

Nota van Inlichtingen 1			
Betreft de aanbesteding: Arbeidsmarktcommunicatie en jobmarketing Aanbestedingsnummer: CDR-1383523 Datum: 8 oktober 2026			
Vraagnr.	Onderwerp	Vraag	Antwoord
1	N.a.v. paragraaf 1.4:	Kunt u indicatief aangeven welk deel van de in paragraaf 1.4 opgenomen historische uitgaven over 2023 t/m juni 2026 betrekking had op daadwerkelijke media-inkoop/mediaspend en welk deel op dienstverlening, advies, campagnebeheer en overige bureaunkosten?	Aanbestedende dienst kan deze informatie niet uit haar systeem halen. De recruitmentafdeling is de afgelopen jaren in ontwikkeling geweest en de dienstverlening binnen de intere organisatie is met name vanaf 2025 sterk gewijzigd. Dit heeft ook grote invloed gehad op de afgenomen diensten op het gebied van campagnes/jobmarketing.
2	N.a.v. paragraaf 1.4:	Kunt u bevestigen dat de genoemde geraamde opdrachtwaarde van € 2.600.000 excl. btw en de maximale contractwaarde van € 3.900.000 excl. btw inclusief de kosten voor mediaruimte, jobboards en overige media-inzet zijn die door Opdrachtnemer één-op-één aan het COA worden doorbelast?	Ja, dat bevestigt Aanbestedende dienst.
3	N.a.v. bijlage H, A3 en categorie C:	Hoe verhoudt de prijs van A3 zich tot de dienstverleningstarieven?	A3 bestaat uit directe kosten voor de uitvoering van campagnes, de diensverleningstarieven betreffen een add-on ten aanzien van kennisoverdracht zoals beschreven onder C.
4	N.a.v. bijlage H, B1 en B2:	De staffel is tot en met vijf en boven de vijf. Is de prijs wel verrekenbaar per kanaal?	De staffel betreft het tarief dat eenmaal kan worden gerekend voor de handling van het aantal kanalen. Dus wanneer er bijvoorbeeld drie kanalen worden ingezet dan kan het aangeboden tarief één keer worden gerekend, en niet drie keer.
5	N.a.v. bijlage H, A3:	Kunt u aangeven over welke eenheid de prijs bij A3 gaat (is dit per campagne, is dit per periode, is dit per jaar)?	A3 omvat alle advieskosten voor de start van een campagne die niet A1 of A2 betreft, maar jobmarketingactiviteiten voor unieke vacatures. Hieronder valt voor COA doelgroepanalyse en keuze media inzet/plan. De advieskosten kunnen dus per functieprofiel in rekening gebracht worden. Advieskosten worden per advies gerekend.
6	N.a.v. bijlage B, eis 3.21:	Indien wijzigingen leiden tot extra kosten, worden deze dan betaald door het COA?	Deze eis betreft inhoudelijke wijzigingen binnen een campagne die geen externe kostenwijzigingen met zich meebrengen, hier kunnen geen kosten voor worden doorberekend. Indien er sprake is van wijzigingen die externe kosten met zich meebrengen, zoals kanaalwijzigingen dan kan dit na akkoord van Opdrachtgever worden doorberekend.
7	N.a.v. bijlage B, eis 3.18:	Welk ATS gebruikt het COA?	Empty.
8	N.a.v. bijlage B, eis 3.15:	Hoe verhoudt het aanbieden van een centrale distributietool zich tot eis 1.3 dat opdrachtnemer geen belang moet hebben in de verkoop van advertentieruimte (aan het gebruik van de tool zijn immers kosten verbonden)?	De centrale distributietool wordt ingezet richting de kanalen. Aanbestedende dienst ziet geen verband tussen kosten voor het gebruik van een tool en de verkoop van advertentieruimte.
9	N.a.v. bijlage B, eis 3.15:	Kunt een definiëren van een centrale distributietool is volgens u?	Een centrale distributietool is de tool waarbinnen diverse kanalen gekozen kunnen worden voor jobmarketing en die gebruikt wordt zodat Opdrachtgever de opdracht kan verstrekken en Opdrachtnemer de campagne kan starten.
10	N.a.v. paragraaf 4.1.2.1:	Onder subgunningscriterium 1, onder 3 refereert u aan een specifiek voorbeeld (multiposting- of distributietool). Veel tools zijn gericht op kwantiteit en niet per definitie kwaliteit. Hoe houdt u hier rekening mee in uw beoordeling?	Opdrachtgever beoordeelt de kwaliteit van de tool op snelheid en eenvoud.
11	N.a.v. paragraaf 4.1.2.1:	Onder subgunningscriterium 1, onder 3 refereert u aan een specifiek voorbeeld (multiposting- of distributietool). Wat is de reden dat u dit specifiek voorbeeld aanhaalt?	Opdrachtgever wil snel en eenvoudig jobmaketing /campagnes kunnen inregelen en digitaal een totaal overzicht hebben
12	N.a.v. paragraaf 4.1.2.1:	Onder subgunningscriterium 1, onder 3 refereert u aan een specifiek voorbeeld (multiposting- of distributietool). Wanneer inschrijver andere technologie inzet kan dit dan eveneens leiden tot een uitstekende score?	Ja, als deze technologie gebruikersvriendelijk is en het gewenste over-/inzicht geeft.
13	N.a.v. paragraaf 3.5.4:	Bent u bereid de eis van een ISO 9001:2015-certificaat of gelijkwaardig certificaat te laten vervallen, omdat deze eis de toegang tot de aanbesteding voor gespecialiseerde bureaus onnodig kan beperken?	Het COA handhaaft deze eis. Een ISO 9001-certificaat is niet verplicht. Het COA accepteert ook een gelijkwaardig certificaat of ander bewijs waaruit blijkt dat de inschrijver werkt volgens een gelijkwaardig kwaliteitsmanagementsysteem. Hieronder verstaat het COA een beschrijving van de wijze waarop de inschrijver de kwaliteit van zijn dienstverlening borgt. Voorbeelden zijn: plannen, uitvoeren, evalueren en bijsturen / klachtafhandeling / borging van afspraken.
14	N.a.v. paragraaf 3.5.4:	Herkent u dat een ISO 9001-certificering binnen de branche van arbeidsmarktcommunicatie, recruitmentmarketing en mediabureaus niet algemeen gebruikelijk is en dat ook vakbekwame en ervaren marktpartijen doorgaans niet over deze certificering beschikken?	Zie het antwoord op vraag 13 en 16.
15	N.a.v. paragraaf 3.5.4:	Kunt u motiveren waarom deze eis proportioneel is ten opzichte van de aard en inhoud van de opdracht, die hoofdzakelijk bestaat uit strategisch advies, media-inzet, campagneoptimalisatie, rapportage en projectcoördinatie?	Zie het antwoord op vraag 13 en 16.
16	N.a.v. paragraaf 3.5.4:	Kunt u toelichten welke concrete risico's binnen de uitgevraagde dienstverlening op het gebied van arbeidsmarktcommunicatie en jobmarketing de eis van een ISO 9001:2015-certificaat of een daaraan gelijkwaardig kwaliteitszorgsysteem noodzakelijk maken?	Zie het antwoord op vraag 13. ISO 9001 certificaat of gelijkwaardig wordt uitgevraagd om risico's te beperken, waaronder kwaliteit-s en leveringsrisico's, financiële risico's en/ of compliancerisico's.
17	N.a.v. paragraaf 3.5.4:	Wat is de gemiddelde omvang van een campagne door het COA?	De gemiddelde omvang van een recruitmentmarketingcampagne betreft €47.000, ten aanzien van jobmarketing is dit gemiddeld €9000,-.

Nota van Inlichtingen 1 Betreft de aanbesteding: Arbeidsmarktcommunicatie en jobmarketing Aanbestedingsnummer: CDR-1383523 Datum: 8 oktober 2026 			
Vraagnr.	Onderwerp	Vraag	Antwoord
18	N.a.v. paragraaf 3.5.4:	U vraagt om een referentie van een campagne die minimaal € 25.000 bedroeg. In hoeveel gevallen komt het jaarlijks voor dat het COA campagnes heeft van een dergelijke omvang?	Aanbestedende dienst heeft jaarlijks gemiddeld 3 campagnes met een gemiddelde omvang van €47.000.
19	N.a.v. paragraaf 3.5.3:	Het verzekerde bedrag sluit niet aan bij algemeen geldende verzekeringspraktijk. Wilt u het te verzekeren bedrag aanpassen naar € 2.500.000 per gebeurtenis en € 5.000.000 per contractjaar?	Het COA past de eis aan. De verzekering dient dekking te bieden van ten minste € 2.500.000 per gebeurtenis en € 5.000.000 per contractjaar. Zie hiervoor het op basis van deze Nota van inlichtingen gewijzigde Beschrijvend Document.
20	N.a.v. paragraaf 3.5.3:	Bent u bereid de eis van een beroepsaansprakelijkheidsverzekering te laten vervallen, aangezien de opdracht hoofdzakelijk bestaat uit arbeidsmarktcommunicatie, jobmarketing, media-inzet en advisering en een dergelijke verzekering binnen deze branche niet algemeen gebruikelijk is?	Het COA handhaaft de eis van een beroepsaansprakelijkheidsverzekering. De opdracht omvat advisering en media-inkoop, waarbij fouten kunnen leiden tot financiële schade voor het COA. Het COA past paragraaf 3.5.3 wel aan: het is voldoende als Inschrijver bij Inschrijving verklaart dat hij de verzekering uiterlijk op de datum van definitieve gunning heeft afgesloten. Zie hiervoor het op basis van deze nota van inlichtingen gewijzigde Beschrijvend Document.
21	N.a.v. paragraaf 3.5.3:	Kunt u toelichten welke concrete beroepsrisico's binnen de beschreven dienstverlening aanleiding geven om naast een bedrijfsaansprakelijkheidsverzekering ook een beroepsaansprakelijkheidsverzekering verplicht te stellen?	De opdracht bestaat voor een belangrijk deel uit advisering, mediaplanning en media-inkoop namens de Aanbestedende dienst. Fouten daarin leiden in de regel niet tot letsel- of zaakschade, maar tot zuivere vermogensschade. Die schade is doorgaans niet gedekt onder een bedrijfsaansprakelijkheidsverzekering. Concrete risico's zijn onder meer: - onjuist advies of een onjuist mediaplan, waardoor mediabudget ondoelmatig wordt besteed; - fouten bij de media-inkoop, zoals verkeerde of dubbele boekingen en overschrijding van het goedgekeurde budget; - niet wordt voldaan aan toepasselijke wet- en regelgeving. Om deze risico's af te dekken, stelt de Aanbestedende dienst naast een bedrijfsaansprakelijkheidsverzekering ook een beroepsaansprakelijkheidsverzekering verplicht.
22	N.a.v. paragraaf 1.2:	LinkedIn en Indeed worden door het COA zelfstandig ingezet. Betekent dit dat zij niet meegenomen hoeven te worden in een jobmarketingadvies aan het COA?	Nee, Aanbestedende dienst koopt alleen sponsored jobs en bedrijfspagina in bij Indeed. Voor LinkedIn gebruikt aanbestedende dienst het Enterprise programma. Aanvullende campagnes moeten voor beide kanalen wel meegenomen worden.
23	N.a.v. paragraaf 1.2:	Voor welke zaken buiten de scope maakt het COA gebruik van andere raamcontractpartijen?	Het is voor de aanbesteding niet relevant voor welke zaken en welke (raam)contracten Aanbestedende dienst gebruikt buiten de scope van opdracht.
24	N.a.v. paragraaf 1.2:	Is het in zijn geheel uitgesloten dat opdrachtnemer content creëert voor de jobmarketingcampagnes?	Contentcreatie is uitbesteed aan een andere contractpartij. Bijdragen aan optimalisatie van content behoort wel tot de mogelijke werkzaamheden onder dienstverleningstarief.
25	Aanleiding en knelpunten	Kunt u toelichten welke knelpunten het COA momenteel ervaart in arbeidsmarktcommunicatie en jobmarketing (bijvoorbeeld zichtbaarheid, kosten per sollicitant, doorlooptijd, kwaliteit van instroom of samenwerking)? Welke van de zes beoogde resultaten hebben voor het COA de hoogste prioriteit?	Een knelpunt betreft duidelijkheid over wat trajecten opleveren, Aanbestedende dienst heeft meer behoefte aan inzicht en rapportage. Ten aanzien van de beoogde resultaten heeft Aanbestedende dienst hierom momenteel geen prioritering.
26	Prioritaire doelgroepen	Voor welke functiegroepen en regio's is werving het moeilijkst of het meest bedrijfskritisch? Verwacht het COA dat deze prioriteiten gedurende de looptijd verschuiven, bijvoorbeeld door groei of krimp?	De functiegroepen die extra uitdagingen vergen zijn IT personeel, jeugdzorgpersoneel op de locaties en personeel in de grensgebieden. Omdat Opdrachtgever een groei-krimp organisatie is, kan het geen prognose geven ten aanzien van toekomstige schuivingen.
27	Volumes en mix	Hoeveel vacatures per jaar zijn in 2024–2026 met jobmarketing ondersteund? Welk deel betrof losse vacatureplaatsingen en welk deel campagnes voor meerdere functieprofielen? Wanneer liggen de pieken?	In de campagnes die 2 tot 3 keer per jaar draaien, zijn meerdere vacatures in het land gebundeld op basis van functietitel en de vraag in de verschillende provincies. Losse vacatureplaatsingen worden doorgaans alleen gedaan bij unieke functies die veelal alleen voorkomen op CB. In totaliteit heeft COA jaarlijks 2500 tot 3000 vacatures in te vullen.
28	Werkgeversmerk en inzichten	Welke onderdelen van het werkgeversmerk zijn al uitgewerkt (bijvoorbeeld EVP, kernboodschappen, persona's, candidate journey of doelgroeponderzoek)? Kan het COA het huisstijlboek of een samenvatting daarvan tijdens de procedure beschikbaar stellen?	De genoemde onderdelen zijn reeds uitgewerkt. Op dit moment heeft Opdrachtgever geen behoefte aan aanpassing hiervan. Aanbestedende dienst stelt het huisstijlhandboek na gunning ter beschikking.
29	Grens van creatie	Welke creatieve werkzaamheden vallen wél binnen de scope, bijvoorbeeld het schrijven van advertentieteksten, het optimaliseren van vacatureteksten of het aanpassen van bestaande beelden en formats per kanaal? Wie levert de overige creatie aan?	Contentcreatie is uitbesteed aan een andere contractpartij. Bijdragen aan optimalisatie van content behoort wel tot de mogelijke werkzaamheden onder dienstverleningstarief.
30	Rollen en besluitvorming	Hoe zijn rollen en verantwoordelijkheden nu verdeeld tussen recruitment, communicatie, locatiemanagement en andere externe leveranciers? Wie mag opdrachten verstrekken aan Opdrachtnemer en hoe verloopt de goedkeuring van plannen en uitingen?	Enkel recruitmentadviseurs verstrekken de opdracht. Het interne proces wordt tijdens de implementatiefase uitgelegd.
31	Huidig proces en ATS	Hoe verloopt het proces op dit moment, van wervingsvraag tot online vacature: hoeveel schakels zijn er en wat is de gemiddelde doorlooptijd? Welk ATS gebruikt het COA, is er een API of vacaturefeed beschikbaar en wordt al een multiposting- of distributietool gebruikt?	Managers en teamhoofden plaatsen wervingsvragen in AFAS. Van daaruit gaan ze naar Empty. Opdrachtgever gaat nog vaststellen of het zinvol gaat zijn om API of vacaturefeeds beschikbaar te stellen.

Nota van Inlichtingen 1			
Betreft de aanbesteding: Arbeidsmarktcommunicatie en jobmarketing Aanbestedingsnummer: CDR-1383523 Datum: 8 oktober 2026			
Vraagnr.	Onderwerp	Vraag	Antwoord
32	Succes en KPI's	Welke KPI's gebruikt het COA nu om arbeidsmarktcommunicatie te beoordelen (bijvoorbeeld bereik, sollicitaties, kosten per sollicitatie, time-to-hire)? Is er een nulmeting beschikbaar en welke recruitmentdoelstellingen gelden voor 2027?	Op dit moment zijn er geen KPI's en nulmeting. De recruitmentdoelstellingen voor 2027 zijn nog niet vastgesteld en worden tijdens de looptijd van de overeenkomst met opdrachtnemer afgestemd.
33	Data en meting	Welke data krijgt Opdrachtnemer tot zijn beschikking, zoals bronregistratie en sollicitaties in het ATS of statistieken van de werken-bij-site? Wie is verantwoordelijk voor tracking en conversiemeting nu webanalyse en webdevelopment buiten de scope vallen?	De Aanbestedende dienst is gestart met het structureel vastleggen van data. Informatie uit het ATS, zoals de bronregistratie en het aantal sollicitaties per vacature, is beschikbaar en wordt aan opdrachtnemer ter beschikking gesteld voor zover dat nodig is voor de uitvoering van de opdracht. Voor de werken-bij-site is een begin gemaakt met het verzamelen van statistieken; deze worden verder uitgebreid en eveneens met opdrachtnemer gedeeld. De Aanbestedende dienst blijft verantwoordelijk voor de werken-bij-site, het ATS en de webanalyse.
34	Kanalen en learnings	Kunt u een overzicht geven van de mediakanalen die jaarlijks worden ingezet, met een indicatieve verdeling van de spend en de belangrijkste learnings? Hoe verhouden de eigen LinkedIn- en Indeed-contracten zich tot de rol van Opdrachtnemer in advies, planning en rapportage?	LinkedIn, Meta, Youtube, DPG Media groep, Google Search, Indeed EBA, diverse (niche) jobboards. Eigen LinkedIn contract omvat het Enterprise programma en Indeed Sponsored Jobs. Opdrachtnemer heeft adviserende rol bij uitrollen landelijke campagnes en functie specifieke vragen over beste keuzes in arbeidsmarkt benadering voor specifieke doelgroep. Aanbestedende dienst heeft geen data beschikbaar van een verdeling van de spend.
35	Regionale en offline inzet	Hoe vaak en voor welke locaties of functies zet het COA nu offline en lokale media in? Welke rol hebben locaties bij de keuze voor lokale middelen?	Offline wordt niet of nauwelijks gebruikt, lokale media beperkt. Locaties stemmen keuzes af op basis van voorstellen vanuit de recruitment afdeling.
36	Uitgangspunten casus	Van welke uitgangspunten moet Inschrijver bij de casus SKJ-medewerker/jeugdwerker uitgaan: indicatief mediabudget, campagneduur, aantal te vervullen vacatures en regio('s)? Of mag Inschrijver onderbouwde eigen uitgangspunten kiezen? Wilt u de vacaturetekst als bijlage toevoegen?	De casus betreft 1 vacature voor 1 FT voor locatie Drachten (rekening houden met het feit dat dit een doorlopende vacature betreft waar landelijk invulling wordt gezocht.) Bij de casus dient te worden uitgegaan van een looptijd van 3/4 weken. Het te gebruiken budget dient in overeenstemming te zijn met het aangeboden tarief in het prijzenblad, mogelijk bestaande uit advieskosten en handlingkosten, conform PVE eis 7.5 worden kanaalkosten zonder opslag doorberekend. De campagnetekst uit de link in het Beschrijvend Document is eveneens als bijlage L toegevoegd.
37	Kaders bij negatief nieuws	Zijn er kaders of afstemmingsafspraken met corporate communicatie of woordvoering waarmee arbeidsmarktcommunicatie rekening moet houden bij negatieve berichtgeving, bijvoorbeeld afstemming vooraf of het pauzeren van campagnes?	Alle uitingen op het gebied van arbeidsmarktcommunicatie worden vooraf afgestemd met de corporate communicatieafdeling
38	Kennisdeling en training	Welke vorm en frequentie van kennisdeling verwacht het COA, bijvoorbeeld workshops of training on the job voor recruiters? Voor welke doelgroepen binnen het COA is dit bedoeld?	Training en kennisdeling is in de basis alleen bedoeld voor de recruitmentafdeling. We verwachten dat bij updates en veranderingen in systemen, arbeidsmarktontwikkelingen en trends of bijvoorbeeld wijzigingen in wetgeving er via on- en/of offline bijeenkomsten of traingenen/workshops kennis en informatie gedeeld wordt.
39	Prijsbeoordeling 4.1.3.	In paragraaf 4.1.3 wordt vermeld dat voor het subgunningscriterium Prijs maximaal 30 punten kunnen worden behaald, waarbij een fictieve inschrijfsom van €100.000 30 punten oplevert, €110.000 25 punten en €135.000 0 punten. De formule lijkt niet te kloppen. In de vervolgens opgenomen formules wordt gerekend met 35 respectievelijk 40 punten. Kan Opdrachtgever bevestigen welke waarden en formules leidend zijn en, indien sprake is van een omissie, een gecorrigeerde formule publiceren?	Dit betreft een verschrijving. De juiste formule staat in het op basis van deze Nota van Inlichtingen gewijzigde Beschrijvend Document
40	Overdracht en learnings	Worden historische campagnedata, bestaande advertentieaccounts en lopende plaatsingen bij de start overgedragen aan de nieuwe Opdrachtnemer? Welke evaluaties of learnings uit de huidige samenwerking kan het COA delen?	Tijdens de implementatiefase kan dit indien van toepassing gedeeld worden. Grootste learning uit de huidige samenwerking is dat COA intern meer inzicht wil krijgen in data met betrekking tot AMC.
41	Verhouding inzet en media	Welke verhouding verwacht het COA tussen de inzet van Opdrachtnemer in uren en de jaarlijkse mediabesteding? Is hiervoor een indicatieve bandbreedte of verdeling voorzien, en in hoeverre mag deze verhouding gedurende de looptijd variëren afhankelijk van de wervingsbehoefte?	De verhouding zal gedurende de looptijd altijd variëren afhankelijk van de wervingsbehoefte. Grote campagnes vragen meer voorbereidingstijd dan kleinere campagnes voor unieke functies
42	Prijzenblad	Kan Opdrachtgever nader specificeren welke werkzaamheden exact geacht worden inbegrepen te zijn in A1/A2 'Beheren advertentie voor een campagne', A3 'Advieskosten', B1/B2 'Handlingkosten per kanaal' en de uurtarieven onder C? Wij verzoeken daarbij specifiek aan te geven onder welke component onder andere doelgroepanalyse, mediaplan, campagne-inrichting, monitoring, optimalisatie, rapportage, dashboarding, A/B-testing, tekstuele wijzigingen en evaluatie vallen, zodat overlap tussen de prijscomponenten wordt voorkomen.	De kosten van onderdeel C gaan over extra kosten en diensten die losstaan van de onder A en B gevraagde diensten. A3 omvat alle advieskosten voor de start van een campagne die niet A1 of A2 betreft, maar jobmarketingactiviteiten voor unieke vacatures. Hieronder valt voor COA doelgroepanalyse en keuze media inzet/plan. De advieskosten kunnen dus per functieprofiel in rekening gebracht worden. Advieskosten worden per advies gerekend.
43	Tooling en systeemkosten in all-in tarieven	In Bijlage H wordt aangegeven dat het geoffreerde all-in tarief tevens de kosten voor middelen en systemen omvat. Tegelijkertijd wordt in het Programma van Eisen een centrale distributietool/multipostingfunctionaliteit, realtime campagne-inzicht en de mogelijkheid tot een ATS-koppeling gevraagd. Kan Opdrachtgever bevestigen of alle licentie-, platform- en technische kosten hiervan volledig in de geoffreerde tarieven dienen te zijn opgenomen? Geldt dit eveneens voor een eventuele eenmalige realisatie van een koppeling met het huidige of toekomstige ATS van het COA?	Opdrachtgever kan dit bevestigen. Kosten voor een eventuele eenmalige realisatie van een koppeling met het huidige of toekomstige ATS van het COA komen voor rekening van COA.
44	Definitie onafhankelijkheid van publishers; PVE 1.3, 3.4 en 3.9	Kan Opdrachtgever bevestigen dat met eis 1.3 wordt bedoeld dat Opdrachtnemer geen eigendomsbelang of ander belang heeft in media-exploitanten en kanaalafhankelijk adviseert, en dat reguliere commerciële inkoop-, bureau- en contractafspraken tussen een recruitmentmediabureau en media-exploitanten binnen deze eis zijn toegestaan?	Ja, dit kan Opdrachtgever bevestigen.

Nota van Inlichtingen 1			
Betreft de aanbesteding: Arbeidsmarktcommunicatie en jobmarketing Aanbestedingsnummer: CDR-1383523 Datum: 8 oktober 2026			
Vraagnr.	Onderwerp	Vraag	Antwoord
45	Uitgangspunten casus K2	Kan Opdrachtgever voor een gelijkwaardige beoordeling van K2 de uitgangspunten van de casus nader specificeren, waaronder het beschikbare mediabudget, de gewenste campagneperiode, geografische scope/standplaats(en), gewenste personeelsbehoefte/aantal vacatures of hires, beschikbaar campagnemateriaal en de primaire campagnedoelstelling/KPI? Zonder deze uitgangspunten kunnen het verwachte bereik per kanaal en de kostenopbouw door inschrijvers op wezenlijk verschillende aannames worden gebaseerd.	Zie het antwoord op vraag 36.
46	Afbakening creatieve werkzaamheden: Beschrijvend document scope + K2 + PvE 2.7	Kan Opdrachtgever verduidelijken welke creatieve werkzaamheden binnen de reguliere dienstverlening en tarieven worden verwacht? Vallen bijvoorbeeld het schrijven/bewerken van advertentieteksten, het opmaken van bestaande COA-content naar kanaalspecifieke formaten, statische banners, carrousels en A/B-varianten binnen scope, terwijl de ontwikkeling van een nieuw creatief campagneconcept en productie van fotografie/video/animatie buiten scope vallen?	Contentcreatie is uitbesteed aan een andere contractpartij. Bijdragen aan optimalisatie van content behoort wel tot de mogelijke werkzaamheden onder dienstverleningstarief.
47	Gebruik eigen contracten LinkedIn en Indeed	Kan Opdrachtgever verduidelijken wat wordt bedoeld met de bepaling dat de LinkedIn- en Indeed-contracten van het COA niet door Opdrachtnemer kunnen worden gebruikt? Mag Opdrachtnemer met door het COA verstrekte gebruikers-/partnerrechten wel campagnes in deze omgevingen inrichten, monitoren, optimaliseren en rapporteren, waarbij de mediakosten rechtstreeks via het contract van COA lopen? Of verwacht Opdrachtgever dat deze kanalen volledig buiten de operationele dienstverlening van Opdrachtnemer blijven?	Het eigen LinkedIn contract omvat het Enterprise programma en Indeed Sposored Jobs. Aanvullende campagnes op deze kanalen kunnen via opdrachtnemer verlopen.
48	Prijzenblad onderdeel A3	Onderdeel A3 "Advieskosten, zoals doelgroepanalyse, keuze media-inzet, etc." heeft in Bijlage H een fictief aantal van 25, maar de eenheid is niet gedefinieerd. Betreft het tarief voor A3 een prijs per uur, per advies of per campagne? En hoe verhoudt A3 zich tot de uurtarieven in onderdeel C, waarin eveneens advieswerkzaamheden worden genoemd?	De kosten van onderdeel C gaan over extra kosten en diensten die losstaan van de onder A en B gevraagde diensten. A3 omvat alle advieskosten voor de start van een campagne die niet A1 of A2 betreft, maar jobmarketingactiviteiten voor unieke vacatures. Hieronder valt voor COA doelgroepanalyse en keuze media inzet/plan. De advieskosten kunnen dus per functieprofiel in rekening gebracht worden. Advieskosten worden per advies gerekend.
49	Prijzenblad	Hoe moeten de handlingkosten per kanaal (B1 en B2) worden toegepast: per plaatsing van één vacature op één kanaal, per kanaal per campagne, of per kanaal per periode? En geldt bij zes of meer kanalen het tarief B2 voor alle kanalen, of alleen vanaf het zesde kanaal?	De staffel betreft het tarief dat eenmaal kan worden gerekend voor de handling van het aantal kanalen. Dus wanneer er bijvoorbeeld drie kanalen worden ingezet dan kan het aangeboden tarief één keer worden gerekend, en niet drie keer. Bij zes of meer kanalen geldt hetzelfde. Tot nu toe zijn er nooit meer dan negen kanalen ingezet. De handlingkosten gaan over het plaatsen van één vacature op 1-5 kanalen of 6+ kanalen.
50	Vormvereisten	Kan Opdrachtgever bevestigen dat (a) een voorblad niet meetelt in het maximum van twee pagina's A4 per subgunningscriterium; (b) de eis "lettertype Arial, grootte 10" geldt voor alle tekst, inclusief tabellen, figuren en kop- en voetteksten; en (c) het gebruik van tabellen, kleur en schematische figuren is toegestaan?	Een eventueel voorblad telt niet mee in het aantal pagina's en wordt ook niet beoordeeld. De voorgeschreven lettergrootte en het lettertype geldt voor alle tekst, behalve tekst in figuren en tabellen. Deze moeten echter nog steeds duidelijk leesbaar zijn. Niet leesbare tekst wordt niet meegenomen.
51	AI PvE 8.1–8.6	Kan Opdrachtgever verduidelijken welke systemen zij voor de toepassing van eisen 8.1 t/m 8.6 als "AI-systemen" beschouwt? Vallen hieronder ook door derden aangeboden standaardfunctionaliteiten en algoritmen binnen bijvoorbeeld Google Ads, Meta, LinkedIn, jobboards, analytics- en distributieplatformen waarop Opdrachtnemer geen invloed heeft op de onderliggende werking? Of zien deze eisen uitsluitend op AI-systemen die Opdrachtnemer zelf selecteert en rechtstreeks inzet voor de verwerking of creatie van COA-informatie? Kan de toestemming uit eisen 8.1 en 8.6 daarnaast eenmalig tijdens de implementatie worden verleend voor een vooraf gespecificeerde lijst van systemen, in plaats van per afzonderlijke toepassing?	Onder AI-systemen in de zin van de eisen 8.1 tot en met 8.6 verstaat de Aanbestedende dienst losstaande AI-tools en -software die opdrachtnemer zelf selecteert en inzet bij de uitvoering van de opdracht, zoals tools voor het genereren of bewerken van teksten en beelden. Standaardfunctionaliteiten en algoritmen binnen advertentie- en distributieplatformen, zoals Google Ads, Meta, LinkedIn, jobboards en analyticsplatformen, waarop opdrachtnemer geen invloed heeft, vallen hier niet onder. De toestemming uit de eisen 8.1 en 8.6 kan eenmalig worden verleend tijdens de implementatiefase, op basis van een door opdrachtnemer aangeleverd overzicht van de in te zetten AI-systemen. Wijzigingen of aanvullingen op dit overzicht legt opdrachtnemer vooraf ter goedkeuring voor aan de Aanbestedende dienst.
52	Exclusiviteit / afname	Kan Opdrachtgever bevestigen dat werkzaamheden die binnen de beschreven scope vallen en die COA gedurende de looptijd daadwerkelijk wenst af te nemen, in beginsel eerst bij de gecontracteerde Opdrachtnemer worden uitgevraagd, behoudens de expliciet in de Raamovereenkomst genoemde situaties waarin buiten de Raamovereenkomst mag worden ingekocht?	Ja, dit kan Opdrachtgever bevestigen.
53	Definitie conversie	In Bijlage B wordt onder meer in eis 3.17 gevraagd inzicht te bieden in conversies en elders om te rapporteren over conversies en conversieratio. Wat verstaat COA in het kader van deze eisen onder een conversie: bijvoorbeeld een klik naar een vacature, het starten van een sollicitatie, een afgeronde sollicitatie in het ATS, een hire of een andere gebeurtenis?	Aantal weergaven, aantal klikken, CPC, CTR.
54	Referentie eis ontwikkelen en produceren	Voor kerncompetentie 1 wordt verlangd dat Inschrijver bij de referentie verantwoordelijk was voor het "ontwikkelen, produceren en uitvoeren van een arbeidsmarktcampagne". In paragraaf 1.2 worden de ontwikkeling van complete creatieve concepten en campagnecreatie en de productie van video, fotografie, animaties of volledige content creatie echter expliciet buiten de scope van de Opdracht geplaatst. Kan COA verduidelijken wat binnen de referentie eis wordt verstaan onder "ontwikkelen" en "produceren" en bevestigen of hiermee al dan niet wordt vereist dat Inschrijver zelf verantwoordelijk was voor creatieve conceptontwikkeling en content productie?	Onder ontwikkelen en produceren wordt de regievoering op het uitzetten van de campagne verstaan, alles behalve de contentcreatie (en alle andere activiteiten genoemd onder buiten scope), deze zijn uitbesteed aan een andere contractpartij. Bijdragen aan optimalisatie van content behoort wel tot de mogelijke werkzaamheden onder dienstverleningstarief.
55	LinkedIn en Indeed binnen opdrachtwaarde	In paragraaf 1.2 is aangegeven dat COA de eigen contracten met LinkedIn en Indeed zelf beheert en dat deze niet door Opdrachtnemer kunnen worden gebruikt. Zijn de bestedingen via deze eigen LinkedIn- en Indeedcontracten opgenomen in de in paragraaf 1.4 genoemde historische uitgaven en/of in de geraamde opdrachtwaarde van €2.600.000 exclusief btw?	Nee

Nota van Inlichtingen 1			
Betreft de aanbesteding: Arbeidsmarktcommunicatie en jobmarketing Aanbestedingsnummer: CDR-1383523 Datum: 8 oktober 2026		 COA Centraal Orgaan opvang asielzoekers	
Vraagnr.	Onderwerp	Vraag	Antwoord
56	WerkenvoorNederland - IkwerkvoorNederland	In Bijlage B, eisen 3.15 t/m 3.18, wordt gevraagd om een centrale distributietool en een koppeling met het ATS van COA. Maakt publicatie van vacatures naar WerkenvoorNederland.nl en/of IkWerkvoorNederland.nl onderdeel uit van de gewenste dienstverlening? Indien ja, dient deze publicatie vanuit de gevraagde ATS-/distributiekoppeling plaats te vinden?	Werkenvoornederland.nl en Ikwerkvoornederland.nl kunnen niet gebruik worden door Opdrachtgever.
57	Beschrijvend document aanbesteding Arbeidsmarktcommunicatie en jobmarketing	Buiten de scope van de Opdracht valt: "Hier wordt geschreven ""Er worden jaarlijks 24 verschillende mediakanalen of meer gebruikt voor het berspreiden van arbeidsmarketingcommunicatie/ jobmarketing. Hiernaast bestaat de spend uit campagnekosten voor campagnes op mediakanalen die zijn verlopen middels een recruitment mediabureau."" - Bevat deze tender enkel Job Marketing of ook doelgroepcampagnes. Op basis van bovenstaande wordt dat niet helemaal duidelijk. Dus zal de gegunde zorg dragen voor zowel Job Marketing als Recruitment Marketing (AMC) campagnes of zal de gegunde samen gaan werken met een andere recruitment mediabureau."	Het COA heeft behoefte aan een externe partij die haar op het gebied van arbeidsmarktcommunicatie en jobmarketing zowel strategisch als operationeel kan ondersteunen.
58	Beschrijvend document aanbesteding Arbeidsmarktcommunicatie en jobmarketing	Buiten de scope van de Opdracht valt: Er staat "Arbeidsmarktcommunicatie gericht op zeer specialistische nicheprofielen, tenzij expliciet overeengekomen." Hoe wordt dit opgevangen en waarom valt dit niet binnen de scope?	Scope is bedoeld voor alle meestvoorkomende vacatures en in geval van nicheprofielen verwachten we maatwerkadvies.
59	Beschrijvend document aanbesteding Arbeidsmarktcommunicatie	Buiten de scope van de Opdracht valt: Is COA bereid om de LinkedIn en Indeed contracten via een multiposter te laten lopen? - Waarbij de contracten in eigen beheer blijven en de jobs via technologie worden gepost?	LinkedIn contract omvat het Enterprise programma en Indeed Sposored Jobs. Aanvullende campagnes op deze kanalen kunnen via opdrachtnemer verlopen.
60	Beschrijvend document aanbesteding Arbeidsmarktcommunicatie en jobmarketing	Geschiktheidseis 4: Kerncompetenties: Mag één referentieproject worden ingezet om aan zowel Kerncompetentie 1 (arbeidsmarktcampagne) als Kerncompetentie 2 (losse media-inkoop) te voldoen, mits de betreffende opdracht aantoonbaar aan alle voorwaarden van beide kerncompetenties voldoet?	Ja, dit mag.
61	Beschrijvend document aanbesteding Arbeidsmarktcommunicatie en jobmarketing	4.1.2.1 Uitwerking Subgunningscriteria kwaliteit: Er wordt aangegeven dat afwijking van het voorgeschreven lettertype (Arial 10) of de paginalimiet leidt tot uitsluiting. Geldt de eis van Arial 10 ook voor tekst binnen tabellen, grafieken, schema's en headers/footers, of is daar voor de overzichtelijkheid een kleiner lettertype (bijvoorbeeld Arial 8 of 9) toegestaan?	De voorgeschreven lettergrootte en het lettertype geldt voor alle tekst, behalve tekst in figuren en tabellen. Deze moeten echter nog steeds duidelijk leesbaar zijn. Niet leesbare tekst wordt niet meegenomen.
62	Beschrijvend document aanbesteding Arbeidsmarktcommunicatie en jobmarketing	Subgunningscriterium K2: Casus arbeidsmarktcommunicatie - Bij de casus wordt gevraagd om een kostenuitwerking op te nemen voor werkzaamheden en kanalen. Welk fictief of indicatief mediabudget moet voor deze casus worden aangehouden om de kanaalkeuzes en kostenopbouw realistisch en onderling vergelijkbaar uit te werken?	Zie het anwtoord op vraag 36.
63	Bijlage B - Programma van Eisen arbeidsmarktcommunicatie	5 Rapportage en KPI's - 5.3: Er wordt gevraagd om een real-time digitaal dashboard. Welke brondata en koppelingen stelt het COA beschikbaar om de volledige 'candidate journey' van ad-impression tot sollicitatie in te zien en te rapporteren? Gezien er bij een eerste controle geen meetbaarheid op de careers omgeving te zien is.	Er kunnen koppelingen met het ATS gemaakt worden. Data inzichten van bijvoorbeeld de vacaturepagina worden momenteel nog intern bij opdrachtgever geoptimaliseerd.
64	Beschrijvend document aanbesteding Arbeidsmarktcommunicatie en jobmarketing	1.2 Beschrijving van de Opdracht: Er staat vermeld dat "Uitvoering van webanalyse op eigen kanalen" en "Technische webdevelopment werkzaamheden" buiten de scope vallen, terwijl er wel verplicht wordt gerapporteerd over het aantal conversies en conversieratio's per kanaal. Gezien deze metrics zonder meetbaarheid niet goed kunnen worden ingericht, hoe ziet COA het rapporteren gezien de huidige minimale mogelijkheden voor het doormeten op de website.	Data inzichten van bijvoorbeeld de vacaturepagina worden momenteel nog intern bij opdrachtgever geoptimaliseerd.
65	Bijlage B - Programma van Eisen arbeidsmarktcommunicatie	8 Gebruik van AI: Er worden strikte eisen en goedkeuringsplichten gesteld aan de inzet van AI-systemen. Vallen de standaard ingebouwde AI- en optimalisatie-algoritmes van grote mediaplatforms (zoals Google Smart Bidding of Meta Advantage+) ook onder deze voorafgaande goedkeurings- en documentatieplicht, of betreft dit uitsluitend eigen, losstaande AI-software van de opdrachtnemer?	Zie het antwoord op vraag 51. Standaard ingebouwde AI- en optimalisatiefuncties van mediaplatforms, zoals Google Smart Bidding en Meta Advantage+, vallen niet onder de goedkeurings- en documentatieplicht uit de eisen 8.1 tot en met 8.6.
66	Beschrijvend document aanbesteding Arbeidsmarktcommunicatie	Valt het namens het COA uitonderhandelen van raam- of volumedeals bij externe jobboards en mediapartijen binnen de scope van het strategisch/tactisch advies?	Ja
67	Beschrijvend document aanbesteding Arbeidsmarktcommunicatie en jobmarketing	Subgunningscriterium K2: Casus arbeidsmarktcommunicatie: Om een goed advies te kunnen geven voor Subgunningscriterium K2: Casus arbeidsmarktcommunicatie is het belangrijk om het aantal hires voor de rol te weten. Hier wordt gesproken over het verspreiden van 1 vacature, maar ook over een projectplanning, hoe veel FTE worden er gevraagd in deze rol? Dit is van grote invloed op het formaat van de campagne. Kan COA dit verduidelijken?	Zie het anwtoord op vraag 36.
68	Prijzenblad	Er staat vermeld dat de fictieve inschrijfsom moet liggen binnen een bandbreedte van € 100.000,- tot € 135.000,- excl. btw, waarbij een inschrijfsom van € 100.000,- of lager de maximale score van 30 punten oplevert. Wanneer op het prijzenblad marktconforme tarieven worden ingevuld, komt de Totale Fictieve Inschrijfsom uit op circa € 49.500,- (slechts de helft van de ondergrens). Hierdoor behalen vrijwel alle inschrijvers automatisch de maximale score van 30 punten, waardoor het gunningscriterium Prijs zijn onderscheidend vermogen verliest. Is het COA bereid de fictieve aantallen/wegingen of de gestelde bandbreedte te herzien?	Er is sprake van een verschrijving in het prijzenblad. De op te geven handlingkosten voor B1 en B2 betreffen geen tarieven per kanaal, maar tarieven per 1-5/ 6+ kanalen. De tekst "per kanaal" is uit de regel gehaald. Zie hiervoor de op basis van deze Nota van Inlichtingen gewijzigde prijzenblad. Zie ook het antwoord op vraag 4.

Nota van Inlichtingen 1			
Betreft de aanbesteding: Arbeidsmarktcommunicatie en jobmarketing Aanbestedingsnummer: CDR-1383523 Datum: 8 oktober 2026			
Vraagnr.	Onderwerp	Vraag	Antwoord
69	Prijzenblad	Worden de handlingkosten per kanaal apart gefactureerd bovenop de all-in prijs voor campagnebeheer, of sluiten deze vergoedingen elkaar uit bij het uitzetten van een campagne?	Handlingkosten gaan over enkele vacatureplaatsing en niet overcampagnebeheer zoals beschreven in A1 en A2. De staffel betreft het tarief dat eenmaal kan worden gerekend voor de handling van het aantal kanalen. Dus wanneer er bijvoorbeeld drie kanalen worden ingezet dan kan het aangeboden tarief één keer worden gerekend, en niet drie keer.
70	Prijzenblad	Er wordt gevraagd om een all-in prijs voor het beheren van advertenties voor 3-5 functieprofielen en 6+ functieprofielen gedurende 3 maanden. Aangezien er geen hiring-doelstellingen, verwachte aantallen vacatures per profiel of doelgroepcomplexiteiten bekend zijn, is het lastig de benodigde arbeidsintensiteit in te schatten. Kan het COA verduidelijken wat precies wordt verstaan onder "beheren" en een indicatie geven van het verwachte aantal jaarlijkse campagnes en de verdeling over doelgroepen?	De campagnes staan 2 tot 3 keer per jaar 'aan'. Hierin zijn meerdere vacatures in het land gebundeld op basis van functietitel en de vraag in de verschillende provincies. Onder beheren verstaan wij het inrichten van de campagne met de juiste content op kanalen als LinkedIn, Meta, Youtube, DPG Media groep, Google Search, Indeed EBA en eventueel diverse (niche) jobboards. Het monitoren, optimaliseren en eventueel advisering tot bijsturen tijdens de looptijd.
71	Prijzenblad	B2: Wordt hier gerekend voor de plaatsing van 1 unieke job op 1 kanaal?	De staffel betreft het tarief dat eenmaal kan worden gerekend voor de handling van het aantal kanalen. Dus wanneer er bijvoorbeeld zeven kanalen worden ingezet dan kan het aangeboden tarief één keer worden gerekend, en niet zeven keer.
72	Prijzenblad	Onder welke post dienen de kosten van media inkoop te worden geschaard?	Voor een campagne zoals bedoelt in A1 en A2 kunnen de kosten voor media inkoop in de prijs van A1 en A2 meegenomen worden. De prijzen voor media inkoop voor unieke vacature zien wij graag terug in de distributietooling. Zie ook het antwoord op vraag 34.
73	Prijzenblad	Er wordt verplicht tot het leveren van een centrale distributietool (multiposting) en het realiseren van een koppeling met het ATS van het COA. Hoe dienen de licentie- en koppelingskosten financieel te worden afgedekt: verwerkt in de geoffreerde tarieven of worden deze 1-op-1 doorbelast?	De kosten voor koppeling met het ATS van het COA worden door opdrachtgever gedragen. Alle licentie-, platform- en technische kosten van een centrale distributietool dienen volledig in de geoffreerde tarieven te zijn opgenomen.
74	Prijzenblad	A3: Gaat het hier om een uurtarief of om een standaard advies voor een campagne?	A3 omvat alle advieskosten voor de start van een campagne die niet A1 of A2 betreft, maar jobmarketingactiviteiten voor unieke vacatures. Hieronder valt voor COA doelgroepanalyse en keuze media inzet/plan. De advieskosten kunnen dus per functieprofiel in rekening gebracht worden. Advieskosten worden per advies gerekend.
75	Bijlage B - Programma van Eisen arbeidsmarktcommunicatie	Specifieke eisen Jobmarketing - 3.18: Welk Applicant Tracking System gebruikt het COA?	Zie het antwoord op vraag 7.
76	Beschrijvend document aanbesteding Arbeidsmarktcommunicatie	1.4 Omvang van de Opdracht: Welke job boards en media kanalen willen jullie gebruiken? en welke gebruiken jullie nu?	Zie antwoord op vraag 34.
77	Beschrijvend document aanbesteding Arbeidsmarktcommunicatie en jobmarketing	Geschiktheidseis 5: Technische bekwaamheid – Kwaliteitsborging: Is een ISO9001 certificaat verplicht of volstaat een ISO 27001 met aanvullende documentatie aangaande QA ook?	Een ISO 9001-certificaat is niet verplicht; zie ook het antwoord op vraag 13. Een ISO 27001-certificaat ziet op informatiebeveiliging en geldt op zichzelf niet als gelijkwaardig aan ISO 9001. Een ISO 27001-certificaat in combinatie met aanvullende documentatie volstaat wel, mits daaruit blijkt dat inschrijver werkt volgens een gelijkwaardig kwaliteitsmanagementsysteem. Daarbij moet de beschrijving ingaan op de wijze waarop de inschrijver de kwaliteit van zijn dienstverlening borgt, zoals plannen, uitvoeren, evalueren en bijsturen, klachtafhandeling en borging van afspraken.
78	Prijsformule (paragraaf 4.1.3)	In de tekst van paragraaf 4.1.3 wordt vermeld dat voor het criterium Prijs maximaal 30 punten kunnen worden behaald, waarbij een fictieve inschrijfsom van €110.000 resulteert in 25 punten. De opgenomen formules in dezelfde paragraaf rekenen echter met respectievelijk 35 en 40 punten en sluiten daarmee niet aan op de tekst en de beschreven scorelijn. Kunt u bevestigen welke systematiek leidend is en de formules corrigeren?	Dit betreft een verschrijving. De juiste formule staat in het op basis van deze nota van inlichtingen gewijzigde Beschrijvend Document
79	Opbouw fictieve inschrijfsom, mediaspend en overige kosten (paragraaf 4.1.3 & Bijlage H)	Welke fictieve volumes en wegingen liggen per onderdeel A, B en C ten grondslag aan de fictieve inschrijfsom? Klopt het dat de daadwerkelijke mediaspend en kosten voor jobboardplaatsingen buiten de fictieve inschrijfsom vallen en tegen netto inkoopprijs worden doorbelast? Zo nee, hoe dienen deze kosten in het Prijzenblad te worden verwerkt? Kunt u tevens verduidelijken hoe eventuele kosten voor benodigde tooling, technologie, licenties en ATS-/distributiekoppelingen dienen te worden verwerkt?	De weging in het prijzenblad is fictief en geeft geen weergave van de daadwerkelijke mediaspend. Dit betreft een rekenmodel dat is vastgesteld om prijsafspraken te maken, waarbij alle onderdelen meewegen. De daadwerkelijke mediaspend en kosten voor jobboardplaatsingen vallen buiten de fictieve inschrijfsom en kunnen tegen netto inkoopprijs worden doorbelast. Opdrachtgever gaat er vanuit dat deze kosten worden doorberekend in haar inschrijving per gevraagd onderdeel.

Nota van Inlichtingen 1 Betreft de aanbesteding: Arbeidsmarktcommunicatie en jobmarketing Aanbestedingsnummer: CDR-1383523 Datum: 8 oktober 2026 			
Vraagnr.	Onderwerp	Vraag	Antwoord
80	Geraamde opdrachtwaarde versus actuele uitgaven (paragraaf 1.3 & 1.4)	De historische uitgaven bedragen €252.552 in 2023, €534.549 in 2024, €561.878 in 2025 en reeds €517.434 over januari t/m juni 2026. Geannualiseerd ligt 2026 daarmee rond €1,035 miljoen, terwijl de geraamde opdrachtwaarde van €2,6 miljoen bij een maximale looptijd van 48 maanden gemiddeld circa €650.000 per jaar bedraagt. Kunt u aangeven of de geraamde opdrachtwaarde rekenkundig is gebaseerd op de initiële looptijd van 24 maanden of op de maximale looptijd van 48 maanden? Welke ontwikkeling verklaart het relatief hoge uitgavenniveau in 2026 en welk jaarlijks uitgavenniveau verwacht COA indicatief voor 2027 en 2028? Kunt u daarnaast de historische uitgaven indicatief uitsplitsen naar mediaspend/campagnes, jobboardplaatsingen, bureau-/dienstverleningskosten en eventuele technologie-/toolingkosten?	De geraamde waarde en de maximale contractwaarde zijn gebaseerd op de maximale looptijd van de Raamovereenkomst, inclusief de verlengingsopties. De gevraagde onderverdeling en uitsplitsing is niet beschikbaar. De recruitmentafdeling is de afgelopen jaren in ontwikkeling geweest en de dienstverlening binnen het COA is met name vanaf 2025 sterk gewijzigd. Dit heeft ook grote invloed gehad op de afgenomen diensten op het gebied van campagnes/jobmarketing. Voor 2027 en 2028 kan om deze reden nog geen indicatie gegeven worden. De historische gegevens zijn indicatief, inschrijvers kunen hier geen rechten aanm ontlenen.
81	4. Ambitieniveau en verwachte ontwikkeling mediabudget (paragraaf 1.2 & 1.4)	COA benoemt als doelstellingen onder meer betere zichtbaarheid van vacatures, efficiëntere inzet van mediabudgetten, professionalisering van jobmarketing en een meer datagedreven aanpak. Kan COA toelichten of binnen de geraamde opdrachtwaarde rekening is gehouden met een verandering van het mediabudget als gevolg van deze ambities, of dat de toekomstige media-inzet primair wordt verondersteld binnen het huidige/historische budgetniveau plaats te vinden?	De geraamde opdrachtwaarde is gebaseerd op het huidige en historische bestedingsniveau. In de raming is geen structurele verhoging van het mediabudget als gevolg van de genoemde ambities verondersteld. De ambities zijn primair gericht op een effectievere en efficiëntere inzet van het bestaande budget. De maximale opdrachtwaarde biedt ruimte voor een hogere media-inzet, bijvoorbeeld bij een toenemende wervingsbehoefte als gevolg van de bezettingsontwikkeling. Aan de geraamde en maximale opdrachtwaarde kunnen geen rechten worden ontleend.
82	5. Verwachte volumes en verhouding jobmarketing versus campagnes (paragraaf 1.2 & 1.4)	COA geeft aan jaarlijks 24 of meer mediakanalen te gebruiken, maar geeft geen indicatie van het aantal vacatures, vacatureplaatsingen, losse jobmarketingcampagnes en grotere arbeidsmarktcampagnes. Kan COA indicatief aangeven hoeveel vacatures/plaatsingen en campagnes jaarlijks via de toekomstige Opdrachtnemer worden verwacht en hoe de historische uitgaven zich ongeveer verdelen tussen losse vacaturemarketing en bredere arbeidsmarktcampagnes?	Zie antwoord vraag 27.
83	6. LinkedIn en Indeed (paragraaf 1.2 & 4.1.2.1)	COA geeft aan eigen LinkedIn- en Indeed-contracten te hebben die niet door Opdrachtnemer kunnen worden gebruikt. Wordt van Opdrachtnemer desondanks strategisch advies, mediaplanning, kanaalafweging en/of optimalisatie ten aanzien van LinkedIn en Indeed verwacht? Zo ja, welke toegang tot campagne- en prestatiedata wordt beschikbaar gesteld? En mogen LinkedIn en Indeed worden meegenomen in de uitwerking van K2, inclusief bereik- en kosteninschattingen?	Zie antwoord vraag 59. LinkedIn en Indeed worden meegenomen in de uitwerking van K2, inclusief bereik- en kosteninschattingen
84	7. Toegang tot data, conversiedata en ATS (paragraaf 1.2, 4.1.2.1)	Webanalyse op eigen kanalen valt buiten de scope, terwijl van Opdrachtnemer wel wordt verwacht dat wordt gerapporteerd over prestaties, kosten en effectiviteit en dat campagnes worden geoptimaliseerd. Welke bron- en conversiedata stelt COA beschikbaar, waaronder sollicitaties en – indien beschikbaar – aannames per kanaal/campagne? Welk ATS en welke multiposting-/distributietooling gebruikt COA momenteel? Is een API, feed of andere technische koppelmogelijkheid beschikbaar voor de in K1 genoemde ATS-koppeling?	Er kunnen koppelingen met het ATS (Empty) gemaakt worden. Data inzichten van bijvoorbeeld de vacaturepagina worden momenteel nog intern bij opdrachtgever geoptimaliseerd. Opdrachtgever maakt nu gebruik van de distributietool van de huidige contractpartner.
85	Definitie van effectiviteit en KPI's (paragraaf 1.2)	Welke KPI's beschouwt COA als leidend voor de beoordeling en optimalisatie van arbeidsmarktcommunicatie en jobmarketing? Wordt effectiviteit primair beoordeeld op media-KPI's, verkeer, sollicitaties, kwalitatieve sollicitaties, hires of een combinatie daarvan?	Dit betreffen de media KPI's en het aantal kwalitatieve sollicitaties.
86	9. Menselijke eindverantwoordelijkheid (paragraaf 3.5.4)	In Geschiktheidseis 4 (Kerncompetentie 2) wordt vermeld dat "de eindverantwoordelijkheid voor het optimaliseren bij een mens (menselijke specialist)" moet liggen. Voldoet een referentie waarin biedingen, budgetallocatie en/of campagneoptimalisatie deels algoritmisch of geautomatiseerd plaatsvinden, terwijl een menselijke specialist de strategie bepaalt, de prestaties bewaakt, waar nodig bijstuurt en eindverantwoordelijk is? Kunt u nader definiëren wat hieronder precies wordt verstaan?	Ja. Een referentie waarin biedingen, budgetallocatie en/of campagneoptimalisatie deels algoritmisch of geautomatiseerd plaatsvinden, voldoet aan kerncompetentie 2. Voorwaarde is dat een menselijke specialist eindverantwoordelijk is voor de optimalisatie.
87	10. Kaders K2-casus (paragraaf 4.1.2.1)	Om de voorgestelde kanaalmix, kostenopbouw en het verwachte bereik tussen inschrijvers vergelijkbaar te kunnen beoordelen: kan COA een indicatief mediabudget, campagneduur, aantal te vervullen vacatures/posities en geografische scope voor de casus Jeugdwerker verstrekken? Indien COA deze niet voorschrijft, mag Inschrijver hiervoor zelf gemotiveerde aannames hanteren?	Zie antwoord vraag 36.
88	Creatieve doorvertaling K2 versus scope (paragraaf 1.2 & 4.1.2.1)	Bij K2 wordt mede beoordeeld "de mate waarin de personeelsbehoefte creatief en aansprekend is doorvertaald", terwijl complete creatieve conceptontwikkeling en campagnecreatie expliciet buiten de scope van de Opdracht vallen. Kan COA verduidelijken wat binnen K2 onder een creatieve en aansprekende doorvertaling wordt verstaan en in hoeverre van Inschrijver concrete concept-, boodschap- of contentontwikkeling wordt verwacht?	Wat als creatief en aansprekend wordt beoordeeld is volledig afhankelijk van de inhoud van de inschrijving. Contentcreatie is uitbesteed aan een andere contractpartij en wordt niet verwacht.
89	Bestaand werkgeversmerk en beschikbare middelen K2 (paragraaf 1.2 & 4.1.2.1)	COA geeft aan dat wordt voortgebouwd op het reeds bestaande werkgeversmerk en dat Opdrachtnemer dit in stand dient te houden. Welke bestaande employer-brandingstrategie, doelgroepinzichten, communicatierichtlijnen, campagnemiddelen en/of assets worden voor de uitvoering van K2 beschikbaar gesteld? Mag Inschrijver voor de casus aannames doen wanneer deze informatie niet beschikbaar wordt gesteld?	Ja, dat mag

Nota van Inlichtingen 1			
Betreft de aanbesteding: Arbeidsmarktcommunicatie en jobmarketing Aanbestedingsnummer: CDR-1383523 Datum: 8 oktober 2026			
Vraagnr.	Onderwerp	Vraag	Antwoord
90	K1 – gewenste doorlooptijd en uitgangssituatie (paragraaf 4.1.2.1)	K1 wordt voor 35 van de 70 kwaliteitspunten beoordeeld op de snelheid en eenvoud waarmee vacatures en campagnes kunnen worden geplaatst. Kan COA inzicht geven in de huidige werkwijze, het huidige aantal schakels en de huidige gemiddelde doorlooptijd tussen aanvraag en livegang? Heeft COA daarnaast een gewenste maximale doorlooptijd of SLA voor reguliere en spoedplaatsingen?	In de huidige distributietool varieert de gemiddelde doorlooptijd tussen 1 en 3 werkdagen, afhankelijk van het gevraagde advies. Voor de landelijke campagne geldt dat de doorlooptijd vanaf het moment van akkoord op de offerte 5 werkdagen is.
91	14. Tooling en keuzevrijheid (paragraaf 4.1.2.1)	Is het gebruik van een multiposting-/distributietool verplicht of staat het Inschrijver vrij om een andere technische oplossing voor te stellen waarmee de doelstellingen van K1 worden gerealiseerd? Indien koppeling met het ATS wenselijk is: wie is verantwoordelijk voor ontwikkeling, implementatie, security/privacy-toetsing en eventuele kosten aan COA-/ATS-zijde?	Het gebruik van een multiposting/distributietool is een sterke wens, maar een andere oplossing is mogelijk als deze ook gebruiksvriendelijk is en gewenste over/inzicht geeft. API is mogelijk met ATS. Kosten voor rekening COA.
92	16. Strategische adviesruimte en kanaalneutraliteit (paragraaf 1.2)	In hoeverre heeft Opdrachtnemer de vrijheid om bestaande kanaalkeuzes en budgetverdelingen te wijzigen wanneer data of doelgroepanalyse daar aanleiding toe geven? Verwacht COA dat de Opdrachtnemer kanaal- en leveranciersneutraal adviseert en bestaande media/jobboards actief ter discussie stelt wanneer andere inzet naar verwachting effectiever is?	Ja, die vrijheid heeft opdrachtnemer en COA verwacht van Opdrachtnemer dat deze kanaal- en leveranciersneutraal adviseert en bestaande media/jobboards actief ter discussie stelt wanneer andere inzet naar verwachting effectiever is.
93	Vormvereisten (paragraaf 4.1.2.1 & 4.1.2.2)	Paragraaf 4.1.2.1 schrijft voor K1, K2 en K3 telkens "maximaal twee pagina's A4, lettertype Arial, grootte 10" voor. Paragraaf 4.1.2.2 spreekt over een maximumaantal "A3/A4". Zijn A3-pagina's toegestaan en, zo ja, hoe tellen deze mee in het maximum? Geldt de voorgeschreven lettergrootte Arial 10 eveneens voor tekst in tabellen, figuren, grafieken en visuals? Vallen een eventueel voorblad, inhoudsopgave en/of procesdiagrammen buiten het paginamaximum?	A3 pagina's zijn conform de vormvoorschriften in 4.2.1.1 niet toegestaan. Een eventueel voorblad telt niet mee in het aantal pagina's en wordt ook niet beoordeeld. De voorgeschreven lettergrootte en het lettertype geldt voor alle tekst, behalve tekst in figuren en tabellen. Deze moeten echter nog steeds duidelijk leesbaar zijn. Niet leesbare tekst wordt niet meegenomen.
94	18. Looptijd en verlenging (paragraaf 1.3)	De Raamovereenkomst kent een initiële looptijd van twee jaar en tweemaal een verlengingsoptie van maximaal 12 maanden, waarmee de maximale looptijd 48 maanden bedraagt. Tegelijkertijd wordt vermeld dat de overeenkomst stilzwijgend doorloopt indien niet wordt opgezegd. Kan COA verduidelijken hoe deze bepalingen zich tot elkaar verhouden en bevestigen dat de Raamovereenkomst uiterlijk na 48 maanden van rechtswege eindigt, behoudens een rechtmatige wijziging zoals elders in de aanbestedingsstukken voorzien?	In paragraaf 1.3 is de looptijd van de Raamovereenkomst en de verlengingsopties beschreven. De stilzwijgende verlegging heeft betrekking op het ervoor gestelde: "uiterlijk drie maanden voor het verstrijken van de initiële/dan geldende looptijd van de Raamovereenkomst schriftelijk in kennis of er gebruik wordt gemaakt van de verlengingsoptie door Opdrachtgever. Indien de opzegging niet plaatsvindt loopt de Raamovereenkomst stilzwijgend door na het verstrijken van de in de eerste zin van dit artikel bedoelde termijn/op dat moment geldende termijn." Na uiterlijk 48 maanden eindigt de Raamovereenkomst.
95	K1	Bij K1 vraagt u zowel om snelheid en eenvoud bij het inzetten van campagnes als om proactief advies en optimalisatie. Kunt u verduidelijken welke werkwijze het beste aansluit bij uw behoefte: een omgeving waarin COA zelf campagnes kan plaatsen, beheren en aanpassen, uitvoering door een vast specialistisch team dat COA met behulp van tooling ontzorgt, of een combinatie hiervan? Welke taakverdeling tussen COA en opdrachtnemer heeft u daarbij voor ogen? Kunt u tevens toelichten welk belang binnen de beoordeling van K1 wordt gehecht aan automatisering en zelfbediening enerzijds en inhoudelijk advies en persoonlijke ondersteuning anderzijds?	Aanbestedende dienst is gewend om voor unieke vacatures tooling te gebruiken waarin er verschillende keuze mogelijkheden zijn (directe keuzemogelijkheden voor verschillende kanalen of eerst bv doelgroepanalyse of advies). Voor campagnes met meerdere functieprofielen is een vast gespecialiseerd team wenselijk. Dus een combinatie van beiden is wenselijk. Deel 2: Subgunningscriterium K1 wordt beoordeeld op: * De mate waarin voorgestelde werkwijze snel en eenvoudig is; * Hoe concreet en duidelijk Inschrijver ingaat op de aangeboden maatregelen; * In welke mate de aangeboden maatregelen een positief effect hebben op het doel van Subgunningscriterium K1 en het doel daadwerkelijk wordt gerealiseerd."
96	Eigen contracten met LinkedIn en Indeed	Welke producten en diensten neemt het COA rechtstreeks af bij LinkedIn en Indeed en welke activiteiten blijft het COA daarmee zelf uitvoeren? Mag opdrachtnemer daarnaast via eigen contracten en accounts campagnes op deze platforms inkopen en beheren? Graag ontvangen wij een afbakening van de verantwoordelijkheden voor plaatsing, optimalisatie en rapportage, inclusief de aansluiting op de distributietool. Zijn de uitgaven aan de eigen LinkedIn- en Indeed-contracten opgenomen in de historische bestedingen, de geraamde opdrachtwaarde van € 2.600.000 en de maximale contractwaarde van € 3.900.000? Zo ja, welk deel betreft deze contracten?	Zie antwoord vraag 47. Deze uitgaven zijn niet meegenomen in de historische bestedingen
97	Uitsplitsing en juistheid van de bestedingen	Wilt u de historische bestedingen over 2023, 2024, 2025 en de eerste helft van 2026 uitsplitsen naar mediakosten, campagnebeheer en handling, advies en overige werkzaamheden, en licentie- of systeemkosten? Wilt u aangeven welke posten binnen de nieuwe opdracht vallen en deze uitsplitsing ook geven voor de geraamde opdrachtwaarde? De vier jaarbedragen in de tabel tellen op tot € 1.866.413, terwijl het vermelde totaal € 1.880.294 bedraagt. Welk bedrag is juist en wilt u de tabel zo nodig corrigeren?	De gevraagde onderverdeling en uitsplitsing is niet beschikbaar. De historische gegevens zijn indicatief, inschrijvers kunen hier geen rechten aanm ontlenen.
98	Aantallen en verwachte afname	Kunt u de historische aantallen over 2025 en de eerste helft van 2026 verstrekken voor campagnes, unieke functieprofielen, vacatureplaatsingen per kanaal en adviesaanvragen, met de gemiddelde campagneduur en het aantal gelijktijdige campagnes? Welke indicatieve afname verwacht u per contractjaar en zijn daarbij piekperiodes voorzien? Welke periode en aannames liggen ten grondslag aan de fictieve aantallen in kolom D van het prijzenblad? Wij vragen om informatie voor een vergelijkbare calculatie, zonder hiermee een afnamegarantie te veronderstellen.	Zie antwoord vraag 27. Nadere informatie is niet beschikbaar. De weging in het prijzenblad is fictief, op basis van deze aantallen kan geen afname indicatie worden voorspeld. Van een afname garantie is geen sprake. De geraamde waarde geeft inzicht in de verwachte raming van de opdracht.

Nota van Inlichtingen 1 Betreft de aanbesteding: Arbeidsmarktcommunicatie en jobmarketing Aanbestedingsnummer: CDR-1383523 Datum: 8 oktober 2026			
			
Vraagnr.	Onderwerp	Vraag	Antwoord
99	Correctie van de prijsformules	De tekst, grafiek en actieve Excel-berekening kennen 30 punten toe bij een fictieve inschrijfsom van € 100.000 of lager, 25 punten bij € 110.000 en 0 punten bij € 135.000. De uitgeschreven formules op pagina 30 gebruiken echter 35 en 40 punten. Bevestigt u dat de schaal van 30, 25 en 0 punten geldt, met lineaire interpolatie tussen de genoemde bedragen, en dat boven € 135.000 uitsluiting volgt? Wilt u de formules corrigeren en één onderling consistent beoordelingsmodel publiceren?	Dit betreft een verschrijving. De juiste formule staat in het op basis van deze nota van inlichtingen gewijzigde Beschrijvend Document
100	Afbakening van campagneprijzen A1 en A2	Wat omvat één campagne onder A1 en A2 precies? Graag specificeren hoeveel vacatures, regio's of locaties, uitingen, kanalen en wijzigingsrondes binnen de vaste prijs voor drie maanden vallen. Wat is de bovengrens voor A2 met "6+ functieprofielen" en hoe wordt een campagne met één of twee functieprofielen geprijsd? Welke tarieven gelden bij verlenging, toevoeging van functieprofielen of een kortere looptijd? Wilt u hiervoor eenduidige eenheden en grenzen opnemen, zodat alle inschrijvers dezelfde omvang begroten?	Eén campagne bevat het genoemde aantal functieprofielen met een campagnelooptijd van 3 maanden. Het aantal bijbehorende vacatures, regio's of locaties varieert. In een campagne worden altijd minimaal 3 functieprofielen opgenomen. Looptijden worden niet verkort, wel kan een functieprofiel worden toegevoegd en mag er een aanvullende offerte gedaan worden voor de aanvullende kosten. Dit laatste geldt ook in geval van een verlenging.
101	Eenheid en inhoud van advieskosten A3	Welke prestatie en eenheid moet inschrijver bij A3 prijzen: één adviesaanvraag, één doelgroepanalyse, één mediaplan, één uur of een andere eenheid? Welke omvang en diepgang verwacht het COA per eenheid? Bevestigt u welke analyses en adviezen onder A3 vallen en welke al in A1, A2 of de overige uurtarieven zijn inbegrepen, in het bijzonder de doelgroepanalyse voorafgaand aan iedere campagne?	De kosten van onderdeel C gaan over extra kosten en diensten die losstaan van de onder A en B gevraagde diensten. A3 omvat alle advieskosten voor de start van een campagne die niet A1 of A2 betreft, maar jobmarketingactiviteiten voor unieke vacatures. Hieronder valt voor COA doelgroepanalyse en keuze media inzet/plan. De advieskosten kunnen dus per functieprofiel in rekening gebracht worden. Advieskosten worden per advies gerekend.
102	Eenheid en staffels van handlingkosten	Wat is de facturabele eenheid voor B1 en B2: per kanaal per vacature, per campagne, per maand of per afzonderlijke plaatsing? Wordt de grens van vijf kanalen bepaald per campagne, opdracht of periode? Geldt bij zes of meer kanalen het B2-tarief voor alle kanalen of alleen vanaf het zesde kanaal? Graag ook verduidelijken of herplaatsingen, verlengingen en wijzigingen een nieuwe handlingvergoeding opleveren. Wilt u beide staffels toelichten met een rekenvoorbeeld?	Zie antwoord vraag 4.
103	Samenloop van vaste prijzen en uurtarieven	In welke situaties mogen de posten A1 of A2, A3, B1 of B2 en de uurtarieven uit onderdeel C naast elkaar worden gefactureerd? De campagneprijzen zijn all-in, terwijl eis 2.12 per campagne een offerte met uren en uurtarieven verlangt. Zijn deze uren uitsluitend een onderbouwing van de vaste prijs, of vindt betaling op basis van werkelijke uren plaats? Wilt u een voorbeeld van een campagneofferte en bijbehorende factuur geven, met onderscheid tussen inbegrepen en afzonderlijk betaalde werkzaamheden?	De kosten van onderdeel C gaan over extra kosten en diensten die losstaan van de onder A en B gevraagde diensten. Er worden geen voorbeeld offertes en facturen gedeeld.
104	Vergoeding van doorlopende werkzaamheden en systemen	Onder welke prijsregel vallen de kosten voor implementatie, licenties, distributietool, dashboard, onderhoud, accountmanagement, de verplichte overleggen, kennisdeling en contractbrede rapportages? Welke activiteiten moeten zonder afzonderlijke vergoeding beschikbaar blijven in perioden met weinig of geen campagneafname? Indien al deze kosten in de variabele campagne- en handlingtarieven moeten worden verwerkt, wilt u de minimaal verlangde inzet en het gebruik van systemen specificeren? Bent u bereid voor structurele beschikbaarheid een afzonderlijke vaste prijsregel toe te voegen?	De op te geven tarieven zijn all-in. Er kunnen geen aanvullende kosten worden gerekend voor implementatie, accountmanagement, middelen, systemen of andere zaken. Opdrachtgever gaat er vanuit dat opdrachtnemer op afroep beschikbaar is om gevraagde diensten te verlenen.
105	Toerekening van kortingen en volumebonussen	Bevestigt u dat de verplichting tot doorbetaling betrekking heeft op alle kortingen, bonussen en gratis advertentieruimte die aan de media-inkoop voor het COA zijn toe te rekenen? Welke verdeelsleutel en verantwoordingswijze accepteert u bij bureau- of concernbrede volumebonussen die mede door de bestedingen van andere opdrachtgevers ontstaan? Mogen pas na afloop van een kwartaal of jaar vastgestelde bonussen achteraf worden verrekend? Graag aangeven hoe wordt voorkomen dat daarbij vertrouwelijke gegevens van andere opdrachtgevers moeten worden verstrekt.	De Aanbestedende dienst bevestigt dat de eis betrekking heeft op de volledige waarde van alle kortingen en volumebonussen (kickback-fees) die Opdrachtnemer van media-exploitanten ontvangt en die toe te rekenen zijn aan de media-inkoop voor de Aanbestedende dienst, zowel in de vorm van cashbetalingen als gratis advertentieruimte. De Aanbestedende dienst schrijft geen verdeelsleutel of verrekenwijze voor. Opdrachtnemer is verantwoordelijk voor een juiste toerekening.
106	Facturatie en voorfinanciering van media	Mogen mediakosten en bureauwerkzaamheden maandelijks worden gefactureerd tijdens een campagne die meerdere maanden duurt, en op welk moment vindt acceptatie plaats? Hoe worden vooraf te betalen media en niet-annuleerbare, vooraf goedgekeurde mediareserveringen gefinancierd en vergoed? Bent u bereid hiervoor voorschotfacturatie of rechtstreekse betaling door het COA toe te staan, en zo ja onder welke voorwaarden? Wilt u tevens aangeven of elektronisch factureren via Digipoort verplicht is of dat de in Bijlage I beschreven facturatie per e-mail eveneens wordt geaccepteerd?	Facturen kunnen na goedkeuren offerte en start campagne ingediend worden en worden dan binnen de door opdrachtgever gestelde factuurtermijnen betaalbaar gesteld. Factureren via Digipoort is niet verplicht.
107	Grens tussen mediawerkzaamheden en contentcreatie	Welke materialen levert het COA campagneklaar aan en welke bewerkingen verwacht u van opdrachtnemer? Graag afbakenen of advertentieteksten, vacaturetekstaanpassingen, formaatvarianten, banners, ondertiteling en materiaal voor offline plaatsingen binnen de opdracht vallen, aangezien complete campagnecreatie en contentproductie buiten de scope zijn geplaatst. Wie verzorgt aanvullende productie en afstemming met de creatieve leverancier? Wilt u tevens concretiseren welke functies als zeer specialistische nicheprofielen buiten de scope vallen en bevestigen hoe de jeugdwerker uit K2 hierin wordt behandeld?	Contentcreatie wordt door een andere mantelpartij verzorgd. Opdrachtgever zorgt voor de benodigde formaatvarianten, banners, etc. Afstemming en aanvullende productie wordt in overleg met partijen afgestemd. Zie ook vraag 58 voor antwoord op nicheprofielen. Jeugdwerker is voor COA geen nicheprofiel.
108	Functionele eisen aan de distributietool	Welke functionele eisen gelden voor de centrale distributietool, waaronder het aantal gebruikers, autorisatirollen, vacatures, locaties, benodigde jobboards en de gewenste rapportages? Moet het COA zelf vacatures kunnen plaatsen en wijzigen of mag opdrachtnemer de tool namens het COA bedienen? Moet de tool ook de eigen LinkedIn- en Indeed-contracten van het COA ontsluiten? Welke bestaande tool, accounts en gegevens kunnen worden overgenomen, en welke beschikbaarheids- of ondersteuningseisen gelden voor de oplossing	Opdrachtgever verwacht dat ten minste 10 gebruikers toegang hebben tot de distributietool met gelijkwaardige functionaliteiten. Opdrachtgever wil zelf direct benodigde jobboards per vacature kunnen kiezen en ook in de tool adviezen aanvragen en rapportages inzien. Ontsluiten van bestaande LinkedIn en Indeed contracten is niet nodig. Huidige tool is van huidige mantelpartner en kan niet worden overgenomen.

Nota van Inlichtingen 1			
Betreft de aanbesteding: Arbeidsmarktcommunicatie en jobmarketing Aanbestedingsnummer: CDR-1383523 Datum: 8 oktober 2026			
Vraagnr.	Onderwerp	Vraag	Antwoord
109	Koppeling met het ATS en toekomstige wijzigingen	Welk ATS gebruikt het COA, welke versie en technische koppelingsmogelijkheden zijn beschikbaar, en is een overstap naar een ander ATS voorzien? Wilt u de benodigde technische documentatie, gegevensstromen en gewenste functionaliteiten beschikbaar stellen? Wie draagt de kosten van toegang, licenties en werkzaamheden van de ATS-leverancier? Bevestigt u dat een toekomstige, bij inschrijving niet gespecificeerde ATS-migratie of aanvullende koppeling als afzonderlijk te begroten opdracht wordt behandeld, na voorafgaande schriftelijke goedkeuring?	Opdrachtgever gebruikt Emplly. Er is geen overstap voorzien. Kosten ATS leverancier worden door opdrachtgever gedragen. Toekomstige kosten met betrekking tot ATS migratie of aanvullende koppelingen worden door opdrachtgever betaald. Benodigde documentatie wordt in implementatiefase beschikbaar gesteld.
110	Conversiemeting en actualiteit van het dashboard	Welke gebeurtenissen verstaat het COA onder conversies: een klik naar de vacature, een gestarte sollicitatie, een afgeronde sollicitatie, een gekwalificeerde kandidaat of een aanstelling? Welke website- en ATS-gegevens stelt het COA beschikbaar en wie verzorgt tracking, toestemmingsbeheer en technische aanpassingen op de eigen kanalen? Graag verduidelijken welke actualisatiefrequentie u met "real-time" bedoelt, rekening houdend met de aanleverfrequentie van platforms. Welke rapportage accepteert u voor kanalen waarvoor bepaalde meetgegevens, zoals clicks of conversies bij offline media, niet beschikbaar zijn?	Onder conversie verstaat opdrachtgever aantal weergaven, aantal klikken, CPC, CTR. Er kunnen koppelingen met het ATS gemaakt worden. Data inzichten van bijvoorbeeld de vacaturepagina worden momenteel nog intern bij opdrachtgever geoptimaliseerd.
111	Gelijke uitgangspunten voor de casus jeugdwerker	Graag ontvangen wij de locatie of regio, het aantal te werven medewerkers, de campagneperiode, het beschikbare media- en dienstenbudget en eventueel beschikbare benchmarks en materialen. Welke aard en ernst van negatieve publiciteit moeten inschrijvers als uitgangspunt nemen? Bevestigt u of de kostenuitwerking moet aansluiten op de tarieven in Bijlage H en of uitsluitend werkzaamheden binnen de aanbestedingsscope mogen worden opgenomen. Voor ontbrekende gegevens ontvangen wij graag uniforme uitgangspunten voor de beoordeling.	Zie antwoord op vraag 36. De kostenuitwerking dient aan te sluiten op de opgegeven tarieven in bijlage H. Opdrachtgever is dagelijks in het nieuws, zowel positief als negatief. Opdrachtnemer kan op basis hiervan zelf een beeld schetsen.
112	Toegestane inzet van AI	Hoe past het COA de AI-eisen toe op standaardfuncties binnen advertentieplatforms, zoals automatische biedstrategieën, doelgroepoptimalisatie en attributie, en op afzonderlijke analyse- of generatieve AI-tools? Welke informatie en waarborgen zijn vereist om deze toepassingen vooraf goed te keuren, en binnen welke termijn beslist het COA daarover? Graag verduidelijken welke vormen van leren of optimaliseren onder het trainingsverbod vallen. Bevestigt u of toestemming voor het verwerken van COA-materialen per toepassing en gebruiksdoel kan worden verleend, in plaats van per afzonderlijk document of handeling.	Standaardfuncties binnen advertentieplatforms, zoals automatische biedstrategieën, doelgroepoptimalisatie en attributie, vallen niet onder de eisen 8.1 tot en met 8.6; zie het antwoord op vraag 51. De eisen zien op afzonderlijke AI-tools die Opdrachtnemer zelf selecteert en inzet, zoals analyse- of generatieve AI-tools. Voor deze tools levert Opdrachtnemer tijdens de implementatiefase het overzicht aan zoals bedoeld in eis 8.1. Daarin staan per tool het doel, de wijze van gebruik, de verwerkte gegevens en de genomen waarborgen. De Aanbestedende dienst beslist binnen 10 werkdagen na ontvangst. Onder het trainingsverbod uit eis 8.4 valt het gebruik van gegevens van de Aanbestedende dienst voor het trainen of verbeteren van AI-modellen die ook buiten de opdracht worden gebruikt, waaronder modellen van opdrachtnemer of van aanbieders van AI-tools. Optimalisatie binnen de eigen campagnes en advertentieaccounts van de Aanbestedende dienst valt hier niet onder. De Aanbestedende dienst bevestigt dat toestemming voor het verwerken van materialen van de Aanbestedende dienst per toepassing en gebruiksdoel kan worden verleend, en niet per afzonderlijk document of handeling. Tijdens de implementatiefase worden hier afspraken over gemaakt.
113	Privacyafspraken en beveiligingsvoorwaarden	Welke persoonsgegevens en toegang tot systemen verwacht het COA aan opdrachtnemer te verstrekken? Wilt u vóór inschrijving het model voor de verwerkersovereenkomst en de toepasselijke beveiligings-, bewaartermijn- en incidentmeldingsvoorwaarden beschikbaar stellen? Graag aangeven welke rollen het COA voorziet voor zichzelf, opdrachtnemer en media- of softwareleveranciers en welke eisen gelden voor subverwerkers, hosting en doorgifte. Wie draagt de verantwoordelijkheid voor toestemming en informatieverstrekking bij tracking op de eigen website en in het ATS?	De Aanbestedende dienst is van mening dat de gevraagde dienstverlening niet gepaard gaat met de verwerking van persoonsgegevens. Aanbestedende dienst verzoekt gegadigde voor de tweede vragenronde toe te lichten op welke onderdelen van de dienstverlening hij een verwerking van persoonsgegevens voorziet, zodat Aanbestedende dienst de vraag gericht kan beantwoorden.
114	Digitale toegankelijkheid op externe platforms	Op welke concrete uitingen, systemen en onderdelen past het COA de toegankelijkheidseis toe en welke WCAG-versie en bewijsvoering zijn bij aanvang vereist? Bevestigt u dat opdrachtnemer verantwoordelijk is voor de onderdelen die hij zelf ontwikkelt of aanpast en waarop hij invloed heeft? Hoe worden door het COA aangeleverde materialen en beperkingen van externe advertentieplatforms behandeld? Graag aangeven welke werkwijze geldt wanneer een platform technisch niet aan een onderdeel van de eis kan voldoen.	De toegankelijkheidseis geldt voor uitingen en onderdelen die opdrachtnemer in opdracht van de Aanbestedende dienst ontwikkelt of aanpast, zoals advertenties, landingspagina's en andere digitale uitingen. Daarbij geldt WCAG 2.1 niveau AA, conform EN 301 549, of een latere versie zodra deze wettelijk verplicht wordt gesteld. Bij aanvang is geen bewijsvoering vereist. Op verzoek van de Aanbestedende dienst toont Opdrachtnemer aan dat aan de eis wordt voldaan. De Aanbestedende dienst bevestigt dat Opdrachtnemer verantwoordelijk is voor de onderdelen die hij zelf ontwikkelt of aanpast en waarop hij invloed heeft. Voor materialen die de Aanbestedende dienst aanlevert, is Opdrachtnemer niet verantwoordelijk. Wel signaleert Opdrachtnemer het als deze materialen niet toegankelijk zijn. Kan een extern advertentieplatform technisch niet aan een onderdeel van de eis voldoen, dan meldt Opdrachtnemer dit vooraf aan de Aanbestedende dienst. Opdrachtnemer benut de toegankelijkheidsmogelijkheden die het platform wel biedt, zoals alternatieve teksten en ondertiteling. De Aanbestedende dienst besluit vervolgens of het platform wordt ingezet.

Nota van Inlichtingen 1 Betreft de aanbesteding: Arbeidsmarktcommunicatie en jobmarketing Aanbestedingsnummer: CDR-1383523 Datum: 8 oktober 2026 			
Vraagnr.	Onderwerp	Vraag	Antwoord
115	Onafhankelijke advisering en inkoop van media	Eis 1.3 bepaalt dat opdrachtnemer geen partij is bij de verkoop van advertentieruimte, terwijl opdrachtnemer wel media moet inkopen en de contracten en facturatie richting exploitanten beheert. Bevestigt u dat een onafhankelijk mediabureau aan deze eis voldoet wanneer het op eigen naam media inkoopt en zonder opslag doorberekent, mits het geen eigendomsbelang in de betrokken exploitant heeft en transparant adviseert? Zo nee, welke contractuele inkoopconstructie verlangt het COA?	Opdrachtgever bevestigt dit.
116	Haalbare implementatie na definitieve gunning	De planning noemt 23 december 2026 als einde van de bezwaartermijn en 1 januari 2027 als startdatum, terwijl het implementatieplan na definitieve gunning wordt opgesteld en implementatie pas na akkoord mag starten. Welke implementatieperiode is daadwerkelijk beschikbaar? Bent u bereid minimaal vier werkweken na definitieve gunning en beschikbaarstelling van alle benodigde toegang en gegevens te bieden, of een gefaseerde start van tooling en koppelingen vast te leggen? Wie verzorgt de overdracht vanuit de huidige leverancier en welke data, accounts en documentatie zijn daarbij beschikbaar?	De Overeenkomst gaat in op 1 januari 2027 en wordt gefaseerd geïmplementeerd. Vanaf de startdatum verzorgt Opdrachtnemer de operationele dienstverlening met de beschikbare kanalen en accounts. De volledige implementatie, waaronder tooling, koppelingen en rapportages, wordt afgerond binnen 8 weken na definitieve gunning en het beschikbaar stellen van de benodigde toegang en gegevens door het COA. De omvang van de over te dragen data, accounts en documentatie wordt in de implementatiefase vastgesteld.
117	Eerste indexatie en beschikbaarheid van het indexcijfer	Artikel 3.2 spreekt over indexatie "na 1 januari 2028", terwijl het rekenvoorbeeld een aanpassing per 1 januari 2028 laat zien. Bevestigt u dat de eerste indexatie per 1 januari 2028 plaatsvindt? Welke werkwijze geldt als het relevante CBS-cijfer over het voorafgaande vierde kwartaal op de indexatiedatum nog niet beschikbaar is? Graag bevestigen of voorlopig het laatst beschikbare cijfer wordt toegepast met verrekening achteraf, of een andere eenduidige methode vastleggen.	Het COA bevestigt dat de eerste indexatie vanaf 1 januari 2028 kan plaatsvinden. Voor de indexatie wordt uitgegaan van het meest recente door het CBS gepubliceerde kwartaalcijfer op [1 december] voorafgaand aan de indexatiedatum. Verrekening achteraf vindt niet plaats. Artikel 3.2 en het rekenvoorbeeld worden hierop aangepast.
118	Publieke referentie en verantwoordelijkheid voor productie	Welke definitie hanteert u voor "publieke instelling" en vallen universiteiten, academische ziekenhuizen en publiek gecontroleerde vervoersbedrijven daaronder? Mag de referentie voor kerncompetentie 1 tevens een internationale campagne betreffen? Bevestigt u dat "verantwoordelijk voor ontwikkelen, produceren en uitvoeren" ook ziet op aantoonbare eindverantwoordelijkheid als hoofdaannemer, wanneer onderdelen onder diens verantwoordelijkheid door een creatieve partner zijn uitgevoerd? Graag tevens verduidelijken of de minimumbedragseis van € 25.000 ziet op de gefactureerde totale campagnewaarde inclusief media en productie, of uitsluitend op de bureauvergoeding.	Aanbestedende dienst hanteert een functionele uitleg naar het doel van de EU-aanbestedingsrichtlijnen, en hiermee: - opgericht met het specifieke doel te voorzien in behoeften van algemeen belang, andere dan die van industriële of commerciële aard; - rechtspersoonlijkheid; - en overheidsinvloed (overheidsfinanciering, toezicht op beheer of benoeming van bestuurders). Universiteiten en academische ziekenhuizen vallen hieronder. Wanneer een vervoersbedrijf niet onder normale marktvoorwaarden opereert maar primair een publieke taak uitvoert en is belast met het uitvoeren van openbaarvervoersconcessies en wanneer deze volledig of grotendeels eigendom zijn van de staat, provincies of gemeenten dan deze ook. Indien de referenties aan alle voorwaarden omschreven bij kerncompetentie 1 voldoet, dan mag dit een internationale campagne betreffen. Ja, indien hoofdaannemer eindverantwoordelijk is en minimum bedragseis is totale campagnewaarde inclusief media en productie.
119	Bewijs van gelijkwaardige kwaliteitsborging	Bevestigt u dat een actueel kwaliteitshandboek met ondertekende managementverklaring en afzonderlijke toelichting van maximaal één A4 volstaat wanneer hiermee alle genoemde kenmerken a tot en met f aantoonbaar zijn geborgd? Geldt de paginalimiet uitsluitend voor de toelichting op de gelijkwaardigheid, zodat het handboek en auditbewijs buiten die limiet vallen? Welke eisen stelt u aan de onafhankelijkheid en deskundigheid van de auditor en aan de in onderdeel f genoemde kwaliteitscontroles wanneer geen ISO-certificaat wordt overgelegd?	Ja dat bevestigt Aanbestedende dienst. Ja, dat klopt. Zie het antwoord op vraag 13. Onderdeel f komt te vervallen. De onderdelen a tot en met e blijven ongewijzigd van kracht. Voor de wijze waarop gelijkwaardige kwaliteitsborging wordt aangetoond, verwijst de Aanbestedende dienst naar paragraaf 3.5.4, geschiktheidseis 5, van het Beschrijvend document. Daarin zijn de eisen opgenomen voor een inschrijver die een vergelijkbaar certificaat indient en voor een inschrijver die niet over een dergelijk certificaat beschikt en volstaat met een beschrijving van zijn kwaliteitsborging.
120	K2 Omvang en geografische afbakening van de personeelsbehoefte	Betreft de casus één aanstelling voor één specifieke locatie, of een functie waarvoor meerdere medewerkers op verschillende locaties moeten worden geworven? Kunt u voor de uitwerking het gewenste aantal aanstellingen, de betreffende locaties of regio's en de termijn waarbinnen deze aanstellingen moeten worden gerealiseerd aangeven, zodat inschrijvers dezelfde uitgangspunten hanteren?	Zie antwoord op vraag 36. De kostenuitwerking dient aan te sluiten op de opgegeven tarieven in bijlage H. Opdrachtgever is dagelijks in het nieuws, zowel positief als negatief. Opdrachtnemer kan op basis hiervan zelf een beeld schetsen.
121	K2 Reikwijdte en looptijd van de campagne	Verwacht u binnen K2 een gerichte jobmarketingaanpak voor de genoemde vacature, waarbij rekening wordt gehouden met de negatieve berichtgeving, of een bredere arbeidsmarktcommunicatiestrategie die tevens het werkgeversimago van COA versterkt? Van welke campagnelooptijd moeten inschrijvers uitgaan bij het opstellen van de strategie, projectplanning en kostenopbouw?	Opdrachtgever verwacht een arbeidsmarktcommunicatiestrategie. De casus betreft 1 vacature voor 1 FT voor locatie Drachten (rekening houden met het feit dat dit een doorlopende vacature betreft waar landelijk invulling wordt gezocht.) Bij de casus dient te worden uitgegaan van een looptijd van 3/4 weken.
122	K2 Creatieve uitwerking en beschikbare middelen	Verwacht u dat inschrijvers binnen K2 ook een creatief campagneconcept en de ontwikkeling van middelen meenemen, mede gezien het genoemde imagovraagstuk? Zo ja, welk niveau van creatieve uitwerking verwacht u binnen de beschikbare twee A4: een beschrijving van het concept of ook concrete voorbeelden van teksten en beeld? Kunt u tevens aangeven welke bestaande campagneconcepten, huisstijlmiddelen en content beschikbaar zijn en of kosten voor nieuwe creatie en productie in de kostenopbouw moeten worden opgenomen?	Opdrachtgever heeft een casus uitgeschreven en verwacht van inschrijver eigen creativiteit. Zie ook antwoord op vraag 36.
123	K2 Betekenis en beoordeling van de eventuele tool	In de casus vraagt u op welke wijze een 'eventuele tool' wordt ingezet. Bedoelt u hiermee de bij K1 genoemde multiposting- of distributietool, of ook andere tooling voor bijvoorbeeld doelgroepanalyse, campagneoptimalisatie en resultaatmeting? Kunt u verduidelijken welke bijdrage u van deze tooling verwacht en bevestigen dat de inzet facultatief is, waarbij de toegevoegde waarde voor de campagne wordt beoordeeld?	Opdrachtgever is benieuwd welke tools er in voor deze specifieke casus beschikbaar zijn in de markt.

Nota van Inlichtingen 1 Betreft de aanbesteding: Arbeidsmarktcommunicatie en jobmarketing Aanbestedingsnummer: CDR-1383523 Datum: 8 oktober 2026 			
Vraagnr.	Onderwerp	Vraag	Antwoord
124	paragraaf 4.1.2.1, pag. 27 - 28, K3	Binnen subgunningscriterium K3 vraagt u inschrijvers de samenwerking op strategisch, tactisch en operationeel niveau, de borging van continuïteit en kennis en het onderscheidend vermogen en de specifieke meerwaarde voor het COA uit te werken en te onderbouwen. Om deze onderdelen voldoende concreet te kunnen behandelen, verzoeken wij u het maximaal aantal pagina's voor K3 te verruimen met één A4. Gaat u hiermee akkoord?	Ja, Aanbestedende dienst is akkoord, zie hiervoor het op basis van deze nota van inlichtingen gewijzigde Beschrijvend Document.
125	paragraaf 4.1.2.1, pag. 27, casus K2	Subgunningscriterium K2 vraagt om een integrale uitwerking van een concrete casus, bestaande uit de campagnestrategie en onderbouwing, kanaalkeuze en verwacht bereik per kanaal, projectplanning en evaluatiemomenten en een transparante kostenopbouw. Daarnaast beoordeelt u de mate waarin de personeelsbehoefte creatief en aansprekend wordt doorvertaald. Wij achten de beschikbare ruimte hiervoor te beperkt en verzoeken u het maximaal aantal pagina's voor K2 te verruimen van twee naar vier A4. Gaat u hiermee akkoord?	Aanbestedende dienst is bereid te verruimen met één extra A4, zie hiervoor het op basis van deze nota van inlichtingen gewijzigde Beschrijvend Document.
126	paragraaf 4.1.2.1, pag. 26 - 27, K1	Voor subgunningscriterium K1 vraagt u inschrijvers om minimaal vier afzonderlijke onderwerpen concreet en onderbouwd uit te werken binnen maximaal twee A4. Om voldoende ruimte te bieden voor een volwaardige uitwerking van alle gevraagde onderdelen, verzoeken wij u het maximaal aantal pagina's voor K1 te verruimen met één A4. Gaat u hiermee akkoord?	Ja, Aanbestedende dienst is akkoord zie hiervoor het op basis van deze nota van inlichtingen gewijzigde Beschrijvend Document.
127	Bijlage E ARVODI-2025 art. 23 en PvE eis 10.4, wijzigingsvoorstel	Wij stellen voor aan artikel 23 toe te voegen: "Intellectuele eigendomsrechten op de door Opdrachtnemer of diens Onderaannemers ingebrachte software, tooling, algoritmes, taxonomieën en werkmethoden blijven bij Opdrachtnemer respectievelijk diens Onderaannemers. Het gebruiksrecht van artikel 23.2 ziet uitsluitend op de resultaten van de Diensten, zoals campagnemateriaal, rapportages en campagnedata, en niet op het gebruik van de tooling zelf. De toegang tot de tooling eindigt met de Raamovereenkomst." Is het COA bereid deze aanvulling op te nemen?	Het COA heeft geen belang bij het verkrijgen van intellectuele eigendomsrechten of een blijvend gebruiksrecht op bestaande tooling, software, methodieken of systemen van Opdrachtnemer. Voor dergelijke bestaande intellectuele eigendomsrechten geldt dat eventuele gebruiksrechten van het COA beperkt zijn tot hetgeen noodzakelijk is voor de uitvoering en het gebruik van de resultaten van de opdracht. De Raamovereenkomst wordt op dit punt aangevuld, zie hiervoor de op basis van deze Nota van Inlichtingen gewijzigde Raamovereenkomst
128	PvE eis 3.17 en 5.7 i.s.m. §1.2, conversiemeting	Voor conversiemeting per kanaal is doorgaans een meetvoorziening op de werken-bij-website nodig. Het beheer van die website valt volgens §1.2 buiten de scope. Staat het COA toe dat een meettag van de opdrachtnemer op de werken-bij-website wordt geplaatst? En ligt de verantwoordelijkheid voor cookietoestemming op die website bij het COA?	Ja, dat is mogelijk. Verantwoordelijkheid voor cookietoestemming ligt bij Opdrachtgever.
129	PvE eis 8.6, AI en documenten van het COA	Valt het verwerken van door het COA aangeleverde vacatureteksten door AI-systemen (bijvoorbeeld voor tekstopimalisatie, classificatie of kanaaladvies) onder "documenten van het COA" in de zin van eis 8.6? Zo ja, kan het COA de vereiste schriftelijke toestemming tijdens de implementatie eenmalig verlenen voor de toepassingen die de opdrachtnemer conform eis 8.1 vooraf heeft gedocumenteerd? Of is toestemming per document vereist?	Ja, dit valt onder onder "documenten van het COA" in de zin van eis 8.6. Tijdens implementatie kan er eenmalig toestemming verleend worden.
130	PvE eis 3.18, ATS-koppeling	Welk ATS gebruikt het COA, en welke koppelmogelijkheden biedt dit systeem (bijvoorbeeld API, XML- of JSON-vacaturefeed, webhooks)? Stelt het COA documentatie en een testomgeving beschikbaar? Welke gegevens mag de opdrachtnemer uit het ATS ontvangen: alleen vacaturegegevens, of ook sollicitatie- of conversiegegevens op geaggregeerd niveau?	Opdrachtgever gebruik Empty en het is mogelijk om te koppelen via API. Tijdens de implementatiefase zal verder afstemming plaatsvinden welke gegevens beschikbaar gesteld worden.
131	Prijzenblad (bijlage H), post A3	Post A3 ("Advieskosten, zoals doelgroepanalyse, keuze media-inzet, etc.") heeft een fictief aantal van 25, maar er staat geen eenheid bij. Betreft de gevraagde prijs een tarief per uur, per advies of per campagne?	De kosten van onderdeel C gaan over extra kosten en diensten die losstaan van de onder A en B gevraagde diensten. A3 omvat alle advieskosten voor de start van een campagne die niet A1 of A2 betreft, maar jobmarketingactiviteiten voor unieke vacatures. Hieronder valt voor COA doelgroepanalyse en keuze media inzet/plan. De advieskosten kunnen dus per functieprofiel in rekening gebracht worden. Advieskosten worden per advies gerekend.
132	4.1.3 Subgunningscriterium prijs + Prijzenblad (bijlage H)	In §4.1.3 staat dat maximaal 30 punten te behalen zijn: 30 punten bij een fictieve inschrijfsom van €100.000 of lager, 25 punten bij €110.000 en 0 punten bij €135.000. De uitgeschreven formules gaan echter uit van 35 en 40 punten, en dat is hiermee in strijd. Wij melden dit als onjuistheid conform §2.4. Wij gaan ervan uit dat bedoeld is: onder het knikpunt 25 / (€110.000 – €135.000) × (fictieve inschrijfsom – €135.000); boven het knikpunt 25 + 5 / (€100.000 – €110.000) × (fictieve inschrijfsom – €110.000). Kan het COA dit bevestigen en een gecorrigeerde formule publiceren? Kan het COA daarnaast bevestigen dat in Bijlage H het tabblad "Score knik" leidend is, en dat de afwijkende bedragen op de overige tabbladen (€95.000, €130.000 en €140.000) niet worden gebruikt?	Dit betreft een verschrijving. De juiste formule staat in het op basis van deze Nota van Inlichtingen gewijzigde Beschrijvend Document
133	paragraaf 3.5.4, pag. 23, kerncompetenties	Mag één referentieopdracht worden gebruikt om beide kerncompetenties aan te tonen, mits uit de referentie aantoonbaar blijkt dat volledig aan beide competenties wordt voldaan?	Ja, dit is toegestaan.
134	paragraaf 4.1.2.1, pag. 27, casus K2 i.s.m. paragraaf 1.2, pag. 8, scope	Op pagina 8 van de leidraad staat dat het COA beschikt over eigen contracten met LinkedIn en Indeed en deze in eigen beheer houdt. Voor de uitwerking van K2 is niet duidelijk hoe hiermee moet worden omgegaan. Mogen de bestaande LinkedIn- en Indeed-contracten van het COA in de K2-casus worden meegenomen? Zo ja, hoe dienen de inzet en eventuele kosten hiervan in de kostenopbouw te worden verwerkt?	Zie antwoord op vraag 47.

Nota van Inlichtingen 1			
Betreft de aanbesteding: Arbeidsmarktcommunicatie en jobmarketing Aanbestedingsnummer: CDR-1383523 Datum: 8 oktober 2026			
Vraagnr.	Onderwerp	Vraag	Antwoord
135	paragraaf 4.1.2.1, pag. 27, casus K2 i.s.m. paragraaf 1.2, pag. 8, scope	In paragraaf 1.2 (hoofdstuk 4) is complete conceptontwikkeling buiten de scope van de opdracht geplaatst. Om die reden is het voor K2 niet geheel duidelijk welk uitwerkingsniveau van inschrijvers wordt gevraagd. Verwacht het COA bij K2 uitsluitend een strategische en inhoudelijke creatieve doorvertaling, of dient ook een concreet campagneconcept en/of een voorbeelduiting te worden uitgewerkt?	Opdrachtgever verwacht een strategische en inhoudelijke creatieve doorvertaling.
136	paragraaf 4.1.2.1, pag. 27, casus K2	Voor een eenduidige en onderling vergelijkbare uitwerking van de casus is het van belang dat inschrijvers uitgaan van hetzelfde mediabudget en dezelfde campagneperiode. Deze uitgangspunten zijn van invloed op de voorgestelde campagneaanpak, het verwachte bereik en de kostenopbouw. Wij verzoeken u daarom aan te geven welk fictief mediabudget en welke campagneperiode inschrijvers bij de uitwerking van K2 moeten hanteren.	Zie antwoord op vraag 36.
137	paragraaf 4.1.2.1, pag. 27, casus K2	Voor een eenduidige uitwerking van de casus is het van belang te weten van welk aantal vacatures of formatieplaatsen inschrijvers moeten uitgaan. Dit is van invloed op onder meer de voorgestelde campagneaanpak, het verwachte bereik en de kostenopbouw. Wij verzoeken u daarom aan te geven welk aantal vacatures of formatieplaatsen inschrijvers bij de uitwerking van K2 moeten hanteren.	Zie antwoord op vraag 36.
138		In het kader van Kerncompetentie 1 wordt gesteld dat de referentie een “publieke instelling” dient te betreffen. Kan Aanbestedende dienst nader toelichten wat zij hieronder verstaat? Kan Aanbestedende dienst bevestigen of onder een publieke instelling in dit kader ook wordt verstaan: een organisatie die verantwoordelijk is voor de uitvoering en coördinatie van de landelijke publieke mediaopdracht (landelijke publieke omroep); een staatsdeelneming waarin de Nederlandse Staat een meerderheidsbelang houdt; een zorgverzekeraar die opereert binnen het Nederlandse zorgstelsel en activiteiten uitvoert binnen een wettelijk gereguleerd stelsel? Graag vernemen wij per bovengenoemde categorie of deze voor de toepassing van Kerncompetentie 1 als een “publieke instelling” kan worden aangemerkt.	Aanbestedende dienst hanteert een functionele uitleg naar het doel van de EU-aanbestedingsrichtlijnen, en hiermee: - opgericht met het specifieke doel te voorzien in behoeften van algemeen belang, - andere dan die van industriële of commerciële aard, - rechtspersoonlijkheid en overheidsinvloed (overheidsfinanciering, toezicht op beheer of benoeming van bestuurders). Als landelijke publieke omroep valt alleen de NPO onder deze definitie. Een staatsdeelneming waarin de Nederlandse Staat een meerderheidsbelang houdt niet automatisch. Dat de Nederlandse Staat een meerderheidsbelang houdt in een onderneming is slechts één van de drie vereisten voor een publiekrechtelijke instelling. Een zorgverzekeraar is meestal een privaatrechtelijke onderneming niet merendeels door de overheid gefinancierd, waar doorgaans geen sprake is van overheidstoezicht in de zin van directe beheerscontrole en niet bestuurd door de overheid. In dat geval is er geen sprake van een publiekrechtelijke instelling binnen het aanbestedingsrecht. Regulering alleen is volgens de Europese jurisprudentie doorgaans niet hetzelfde als het vereiste toezicht op het beheer. Het gaat om een zodanige afhankelijkheid dat de overheid daadwerkelijk invloed kan uitoefenen op het bestuur en de besluitvorming van de instelling.
139		Bij Kerncompetentie 2 wordt gevraagd om ervaring met het inkopen en optimaliseren van online media voor losse vacatures, met een gemiddeld mediabudget per maand van minimaal €5.000. Kan Aanbestedende dienst bevestigen dat het vereiste gemiddelde mediabudget van minimaal €5.000 per maand betrekking heeft op de totale referentieopdracht en niet op het mediabudget per individuele vacature	Aanbestedende dienst kan dit bevestigen.
140		Houdt het Coa in haar aanbestedingen rekening met toeleveranciers uit bezette gebieden?	Ja, Het COA geeft uitvoering aan het “Besluit van 13 juli 2026, houdende tijdelijke economische beperkingen voor het tegengaan van het in stand houden van de onrechtmatige nederzettingen in de door Israël bezette gebieden (Tijdelijk sancitebesluit onrechtmatige nederzettingen in de door Israël bezette gebieden) [KetenID WGK028298]”. Het van toepassing zijde “Handelsverbod goederen uit onrechtmatige Israëlische nederzettingen” is toegevoegd aan het Beschrijvend Document. Als bijlage J is een vrijwaring toegevoegd die door de winnende inschrijver dient te worden getekend om te verklaren dat producten en diensten die worden ingezet bij Opdrachtgever niet zijn afgenomen bij in Israël gevestigde partijen. Dit wordt in de verificatiefase getoetst. Ook is het Beschrijvend Document aangevuld ten aanzien van de sancties die de EU heeft ingesteld tegen Rusland, inclusief bijlage K: Eigenverklaring Rusland.