Nota van Inlichtingen 1

No.	Perceel nr.	Perceel	Betreft	Vraag	Antwoord
1	4	Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	Aanbestedingsleidraad §4.2.3, p. 28-29 - lopende referentieopdracht	De kerncompetentie voor perceel 4 vraagt ervaring opgedaan in de drie (3) jaar voorafgaand aan de sluitingsdatum van de Inschrijving. Kunt u bevestigen dat ook een lopende, meerjarige opdracht als referentie mag dienen, mits de gevraagde werkzaamheden binnen die periode aantoonbaar zijn uitgevoerd en de minimale waarde van € 10.000,00 exclusief btw binnen die periode is gerealiseerd?	Ja, dat bevestigt de aanbestedende dienst. Een lopende, meerjarige opdracht mag als referentie dienen, mits de gevraagde werkzaamheden binnen de drie (3) jaar voorafgaand aan de sluitingsdatum van de Inschrijving aantoonbaar zijn uitgevoerd en de minimale waarde van € 10.000,00 exclusief btw binnen die periode is gerealiseerd.
2	4	Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	Bijlage 4 Format kerncompetentie, rij Financiële omvang opdracht - vermelding omvang	Moet bij een meerjarige referentieopdracht in Bijlage 4 de financiële omvang per jaar of de totale omvang over de looptijd worden vermeld, en gaat het daarbij om het honorarium exclusief mediabudget?	In Bijlage 4 wordt de financiële omvang vermeld van de werkzaamheden die binnen de referentieperiode van drie (3) jaar zijn uitgevoerd. Het gaat hierbij om het honorarium van de inschrijver, exclusief mediabudget. Zie ook het antwoord op vraag 1.
3	4	Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	Programma van Eisen (Bijlage 6), tabblad P4, eis P4-02 - Vlaamse specialist	Eis P4-02 vraagt dat opdrachtnemer gedurende de looptijd beschikt over minimaal één specialist met actuele kennis van de Vlaamse markt en het Vlaamse mediagebruik. Mag deze specialist ook een vaste externe specialist zijn (zzp'er of onderaannemer, gemeld en geaccepteerd conform ALG-16), of dient deze persoon in loondienst te zijn van de inschrijver?	Ja, dit is toegestaan. De specialist hoeft niet in loondienst te zijn van inschrijver. Ook een vaste externe specialist (zoals een zzp'er of onderaannemer) voldoet, mits inschrijver aantoont dat gedurende de looptijd van de overeenkomst wordt beschikt over de vereiste kennis van de Vlaamse markt en het Vlaamse mediagebruik. Indien sprake is van een onderaannemer, zijn de voorwaarden uit ALG-16 van toepassing.
4	1, 2	Concepting imago/merk, Concepting recreatie/toerisme	Inzet van dezelfde creative lead en hetzelfde kernteam op beide percelen	Kunt u bevestigen dat bij inschrijving op zowel perceel 1 als perceel 2 dezelfde creative lead en hetzelfde kernteam mogen worden aangeboden en ingezet, mits de opdrachtnemer voldoende capaciteit en continuïteit voor beide percelen waarborgt?	Ja, dit bevestigt de aanbestedende dienst.
5	1, 2, 3, 4	Concepting imago/merk, Concepting recreatie/toerisme, Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Duitse markt, Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	Perceelindeling creatieve begeleiding fotografie en video	Foto- en videoproductie vallen buiten de scope van deze aanbesteding. Voor een goede vertaling van een concept naar beeld kan echter creatieve begeleiding nodig zijn, zoals het opstellen van een fotografie- of videobriefing en het verzorgen van artdirection tijdens de productie. Kunt u aangeven onder welk perceel deze werkzaamheden vallen en welke rol hierbij wordt verwacht van de conceptontwikkelaar uit perceel 1 of 2?	Het opstellen van een creatieve foto- of videobriefing ter bewaking van een ontwikkeld concept kunnen onderdeel zijn van een nadere opdracht onder perceel 1 of 2. De feitelijke fotografie- en videoproductie vallen buiten de scope en worden afzonderlijk georganiseerd.
6	1, 2, 3, 4	Concepting imago/merk, Concepting recreatie/toerisme, Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Duitse markt, Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	Onafhankelijkheid en onpartijdigheid beoordelingscommissie	Kunt u toelichten hoe de onafhankelijkheid en onpartijdigheid van de beoordelingscommissie worden geborgd? Wordt voorafgaand aan de beoordeling gecontroleerd of commissieleden huidige of eerdere arbeidsrelaties of andere zakelijke of persoonlijke banden hebben met de inschrijvende partijen? Wij vernemen graag hoe eventuele banden worden beoordeeld en welke maatregelen worden genomen wanneer deze de onafhankelijkheid of onpartijdigheid in het gedrang kunnen brengen, bijvoorbeeld door vervanging van het betreffende commissielid voor de beoordeling van het betrokken perceel.	Voorafgaand aan de beoordeling gaat de aanbestedende dienst na of leden van de beoordelingscommissie een huidige of eerdere arbeidsrelatie of een andere zakelijke of persoonlijke band hebben met een van de inschrijvers. Wanneer zo'n band de onafhankelijkheid of onpartijdigheid in het gedrang kan brengen, neemt het betreffende commissielid niet deel aan de beoordeling van het betrokken perceel en wordt een ter zake kundige vervanger aangewezen, conform paragraaf 4.1.1 van de aanbestedingsleidraad.

No.	Perceel nr.	Perceel	Betreft	Vraag	Antwoord
7	1, 2	Concepting imago/merk, Concepting recreatie/toerisme	Visuele identiteit en toepasselijke huisstijlkaders	In eisen P1-04 en P2-04 staat dat concepten worden ontwikkeld binnen de door Zeeland & Partners aangeleverde merkpositionering, merkidentiteit, visuele identiteit en overige communicatiekaders. Kunt u toelichten welke kaders hiervoor momenteel beschikbaar zijn en deze tijdens de aanbestedingsprocedure met inschrijvers delen? Wij ontvangen daarbij graag duidelijkheid over de verhouding tussen het merk Zeeland, de identiteit van Zeeland & Partners en de huisstijl van Provincie Zeeland: welke identiteit is wanneer leidend voor de werkzaamheden binnen perceel 1 en 2? Kunt u tevens aangeven of de opdracht uitsluitend betrekking heeft op conceptontwikkeling binnen een bestaande visuele identiteit, of dat ook het ontwikkelen, aanvullen of doorontwikkelen van die identiteit onderdeel van de opdracht kan zijn?	De merkpositionering, merkidentiteit, visuele identiteit en overige communicatiekaders waarnaar in eisen P1-04 en P2-04 wordt verwezen, zijn vastgelegd in de Merkstijlgids Zeeland. De Merkstijlgids Zeeland wordt als Bijlage 1 bij deze Nota van Inlichtingen I beschikbaar gesteld. Voor de regiomarketing, en daarmee voor de werkzaamheden binnen perceel 1 en perceel 2, is het merk Zeeland leidend. De identiteit van Zeeland & Partners en de huisstijl van Provincie Zeeland zijn niet leidend voor de ontwikkeling van publiekscampagnes en vormen geen creatieve huisstijl voor de uitvoering van deze opdracht. De opdracht heeft uitsluitend betrekking op de ontwikkeling van concepten en campagnes binnen de bestaande merkpositionering, merkidentiteit en visuele identiteit van het merk Zeeland. Het ontwikkelen, aanvullen of doorontwikkelen van de merkpositionering, merkidentiteit of visuele identiteit van het merk Zeeland maakt geen onderdeel uit van de opdracht en is niet toegestaan.
8	1	Concepting imago/merk	Vergoeding deelname aan minicompetities	Binnen perceel 1 worden nadere opdrachten vanaf € 15.000 via een minicompetitie verdeeld onder de gecontracteerde bureaus. Kunt u aangeven of de tijd die deze bureaus besteden aan deelname aan een minicompetitie wordt vergoed, ook wanneer zij de betreffende opdracht niet gegund krijgen? Wij begrijpen de wens om per opdracht tot een passend voorstel te komen. Tegelijkertijd vraagt het ontwikkelen van een inhoudelijk voorstel, en zeker van een creatieve conceptrichting, om een investering van beide bureaus. Wanneer deze inzet onbetaald blijft, ontstaat na het doorlopen van de aanbesteding een terugkerende pitchinspanning waarvan de kosten slechts door één partij kunnen worden terugverdiend. Bent u daarom bereid een passende vergoeding voor deze inzet op te nemen, afgestemd op de gevraagde uitwerking? Dit draagt bij aan zorgvuldige voorstellen en een duurzame samenwerking met de gecontracteerde bureaus.	Nee, deelname aan een minicompetitie wordt in beginsel niet vergoed. Wanneer voor een specifieke minicompetitie een substantiële inspanning van de opdrachtnemers wordt gevraagd, kan de aanbestedende dienst in uitzonderingsgevallen besluiten hiervoor een passende vergoeding beschikbaar te stellen. Dit wordt dan vooraf expliciet vermeld in de Nadere offerteaanvraag. In de Nadere offerteaanvraag wordt per minicompetitie bovendien vooraf aangegeven welke uitwerking wordt gevraagd en of de beoordeling plaatsvindt op prijs, kwaliteit of een combinatie daarvan. Zie ook paragraaf 3.4 van de aanbestedingsleidraad.
9	1, 2	Concepting imago/merk, Concepting recreatie/toerisme	Indeling werkzaamheden onder tariefcategorieën	De prijzenbladen voor perceel 1 en 2 onderscheiden de tariefcategorieën projectmanager, senior creatief en DTP'er. Kunt u toelichten hoe werkzaamheden zoals strategische verdieping, copywriting en artdirection onder deze categorieën moeten worden ingedeeld, zodat inschrijvers hiervoor dezelfde uitgangspunten hanteren?	Zie het antwoord op vraag 90.
10	1, 2	Concepting imago/merk, Concepting recreatie/toerisme	Beschikbare strategische merkkaders en ruimte voor aanscherping	Kunt u de merkpositionering, merkidentiteit en communicatiekaders waarnaar in P1-04 en P2-04 wordt verwezen beschikbaar stellen tijdens de aanbestedingsprocedure? Kunt u daarbij toelichten welke onderdelen als vaststaand uitgangspunt gelden en op welke onderdelen binnen perceel 1 en 2 ruimte wordt verwacht voor strategische aanscherping door de opdrachtnemer?	De merkstrategie en de merkstijl vormen het uitgangspunt. De merkstrategie is online beschikbaar via https://www.zeeland.com/nl-nl/merkorganisatie-zeeland/shaping-the-future-delta. Voor de merkstijl, zie het antwoord op vraag 7. De opdracht is het doorvertalen van de merkstrategie naar een creatief concept en geen strategische aanscherping.
11	1, 2, 3, 4	Concepting imago/merk, Concepting recreatie/toerisme, Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Duitse markt, Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	Planning presentaties en interviews buiten schoolvakanties	De presentaties en interviews zijn voorzien op 3, 15 en/of 17 februari 2027. Daarbij wordt gevraagd de aangeboden sleutelfunctionarissen op alle drie de data beschikbaar te houden. De data van 15 en 17 februari vallen in de voorjaarsvakantie van regio Zuid (13 tot en met 21 februari). Voor regio Noord en Midden loopt deze vakantie van 20 tot en met 28 februari. Zou opdrachtgever willen kijken of de presentaties en interviews buiten deze schoolvakanties kunnen plaatsvinden? Omdat de data nog enkele maanden vooruit liggen, hopen wij dat er nog mogelijkheden zijn om de planning hierop af te stemmen.	De presentatiedata blijven ongewijzigd. Binnen de planning van de aanbesteding is het niet mogelijk de presentaties buiten de schoolvakanties te plannen. Inschrijvers kunnen in de Verklaring Inschrijver (Bijlage 2) een voorkeursdatum opgeven. De aanbestedende dienst houdt hier waar mogelijk rekening mee, maar kan dit niet garanderen. De sleutelfunctionarissen dienen op alle drie (3) de presentatiedata beschikbaar te blijven. De aangepaste Bijlage 2 (versie 2) wordt bij deze Nota van Inlichtingen gepubliceerd. Inschrijvers dienen gebruik te maken van versie 2 van Bijlage 2.

Nota van Inlichtingen 1

No.	Perceel nr.	Perceel	Betreft	Vraag	Antwoord
12	1, 2, 3, 4	Concepting imago/merk, Concepting recreatie/toerisme, Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Duitse markt, Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	Afbakening conceptontwikkeling, campagne-uitwerking en overdracht	De omschrijvingen van de percelen laten ruimte voor interpretatie over de grens tussen conceptontwikkeling en campagne-uitwerking. Bij perceel 1 en 2 behoren ook de grafische uitwerking en het productiegereed maken van afgesproken conceptmiddelen tot de werkzaamheden. Tegelijkertijd omvatten perceel 3 en 4 de doorvertaling van concepten naar de betreffende markten en bijbehorende DTP-werkzaamheden. Kan opdrachtgever aan de hand van een voorbeeld toelichten welke werkzaamheden onder perceel 1 of 2 vallen en welke onder perceel 3 of 4? Daarbij ontvangen wij graag verduidelijking van het overdrachtsmoment en het verwachte uitwerkingsniveau van het concept, bijvoorbeeld ten aanzien van visuals, teksten, middelenontwerp, formaatvarianten en aanpassingen voor de verschillende markten.	Ter illustratie: de opdrachtnemer van perceel 1 en/of 2 ontwikkelt het creatieve concept, de kernboodschap, communicatiestrategie, oneliners, voorbeeldvisuals, de bijbehorende grafische ontwerpprincipes en levert afgesproken basisbestanden op. De opdrachtnemer van perceel 3 en/of 4 vertaalt deze concepten vervolgens door naar de marktgerichte kanaal- en formaatvarianten, doelgroepen en zorgt voor het campagnemanagement. De exacte overdracht, het niveau van productieklare bestanden en de creatieve kwaliteitscontrole worden per nadere opdracht vooraf gespecificeerd. Daarbij streeft opdrachtgever er nadrukkelijk naar dubbel werk tussen percelen te voorkomen.
13	1, 2, 3, 4	Concepting imago/merk, Concepting recreatie/toerisme, Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Duitse markt, Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	Evaluatie budgetverdeling tussen percelen na twee jaar	Technologische ontwikkelingen, waaronder AI en automatisering, kunnen gedurende de looptijd van de raamovereenkomsten invloed hebben op de verhouding tussen strategische advisering, conceptontwikkeling en uitvoerende werkzaamheden. Zo kan automatisering de benodigde inzet voor bepaalde DTP- en productiewerkzaamheden verminderen, terwijl het belang van strategische en creatieve conceptontwikkeling toeneemt. Dit kan wellicht aanleiding geven tot een andere verdeling van de benodigde inzet over de percelen. Is opdrachtgever bereid om bij de evaluatie na de initiële contractperiode van twee jaar ook de budgetverdeling tussen de percelen te evalueren en, indien de ontwikkeling van de dienstverlening daartoe aanleiding geeft, binnen de aanbestedingsrechtelijke mogelijkheden te herzien?	Nee. De maximale opdrachtwaarden per perceel zoals opgenomen in paragraaf 3.4 van de aanbestedingsleidraad zijn gebaseerd op de huidige inschatting van de behoefte van de aanbestedende dienst en vormen een vast onderdeel van deze aanbesteding. De aanbestedende dienst is daarom niet voornemens de verdeling van de opdrachtwaarden tussen de percelen gedurende de looptijd van de raamovereenkomsten te herzien. Ontwikkelingen in de markt, waaronder technologische ontwikkelingen en de inzet van AI, geven op dit moment geen aanleiding om hiervan af te wijken.
14	4	Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	Bijlage 2 - Verklaring Inschrijver	Kunt u bevestigen dat inschrijver bij inschrijving op één perceel bij dat perceel "1" invult en de overige velden leeg laat?	Ja, dat bevestigt de aanbestedende dienst. Zie ook paragraaf 5.6 van de aanbestedingsleidraad.
15	4	Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	Aanbestedingsleidraad EA Marketingdiensten, pagina 9	2.2 en 5.4.2: Sleutelfunctionarissen moeten op alle drie de presentatiedata beschikbaar zijn. Uiterlijk op welke datum ontvangen inschrijvers de uitnodiging met datum en tijdstip?	De uitnodiging met datum en tijdstip van de presentatie wordt verzonden na afronding van de beoordeling van K1, uiterlijk op maandag 1 februari 2027. De presentaties vinden plaats op woensdag 3, maandag 15 en/of woensdag 17 februari 2027, conform paragraaf 2.2 van de aanbestedingsleidraad. Zie ook het antwoord op vraag 11.
16	4	Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	Aanbestedingsleidraad EA Marketingdiensten, 2.6.1	2.6.1, punt 8: Schrijft u een format of maximale omvang voor het overzicht van namen en functies van de verantwoordelijke en uitvoerende medewerkers voor? Telt dit overzicht mee voor de vier pagina's van het Plan van Aanpak?	Nee, voor het overzicht van namen en functies van de verantwoordelijke en uitvoerende medewerkers geldt geen voorgeschreven format of maximale omvang. Het overzicht bevat uitsluitend de naam en functie per medewerker; overige inhoudelijke informatie wordt niet aan het overzicht toegevoegd. Het overzicht telt niet mee voor het maximale aantal pagina's van het Plan van Aanpak. Voor de cv's geldt een maximum van twee (2) enkelzijdige A4-pagina's per cv. Zie paragraaf 5.4.2 van de aanbestedingsleidraad.

No.	Perceel nr.	Perceel	Betreft	Vraag	Antwoord
17	4	Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	Aanbestedingsleidraad EA Marketingdiensten	2.6.1 en 5.4.2, 2.6.1, punt 8: Bij K2 mag inschrijver met maximaal twee personen aanwezig zijn. Tegelijk vraagt u een overzicht van alle verantwoordelijke en uitvoerende medewerkers en cv's van de sleutelfunctionarissen. Hoeveel sleutelfunctionarissen verwacht u? Moet inschrijver alleen cv's aanleveren van de twee personen die bij K2 aanwezig zijn?	Per perceel worden maximaal twee (2) sleutelfunctionarissen aangeboden. Dit zijn de personen die bij de presentatie en het interview (K2) aanwezig zijn. Conform paragraaf 2.6.1, punt 8 van de aanbestedingsleidraad bestaat de inschrijving uit twee onderdelen: een overzicht van de namen en functies van alle verantwoordelijke en uitvoerende medewerkers die de inschrijver voor het betreffende perceel inzet. Dit overzicht kan dus meer personen bevatten dan de twee (2) sleutelfunctionarissen; de cv's van uitsluitend de twee (2) sleutelfunctionarissen. Zie ook het antwoord op vraag 16 en paragraaf 5.4.2 van de aanbestedingsleidraad.
18	4		Bijlage 6 - Programma van Eisen,	P4-04: Welk bewijs accepteert u om aan te tonen dat een specialist in de twaalf maanden vóór de sluitingsdatum zijn kennis van Meta Advertising en Google Advertising heeft bijgehouden? Volstaan bijvoorbeeld geldige certificeringen van Google Ads en Meta, of gevolgde vakopleidingen?	Ja. Geldige certificeringen van bijvoorbeeld Google Ads en Meta, alsmede aantoonbaar gevolgde vakopleidingen, trainingen of cursussen op het gebied van Meta Advertising en/of Google Advertising, worden geaccepteerd als bewijs dat de specialist zijn of haar kennis in de twaalf maanden voorafgaand aan de sluitingsdatum actueel heeft gehouden.
19	4	Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	Bijlage 6 - Programma van Eisen / Bijlage 10 - Prijzenblad perceel 4	PvE algemeen, ALG-21: ALG-21 maakt de tarieven uit het prijzenblad tot maximumtarieven bij nadere opdrachten. Welk maximumtarief geldt als voor een nadere opdracht een rol nodig is die niet in het prijzenblad staat, bijvoorbeeld een data-analist of een specialist in tracking en consent?	Rollen die niet in het prijzenblad zijn opgenomen, zoals een data-analist of een specialist in tracking en consent, vallen onder de functie online marketeer. Als maximumtarief geldt het aangeboden tarief voor online marketeer junior, medior of senior, afhankelijk van het niveau van de in te zetten specialist.
20	4	Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	Bijlage 6 - Programma van Eisen / Bijlage 10 - Prijzenblad perceel 4	P4-11: P4-11 vraagt aantoonbaar rekening te houden met verschillen in taalgebruik tussen Nederland en Vlaanderen. Het prijzenblad heeft geen categorie voor copywriting of tekstbewerking. Onder welke tariefcategorie vallen het aanpassen en schrijven van teksten voor de Vlaamse markt? Valt het opstellen van advertentieteksten binnen de scope van perceel 4?	Ja, het opstellen van advertentieteksten en gangbare campagnecopy behoort tot de marktgerichte campagne-uitvoering binnen perceel 4. Met betrekking tot de vraag over de categorisering van functies in het prijzenblad verwijzen wij naar het antwoord gegeven bij vraag 90.
21	4	Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	Aanbestedingsleidraad EA Marketingdiensten / Bijlage 6 - Programma van Eisen	3.3 (perceel 4), P4-09: Media-inkoop valt buiten de scope en opdrachtnemer treedt niet op als factureringspartij. Kunt u bevestigen dat Provincie Zeeland de betaalmethode koppelt aan de advertentieaccounts in Meta Ads en Google Ads, en dat opdrachtnemer alleen beheerrechten krijgt?	Ja, dit bevestigt de aanbestedende dienst.
22	4	Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	Aanbestedingsleidraad EA Marketingdiensten	3.1: Staan de huidige advertentieaccounts, pixels en tags op naam van Provincie Zeeland of op naam van de huidige opdrachtnemer? Werkt de huidige opdrachtnemer contractueel mee aan de overdracht van accounts, data en lopende campagnes? Zo ja, in welke periode?	Provincie Zeeland is eigenaar van de huidige advertentieaccounts, pixels en tags.
23	4	Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	Aanbestedingsleidraad EA Marketingdiensten, pagina 42 t/m 46	5.4.1, K1 perceel 4, Werkwijze en proces: K1 vraagt om een aanpak voor de overdracht van de huidige dienstverlening en de continuïteit van always-on activiteiten. Welke always-on campagnes lopen nu op de Nederlandse en Vlaamse markt? Welke tools voor analytics, tagmanagement en dashboarding gebruikt Zeeland & Partners op dit moment?	Op dit moment lopen er always-on campagnes op het gebied van SEA en social media. Voor analytics, tagmanagement en dashboarding maakt Zeeland & Partners momenteel gebruik van Google Analytics 4 (GA4), Google Tag Manager (GTM), Looker Studio, Power BI, BigQuery en Coosto.

No.	Perceel nr.	Perceel	Betreft	Vraag	Antwoord
24	4	Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	Aanbestedingsleidraad EA Marketingdiensten, pagina 42 t/m 46	5.4.1: K1 perceel 4, Uitvoering en campagnemanagement: K1 vraagt hoe inschrijver budgetten over kanalen, doelgroepen en activiteiten adviseert en optimaliseert. Kunt u voor de Nederlandse en Vlaamse markt een indicatie geven van het jaarlijkse mediabudget, de verdeling over Nederland en Vlaanderen en de kanalen die nu worden ingezet?	De aanbestedende dienst geeft geen indicatie van het jaarlijkse mediabudget. De mediabudgetten worden per jaar vastgesteld en verschillen per domein (Visit en Live+Work), per markt en per soort campagne (organisch geboost, always-on en hero campagnes). De inzet per markt verschilt eveneens per domein. De verdeling over Nederland en Vlaanderen en de keuze van de kanalen worden per jaar vastgelegd in het campagne- en mediaplan van de aanbestedende dienst. De opdrachtnemer adviseert over de verdeling van het mediabudget over markten en kanalen, waarna de aanbestedende dienst en de opdrachtnemer gezamenlijk de keuzes maken.
25	4	Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	Aanbestedingsleidraad EA Marketingdiensten / Bijlage 4 - Format kerncompetentie	4.2.3, C. Technische en beroepsbekwaamheid: Paragraaf 4.2.3 vraagt een contactpersoon met telefoonnummer. Bijlage 4 vraagt naam, functie, telefoonnummer en e-mailadres van de referent. Kunt u bevestigen dat Bijlage 4 leidend is?	Ja, dat bevestigt de aanbestedende dienst. Bijlage 4 is leidend. Van de referent worden naam, functie, telefoonnummer en e-mailadres gevraagd.
26	4	Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	Aanbestedingsleidraad EA Marketingdiensten, pagina 16 / Bijlage 10 - Prijzenblad perceel 4	2.7.21, P4-06: Paragraaf 2.7.21 vraagt inschrijver alle kostenposten te noemen, waaronder licentiekosten. Kosten die niet in de inschrijving staan, accepteert u tijdens de looptijd niet. Het prijzenblad staat geen extra prijsregels toe. P4-06 vraagt per actieve campagne een digitaal dashboard. Moet inschrijver licentiekosten voor dashboard- en rapportagetools en dataconnectoren in de uurtarieven opnemen? Of neemt Zeeland & Partners deze licenties zelf af, in lijn met het eigenaarschap van accounts en data (ALG-18 en P4-08)?	Van de opdrachtnemer wordt verwacht dat deze beschikt over de benodigde tooling voor monitoring, optimalisatie, dashboarding en rapportage. Eventuele licentiekosten dienen te zijn inbegrepen in de aangeboden uurtarieven, waarbij uitsluitend kosten worden doorberekend voor tooling die daadwerkelijk voor de uitvoering van de opdracht wordt ingezet en noodzakelijk is.
27	4	Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	Bijlage 6 - Programma van Eisen, PvE algemeen	ALG-19: ALG-19 vraagt dat opdrachtnemer binnen vijf werkdagen een nadere offerte opstelt. Welke informatie levert Zeeland & Partners minimaal aan bij een nadere offerteaanvraag, bijvoorbeeld doelstelling, doelgroep, beoogde planning en indicatief mediabudget? Kunt u bevestigen dat de termijn van vijf werkdagen ingaat zodra opdrachtnemer deze informatie volledig heeft ontvangen?	De aanbestedende dienst verstrekt de benodigde gegevens en gewenste deliverables voor zover beschikbaar. Ja, de aanbestedende dienst bevestigt dat de termijn van vijf werkdagen ingaat na ontvangst van de complete informatie. Zie ook het antwoord op vraag 99.
28	4	Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	Aanbestedingsleidraad EA Marketingdiensten, pagina 42 t/m 46	5.4.1, K1 Plan van Aanpak perceel 4: Het Plan van Aanpak voor perceel 4 kent 3 onderdelen (werkwijze en proces, samenwerking en borging) met in totaal 17 subvragen. Sommige subvragen vragen meerdere onderdelen uit. Vier A4-pagina's bieden onvoldoende ruimte om deze vragen inhoudelijk goed te beantwoorden. Bent u bereid de omvang te verruimen naar 12 A4-pagina's? Zo nee, bent u bereid tabellen en afbeeldingen buiten het maximale aantal pagina's te laten?	De aanbestedende dienst is bereid de maximale omvang van het Plan van Aanpak voor perceel 3 en perceel 4 te verruimen naar maximaal acht (8) enkelzijdige A4-pagina’s, inclusief tabellen en afbeeldingen. De overige voorwaarden blijven ongewijzigd.

No.	Perceel nr.	Perceel	Betreft	Vraag	Antwoord
29	4	Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	Aanbestedingsleidraad EA Marketingdiensten, pagina 16 / Bijlage 10 - Prijzenblad perceel 4	2.7.21: "Inschrijver dient een integrale kostprijs op te geven. In bijlage 10 - prijzenblad perceel 4 is het alleen mogelijk om uurtarieven op te geven. Bij het ontwikkelen en optimaliseren van marketingstrategieën, campagneplannen en mediaplannen zetten marketingspecialisten tegenwoordig AI in. Inschrijver zet hiervoor EU-gebaseerde en AVG-compliant AI-ondersteuning in bij het uitvoeren van marketingdiensten. Dit leidt tot efficiëntere uitvoering, hogere kwaliteit en lagere kosten. Naast reguliere uren van specialisten ontstaan er ook uren voor AI-agents: de tijd waarin een AI-agent een taak uitvoert en output genereert. AI-uren zijn significant goedkoper dan mensuren. Dankzij de mix van specialisten en AI kunnen de kosten voor Provincie Zeeland significant lager uitvallen. Wij stellen voor om in het Prijzenblad een nieuwe regel toe te voegen: uurtarief per (AI)agent-uur. Gaat u akkoord met deze toevoeging aan het Prijzenblad? Zo nee, op welke wijze wenst u de kosten voor AI-agent uren de bestaande prijsregels te begroten en af te rekenen, bijvoorbeeld tegen het reguliere uurtarief?"	Nee, de aanbestedende dienst gaat niet akkoord met het toevoegen van een tarief per AI-agent-uur. De inzet van AI-tooling maakt deel uit van de bedrijfsvoering van de opdrachtnemer en dient te zijn verdisconteerd in de aangeboden uurtarieven, conform paragraaf 2.7.21 van de aanbestedingsleidraad. Uitsluitend de daadwerkelijk door medewerkers bestede uren worden verrekend tegen het aangeboden uurtarief van de betreffende functie. Zie ook het antwoord op vraag 19.
30	4	Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	Aanbestedingsleidraad EA Marketingdiensten / Bijlage 14 - Conceptraamovereenkomst perceel 4	3.4 / Artikel 8.4: Opdrachtnemer stemt bij voorbaat in met overdracht van de raamovereenkomst aan een stichting. Blijft Provincie Zeeland aansprakelijk voor betalingsverplichtingen uit nadere opdrachten die zij vóór de overdracht heeft verstrekt? Kunt u bevestigen dat de maximale opdrachtwaarde van € 621.000 geldt voor de bestedingen van de provincie en de stichting samen?	Nee. Vanaf het moment van overdracht neemt de stichting alle rechten en verplichtingen uit de raamovereenkomst over, inclusief de betalingsverplichtingen uit nadere opdrachten die vóór de overdracht zijn verstrekt en op dat moment nog lopen. De stichting is vanaf dat moment aansprakelijk voor deze betalingsverplichtingen. Ja, de maximale opdrachtwaarde geldt voor de bestedingen van Provincie Zeeland en de stichting samen. Zie ook paragraaf 3.4 van de aanbestedingsleidraad.
31	4	Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	Bijlage 5 - AIV 2022 / Bijlage 6 - Programma van Eisen	Artikel 5a, ALG-07 en P4-08: Bij het beheren van pixels, tags en doelgroepen verwerkt opdrachtnemer persoonsgegevens. Kunt u bevestigen dat opdrachtnemer hierbij verwerker is en Provincie Zeeland verwerkingsverantwoordelijke? Stelt u een model-verwerkersovereenkomst beschikbaar? Kunt u bevestigen dat Provincie Zeeland verantwoordelijk blijft voor de cookietoestemming op zeeland.com?	Bij de uitvoering van deze opdracht worden geen persoonsgegevens verwerkt; gegevens worden uitsluitend geanonimiseerd verwerkt. Indien bij een nadere opdracht toch persoonsgegevens worden verwerkt, is Provincie Zeeland verwerkingsverantwoordelijke en de opdrachtnemer verwerker. Partijen sluiten in dat geval een verwerkersovereenkomst voor die specifieke nadere opdracht, op basis van het standaardmodel van Provincie Zeeland (zie Bijlage 2 bij de Nota van Inlichtingen I - Standaardmodel verwerkersovereenkomst). Provincie Zeeland blijft verantwoordelijk voor de cookietoestemming op zeeland.com.
32	4	Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	Bijlage 2 - Verklaring Inschrijver / Bijlage 5 - AIV 2022	Verklaringen door Inschrijver: Bijlage 2 spreekt van de "Algemene inkoopvoorwaarden Provincie Zeeland". Bijlage 5 heet "Algemene Inkoopvoorwaarden Provincies 2022". Kunt u bevestigen dat in Bijlage 2 de voorwaarden van Bijlage 5 bedoeld zijn, inclusief de wijzigingen uit de Nota's van Inlichtingen?	Ja, dat bevestigt de aanbestedende dienst. In Bijlage 2 worden de Algemene Inkoopvoorwaarden Provincies 2022 (Bijlage 5) bedoeld, inclusief de wijzigingen uit de Nota's van Inlichtingen. Zie aangepaste versie van Bijlage 2.
33	4	Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	Bijlage 5 - AIV 2022 / Bijlage 6 - Programma van Eisen	Artikel 22.1 en 22.5, ALG-11 en P4-12: ALG-11 en P4-12 vragen overdracht van alle eindproducten en open bronbestanden. Artikel 22.1 AIV zondert eigen software en know-how uit, met een gebruiksrecht voor de provincie (artikel 22.5). Kunt u bevestigen dat herbruikbare dashboard- en rapportagetemplates en eigen werkmethoden van opdrachtnemer onder die uitzondering vallen? Kunt u ook bevestigen dat voor materiaal van derden, zoals stockbeeld en lettertypes, een gebruiksrecht volgens de licentievoorwaarden van die derde volstaat?	Dit bevestigt de aanbestedende dienst.

No.	Perceel nr.	Perceel	Betreft	Vraag	Antwoord
34	4	Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	Bijlage 5 - AIV 2022 / Bijlage 6 - Programma van Eisen	Artikel 22.4 en 5.3, ALG-12 Volgens artikel 22.4 AIV mag opdrachtnemer de resultaten gebruiken zolang de belangen van de provincie niet worden geschaad. ALG-12 staat gebruik als referentie of in een portfolio alleen toe na voorafgaande schriftelijke toestemming. Welke bepaling geldt? Kunt u bevestigen dat u toestemming voor gebruik van gepubliceerde campagnes als referentie niet op onredelijke gronden weigert, in lijn met artikel 4.4 AIV?	Beide bepalingen zijn van toepassing en vullen elkaar aan. Op grond van ALG-12 vraagt de opdrachtnemer voorafgaand schriftelijke toestemming aan Provincie Zeeland voor het gebruik van resultaten als referentie of in een portfolio. Op grond van artikel 22 lid 4 AIV wordt deze toestemming verleend voor zover de belangen van Provincie Zeeland niet worden geschaad. Ja, dat bevestigt de aanbestedende dienst. Provincie Zeeland zal toestemming voor het gebruik van gepubliceerde campagnes als referentie niet op onredelijke gronden weigeren.
35	4	Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	Bijlage 6 - Programma van Eisen / Bijlage 14 - Conceptraamovereenkomst perceel 4	PvE algemeen / Artikel 8.1, ALG-04: ALG-04 vraagt bij ziekte, verlof of vertrek binnen vijf werkdagen een gelijkwaardige vervanger. Artikel 8.1 van de raamovereenkomst staat vervanging van een sleutelfunctionaris alleen toe na voorafgaande schriftelijke toestemming. Kunt u bevestigen dat opdrachtnemer bij acute uitval direct een tijdelijke, gelijkwaardige vervanger mag inzetten, en dat de toestemming van artikel 8.1 alleen geldt voor een definitieve vervanging?	Ja, dat bevestigt de aanbestedende dienst. Bij acute uitval mag de opdrachtnemer conform ALG-04 direct een tijdelijke, gelijkwaardige vervanger inzetten. De voorafgaande schriftelijke toestemming uit artikel 8.1 van de raamovereenkomst geldt uitsluitend voor de definitieve vervanging.
36	4	Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	Aanbestedingsleidraad EA Marketingdiensten / Bijlage 5 - AIV 2022	4.2.3 / Artikel 9.7: Als selectie-eis vraagt u een verzekering voor beroeps- en bedrijfsrisico's van minimaal € 500.000. Bij een maximale opdrachtwaarde van € 621.000 valt de aansprakelijkheid onder artikel 9.1 AIV in de hoogste schijf: € 3.000.000 per gebeurtenis, met een maximum van 3 gebeurtenissen. Artikel 9.7 AIV vraagt opdrachtnemer zich genoegzaam te verzekeren. Kunt u bevestigen dat een verzekerd bedrag van € 500.000 voldoet aan artikel 9.7 AIV? Zo nee, welk verzekerd bedrag verwacht u?	Ja, dat bevestigt de aanbestedende dienst. Een verzekerd bedrag van minimaal € 500.000 voor zowel de beroeps- als de bedrijfsaansprakelijkheid voldoet aan artikel 9.7 AIV. Bij de berekening van de hoogte van de aansprakelijkheid wordt uitgegaan van de opdrachtwaarde van de betreffende nadere opdracht. Gelet hierop acht de aanbestedende dienst een verzekerd bedrag van minimaal € 500.000 proportioneel voor deze opdracht. Zie ook het antwoord op vraag 96.
37	4	Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	Bijlage 5 - AIV 2022 / Bijlage 14 - Conceptraamovereenkomst perceel 4	Artikel 11.1 / Artikel 6.3: Artikel 11.1 AIV bepaalt dat prijzen en tarieven vast zijn voor de hele duur van de overeenkomst. Artikel 6.3 van de raamovereenkomst staat indexering toe vanaf 1 april 2029. Kunt u bevestigen dat artikel 6.3 voorgaat op artikel 11.1 AIV? Kunt u ook aangeven of de indexering automatisch gebeurt of op verzoek van opdrachtnemer, en wanneer dat verzoek uiterlijk binnen moet zijn?	Ja, dat bevestigt de aanbestedende dienst. Conform de rangorde van documenten zoals opgenomen in deze Nota van Inlichtingen gaat de raamovereenkomst vóór de Algemene Inkoopvoorwaarden. Indexering vindt plaats op schriftelijk verzoek van de opdrachtnemer, uiterlijk één (1) maand voor de ingangsdatum van de indexering.
38	4	Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	Aanbestedingsleidraad EA Marketingdiensten / Bijlage 14 - Conceptraamovereenkomst perceel 4	2.4.3 en 2.5 / Artikel 4.1: Volgens paragraaf 2.5 van de leidraad past u de raamovereenkomst aan via de Nota van Inlichtingen. Volgens artikel 4.1 van de raamovereenkomst gaat de raamovereenkomst juist vóór de Nota van Inlichtingen. Kunt u bevestigen dat wijzigingen uit de Nota's van Inlichtingen in de definitieve tekst van de raamovereenkomst komen? Of dat een Nota van Inlichtingen voorgaat op een bepaling van de raamovereenkomst die zij uitdrukkelijk wijzigt?	Ja, dat bevestigt de aanbestedende dienst. Wijzigingen uit de Nota's van Inlichtingen die betrekking hebben op de raamovereenkomst worden in de definitieve tekst van de raamovereenkomst opgenomen. Zie ook de rangorde van documenten zoals opgenomen in deze Nota van Inlichtingen.
39	4	Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	Bijlage 11 t/m 14 - Conceptraamovereenkomst	Algemeen: Wij verzoeken u een niet-afwervingsbeding op te nemen als volgt: "Partijen onthouden zich ervan om personen die voor de andere Partij werken (in)direct in dienst te nemen, voor zich te laten werken of daartoe een aanbod te doen. Een Partij mag op geen enkele manier proberen om deze personen hun relatie met die Partij te doen beëindigen tijdens de duur van een Overeenkomst en tot 12 maanden daarna. Als een Partij deze bepaling niet nakomt, is zij een direct opeisbare forfaitaire schadevergoeding van € 50.000 verschuldigd aan de andere Partij. Ook heeft de schadelijdende Partij het recht om een volledige schadevergoeding te eisen of andere rechtsmiddelen in te stellen."	Nee, de aanbestedende dienst is niet bereid een niet-afwervingsbeding op te nemen.

Nota van Inlichtingen 1

No.	Perceel nr.	Perceel	Betreft	Vraag	Antwoord
40	4	Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	Bijlage 11 t/m 14 - Conceptraamovereenkomst	Artikel 8.1: Artikel 8 lid 1 van de Raamovereenkomst bepaalt dat vervanging van een sleutelfunctionaris uitsluitend is toegestaan na voorafgaande schriftelijke toestemming van de opdrachtgever. Gaat een werknemer uit dienst, dan is het niet mogelijk deze als sleutelfunctionaris te behouden. Gegadigde verzoekt de aanbestedende dienst daarom het volgende toe te voegen aan artikel 8.1: "Opdrachtgever zal zijn toestemming niet op onredelijke gronden onthouden." Kunt u hiermee instemmen? Zo niet, graag uw toelichting.	Dit is akkoord.
41	4	Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	Bijlage 11 t/m 14 - Conceptraamovereenkomst	Artikel 6.4: Artikel 6.4 van de Raamovereenkomst bepaalt dat geen meerwerk wordt vergoed indien tijdens de duur van de raamovereenkomst wetgeving verandert. Wetswijzigingen, zoals nieuwe privacywetgeving, toegankelijkheidseisen of Europese regelgeving voor digitale inhoud, kunnen extra werkzaamheden of compliance-inspanningen vereisen die bij het sluiten van de overeenkomst redelijkerwijs niet voorzienbaar waren. Het volledig uitsluiten van vergoeding legt het volledige wetgevingsrisico bij de opdrachtnemer. Gegadigde verzoekt artikel 6.4 te schrappen, dan wel te vervangen door: "Indien tijdens de duur van de Raamovereenkomst wijzigingen in wet- of regelgeving leiden tot aantoonbare, bij het sluiten van de overeenkomst redelijkerwijs niet te voorziene extra werkzaamheden, hebben partijen het recht in overleg te treden over aanpassing van de vergoeding." Kunt u hiermee instemmen? Zo niet, graag uw toelichting.	Niet akkoord, Opdrachtgever verwacht van een professionele opdrachtnemer dat zij zelfstandig zorg draagt voor het voldoen aan wet-en regelgeving.
42	4	Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	Bijlage 11 t/m 14 - Conceptraamovereenkomst	Artikel 6.3 Artikel 6.3 van de Raamovereenkomst bepaalt dat de vergoeding vast is tot en met 31 maart 2029, dus gedurende de gehele initiële looptijd van twee jaar. Gegadigde wordt in die periode geconfronteerd met stijgende loon- en overige bedrijfskosten (inflatie, cao-wijzigingen), zonder mogelijkheid tot prijsaanpassing. Gegadigde verzoekt de aanbestedende dienst de raamovereenkomst zodanig aan te passen dat indexatie van tarieven jaarlijks mogelijk is, voor het eerst per 1 april 2028, op basis van de reeds in artikel 6.3 gehanteerde CBS-prijsindex. Kunt u hiermee instemmen? Zo niet, graag uw toelichting.	Nee, de aanbestedende dienst is niet bereid hiermee in te stemmen. De tarieven zijn vast gedurende de initiële looptijd van twee (2) jaar. Dit geeft beide partijen zekerheid over de tarieven in deze periode. Vanaf 1 april 2029 kunnen de tarieven jaarlijks worden geïndexeerd conform artikel 6.3 van de raamovereenkomst en paragraaf 5.4.3 van de aanbestedingsleidraad.
43	4	Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	Bijlage 11 t/m 14 - Conceptraamovereenkomst	Artikel 5.1: Artikel 5 lid 1 van de Raamovereenkomst bepaalt dat de opdrachtnemer garandeert dat de diensten zullen voldoen aan "de in deze overeenkomst en de bijlagen vastgelegde eisen". Gegadigde verzoekt de aanbestedende dienst te verduidelijken welke concrete eisen hiermee worden bedoeld, en of de aanbestedende dienst bereid is dit na gunning in onderling overleg vast te leggen.	Niet akkoord, op grond van de AIV worden facturen binnen 30 dagen betaald. Indien u tijdig factureert dan stelt u Provincie Zeeland ook in de gelegenheid om de prestatie betaalbaar te stellen.

No.	Perceel nr.	Perceel	Betreft	Vraag	Antwoord
44	4	Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	Bijlage 5 - AIV 2022	Artikel 22.7: Artikel 22 lid 7 AIV verplicht de opdrachtnemer om op eerste verzoek van de provincie en voor eigen rekening en risico de behandeling van aanspraken van derden wegens (gestelde) IE-inbreuk over te nemen. Bij de uitvoering van marketingdiensten werkt gegadigde veelal met briefings, beeldmateriaal, merkrichtlijnen, concepten uit andere percelen en andere input die de provincie zelf aanlevert. In deze context is het in de praktijk veelal onmogelijk om achteraf vast te stellen of een gestelde inbreuk voortvloeit uit het handelen van de opdrachtnemer dan wel uit door de provincie aangeleverde materialen. Gegadigde verzoekt artikel 22 lid 7 AIV te vervangen door een wederzijdse vrijwaringsplicht, waarbij elke partij uitsluitend vrijwaart voor inbreuken die aantoonbaar voortvloeien uit door die partij zelf ontwikkelde, aangeleverde of beheerde onderdelen. Kunt u hiermee instemmen? Zo niet, graag uw toelichting.	Nee, de aanbestedende dienst is niet bereid artikel 22 lid 7 AIV te vervangen door een wederzijdse vrijwaringsplicht. Wel vrijwaart de aanbestedende dienst de opdrachtnemer voor aanspraken van derden wegens inbreuk op intellectuele eigendomsrechten die voortvloeien uit materiaal dat door de aanbestedende dienst is aangeleverd.
45	4	Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	Bijlage 5 - AIV 2022	Artikel 22.2: Artikel 22 lid 2 AIV bepaalt dat de opdrachtnemer alle intellectuele en industriële eigendomsrechten die ontstaan ten aanzien van de prestatie bij voorbaat overdraagt aan de provincie, op het moment van ontstaan. Gegadigde is bereid intellectuele eigendomsrechten op specifiek voor de provincie ontwikkeld werk over te dragen, maar niet op het moment van ontstaan. Op dat moment heeft de opdrachtnemer de diensten geleverd, maar is de betaling nog niet ontvangen. Gegadigde verzoekt de aanbestedende dienst de volgende zin toe te voegen aan artikel 22 lid 2 AIV, dan wel op te nemen in de raamovereenkomst: "Enig eigendoms- of ander recht wordt overgedragen na betaling van de relevante factuur." Kunt u hiermee instemmen? Zo niet, graag uw toelichting.	Nee, de aanbestedende dienst is niet bereid deze zin toe te voegen. Artikel 22 lid 2 AIV blijft ongewijzigd van toepassing: intellectuele eigendomsrechten gaan over op het moment van ontstaan. De resultaten worden direct na oplevering gebruikt, onder meer door de opdrachtnemers van de andere percelen voor de doorvertaling naar hun werkzaamheden. De aanbestedende dienst moet daarom vanaf het moment van ontstaan over deze rechten kunnen beschikken. Het recht van de opdrachtnemer op betaling blijft onverminderd bestaan; facturen worden conform de Algemene Inkoopvoorwaarden Provincies 2022 binnen dertig (30) dagen na ontvangst van een correcte factuur betaald.
46	4	Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	Bijlage 5 - AIV 2022	Artikel 17.2: Artikel 17 leden 2, 3 en 4 AIV stellen een garantietermijn van 24 maanden voor geleverde zaken, inclusief herstelplicht voor eigen rekening en beschikbaarheid van onderdelen. Deze bepalingen zijn geschreven voor de levering van fysieke producten en passen niet bij de aard van marketingdiensten. Gegadigde verzoekt de aanbestedende dienst te bevestigen dat artikel 17 leden 2, 3 en 4 AIV niet van toepassing zijn op deze dienstverleningsopdracht, dan wel deze leden te schrappen voor het geval Deel B van toepassing wordt geacht. Kunt u hiermee instemmen? Zo niet, graag uw toelichting.	Niet akkoord, artikelen die niet van toepassing zijn op de opdracht treden niet in werking, schrappen van artikelen is derhalve niet nodig.
47	4	Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	Bijlage 5 - AIV 2022	Artikel 17.1: Voor zover Deel B van de AIV desondanks van toepassing wordt geacht, stelt artikel 17 lid 1 AIV dat een geleverde zaak beschikt over de eigenschappen die zijn overeengekomen en die de provincie "op grond van de overeenkomst mag verwachten". De toevoeging "mag verwachten" introduceert een open norm die niet aansluit bij de aard van deze dienstverlening, waarbij de overeengekomen specificaties het kwaliteitsniveau bepalen. Gegadigde verzoekt de aanbestedende dienst artikel 17 lid 1 AIV, voor zover van toepassing, te beperken tot: "Een geleverde zaak bezit ten minste de eigenschappen die zijn overeengekomen." Kunt u hiermee instemmen? Zo niet, graag uw toelichting.	Dit is akkoord.

No.	Perceel nr.	Perceel	Betreft	Vraag	Antwoord
48	4	Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	Bijlage 5 - AIV 2022	Deel B: Deel B bevat specifieke bepalingen voor de levering van zaken. Kan de aanbestedende dienst bevestigen dat Deel B (artikelen 17 tot en met 20) niet van toepassing is op deze raamovereenkomst, nu het hier uitsluitend dienstverlening betreft en geen levering van zaken in de zin van Deel B?	Niet akkoord, artikelen die niet van toepassing zijn op de opdracht treden niet in werking, schrappen van artikelen is derhalve niet nodig.
49	4	Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	Bijlage 5 - AIV 2022	Artikel 12.11: Artikel 12 lid 11 AIV bepaalt dat overschrijding van de betalingstermijn door de provincie de opdrachtnemer niet het recht geeft zijn werkzaamheden op te schorten. Bij aanhoudende niet-nakoming van een onbetwiste betalingsverplichting is het redelijk dat de opdrachtnemer de mogelijkheid heeft zijn prestaties op te schorten. Gegadigde verzoekt de aanbestedende dienst te bevestigen dat, indien de provincie een onbetwiste betalingsverplichting niet nakomt en de betalingstermijn met meer dan 30 kalenderdagen is verstreken, de opdrachtnemer het recht heeft zijn werkzaamheden op te schorten totdat betaling heeft plaatsgevonden. Kunt u hiermee instemmen? Zo niet, graag uw toelichting.	Niet akkoord, artikel 12.11 treedt in werking bij een vermoedelijke inhoudelijke onjuistheid of een ondeugdelijke prestatie. Indien de factuur onbetwist is wordt deze binnen de gestelde betalingstermijn van 30 dagen betaalbaar gesteld.
50	4	Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	Bijlage 5 - AIV 2022	Artikel 12.10: Artikel 12 lid 10 AIV geeft de provincie het recht de voldoening van een factuur op te schorten in het geval van een dreigende termijnoverschrijding als bedoeld in artikel 7 lid 1 AIV. Het begrip "dreigend" is subjectief en impliceert dat een vertraging op dat moment nog niet daadwerkelijk heeft plaatsgevonden. Gegadigde verzoekt de aanbestedende dienst artikel 12 lid 10 AIV zodanig aan te passen dat de aanbestedende dienst het recht op opschorting slechts kan uitoefenen bij een daadwerkelijke en toerekenbare tekortkoming in de nakoming, en niet reeds bij een veronderstelde dreigende vertraging. Kunt u hiermee instemmen? Zo niet, graag uw toelichting.	Niet akkoord, een dreigende vertraging kan voor de Opdrachtnemer voorzienbaar zijn en de Opdrachtnemer dient dit op grond van artikel 7 lid 1 te melden. Vervolgens bepaalt artikel 7 lid 2 hoe verder te handelen.
51	4	Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	Bijlage 5 - AIV 2022	Artikel 12.3: Artikel 12 lid 3 AIV koppelt betaling aan acceptatie van de prestatie en de bijbehorende documentatie. In de aanbestedingsstukken is echter geen acceptatieprocedure omschreven en zijn geen concrete acceptatiecriteria vastgelegd. Gegadigde verzoekt de aanbestedende dienst te bevestigen dat partijen de acceptatieprocedure en de bijbehorende acceptatiecriteria na gunning gezamenlijk vaststellen, voordat de uitvoering begint. Kunt u dit bevestigen? Zo niet, graag uw toelichting.	Ja, dat bevestigt de aanbestedende dienst. Partijen stellen de acceptatieprocedure en de bijbehorende acceptatiecriteria na gunning gezamenlijk vast, voordat de uitvoering begint.
52	4	Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	Bijlage 5 - AIV 2022	Artikel 12.1: Volgens artikel 12.1 AIV mag opdrachtnemer pas factureren nadat de prestatie is verricht en geaccepteerd, tenzij partijen factureringsmomenten afspreken. Campagnebeheer en always-on activiteiten lopen continu door, en P4-07 vraagt een maandelijkse rapportage. Bent u bereid in de raamovereenkomst vast te leggen dat opdrachtnemer maandelijks achteraf factureert op basis van de daadwerkelijk bestede uren, met een urenverantwoording per nadere opdracht? Zo niet, graag uw toelichting.	Ja, de aanbestedende dienst is bereid in de raamovereenkomst vast te leggen dat de opdrachtnemer bij nadere opdrachten op regiebasis maandelijks achteraf factureert op basis van de daadwerkelijk bestede uren, met een urenverantwoording per nadere opdracht. Bij nadere opdrachten tegen een vooraf overeengekomen vaste prijs worden de factureringsmomenten in de betreffende nadere opdracht vastgelegd.

No.	Perceel nr.	Perceel	Betreft	Vraag	Antwoord
53	4	Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	Bijlage 5 - AIV 2022	Artikel 10.5: Zie ook onze vraag bij artikel 10.1. "Ontbinding" brengt een ongedaanmakingsverplichting met zich mee, waarbij de aanbestedende dienst ook de geleverde prestaties zou moeten teruggeven aan opdrachtnemer. Kan de aanbestedende dienst daarom bevestigen dat de term "ontbinden" wordt vervangen door "opzegging" dan wel "beëindiging"?	Niet akkoord, zie ook ons antwoord op vragen 54, 55 en 56.
54	4	Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	Bijlage 5 - AIV 2022	Artikel 10.2 lid d: Bij wijziging van zeggenschap, zoals een fusie, is het veelal niet nodig of wenselijk om tot ontbinding of opzegging over te gaan. In de praktijk worden diensten in dergelijke gevallen veelal ongewijzigd en met inzet van dezelfde personen, kennis en middelen voortgezet. Het enkele feit van een juridische herstructurering rechtvaardigt daarom niet zonder meer beëindiging van de Overeenkomst. Is de aanbestedende dienst bereid te bevestigen dat zij in deze situatie slechts tot beëindiging van de overeenkomst overgaat indien de Opdrachtnemer niet langer in staat moet worden geacht de verplichtingen uit de Overeenkomst na te komen?	Artikel 10 lid 2 geeft de Opdrachtgever het recht, niet de verplichting. Er kan zich een situatie voordoen dat de onder lid 2 sub a-f genoemde situaties zich voordoen en dat Opdrachtgever van dit recht gebruik moet maken. Zij zal dit niet rauwelijks doen.
55	4	Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	Bijlage 5 - AIV 2022	Artikel 10.1: Artikel 10.1 hanteert de term "ontbinding", die een ongedaanmakingsplicht met zich meebrengt. Bij dienstverlening zoals deze is dat voor beide partijen onwenselijk en in de praktijk veelal onmogelijk. Opdrachtgever zou de reeds opgeleverde resultaten moeten teruggeven en daarvan geen gebruik meer mogen maken, terwijl die resultaten doorgaans al zijn geïntegreerd in de bedrijfsvoering van Opdrachtgever. Opzegging of beëindiging sluit beter aan bij de aard van deze opdracht. Is de aanbestedende dienst bereid de term "ontbinding" te vervangen door "opzegging" dan wel "beëindiging", en dit consistent door te voeren in alle bepalingen van de Overeenkomst en de AIV waarin de term "ontbinding" wordt gehanteerd? Zo niet, graag uw toelichting.	Niet akkoord, Opdrachtgever streeft een duurzame relatie met de opdrachtnemer na en wenst geen tussentijdse opzegmogelijkheid voor Opdrachtnemer in de overeenkomst op te nemen.
56	4	Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	Bijlage 5 - AIV 2022	Artikel 10.1: Artikel 10 lid 1 AIV geeft partijen het recht de overeenkomst buiten rechte te ontbinden indien de andere partij tekortschiet en nalaat dit te herstellen binnen een door de andere partij gestelde termijn. Artikel 10 lid 4 AIV bepaalt voorts dat bij ontbinding de opdrachtnemer geen recht heeft op enige schadevergoeding. Gegadigde maakt bij de uitvoering van de raamovereenkomst kosten voor het beschikbaar stellen van personeel, het reserveren van capaciteit en het plannen van werkzaamheden. Niet elke tekortkoming rechtvaardigt een onmiddellijke beëindiging van de gehele raamovereenkomst zonder enige compensatie. Gegadigde verzoekt de aanbestedende dienst een minimale opzegtermijn van drie maanden op te nemen, zodat de samenwerking voor beide partijen op een ordelijke wijze kan worden afgewikkeld en de opdrachtnemer de gelegenheid heeft zijn personeel en verplichtingen te herplannen. Kunt u hiermee instemmen? Zo niet, graag uw toelichting.	Niet akkoord, ontbinding en opzegging zijn juridisch twee verschillende kwalificaties. Artikel 10 is wederkerig zodat voor beide partijen een recht op ontbinding ontstaat indien voldaan wordt aan de vereisten uit artikel 10 lid 1.
57	4	Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	Bijlage 5 - AIV 2022	Artikel 9.1: Kunt u bevestigen dat de schadevergoeding in artikel 9.5 onder de aansprakelijkheidsbeperking van artikel 9.1 valt?	Dat bevestigt de aanbestedende dienst.

No.	Perceel nr.	Perceel	Betreft	Vraag	Antwoord
58	4	Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	Bijlage 5 - AIV 2022	Artikel 9.2 lid c: Een verhoogde aansprakelijkheidsgrens bij schending van IE-rechten is voor gegadigde begrijpelijk. Deze volledig onbeperkt houden is echter niet redelijk. Onbeperkte aansprakelijkheid is voor gegadigde niet verzekerbaar. De Gids Proportionaliteit bepaalt bovendien dat aansprakelijkheidseisen dienen aan te sluiten bij gebruikelijke standaarden in de verzekeringsbranche, en dat onbeperkte aansprakelijkheid als disproportioneel wordt aangemerkt. Gegadigde verzoekt de aansprakelijkheid in dat geval te beperken tot € 1.500.000 per gebeurtenis en € 3.000.000 per contractjaar. Kunt u hiermee instemmen? Zo niet, graag uw toelichting.	Dit is akkoord.
59	4	Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	Bijlage 5 - AIV 2022	Artikel 9.1: Artikel 9 lid 1 AIV koppelt de aansprakelijkheidsbeperking aan de totale opdrachtwaarde. Voor deze raamovereenkomst (perceel 4, maximale waarde € 621.000) geldt de laatste schijf, waarmee de aansprakelijkheid kan oplopen tot € 3.000.000 per gebeurtenis met een maximum van € 9.000.000. Dit is significant hoger dan de jaarlijks ontvangen vergoeding en is niet verzekerbaar. Gegadigde verzoekt de aanbestedende dienst de aansprakelijkheidsbeperking te wijzigen naar: "In alle gevallen is de maximale aansprakelijkheid beperkt tot directe schade tot een bedrag van € 500.000 per contractjaar. Indirecte schade is uitdrukkelijk uitgesloten." Gelet op de aard en omvang van de opdracht acht gegadigde deze beperking proportioneel en verzekeringstechnisch redelijk. Is de aanbestedende dienst bereid artikel 9 lid 1 AIV dienovereenkomstig aan te passen in de raamovereenkomst? Zo niet, graag uw toelichting.	Zie beantwoording van vraag 36.
60	4	Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	Bijlage 5 - AIV 2022	Artikel 9.1: Artikel 9 lid 1 AIV koppelt de hoogte van de aansprakelijkheidslimiet aan de totale waarde van de opdracht. Deze formulering is voor gegadigde op twee punten onduidelijk. 1. Wat wordt verstaan onder de "totale waarde"? Het is onduidelijk of dit het bedrag per jaar is, de maximale contractwaarde inclusief alle verlengingsopties, of het bedrag dat de opdrachtnemer tot het moment van de schadeveroorzakende gebeurtenis heeft ontvangen. 2. Indien aan een inschrijver meerdere percelen worden gegund, is het onduidelijk of de aansprakelijkheidsgrenzen per perceel afzonderlijk gelden, dan wel cumulatief worden berekend over alle percelen samen. Gegadigde verzoekt de aanbestedende dienst deze punten te verduidelijken.	1. In dit geval wordt met de totale waarde, de totale maximale waarde van de nadere opdracht bedoeld. 2. De aansprakelijkheidsgrenzen gelden per perceel en specifiek per nadere opdracht. Zie ook het antwoord op vraag 36.
61	4	Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	Bijlage 5 - AIV 2022	Artikel 7: Artikel 7 AIV regelt de meldingsplicht bij een dreigende termijnoverschrijding, maar bevat geen bepaling over de status van overeengekomen termijnen. Bij marketingdiensten zijn planning en doorlooptijden afhankelijk van iteratieve goedkeuringsprocessen, feedback van de opdrachtgever en externe factoren die buiten de invloedssfeer van de opdrachtnemer vallen. Een termijnoverschrijding die (mede) voortkomt uit vertraagde aanlevering van briefings, feedbackronden of goedkeuringen aan de zijde van de aanbestedende dienst, mag de opdrachtnemer niet worden toegerekend. Gegadigde verzoekt de aanbestedende dienst te bevestigen dat overeengekomen termijnen en opleverdata in het kader van deze raamovereenkomst en de daarin te verstrekken deelopdrachten als indicatief worden beschouwd, tenzij partijen in de betreffende deelopdracht uitdrukkelijk en schriftelijk zijn overeengekomen dat een specifieke termijn als fataal geldt. Kunt u dit bevestigen? Zo niet, graag uw toelichting.	Ja, dat bevestigt de aanbestedende dienst.

No.	Perceel nr.	Perceel	Betreft	Vraag	Antwoord
62	4	Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	Bijlage 5 - AIV 2022	Artikel 5.4: Artikel 5 lid 4 AIV bepaalt dat bij overtreding van de geheimhoudingsverplichting een onmiddellijk opeisbare boete van € 5.000 per geval verschuldigd is, zonder een maximum. Is de aanbestedende dienst bereid een maximum op te nemen als volgt: "In geval van overtreding van de voorgaande leden door de opdrachtnemer, verbeurt de opdrachtnemer aan de provincie een boete van € 5.000 per geval, met een maximum van € 50.000 per contractjaar." Kunt u hiermee instemmen? Zo niet, graag uw toelichting.	Niet akkoord, de boete is juist als prikkel bedoeld om zorgvuldigheid te betrachten aangaande geheimhouding. Wij gaan ervan uit dat een opdrachtnemer zich ervan vergewist dat hij de verplichtingen omtrent geheimhouding naleeft.
63	4	Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	Bijlage 5 - AIV 2022	Artikel 5.1: Artikel 5.1 van de Raamovereenkomst bepaalt dat opdrachtnemer garandeert dat de diensten voldoen aan de vastgelegde eisen. Campagneresultaten hangen mede af van factoren buiten de invloed van opdrachtnemer, zoals mediabudget, marktomstandigheden en tijdige input en goedkeuring door Zeeland & Partners. Bent u bereid aan artikel 5.1 toe te voegen: "Voor zover het behalen van campagneresultaten en KPI's afhankelijk is van factoren buiten de invloedssfeer van Opdrachtnemer, rust op Opdrachtnemer een inspanningsverplichting."? Zo niet, graag uw toelichting.	Opdrachtgever is niet bereid de voorgestelde aanvulling op artikel 5.1 op te nemen. Artikel 5.1 ziet op de verplichting van opdrachtnemer om de diensten professioneel, zorgvuldig en overeenkomstig de in de overeenkomst gestelde eisen uit te voeren. Hiermee wordt geen resultaatsgarantie beoogd ten aanzien van specifieke campagne-uitkomsten, KPI's of andere resultaten die mede afhankelijk zijn van externe factoren, zoals marktomstandigheden, mediabudgetten, doelgroepen of tijdige besluitvorming en input van opdrachtgever. Opdrachtgever acht de huidige bepaling daarom passend en voldoende evenwichtig. De raamovereenkomst gaat uit van een professionele uitvoering van de werkzaamheden door opdrachtnemer, waarbij deze verantwoordelijk is voor de aspecten die binnen zijn invloedssfeer liggen. Een nadere aanvulling op artikel 5.1 is om die reden niet noodzakelijk.
64	4	Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	Bijlage 14 - Conceptraamovereenkomst perceel 4	Artikel 5.1: Artikel 5.1 van de Raamovereenkomst bepaalt dat opdrachtnemer garandeert dat de diensten voldoen aan de vastgelegde eisen. Campagneresultaten hangen mede af van factoren buiten de invloed van opdrachtnemer, zoals mediabudget, marktomstandigheden en tijdige input en goedkeuring door Zeeland & Partners. Bent u bereid aan artikel 5.1 toe te voegen: "Voor zover het behalen van campagneresultaten en KPI's afhankelijk is van factoren buiten de invloedssfeer van Opdrachtnemer, rust op Opdrachtnemer een inspanningsverplichting."? Zo niet, graag uw toelichting.	Zie het antwoord op vraag 63.
65	4	Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	Bijlage 5 - AIV 2022	Artikel 4.3: Artikel 4 lid 3 AIV bepaalt dat vervanging van alle personen die in de overeenkomst zijn benoemd slechts is toegestaan na voorafgaande schriftelijke instemming van de provincie. Artikel 8 lid 1 van de Raamovereenkomst beperkt dit al gedeeltelijk tot de aangeboden sleutelfunctionarissen. Kunt u bevestigen dat de Raamovereenkomst voorgaat op de AIV en dat het toestemmingsvereiste uitsluitend van toepassing is op sleutelfunctionarissen?	Ja, dat bevestigt de aanbestedende dienst. Conform de rangorde van documenten zoals opgenomen in deze Nota van Inlichtingen gaat de raamovereenkomst vóór de Algemene Inkoopvoorwaarden. Het toestemmingsvereiste geldt uitsluitend voor de sleutelfunctionarissen. Zie ook het antwoord op vraag 35.
66	3	Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Duitse markt	Aanbestedingsleidraad, paragraafnummer 3,3, pagina 19	Tot de werkzaamheden behoren volgens de leidraad tevens webcare voor de Duitse Facebook-community. Ter verduidelijking gevraagd: het maken van een Duitstalige contentplanning voor Facebook is dus niet gewenst, maar het gaat alleen om de vertaalslag van de Nederlandse contentplanning naar het Duits?	Nee, het maken van een Duitstalige contentplanning voor Facebook behoort ook tot de uitvoering van de marktbewerking voor de Duitse markt. Daarnaast valt monitoring van reacties op Facebook van onze Duitse doelgroepen en het beantwoorden en reageren hierop ook binnen de scope.
67	3	Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Duitse markt	Aanbestedingsleidraad Paragraafnummer: 3.1. Pagina: 18	Welke marketingdiensten voor de Duitse markt zijn of worden er door de huidige opdrachtnemer het afgelopen jaar of momenteel nog uitgevoerd?	De huidige opdracht omvat strategisch marketingadvies, campagneontwikkeling, mediaplanning en campagnemanagement, monitoring/rapportage, DTP, Duitse webcare, contentproductie voor social en vertalingen.

No.	Perceel nr.	Perceel	Betreft	Vraag	Antwoord
68	3	Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Duitse markt	Aanbestedingsleidraadraad Paragraafnummer 3.3. Pagina: 19	Tot de werkzaamheden behoren volgens de leidraad tevens webcare voor de Duitse Facebook-community. Ter verduidelijk gevraagd: is de uitrol van betaalde socialmediacampagnes met bijbehorende monitoring en rapportages voor de Duitse markt binnen deze aanbesteding ook gewenst of is dat iets dat Zeeland & Partners in eigen beheer doet en waarvoor enkel de vertaalslag naar het Duits noodzakelijk is?	Ja. De uitrol van betaalde socialmediacampagnes voor de Duitse markt, inclusief het opzetten, beheren, monitoren en rapporteren van deze campagnes, behoort tot de werkzaamheden binnen perceel 3. Het betreft derhalve niet uitsluitend vertaalwerk.
69	1, 4	Concepting imago/merk, Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	Bijlage 14, artikel 6.3, pagina 5	U geeft aan dat tarieven “kunnen worden gewijzigd” en dat dit maximaal de jaarmutatie mag zijn. Kunt u bevestigen dat indexatie altijd wordt toegestaan conform de CBS-prijsindex en dat hier geen beperkingen gelden?	Ja, dat bevestigt de aanbestedende dienst. Vanaf 1 april 2029 kunnen de tarieven jaarlijks per 1 april worden geïndexeerd op basis van de CBS-prijsindex Dienstenprijzen; commerciële dienstverlening en transport, index 2021=100, bedrijfstak 7311 Reclamebureaus. De indexering bedraagt de jaarmutatie van deze index; daarbuiten gelden geen aanvullende beperkingen op het indexeringspercentage. Indexering vindt plaats op schriftelijk verzoek van de opdrachtnemer, conform het antwoord op vraag 37. Zie ook paragraaf 5.4.3 van de aanbestedingsleidraad.
70	1, 4	Concepting imago/merk, Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	Bijlage 11, artikel 6.3, pagina 6	U geeft aan dat tarieven “kunnen worden gewijzigd” en dat dit maximaal de jaarmutatie mag zijn. Kunt u bevestigen dat indexatie altijd wordt toegestaan conform de CBS-prijsindex en dat hier geen beperkingen gelden?	Zie het antwoord op vraag 69.
71	1, 4	Concepting imago/merk, Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	Bijlage 5, artikel 12, pagina 7	N.a.v. bijlage 5, artikel 12: Kunt u aangeven binnen welke termijn een prestatie doorgaans geaccepteerd wordt door de provincie?	Acceptatie en oplevermomenten worden per nadere opdracht vastgesteld. Bij always-on activiteiten is het gebruikelijk om maandelijks achteraf te factureren.
72	1, 4	Concepting imago/merk, Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	Aanbestedingsleidraad EA Marketingdiensten, paragraaf 5.4.2, pagina 48	N.a.v. paragraaf 5.4.2: “De bespreking van het voorbeeldconcept heeft uitsluitend betrekking op de wijze waarop dat concept tot stand is gekomen en op de rol van de aanwezige sleutelfunctionarissen daarin.” Is het ook toegestaan een concept aan te leveren, waarin de aanwezige sleutelfunctionarissen geen rol hadden?	Ja, dat is toegestaan.
73	1, 4	Concepting imago/merk, Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	Aanbestedingsleidraad EA Marketingdiensten, paragraaf 5.4.2, pagina 47	N.a.v. paragraaf 5.4.2: U vraagt bij inschrijving CV’s op. Kunt u bevestigen dat dit alleen de CV’s betreft van de twee sleutelfunctionarissen die de presentatie verzorgen en niet andere leden van het kernteam?	Zie het antwoord op vraag 17.
74	1, 4	Concepting imago/merk, Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	Aanbestedingsleidraad EA Marketingdiensten, paragraaf 5.4.1, perceel 4, pagina 46	N.a.v. paragraaf 5.4.1: Gezien het grote aantal onderwerpen dat u in het plan van aanpak wilt hebben opgenomen (en hoeveel pagina’s u daarvoor al nodig heeft), verzoeken wij u het aantal pagina uit te breiden naar minimaal 6 A4. Kunt u hiermee instemmen?	Zie het antwoord op vraag 28.
75	1	Concepting imago/merk	Aanbestedingsleidraad EA Marketingdiensten, paragraaf 5.4.1, perceel 1, pagina 38	N.a.v. paragraaf 5.4.1: Wij verzoeken u om naast de A3 ook 1 A4 met toelichting toe te staan voor het voorbeeldconcept. Kunt u hiermee instemmen?	Ja, naast het voorbeeldconcept van maximaal één (1) enkelzijdige A3-pagina is een schriftelijke toelichting van maximaal één (1) enkelzijdige A4-pagina toegestaan. Dit geldt voor zowel perceel 1 als perceel 2. De toelichting telt niet mee voor het maximale aantal pagina’s van het Plan van Aanpak.

No.	Perceel nr.	Perceel	Betreft	Vraag	Antwoord
76	4	Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	Aanbestedingsleidraad §5.4.1, perceel 4 (p. 44).	Wanneer eindigt de huidige overeenkomst voor deze dienstverlening, en werkt de huidige opdrachtnemer mee aan de overdracht van accounts, data, dashboards en lopende campagnes?	De werkzaamheden met de huidige opdrachtnemer eindigen op 31 maart 2027. De huidige opdrachtnemer werkt mee aan de overdracht van accounts, data, dashboards en lopende campagnes.
77	4	Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	Aanbestedingsleidraad §5.4.1, Plan van Aanpak perceel 4, onderdeel Werkwijze en proces (p. 44).	Welke always-on activiteiten en hoeveel aanvullende campagnes per jaar voert de huidige opdrachtnemer uit voor de Nederlandse en de Vlaamse markt, en via welke kanalen?	De huidige always-on activiteiten bestaan uit SEA voor Live + Work, social advertising voor Live + Work en social advertising voor Visit. Daarnaast worden diverse aanvullende campagnes uitgevoerd, waaronder hero-campagnes voor Visit Zeeland, brandingscampagnes vanuit het merk Zeeland en een hero-campagne voor Live + Work. De omvang en het aantal aanvullende campagnes kunnen per jaar verschillen. De belangrijkste gebruikte kanalen zijn momenteel Meta, Google, LinkedIn, DPG Media en Pinterest.
78	1, 4	Concepting imago/merk, Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	Aanbestedingsleidraad EA Marketingdiensten, paragraaf 5.4.1, perceel 1, pagina 38	N.a.v. paragraaf 5.4.1: Gezien het grote aantal onderwerpen dat u in het plan van aanpak wilt hebben opgenomen, verzoeken wij u het aantal pagina uit te breiden naar minimaal 6 A4. Kunt u hiermee instemmen?	De aanbestedende dienst is bereid de maximale omvang van het Plan van Aanpak voor perceel 1 en perceel 2 te verruimen naar maximaal zes (6) enkelzijdige A4-pagina's, inclusief tabellen en afbeeldingen. De overige voorwaarden blijven ongewijzigd.
79	1, 4	Concepting imago/merk, Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	Aanbestedingsleidraad EA Marketingdiensten, paragraaf 4.2.3, pagina 27	N.a.v. paragraaf 4.2.3: Wat is de reden dat u vraagt om een beroepsaansprakelijkheidsverzekering?	De aanbestedende dienst vraagt een beroepsaansprakelijkheidsverzekering vanwege het adviserende en strategische karakter van de opdracht. De werkzaamheden omvatten onder meer het ontwikkelen van merk- en campagneconcepten, marketingstrategieën, mediaplannen en campagneplannen, en het monitoren en optimaliseren van campagnes. Fouten of tekortkomingen bij deze professionele dienstverlening kunnen leiden tot vermogensschade voor de opdrachtgever, zonder dat sprake is van zaak- of letselschade. Een bedrijfsaansprakelijkheidsverzekering biedt hiervoor in beginsel geen dekking. Gelet op de aard van de dienstverlening en de beperkte minimumdekking van € 500.000 acht de aanbestedende dienst deze eis proportioneel. Zie ook het antwoord op vraag 96.
80	1, 4	Concepting imago/merk, Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	Aanbestedingsleidraad EA Marketingdiensten, paragraaf 4.2.3, pagina 27	N.a.v. paragraaf 4.2.3: Voor dit type opdrachten is het niet gebruikelijk om verzekerd te zijn tegen beroepsrisico's (wel bedrijfsaansprakelijkheid). Is dit een omissie?	Nee, dit is geen omissie. Zie het antwoord op vraag 79.
81	1, 4	Concepting imago/merk, Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	Aanbestedingsleidraad §3.2 (p. 18) en Bijlage 6, eisen P1-04 en P4-10.	Opdrachtnemers moeten werken binnen de merkpositionering, merkidentiteit, visuele identiteit en communicatiekaders van Zeeland & Partners. Kunt u deze documenten beschikbaar stellen, of aangeven waar ze openbaar te vinden zijn?	Zie het antwoord bij vraag 10.

No.	Perceel nr.	Perceel	Betreft	Vraag	Antwoord
82	1, 4	Concepting imago/merk, Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	Leidraad §3.4 (p. 21) en §5.4.1 (p. 44)	Kunt u de huidige merk- en marketingstrategie en het lopende marketing- of jaarplan van Zeeland & Partners beschikbaar stellen?	De overkoepelende doelstellingen en strategische uitgangspunten van de regiomarketing van Zeeland zijn opgenomen in hoofdstuk 3 van de aanbestedingsleidraad. De uitvraag richt zich op de werkwijze, deskundigheid en aanpak van inschrijvers, niet op het vooraf ontwikkelen van een concrete marketing- of campagnestrategie voor Zeeland. De gevraagde documenten zijn daarom niet noodzakelijk voor het opstellen van een inschrijving. De relevante strategieën, jaarplannen, doelgroepinzichten en KPI's worden na gunning, voor zover relevant voor de uitvoering van de opdracht, met de opdrachtnemer gedeeld.
83	1, 4	Concepting imago/merk, Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	Leidraad §3.2 (p. 18)	Kunt u per domein, Zeeland Visit en Zeeland Live+Work, de marketingdoelstellingen, KPI’s en prioritaire doelgroepen voor de Nederlandse en Vlaamse markt delen?	Zie het antwoord bij vraag 82.
84	1, 4	Concepting imago/merk, Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	Aanbestedingsleidraad EA Marketingdiensten, paragraaf 2.7.16, pagina 16	N.a.v. paragraaf 2.7.16: Bedoelt u hier de WCAG?	Ja, die worden hiermee bedoeld.
85	4	Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	Aanbestedingsleidraad §2.7.21 (p. 16) en Bijlage 6, eis P4-06.	Welke dashboard- en rapportagetools gebruikt Zeeland & Partners nu?	Voor de rapportage van always-on activiteiten en campagneresultaten gebruikt Zeeland & Partners Power BI en Looker Studio.
86	1, 4	Concepting imago/merk, Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	Aanbestedingsleidraad EA Marketingdiensten, paragraaf 1.2, pagina 7	N.a.v. paragraaf 1.3: In hoeverre verwacht u ook dat er samenwerking plaatsvindt tussen de opdrachtnemers uit de verschillende percelen?	Samenwerking is uitdrukkelijk voorzien: perceel 1 en 2 ontwikkelen creatieve concepten; perceel 3 en 4 vertalen deze naar hun markten en voeren campagnes uit. Zeeland & Partners voert de regie. Van opdrachtnemers worden tijdige afstemming, overdracht en kwaliteitsborging verwacht.
87	1, 4	Concepting imago/merk, Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	Aanbestedingsleidraad EA Marketingdiensten, paragraaf 1.2, pagina 6	N.a.v. paragraaf 1.2: Blijft de gemeente eigenaar van Zeeland & Partners na verzelfstandiging of wordt dit een volledig privaat orgaan?	Zeeland & Partners is op dit moment onderdeel van Provincie Zeeland en niet van een gemeente. Na de verzelfstandiging is Zeeland & Partners een zelfstandige stichting. Provincie Zeeland blijft hierbij een belangrijke stakeholder. Zie ook paragraaf 3.4 van de aanbestedingsleidraad.
88	1, 4	Concepting imago/merk, Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	Aanbestedingsleidraad EA Marketingdiensten, paragraaf 1.2, pagina 6	N.a.v. paragraaf 1.2: Worden de rechten en verplichtingen uit deze overeenkomst na de verzelfstandiging van Zeeland & Partners aan deze organisatie overgedragen?	Ja. Indien de verzelfstandiging plaatsvindt, worden de raamovereenkomsten, inclusief de op dat moment lopende nadere opdrachten, door middel van contractsoverneming één-op-één overgedragen aan de stichting. Alle rechten en verplichtingen gaan daarbij over op de stichting. Zie ook het antwoord op vraag 30 en paragraaf 3.4 van de aanbestedingsleidraad.

No.	Perceel nr.	Perceel	Betreft	Vraag	Antwoord
89	1	Concepting imago/merk	Afbakening perceel 1 en het domein Live+Work	Document: Aanbestedingsleidraad, §1.1 (p. 5) en §3.3 (p. 20) Volgens §3.3 valt concepting voor het domein Live+Work buiten de scope van deze aanbesteding. Volgens §1.1 dragen de marketingactiviteiten bij aan het profileren van Zeeland als aantrekkelijke regio om te leven, werken, studeren en recreëren. Valt een merk- of imagoconcept dat Zeeland positioneert als aantrekkelijke regio om te wonen en te werken binnen perceel 1? Of wordt een dergelijke opdracht buiten deze raamovereenkomst verstrekt?	Perceel 1 omvat overkoepelende merk- en imagoconcepting voor het merk Zeeland. Specifieke conceptontwikkeling voor afzonderlijke Live+Work- of arbeidsmarktcampagnes is uitdrukkelijk uitgesloten.
90	1, 2	Concepting imago/merk, Concepting recreatie/toerisme	Functies in het prijzenblad	Document: Bijlage 7 (Prijzenblad perceel 1) en Bijlage 8 (Prijzenblad perceel 2), regel 1 t/m 3 Het prijzenblad kent de functies projectmanager, senior creatief en DTP'er. Vallen werkzaamheden op het gebied van strategie en copywriting onder de functie senior creatief? Zo nee, tegen welk tarief worden deze werkzaamheden bij nadere opdrachten verrekend?	Werkzaamheden op het gebied van strategie vallen onder de functie senior creatief. Voor copywriting wordt een afzonderlijke functie copywriter toegevoegd aan de prijzenbladen voor perceel 1 en perceel 2 (Bijlage 7 en Bijlage 8), met een fictief aantal uren van vijftien (15). Het fictieve aantal uren voor de functie senior creatief wordt met vijftien (15) uren verminderd. De aangepaste prijzenbladen (versie 2) worden bij deze Nota van Inlichtingen gepubliceerd. Inschrijvers dienen gebruik te maken van versie 2 van de prijzenbladen. Een inschrijving waarbij een eerdere versie van het prijzenblad is gebruikt, wordt terzijde gelegd.
91	1	Concepting imago/merk	Minicompetities perceel 1	Document: Aanbestedingsleidraad, §3.4 Nadere opdrachten perceel 1 (p. 22) Wordt bij minicompetities voor nadere opdrachten vanaf € 15.000 excl. btw van opdrachtnemers verwacht dat zij creatief werk (zoals conceptrichtingen of visuals) aanleveren? Zo ja, wordt hiervoor een pitchvergoeding verstrekt?	Zie het antwoord op vraag 8.
92	1, 2	Concepting imago/merk, Concepting recreatie/toerisme	Fotoconcept en art direction	Document: Aanbestedingsleidraad, §3.3 (p. 20) Video- en fotografieproducties vallen buiten de scope van deze aanbesteding. Vallen het ontwikkelen van een fotoconcept en de art direction bij een productie wel binnen de werkzaamheden van perceel 1 en perceel 2?	Zie het antwoord op vraag 5.
93	1, 2	Concepting imago/merk, Concepting recreatie/toerisme	Verwachte omvang	Document: Aanbestedingsleidraad, §3.4 (p. 21) De geraamde opdrachtwaarden gelden over de maximale looptijd van zes jaar. Kan Provincie Zeeland voor perceel 1 en perceel 2 een indicatie geven van het verwachte aantal nadere opdrachten en de verwachte opdrachtwaarde in de initiële looptijd van twee jaar?	De geraamde opdrachtwaarde over de maximale looptijd van zes (6) jaar bedraagt voor perceel 1 € 300.000 en voor perceel 2 € 150.000 exclusief btw. Over de initiële looptijd van twee (2) jaar komt dit neer op gemiddeld € 100.000 respectievelijk € 50.000 exclusief btw. Op dit moment heeft de aanbestedende dienst nog geen zicht op het verwachte aantal nadere opdrachten per jaar. Het aantal en de omvang van de nadere opdrachten zijn afhankelijk van de jaarplannen en netwerksamenwerkingen. Aan de geraamde opdrachtwaarde kunnen geen afnamegaranties worden ontleend.
94	1, 2	Concepting imago/merk, Concepting recreatie/toerisme	Sleutelfunctionarissen bij meerdere percelen	Document: Aanbestedingsleidraad, §5.4.2 (p. 47) Mag een inschrijver die op perceel 1 en perceel 2 inschrijft voor beide percelen dezelfde sleutelfunctionarissen aanbieden?	Ja, dat is toegestaan, mits de opdrachtnemer voldoende capaciteit en continuïteit voor beide percelen waarborgt.
95	1, 2	Concepting imago/merk, Concepting recreatie/toerisme	Referentie bij meerdere percelen	Document: Aanbestedingsleidraad, §4.2.3 onder C (p. 28) en Bijlage 4 Mag dezelfde referentieopdracht worden opgevoerd voor zowel perceel 1 als perceel 2, mits deze voldoet aan de kerncompetentie van beide percelen?	Ja, dat is toegestaan.
96	1, 2	Concepting imago/merk, Concepting recreatie/toerisme	Verzekering	Document: Aanbestedingsleidraad, §4.2.3 onder B (p. 27) Betekent de eis "verzekerd tegen beroeps- en bedrijfsrisico's voor een bedrag van minimaal € 500.000" dat zowel een beroepsaansprakelijkheidsverzekering als een bedrijfsaansprakelijkheidsverzekering vereist is, elk met een dekking van minimaal € 500.000? Of volstaat één aansprakelijkheidsverzekering met deze dekking?	Ja, er zijn zowel een beroepsaansprakelijkheidsverzekering als een bedrijfsaansprakelijkheidsverzekering vereist, elk met een dekking van minimaal € 500.000. Zie ook het antwoord op vraag 79.
97	1, 2	Concepting imago/merk, Concepting recreatie/toerisme	Presentatiedata	Document: Aanbestedingsleidraad, §5.4.2 Praktische uitvoering (p. 49) Kan een inschrijver bij een uitnodiging voor K2 een voorkeur opgeven voor één van de drie data (3, 15 of 17 februari 2027)? Houdt Provincie Zeeland daar waar mogelijk rekening mee?	Zie het antwoord op vraag 11.

No.	Perceel nr.	Perceel	Betreft	Vraag	Antwoord
98	1, 2	Concepting imago/merk, Concepting recreatie/toerisme	Bewegend beeld bij het voorbeeldconcept	Document: Aanbestedingsleidraad, §2.6.1 punt 7 (p. 12) en §5.4.1 (p. 36) Mag het voorbeeldconcept (maximaal één enkelzijdige A3-pagina) een QR-code of link naar bewegend beeld bevatten, zoals een campagnevideo? Zo ja, wordt de inhoud daarvan bij de beoordeling betrokken?	Nee, dat is niet toegestaan. Een QR-code of link wordt niet bij de beoordeling betrokken. Zie ook het antwoord op vraag 75.
99	1	Concepting imago/merk	Aanbestedingsleidraad §3.4 en PvE ALG-19: procedure en termijn minicompetities	Worden bij iedere minicompetitie de volledige uitvraag, de beoordelingscriteria, de eventuele weging en de indieningstermijn vooraf gelijktijdig aan beide gecontracteerde opdrachtnemers verstrekt? Geldt de termijn van vijf werkdagen uit ALG-19 ook wanneer een creatief voorstel wordt gevraagd, of wordt daarvoor een passende langere termijn vastgesteld?	Ja. Bij een minicompetitie worden de volledige uitvraag, de beoordelingscriteria, de eventuele weging en de indieningstermijn gelijktijdig aan de gecontracteerde opdrachtnemers verstrekt. De termijn van vijf (5) werkdagen uit ALG-19 geldt uitsluitend voor nadere opdrachten met een geraamde waarde tot € 15.000 exclusief btw. Voor minicompetities wordt per Nadere offerteaanvraag een termijn vastgesteld die in verhouding staat tot de omvang van de opdracht en de gevraagde uitwerking.
100	1, 3, 4	Concepting imago/merk, Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Duitse markt, Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	Aanbestedingsleidraad §3.3: afbakening merkconcepting en Live+Work/arbeidsmarkt	Kunt u met concrete voorbeelden verduidelijken waar overkoepelende concepting voor imago/merk binnen perceel 1 eindigt en de uitgesloten concepting voor Live+Work en arbeidsmarkt begint? Welke strategische en uitvoerende marketingwerkzaamheden voor deze domeinen vallen wel binnen perceel 3 en 4? Wie levert de daarvoor benodigde concepten aan en wie is verantwoordelijk voor de samenhang met het overkoepelende merkconcept?	Overkoepelende merk- en imagoconcepten die domeinoverstijgend inzetbaar zijn, behoren tot perceel 1. Een voorbeeld hiervan is de campagne ‘Op het Grensvlak’. Zelfstandige creatieve conceptontwikkeling die specifiek gericht is op Live+Work of de arbeidsmarkt valt buiten de scope van deze aanbesteding. Een voorbeeld hiervan is de ontwikkeling van een wervingscampagne voor technisch personeel of een doelgroepspecifiek arbeidsmarktconcept. Binnen perceel 3 en perceel 4 vallen onder meer de marktgerichte marketingstrategie, mediaplanning, campagnebeheer en optimalisatie voor respectievelijk de Nederlandse/Vlaamse en Duitse markt. Zeeland & Partners is verantwoordelijk voor het bewaken van de samenhang tussen de verschillende activiteiten en concepten en zorgt, waar nodig, voor afstemming tussen de betrokken partijen.
101	1, 2, 3, 4	Concepting imago/merk, Concepting recreatie/toerisme, Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Duitse markt, Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	Uitvoering nadere opdrachten: gereserveerde capaciteit bij vertraagde input of goedkeuring	Welke afspraken gelden wanneer benodigde input of goedkeuring door opdrachtgever later dan afgesproken wordt aangeleverd, waardoor vooraf overeengekomen en gereserveerde capaciteit niet kan worden benut? Bent u bereid vast te leggen dat partijen per nadere opdracht afspraken kunnen maken over een annuleringstermijn en vergoeding van aantoonbaar gereserveerde capaciteit die redelijkerwijs niet meer voor ander werk kan worden ingezet?	Nee, de aanbestedende dienst is niet bereid dit vast te leggen. Uitsluitend daadwerkelijk bestede uren worden vergoed. Gereserveerde capaciteit waarvoor geen werkzaamheden zijn verricht, kan niet worden gefactureerd. De aanbestedende dienst streeft er te allen tijde naar input en goedkeuring tijdig aan te leveren.
102	1, 2, 3, 4	Concepting imago/merk, Concepting recreatie/toerisme, Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Duitse markt, Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	Aanbestedingsleidraad, prijsbeoordeling: negatieve vergelijkingsprijs	Kan de vergelijkingsprijs negatief worden wanneer de fictieve kwaliteitskorting hoger is dan de inschrijfprijs? Zo ja, wordt deze negatieve vergelijkingsprijs ongewijzigd meegenomen in de rangschikking, of wordt deze op nul gesteld?	Ja, de vergelijkingsprijs kan negatief worden. Een negatieve vergelijkingsprijs wordt ongewijzigd meegenomen in de rangschikking. Dit geldt voor alle inschrijvers gelijk.

No.	Perceel nr.	Perceel	Betreft	Vraag	Antwoord
103	1, 2, 3, 4	Concepting imago/merk, Concepting recreatie/toerisme, Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Duitse markt, Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	Aanbestedingsleidraad §2.7.6 en §5.4.3: toetsing realistische uurtarieven	Hoe toetst opdrachtgever of aangeboden uurtarieven realistisch en uitvoerbaar zijn? Welke werkwijze hanteert opdrachtgever wanneer tarieven onrealistisch laag lijken, en hoe wordt voorkomen dat dergelijke tarieven een doorslaggevend prijsvoordeel opleveren zonder dat de gevraagde kwaliteit en continuïteit kunnen worden gewaarborgd?	Wanneer een inschrijving abnormaal laag lijkt, kan de aanbestedende dienst de inschrijver verzoeken de opbouw en haalbaarheid van de aangeboden tarieven schriftelijk toe te lichten. Blijkt uit de toelichting onvoldoende dat de opdracht voor de aangeboden tarieven correct kan worden uitgevoerd, dan kan de aanbestedende dienst de inschrijving terzijde leggen. Daarnaast worden strategische inschrijvingen met irreëel lage prijzen niet geaccepteerd. Zie de paragrafen 2.7.6 en 5.4.3 van de aanbestedingsleidraad.
104	1, 2, 3, 4	Concepting imago/merk, Concepting recreatie/toerisme, Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Duitse markt, Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	Aanbestedingsleidraad §4.2.3 en Bijlage 4: Provincie Zeeland als referent	Kunt u bevestigen dat Provincie Zeeland zelf als referent mag optreden voor een opdracht die inschrijver voor de provincie uitvoert of heeft uitgevoerd, waaronder een lopende opdracht, mits aan de gestelde eisen voor werkzaamheden, referentieperiode en opdrachtwaarde wordt voldaan?	Ja, dat bevestigt de aanbestedende dienst.
105	1, 2, 3, 4	Concepting imago/merk, Concepting recreatie/toerisme, Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Duitse markt, Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	Aanbestedingsleidraad §4.2.3 en Bijlage 4: referentie bij meerdere percelen	Mag dezelfde referentieopdracht voor meerdere percelen worden gebruikt, ook bij een combinatie van conceptingpercelen en marketingpercelen, mits per perceel aantoonbaar aan de betreffende kerncompetentie en overige referentie-eisen wordt voldaan?	Ja, dat bevestigt de aanbestedende dienst. Zie ook het antwoord op vraag 95.
106	4	Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	Aanbestedingsleidraad, K1 perceel 4: gezamenlijke of afzonderlijke marktaanpak	Kunt u verduidelijken wat u binnen K1 voor perceel 4 verwacht van de afweging tussen een gezamenlijke en een afzonderlijke aanpak voor Nederland en Vlaanderen? Verwacht u dat inschrijvers hierin al concrete keuzes maken, of vooral beschrijven hoe zij tot die keuzes komen? Op basis van welke aspecten beoordeelt u deze afweging?	Voor K1 wordt van inschrijvers primair verwacht dat zij beschrijven hoe zij op basis van doelgroepen, marktinzichten, prestaties, beschikbare middelen en kanaalinzet komen tot een onderbouwde keuze tussen een gezamenlijke aanpak voor Nederland en Vlaanderen of een gedifferentieerde aanpak per markt. Het is daarbij niet noodzakelijk om reeds concrete keuzes voor specifieke campagnes te maken. De aanbestedende dienst beoordeelt de uitwerking overeenkomstig de beoordelingsaspecten zoals opgenomen in paragraaf 5.4.1 van de aanbestedingsleidraad.
107	1	Concepting imago/merk	Aanbestedingsleidraad Marketingdiensten Provincie Zeeland, paragraaf 3.3, Omschrijving van de opdracht	Perceel 1 gaat over merk- en imagoconcepten die toepasbaar zijn voor verschillende thema's, projecten en partners. Op pagina 20 valt concepting voor de domeinen Live+Work en Arbeidsmarkt buiten de scope. Kunt u aangeven waar de grens ligt? Valt bijvoorbeeld een overkoepelend merkconcept voor Zeeland dat ook voor Live+Work of Arbeidsmarkt wordt gebruikt, wel binnen perceel 1?	Zie het antwoord op vraag 100.
108	1	Concepting imago/merk	Bijlage 6 Programma van Eisen, met samenhang Aanbestedingsleidraad, paragraaf Eis P1-04 (werkblad P1); leidraad 5.4.1	Volgens eis P1-04 ontwikkelt de opdrachtnemer concepten binnen de merkpositionering, merkidentiteit, visuele identiteit en communicatiekaders die Zeeland & Partners aanlevert. Wilt u deze kaders tijdens de aanbesteding met alle inschrijvers delen? Dan kunnen wij het Plan van Aanpak daarop afstemmen.	Zie het antwoord op vraag 10.

No.	Perceel nr.	Perceel	Betreft	Vraag	Antwoord
109	1	Concepting imago/merk	Aanbestedingsleidraad, met Bijlage 4 Format kerncompetentie, paragraaf 4.2.3 Selectiecriteria, C. Technische en beroepsbekwaamheid, perceel 1	Telt als referentie ook een afgebakende conceptopdracht die is opgeleverd en geaccepteerd, terwijl de samenwerking met dezelfde opdrachtgever daarna doorloopt? De afgebakende opdracht voldoet zelf aan alle eisen: de vertaling van een merkstrategie naar een creatief concept met bijbehorende communicatiemiddelen, minimaal € 5.000 excl. btw, en opgeleverd binnen de drie jaar vóór de sluitingsdatum.	Ja, dat is toegestaan. Een afgebakende opdracht die binnen de referentieperiode is opgeleverd en geaccepteerd, geldt als referentie, mits deze voldoet aan de eisen van de kerncompetentie voor perceel 1. Een doorlopende samenwerking met dezelfde opdrachtgever na oplevering doet hier niet aan af. Zie ook het antwoord op vraag 1.
110	1	Concepting imago/merk	Bijlage 5 Algemene Inkoopvoorwaarden Provincies 2022, Artikel 9, lid 1	Artikel 9 lid 1 koppelt de hoogte van de aansprakelijkheid aan de totale waarde van de opdracht. Geldt voor perceel 1 de waarde van de nadere opdracht waarop de schade betrekking heeft, of de waarde van de raamovereenkomst? Als het de raamovereenkomst is: welke waarde geldt dan per opdrachtnemer, nu er twee opdrachtnemers kunnen zijn en er geen afnamegarantie is?	Zie het antwoord op vraag 36.
111	1	Concepting imago/merk	Bijlage 5 Algemene Inkoopvoorwaarden Provincies 2022, met samenhang Bijlage 11 Concept raamovereenkomst perceel 1, Bijlage 5: 11; Bijlage 11: 7	Voor eindproducten gebruiken we soms materiaal waarvan de rechten bij derden liggen, zoals lettertypen en stockbeeld. Die rechten kunnen wij niet overdragen. Volstaat in die gevallen een licentie die u vooraf goedkeurt, mits die licentie het afgesproken gebruik en de doorvertaling door de andere perceelhouders toestaat?	Zie het antwoord op vraag 33.
112	1	Concepting imago/merk	Bijlage 6 Programma van Eisen, Eis ALG-19, met samenhang ALG-05 (werkblad PvE algemeen)	Volgens ALG-19 moet de opdrachtnemer binnen vijf werkdagen een nadere offerte kunnen opstellen. Begint die termijn op het moment dat de offerteaanvraag compleet is, dus met alle informatie die nodig is om scope, prijs en planning te bepalen?	Ja, dat bevestigt de aanbestedende dienst.
113	1	Concepting imago/merk	Aanbestedingsleidraad Marketingdiensten Provincie Zeeland, 3.4 De raamovereenkomst, Nadere opdrachten perceel 1	Kunt u een indicatie geven van het aantal nadere opdrachten dat u per jaar verwacht voor perceel 1, en van de gebruikelijke omvang per opdracht? Graag uitgesplitst naar opdrachten onder en vanaf € 15.000 excl. btw. Wij vragen hiermee geen afnamegarantie.	Op dit moment heeft de aanbestedende dienst nog geen zicht op het aantal nadere opdrachten per jaar en de omvang per opdracht voor perceel 1, ook niet uitgesplitst naar opdrachten onder en vanaf € 15.000 exclusief btw. Zie ook het antwoord op vraag 93.
114	1	Concepting imago/merk	Bijlage 7 Prijzenblad perceel 1, met samenhang Bijlage 6 Programma van Eisen	De uurtarieven zijn inclusief reis- en verblijfskosten. Om die goed in te schatten: verwacht u dat voortgangsoverleg en debriefings (ALG-14 en P1-07) op locatie in Zeeland plaatsvinden, of kan dat ook online? En als het op locatie is, hoe vaak per jaar verwacht u dat ongeveer?	Overleggen kunnen naar gelang de aard van de opdracht zowel digitaal als op locatie plaatsvinden. Ervaringen uit het verleden zijn dat minimaal één fysieke ontmoeting in Zeeland per concept bijdraagt aan de kwaliteit van het opgeleverde concept.
115	1, 2	Concepting imago/merk, Concepting recreatie/toerisme	Beschikbaarheid merkstrategie en positionering	Paragraaf 3.2 en 3.3 | Pagina 18–20 | Perceel 1 en 2 In de leidraad wordt verwezen naar de bestaande merkpositionering en strategische uitgangspunten van Zeeland. Kan opdrachtgever de actuele merkstrategie, positionering, merkwaarden en eventuele merk- of campagnerichtlijnen beschikbaar stellen, zodat we onze aanpak hierop kunnen afstemmen?	Zie het antwoord op vraag 10.
116	1, 2	Concepting imago/merk, Concepting recreatie/toerisme	Onderscheid tussen perceel 1 en perceel 2	Paragraaf 3.3 | Pagina 19–20 | Perceel 1 en 2 Kan opdrachtgever nader toelichten hoe de inhoudelijke afbakening tussen perceel 1 (Concepting imago/merk) en perceel 2 (Concepting recreatie/toerisme) in de praktijk wordt gehanteerd? Onder welk perceel vallen bijvoorbeeld overkoepelende imagocampagnes die mede gericht zijn op het aantrekken van toeristische bezoekers?	Overkoepelende merk- en imagoconcepten die domeinoverstijgend inzetbaar zijn en bijdragen aan de positionering van Zeeland als merk, behoren tot perceel 1. Conceptontwikkeling die specifiek gericht is op het aantrekken van recreatieve en toeristische bezoekers behoort tot perceel 2. Hierbij gaat het om campagnes, proposities en creatieve concepten die primair zijn gericht op het stimuleren van bezoek aan Zeeland. Indien een campagne zowel merk- als toeristische doelstellingen heeft, wordt per opdracht beoordeeld welk doel overheersend is.

No.	Perceel nr.	Perceel	Betreft	Vraag	Antwoord
117	1, 2	Concepting imago/merk, Concepting recreatie/toerisme	Ruimte voor strategische advisering	Paragraaf 3.3 | Pagina 19 Wordt van opdrachtnemers uitsluitend verwacht dat zij bestaande strategische uitgangspunten vertalen naar creatieve concepten, of behoort het aanscherpen van proposities, doelgroepen en strategische uitgangspunten op basis van nieuwe inzichten eveneens tot de opdracht?	De opdracht ziet primair op het vertalen van de bestaande merkstrategie naar een creatief concept. Het aanscherpen of herijken van proposities, doelgroepen, positionering of andere strategische uitgangspunten maakt geen onderdeel uit van deze opdracht.
118	1, 2	Concepting imago/merk, Concepting recreatie/toerisme	Bestaande concepten en creatieve kaders	Paragraaf 5.4.1 | Pagina 37–40 In de beoordelingscriteria wordt gesproken over kennis van eerder ontwikkelde concepten. Kan opdrachtgever inzicht geven in de belangrijkste bestaande merk- en campagneconcepten en aangeven welke hiervan gedurende de nieuwe overeenkomst worden voortgezet?	Met de verwijzing naar kennis van eerder ontwikkelde concepten wordt gedoeld op het borgen van kennis, kwaliteit en continuïteit van de concepten die gedurende de looptijd van de raamovereenkomst worden ontwikkeld en uitgevoerd. Niet om borging van kennis van vóór de looptijd van de overeenkomst.
119	1, 2	Concepting imago/merk, Concepting recreatie/toerisme	Onderzoek en doelgroepinzichten	Paragraaf 3.2 en 5.4.1 | Pagina 18–19 en 37–40 Welke actuele onderzoeken, doelgroepsegmentaties, imago-onderzoeken en campagne-evaluaties zijn beschikbaar voor de ontwikkeling van nieuwe concepten? Kan opdrachtgever aangeven of deze informatie bij de start van nadere opdrachten beschikbaar wordt gesteld?	Beschikbare relevante onderzoeken, doelgroepinzichten, segmentaties en campagne-evaluaties worden, voor zover aanwezig en deelbaar, bij aanvang van nadere opdrachten verstrekt.
120	1	Concepting imago/merk	Verdeling opdrachten tussen twee bureaus	Paragraaf 3.4 | Pagina 21–22 Voor perceel 1 worden maximaal twee opdrachtnemers gecontracteerd en wordt gestreefd naar een evenwichtige verdeling van het aantal opdrachten tot € 15.000. Kan opdrachtgever toelichten op basis van welke objectieve criteria wordt bepaald aan welke opdrachtnemer een nadere opdracht wordt verstrekt?	Bij nadere opdrachten tot € 15.000 exclusief btw neemt de aanbestedende dienst contact op met beide opdrachtnemers om de beschikbaarheid na te gaan. De nadere opdracht wordt vervolgens verstrekt op basis van beschikbaarheid en relevante ervaring met het betreffende type opdracht, waarbij de aanbestedende dienst gedurende de looptijd streeft naar een evenwichtige verdeling van het aantal opdrachten. Zie ook paragraaf 3.4 van de aanbestedingsleidraad.
121	1	Concepting imago/merk	Vergoeding minicompetities	Paragraaf 3.4 | Pagina 22 Voor nadere opdrachten vanaf € 15.000 worden beide opdrachtnemers uitgenodigd voor een minicompetitie. Kan opdrachtgever aangeven welke mate van creatieve uitwerking hierbij wordt verwacht en of een vergoeding wordt verstrekt wanneer nieuwe conceptvoorstellen moeten worden ontwikkeld?	Zie het antwoord op vraag 8.
122	1, 2	Concepting imago/merk, Concepting recreatie/toerisme	Omvang en frequentie van opdrachten	Paragraaf 3.4 | Pagina 21–22 | Perceel 1 en 2 Kan opdrachtgever een indicatie geven van het verwachte aantal nadere opdrachten per jaar, de gemiddelde opdrachtwaarde en de aard van de werkzaamheden binnen perceel 1 en perceel 2? Dit helpt inschrijvers om de benodigde capaciteit en beschikbaarheid realistisch in te schatten.	Zie het antwoord op vraag 93.
123	1, 2	Concepting imago/merk, Concepting recreatie/toerisme	Alsnog interview bij afvallen hoger gerangschikte inschrijver	Aanbestedingsleidraad | Paragraaf 5.3 | pagina 33-35 Hoe wordt gehandeld wanneer een aanvankelijk niet voor K2 uitgenodigde inschrijver alsnog een reële kans op gunning krijgt doordat hoger gerangschikte inschrijvers afvallen of door toepassing van het maximum van twee percelen hun aanspraak verliezen? Wordt deze inschrijver alsnog uitgenodigd voor K2 en wordt de rangschikking daarna opnieuw vastgesteld? Zo nee, hoe wordt geborgd dat deze inschrijver zijn kwaliteit op gelijke wijze kan laten beoordelen en aan hetzelfde minimumkwaliteitsniveau wordt getoetst?	Ja. Wanneer een niet voor K2 uitgenodigde inschrijver alsnog voor gunning in aanmerking komt, doordat een hoger gerangschikte inschrijver afvalt of door toepassing van het stappenplan in paragraaf 5.6 zijn aanspraak verliest, wordt deze inschrijver alsnog uitgenodigd voor K2. De beoordeling van K2 vindt op dezelfde wijze plaats en aan de hand van hetzelfde minimumkwaliteitsniveau als voor de overige inschrijvers. Daarna wordt de rangschikking opnieuw vastgesteld.
124	1, 2	Concepting imago/merk, Concepting recreatie/toerisme	Samenwerking met productiepartners	Aanbestedingsleidraad | Paragraaf 3.3 | Pagina 20 Video- en fotografieproducties vallen buiten de scope van deze aanbesteding. Kan opdrachtgever bevestigen dat opdrachtnemers binnen perceel 1 en 2 wel verantwoordelijk kunnen zijn voor de creatieve briefing en art-direction van deze producties, en dat deze werkzaamheden binnen de nadere opdracht worden vergoed?	Ja, dit bevestigt de aanbestedende dienst. Zie ook het antwoord op vraag 5.

No.	Perceel nr.	Perceel	Betreft	Vraag	Antwoord
125	1, 2	Concepting imago/merk, Concepting recreatie/toerisme	Omvang creatieve uitwerking	Aanbestedingsleidraad | Paragraaf 3.3 | Pagina 19–20 Waar ligt de grens tussen conceptontwikkeling binnen perceel 1 en 2 en de daadwerkelijke productie en uitwerking van communicatiemiddelen? Wordt van de conceptontwikkelaar verwacht dat deze ook definitieve middelen, templates of productieklare bestanden oplevert, of beperkt de opdracht zich tot concepten en creatieve richtlijnen?	Zie het antwoord op vraag 12.
126	1, 2	Concepting imago/merk, Concepting recreatie/toerisme	Verantwoordelijkheid voor creatieve doorvertaling	Aanbestedingsleidraad | Paragraaf 3.3 | Pagina 20 De opdrachtnemers van perceel 3 en 4 vertalen de binnen perceel 1 en 2 ontwikkelde concepten door naar de verschillende geografische markten. Welke rol en verantwoordelijkheid behouden de conceptontwikkelaars bij de creatieve kwaliteitsbewaking van deze doorvertalingen?	De conceptontwikkelaar blijft binnen de overeengekomen opdracht aanspreekbaar op creatieve concepten en kan op verzoek betrokken worden bij toetsing van marktvertalingen.
127	1	Concepting imago/merk	keuze hoeveelheid opdrachtnemers	In de aanbestedingsleidraad op pagina 22, paragraaf 3.4 De raamovereenkomst geeft u aan dat het zowel mogelijk is dat er voor perceel 1 één danwel twee opdrachtnemers worden gecontracteerd. Op basis waarvan wordt de keuze gemaakt of dat het uiteindelijk 1 opdrachtnemer danwel 2 opdrachtnemers worden?	Voor perceel 1 komen de inschrijvers met de laagste en de op één na laagste definitieve vergelijkingsprijs voor gunning in aanmerking. Resteert na toepassing van paragraaf 5.3 slechts één (1) geldige inschrijving, dan wordt het perceel aan één (1) opdrachtnemer gegund. Zie de paragrafen 5.5 en 5.6 van de aanbestedingsleidraad.
128	1	Concepting imago/merk	aanbestedingsprocedure	In de aanbestedingsleidraad op pagina 18, paragraaf 3.1 Huidige situatie geeft u aan dat momenteel 1 opdrachtnemer is gecontracteerd voor de uitvoering van de algemene marketingdiensten. Is deze opdrachtnemer ook nu in de gelegenheid om deel te nemen aan deze aanbestedingsprocedure en hoe wordt voorkomen dat er op basis van vertrouwelijke informatie / ervaringen onrechtmatige voordelen ontstaan ten aanzien van een nieuwe inschrijving?	Ja, de huidige opdrachtnemer mag deelnemen aan deze aanbestedingsprocedure. De aanbestedende dienst waarborgt de gelijke behandeling van alle inschrijvers door alle voor de inschrijving relevante informatie gelijktijdig en op dezelfde wijze beschikbaar te stellen via de aanbestedingsstukken en de Nota('s) van Inlichtingen. Alle inschrijvingen worden uitsluitend beoordeeld aan de hand van de criteria in de aanbestedingsleidraad en de inhoud van de inschrijving zelf. Hiermee wordt geborgd dat alle inschrijvers over dezelfde informatie beschikken en dat geen sprake is van een ongerechtvaardigd concurrentievoordeel.
129	1	Concepting imago/merk	strategische uitgangspunten	In de aanbestedingsleidraad op pagina 19, paragraaf 3.3. Omschrijving van de opdracht geeft u aan dat bij perceel 1 Concepting imago/merk de werkzaamheden onder andere kunnen bestaan uit het vertalen van strategische uitgangspunten naar creatieve concepten. Worden deze strategische uitgangspunten middels een ander perceel vastgesteld of kan het vaststellen hiervan ook onderdeel uitmaken van een opdracht binnen perceel 1?	Nee, het vaststellen van strategische uitgangspunten is een verantwoordelijkheid van Zeeland & Partners valt hiermee buiten de scope van de aanbesteding.
130	1, 2	Concepting imago/merk, Concepting recreatie/toerisme	Drempelwaarde referentieproject	In de aanbestedingsleidraad op pagina 28, paragraaf 4.2.3 Selectiecriteria, geeft u aan dat voor perceel 1 en perceel 2 door middel van Bijlage 4 een referentie dient te worden ingediend om de technische en beroepsbekwaamheid van de inschrijver aan te tonen. Hiervoor geldt een minimale opdrachtwaarde van € 5.000 exclusief btw. Gelet op de aard en omvang van de beoogde raamovereenkomsten lijkt deze ondergrens beperkt representatief voor de ervaring die nodig is om de toekomstige opdrachten adequaat uit te voeren. Voor perceel 1 bedraagt de geraamde opdrachtwaarde € 300.000 over zes jaar en kunnen nadere opdrachten met een waarde tot € 15.000 rechtstreeks worden verstrekt; vanaf € 15.000 worden nadere opdrachten via een minicompetitie gegund. Een referentie van € 5.000 toont daarmee slechts in beperkte mate aan dat een inschrijver ervaring heeft met opdrachten van een omvang en complexiteit die binnen de raamovereenkomst kunnen voorkomen. Bent u bereid de minimale waarde van de gevraagde referentie voor perceel 1 en perceel 2 te verhogen naar een bedrag dat beter aansluit bij de aard, complexiteit en mogelijke omvang van de nadere opdrachten binnen deze percelen?	Nee, de aanbestedende dienst is niet bereid de minimale waarde van de referentie te verhogen. De nadere opdrachten binnen perceel 1 en perceel 2 zijn naar verwachting van beperkte financiële omvang.

No.	Perceel nr.	Perceel	Betreft	Vraag	Antwoord
131	1	Concepting imago/merk	Reikwijdte eerder ontwikkeld concept	In de aanbestedingsleidraad op pagina 36, paragraaf 5.4.1, geeft u aan dat voor perceel 1 aanvullend op het Plan van Aanpak één voorbeeldconcept moet worden ingediend. Op pagina 38 licht u toe dat dit een eerder ontwikkeld en opgeleverd creatief merk- of imagoconcept moet zijn, waarbij onder meer wordt beoordeeld in hoeverre het concept toepasbaar is over verschillende thema's, middelen en toepassingen. De scope van perceel 1 is echter breed en omvat het ontwikkelen van creatieve merk- en imagoconcepten voor verschillende thema's, projecten en partners. Daardoor is voor inschrijvers niet eenduidig welk niveau en welke reikwijdte van een eerder ontwikkeld concept representatief wordt geacht voor de beoordeling. Kunt u daarom nader verduidelijken welke omvang en reikwijdte u bij het voorbeeldconcept verwacht? Dient het voorbeeld bijvoorbeeld een overkoepelend merk- of imagoconcept te betreffen dat aantoonbaar over meerdere thema's en toepassingen is doorvertaald, of kan ook een afgebakend concept voor één specifiek thema, project of campagne volstaan, mits dit aansluit op de gevraagde kerncompetentie? En aan welke kenmerken moet het voorbeeldconcept voldoen om qua aard, schaal en complexiteit als representatief voor de binnen perceel 1 te verwachten nadere opdrachten te worden beschouwd?	Het voorbeeldconcept dient een eerder daadwerkelijk ontwikkeld en opgeleverd merk- of imagoconcept te betreffen. Van belang is dat uit het voorbeeld blijkt dat het concept de potentie heeft om over meerdere thema's, doelgroepen, middelen en toepassingen heen te worden ingezet en doorvertaald. Hieruit moet de strategische opgave, creatieve vertaling en eigen bijdrage helder blijken. De beoordeling vindt plaats overeenkomstig paragraaf 5.4.1 van de aanbestedingsleidraad.
132	1, 2, 3, 4	Concepting imago/merk, Concepting recreatie/toerisme, Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Duitse markt, Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	• Document: Programma van Eisen (Bijlage 6) • Paragraaf: Eis ALG-23 (in relatie tot leidraad paragraaf 3.5, pagina 23)	• Vraag: Eis ALG-23 verplicht de winnaar tot het invullen van het digitale rekenblad voor vermeden CO2-emissies. Aangezien dit een knock-out criterium betreft tijdens de uitvoering: kan de aanbestedende dienst bevestigen dat voor pure marketing- en conceptdiensten (intellectuele diensten) de baseline-berekening zich uitsluitend richt op kantoorstroom en zakelijk reizen, en dat eventuele uitstoot van externe media-servers of digitale advertentienetwerken hierbuiten valt?	Dit bevestigt de aanbestedende dienst.
133	3, 4	Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Duitse markt, Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	• Document: Aanbestedingsleidraad • Paragraaf: 5.4.1 (pagina 41/44) – Gunningscriterium Plan van Aanpak (Werkwijze en proces)	Vraag: In het Plan van Aanpak moeten we beschrijven hoe we bij aanvang kennisnemen van lopende campagnes, resultaten en systemen. Stelt de aanbestedende dienst direct bij de start van de opdracht de volledige historische data, analytics en prestatie-dashboards van de afgelopen 3 jaar uit de huidige Meta- en Google Ads-accounts onbeperkt beschikbaar aan de winnende opdrachtnemer om een vliegende start en zuivere optimalisatie te borgen?	Na gunning wordt voor zover rechtmatig en technisch beschikbaar toegang verleend tot relevante historische campagne- en analysegegevens en bestaande dashboards die nodig zijn voor overdracht.
134	1, 2, 3, 4	Concepting imago/merk, Concepting recreatie/toerisme, Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Duitse markt, Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	• Document: Aanbestedingsleidraad • Paragraaf: 2.6.1 (pagina 12, punt 8) – Inschrijvingsprocedure	• Vraag: Er wordt gevraagd om een overzicht van namen en functies inclusief de CV's van de 'sleutelfunctionarissen' voor criterium K2. Kan de aanbestedende dienst exact specificeren welke rollen per perceel minimaal als 'sleutelfunctionaris' worden aangemerkt (bijvoorbeeld alleen de Strateeg en Projectmanager, of ook de Online Marketeers), om te voorkomen dat inschrijvingen onvolledig worden verklaard? Mag een sleutelfiguur vor meeder percelen optreden?	Sleutelfunctionarissen zijn de personen die het eerste aanspreekpunt vormen voor de opdrachtgever. Inschrijver bepaalt zelf welke rollen hij als sleutelfunctionaris aanbiedt, met een maximum van twee (2) per perceel. Een sleutelfunctionaris mag voor meerdere percelen optreden. Zie ook de antwoorden op vraag 17 en 94.

No.	Perceel nr.	Perceel	Betreft	Vraag	Antwoord
135	3, 4	Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Duitse markt, Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	• Document: Programma van Eisen (Bijlage 6) • Paragraaf: Eis P3-10 en P4-09 (in relatie tot Aanbestedingsleidraad paragraaf 3.3, pagina 20)	Vraag: In de leidraad staat dat financiering en inkoop van media buiten de opdracht vallen en de Provincie zelf contracten aangaat. Eis P4-09 stelt dat de opdrachtnemer geen commissie of kickback mag ontvangen van mediapartijen. Betekent dit dat inschrijvers in hun prijzenblad (Bijlage 9 en 10) alle uren voor mediaplanning, monitoring en dashboarding integraal moeten opnemen in hun vaste uurtarieven, en dat inschrijvingen die leunen op verborgen marges of mediacommissies ongeldig worden verklaard?	Ja. De kosten voor de uitvoering van de dienstverlening, waaronder mediaplanning, monitoring en dashboarding, dienen te zijn verwerkt in de aangeboden uurtarieven. De opdrachtnemer ontvangt geen commissies, kickbacks of andere vergoedingen van mediapartijen voor de inzet van media binnen deze opdracht. Inschrijvers dienen hun tarieven derhalve transparant en kostendekkend op te bouwen, zonder afhankelijkheid van inkomsten uit mediacommissies of vergelijkbare vergoedingsconstructies. Hiermee wordt uitvoering gegeven aan eis P4-09 en wordt een gelijk speelveld voor alle inschrijvers geborgd.
136	1, 2, 3, 4	Concepting imago/merk, Concepting recreatie/toerisme, Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Duitse markt, Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	• Document: Aanbestedingsleidraad • Paragraaf: 3.4 (pagina 22) – Voorziene verzelfstandiging Zeeland & Partners en overdracht van de raamovereenkomsten	• Vraag: Er wordt vermeld dat bij de verzelfstandiging per 1 januari 2028 de raamovereenkomsten één-op-één worden overgedragen aan de nieuwe stichting. Aangezien de financiering van de stichting mede afhankelijk is van bijdragen van Zeeuwse gemeenten, kan de aanbestedende dienst garanderen dat de in paragraaf 3.4 (pagina 21) genoemde maximale opdrachtwaardes per perceel ook na de overdracht aan de stichting juridisch ongewijzigd en volledig beschikbaar blijven voor de resterende looptijd?	De raamovereenkomsten worden één-op-één overgedragen aan de stichting. De maximale opdrachtwaarde per perceel en alle overige voorwaarden blijven daarbij ongewijzigd. Aan de raamovereenkomst kunnen, ook na overdracht, geen afnamegaranties worden ontleend. Zie paragraaf 3.4 van de aanbestedingsleidraad.
137	1, 2, 3, 4		• Document: Algemene Inkoopvoorwaarden Provincies 2022 • Paragraaf: Artikel 22 (pagina 11) – Intellectuele en industriële eigendomsrechten (in relatie tot ALG-11)	Vraag: In artikel 22 lid 1 en eis ALG-11 staat dat alle resultaten en bronbestanden na oplevering overgedragen worden aan de Provincie. Kan de aanbestedende dienst bevestigen dat deze overdracht uitsluitend betrekking heeft op de specifiek voor deze opdracht ontwikkelde uitingen (campagnematerialen, copy, designs) en dat de intellectuele eigendomsrechten van reeds bestaande achterliggende software, SaaS-tooling of marketingtechnologie (zoals databases of AI-tooling van de inschrijver) te allen tijde volledig bij de opdrachtnemer blijven berusten?	Dit bevestigt de Aanbestedende dienst. Zie ook beantwoording van vraag 33.
138	4	Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	• Document: Aanbestedingsleidraad • Paragraaf: 4.2.3 (pagina 29) – Selectiecriteria C. Technische en beroepsbekwaamheid (Randvoorwaarden referenties)	Vraag: Voor Perceel 4 wordt een referentie gevraagd gericht op de Nederlandse en/of Vlaamse markt (pagina 29). Indien een inschrijver een grootschalig internationaal traject heeft uitgevoerd (bijvoorbeeld voor een nationale DMO buiten Europa), waarbij specifiek de Nederlandse en Vlaamse markt als doelmarkt zijn bewerkt vanuit die internationale structuur, wordt een dergelijke referentie dan als geldig en passend beoordeeld voor dit perceel?	Ja, een dergelijke referentie is geldig, mits de referentieopdracht voldoet aan de kerncompetentie voor perceel 4 zoals beschreven in paragraaf 4.2.3 van de aanbestedingsleidraad, waaronder de gerichtheid op de Nederlandse en/of Vlaamse markt.
139	1, 2, 3, 4	Concepting imago/merk, Concepting recreatie/toerisme, Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Duitse markt, Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	• Aanbestedingsleidraad • Paragraaf: 5.4.1 (pagina 36) – Gunningscriterium Plan van Aanpak (in relatie tot paragraaf 3.2)	Vraag: Binnen de doelstellingen van de regiomarketing (paragraaf 3.2) wordt gesproken over het bereiken van relevante doelgroepen en marktgerichte marketinguitvoering. Kan de aanbestedende dienst bevestigen dat het hanteren van de landelijke doelgroepsegmentering zoals 'de Leefstijlvinder' als methodologische basis voor de uitwerking van het Plan van Aanpak (K1) voor zowel de Nederlandse als de Vlaamse markt (perceel 2 en 4) aansluit bij de behoeften van Provincie Zeeland?	Ja. De Leefstijlvinder, of een andere relevant onderbouwde doelgroepsegmentatie, kan als methodologische basis dienen voor de uitwerking van het Plan van Aanpak. De leeftstijlvinder is echter primair ontwikkeld voor de Nederlandse markt. De aanbestedende dienst schrijft geen specifieke segmentatiemethodiek voor, mits de gekozen aanpak voldoende onderbouwd is en aansluit bij de doelstellingen van de opdracht.
140	2, 4	Concepting recreatie/toerisme, Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	Aanbestedingsleidraad: 3.3 (pagina 20) – Verhouding tot het beheer van zeeland.com: •	Vraag: In paragraaf 3.3 staat vermeld dat van de opdrachtnemers wordt verwacht dat zij content, campagnes en meetplannen zodanig aanleveren dat deze binnen het bestaande platform (zeeland.com) kunnen worden verwerkt. Kan de aanbestedende dienst bevestigen dat directe (geautomatiseerde) koppelingen met de reeds door Provincie Zeeland gebruikte toeristische database ten behoeve van dynamic content-campagnes zijn toegestaan en worden gestimuleerd binnen de scope van percelen 2 en 4?	Nee. Het beheer, onderhoud en de technische doorontwikkeling van zeeland.com, waaronder het realiseren en beheren van koppelingen met achterliggende systemen en databases, vallen buiten de scope van deze aanbesteding en zijn belegd bij een andere opdrachtnemer.

No.	Perceel nr.	Perceel	Betreft	Vraag	Antwoord
141	1, 2, 3, 4	Concepting imago/merk, Concepting recreatie/toerisme, Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Duitse markt, Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	• Document: Aanbestedingsleidraad • Paragraaf: 4.2.3 (pagina 28) – Selectiecriteria C. Technische en beroepsbekwaamheid	• Vraag: In de leidraad staat dat inschrijvers per perceel één referentietraject moeten indienen via het format in Bijlage 4. Is het toegestaan om één en hetzelfde referentieproject (bijvoorbeeld een integraal marketingtraject waarin zowel concepting, strategie als campagnemanagement zijn uitgevoerd) te gebruiken voor meerdere percelen, mits deze per perceel afzonderlijk via Bijlage 4 wordt ingediend en de omschrijving specifiek voldoet aan de kerncompetentie van dat betreffende perceel?	Ja, dat is toegestaan. Zie ook de antwoorden op vraag 95 en 105.
142	1, 2, 3, 4	Concepting imago/merk, Concepting recreatie/toerisme, Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Duitse markt, Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt	• Document: Algemene Inkoopvoorwaarden Provincies 2022 • Paragraaf: Artikel 9 (pagina 6) – Aansprakelijkheid (in relatie tot paragraaf 2.5 en 2.7.1)	• Vraag: In artikel 9 lid 1 is de aansprakelijkheid van de opdrachtnemer staffelsgewijs beperkt op basis van de totale opdrachtwaarde (tot maximaal € 3.000.000,-). Kan de aanbestedende dienst bevestigen dat voor de bepaling van de exacte aansprakelijkheidslimiet per schadegeval wordt gekeken naar de specifieke waarde van de individueel verstrekte Nadere Opdracht, en niet naar de totale (maximale) waarde van de overkoepelende Raamovereenkomst?	Dit bevestigt de Aanbestedende dienst. Zie ook beantwoording van vraag 36.

1	1, 2, 3, 4	Concepting imago/merk, Concepting recreatie/toerisme, Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Duitse markt, Marketingstrategie, mediaplannen en campagnemanagement Nederlandse en Vlaamse markt		Mededeling aanbestedende dienst	De rangorde van documentatie is onverhoopt verkeerd opgenomen in de leidraad (paragraaf 2.4.3.) en conceptovereenkomsten (artikel 4.1). Hiervoor geldt onderstaande, gecorrigeerde rangorde: 1. Raamovereenkomst 2. Nota('s) van Inlichtingen 3. Aanbestedingsleidraad met de daarbij behorende Annexen en Bijlagen 4. Algemene inkoopvoorwaarden Provincie Zeeland 5. Inschrijving Na voorlopige gunning worden de raamovereenkomsten hierop aangepast.