

SELECTIELEIDRAAD RAAMOVEREENKOMST**CAMPAGNEONTWIKKELING, MEDIASTRATEGIE EN MEDIA-INKOOP****2027-2030****TEN BEHOEVE VAN STICHTING REGIONALE PUBLIEKE OMROEP****TENTATIEVE PLANNING RAAMOVEREENKOMST**
CAMPAGNE ONTWIKKELING, MEDIASTRATEGIE EN MEDIA-INKOOP

Aankondiging procedure op TenderNed	Maandag 21 september 2026
Sluitingsdatum indienen van vragen	Maandag 5 oktober 2026 voor 23:59 uur
Streefdatum beantwoording vragen	Donderdag 8 oktober 2026
Sluitingsdatum indienen verzoeken tot deelneming	Donderdag 22 oktober 2026 voor 23:59 uur
Streefdatum afronden selectie van 5 gegadigden	Woensdag 28 oktober 2026

Bestandsversie: 1

Datum: 22 september 2026

Kenmerk aanbestedende dienst: 2026/RPO/002

TenderNed-kenmerk: TN-613688

INHOUDSOPGAVE

1	Inleiding	3
1.1	Over de RPO	3
1.2	Wat zoekt de RPO.....	3
1.3	Leeswijzer	4
2	Maximale looptijd raamovereenkomst en opdrachtwaarde(n).....	4
3	De werkzaamheden op hoofdlijnen	4
4	Geschiktheidseisen gegadigden.....	5
5	De selectie van vijf (5) gegadigden	7
5.1	De twee casussen die ingediend moeten worden	7
5.2	Beoordelingscriteria van de twee casussen	8
6	Eisen aan het verzoek tot deelneming	10
7	Beschrijving proces nadere selectie	10
8	Planning.....	11
9	Spelregels aanbesteding.....	12

1 Inleiding

1.1 Over de RPO

[Stichting Regionale Publieke Omroep](#) (hierna: “RPO”) is het samenwerkings- en coördinatieorgaan voor de uitvoering van de publieke mediaopdracht op regionaal niveau zoals bedoeld in [artikel 2.1.](#) van de Mediawet. De RPO is daarmee de “koepelorganisatie” van dertien (13) regionale publieke media-instellingen, hierna aangeduid als de regionale publieke omroepen

Per 1 januari 2026 is een nieuwe concessieperiode voor de RPO gestart. Een periode waardoor de RPO de komende tien jaar kan blijven bouwen aan sterke regionale journalistiek, digitale vernieuwing en betrokkenheid van het publiek. Met het concessiebeleidsplan 2026–2030 met de titel: “Alles wat ons verbindt” (hierna: CBP 2026-2030) met daarin een concrete uitvoeringsagenda, geeft de RPO vorm en inhoud aan de visie op de toekomst van de RPO en de regionale publieke omroepen.

Het CBP 2026-2030 beschrijft de kracht van de regionale publieke omroep als verbinder in de samenleving.

1.2 Wat zoekt de RPO

In de periode 2026–2030 staat de RPO, samen met de 13 regionale publieke omroepen, voor een omvangrijke opgave om de ambities en doelstelling in het [CBP 2026-2030](#) te kunnen realiseren. Om de ambities en doelstellingen in het CPB 2026-2030 te kunnen realiseren is ondersteuning nodig van toekomstige raamcontractanten bij het opstellen en uitvoeren van zowel campagneontwikkeling, als mediastrategie én ook media-inkoop. Het gaat daarbij om gezamenlijke campagnes van de dertien regionale publieke media instellingen samen. En dus niet voor een campagne van een individuele omroep; die kan dat zelf (ieder individueel of samen met enkele andere regionale publieke omroepen) buiten deze raamovereenkomst, inkopen of via zijn eigen mediakanalen organiseren.

De RPO zoekt raamcontractanten die communicatiestrategie, conceptontwikkeling, productie en media kunnen verbinden. Een gegadigde kan dit volledig zelfstandig aanbieden of als combinatie met andere bureaus/partners danwel in de constructie van hoofdaannemer en onderaannemer(s).

De voorselectie in deze aanbesteding gebeurt aan de hand van kerncompetenties die zien op inhoudelijke kwaliteit, relevante ervaring, beoogde samenwerking, het vermogen om campagnes praktisch en efficiënt te realiseren en inzicht in de mediasector en de relevante doelgroepen van de regionale publieke omroepen.

De regionale publieke omroepen moeten met een beperkt budget toch een zo groot mogelijk relevant effect bereiken. Van gegadigden wordt daarom verwacht dat het doelmatig inkoopt, kansen in de markt benut en met haalbare, creatieve oplossingen komt.

De RPO en de regionale publieke omroepen zijn publiek gefinancierd en vinden het daarom belangrijk om inzichtelijk te kunnen maken welke middelen waaraan zijn besteed en welke resultaten of effecten daarmee naar verwachting zijn bereikt. De resultaten van campagnes zijn niet altijd rechtstreeks of volledig meetbaar. Van gegadigden wordt daarom verwacht dat deze transparant zijn over de herkomst, betekenis en beperkingen van beschikbare gegevens en de RPO helpt om de gemaakte keuzes, bestedingen en resultaten op een begrijpelijke wijze te verantwoorden.

De combinatie van creativiteit en transparante rapportage is voor de RPO essentieel. Onze toekomstige raamcontractanten moeten dus niet alleen met passende en creatieve oplossingen komen, maar ook

inzichtelijk kunnen maken waarom voor een bepaalde inzet is gekozen, wat hiermee naar verwachting wordt bereikt en welke conclusies wel en niet uit de beschikbare gegevens kunnen worden getrokken (zowel vooraf als inzichten achteraf). Dit in samenwerking met onze onderzoeksafdeling.

1.3 Leeswijzer

In paragraaf 2 van deze selectieleidraad staan de maximale looptijd en opdrachtwaarde vermeld. Paragraaf 3 beschrijft de werkzaamheden van de bureaus op hoofdlijnen. In paragraaf 4 staan de kerncompetenties (geschiktheidseisen) waar deze bureaus aan moeten voldoen. Paragraaf 5 bevat een beschrijving van de eerste triage. Paragraaf 6 beschrijft de formele eisen waaraan een verzoek tot deelneming aan moet voldoen. Paragraaf 7 beschrijft het proces van de nadere selectie. Paragraaf 8 bevat informatie over de planning. Paragraaf 9 sluit af met de spelregels die van toepassing zijn op deze aanbesteding en sluit af met een beschrijving van het aanbestedingsproces na de voorselectie.

2 Maximale looptijd raamovereenkomst en opdrachtwaarde(n)

De maximale looptijd van de raamovereenkomst bedraagt vier (4) jaar. Let wel: als aan het eind van het 4^e contractjaar een nadere overeenkomst wordt gegund (bijvoorbeeld met een looptijd van 1 of 2 jaar) is dit mogelijk.

De waarde die in TenderNed gepubliceerd staat is (1.3 mln. Euro exclusief Btw) is gebaseerd op een combinatie van 2 campagnes per contractjaar en omzetgegevens voor media-inkoop uit het verleden. Aan die gepubliceerde waarde kunnen geen rechten worden ontleend. Gegeven die waarde wordt in deze aanbestedingsprocedure maar aan 3 van de 5 geselecteerde gegadigden een raamovereenkomst gegund. Zodat de mogelijke omzet ook van voldoende waarde is om te investeren in een goede relatie met de RPO.

Over de opdrachtwaarde(n) per nadere overeenkomst kan op voorhand geen duidelijkheid worden gegeven. Die kan per contractjaar en per raamcontractant verschillen al naar gelang welke opdrachten worden uitgezet onder de raamovereenkomst en met welke opdrachtwaarde per opdracht die steeds wordt gegund in de vorm van een nadere overeenkomst.

3 De werkzaamheden op hoofdlijnen

De werkzaamheden beslaan een breed spectrum en zijn of hoofdlijnen te onderscheiden in drie activiteiten:

3.1 Campagneontwikkeling

Hieronder verstaan we het ontwikkelen en realiseren van gezamenlijke campagnes voor de 13 regionale publieke media-instellingen. Dit kan onder meer bestaan uit het vertalen van een communicatievraagstuk naar een campagnestrategie en creatief concept, het uitwerken van de boodschap en middelenmix en het produceren van de benodigde campagnemiddelen. Daarbij verwachten we dat strategie, creatie en uitvoering logisch op elkaar aansluiten en dat rekening wordt gehouden met de verschillende doelgroepen en regionale context van de 13 omroepen.

3.2. Mediastrategie

Hieronder verstaan we het adviseren over de meest effectieve inzet en combinatie van media om de doelstellingen en doelgroepen van een campagne te bereiken, binnen het beschikbare budget. Plus advies t.a.v. inzet van de eigen kanalen van de 13 omroepen. Dit omvat onder meer doelgroep- en media-analyse, kanaalkeuze, bereik en frequentie, fasering en budgetverdeling. Van de raamcontractant wordt verwacht dat keuzes worden onderbouwd met relevante gegevens en inzichten en dat daarbij ook duidelijk wordt gemaakt wat op basis van beschikbare data wel en niet kan worden geconcludeerd. Dit in samenwerking met onze onderzoeksafdeling.

3.3 Media-inkoop

Hieronder verstaan we het uitvoeren van de media-inkoop die voortvloeit uit de mediastrategie. Dit omvat onder meer het opstellen van een mediaplan, het inkopen en optimaliseren van media-inzet en het bewaken van budget, bereik en prestaties. Inclusief het advies voor de inzet van eigen kanalen. Van de raamcontractant wordt verwacht dat deze doelmatig inkoop, kansen in de markt benut en transparant rapporteert over bestedingen, gerealiseerde resultaten en relevante markt- en inkoopgegevens.

4 Geschiktheidseisen gegadigden

Hieronder staan de geschiktheidseisen - weergegeven in de vorm van kerncompetenties - beschreven waar gegadigden aan moeten moeten voldoen. Bij iedere kerncompetentie staat beschreven wat gegadigde – als onderdeel van het verzoek tot deelneming – moet aanleveren om aan te tonen dat aan desbetreffende geschiktheidseisen wordt voldaan.

Als één (1) van de kerncompetenties ontbreekt in het verzoek tot deelneming of dat daarbij het cijfer nul (0) is ingevuld wordt gegadigde die een verzoek tot deelneming heeft ingediend uitgesloten van verdere deelname aan deze aanbesteding.

NB:

1. ten aanzien van alle kerncompetenties geldt: de ervaring heeft betrekking op werkzaamheden ergens gedurende de afgelopen drie (3) jaar en bij een organisatie die actief is in de cultuur/ mediasector;
2. met betrekking tot de gevraagde referenties (die door de RPO mogen worden geverifieerd) geldt dat één (1) referent ook mag optreden als bewijs voor meer dan één (of alle 6) kerncompetentie(s). Ook hier geldt dat iedere door een referent afgegeven cijfer minimaal een zes (6) moet zijn anders is gegadigde per definitie uitgesloten;
3. iedere referentie moet zijn ondertekend door de referent zelf (en dus niet door de gegadigde). Indien die handtekening ontbreekt is het verzoek tot deelneming ongeldig. Die referent moet opdrachtgever zijn geweest (geen extern ingehuurd kracht);
4. er mogen geen afwijkende getallen worden ingevoerd zoals 8- of 7,5. Het is steeds 10, 8, 6 of 0.

Kerncompetentie 1: strategisch adviseren

Gegadigde moet aantonen dat aan deze kerncompetentie wordt voldaan door het indienen van een referentie (zie voorgaande instructie) op basis van onderstaande tabel:

Kerncompetentie 1: strategisch adviseren	Omschrijving	Punten
Beoordeling door referent	De advisering door opdrachtnemer welke campagne het meest succesvol zou kunnen zijn was uitstekend onderbouwd gegeven (a) de communicatieopgave en (b) de doelgroepen.	10
Beoordeling door referent	De advisering door opdrachtnemer welke campagne het meest succesvol zou kunnen zijn was goed onderbouwd gegeven (a) de communicatieopgave en (b) de doelgroepen maar had beter gekund.	8
Beoordeling door referent	De advisering door opdrachtnemer welke campagne het meest succesvol zou kunnen zijn was goeddeels onderbouwd gegeven (a) de communicatieopgave en (b) de doelgroepen maar zeker niet uitstekend of goed.	6
Beoordeling door referent	De advisering door opdrachtnemer welke campagne het meest succesvol zou kunnen zijn was matig tot niet onderbouwd gegeven (a) de communicatieopgave en (b) de doelgroepen.	0
Totaalbeoordeling	Invoegen motivering van de beoordeling door de referent	1 getal invullen

Kerncompetentie 2: concept ontwikkeling

Gegadigde moet aantonen dat aan deze kerncompetentie wordt voldaan door het indienen van een referentie (zie voorgaande instructie) op basis van onderstaande tabel:

Kerncompetentie 2: concept ontwikkeling	Omschrijving	Punten
Beoordeling door referent	Opdrachtnemer heeft onderscheidende, relevante en herkenbare ideeën ontwikkeld die zich uitstekend lieten vertalen naar de verschillende kanalen en middelen.	10
Beoordeling door referent	Opdrachtnemer heeft onderscheidende, relevante en herkenbare ideeën ontwikkeld die zich goed maar niet uitstekend lieten vertalen naar de verschillende kanalen en middelen.	8
Beoordeling door referent	Opdrachtnemer heeft onderscheidende, relevante en herkenbare ideeën ontwikkeld die zich goeddeels maar zeker niet uitstekend of goed lieten vertalen naar de verschillende kanalen en middelen.	6
Beoordeling door referent	Opdrachtnemer heeft onderscheidende, relevante en herkenbare ideeën ontwikkeld die zich maar matig of niet lieten vertalen naar de verschillende kanalen en middelen.	0
Totaalbeoordeling	Invoegen motivering van de beoordeling door de referent	1 getal invullen

Kerncompetentie 3: media-, doelgroep en distributiekennis

Gegadigde moet aantonen dat aan deze kerncompetentie wordt voldaan door het indienen van een referentie (zie voorgaande instructie) op basis van onderstaande tabel:

Kerncompetentie 3: Media-, doelgroep- & distributiekennis	Omschrijving	Punten
Beoordeling door referent	Opdrachtnemer heeft zonder enige twijfel aangetoond de doelgroepen en mediagedrag te begrijpen en geadviseerd welke rollen de verschillende kanalen en platforms konden vervullen teneinde het gewenste bereik en de gewenste effecten te realiseren.	10
Beoordeling door referent	Opdrachtnemer heeft grotendeels maar niet zonder enige twijfel aangetoond de doelgroepen en mediagedrag te begrijpen en geadviseerd welke rollen de verschillende kanalen en platforms konden vervullen teneinde het gewenste bereik en de gewenste effecten te realiseren.	8
Beoordeling door referent	Opdrachtnemer heeft enigszins maar zeker niet zonder enige twijfel of grotendeels aangetoond de doelgroepen en mediagedrag te begrijpen en geadviseerd welke rollen de verschillende kanalen en platforms konden vervullen teneinde het gewenste bereik en de gewenste effecten te realiseren.	6
Beoordeling door referent	Opdrachtnemer heeft matig of niet aangetoond de doelgroepen en mediagedrag te begrijpen en geadviseerd welke rollen de verschillende kanalen en platforms konden vervullen teneinde het gewenste bereik en de gewenste effecten te realiseren.	0
Totaalbeoordeling	Invoegen motivering van de beoordeling door de referent	1 getal invullen

Kerncompetentie 4: productie en realisatie

Gegadigde moet aantonen dat aan deze kerncompetentie wordt voldaan door het indienen van een referentie (zie voorgaande instructie) op basis van onderstaande tabel:

Kerncompetentie 4: product en realisatie	Omschrijving	Punten
Beoordeling door referent	Opdrachtnemer heeft haar adviezen zonder enige twijfel efficiënt en binnen planning en budget vertaald naar middelen, formats en varianten.	10
Beoordeling door referent	Opdrachtnemer heeft haar adviezen grotendeels maar niet zonder enige twijfel efficiënt en binnen planning en budget vertaald naar middelen, formats en varianten.	8
Beoordeling door referent	Opdrachtnemer heeft haar adviezen enigszins maar niet zonder enige twijfel of grotendeels efficiënt en binnen planning en budget vertaald naar middelen, formats en varianten.	6
Beoordeling door referent	Opdrachtnemer heeft matig of niet aangetoond haar adviezen efficiënt en binnen planning en budget vertaald naar middelen, formats en varianten.	0
Totaalbeoordeling	Invoegen motivering van de beoordeling door de referent	1 getal invullen

Kerncompetentie 5: inzicht in publieke media

Gegadigde moet aantonen dat aan deze kerncompetentie wordt voldaan door het indienen van een referentie (zie voorgaande instructie) op basis van onderstaande tabel:

Kerncompetentie 5: inzicht in publieke media	Omschrijving	Punten
Beoordeling door referent	Opdrachtgever heeft zonder enige twijfel aangetoond inzicht te hebben in de publieke mediaomgeving.	10
Beoordeling door referent	Opdrachtgever heeft grotendeels maar niet zonder enige twijfel aangetoond inzicht te hebben in de publieke mediaomgeving.	8
Beoordeling door referent	Opdrachtgever heeft engszins maar niet zonder enige twijfel of grotendeels aangetoond inzicht te hebben in de publieke mediaomgeving.	6
Beoordeling door referent	Opdrachtgever heeft matig of niet aangetoond inzicht te hebben in de publieke mediaomgeving.	0
Totaalbeoordeling	Invoegen motivering van de beoordeling door de referent	1 getal invullen

Kerncompetentie 6: media-inkoop en optimalisatie

Gegadigde moet aantonen dat aan deze kerncompetentie wordt voldaan door het indienen van een referentie (zie voorgaande instructie) op basis van onderstaande tabel:

Kerncompetentie 6: media-inkoop en optimalisatie	Omschrijving	Punten
Beoordeling door referent	Opdrachtnemer heeft aantoonbare ervaring met het uitvoeren van media-inkoop en heeft gedurende de uitvoering de media-inzet aantoonbaar volledig geoptimaliseerd op basis van beschikbare resultaten en inzichten.	10
Beoordeling door referent	Opdrachtnemer heeft aantoonbare ervaring met het uitvoeren van media-inkoop en heeft gedurende de uitvoering de media-inzet grotendeels effectief geoptimaliseerd op basis van beschikbare resultaten en inzichten.	8
Beoordeling door referent	Opdrachtnemer heeft aantoonbare ervaring met het uitvoeren van media-inkoop en heeft gedurende de uitvoering de media-inzet in beperkte mate geoptimaliseerd op basis van beschikbare resultaten en inzichten.	6
Beoordeling door referent	Opdrachtnemer heeft onvoldoende of niet aangetoond ervaring te hebben met het uitvoeren van media-inkoop en/of heeft gedurende de uitvoering de media-inzet onvoldoende of niet geoptimaliseerd op basis van beschikbare resultaten en inzichten.	0
Totaalbeoordeling	Invoegen motivering van de beoordeling door de referent	1 getal invullen

5 De selectie van vijf (5) gegadigden

Om te komen tot een selectie van vijf (5) gegadigden (binnen de kring van gegadigden) geldt dat ook twee (2) casussen ingediend moeten worden. De inhoud van die casussen staat in paragraaf 5.1. De wijze van beoordeling door de RPO in paragraaf 5.2. De cases zijn bedoeld om te beoordelen hoe het bureau denkt en samenwerkt. De RPO vraagt nadrukkelijk om geen volledige campagne of uitgewerkt mediaplan in te dienen. De maximale omvang per casus is maximaal 10 A4, regelafstand 1,5, lettertype Calibri 11.

5.1 De twee casussen die ingediend moeten worden

Casus 1: Follow-up campagne 2027 'Alleen signaal op regionaal' (weegt 60 punten)

De campagne is in 2025 ontwikkeld en ingezet. Deze gaan we in oktober 2026 herhalen.

De campagneresultaten van 2025 waren als volgt:

- 1) 26,7 miljoen impressies op Meta – bereik 3,85 miljoen behaald in doelgroep 25-65 jaar, GCF = 6 en gemiddeld 3 per regio. Ergo: de doelgroep is minimaal 1 keer per week bereikt met een opvallend hoge betrokkenheid: 5.572 likes, 187 opmerkingen en 132 shares;
- 2) 14,3 miljoen impressies op het OOH-netwerk van NS, HEMA en snelwegmasten;
- 3) 38% van de ondervraagden (18-75 jarigen uit bereik onderzoek) heeft de advertentie gezien of gehoord in de aan het onderzoek voorafgaande weken;
- 4) significant meer gezien door jongeren (18-30 jaar 59%);
- 5) ervaringen: 54% boodschap geloofwaardig, 43% relevant voor zichzelf, 60% duidelijk en 31% onderschrijft dat boodschap aanzet tot actie;
- 6) voor 18-30 jarigen (39%) en 31-44 jarigen (37%) is aanzet tot actie significant hoger.

De aanname van de RPO is dat we met deze ingekochte campagne wellicht meer in contact zijn gekomen met een (jonger) publiek dat doorgaans minder bij de regionale omroepen aanwezig is.

De overall doelstelling van de campagne was en blijft: zorg dat iedereen in Nederland weet waar hij of zij bij een crisis betrouwbare informatie vindt en hoe die via de juiste radiofrequentie te ontvangen is. Lees:

- 1) kennis: Ik weet dat belangrijke communicatie in een noodsituatie verloopt via de FM-frequentie van de regionale omroepen;
- 2) houding: Ik doe onderzoek naar wat ik kan doen om mezelf voor te bereiden op een noodsituatie;
- 3) gedrag: ik sla de frequentie van mijn regionale omroep op.

Betaalde inzet betreft in 2026 DOOH, social media (Meta) en connected TV. Daarnaast worden in meer en mindere mate de eigen kanalen van de regionale publieke omroepen ingezet. Onderzoeksvragen lopen mee met ons onderzoek en zijn naar verwachting eind 2026 beschikbaar.

Casusvraag: Wat is volgens uw organisatie de meest geschikte opvolging voor de campagne ‘Alleen signaal op regionaal’ in 2027? Op basis van de beschikbare resultaten en jullie eigen analyse adviseren jullie over de volgende fase. Continueren, optimaliseren, door ontwikkelen of vervangen zijn alle vier volwaardige uitkomsten.

NB: De RPO richt zich niet per definitie niet op koop noodradio, noodpakket, etc. Dat doet de overheid. De regionale publieke omroepen geven wel noodradio's weg bij speciale acties.

Casus 2: desinformatie en de rol van de regionale publieke omroep (weegt 40 punten).

Desinformatie, misleidende informatie en AI-gegenereerde content maken het voor mensen steeds moeilijker om te bepalen wat zij kunnen vertrouwen. Wat betekent dit voor de regionale publieke omroepen? Formuleer op basis van jullie analyse:

- 1) welk probleem of welke ontwikkeling rond desinformatie en vertrouwen voor de regionale publieke omroepen het meest relevant is;
- 2) welke rol(len) de regionale publieke omroepen hierin kunnen en zouden moeten spelen;
- 3) **beschrijf wat deze analyse en rolkeuze betekenen voor de communicatie richting de doelgroepen en vertaal dit naar een eerste communicatiegedachte.**

5.2 Beoordelingscriteria van de twee casussen

Alleen ingediende casussen worden beoordeeld (en ook maximaal de 10 blz. omvang per casus). De beoordelingscriteria, per casus, staan hieronder uitgeschreven.

Op basis van de beoordeling van de ingediende casussen worden de verzoeken tot deelneming in rangorde gezet (wie de beste beoordeling voor beide casussen heeft bereikt heeft de hoogste positie). Dit om de triage naar vijf (5) gegadigden te kunnen uitvoeren die doorgaan naar de nadere selectie. Indien op positie 5 twee gegadigden met een gelijke score eindigen wordt eerst gekeken of op basis van de cijfers toegekend door de referenten een rangorde kan worden bepaald (betere cijfers betekent betere ‘past performance’) en zo niet dan gaan beide gegadigden door naar de nadere selectie.

Beoordelingscriteria Casus 1

Hieronder staan de beoordelingscriteria voor Casus 1

Casus 1 - Follow-up campagne 2027 'Alleen signaal op regionaal'	Beoordelingscriteria	Punten
Criterium 1: in hoeverre overtuigt gegadigde de RPO dat de voorgestelde communicatieaanpak en communicatiegedachte logisch voortvloeien uit de analyse.		
Beoordeling door RPO	Volledig overtuigend: de vertaling naar communicatie volgt volledig logisch uit de analyse.	30
Beoordeling door RPO	Grotendeels overtuigend: de vertaling naar communicatie volgt grotendeels maar niet volledig uit de analyse.	24
Beoordeling door RPO	Beperkt overtuigend: de vertaling naar communicatie volgt enigszins uit de analyse maar overtuigd maar in beperkte mate.	18
Beoordeling door RPO	Niet overtuigend: er is niets ingeleverd of de vertaling naar communicatie heeft nauwelijks tot geen relatie met de analyse.	0

Casus 1 - Follow-up campagne 2027 'Alleen signaal op regionaal'	Beoordelingscriteria	Punten
Criterium 2: in hoeverre overtuigt de gegadigde de RPO dat met de voorgestelde aanpak een succesvolle campagne kan worden gerealiseerd gegeven doelstelling en doelgroepen van de campagne.		
Beoordeling door RPO	Gegadigde heeft de RPO volledig overtuigd dat met de door gegadigde voorgestelde aanpak een succesvolle campagne kan worden gerealiseerd, gegeven de doelstelling en doelgroepen van de campagne uit criterium 1.	30
Beoordeling door RPO	Gegadigde heeft de RPO grotendeels maar niet volledig overtuigd dat met de door gegadigde voorgestelde aanpak een succesvolle campagne kan worden gerealiseerd, gegeven de doelstelling en doelgroepen van de campagne uit criterium 1.	24
Beoordeling door RPO	Gegadigde heeft de RPO enigszins maar niet grotendeels of volledig overtuigd dat met de door gegadigde voorgestelde aanpak een succesvolle campagne kan worden gerealiseerd, gegeven de doelstelling en doelgroepen van de campagne uit criterium 1.	18
Beoordeling door RPO	Gegadigde heeft de RPO in het geheel niet overtuigd dat met de door gegadigde voorgestelde aanpak een succesvolle campagne kan worden gerealiseerd, gegeven de doelstelling en doelgroepen van de campagne uit criterium 1.	0

Beoordelingscriteria Casus 2

Hieronder staan de beoordelingscriteria voor Casus 2

Casus 2 - desinformatie en de rol van de regionale publieke omroep	Beoordelingscriteria	Punten
Criterium 1: Beschrijving communicatie richting de doelgroepen en een eerste communicatiegedachte.		
Beoordeling door RPO	Zowel de communicatie richting de doelgroepen en de eerste communicatiegedachte overtuigen de RPO volledig dat dit een geschikte gegadigde is.	20
Beoordeling door RPO	Zowel de communicatie richting de doelgroepen en de eerste communicatiegedachte overtuigen de RPO grotendeels maar niet volledig dat dit een geschikte gegadigde is.	16
Beoordeling door RPO	Zowel de communicatie richting de doelgroepen en de eerste communicatiegedachte overtuigen de RPO enigszins maar niet grotendeels en zeker niet volledig dat dit een geschikte gegadigde is.	12
Beoordeling door RPO	De communicatie richting de doelgroepen en/of de eerste communicatiegedachte ontbreken of overtuigen de RPO niet dat dit een geschikte gegadigde is.	0

Casus 2 - desinformatie en de rol van de regionale publieke omroep	Beoordelingscriteria	Punten
Criterium 2: welk probleem of welke ontwikkeling rond desinformatie en vertrouwen voor de regionale publieke omroepen is het meest relevant.		
Beoordeling door RPO	Op basis van de probleemanalyse of de geschetste ontwikkelingen danwel de combinatie daarvan is de RPO volledig overtuigd dat gegadigde geschikt is.	10
Beoordeling door RPO	Op basis van de probleemanalyse of de geschetste ontwikkelingen danwel de combinatie daarvan is de RPO grotendeels maar niet volledig overtuigd dat gegadigde geschikt is.	8
Beoordeling door RPO	Op basis van de probleemanalyse of de geschetste ontwikkelingen danwel de combinatie daarvan is de RPO enigszins maar niet grotendeels en zeker niet volledig overtuigd dat gegadigde geschikt is.	6
Beoordeling door RPO	De probleemanalyse of de geschetste ontwikkelingen ontbreken of overtuigen de RPO niet dat gegadigde geschikt is.	0

Casus 2 - desinformatie en de rol van de regionale publieke omroep	Beoordelingscriteria	Punten
Criterium 3: welke rol(len) de regionale publieke omroepen hierin kunnen (en zouden moeten) spelen.		
Beoordeling door RPO	De beschrijving welke rollen de regionale publieke omroepen hierin kunnen (en zouden moeten spelen) is volstrekt overtuigend .	10
Beoordeling door RPO	De beschrijving welke rollen de regionale publieke omroepen hierin kunnen (en zouden moeten spelen) is grotendeels maar niet volstrekt overtuigend .	8
Beoordeling door RPO	De beschrijving welke rollen de regionale publieke omroepen hierin kunnen (en zouden moeten spelen) is enigszins maar niet grotendeels en zeker niet volstrekt overtuigend .	6
Beoordeling door RPO	De beschrijving welke rollen de regionale publieke omroepen hierin kunnen (en zouden moeten spelen) ontbreekt of is niet overtuigend .	0

6 Eisen aan het verzoek tot deelneming

In TenderNed staat een document in MS Word (Verzoek tot Deelneming.doc) dat gebruikt moet worden door gegadigden bij het indienen van een verzoek tot deelneming. Aan dit door gegadigde ingevulde document moet worden toegevoegd als aparte Pdf-bestanden:

1. het UEA dat beschikbaar is gesteld op TenderNed;
2. de referenties vermeld in paragraaf 4;
3. de twee casussen.

Het document vermeld onder voorgaand sub 1 (dat ondertekend moet zijn want anders is het verzoek tot deelneming niet geldig) dient alleen ter controle of op een gegadigde een uitsluitingsgrond vermeld in dat UEA van toepassing is. Het document vermeld onder voorgaand sub 2 dient uitsluitend om te beoordelen of gegadigde voldoet aan de geschiktheidseisen (lees alle kerncompetenties).

De twee casussen vermeld onder voorgaand sub 3 dient om te komen tot de selectie van maximaal vijf (5) gegadigden die uitgenodigd worden voor de nadere selectie.

7 Beschrijving proces nadere selectie

Deze paragraaf geeft een doorkijk naar het proces – zoals thans voorzien – van de nadere selectie (van 5 naar 3) zodat gegadigden zich een beeld kunnen vormen van de inspanningen die daarmee naar verwachting gemoeid zijn.

Dat proces ziet er als volgt uit:

1. iedere geselecteerde gegadigde wordt ingepland voor een fysieke bijeenkomst;
2. deze gegadigden krijgen vooraf – per e-mail – een opdracht toegezonden die zij moet uitwerken en binnen drie (3) werkdagen moet indienen per e-mail. De inhoud is voor iedere geselecteerde gegadigde hetzelfde. Het moment waarop echter niet indachtig de drie (3) werkdagen;
3. gelijktijdig met het indienen van de uitwerking moeten zij ook een tarievenblad indienen (de jury krijgt daar geen inzicht in). De verhouding tussen kwaliteit van de opdrachtuitwerking en de uurtarieven staat in de opdracht;
4. het beoordelingskader van de jury van die opdracht wordt tegelijkertijd met de opdracht zelf toegezonden. De samenstelling van de jury wordt op het moment van toezending van de opdracht ook toegelicht;
5. tijdens de fysiek bijeenkomst moet de uitwerking worden gepresenteerd. Let wel: gedurende de presentatie kunnen de juryleden vragen stellen die beantwoording behoeven, maar dit mag er niet toe leiden dat de ingediende uitwerking van de opdracht wezenlijk wordt gewijzigd;
6. na afronding van de onlinebijeenkomst wordt de behaalde score voor de presentatie met de desbetreffende gegadigde gedeeld. Als een gegadigde zich niet kan vinden in de gegeven beoordeling dient deze dit binnen vierentwintig (24) uur schriftelijk en gemotiveerd te betwisten. Bij elke betwisting zal de RPO uitsluitend en alleen controleren of er fouten zijn gemaakt in de berekening van de toegekende punten (de individuele beoordelingen door de juryleden blijven staan);
7. nadat alle vijf (5) gegadigden zijn beoordeeld door de jury wordt het eindresultaat (de kwaliteit van de uitgevoerde opdracht) daarvan gedeeld met de individuele vijf (5) gegadigden;
8. als geen bezwaar wordt ontvangen door deze individuele vijf (5) gegadigden kan de RPO overgaan tot het bepalen van het inschrijfresultaat en het uitbrengen van een voornemen tot gunning;
9. de verwachte doorlooptijd voor de nadere beoordeling en besluitvorming wordt ingeschat op vijf (5) werkdagen. De presentaties aan de jury (de duur van de fysieke bijeenkomst is maximaal 2 uur) zullen altijd worden ingepland van 13:00 tot 15:00 en van 15:30 tot 17:30 uur. De toewijzing van tijdslot(s) zal zoveel mogelijk in goed overleg worden afgestemd.

Gegadigden die een verzoek tot deelneming indienen moeten zich realiseren dat geen vergoeding beschikbaar wordt gesteld voor het deelnemen aan deze aanbesteding. Ook is van belang dat de concept raamovereenkomst en de ARVODI 2025 (beide beschikbaar gesteld op TenderNed) onderdeel zullen uitmaken van de aanbestedingsstukken.

8 Planning

De planning ten aanzien van de voorselectie van vijf (5) gegadigden staat op het voorblad. Zodra duidelijk is welke vijf (5) gegadigden doorgaan zal de totale planning die thans in TenderNed staat met betrekking tot de nadere selectie worden geactualiseerd. Bij geen afwijzingen of geen bezwaren kan die sneller worden doorlopen. Let wel: indien er onvoldoende geschikte verzoeken tot deelneming zijn ingediend kan de situatie ontstaan dat:

- 1) de RPO besluit dat een nadere selectie niet nodig is, of
- 2) de aanbesteding in te trekken en deze opnieuw op de markt te zetten. Bijvoorbeeld omdat er maar één verzoek tot deelneming is ingediend waardoor de afhankelijkheid van één raamcontractant te groot is.

9 Spelregels aanbesteding

In deze paragraaf staan de spelregels die gelden voor deze aanbesteding die door gegadigden in acht genomen moeten worden.

Regel 1: Meldingsplicht omissies

Gegadigden moeten uiterlijk op **maandag 5 oktober 2026 voor 23:59 uur Nederlandse tijd** de RPO hebben geïnformeerd over (eventuele) omissies in deze selectieleidraad. Onder omissies wordt verstaan: eisen of elementen in de aanbestedingsstukken die (mogelijk) discriminatoir, onredelijk bezwarend of onvoldoende duidelijk of transparant zijn. Eventuele omissies moet gemeld worden via TenderNed.

Regel 2: Verzoek tot deelneming en/of correspondentie alleen in de Nederlandse taal

Gegadigden moeten een verzoek tot deelneming uitbrengen in de Nederlandse taal. Een verzoek tot deelneming en/of correspondentie (bijvoorbeeld bij het indienen van een of meerdere vragen), inclusief in te dienen cases, opgesteld in een andere taal dan het Nederlands worden niet in behandeling genomen.

Regel 3: Intrekken of aanpassen verzoek tot deelneming

Het staat gegadigden vrij om tot de sluitingsdatum **van donderdag 22 oktober 2026 voor 23:59 uur Nederlandse tijd** een ingediend verzoek tot deelneming in te trekken of aan te passen.

Regel 4: Vertrouwelijkheid verzoek tot deelneming

De RPO zal trachten de vertrouwelijkheid van gegadigden die een verzoek tot deelneming hebben ingediend zoveel mogelijk te bewaken. Deze vertrouwelijkheid geldt echter niet voor wat betreft de verificatie van de ingediende referentie. Ook staat het de RPO vrij om geen vertrouwelijkheid in acht te nemen als een verplichting tot openbaarmaking voortvloeit uit wet- of regelgeving of verweer tijdens een juridische procedure. Door het indienen van een verzoek tot deelneming stemt een gegadigde in met het feit dat openbaarmaking onder voornoemde omstandigheden is toegestaan.

Regel 5: Geen vergoeding van kosten

Gegadigde verklaart zich door het indienen van een verzoek tot deelneming akkoord met het feit dat alle kosten die gemoeid zijn met deelname aan deze aanbestedingsprocedure niet worden vergoed en garandeert ook deze kosten niet in rekening te brengen, te verrekenen of te verhalen op de RPO.

Regel 6: Communicatie alleen via TenderNed

Alle vragen ten aanzien deze aanbestedingsprocedure – voor wat betreft de fase voor het indienen van een verzoek tot deelneming - kunnen uitsluitend worden ingediend op TenderNed. Verzoeken om vragen alleen te beantwoorden aan een gegadigde zelf worden niet gehonoreerd (dan wordt zowel de vraag niet beantwoord maar ook niet meegenomen in een Nota van Inlichtingen). Alle ontvangen vragen worden beantwoord in één (1) Nota van Inlichtingen. Alle communicatie en of documentatie die op andere wijze dan hierboven vermeld aan de RPO wordt verstrekt, bijvoorbeeld telefonisch of door het versturen van post of e- mail, wordt terzijde gelegd.

Regel 7: Tussentijdse wijzigingen in de aanbestedingsstukken

Het staat de RPO vrij om gedurende de aanbesteding wijzigingen aan te brengen in de aanbestedingsstukken. De eventueel gewijzigde aanbestedingsstukken worden op TenderNed gepubliceerd. Als - naar het eigen oordeel van de RPO - wijzigingen aanleiding geven om gegadigden meer

tijd te bieden voor het indienen van een verzoek tot deelneming kan besloten worden de sluitingsdatum vermeld in regel 3 te verplaatsen naar een latere datum. Een dergelijke wijziging wordt in TenderNed gepubliceerd in de vorm van een aangepaste selectieleidraad.

Regel 8: Verplichte contractvorm

Al bij het verzoek tot deelneming moeten gegadigden instemmen met de contractvorm die van toepassing zal zijn. De concept raamovereenkomst als ook de ARVDOI 2025 staan op TenderNed. Als een gegadigde een daarin opgenomen bepaling niet acceptabel acht moet deze hier tijdig een vraag over stellen (zie regel 1) en ook een tekstvoorstel voor een aangepaste bepaling indienen. Het staat de RPO vrij om een dergelijk tekstvoorstel niet te honoreren.

Als (tijdens de nadere selectie) alsnog blijkt dat een gegadigde een of meerdere voorbehouden wenst te maken ten aanzien van een of meerdere artikelen in de verplicht voorgeschreven raamovereenkomst wordt die inschrijving ongeldig verklaard.

Regel 9: Aanvullende documentatie en inlichtingen

Gegadigde moeten binnen twee (2) werkdagen verzoeken voor het indienen van aanvullende documentatie en inlichtingen per e-mail beantwoorden. Onder aanvullende documentatie en inlichtingen wordt verstaan documentatie en inlichtingen die door de gegadigde wordt ingediend op verzoek van de RPO en die meer gedetailleerd inzicht kan geven in het door de gegadigde ingediende verzoek tot deelneming of de uiteindelijke inschrijving. Het aanleveren van aanvullende documentatie en inlichtingen mag er niet toe leiden dat een gegadigde achteraf zijn verzoek tot deelneming of zijn inschrijving aanpast (bijvoorbeeld door een andere referentie in te dienen of een ander uurtarief te vermelden).

Regel 10: planning in TenderNed is leidend

Indien per abuis een afwijking blijkt te bestaan tussen datums en tijdstippen in de aanbestedingsstukken versus wat in TenderNed staat geldt: de planning in TenderNed is ten allen tijde leidend t.o.v. tentatieve planningen in de aanbestedingsstukken.

Regel 11: Bezwaar in rechte

Gegadigde die van mening is dat zijn rechten worden geschonden gedurende de aanbesteding moeten zich wenden tot de rechtbank Midden-Nederland, vestiging Utrecht, afdeling civiel kort geding. Let op: de rechtbank gebruikt Zivver als communicatiemiddel; TenderNed staat in het in te dienen veld bij de rechtbank niet toe een link naar Zivver in te voegen). De relevante gegevens staan op:

<https://www.rechtspraak.nl/organisatie-en-contact/organisatie/rechtbanken/rechtbank-midden-nederland>

Einde selectieleidraad