijnende vennootschap? Indien dat het geval is, welk bewijs van de rechtsopvolging verlangt de aanbestedende dienst bij de aanmelding?

Antwoord:

Ja, dat is toegestaan als de fusie uiterlijk op de uiterste datum voor aanmelding officieel is afgerond. De referentie moet voldoen aan de gestelde eisen en de benodigde kennis en capaciteit moeten bij de verkrijgende vennootschap aanwezig zijn. Bij de aanmelding moet de fusie worden aangetoond met een recent uittreksel van de Kamer van Koophandel en de notariële fusieakte, of met gelijkwaardige officiële documenten.

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Beantwoord op:

2 okt 2026

Percelen:

P1 Media-advies en inkoop

P2 Communicatieadvies en vormgeving

Ref.nr.**27****Onderwerp:**

Bewijsmateriaal bij de selectiecriteria

Vraag:

Bijlage 3, onderdeel 4, selectie criterium 2 - Bij selectie criterium 2 staat vermeld dat één of meerdere bijlagen als bewijsmateriaal kunnen worden geüpload. Welke bestandsformaten, welke maximale omvang en welk maximaal aantal bijlagen zijn toegestaan? Geldt dezelfde mogelijkheid voor de overige selectiecriteria van perceel 1 en voor de selectiecriteria van perceel 2, en telt de inhoud van geüpload bewijsmateriaal mee binnen de woordlimiet?

Antwoord:

De mogelijkheid om één of meerdere bijlagen als bewijsmateriaal (zoals een eventueel geanonimiseerde rapportage, dashboard-uitdraai of evaluatiedocument) te uploaden, geldt uitsluitend voor Kerncompetentie 2 / Selectie criterium 2 van Perceel 1, omdat daar expliciet om dit objectieve bewijsstuk wordt gevraagd. Dit bewijsmateriaal dient conform paragraaf 4.2.2 als PDF-bestand te worden ingediend (maximaal 3 bijlagen van redelijke omvang). De tekst in dit bestaande (geanonimiseerde) rapportage-/dashboarddocument telt niet mee voor de woordlimiet van het invulformulier, mits het daadwerkelijk een bestaand document uit de referentieopdracht betreft en geen aanvullende voor deze aanbesteding geschreven tekst. Voor Selectie criterium 1 van Perceel 1 en voor alle selectiecriteria van Perceel 2 is het toevoegen van aparte bijlagen of bewijsstukken niet toegestaan; daar dient de volledige beantwoording binnen de gestelde woord- en paginalimieten in het referentieformulier te passen.

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Beantwoord op:

2 okt 2026

Percelen:

P1 Media-advies en inkoop

P2 Communicatieadvies en vormgeving

Ref.nr.**28****Onderwerp:**

Online en offline bij perceel 2

Vraag:

Selectieleidraad V1.0, paragraaf 5.2.3.1, kerncompetentie 1 perceel 2 - Kerncompetentie 1 van perceel 2 vereist aantoonbare ervaring met het doorvertalen, doorontwikkelen en produceren van campagne-uitingen voor zowel online als offline toepassing. Moeten beide toepassingen, online en offline, blijken uit dezelfde referentieopdracht? Of volstaat het dat de gegadigde beide

aantoonbaar beheerst, bijvoorbeeld doordat de offline toepassing uit een andere opdracht blijkt?

Antwoord:

Ja, zowel de online als de offline toepassing moet blijken uit dezelfde referentieopdracht. Kerncompetentie 1 van perceel 2 betreft één samenhangende competentie: het doorvertalen, doorontwikkelen en produceren van campagne-uitingen voor zowel online als offline toepassing binnen één opdracht. Het is niet toegestaan de online en offline toepassing met verschillende opdrachten aan te tonen.

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Beantwoord op:

2 okt 2026

Percelen:

P2 Communicatieadvies en vormgeving

Ref.nr.

29

Onderwerp:

Puntentotaal selectiecriterium 3 perceel 2

Vraag:

Paragraaf 6.3.2 kent aan selectiecriterium 3 van perceel 2 een maximum van 50 punten toe (15, 10, 10 en 15 punten voor de subvragen S3.1 tot en met S3.4) en vermeldt onder de tabel "Maximale score op dit selectiecriterium: 50". Bijlage 4 vermeldt bij hetzelfde selectiecriterium "Max 60 punten". Welk maximum is leidend, en wat is daarmee de maximaal te behalen totaalscore voor perceel 2?

Antwoord:

Voor selectiecriterium 3 van perceel 2 zijn maximaal 50 punten te behalen. In z'n geheel zijn er voor perceel 2 maximaal 100 punten te behalen.

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Beantwoord op:

2 okt 2026

Percelen:

P2 Communicatieadvies en vormgeving

Ref.nr.
30

Onderwerp:
Omvang van de antwoorden bij perceel 2

Vraag:

Selectieleidraad V1.0, paragraaf 6.3.2 en Bijlage 4, selectiecriteria 2 en 3 - Voor de beantwoording van selectiecriteria 2 en selectiecriteria 3 van perceel 2 geldt telkens een maximum van één A4 in Arial 11. Geldt die beperking afzonderlijk per selectiecriteria, zodat in totaal twee A4 kunnen worden ingediend? Tellen tabellen, afbeeldingen, bijschriften, kopteksten en voetteksten mee binnen dat A4, en gelden er eisen aan marges en regelafstand?

Antwoord:

De beperking geldt inderdaad afzonderlijk per selectiecriteria. De beperking van maximaal één (1) A4 in lettertype Arial en lettergrootte 11 geldt inderdaad afzonderlijk per selectiecriteria (voor Selectiecriteria 2 en Selectiecriteria 3 dus elk maximaal één A4). De gehele uitwerking van het antwoord, inclusief eventuele tabellen, afbeeldingen en bijschriften, telt mee binnen dit maximum van één A4 per selectiecriteria. Hierbij dienen de standaardmarges en regelafstand van het verstrekte referentieformulier (Bijlage 4) te worden aangehouden."

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Beantwoord op:

2 okt 2026

Percelen:

P2 Communicatieadvies en vormgeving

Ref.nr.
31

Onderwerp:
Meegroeien invulvelden

Vraag:

Bijlage 3 en Bijlage 4, invulvelden, in samenhang met Bijlage 1, "Aanpassen formats - De invulvelden in Bijlage 3 en Bijlage 4 hebben een beperkte omvang, terwijl er woord- en paginalimieten gelden die meer tekst toelaten. Mag een invulveld met de ingevoerde tekst meegroeien, en mag de gegadigde daarbij pagina's toevoegen, zonder dat dit wordt aangemerkt als een verboden wijziging van het format zoals bedoeld in Bijlage 1?

Antwoord:

Een invulveld mag meegroeien zolang er wordt voldaan aan het maximaal aantal woorden en/of pagina's, lettertype en grootte.

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Beantwoord op:

2 okt 2026

Percelen:

P1 Media-advies en inkoop

P2 Communicatieadvies en vormgeving

Ref.nr.

32

Onderwerp:

Vereiste dekking beroepsaansprakelijkheid op het moment van aanmelding

Vraag:

Selectieleidraad V1.0, paragraaf 5.2.2 en de tabel in paragraaf 5.3.1

Paragraaf 5.2.2 stelt voor beroepsaansprakelijkheid een minimale dekking van € 1.250.000 per gebeurtenis, gemaximeerd tot € 2.500.000 per jaar, en de tabel in paragraaf 5.3.1 plaatst het bewijs van verzekering bij de aanmelding. Dient die dekking reeds ten tijde van de aanmelding te zijn gerealiseerd, of volstaat een schriftelijke verklaring van de verzekeringsmaatschappij waaruit blijkt dat de dekking uiterlijk bij aanvang van de overeenkomst op het vereiste niveau wordt gebracht?

Antwoord:

Conform paragraaf 5.3 en de tabel in paragraaf 5.3.1 hoeft het bewijs van de beroepsaansprakelijkheidsverzekering pas voorafgaand aan de selectie (op verzoek van de Aanbestedende Dienst binnen 7 kalenderdagen) te worden aangeleverd, al is het toegestaan dit reeds bij de Aanmelding te voegen. Indien een Gegadigde op het moment van aanmelding nog niet over de vereiste minimale dekking (€ 1.250.000 per gebeurtenis / € 2.500.000 per jaar) beschikt, volstaat een schriftelijke verklaring van de verzekeringsmaatschappij of assurantietussenpersoon waaruit blijkt dat de dekking in geval van gunning uiterlijk bij aanvang van de Overeenkomst op het vereiste niveau wordt gebracht.

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Beantwoord op:

2 okt 2026

Percelen:

P1 Media-advies en inkoop

P2 Communicatieadvies en vormgeving

Ref.nr.

33

Onderwerp:

In paragraaf 5.2.3.1

Vraag:

In paragraaf 5.2.3.1 staat bij Perceel 2 dat de werkzaamheden in de referentieopdracht 'in eigen beheer' moeten zijn uitgevoerd. Kan opdrachtgever verduidelijken wat hieronder wordt verstaan? Worden werkzaamheden die zijn uitgevoerd door vaste samenwerkingspartners of onderaannemers onder verantwoordelijkheid van de gegadigde ook als in eigen beheer beschouwd?

Antwoord:

Onder 'in eigen beheer' verstaat Zuid-Holland Bereikbaar dat Gegadigde de werkzaamheden onder eigen regie en verantwoordelijkheid heeft uitgevoerd. De kern van de werkzaamheden waarmee de kerncompetentie wordt aangetoond, moet door Gegadigde zelf zijn verricht. Die kern is: het strategisch advies, de doorvertaling van de campagne- of merklijn en de regie op productie en oplevering. Het uitbesteden van ondersteunende onderdelen, zoals drukwerk, animatie of de inzet van freelancers onder aansturing van Gegadigde, staat hier niet aan in de weg. Zijn wezenlijke onderdelen van de kerncompetentie door een andere partij uitgevoerd, dan kan Gegadigde daarop alleen een beroep doen als beroep op een derde, conform paragraaf 4.2.1 (zie ook het antwoord op vraag 34).

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Beantwoord op:

2 okt 2026

Percelen:

P2 Communicatieadvies en vormgeving

Ref.nr.
34

Onderwerp:

Perceel 2

Vraag:

Is het toegestaan dat een gegadigde voor Perceel 2 een beroep doet op een derde partij om één of meerdere kerncompetenties of onderdelen daarvan aan te tonen, bijvoorbeeld op het gebied van gedragsverandering, doelgroepgerichte middelenontwikkeling of offline campagnemiddelen?

Antwoord:

Ja, dat is toegestaan. De gegadigde moet aantonen dat hij daadwerkelijk kan beschikken over de kennis en capaciteit van deze derde. De derde moet bij de uitvoering worden ingezet voor de onderdelen waarvoor op zijn ervaring of bekwaamheid een beroep wordt gedaan. De gegadigde en de derde dienen daarbij de in de aanbestedingsstukken gevraagde verklaringen en bewijsstukken in te dienen.

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Beantwoord op:

2 okt 2026

Percelen:

P2 Communicatieadvies en vormgeving

Ref.nr.

35

Onderwerp:

Perceel 2

Vraag:

Bij Selectiecriteria 3 wordt gevraagd naar het daadwerkelijke effect van de communicatiestrategie of het advies op het gedrag van de doelgroep en hoe dit is gemeten. Welke vormen van bewijs accepteert opdrachtgever hiervoor, bijvoorbeeld campagne-evaluaties, gebruiksdata, monitoringdata, enquêtes, tellingen, dashboarddata of kwalitatieve evaluaties?

Antwoord:

Alle genoemde vormen van bewijs zijn toegestaan: campagne-evaluaties, gebruiksdata, monitoringdata, enquêtes, tellingen, dashboarddata en kwalitatieve evaluaties. Het gaat erom dat het effect op het gedrag van de doelgroep concreet en navolgbaar wordt onderbouwd, met vermelding van de meetmethode en de bron. Kwantitatieve gegevens over daadwerkelijk gedrag (bijvoorbeeld verkeerstellingen, gebruikscijfers of conversies) maken de onderbouwing sterker dan alleen bereik- of waarderingscijfers. De beantwoording moet binnen het maximum van één A4 blijven (zie ook het antwoord op vraag 27).

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Beantwoord op:

2 okt 2026

Percelen:

P2 Communicatieadvies en vormgeving

Ref.nr.

36

Onderwerp:

Perceel 2

Vraag:

Kan opdrachtgever bevestigen dat 'verschillende communicatiekanalen' bij Kerncompetentie 2 ook kan bestaan uit een combinatie van online middelen, buitenreclame/DOOH, printmiddelen en fysieke/offline middelen op locatie?

Antwoord:

Ja, dat bevestigen wij.

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Beantwoord op:

2 okt 2026

Percelen:

P2 Communicatieadvies en vormgeving

Ref.nr.

37

Onderwerp:

Perceel 2

Vraag:

Kan opdrachtgever toelichten of gedragsdeskundige onderbouwing van boodschap, middelkeuze en doelgroepaanpak wordt meegewogen bij de beoordeling van Perceel 2, bijvoorbeeld bij Selectiecriteria 2 en 3?

Antwoord:

Een gedragsdeskundige onderbouwing is geen afzonderlijk beoordelingsaspect en levert geen extra punten op. Waar zo'n onderbouwing aantoonbaar heeft bijgedragen aan de afstemming van boodschap, middelen en aanpak op de kenmerken, informatiebehoefte en het gewenste gedrag van de doelgroep, kan deze wel bijdragen aan de beoordeling. Bij selectiecriteria 2 gaat het dan om de kwaliteit van de afstemming op de doelgroep; bij selectiecriteria 3 om de subvragen S3.2 (gezette stappen) en S3.3 (bronnen).

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Beantwoord op:

2 okt 2026

Percelen:

P2 Communicatieadvies en vormgeving

Ref.nr.

38

Onderwerp:

Perceel 2Kerncompetentie 1

Vraag:

Kerncompetentie 1: 'De Gegadigde heeft aantoonbare ervaring met het opstellen van... op basis van een bestaande huisstijl, campagne-identiteit of communicatiestrategie.' En: 'Uit de referentie blijkt dat Gegadigde: Een bestaande campagne- of merklijn heeft doorvertaald naar ... zonder daarbij een nieuwe identiteit te ontwikkelen.'

Gaat het hierbij om de doorvertaling van een bestaande campagnestrategie; dus qua concept (campagneconstruct en -kreet, beeldinsteek en vormgeving) gelijkwaardig, of mag het ook enkel gaan over het toepassen van huisstijl en pay-off (merklijn)? M.a.w.: kunt u definiëren wat u bedoelt met een campagnelijn en een merklijn?

Antwoord:

Onder een merklijn verstaat Zuid-Holland Bereikbaar de vaste identiteit van een organisatie of merk: huisstijl, logo, kleur- en beeldgebruik, typografie en pay-off. Onder een campagnelijn verstaat Zuid-Holland Bereikbaar het vaste campagneconcept: het campagneconstruct en de campagnekreet, de beeldinsteek en de vormgeving. Kerncompetentie 1 kan met beide worden aangetoond. Het doorvertalen van een bestaande campagnelijn voldoet. Het toepassen van een bestaande huisstijl en pay-off (merklijn) in een campagne voor een specifieke doelgroep, een deelgebied of een deelopgave voldoet ook, mits daarbij geen nieuwe merk- of visuele identiteit is ontwikkeld (zie ook het antwoord op vraag 20).

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Beantwoord op:

2 okt 2026

Percelen:

P2 Communicatieadvies en vormgeving

Ref.nr.

39

Onderwerp:

Perceel 2 Onderzoek

Vraag:

Onderzoek, waaronder doelgroeponderzoek, valt volgens §2.1.4 buiten de scope, terwijl SC3.3 vraagt op welke databronnen/onderzoeken over de doelgroep de strategie is gebaseerd. Verwacht u dat de inschrijver eigen doelgroeponderzoek inbrengt, of dat door ZHB/derden aangeleverde data wordt benut? Hoe weegt dit in SC2/SC3?

Antwoord:

Zuid-Holland Bereikbaar verwacht niet dat Opdrachtnemer binnen deze Opdracht eigen doelgroeponderzoek uitvoert. Onderzoek valt buiten de scope (paragraaf 2.1.4) en wordt waar nodig door Zuid-Holland Bereikbaar zelf of via derden ingekocht. Opdrachtnemer benut de data en inzichten die Zuid-Holland Bereikbaar, het mediabureau en partners beschikbaar stellen. Subvraag S3.3 gaat over de referentieopdracht die Gegadigde als voorbeeld gebruikt: op welke informatie, databronnen of onderzoeken de strategie daar was gebaseerd. Het maakt voor de beoordeling niet uit of die bronnen door Gegadigde zelf, door de opdrachtgever of door derden zijn aangeleverd. Beoordeeld wordt hoe navolgbaar de strategie op die bronnen is gebaseerd. Bij selectiecriteria 2 wordt het gebruik van onderzoek niet afzonderlijk gewaardeerd.

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Beantwoord op:

2 okt 2026

Percelen:

P2 Communicatieadvies en vormgeving

Ref.nr.
40

Onderwerp:

Perceel 2

Vraag:

Worden de percelen volledig onafhankelijk beoordeeld en geselecteerd, zodat selectie op perceel 2 losstaat van een aanmelding op perceel 1 (mede gelet op de separate overeenkomst per perceel)?

Antwoord:

De percelen worden volledig onafhankelijk van elkaar beoordeeld en geselecteerd.

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Beantwoord op:

2 okt 2026

Percelen:

P2 Communicatieadvies en vormgeving

Ref.nr.
41

Onderwerp:

Perceel 2

Vraag:

Gezien de doorlooptijd van 4-8 weken en de aanmeldingsdeadline van 19-10-2026: bevestigt u dat de GVA pas 'voorafgaand aan selectie' (na verzoek, binnen 7 dagen) hoeft te worden overgelegd en niet reeds bij aanmelding, zodat aanvraag nu tijdig kan starten?

Antwoord:

De GVA dient voorafgaand aan de selectie, na verzoek van aanbestedende dienst, binnen 7 dagen beschikbaar te zijn.

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Beantwoord op:

2 okt 2026

Percelen:

P2 Communicatieadvies en vormgeving

Ref.nr.
42

Onderwerp:

Perceel 2

Vraag:

Bevestigt u dat één referentieopdracht zowel meerdere kerncompetenties als de selectiescore (thema, doelgroepen, opdrachtgever) kan onderbouwen, en dat de scope-bonussen uit diezelfde referentie worden beoordeeld?

Antwoord:

Één referentieopdracht kan zowel meerdere kerncompetenties als selectiescore onderbouwen.

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Beantwoord op:

2 okt 2026

Percelen:

P2 Communicatieadvies en vormgeving

Ref.nr.
43

Onderwerp:

Perceel 2

Vraag:

De term 'mediacampagne' bij het thema-onderdeel (SC1) lijkt uit het perceel-1-kader afkomstig. Bevestigt u dat voor perceel 2 een communicatie-/gedragscampagne (i.p.v. een media-inkoopcampagne) wordt bedoeld, en welk begrip leidend is voor de beoordeling?

Antwoord:

Uw constatering klopt. Waar bij Selectiecriterium 1 van Perceel 2 onder het onderdeel 'Thema' het woord 'mediacampagne' staat, dient 'communicatie- en/of gedragscampagne' te worden gelezen. De selectieleidraad is hier op aangepast.

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Beantwoord op:

2 okt 2026

Percelen:

P2 Communicatieadvies en vormgeving

Ref.nr.

44

Onderwerp:

Perceel 2

Vraag:

Worden de doelgroep-punten (reizigers/weggebruikers, werkgevers/werknemers, logistiek) bij SC1 cumulatief toegekend als één referentie meerdere doelgroepen bediende? En telt een opdracht voor een samenwerkingsverband dat zelf uit meerdere (semi-)publieke organisaties bestaat (zoals ZHB) als 'samenwerking van drie of meer (semi-)publieke organisaties'?

Antwoord:

De doelgroep-punten worden inderdaad cumulatief toegekend. Een samenwerkingsverband dat zelf uit meerdere (semi-) publieke organisaties bestaat valt onder een 'samenwerking van drie of meer (semi-)publieke organisaties.'

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Beantwoord op:

2 okt 2026

Percelen:

P2 Communicatieadvies en vormgeving

Ref.nr.

45

Onderwerp:

Perceel 2

Vraag:

De vraag betreft 'uw algemene werkwijze en ervaring uit een eerdere opdracht'. Bevestigt u dat het casusvoorbeeld bij SC3 een andere opdracht mag betreffen dan de SC1-referentie(s), en dat SC3 niet is gebonden aan de referentie-eisen (≤3 jaar, geheel afgerond)?

Antwoord:

Nee, conform paragraaf 6.2.1 en het antwoord op vraag 14 dient het casusvoorbeeld bij Selectie criterium 3 betrekking te hebben op een referentieopdracht die u tevens opvoert voor het aantonen van de kerncompetenties (Kerncompetentie 1 en/of Kerncompetentie 2 van Perceel 2).

Deze referentieopdracht dient derhalve te voldoen aan alle referentie-eisen uit paragraaf 5.2.3.1

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Beantwoord op:

2 okt 2026

Percelen:

P2 Communicatieadvies en vormgeving

Ref.nr.
46

Onderwerp:

Perceel 2

Vraag:

De hoogste score in de beoordelingstabel is 'Goed = 90%'; een 100%-niveau ontbreekt. Bevestigt u dat 90% de maximaal haalbare score per subvraag is?

Antwoord:

Zie het antwoord op vraag 15.

Fase:

Aanmeldfase

Inschrijfronde:

-

Vragenronde:

Vragenronde 1

Beantwoord op:

2 okt 2026

Percelen:

P2 Communicatieadvies en vormgeving