

Pressemitteilung

Ausschreibung: AOK auf Agentursuche für Versichertenkommunikation

Berlin/Hamburg, 06.03. 2023

Die AOK-Gemeinschaft schreibt turnusmäßig ihren Content-Marketing-Etat für die Zielgruppe AOK-Versicherte aus. In drei einzelnen Ausschreibungen werden Partner für Content-Lead, Social-Media und Media gesucht. Die drei Ausschreibungen umfassen ein Gesamtbudget von rund 55 Millionen Euro (ohne Druck und Versand) über eine Laufzeit von vier Jahren. Die Bewerbungsfrist für Agenturen läuft 30 Tage bis zum 4. April 2023. Aktueller Etathalter ist Bauerserviceplan mit Sitz in Berlin.

Bei der größten von insgesamt drei Ausschreibungen geht es um die Besetzung einer Lead-Agentur für die Versichertenkommunikation aller elf regionalen AOKs. Die Lead-Agentur soll das gesamte Content-Marketing und Corporate Publishing – von der kanalübergreifenden Content-Strategie über Online bis zu Newslettern und Magazinen – für die Zielgruppe AOK-Versicherte übernehmen. Die Lead-Agentur fungiert als erster Ansprechpartner für den AOK-Contentroom bei gemeinschaftlichen Themen sowie für die jeweiligen AOKs bei regionalen Themen.

Mit der zweiten Ausschreibung sucht die AOK eine Social-Media-Agentur. Dieser Partner wird verantwortlich sein für die organische Content-Produktion, die Anlieferung, Veröffentlichung und Einplanung im Bereich der gemeinschaftlichen Social-Media-Kanäle und -Formate der AOK-Gemeinschaft.

Bei der dritten Ausschreibung geht es um eine Mediaagentur. Diese ist verantwortlich für Kampagnen – bezahlte Content-Distribution – der Versichertenkommunikation über sämtliche gemeinschaftlichen Kanäle der AOK-Gemeinschaft.

Die Ausschreibungen für Lead- und Social-Media-Agentur wurden am 3. März an das EU-Amtsblatt zur Veröffentlichung der Bekanntmachung versendet. Der Beginn der Ausschreibung Mediaagentur ist für den 5. Mai geplant. Im Laufe

des Jahres kommen zwei weitere Ausschreibungen dazu, in denen Dienstleister für Druck und Versand gesucht werden.

Jens Martin Hoyer, der im AOK-Bundesverband verantwortliche Vorstand, betont die Wichtigkeit der Agentursuche: „Die AOK ist für mehr als 27 Millionen Versicherte eine der ersten Anlaufstellen, wenn es um ihre Gesundheit geht. In den letzten Jahren haben wir erfolgreich ein reichweitenstarkes multimediales Medien-Ökosystem aufgebaut, das in Print, Online und Social Media unsere Versicherten mit unterhaltsamen, evidenz-basierten Content rund um Gesundheit versorgt.“

Auch Steve Plesker, Geschäftsführer Markt/Produkte im AOK-Bundesverband, betont in diesem Kontext die hohe Relevanz der Agentursuche: „Wir wollen uns nicht ausruhen, sondern stetig besser werden. Wir suchen nach Agenturen, die uns auf diesem Weg begleiten. Dazu braucht es Strategie- und Datenkompetenz, medizinische und sozialversicherungsrechtliche Fachexpertise, eine gehörige Portion Kreativität und operative Exzellenz, um hunderte von Content Pieces pro Monat zu produzieren, die höchstens Standards entsprechen. Eine komplexe Aufgabe, die nicht ohne eine entsprechende Größe und Erfahrung mit vergleichbar großen Aufträgen zu meistern ist.“

Für die künftigen Dienstleister wird die Institution des sogenannten Contentrooms der AOK sehr wichtig sein. Er bildet das Herzstück der gemeinschaftlichen Versichertenkommunikation und agiert als strategischer Partner aller AOKs, indem er alle AOKs im gemeinschaftlichen Themen- und Content-Management miteinander vernetzt und die gemeinschaftliche Zusammenarbeit mit den Auftragnehmern organisiert. Dabei stellt er eine kanalübergreifende und integrierte Kommunikation für die AOK-Gemeinschaft sicher, gewährleistet die Qualitätssicherung der Inhalte und schafft mit geeigneten Tools und Abstimmungsformaten Transparenz über alle Themen.

Die Zusammenarbeit mit den neuen Partnern soll im 1. Quartal 2024 beginnen und umfasst einen Zeitraum von vier Jahren.

Ausführliche Informationen zur Ausschreibung sowie die Möglichkeit zur kostenlosen Registrierung von Unternehmen für eine Teilnahme an dem Verfahren finden Sie nach der Bekanntmachung der Ausschreibungen im EU-Amtsblatt (www.ted.europa.eu) über den dort hinterlegten Link oder direkt auf dem Deutschen Vergabeportal (www.dtv.de).