



14. Oktober 2019

## Pressemitteilung

# AOK mit neuem Content-Dienstleister für Versichertenkommunikation

Berlin. Die AOK-Gemeinschaft hat sich für einen neuen Content-Dienstleister in der Versichertenkommunikation entschieden. Ab nächstem Jahr setzt die Gesundheitskasse auf das Knowhow von Serviceplan (Berlin) und Heinrich Bauer Verlag (Hamburg). Die beiden Unternehmen hatten sich als Bietergemeinschaft im Rahmen einer Ausschreibung beworben und zuletzt gegen insgesamt vier weitere Bieter durchgesetzt. Der Vertrag läuft vier Jahre. Mit der Entscheidung für einen neuen Content-Dienstleister wird sich die AOK ab 2020 auch kommunikationsstrategisch neu ausrichten.

Die AOK wird künftig ihre Versichertenzielgruppen noch differenzierter ansprechen und stärker auf digitale Inhalte und Kanäle setzen. Neben vier zielgruppenspezifischen Magazinen wird es einen Content Hub auf der aok.de, neue Kanäle in sozialen Medien und Kooperationen mit Influencern geben. Die bundesweiten Inhalte der Privatkundenkommunikation werden ab sofort in dem neu eingerichteten 15-köpfigen AOK-Content Room produziert. Dieser wird von Michael Häutemann, bis zuletzt Geschäftsführer der Berliner PR und Content Marketing Agentur Publiplikator, geleitet.

Die neuen Dienstleister sehen sich für die Aufgabe bestens gerüstet: „Mit dem Bauer Verlag haben wir den bestmöglichen Partner für diese spannende und umfangreiche Aufgabe. Wir ergänzen uns ideal und sind redaktionell, digital,



technologisch und kreativ exzellent aufgestellt“, sagt Benedikt Göttert, Standortchef des Berliner „Haus der Kommunikation“ der Serviceplan Gruppe.

„Wir freuen uns sehr auf diese großartige Aufgabe und die Chance gemeinsam mit Serviceplan unser fachliches und journalistisches Knowhow in dieses zukunftsweisende Projekt einbringen zu können“, erklärt Uwe Bokelmann, Chefredakteur beim Heinrich Bauer Verlag und des „Haus der Gesundheit“, dem maßgeschneiderten Agenturmodell von Serviceplan und Bauer für die AOK-Gemeinschaft.

Mit der neuen Aufstellung verfolgt die AOK-Gemeinschaft ein klares Ziel: „Wir wollen die erste Anlaufstelle zum Thema Gesundheit für unsere mehr als 26 Millionen Versicherten sein. Mit dem AOK-Content Room und dem ‚Haus der Gesundheit‘ sind wir ideal aufgestellt, um Content zu produzieren, der genau zu ihren Bedürfnissen, ihrer Region und ihren Mediennutzungsgewohnheiten passt“, sagt Steve Plesker, Geschäftsführer Markt/Produkte beim AOK-Bundesverband.

Neben der Content-Erstellung wurde auch der Druck der Versichertenzeitschriften ausgeschrieben. Diesen Auftrag konnte sich der bisherige Content-Dienstleister, die wdv-Gruppe aus Bad Homburg, sichern: „Wir freuen uns, in diesem Segment Partner der AOK zu bleiben und unsere Kompetenzen weiter einbringen zu können“, sagt Volker Bergmann, Head of Sales beim wdv. Die Ausschreibung für den Versand der Versichertenmagazine wurde am 10. Oktober veröffentlicht.

Die Ausschreibung für das Content Marketing und Corporate Publishing für AOK-Versicherte wurde fachlich von der Agentur Management Beratung cherry-picker und vergabe- sowie vertragsrechtlich von der Kanzlei Gleiss Lutz begleitet. Die Ausschreibung für den Druck der Versichertenmagazine wurde fachlich von der Beratung ClueOne und vergabe- sowie vertragsrechtlich ebenfalls von



---

der Kanzlei Gleiss Lutz begleitet.

**KONTAKT UND INFORMATION**

Kai Behrens | 030 346 46 23 09 | 0152 015 630 42 | [presse@bv.aok.de](mailto:presse@bv.aok.de)

AOK-Bundesverband | Rosenthaler Straße 31 | 10178 Berlin