

Hartelijk dank voor je interesse. Helaas is de reactietermijn verlopen en is het niet meer mogelijk te reageren op deze inhuuropdracht.

Fietscampagne



Aanvraagnummer	26955	Start	1 maart 2026
Duur	9 maanden maanden	Opleidingniveau	HBO
Opties verlenging	3 x 12 maand(en)	Regio	Gelderland
Uren per week	8 tot 20 uur	Einde inschrijfdatum	woensdag 4 februari 2026
DAS opdracht	Ja	Eindtijd	15:28 uur

Deze opdracht is geannuleerd en opnieuw gepubliceerd.

De nieuwe opdracht is te vinden onder:

<https://www.flextender.nl/opdracht/?aanvraagnr=27171>

Deze opdracht is expliciet bedoeld voor een partij, dan wel leverancier, die op alle onder benoemde deskundigheden een kandidaat kan aanleveren voor de fietscampagne.

Daarbij is een gunning aan één partij, dan wel leverancier, zeer aannemelijk.

Opdrachtverlening is onder voorbehoud van financiering. Voorzien is dat de opdrachtgever hier ruim voor de startdatum duidelijkheid over kan geven.

Organisatie

De Regio Stedendriehoek is een kleine organisatie die in touw is voor bijna een half miljoen Nederlanders. Dat zijn de inwoners van acht gemeenten in mooie streken van de Veluwe, Salland, IJsselvallei en Achterhoek. Zij willen samen met ondernemers en kennisinstellingen zorgen dat het leven in de regio goed blijft: de steden en dorpen, het landelijk gebied, werk en opleiding, verkeer en transport, ons energiesysteem en alles wat we om ons heen zien. Het doel is dat we hier samen een goed leven hebben, ook de generaties na ons. Een grote verantwoordelijkheid die steeds meer vraagt om groot denken. Waar het onmogelijk lijkt om alles goed te doen omdat het een het ander in de weg zit, gaan we het gesprek aan: hoe kan het wél? De regio wordt betaald door de gemeentes maar staat bol van de projecten en samenwerkingsverbanden met allerlei partners. Het is een echte netwerkorganisatie met een enorme dynamiek.

Opdracht

De Regio Stedendriehoek werkt via zes samenhangende programma's aan een bereikbare, leefbare en duurzame regio ([Regio Stedendriehoek | Programma's](#)). Het programma Mobiliteit richt zich onder meer op het verbeteren van de bereikbaarheid, het verduurzamen van mobiliteit en de transitie naar slimme en toekomstbestendige vormen van vervoer. Fietsstimulering speelt hierin een belangrijke rol, met name waar het gaat om het terugdringen van korte autoritten en het bevorderen van gezonde en duurzame reisalternatieven.

In aansluiting op de landelijke en regionale campagne Da's zo gefietst stimuleert de Regio Stedendriehoek inwoners, werkgevers en organisaties om vaker de fiets te gebruiken voor afstanden tot circa 15 kilometer. De regionale campagne richt zich op verschillende doelgroepen en combineert communicatie, gedragsinterventies en digitale middelen, waaronder de Da's zo gefietst-app. De campagne wordt uitgerold in de acht aangesloten gemeenten en sluit aan bij andere regionale mobiliteitsprogramma's, waaronder de werkgeversaanpak Slim Schoon Reizen.

De Regio Stedendriehoek zoekt met deze aanbesteding een professionele en ervaren opdrachtnemer die de regionale fietsstimuleringscampagne kan uitvoeren, en waar nodig, doorontwikkelen en optimaliseren. De opdracht omvat het realiseren van zichtbare en activerende communicatie, het uitvoeren van gerichte gedragsinterventies en het monitoren en evalueren van de effecten daarvan. Daarbij wordt verwacht dat de opdrachtnemer actief meedenkt over de inzet en doorontwikkeling van middelen en interventies, met als doel het vergroten van het fietsgebruik en het versterken van de effectiviteit van de campagne.

De fietscampagne

De Regio Stedendriehoek voert een regionale fietsstimuleringscampagne onder de naam Da's zo gefietst. De campagne sluit aan bij de landelijke en regionale uitgangspunten van Da's zo gefietst en is gericht op het stimuleren van fietsgebruik als volwaardig alternatief voor de auto, in het bijzonder voor korte ritten tot circa 15 kilometer. De campagne wordt uitgevoerd in alle acht aangesloten gemeenten van de regio.

De campagne richt zich op verschillende doelgroepen, waaronder inwoners, forenzen en werkgevers, (sport)verenigingen en bezoekers van dorps-, stads- en winkelcentra. Door het combineren van communicatie, gedragsinterventies en digitale middelen wordt ingezet op het vergroten van bewustwording, het verlagen van drempels om te fietsen en het daadwerkelijk veranderen van reisgedrag. Het is niet de bedoeling om een volledig nieuwe campagne te ontwikkelen.

De fietsstimuleringscampagne bestaat uit de volgende samenhangende onderdelen:

1. Algemene communicatie

Regionale communicatie-uitingen gericht op fietsstimulering, waaronder online en offlinemiddelen. De communicatie sluit aan bij de bestaande campagne-identiteit en kan waar nodig worden doorontwikkeld om de effectiviteit te vergroten.

2. Fietsapp Da's zo gefietst

De inzet van de *Da's zo gefietst*-app als instrument voor individuele en groepsuitdagingen, in combinatie met een beloningsstructuur. De app wordt ingezet voor zowel individuele gebruikers als voor werkgevers, scholen en verenigingen.

3. Gedragsinterventies

Gerichte interventies voor specifieke doelgroepen en locaties:

1. Forenzen: een keuzepakket voor bedrijven en bedrijventerreinen gericht op woon-werkverkeer. Deze bestaat uit onder andere met het plaatsen van uitingen door het kantoor en het faciliteren van een e-bike uitprobeeractie. Dit onderdeel van de campagne wordt in een nauwe samenwerking met de regionale werkgeversaanpak uitgerold. Onderdeel van deze interventie kan ook het inzetten van een bedrijfsuitdaging zijn in de Da's zo gefietst app.
2. Korte autoritten van en naar winkelcentra, dorpscentra en binnensteden: specifiek bebording om mensen te attenderen op fietsparkeren, expositieborden en uitingen gericht op de

automobilist (screensaver op parkeerautomaten, trap en liftstickers voor in parkeergarages).

3. 'Flitsinterventies': gericht op specifieke momenten of evenementen. Denk hierbij aan festivals, wegwerkzaamheden, de IJsselbiënnale of de *Fiets naar je werk dag*.

4. *Monitoring en evaluatie*

Het monitoren en evalueren van de uitgevoerde communicatie en interventies, met als doel inzicht te verkrijgen in bereik, gebruik en effectiviteit en op basis daarvan de campagne bij te stellen.

De genoemde onderdelen vormen gezamenlijk de basis van de fietsstimuleringscampagne. Deze onderdelen zijn in de huidige vorm reeds ontwikkeld. De opdracht richt zich nadrukkelijk op de uitvoering. Daarbij hoort ook monitoring en gewenste doorontwikkeling en optimalisatie van de onderdelen, in samenhang en in afstemming met de Regio Stedendriehoek en haar partners.

Scope voor 2026:

De opdracht richt zich op de uitvoering, doorontwikkeling en optimalisatie van de regionale fietsstimuleringscampagne *Da's zo gefietst* in 2026. De opdrachtnemer is verantwoordelijk voor het realiseren van zichtbare communicatie, het uitvoeren van gedragsinterventies, het inzetten en doorontwikkelen van digitale middelen, en het monitoren en evalueren van resultaten. De werkzaamheden omvatten de volgende onderdelen:

1. Algemene communicatie

1. Uitrollen van een regionale communicatiecampagne gericht op fietsstimulering in alle acht gemeenten van de regio.
2. Doorontwikkeling van bestaande middelen en creatie van nieuwe communicatie-uitingen waar nodig, in aansluiting op de campagne-identiteit.
3. Het doel is om in 2030 40% van alle verplaatsingen in de regio op de fiets te laten plaatsvinden (in 2022 was dit 36%, bron: ODIN)

2. Fietsapp *Da's zo gefietst* (1 januari 2027, dan wel 1 juni 2026)

1. Ontwikkelen en uitrollen van minimaal drie individuele uitdagingen voor app-gebruikers.
2. Onderhouden en uitbreiden van het netwerk van beloningspartners met voor gebruikers aantrekkelijke beloningen.
3. Promotie van de app, inclusief het koppelen van app-uitdagingen aan de algemene communicatiemiddelen.

4. Streefwaarden voor 2026:

10. 10.000 downloads van de app in december 2026.

11. Actieve deelname van minimaal vijf nieuwe bedrijven en/of (sport)organisaties.

5. Gedragsinterventies

1. Forenzen en organisaties

1. Uitrol en begeleiding van minimaal acht organisaties.
2. Afstemming met de regionale werkgeversaanpak *Slim Schoon Reizen*.

- Indien gewenst, integratie van de app als onderdeel van de interventies.

1. Dorps-, stads- en winkelcentra

1. Implementatie van interventies op minimaal zes locaties in de regio.

2. Flitsinterventies

1. Uitrol van minimaal drie flitsinterventies

3. Monitoring, evaluatie en bijstelling

1. Systematische monitoring van de uitgevoerde communicatie en interventies, het gebruik van een focusgroep is hierbij gewenst (reactie op communicatie en interventies, houding t.a.v. gewenst gedrag). Tevens zal gebruik gemaakt worden trends in tellingen van fietsgebruik op representatieve kruisingen (NDW-data). De specifieke punten en tellingen zullen door de Regio Stedendriehoek aangeleverd worden.
2. Driemaandelijksse rapportages over de bereikte resultaten en effectiviteit van de middelen.
3. Op basis van monitoring en evaluatie stelt de opdrachtnemer verbeteringen en bijstellingen voor, in overleg met de opdrachtgever.
4. Monitoring en evaluatie vormen tevens input voor mogelijke verlenging van de opdracht in de daaropvolgende jaren.

De uitvoering van de fietsstimuleringscampagne vindt plaats in nauwe samenwerking met de Regio Stedendriehoek en haar partners. De projectleider van de fietsstimulering is het primaire aanspreekpunt namens de regio en coördineert de inzet van casussen vanuit de acht gemeenten en de regionale werkgeversaanpak Slim Schoon Reizen.

De opdrachtnemer is verantwoordelijk voor:

1. Het uitvoeren van de opdracht binnen de afgesproken kaders;
2. Afstemming en communicatie met de verschillende stakeholders, waaronder gemeenten, werkgevers, scholen, verenigingen en andere relevante partijen;
3. Proactief adviseren over kansen voor doorontwikkeling, innovatie en verbetering van de campagne;

4. rapportage over voortgang, resultaten en aanbevelingen aan de projectleider.

De opdrachtnemer werkt zelfstandig binnen deze kaders, maar stemt strategische keuzes en bijstellingen van interventies en middelen regelmatig af met de projectleider en communicatieadviseur van de regio. De samenwerking is gebaseerd op een transparante en efficiënte communicatie, zodat de uitvoering van de campagne aansluit bij de regionale doelstellingen en planning.

Voor de bijlagen, zie onderstaande link:

<https://www.transfERNOW.net/dl/20260203NN0Ctz2U>

Vereisten / knock-outcriteria

1. Een aantoonbaar zelf geschreven offerte en plan van aanpak, waarin de in te zetten specialismes en deskundigheden van de backoffice inzage geverifieerd kunnen worden;
2. Gedurende de overeenkomst is de opdrachtnemer aansprakelijk gedurende de hele looptijd , inclusief de verlengingen, voor de inzet en kwaliteit van de inzet van het team;
3. Gedurende de overeenkomst is de opdrachtnemer in staat om de kandidaten te ondersteunen en te voorzien van de benodigde opleiding(en), training(en), cursus(sen), kennis en bijscholing;
4. Gedurende de opdracht zal de opdrachtnemer, dan wel leverancier, de kennis en ervaring gedurende de opdracht delen met alle belanghebbenden binnen de organisaties;
5. De inrichting van het team en de inschrijving dient ingericht te zijn conform de volgende projectrollen. De projectleider dient te fungeren als accountmanager, vast aanspreekpunt en klankbord voor de opdrachtgever en de overige functies hierboven beschreven zullen allemaal op projectmedewerker niveau ingedeeld worden.

Selectiecriteria (weging, totaal 100 punten)

6. Aantoonbare werkervaring met vraagstukken vanuit het programma Mobiliteit (40 punten);
7. Een door de partij geschreven plan van aanpak, dat ingaat op (zie aan te leveren door): effectieve invulling van de vraag; invulling van het hele project; afstemming opdrachtgever; borging kwaliteit (30 punten);
8. Samen met de offerte dienen er een door de partij meerdere, maar maximaal 5, voorbeelden (referenties) van vergelijkbare campagnes te worden aangeleverd (30 punten).

Geef in het cv duidelijk aan in hoeverre u / de door u aangeboden kandidaat aan het bovengenoemde profiel voldoet.

Beoordeling door Regio Stedendriehoek:

Vereisten / knock-outcriteria

1. Ervaring met gedragsbeïnvloeding en mobiliteitscampagnes:
 1. Aantoonbare ervaring met het opzetten, uitvoeren en monitoren van campagnes gericht op gedragsverandering, bij voorkeur op het gebied van mobiliteit en/of fietsgebruik.
 2. Kennis van effectieve communicatie- en gedragsinterventies voor diverse doelgroepen, zoals inwoners, werkgevers, scholen en verenigingen;
2. Community-building en stakeholdermanagement:
 1. Vermogen om effectief samen te werken met lokale overheden, gemeenten, bedrijven, scholen en andere stakeholders.
 2. Ervaring met het werven, activeren en betrekken van werkgevers, verenigingen en andere partners in een gedragscampagne.
3. Creatief vermogen en digitale toepassing:
 1. Creatief vermogen om bestaande campagnes door te vertalen naar nieuwe en aansprekende uitingen en toepassingen, zowel fysiek als digitaal (bijv. apps, online communicatie, print).
4. Beschikbaarheid en capaciteit
 1. Beschikbaarheid van het team voor de volledige looptijd van de opdracht, inclusief eventuele verlengingen.
 2. Voldoende capaciteit en gedragswetenschappelijke expertise om de uitrol, monitoring, evaluatie en doorontwikkeling van de campagne te waarborgen.

Selectiecriteria (weging, totaal 100 punten)

De inschrijvingen worden beoordeeld op basis van onderstaande selectiecriteria. De totale score bedraagt 100 punten.

1. Overkoepelende uitvoeringsstrategie en voorgestelde aanpak (10 punten)

De mate waarin een opdrachtnemer een bestaande campagne kan overnemen, uitvoeren monitoren en bijsturen. Het gaat om een integrale strategie voor de scope van 2026: de algemene communicatiecampagne, mogelijk de inzet van de Da's zo gefietst app, de gedragsinterventies en de monitoring, evaluatie en bijstelling van de genoemde onderdelen.

2. Effectieve uitrol van algemene campagne (10 punten)

De aangetoonde effectiviteit en uitvoerbaarheid van uw voorstel voor de uitvoer van de algemene campagne. Onderbouw ook het verwachte bereik.

3. Doelgerichte inzet van de Da's zo gefietst-app (10 punten)

De effectiviteit en uitvoerbaarheid van de voorgestelde inzet van de app als gedragsinstrument, inclusief uitdagingen, activatie en koppeling aan andere interventies.

4. Uitvoering van gedragsinterventies op locatie (10 punten)

De effectiviteit en uitvoerbaarheid van de aanpak voor gedragsinterventies bij organisaties, bedrijventerreinen en dorps-, stads- en winkelcentra.

5. Community-building en partnerschappen (10 punten)

De aanpak voor het opbouwen en onderhouden van een actieve community van werkgevers, verenigingen en beloningspartners, met aansprekende beloningen voor gebruikers en duurzame betrokkenheid van partners.

6. Monitoring, evaluatie en bijstelling campagnestrategie (20 punten)

Een passende en geschikte monitoring- en evaluatieaanpak, gericht op inzicht, bijsturing en doorontwikkeling van de campagne. Het betreft ook de mate waarin de inschrijver gedragswetenschappelijk onderbouwd de campagnestrategie kan bijstellen aan de hand van de monitoring en evaluatie.

7. Prijs (30 punten)

De transparantie en redelijkheid van de prijsstelling, inclusief uurtarieven per functiegroep (bijv. projectleiding, creatie, uitvoering) en raming per werkpakket.

Geef in het cv duidelijk aan in hoeverre u / de door u aangeboden kandidaat aan het bovengenoemde profiel voldoet.

Looptijd, budget en randvoorwaarden

De opdracht is modulair opgebouwd. Wij starten met de eerste twee onderdelen voor het gehele jaar. De mogelijkheid is dat de fietsapp vanaf 1 juni onderdeel wordt van deze opdracht. Intentie om de uitvoer van fietsstimulering zo veel mogelijk bij een partij neer te leggen.

Bij gunning start de opdracht op 1 maart 2026 en heeft een initiële looptijd tot en met 31 december 2026. Na afloop van het eerste contractjaar bestaat de mogelijkheid tot jaarlijkse verlenging per 1 januari, waarbij de uitvoering en doelstellingen ongewijzigd blijven, De overeenkomst betreft initieel de periode van een jaar;

opdrachtgever kan de overeenkomst zonder opgave van redenen niet verlengen en op andere wijze invulling geven aan de uitvoering van de beschreven werkzaamheden. Er zijn maximaal drie verlengingen van een jaar mogelijk. De maximale looptijd van de opdracht, inclusief alle verlengingen, kan tot 31 december 2029 zijn. Een verlenging, die voor het eerst in 2027 aan de orde kan zijn, heeft een indicatieve omvang van €145.000,- voor de uitvoering van de werkzaamheden in het betreffende kalenderjaar.

De verwachte totale omvang van de opdracht betreft €565.000,- (dit komt voort uit de indicatieve kosten van €130.000,- voor 2026 en drie jaarlijkse verlengingen. De opdracht is voor de totale looptijd gemaximeerd op €900.000,-. Alle genoemde bedragen zijn exclusief BTW.

De opdracht is géén fixed price; de inzet wordt gefaseerd afgestemd en geëvalueerd.

De in uw offerte opgenomen prijsstelling geldt als richtinggevend. Indien na gunning sprake is van een niet onderbouwde verhoging van kosten, behoudt de opdrachtgever zich het recht voor de overeenkomst te ontbinden.

Op de eventuele opdracht worden de inkoopvoorwaarden van de Algemene Inkoopvoorwaarden voor Leveringen en Diensten gemeenten Regio Stedendriehoek van toepassing verklaard.

Indicatief prijsstelling offerte voor 2026:

Algemene campagne	€40.000,-
Fietsapp	€35.000,- (indien dit onderdeel wordt van de op 1 juni 2026
Gedragsinterventies	€35.000,-
Monitoring en Evaluatie	€20.000,-
Totaal	€130.000,-

Beoordeling

Overzicht in te dienen documenten

Plan van aanpak (maximaal twaalf pagina's), deze bevat de volgende onderdelen:

1. Campagnestrategie en concept (maximaal drie pagina's, draagt bij aan de beoordeling van criteria 1 en 2)
 1. Beschrijving van de overkoepelende campagnestrategie voor *Da's zo gefietst*.
 2. Voorstel voor de uitrol van de algemene campagne, inclusief toelichting op het conceptueel en creatief uitgangspunt. Uw voorstel sluit aan op de bestaande landelijke en regionale campagne.
 3. De onderbouwing van effectiviteit (bereik en gedragswetenschappelijk)
2. Inzet en doorontwikkeling communicatiecampagne van de fietsapp (maximaal twee pagina's, draagt bij aan de beoordeling van criterium 3)
 1. Voorstel voor de inzet van de *Da's zo gefietst*-app als gedragsinstrument binnen de campagne.
 2. Beschrijving van uitdagingen, activiteiten en koppeling aan algemene communicatie en interventies.
3. Community-building en partnerschappen (maximaal twee pagina's, draagt bij aan de beoordeling van criteria 5)
 1. Aanpak voor het werven en duurzaam betrekken van werkgevers, verenigingen en beloningspartners als deelnemers en ambassadeurs voor de campagne.
 2. Beschrijving van het type beloningen dat wordt nagestreefd en hoe deze aansluiten bij de belevingswereld van de gebruiker.
 3. Toelichting op hoe partners onderdeel worden van een actieve community.
4. Gedragsinterventies op locatie (maximaal drie pagina's, draagt bij aan de beoordeling van criteria 4)
 1. Beschrijving van de aanpak voor interventies bij organisaties, bedrijventerreinen en dorps-, stads- en winkelcentra.

Hierbij dient u uit te gaan van de volgende twee hypothetische scenario's:

- Een organisatie met vijftig medewerkers. Deze bevinden zich in een pand met twee verdiepingen (trap en een lift). De werkgever wil ook graag een fietsuitprobeeractie met pop-up hub met drie speed pedelecs en twee reguliere e-bikes, De interventie duurt drie weken. Deze bevat qua werkzaamheden in ieder geval:
 - Startoverleg met de werkgever over afstemming van de middelen het hoe en wanneer de interventie geplaatst dient te worden. Hiervoor mag u een uur rekenen en ervan

uitgaan dat de werkgever het volledige pakket afneemt (zie bijlage 2 en 3).

- Het plaatsen en weer verwijderen van de interventie.
- Afstemming over de huur en plaatsing van de uitprobeer e-bikes. Hiervoor mag u een uur rekenen. De huur van de fietsen voor de uitprobeeractie valt niet onder uw opdracht. Het faciliteren van en de communicatie over de e-bikes hoort wel bij uw opdracht.
- Een interventie in de binnenstad van Apeldoorn. Deze interventie is zowel in de openbare ruimte als in twee parkeergarages (zie bijlagen 1 en 3). Deze interventie, tussen het plaatsen van de uitingen en het verwijderen, duurt vier weken. Deze bevat qua werkzaamheden in ieder geval:
 - Intakegesprek met de gemeente over de locaties en de keuze van de middelen. De gemeente organiseert zelf dat alle relevante stakeholders aan tafel zitten. Voor dit gesprek mag u uitgaan van een uur.
 - Gesprek met gemeente over definitieve ontwerpen. Hiervoor mag u uitgaan van een uur.
 - Het plaatsen en weer verwijderen van de interventie.

1. Voorstel voor flitsinterventies en tijdelijke acties.

2. Samenwerking met gemeenten en de werkgeversaankpak *Slim Schoon Reizen*.

5. Monitoring, evaluatie en bijstelling (maximaal twee pagina's, draagt bij aan de beoordeling van criteria 6)

1. Voorstel voor monitoring en evaluatie, inclusief KPI's en meetmethoden.
2. Inzet van kwantitatieve en kwalitatieve methoden (bijv ODIN. data-analyse, focusgroepen).
3. Beschrijving hoe inzichten worden vertaald naar bijsturing en doorontwikkeling van de campagne.

Projectteam (maximaal drie pagina's), deze bevat de volgende onderdelen:

1. Beschrijving van de projectorganisatie en werkwijze (maximaal 1 pagina)
2. Overzicht van het in te zetten team, inclusief rollen, verantwoordelijkheden, beschikbaarheid en maximaal twee referentieprojecten per teamlid. (maximaal twee pagina's)

Het overzicht van het projectteam draagt bij aan de beoordeling van criteria 1 t/m 6.

Vier referentieprojecten (maximaal vier pagina's), deze bevat de volgende onderdelen:

1. Korte beschrijving van het project (doel, doelgroep, looptijd).
2. Beschrijving van uitgevoerde werkzaamheden.
3. Resultaten en effecten (bij voorkeur meetbaar).
4. Relatie met gedragsverandering, mobiliteit en/of fietsstimulering.

De referentieprojecten dragen bij aan de beoordeling van criteria 1 t/m 6.

Planning en inzet 2026 (maximaal twee pagina's), deze bevat de volgende onderdelen:

- Globale planning voor 2026 per werkpakket, inclusief belangrijkste mijlpalen.
- Indicatie van inzet per werkpakket (uren of fasering).

De planning en inzet draagt bij aan de beoordeling van criteria 1 t/m 6.

Prijsblad (maximaal drie pagina's)

1. Specificatie van uurtarieven per functiegroep
2. Kostenraming per werkpakket voor 2026, binnen het geschatte jaarbudget., evenals verwacht bereik.
3. Eventuele aannames of randvoorwaarden duidelijk benoemd.
4. Wij vergelijken de indicatieve prijzen en uurtarieven.

Het prijsblad draag bij aan de beoordeling van criterium 7.

Beoordeling

Stap 1: Beoordeling offertes op minimumeisen

Flex tender beoordeelt de offertes op de minimumeisen in het bovengenoemde profiel. Kandidaten die voldoen aan de minimumeisen in het bovengenoemde profiel worden geselecteerd voor stap 2 in de beoordeling. De kandidaten die niet voldoen worden niet verder beoordeeld.

Stap 2: Selectie tien (10) offertes die aan de organisatie worden voorgelegd

Flex tender beoordeelt de offertes van de kandidaten die voldoen aan de minimumeisen in het bovengenoemde profiel in onderlinge vergelijking op de bovengenoemde "gunningscriteria te beoordelen door Flex tender".

De tien (10) kandidaten die het beste scoren op bovengenoemde criteria worden geselecteerd voor stap 3 in de beoordeling. Bij een gelijke score is het uurtarief doorslaggevend. De overige kandidaten worden niet voorgelegd aan de opdrachtgever voor verdere beoordeling.

Stap 3: Uitnodiging voor een selectiegesprek

De opdrachtgever beoordeelt de offertes van de kandidaten die door Flextender zijn geselecteerd in onderlinge vergelijking op de volgende criteria.

1. Relevante werkervaring op soortgelijke opdrachten.
2. Relevante werkervaring bij soortgelijke organisaties.

De kandidaten die na deze beoordeling het beste scoren op de beoordeelde gunningscriteria worden uitgenodigd voor een selectiegesprek (stap 4 in de beoordeling). De beste kandidaten worden uitgenodigd voor een gesprek. De overige kandidaten worden niet uitgenodigd voor een gesprek.

Stap 4: Selectiegesprek

In het selectiegesprek wordt door de opdrachtgever nader getoetst in hoeverre de betreffende kandidaten voldoen aan het bovengenoemde profiel (met name wordt getoetst op de competenties). Het selectiegesprek wordt gevoerd met minimaal twee vertegenwoordigers van de organisatie. De kandidaten dienen op elke competentie minimaal een voldoende te scoren. Indien geen van de geselecteerde kandidaten op alle competenties minimaal een voldoende scoort zal stap drie van de beoordeling worden herhaald.

De opdracht wordt gegund aan de kandidaat die naar het oordeel van de organisatie het beste voldoet aan het bovengenoemde profiel. Alle overige kandidaten worden geïnformeerd dat de opdracht niet aan hen wordt gegund. Er wordt een opschortende termijn gehanteerd ter behandeling van eventuele bezwaren.

Fee Flextender

Flextender brengt voor deze opdracht €1,90 in rekening bij de winnende leverancier.

Benodigd aantal professionals

1 team.

CV-eisen

Maximaal 5 pagina's, opgesteld in het Nederlands, minimaal 2 referenties.

Werkdagen

De opdracht wordt vervuld op de volgende werkdagen: Ma – Di – Wo – Do – Vr.

Planning

De gesprekken bij de opdrachtgever zijn gepland in de week van 24 februari 2026. De kandidaten

die hiervoor uitgenodigd zijn, ontvangen zo spoedig mogelijk bericht. Overige kandidaten ontvangen na de gesprekken bericht over de voortgang van deze inhuuropdracht.

Overige informatie

- De opdrachtgever zal om een Verklaring Omtrent het Gedrag (VOG) vragen.
- Indien opdrachtnemer personeel ter beschikking stelt, staat opdrachtnemer in het handelsregister geregistreerd als bedrijf dat personeel ter beschikking stelt (conform Waadi).

Meer informatie

Vragen kunnen ingediend worden tot maandag 2 februari 2026, 09:00 uur. De vragen en bijbehorende antwoorden worden op woensdag 4 februari 2026 gepubliceerd op onze website. Inhoudelijke vragen kunt u indienen bij Flextender, via de onderstaande button. Vragen omtrent de procedure kunt u telefonisch stellen. Flextender is bereikbaar op telefoonnummer 035-7510777.

De reactietermijn van deze inhuuropdracht duurt tot maandag 16 februari 2026, 09:00 uur. Tot die tijd kunt u reageren.