

Aufgabenbeschreibung

1. Allgemeines

Mit 3,1 Millionen Versicherten und einem Haushaltsvolumen von über 18,5 Milliarden Euro ist die AOK Niedersachsen bundesweit die siebtgrößte Krankenkasse unter den gesetzlichen Krankenkassen. In Niedersachsen ist die AOK Marktführerin. An über 100 Standorten betreuen rund 7.400 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter die Versicherten in allen Angelegenheiten rund um die Gesundheit. Ein positiver Mitgliederrend, eine solide Haushaltsführung sowie effiziente Strukturen verschaffen der AOK Niedersachsen eine sichere Finanzbasis. Neben einem umfangreichen Leistungsspektrum für die Absicherung im Krankheits- und Pflegefall bietet die AOK Niedersachsen viele Zusatzangebote – von verschiedenen Wahlтарifen über hervorragende Gesundheitsprogramme hin zu attraktiven Mehrleistungen. Eine hohe Kundenzufriedenheit und Empfehlungsbereitschaft belegt die Kundenorientierung der Gesundheitskasse.

Die AOK gestaltet Gesundheit, stärkt jeden individuell, übernimmt Verantwortung und macht Nähe erlebbar. Sie versteht sich als verlässliche Partnerin für die Gesundheit ihrer (potenziellen) Versicherten und Mitarbeitenden und steht ihnen auch in Zeiten des Wandels beständig zur Seite. Sie versteht sich als Gestalterin im Gesundheitswesen. In einer zunehmend komplexen und dynamischen Welt ist das Ziel, dass Versicherte spüren und erleben, dass die AOK ihnen als Ansprechpartnerin und Begleiterin in allen Lebensphasen zur Seite steht – sowohl im Präventions-Bereich (Gesundheitsförderung) als auch in der Versorgung (im Krankheitsfall). Diese Vision bietet Orientierung und stärkt Vertrauen angesichts gesellschaftlicher, technologischer und politischer Veränderungen.

Die Identität und Markenstrategie der AOK vereint traditionelle Werte mit einem modernen Anspruch: Die Verantwortung der AOK reicht dabei über die medizinische Versorgung hinaus: Sie umfasst auch das Ziel, soziale, ökologische und ökonomische Nachhaltigkeit zu fördern und damit einen Beitrag zu einer gesunden Gesellschaft zu leisten. Nähe und Verantwortungsbereitschaft prägen die Interaktion der AOK mit Versicherten und Partnern, sei es im persönlichen Gespräch, digitalen Kontakt oder in der Zusammenarbeit.

Die AOK hat vier Markenwerte, die gemeinsam das Markenleitbild bilden:

- Gesundheit gestalten
- Verantwortung übernehmen
- Nähe erlebbar machen
- Jeden individuell stärken

Diese vier Markenwerte bilden sich um den Markenkern "Die Gesundheitskasse." herum und definieren die Haltung und das Handeln der AOK. Damit hebt sie sich klar vom Wettbewerb ab; keine andere Krankenkasse außer der AOK bezeichnet sich als Gesundheitskasse.

2. Ausschreibungsgegenstand

Die Auftraggeberin sucht eine Kreativ- und Social-Media-Agentur für die Beratung, Konzeption, Planung, Entwicklung, Gestaltung und – optional – für die Umsetzung von Werbe- und Kundenbindungsmaßnahmen aller Art. Zielbild ist ein Modell, bei dem die Agentur die strategische und konzeptionelle Ausgestaltung übernimmt und grundlegende Werbemittelvorlagen ("Master-Assets") erstellt. Die operative Umsetzung der Werbemittel sowie deren Adaption wird sowohl intern durch die AOK als auch – per gesondertem Einzelauftrag - von der Agentur übernommen. Dazu gehören die Umsetzung, Produktion und Ausspielung. Einzelheiten ergeben sich aus der Leistungsbeschreibung.

Die Agentur wird mit weiteren bestehenden Dienstleistern der Auftraggeberin eng zusammenarbeiten. Die Agentur soll dabei partnerschaftlich, kooperativ und auf Augenhöhe mit der Auftraggeberin und ihren anderen Partnern arbeiten. Die Zusammenarbeit erfolgt auf Basis von Einzelaufträgen. Jedes Projekt wird auf Basis eines oder mehrerer Briefings der Auftraggeberin durch die Agentur kalkuliert. Auf Grundlage dessen wird ein Kostenvoranschlag erstellt und von der Auftraggeberin einzeln beauftragt.

Die Agentur übernimmt nach Beauftragung der Auftraggeberin die Entwicklung von kreativen Gesamt- und Einzelkonzepten für alle relevanten Kommunikationskanäle inkl. der textlichen und ggf. redaktionellen sowie grafischen Ausgestaltung und Übergabe offener Daten der Master-Assets.

Beabsichtigt ist der Abschluss einer Rahmenvereinbarung auf deren Grundlage Einzelaufträge erteilt werden. Die Laufzeit beträgt 24 Monate, optional besteht die Möglichkeit zu einer zweimaligen Verlängerung um je ein Jahr. Eine Verlängerung erfolgt jeweils im Oktober. Eine genaue Festlegung des Inhaltes der Einzelaufträge ist derzeit noch nicht möglich, in den letzten Jahren betrug das Auftragsvolumen durchschnittlich ca. 1.000.000 Euro netto/Jahr. Er richtet sich nach den jeweiligen Marktanforderungen. Ein Anspruch auf Erteilung von Einzelaufträgen besteht nicht.

Die Auftraggeberin hält sich im Rahmen der Ausschreibung vor, dem Auftragnehmen den Tools im Bereich der Kollaboration oder KI-Integration vorzugeben.

2.1 Onboarding

Für einen erfolgreichen Projektstart ist eine gemeinsame Onboarding- und Transitionsphase im Zeitraum vom 01.01.2027 bis 28.02.2027 vorgesehen.

Ziel dieser Phase ist die strukturierte, vollständige und möglichst risikoarme Überführung sämtlicher relevanter Informationen, Prozesse, Zugänge, Assets, Dokumentationen und Arbeitsweisen von den bisherigen Agenturen auf die neue Agentur. Der Schwerpunkt liegt dabei auf dem Wissenstransfer sowie der organisatorischen und technischen Übergabe.

Die Onboarding- und Transitionsphase umfasst ausdrücklich keine operative Leistungserbringung. Insbesondere sind die Konzeption, Erstellung, Steuerung oder Umsetzung von Kommunikations-, Kreativ-, Kampagnen- oder Social-Media-Maßnahmen nicht Bestandteil dieser Leistungsphase.

Im Rahmen des Onboardings erfolgt der grundlegende Wissenstransfer zur Zusammenarbeit mit der AOK Niedersachsen, die Einführung in bestehende Prozesse und Tools sowie die Übergabe relevanter Informationen durch die derzeitigen Agenturpartner.

Darüber hinaus erhält die neue Agentur umfassende Informationen zur Marke AOK Niedersachsen, den geltenden Corporate-Design-Richtlinien sowie weiteren markenrelevanten Grundlagen. Die Einarbeitung in diese Inhalte erfolgt eigenverantwortlich durch die Agentur innerhalb der Onboardingphase. Zum Abschluss der Onboarding- und Transitionsphase erfolgt die technische und organisatorische Integration der Agentur in die relevanten Kanäle und Systeme der AOK Niedersachsen.

Für die Durchführung der Onboarding- und Transitionsphase ist von der Agentur eine Pauschalvergütung für den gesamten Zweimonatszeitraum anzubieten. Die Kalkulation soll sich an den im Angebot ausgewiesenen Tages-, Stunden- beziehungsweise Leistungssätzen orientieren. Während der Onboardingphase finden regelmäßige Abstimmungsformate mit der AOK Niedersachsen statt. Vorgesehen sind wöchentliche Termine bestehend aus:

- einem Check-in (ca. 30 Minuten) sowie
- einem Check-out (ca. 60 Minuten).

Zusätzlich ist mit den derzeitigen Agenturen aus den Bereichen Kreativ und Social Media jeweils mindestens ein einstündiger Abstimmungstermin durchzuführen. Diese Termine werden von der AOK Niedersachsen begleitet.

Der über die genannten Abstimmungsformate hinausgehende zeitliche Aufwand für Wissenstransfer, Einarbeitung, Dokumentationssichtung sowie interne Vorbereitung ist von der Agentur eigenständig zu planen und in der angebotenen Pauschale zu berücksichtigen. Eine konkrete Stundenanzahl kann seitens der AOK Niedersachsen hierfür nicht vorgegeben werden.

3. Detailbeschreibung Leistungen

Das Aufgabengebiet der Agentur beinhaltet vor allem

- Die Entwicklung, Konzeption und Visualisierung von kreativen Leitideen und Kommunikationsansätzen und crossmedialen Kampagnen zur Unterstützung der Marketing- und Vertriebsziele
- Professioneller und Urheberrechts- sowie Datenschutzkonformer Einsatz und Umgang mit KI-Tools zur effizienten Umsetzung o.ä.
- Nutzung und Weiterentwicklung („Verlängerung“) bundesweiter Kommunikationsmittel und -formate (z.B. AOK-Dachkampagne), die über den AOK-Bundesverband bzw. den AOK-Contentroom Berlin als zentralen Kommunikationseinheit der 11 Landes-AOKs bereitgestellt werden.
- Strategische Beratung zur Erfüllung der Kampagnenziele
- Medienentwicklung und -gestaltung on- und offline
- Die Entwicklung von Audio-, Film- und Bewegtbild-Formaten
- Die Entwicklung und Produktion von Radiospots und aller auditiven Werbemittel
- Entwicklung von offenen Dateien/Basisvorlagen („Master-Assets“) für Werbemittel

- Die Entwicklung von zielgruppenspezifischen und zielorientierten kanalübergreifenden Kampagnen mit Fokus auf Vertrieb, Aufklärung, Produkte/Leistungen oder Image/Marke.
- Die Entwicklung von Konzepten und Entwürfen für Printprodukte (z. B. Handouts, Prospekte, Flyer, Broschüren, Kataloge, Listen, Publikationen, Plakate etc.)
- Die Entwicklung von Handouts, Informationsblättern etc. für den digitalen Gebrauch unter Berücksichtigung der Vorgaben für Barrierefreiheit
- Gestaltung von Webseiten. Die Entwicklung von Texten und Gestaltung von Entwürfen für Maßnahmen im Bereich der HR-Kommunikation, Vertriebskommunikation und Partnerkommunikation, sowie die Umsetzung im CMS-System Typo 3. Die Entwicklung von digitalen Werbemitteln für alle relevanten Kommunikationskanäle (z. B. Social-Media-Kanäle) und Werbeformen (z. B. Display-Advertising).
- Die Betreuung der Social-Media-Präsenzen der AOK Niedersachsen auf Facebook, Instagram, LinkedIn und Giphy/Tenor. Inklusive der Verlängerung der redaktionellen Beiträge auf diesen Plattformen über die Werbeanzeigenmanager.
- Die Integration von Influencern in geplante Kommunikationsmaßnahmen inklusive Beauftragung/Vertragsabwicklung.
- Sowie die Umsetzung von Video- und Fotoproduktionen bei Bedarf durch UGC-Creator oder Agentur-Mitarbeitende
- Option: Die Entwicklung von zielgruppenspezifischen Texten, redaktionellen Inhalten, sowie die Gestaltung von Entwürfen für alle relevanten Kommunikationskanäle.
- Die kontinuierliche Beobachtung relevanter Trends und Innovationen, insbesondere im Bereich KI, sowie die Entwicklung zukunftsorientierter Konzepte für neue Medien, Kanäle und Kommunikationsformate.

4. Realisationsbetreuung

Der Auftragnehmer überwacht alle Produktionsschritte von der Entwicklung bis zur druck- oder veröffentlichungsreifen Vorlage. Außerdem muss eine Budgetüberwachung mit laufendem Soll-Ist-Vergleichen erfolgen. Der Auftragnehmer kann Dritte zur Realisierung/Produktion beauftragen. Die Schaltung der Werbemittel durch die Kreativ-Agentur erfolgt nur in besonderen Einzelfällen, die nicht durch die Media- bzw. Social-Media-Agentur abgedeckt sind. Auch dabei übernimmt der Auftragnehmer die Termin-, Kosten- und Rechnungskontrolle sowie die Qualitätssicherung.

5. Lieferung der Werbemittel

Auf Wunsch der AOK Niedersachsen sind die Medien auch niedersachsenweit an die AOK-Standorte in Niedersachsen zu liefern. Daraus können sich bis zu 100 Lieferadressen ergeben. Der Auftragnehmer leistet die Koordination der Zulieferung der Leistungsergebnisse zu weiteren beauftragten Agenturen/Unternehmen.

6. Technische Anforderung

Daten werden vom Auftragnehmer in den marktüblichen Software-Versionen (pdf/Powerpoint/InDesign/Photoshop/Illustrator/jpg/png/MP4/MOV/Gif/PDF) geliefert. Zudem wird ein Ticketsystem für die Jobverwaltung eingesetzt. Der sichere Umgang mit dem Content-Management-System für Websites Typo3 wird erwartet.