# Angebotsbedingungen zum Vergabeverfahren der AOK Rheinland/Hamburg – Die Gesundheits-kasse

Ausschreibung eines Rahmenvertrages mit einem Wirtschaftsteilnehmer

über Dienstleistungen als

**Agentur für redaktionelle Gesundheitskommunikation**

**für den Bereiche Marketing, Prävention**

**Inhaltsverzeichnis**

**1. Allgemeine Informationen** ..... 3
**1.1 Losbildung** ..... 3
**1.2 Art der Vergabe** ..... 3
**1.3 Art und Umfang der Leistung** ..... 3
**1.4 Nebenangebote** ..... 3
**2. Eignungsanforderungen und Eignungsprüfung** ..... 4
**2.1 Befähigung zur Berufsausübung und Eintragungen in Berufs-/Handelsregister** ..... 4
**2.2 Wirtschaftliche und finanzielle Leistungsfähigkeit** ..... 5
**2.3 Technische und berufliche Leistungsfähigkeit** ..... 5
**3. Zuschlagskriterien** ..... 7
**3.1 Qualität (70%)** ..... 7
**3.2 Preis (30%)** ..... 14
**4. Ausführungsbedingungen** ..... 14
**5. Verfahrenshinweise** ..... 15
**5.1 Ausschluss Kostenerstattung** ..... 15
**5.2 Zeitplanung** ..... 15
**5.3 Kontaktstelle des öffentlichen Auftraggebers** ..... 16
**5.4 Abgabe der Angebote** ..... 16
**5.5 Regelungen für Bietergemeinschaften** ..... 16
**5.6 Einsatz von anderen Unternehmen zum Nachweis der Eignung** ..... 17
**5.7 Einsatz von Nachunternehmen** ..... 17
**5.8 Nachforderung von Eignungsnachweisen** ..... 18

## 1. Allgemeine Informationen

Die AOK Rheinland/Hamburg versichert als gesetzliche Krankenversicherung und gesetzliche Pflegeversicherung in Deutschland rd. 3 Mio. Versicherte, mit einem Haushaltsvolumen von mehr als 11 Mrd. im Jahre 2024.

Die Details sind der Leistungsbeschreibung (**Anlage 3**) zu entnehmen.

### 1.1 Losbildung

Eine Losbildung unterbleibt, da ein ganzheitlicher Agenturdienstleister mit der Gesamtverantwortung des künftigen Auftragnehmers für diese Aufgaben ausgeschrieben wird. Ausgeschrieben wird ein Rahmenvertrag – im Sinne einer Rahmenvereinbarung gemäß § 21 VgV – mit einem Wirtschaftsteilnehmer.

Bieter sind aufgefordert, ein Angebot einzureichen.

### 1.2 Art der Vergabe

Die Auftraggeberin schreibt die benötigten Leistungen in einem offenen Verfahren im Sinne von § 15 VgV aus. Dieses Vergabeverfahren wird aus Gründen der Transparenz über eine elektronische Vergabeplattform betrieben. Die Auftraggeberin verwendet ausschließlich die Vergabeplattform der DTVP Deutsches Vergabeportal GmbH (www.dtvp.de).

Es ist das zum Zeitpunkt der Veröffentlichung der Bekanntmachung geltende Vergaberecht maßgeblich, auch, wenn dieses sich während des Vergabeverfahrens ändern sollte.

Verfahrenssprache ist ausschließlich Deutsch.

Auftraggeberin ist die

**AOK Rheinland/Hamburg – Die Gesundheitskasse**
**Wanheimer Straße 72**
**40468 Düsseldorf**

Das Vergabeverfahren wird durch die Vergabestelle der Auftraggeberin durchgeführt. Diese ist auch Kontaktstelle. Auf Ziffer 5.3 dieser Angebotsbedingungen wird hingewiesen.

### 1.3 Art und Umfang der Leistung

Eine Abrufverpflichtung der Auftraggeberin aus der Rahmenvereinbarung besteht nicht. Umsatzvolumen werden nicht garantiert.

Details ergeben sich aus der Leistungsbeschreibung (**Anlage 3**).

### 1.4 Nebenangebote

Nebenangebote sind nicht zugelassen.

## 2. Eignungsanforderungen und Eignungsprüfung

Die einzureichenden Eignungsnachweise und Unterlagen sind auch in der Auftragsbekanntmachung angegeben und werden nachfolgend nochmals aufgelistet. Die Eignungsnachweise und Unterlagen sind von jedem Bieter/jeder Bietergemeinschaft einzureichen.

Für den Fall der **Bildung einer Bietergemeinschaft** gilt folgendes:

Sämtliche Eignungsnachweise und Unterlagen sind vollständig für eine Bietergemeinschaft einzureichen. Die in Punkt 2.1 a) und b) sowie die in Punkt 2.2 geforderten Unterlagen sind von jedem Mitglied einer Bietergemeinschaft einzureichen. Hierzu sind die Formblätter und Eigenerklärungen (sofern einschlägig) zu verwenden.

Soweit der Bieter oder die Bietergemeinschaft zum Nachweis der Eignung die Kapazitäten anderer Unternehmen (z. B. eines Unterauftragnehmers oder eines konzernverbundenen Unternehmens) in Anspruch nimmt (sogenannte „Eignungsleihe“), muss mit Abgabe des Angebots nachgewiesen werden, dass die für den Auftrag erforderlichen Kapazitäten dem Bieter bzw. der Bietergemeinschaft zur Verfügung stehen (Bietergemeinschaftserklärung (**Anlage 08**)).

Zu diesem Zweck hat der Bieter/die Bietergemeinschaft eine entsprechende Verpflichtungserklärung des betreffenden Unternehmens vorzulegen, welches die Eignung leiht. Dieser Nachweis bzw. diese Erklärung ist als Anlage dem Angebot beizufügen (Verpflichtungserklärung Unterauftragnehmer Eignungsleihgeber (**Anlage 13**)).

Die nachfolgenden Eignungsnachweise sind auch für Unternehmen vorzulegen, auf die sich ein Bieter/eine Bietergemeinschaft zum Nachweis seiner/ihrer Eignung beruft.

Die Auftraggeberin behält sich vor, bei Angebotsabgabe nicht beiliegende bzw. den Anforderungen formal bzw. inhaltlich nicht genügende Dokumente, Nachweise, Angaben und Erklärungen unter Fristsetzung nachzufordern. Ein Anspruch der Bieter/der Bietergemeinschaft auf Nachforderung besteht nicht.

### 2.1 Befähigung zur Berufsausübung und Eintragungen in Berufs- /Handelsregister

Die Abgabe einer Einheitlichen Europäischen Eigenerklärung (EEE) wird akzeptiert. Die Vergabestelle behält sich dann die jederzeitige Abforderung der geforderten Nachweise vor.

a) Nachweis einer Betriebshaftpflichtversicherung für Personenschäden sowie für sonstige Schäden je Schadensfall, welche bei einem in der EU zugelassenen Versicherer/Kreditinstitut abgeschlossen ist. Die Mindestdeckungssummen für Personen-, Sach- und Vermögensschäden müssen mindestens 2 Mio. EURO mit zweifacher Maximierung je Vertragsjahr betragen (Formblatt Haftpflichtversicherung (**Anlage 16**)).

Es genügt eine verbindliche Erklärung, dass eine entsprechende Versicherung für den Bieter/die Bietergemeinschaft im Auftragsfall abgeschlossen wird und ein in der EU zugelassenes Versicherungsunternehmen die Bereitschaft zum Abschluss des Versicherungsvertrages schriftlich bestätigt.

b) Aktueller Handelsregisterauszug, oder soweit dieser nicht existiert, eine Gewerbeanmeldung. Sollte der Bieter in einem EU-Mitgliedsland ansässig sein, sind die vergleichbaren Bescheinigungen des EU-Mitgliedslandes vorzulegen (Formblatt HRA_GRA (**Anlage 15**)).

## 2.2 Wirtschaftliche und finanzielle Leistungsfähigkeit

a) Angabe des Jahresumsatzes aus den letzten drei abgeschlossenen Geschäftsjahren, jeweils für den Bereich digitales Contentmanagement (Online- und Social-Media-Projekte). Bitte weisen Sie den Anteil der Fremdkosten wie Mediabudget oder Honorare Dritter gesondert aus (Eigenerklärung Umsätze (**Anlage 10**)).

b) Bilanzen oder Jahresabschlüsse der letzten 3 Geschäftsjahre soweit vorhanden. Soweit diese nicht vorliegen, behält sich die Vergabestelle vor, betriebswirtschaftliche Auswertungen (BWA) anzufordern, die durch ein Wirtschaftsprüfungsunternehmen / Steuerberatungsbüro bestätigt sein müssen.

c) Nachweis einer Betriebshaftpflichtversicherung für Personenschäden sowie für sonstige Schäden je Schadensfall, welche bei einem in der EU zugelassenen Versicherer/Kreditinstitut abgeschlossen ist. Die Mindestdeckungssummen für Personen-, Sach- und Vermögensschäden müssen mindestens 2 Mio. EURO mit zweifacher Maximierung je Vertragsjahr betragen (Formblatt Haftpflichtversicherung (Anlage 16)). Es genügt eine verbindliche Erklärung, dass eine entsprechende Versicherung für den Bieter/die Bietergemeinschaft im Auftragsfall abgeschlossen wird und ein in der EU zugelassenes Versicherungsunternehmen die Bereitschaft zum Abschluss des Versicherungsvertrages schriftlich bestätigt.

## 2.3 Technische und berufliche Leistungsfähigkeit

### 2.3.1 Referenzen

Mindestanforderung sind mindestens zwei vergleichbare Referenz der letzten drei (3) Jahre über Agenturleistungen aus dem Bereich der gesetzlichen Krankenversicherung (Referenzerklärung (**Anlage 14**)). Zur Feststellung der Vergleichbarkeit muss die Referenz Angaben zu den folgenden Punkten enthalten:

- Beschreibung der erbrachten Leistung

- Unternehmen, das die Leistung erbracht hat (Firma des Einzelbieter oder des Mitglieds der Bietergemeinschaft oder des Unternehmens, dessen Fähigkeiten man sich bedient)
- Gesamtauftragsvolumen (netto) bzw. voraussichtliches Gesamtauftragsvolumen (netto) (Anteil der Fremdkosten wie Mediabudget oder Honorare Dritter, wenn zulässig bitte ausweisen)
- Auftraggeber mit Adresse
- Ansprechpartner beim Auftraggeber (mit Telefonnummer und E-Mail-Adresse)
- Zeitraum der Erbringung der erbrachten Leistung (MM/JJ bis MM/JJ, Abschluss nicht vor 2022)

Darüber hinaus sollte die **Referenz-Darstellung folgende Bestandteile** enthalten:

- Erläuterung der Problemstellung sowie detaillierte Beschreibung der Zielsetzung
- Methodische/prozessuale Herangehensweise im Projekt
- Umgesetzte Maßnahmen zur Erreichung der Projektziele
- Ergebnisse (wenn gestattet und möglich) oder Nennung, mit welchen Kennzahlen die Zielerreichung gemessen wurde
- Maßnahmen zur Steigerung der Effizienz des Mitteleinsatzes

Die Darstellung der Referenzen muss anhand der mitgelieferten Referenz-Formulare (Anlage: 4.2.4.2) erfolgen und darf fünf Seiten pro Referenz nicht übersteigen. Die Anfertigung von Präsentationen ist nicht erforderlich.

### 2.4 Bedingungen an die Auftragsausführung, weitere Unterlagen

Bieter haben zwingend die als Anlagenkonvolut Datenschutz (vgl. Anlagen Datenschutzvertrag und die dazugehörigen Anhänge A-F) zur Verfügung gestellten Unterlagen mit Angebotsabgabe einzureichen. Der AOK Rheinland/Hamburg dient die gewissenhafte Beachtung von Maßnahmen zum Datenschutz und zur Datensicherheit nicht nur der Erfüllung gesetzlicher Vorgaben, sondern sie ist auch ein sehr wichtiges Instrument, um das Vertrauen der Kunden dauerhaft zu sichern. Bei der Auftragsverarbeitung von Sozialdaten, wie im Rahmen der geplanten Beauftragung, müssen die Vorgaben der DSGVO (Art. 28, 32) und die ergänzenden Regelungen des SGB X (insb. § 80 SGB X) zwingend beachtet werden. Da Sozialdaten als besonders schutzwürdig gelten, bestehen als Mindestanforderungen die Regelungen im Datenschutzvertrag (Anlage 3 zum Hauptvertrag) und den dazu gehörigen und vom Bieter/der Bietergemeinschaft auszufüllenden Anhängen.

Einzureichen sind ferner:

a) Kurzvorstellung des Unternehmens mit Gründungsjahr, Angabe zu Geschäftsfeldern und Standorten (Benennung (Einzel-) Bieter (**Anlage 06**)).

b) Eigenerklärung über das Nichtvorliegen von Ausschlussgründen gemäß §§ 123 f. GWB (Eigenerklärung oder (**Anlage 09**)

## 3. Zuschlagskriterien

Die Auswahl erfolgt anhand folgender Kriterien und gemäß den benannten Gewichtungen (Zuschlagskriterien). Hierbei gehen die Qualität (Ziffer 3.1) zu 70 % sowie der angebotene Preis (Ziffer 3.2) zu jeweils 30 % in die Angebotsbewertung ein.

### 3.1 Qualität (70%)

Entscheidend ist zu 70% die Qualität der erwarteten Leistungserbringung; dargestellt mittels einer zu lösenden Aufgabe (diese geht mit dem Faktor 0,4 in die Gesamtbewertung ein) und der Darstellung von vier spezifischen Rollen (diese geht mit dem Faktor 0,3 in die Gesamtbewertung ein). Es können jeweils, d. h. zweimal, bis zu 100 Punkte erreicht werden.

#### 3.1.1 Darstellung des Kernteams

Die AOK R/H erwartet vom Auftragnehmer eine entsprechend der in Ziffer 2.1 dargestellten Rollen- bzw. Aufgabenbeschreibungen, korrespondierende personelle Aufstellung, die alle Gewerke und erforderlichen Kompetenzen für die Erbringung einer redaktionellen Gesundheitskommunikation abdeckt. Für die Zusammensetzung des Kernteams werden für die folgenden Positionen 1 bis 10 namentlich feststehende Mitglieder erwartet, die nachträglich nicht ausgetauscht bzw. umbenannt werden dürfen**.** Sollte es zu Mitarbeiterwechseln im Rahmen des Onboarding-Prozesses kommen, muss dies der Auftraggeberin mitgeteilt werden.

1 Geschäftsführer/Inhaber oder vergleichbare Funktion

Als Kopf der Agentur prägt der Geschäftsführer die vertrauensvolle Zusammenarbeit mit der AOK R/H und gestaltet ein kundenzentriertes Team-Setup. Er ist der strategische Berater, der die Vision und Motivation der AOK R/H versteht, teilt und fördert und ein partnerschaftliches Verhältnis – auch durch persönlichen Austausch vor Ort - anstrebt. Er hinterfragt regelmäßig bestehende Strukturen und treibt Optimierungen voran.

Ansprechpartner auf AOK-Seite bzw. Schwerpunkt der Zusammenarbeit mit
- Abteilungsleitung
- Bereichsleitung/Vorstand

2 Accountmanager (Client Service Lead)

Als Hauptansprechpartner der AOK R/H trägt der Accountmanager die Gesamtverantwortung für den Etat und ist auf Seiten des Auftragnehmers für übergreifende, strategische Aufgaben verantwortlich. Als „Kundenversteher“ mit einer breiten Methodenkompetenz kann der Accountmanager die Sichtweise und Probleme der Auftraggeberin in Aufgaben umwandeln, daraus ein Re-Briefing formulieren und Experten zur Umsetzung benennen. Die breit aufgestellte fachliche Kompetenz sowie langjährige Erfahrung im Agenturgeschäft ermöglicht dem Accountmanager in der Vogelperspektive den inhaltlichen Gesamtüberblick über alle Kanäle, Kampagnen und Projekte zu behalten und diese gleichzeitig in Strategien der Auftraggeberin einzuordnen. Mit seiner Kommunikationsstärke und seinem verhandlungssicheren Auftreten

unterstützt der Accountmanager die Auftraggeberin bei wichtigen unternehmensinternen Präsentationsterminen. Er ist verantwortlich für die reibungslose Zusammenarbeit hinsichtlich der Informations- und Auftragsannahme, der Abrechnungs- und Kalkulationsvorgänge sowie der Leistungs- und Qualitätstransparenz. Der Accountmanager erarbeitet mit der Auftraggeberin eine Jahresplanung für Projektumfang und Regelleistung. Der Accountmanager liefert der Auftraggeberin regelmäßig einen Überblick über Aufgaben und Aufwände, welcher Einblick in die Tätigkeiten und deren Effizienz gibt.

Ansprechpartner auf AOK-Seite bzw. Schwerpunkt der Zusammenarbeit mit:
- Team- und Abteilungsleitung
- Kampagnenmanager
- Projektverantwortlicher Mitarbeiter

3 Projektmanager (Delivery Lead)

Der Projektmanager ist verantwortlich für die kontinuierliche Projektsteuerung und Erfolgskontrolle im Hinblick auf Zeit, Kosten und Qualität. Agenturintern koordiniert und optimiert er den reibungslosen Ablauf von Prozessen, die Ressourcenplanung sowie die Steuerung von Unterbeauftragten bzw. Partnern. Gegenüber der Auftraggeberin stellt der Projektmanager eine fortlaufende Transparenz über Projektstände sicher, liefert ein projektbezogenes Budgetcontrolling und berät bei der Priorisierung von Aufträgen. Der Projektmanager trägt zudem die Verantwortung, dass aufgenommene Anforderungen in ein Angebot überführt und an die Auftraggeberin zurückgespielt werden, bevor ein Projekt gestartet wird. Dadurch schafft der Projektleiter auf beiden Seiten Kosten- und Fortschrittstransparenz.

Unter Projekten versteht die AOK R/H beispielsweise:
- Content-Kampagnen (Strategie/Gesamtkonzept, Landingpage/Highlight-Content, Vermarktung/Aktivierung)
- Aufsetzen neuer Kanäle (Strategische Herleitung, Umsetzungs- und Implementierungskonzept)
- Weiterentwicklung vorhandener Kanäle

Ansprechpartner auf AOK-Seite bzw. Schwerpunkt der Zusammenarbeit mit:
- Projektverantwortliche Mitarbeiter
- Team- und Abteilungsleitung

4 Content- und Kampagnen-Strategist (Content Lead)

Der Content-Strategist ist der Ansprechpartner für die AOK R/H in Bezug auf inhaltliche Fragen der Content- und Kanalstrategie. Er stellt sicher, dass die Content- und Kanalstrategie in der Kommunikation berücksichtigt wird und entwickelt sie mit einem modernen Kommunikationsverständnis im Team weiter. Er gibt der AOK R/H proaktiv Feedback zu von ihr vorgeschlagenen Maßnahmen und Inhalten und bewertet ihren Nutzen im Hinblick auf die Ziele und Zwecke der Content- und Kanalstrategie. Der Content-Strategist entwickelt integrierte Kampagnenkonzepte für Contents, Werbemittel und Kampagnen-Landingpages zugeschnitten auf das Nutzerverhalten der Zielgruppe und entwickelt nach Bedarf neue moderne Formate für die Kanäle (in enger Zusammenarbeit mit der Redaktion und der Kreation) und

berücksichtigt dabei zwingend die existierenden CX-Vorgaben. Er stellt zusätzlich zur Redaktion die Einhaltung der Qualitätsstandards der Kommunikationsmaßnahmen sicher. Er ist im engen Austausch mit der Redaktion und der Kreation zur laufenden Entwicklung der Kanäle und gibt aus strategischer Sicht Feedback und Input zum Content, insbesondere in den Bereichen redaktionelle Inhalte, Tonalität und Bildsprache/Stil.

Ansprechpartner auf AOK-Seite bzw. Schwerpunkt der Zusammenarbeit mit:
- Projektverantwortliche Mitarbeiter
- Team- und Abteilungsleitung

## 5 Redaktionsleitung (Creative Director Text)

Der Redaktionsleiter hält für die AOK R/H die redaktionellen Fäden in der Hand und die abgesprochenen Prozesse und Workflows nach. Er prüft die Arbeitsqualität und deren Zielerreichung. Darüber hinaus hat er die stetige Verbesserung der redaktionellen Qualität und die Erarbeitung und Weiterentwicklung redaktioneller Qualitätskriterien und deren Überprüfung im Blick. Er arbeitet sich inhaltlich tief in Gesundheitsthemen ein und verknüpft dabei sinnvoll die Privat- und Firmenkundenkommunikation der AOK R/H. Dabei macht er konkrete Themenvorschläge für die jährliche Themensetzung, die sowohl auf den Privatkunden- als auch Firmenkundenkanälen umgesetzt werden können. Darunter zählen die übergeordneten Kampagnen und Fokus-Themen sowie die Nachjustierung der Dauerthemen (in enger Zusammenarbeit mit der Redaktion). Er steht mit der AOK R/H in enger Absprache und koordiniert die mitarbeitenden Social-Media- und Online-Redakteure der Agentur. Es handelt sich um einen Journalisten mit mehrjähriger Berufserfahrung und Leitungsfunktion in einer Redaktion oder Agentur.

Ansprechpartner auf AOK-Seite bzw. Schwerpunkt der Zusammenarbeit mit
- Themen-/Contentmanager
- Kampagnenmanager
- Team- und Abteilungsleitung

## 6 Contentproducer

Der Contentproducer ist verantwortlich für die Planung, Erstellung und Aufbereitung zielgruppengerechter Medieninhalte im Rahmen der ausgeschriebenen Kommunikations- oder Marketingmaßnahmen. Ziel der Rolle ist die effiziente und qualitativ hochwertige Produktion von Text-, Bild- und Videoinhalten, die den definierten Kommunikationszielen entsprechen und markenkonform umgesetzt werden. Zu den Aufgaben gehören die Entwicklung von Content-Ideen sowie die Erstellung und Pflege redaktioneller Planungen. Der Contentproducer konzipiert Inhalte, setzt sie redaktionell und visuell um und bereitet sie für verschiedene Kanäle wie Web, Social Media oder Print auf. Dies umfasst die komplette Produktion von Texten, Fotos und Videos einschließlich Bearbeitung, Schnitt und finaler Auslieferung. Darüber hinaus stellt die Rolle sicher, dass alle Inhalte den geltenden Qualitäts-, Gestaltungs- und Rechtsvorgaben entsprechen. Der Contentproducer übernimmt die Abstimmung mit internen und externen Stakeholdern, koordiniert bei Bedarf weitere Dienstleister und begleitet Freigabe- sowie Veröffentlichungsprozesse. Er dokumentiert die Produktionsergebnisse und

gewährleistet eine strukturierte Übergabe aller Medienassets. Optional unterstützt die Rolle bei der Erfolgsauswertung der Inhalte und der Ableitung von Optimierungsmaßnahmen.

Ansprechpartner auf AOK-Seite bzw. Schwerpunkt der Zusammenarbeit mit:
- Kanalmanager
- Projektverantwortliche Mitarbeiter
- Team- und Abteilungsleitung

## 7 Social-Media-Manager

Der Social-Media-Manager ist Social-Media-Experte und zugleich Allrounder. In der Themenfindung bringt er Beitragsideen ein, erarbeitet die Kanalplanung in Zusammenarbeit mit dem Kanalmanager der AOK R/H und produziert Beiträge in Zusammenarbeit mit der Grafik. Er kennt die Zielsetzung und Besonderheiten der jeweiligen Contentformate und findet für eine Themenidee die passende Beitragsart (z. B. Story, Reel, Feedpost, Darkpost). Als Spezialist für seinen Social-Media-Kanal kennt er sich mit den Distributionsarten der Social-Media-Plattformen aus und kann somit für Push-Paid-Media eine beratende Funktion einnehmen. Ihm fällt es leicht, sich in verschiedene Zielgruppen hineinzudenken und auf der Basis von Daten sinnvolle Segmentierungen zu erarbeiten sowie diese in das Targeting der jeweiligen Plattformen zu überführen. Als zahlengetriebener Performance-Experte kann er Anzeigen schalten, Paid-Media-Reportings begleiten und dabei mit der Mediaagentur auf Augenhöhe kommunizieren. Durch seine strategische Denkweise hat der Social-Media-Manager zu jedem Zeitpunkt die Werbe- und Kanalziele fest im Blick und bringt proaktiv Ideen und Maßnahmen zur Optimierung des Kanalerfolgs ein. Der Social-Media-Manager verfolgt die wichtigsten Trends auf den Plattformen und bringt Vorschläge für passende Influencer-Kooperationen mit ein. Hierbei kann er Empfehlungen aussprechen, auf welche quantitativen und qualitativen Faktoren bei der Auswahl geachtet werden sollte. Bei allen Maßnahmen hat er die Community auf dem jeweiligen Kanal fest im Blick und kann dadurch wertvolle Tipps für das AOK-interne Community-Management aussprechen. Bei dieser Rolle handelt es sich um einen Kommunikationsexperten, bevorzugt mit publizistischem Background.

Ansprechpartner auf AOK-Seite bzw. Schwerpunkt der Zusammenarbeit mit
- Kanalmanager Facebook und Instagram (Privatkunden)
- Kanalmanager TikTok (Jugendkommunikation)
- Kanalmanager LinkedIn (Firmenkunden)

## 8 Online-Redakteur/Contentmanager

Der Online-Redakteur sorgt mir seiner redaktionellen Expertise für ein möglichst abwechslungsreiches Content-Angebot auf unseren Online-Portalen und schreibt Texte für unsere Online-Magazine, Newsletter und weiteren digitalen Kontaktpunkte. Durch seinen digitalen Schwerpunkt hat der Redakteur eine ausgeprägte Kenntnis von suchmaschinen-optimierten Texten und kennt die Spezifika verschiedener Textsorten (Experteninterview, Newsletter, Magazinartikel, Rezept etc.). Der Online-Redakteur kennt das Backend verschiedener Content-Management-Systeme und arbeitet kontinuierliche Redaktionsworkflows zuverlässig und

effizient ab. In enger Zusammenarbeit mit der Grafik hat der Redakteur nicht nur die Tonalität von Texten, sondern auch die Bildästhetik und das gesamte Erscheinungsbild der produzierten Contents im Blick. Durch seinen journalistischen Background oder vergleichbare Erfahrungen kann der Online Redakteur Skripte für Podcasts, Videos oder Podiumsdiskussionen schreiben, Autoren briefen sowie Redaktionsleitfäden weiterentwickeln und im Team umsetzen.

Ansprechpartner auf AOK-Seite bzw. Schwerpunkt der Zusammenarbeit mit
- Kanalmanager Webseite vigozone.de (Jugendkommunikation)
- Redakteur/Kanalmanager Webseite bleib-gesund.de (Privatkunden)

## 9 Technischer Berater (Tech Lead)

Der technische Betreuer trägt die Verantwortung für die Weiterentwicklung der Webseiten im technischen Umfeld der bleib-gesund.de sowie vigozone.de. Dies betrifft die Bereiche Beratung sowie Front- und Backend-Entwicklung der entsprechenden Webseiten. In enger Zusammenarbeit mit Webseiten- sowie Kanalmanager/in der AOK R/H ist er für die Einschätzung und Übertragung der Anforderungen der Auftraggeberin zuständig, um diese in Zusammenarbeit mit Entwicklern umzusetzen. Über die reine Webentwicklung für die PHP-basierten Systeme Typo3 und WordPress hinaus, weist der Tech Lead ein tiefes Verständnis für technische Zusammenhänge auf und ist in der Lage, diese auf verständlichem Niveau zu erklären. Dazu gehören Kenntnisse für beispielsweise Consent-Management & Tracking, Formularlogiken in Webformularen, technische Suchmaschinenoptimierung, Optimierung der Seitengeschwindigkeit, UX & mobile Webseiten-Ansichten, Server-Betrieb etc. Bei allen Weiterentwicklungen behält der technische Betreuer die Rahmenbedingung einer Körperschaft des öffentlichen Rechts wie Datenschutz und Barrierefreiheit, aber auch strategisch wichtige Kennzahlen im Blick. Der Schwerpunkt der Zusammenarbeit auf AOK-Seite liegt mit dem Webseiten-Management sowie dem Kanalmanagement, um gemeinsam die koordinierte und geplante Gesamtentwicklung aller Webseiten sicherzustellen.

Ansprechpartner auf AOK-Seite bzw. Schwerpunkt der Zusammenarbeit mit
- Webseitenmanager

## 10 Art Director

Die Rolle des Art Directors ist primär als visuell-kreative Funktion zu verstehen. Der Schwerpunkt liegt auf der Entwicklung und Sicherstellung der gestalterischen Qualität, des visuellen Erscheinungsbildes sowie der kreativen Leitidee von Kommunikations- und Content-Maßnahmen. Im Rahmen seiner Tätigkeit ist der Art Director für die Entwicklung von Leitideen und die Gestaltung integrierter Kampagnen verantwortlich, um eine konsistente, markenkonforme Tonalität über alle Touchpoints hinweg sicherzustellen. Auch bei größeren Kampagnen oder komplexeren Projekten können konzeptionelle Anteile Bestandteil der Rolle sein, wie etwa die Mitwirkung an übergeordneten Kreativkonzepten oder die enge Abstimmung mit redaktionellen und strategischen Disziplinen. Während der Art Director die gestalterische Richtung vorgibt und als zentrale Schnittstelle zwischen Strategie, Kreation und Produktion fungiert, um Ideen gegenüber der Auftraggeberin zu präsentieren, ist ein ausgeprägter redaktionell-textlicher Schwerpunkt in einem geringeren Maße mit dieser Rolle verbunden.

Entsprechende textliche Leistungen, wie die Erstellung und Qualitätssicherung von Inhalten für Print, Digital, Social Media sowie Bewegtbild, können projektbezogen durch spezialisierte Fachrollen erbracht werden.

Ansprechpartner auf AOK-Seite bzw. Schwerpunkt der Zusammenarbeit mit:
- Projektverantwortliche Mitarbeiter
- Team- und Abteilungsleitung

Für die Darstellung des Kernteams können **100 Punkte** erreicht werden.
Die Auftraggeberin erwartet die Darstellung aller 10 genannten Rollen anhand der in der Anlage „Formblatt Darstellung_Kernteam“ dargestellten Kriterien, wobei nur die im folgenden genannten Rollen der Bieter in die Bewertung einfließen, und nach folgendem Punkteschema bewertet werden:

| **Bewertungsrelevante Mitglieder des Kernteams** | **Max. Leistungspunkte** | **Wichtung des Einzelkriteriums** | |
|---|---|---|---|
| | | **Faktor** | **Max. Gesamtpkt.** |
| **Bewertet auf Grundlage der Darstellung des Kernteams** | | | |
| Geschäftsführer/Inhaber oder vergleichbare Funktion | 10 | 2,5 | 25 |
| Redaktionsleitung | 10 | 2,5 | 25 |
| Social-Media-Manager | 10 | 2,5 | 25 |
| Online-Redakteur/Contentmanager | 10 | 2,5 | 25 |
| | | | |
| **Gesamtsumme** | 40 | **2,5** | **100** |

Die Wertung erfolgt derart, dass die für die Bewertung relevanten Darstellungen der Rollen des Bieters entsprechend dem Grad der Erfüllung folgender Kriterien mit max. 10 Punkten pro Rolle bewertet werden.

| **Bewertungscluster des Kernteams** | |
|---|---|
| Ein **höchster Zielerreichungsgrad** wird insbesondere erreicht, wenn die Berufs- und Branchenerfahrung den Anforderungen der Auftraggeberin sehr gut entspricht, in besonderem Maße überzeugt und eine in jeder Hinsicht sehr gute Leistungsqualität erwarten lässt. | **10 – 9 Leistungspunkte** |
| Ein **hoher Zielerreichungsgrad** wird insbesondere erreicht, wenn die Berufs- und Branchenerfahrung den Anforderungen der Auftraggeberin gut entspricht, überzeugt und eine gute Leistungsqualität erwarten lässt. | **8 – 7 Leistungspunkte** |
| Ein **mittlerer Zielerreichungsgrad** wird insbesondere erreicht, wenn die Berufs- und Branchenerfahrung den Anforderungen der Auftraggeberin entspricht, nachvollziehbar ist und eine befriedigende Leistungsqualität erwarten lässt. | **6 – 4 Leistungspunkte** |
| Ein **geringer Zielerreichungsgrad** wird insbesondere erreicht, wenn die Berufs- und Branchenerfahrung den Anforderungen der Auftraggeberin noch entspricht, jedoch erhebliche Zweifel an der Leistungsqualität bestehen. | **3 – 1 Leistungspunkte** |
| Die **Nichterfüllung** wird mit 0 Punkten gewertet. Eine Nichterfüllung liegt insbesondere vor, wenn die Berufs- und Branchenerfahrung fehlt, den Anforderungen der | **0 Leistungspunkte** |

| | |
|---|---|
| Auftraggeberin nicht entspricht oder in keiner Weise überzeugt und die notwendige Leistungsqualität nicht erwarten lässt. | |

### 3.1.2 Bearbeitung einer Aufgabe

Ziel der Aufgabe ist die Entwicklung einer fachlich fundierten, kanalübergreifenden Contentkampagne zum Thema motorische Entwicklung im Kindes- und Jugendalter. Die Kampagne soll darauf abzielen, die Gesundheitskompetenz der Versicherten zu stärken und die Plattform bleibgesund.de sowie die Social-Media-Kanäle der AOK R/H optimal zu bespielen.

<u>Die inhaltlichen Schwerpunkte umfassen:</u>

- Analyse & Strategie: Recherche aktueller Fachdiskurse, Ableitung von Themen-Clustern und Zielgruppen sowie die Entwicklung einer klaren redaktionellen Leitidee auf Basis fundierter Quellen.
- Konzeption & Umsetzung: Erstellung einer integrierten Kampagne, inklusive konkreter Arbeitsproben für Instagram und einen fachlich fundierten Artikel (ca. 1.200 Wörter) sowie die Planung von mindestens vier weiteren Contentformaten.
- Zusammenarbeitsmodell: Darstellung der Zusammenarbeit durch Projektpläne, Rollenverteilungen, Qualitätssicherung und die Definition von Erfolgskennzahlen.

Für die Darstellung der Aufgabe können **100 Punkte** erreicht werden. Die Auftraggeberin erwartet die Bearbeitung aller 3 Teilaufgaben anhand der in der Anlage „Darstellung_Aufgabe“ detaillierten Anforderungen.

Die Aufgaben werden nach folgendem Punkteschema bewertet werden:

| Aufgabe | Kriterien | Punkte | Faktor | Max. Gesamtpkt. |
|---|---|---|---|---|
| **1. Themenrecherche & Analyse** | • Tiefe der Recherche zu aktuellen Diskursen der Motorik.<br>• Logische Ableitung der Themen-Cluster aus den Daten.<br>• Stringenz und Kreativität der redaktionellen Leitidee. | **Max. 10 Pkt.** | **2** | **20** |
| **2. Integrierte Contentkampagne** | | | | |
| A. Strategie & Kanäle | • Kanalübergreifende Vernetzung der Inhalte.<br>• Sinnvolle Ergänzung der Formate.<br>• Ausarbeitung von 4 weiteren Contentformaten. | **Max. 10 Pkt.** | **3** | **30** |
| B. Arbeitsprobe: Instagram | • Zielgruppengenauigkeit & Kommunikationsziel.<br>• Textqualität und Eignung für das Asset. | **Max. 10 Pkt.** | **1** | **10** |
| C. Arbeitsprobe: Artikel | • Gesundheitsorientiert und fachlich fundiert.<br>• Einhaltung von Umfang, Sprache (sachlich/empathisch) und Verzicht auf Dramatisierung.<br>• Qualität der Headline und Struktur. | **Max. 10 Pkt.** | **1** | **10** |
| **3. Zusammenarbeit & Qualität** | • Realismus des Projekt-/Zeitplans.<br>• Klarheit der Rollenverteilung und Verantwortlichkeiten. | **Max. 10 Pkt.** | **3** | **30** |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | • Struktur und Plausibilität der Qualitätssicherung. | | | |
| **Gesamt** | | | | **100** |

| **Bewertungscluster der Aufgabe** | |
|---|---|
| Ein **höchster Zielerreichungsgrad** wird insbesondere erreicht, wenn die Darstellung der Aufgabe den Anforderungen der Auftraggeberin sehr gut entspricht, in besonderem Maße überzeugt und eine in jeder Hinsicht sehr gute Leistungsqualität erwarten lässt. | **10 – 9 Leistungspunkte** |
| Ein **hoher Zielerreichungsgrad** wird insbesondere erreicht, wenn die Darstellung der Aufgabe den Anforderungen der Auftraggeberin gut entspricht, überzeugt und eine gute Leistungsqualität erwarten lässt. | **8 – 7 Leistungspunkte** |
| Ein **mittlerer Zielerreichungsgrad** wird insbesondere erreicht, wenn die Darstellung der Aufgabe den Anforderungen der Auftraggeberin entspricht, nachvollziehbar ist und eine befriedigende Leistungsqualität erwarten lässt. | **6 – 4 Leistungspunkte** |
| Ein **geringer Zielerreichungsgrad** wird insbesondere erreicht, wenn die Darstellung der Aufgabe den Anforderungen der Auftraggeberin noch entspricht, jedoch erhebliche Zweifel an der Leistungsqualität bestehen. | **3 – 1 Leistungspunkte** |
| Die **Nichterfüllung** wird mit 0 Punkten gewertet. Eine Nichterfüllung liegt insbesondere vor, wenn die Darstellung der Aufgabe fehlt, den Anforderungen der Auftraggeberin nicht entspricht oder in keiner Weise überzeugt und die notwendige Leistungsqualität nicht erwarten lässt. | **0 Leistungspunkte** |

### 3.2 Preis (30%)

Der Preis der zu erbringenden Dienstleistung entscheidet über weitere 30% der maximal erreichbaren Gesamtpunktzahl. Die Darstellung hat mittels de vollständig ausgefüllten Preisblätter **(Anlagen 02a, 04 und 05)** zu erfolgen. Anzugeben sind jeweils das Preisblatt zum Warenkorb, das Preisblatt zum Agenturprofil und das Preisblatt zu Basis- und Regelleistungen. Der Preis berechnet sich auf Grundlage der durch die Bieter angegebenen Werte, die die Summe der Gesamtkosten ergeben.

Die Angebotspreise werden in Wertungspunkte umgerechnet. Der Bieter mit der niedrigsten Summe der Gesamtkosten erhält die volle Punktzahl. Erreichbar sind maximal 100 Punkte (gewichtet mit dem Faktor 0,3 am Gesamtergebnis). Für einen Abstand von 1% zum günstigsten Angebot erhält der Bieter 1% weniger Punkte der Höchstpunktzahl (Beispiel: Für einen Abstand von 10% zum günstigsten Angebot erhält der Bieter 10% weniger Punkte).

Sollten mehrere Bieter die gleiche Punktzahl erhalten, behält sich die Vergabestelle vor, die abschließende Auswahl und Reduzierung des Bieterkreises durch Losverfahren herbeizuführen.

## 4. Ausführungsbedingungen

Bieter haben zwingend die als Anlagenkonvolut Datenschutz (vgl. **Anlagen Datenschutzbestimmungen (Anlage 3 zum Hauptvertrag) und die dazugehörigen Anhänge A-F**) zur Verfügung gestellten Unterlagen mit Angebotsabgabe einzureichen. Der AOK Rheinland/Hamburg dient die gewissenhafte Beachtung von Maßnahmen zum Datenschutz und zur Datensicherheit nicht nur der Erfüllung gesetzlicher Vorgaben, sondern sie ist auch ein sehr wichtiges Instrument, um das Vertrauen der Kunden dauerhaft zu sichern. Bei der Auftragsverarbeitung von Sozialdaten, wie im Rahmen der geplanten Beauftragung, müssen die Vorgaben der DSGVO (Art. 28, 32) und die ergänzenden Regelungen des SGB X (insb. § 80 SGB X)

zwingend beachtet werden. Da Sozialdaten als besonders schutzwürdig gelten, bestehen als Mindestanforderungen die Regelungen im Datenschutzvertrag (Anlage 3 zum Hauptvertrag) und den dazu gehörigen und vom Bieter/der Bietergemeinschaft auszufüllenden Anhängen.

Ferner sind die Erklärung zur Einhaltung des gesetzlichen Mindestlohns **(Anlage 17)** und die Eigenerklärung i.S.d. Art 5k Absatz 1 der Verordnung (EU) Nr. 833/2014 in der Fassung des Art. 1 Ziff. 23 der Verordnung (EU) 2022/576 des Rates vom 8. April 2022 über restriktive Maßnahmen angesichts der Handlungen Russlands, die die Lage in der Ukraine destabilisieren **(**Eigenerklärung Russlandsanktionen **(Anlage 18))** einzureichen.

Sofern einschlägig sind die Musterunterlagen zum Vorliegen einer Bietergemeinschaft, Eignungsleihe oder Unterauftragnehmer (**Anlagen 07, 08, 12, 13**) einzureichen.

## 5. Verfahrenshinweise

### 5.1 Ausschluss Kostenerstattung

Kosten, die dem Bieter im Zusammenhang mit der Angebotserstellung entstehen, werden nicht erstattet.

### 5.2 Zeitplanung [1]

| **Art des Termins** | **Datum** |
|---|---|
| Veröffentlichung Ausschreibung und Aufforderung zur Abgabe der Gebote | 20.11.2026 |
| Endtermin für Bieterfragen | 11.12.2026 |
| Frist zur Angebotsabgabe | 22.12.2026, 12:00 Uhr |
| Zeitraum zur Bewertung | 2-4 Wochen |
| Information der Bieter über den geplanten Zuschlag | 15.01.2027 |
| Stillhaltefrist nach § 134 GWB | 10 Kalendertage |
| Zuschlag und Auftragserteilung | Nach Ablauf der Stillhaltefrist |

[1] Die Auftraggeberin behält sich Anpassungen der Zeitplanung vor.

| | |
|---|---|
| Bindefrist der verbindlichen Angebote | 60 Kalendertage |
| Beginn der Leistungserbringung | Beginn der Leistungserbringung 01.02.2027 |

### 5.3 Kontaktstelle des öffentlichen Auftraggebers

Bieterfragen, Fragen zur Art des Verfahrens, des Auftrages u. ä. sind ausschließlich über die Vergabeplattform https://www.dtvp.de zu stellen.

### 5.4 Abgabe der Angebote

Bieter müssen ihr Angebot in der richtigen Form vollständig vor Ablauf der Angebotsfrist über die Vergabeplattform einreichen. Sie dürfen ausschließlich das Bietertool verwenden.

Auf einem anderen Weg als über das Bietertool eingereichte Angebote, insbesondere solche per Telefax, per E-Mail, per Bote, per Post oder über den Kommunikationsbereich der Vergabeplattform, werden in jedem Fall und zwingend ausgeschlossen-sen. Eine Einreichung über einen anderen Weg als über das Bietertool führt zudem auch zum Ausschluss eines (früher oder später) über das Bietertool eingereichten Angebots, soweit die Angebotsinhalte gleich sind.

Das Angebot ist in deutscher Sprache abzufassen.

Angebote, für deren Wertung wesentliche Preisangaben fehlen, werden ausgeschlossen (§ 57 Abs. 1 Nr. 5 VgV). Alle Preise verstehen sich Netto (also ohne Umsatzsteuer). Währungsangaben sind immer in EUR auszudrücken.

Dem Angebot sind die Vergabeunterlagen in ihrer zum Zeitpunkt des Ablaufs der Angebotsfrist aktuellen Form zugrunde zu legen.

Die Frist für die Einreichung der Angebote endet am **22.12.2026** (**Dienstag**),**12:00 Uhr** (Ausschlussfrist).

Angebote, die nach Ablauf der Angebotsfrist eingehen, werden ausgeschlossen, es sei denn, der verspätete Eingang ist durch Umstände verursacht worden, die nicht vom Bieter zu vertreten sind (§ 57 Abs. 1 Nr. 1 VgV).

### 5.5 Regelungen für Bietergemeinschaften

Zum Verfahren werden natürliche und juristische Personen als Einzelunternehmen (Bieter) oder als Zusammenschluss von natürlichen und/oder juristischen Personen als Bietergemeinschaften zugelassen.

Das Angebot einer Bietergemeinschaft im Sinne des § 43 VgV findet nur Berücksichtigung, wenn in dem Angebot jeweils alle Mitglieder genannt sind (Benennung Mitglieder

Bietergemeinschaft (**Anlage 07**)) und ein Mitglied als bevollmächtigter Vertreter für den Abschluss und die Durchführung des Vertrages benannt ist.

Bietergemeinschaften müssen mit ihrem Angebot eine Bietergemeinschaftserklärung abgeben. Außerdem müssen sich die Mitglieder der Bietergemeinschaft für alle im Zusammenhang mit dem Vertrag entstehenden Verbindlichkeiten zur gesamtschuldnerischen Haftung verpflichten. Hierzu muss die Bietergemeinschaftserklärung (**Anlage 08**) ausgefüllt und mit dem Angebot eingereicht werden.

### 5.6 Einsatz von anderen Unternehmen zum Nachweis der Eignung

Der Bieter/die Bietergemeinschaft kann sich zum Nachweis seiner/ihrer Eignung auch auf die Eignung Dritter stützen, ohne dass diese Mitglieder der Bietergemeinschaft sind (z.B. von konzernverbundenen Unternehmen als Patronatsgeber etc.).

Die Einbeziehung von Kapazitäten anderer Unternehmen zum Nachweis der Eignung ist in § 47 VgV geregelt, auf den in diesen Angebotsbedingungen Bezug genommen wird.

Ein Unternehmen, auf das sich der Bieter/die Bietergemeinschaft zum Nachweis seiner/ihrer Eignung stützt, liegt nicht bereits bei Einschaltung eines Nachunternehmens vor (vgl. § 36 VgV). Vielmehr ist der Fall des § 47 VgV erst dann gegeben, wenn ein Bieter/eine Bietergemeinschaft ein Unternehmen einschaltet, auf dessen Eignung er/sie sich bezieht und daher die geforderten Eignungsnachweise ganz oder teilweise nicht selbst beibringt, sondern sich insoweit auf die Eignung und Eignungsnachweise eines dritten Unternehmens stützt.

In diesem Fall müssen die Angebotsunterlagen des Bieters bzw. der Bietergemeinschaft (Verpflichtungserklärung Unterauftragnehmer_Eignungsleihgeber (**Anlage 13**)) oder eine vergleichbare Erklärung des Drittunternehmens mit identischem Inhalt enthalten.

In der Verpflichtungserklärung hat das Drittunternehmen seine Verpflichtung zur Unterstützung des Projektes unter Angabe der Art und des Umfangs der Leistungen zu erklären (Verpflichtungserklärung Unterauftragnehmer_Eignungsleihgeber (**Anlage 13**)). Ggf. erklärte Vorbehalte sind vor Zuschlagserteilung auszuräumen.

Andere Unternehmen im Sinne des § 47 VgV haben die Unterlagen Angebotsformblatt (**Anlage 02**)**,** und Eigenerklärung Nichtvorliegen von Ausschlussgründen (**Anlage 09**) und Eigenerklärung Russlandsanktionen (**Anlage 18**) ausgefüllt einzureichen!

### 5.7 Einsatz von Nachunternehmen

Die Bieter können sich nach Maßgabe der vergabe- und vertragsrechtlichen Bestimmungen auch Nachunternehmern (vgl. § 36 VgV) bedienen.

Die Formblätter und Regelungen zum Nachunternehmereinsatz Eigenerklärung Unteraufträge_Eignungsleihe (**Anlage 12**) und Verpflichtungserklärung Unterauftragnehmer/Eignungsleihgeber (**Anlage 13**)) sind mit dem Angebot einzureichen.

**5.8 Nachforderung von Eignungsnachweisen**

Die Vergabestelle behält sich vor, gem. § 56 VgV nach sachgerechtem Ermessen fehlende Unterlagen, Erklärungen und Angaben binnen einer Frist von vier (4) Werktagen nachzufordern.

Unterlagen, Erklärungen und/oder Nachweise, die nach Fristablauf eingereicht werden, werden nicht berücksichtigt. Das Angebot wird in der dann vorliegenden Fassung geprüft und die Eignung des Bieters bewertet.

Zwingende Voraussetzung für die Wertbarkeit eines Angebots ist ein fristgerecht eingegangenes Angebotsformblatt.

**5.10 Entschädigung für die Vergabeunterlagen**

Für die Erstellung und Zustellung des Angebotes wird keine Entschädigung gewährt.

**5.11 Vollständigkeit der Unterlagen / Unklarheiten/ Fragen und Antworten**

Die Bieter werden aufgefordert, die Vergabeunterlagen unverzüglich nach deren Abruf von der Vergabeplattform auf Vollständigkeit und auf etwaige Unklarheiten zu überprüfen. Enthalten die Vergabeunterlagen nach Auffassung eines Bieters unklare Regelungen oder werfen sie Fragen auf, die die Erstellung des Angebotes, insbesondere dessen Kalkulation, beeinflussen können oder die Auslegung des Vertrages betreffen, haben sie eine Frage zu stellen.

Fragen haben Bieter ausschließlich an die Vergabestelle und nur über den Kommunikationsbereich des Vergabeportals zu richten. Andere Organisationseinheiten der AOK Rheinland/Hamburg dürfen Bietern weder Auskünfte noch Zusagen erteilen. Bieter, welche dennoch Kontakt zu anderen Mitarbeitern, Organen oder Organisationseinheiten der AOK Rheinland/Hamburg aufnehmen, müssen damit rechnen, vom Vergabeverfahren ausgeschlossen werden zu können.

Telefonische Auskünfte der Zentralen Vergabestelle werden nicht erteilt. Würden solche Auskünfte doch erteilt werden, sind sie in jedem Fall unverbindlich.

Die Auftraggeberin beantwortet grundsätzlich alle Fragen, welche bis zum 11.12.2026 eingehen. Die Antwort erfolgt in Form einer Nachricht an alle registrierten Unternehmen über den Kommunikationsbereich der Vergabeplattform. Die Auftraggeberin behält sich vor, eingegangene Fragen zu überarbeiten, insbesondere damit Rückschlüsse auf die Identität des Fragestellers ausgeschlossen sind.

Die Bieter haben in eigener Verantwortung dafür Sorge zu tragen, dass sie sich über den aktuellen Stand des Vergabeverfahrens auf dem Laufenden halten und regelmäßig die Vergabeplattform aufsuchen, um sich über etwaige Änderungen, Hinweise oder Antworten auf Bieterfragen zu informieren. Die Bieter werden nach dem Kenntnisstand der Auftraggeberin automatisch durch eine E-Mail an, die im DTVP hinterlegte E-Mail-Adresse über Nachrichten der Zentralen Vergabestelle benachrichtigt. Zu diesen Pflichten gehört es daher auch, dass

während des gesamten Vergabeverfahrens durchgehend sichergestellt ist, dass die im DTVP hinterlegte E-Mail-Adresse überwacht wird (auch im Falle von urlaubs- oder krankheitsbedingten Abwesenheiten).

### 5.12 Zusatz für ausländische Bieter

Für die Ausführung der Leistung muss der Betrieb des Bieters, soweit er auf dem Gebiet der Bundesrepublik Deutschland tätig wird, bei der deutschen, für die Arbeiten zuständigen Berufsgenossenschaft angemeldet sein; ist der Bieter aufgrund gesetzlicher Bestimmungen von dieser Verpflichtung befreit, so hat er dies durch eine Bescheinigung der deutschen Berufsgenossenschaft oder vergleichbare Nachweise zu belegen.

Darüber hinaus müssen ausländische Bieter die geforderten Eignungsnachweise und Erklärungen als gleichwertige Nachweise ihres Herkunftslandes mit dem Angebot vorlegen. Diese Erklärungen und Nachweise sind in deutscher Übersetzung vorzulegen.

### 5.13 Vertraulichkeit

Die Vergabeunterlagen und ihre Anlagen sowie die darin enthaltenen Informationen und alle weiteren von der ausschreibenden Stelle zur Verfügung gestellten Informationen sind vom Bieter/Bietergemeinschaft auch nach Abschluss des Verfahrens vertraulich zu behandeln, soweit sie nicht öffentlich zugänglich oder bekannt sind oder ohne Mitwirkung des Bieters/Bietergemeinschaft bekannt werden.

### 5.14 Unzulässige Wettbewerbsbeschränkungen

Zur Bekämpfung der Verhinderung, Einschränkung oder Verfälschung des Wettbewerbs hat der Bieter/Bietergemeinschaft auf Verlangen Auskünfte darüber zu geben, ob und auf welche Art der Bieter/Bietergemeinschaft wirtschaftlich und/oder rechtlich mit anderen Unternehmen verbunden ist. Dies gilt insbesondere für Bietergemeinschaften.

### 5.15 Mehrfachbewerbungen

Ein Bieter darf nur ein Angebot einreichen. Beabsichtigt ein Mitglied einer Bietergemeinschaft, sich zugleich als Einzelbieter zu beteiligen, hat er in seinem Angebot darzulegen und durch aussagekräftige Unterlagen nachzuweisen, dass eine Störung des Wettbewerbs und des Geheimhaltungsgebotes nicht zu befürchten ist.

Darzulegen ist insbesondere, dass die beteiligten Rechtspersonen getrennt voneinander etwaige Angebote kalkulieren und erstellen werden und organisatorisch und unternehmerisch unabhängig voneinander am Markt agieren.

Vorgesehene Nachunternehmer dürfen nur dann als Mitglieder einer Bietergemeinschaft auftreten oder für mehrere Bieter eingebunden werden (Mehrfachbeteiligungen), wenn der Geheimwettbewerb gewahrt ist, insbesondere keine Kenntnis von oder kalkulationserhebliche Einflussmöglichkeiten auf Angebotspreise mehrerer Bieter besteht. Die Vergabestelle behält sich die Kontaktaufnahme zum Mehrfachbeteiligten

(auch Nachunternehmer) zum Zweck der Prüfung oder Abforderung entsprechender Versicherungen vor.

### 5.16 Zuständige Vergabekammer

**Vergabekammer des Bundes**

**Kaiser-Friedrich-Str. 16**

**53113 Bonn**

**Tel.: +49 2289499-0**

### 5.17 Verwendung gesetzlicher Vorschriften

Die Vergabestelle verfährt nach den Regelungen des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB) sowie der Verordnung über die Vergabe von öffentlichen Aufträgen (Vergabeverordnung – VgV) in der zum Zeitpunkt der Vergabebekanntmachung gültigen Fassung, ohne dass diese Bestimmungen Vertragsbestandteil werden.

### 5.18 Anlagen

- Angebotsformblatt (**Anlage 02**)
- Angebotspreis Basis- und Regelleistungen (**Anlage 02a**)
- Leistungsbeschreibung (**Anlage 03**)
- Preisblatt Agenturprofile (**Anlage 04**)
- Angebotspreis_Warenkorb (**Anlage 05**)
- Datenschutzkonvolut
    - 2027_Anlage_3_zum_Hauptvertrag_Datenschutzbestimmungen_Sozialdaten
    - 2027_Anhang_A_Sozialdaten_Übersicht Ansprechpartner
    - 2027_Anhang_B_Sozialdaten_DV-Standorte
    - 2027_Anhang_C_Sozialdaten_technisch_organisatorische_Maßnahmen
    - 2027_Anhang_D_Sozialdaten_Unterauftragnehmer
    - 2027_Anhang_E_Sozialdaten_Wartung
    - 2027_Anhang_F_Sozialdaten_Datenkategorien
- Benennung (Einzel-) Bieter (**Anlage 06**)

- Benennung Mitglieder Bietergemeinschaft (**Anlage 07)**
- Bietergemeinschaftserklärung (**Anlage 08**)
- Eigenerklärung über das Nichtvorliegen von Ausschlussgründen (**Anlage 09**)
- Eigenerklärung Umsätze (**Anlage 10**)
- Anlagenkonvolut Darstellung Kernteam (**Anlage 11**)
    - Anlagenkonvolut 11_Formblatt_Darstellung_Kernteam_Accountmanager
    - Anlagenkonvolut 11_Formblatt_Darstellung_Kernteam_Art Director
    - Anlagenkonvolut 11_Formblatt_Darstellung_Kernteam_Contentproducer
    - Anlagenkonvolut 11_Formblatt_Darstellung_Kernteam_Cont-Kamp-Stategist
    - Anlagenkonvolut 11_Formblatt_Darstellung_Kernteam_Geschäftsführer
    - Anlagenkonvolut 11_Formblatt_Darstellung_Kernteam_Online-Redakteur
    - Anlagenkonvolut 11_Formblatt_Darstellung_Kernteam_Projektmanager
    - Anlagenkonvolut 11_Formblatt_Darstellung_Kernteam_Redaktionsleitung
    - Anlagenkonvolut 11_Darstellung_Kernteam_Social-Media-Manager
    - Anlagenkonvolut 11_Formblatt_Darstellung_Kernteam_Technischer Berater
- Eigenerklärung Unteraufträge_Eignungsleihe (**Anlage 12)**
- Verpflichtungserklärung Unterauftragnehmer/Eignungsleihgeber (**Anlage 13**)
- Referenzerklärung (**Anlage 14**)
- Formblatt HRA_GRA (**Anlage 15**)
- Formblatt Haftpflichtversicherung (**Anlage 16)**
- Erklärung MiLog (**Anlage 17**)
- Eigenerklärung Russlandsanktionen (**Anlage 18**)

- Formblatt Bieterfragen (**Anlage 19**)

- Rahmenvertrag (**Anlage 20**)