Leistungsbeschreibung zum offenen Verfahren der AOK Rheinland/Hamburg – Die Gesundheitskasse

Agentur für redaktionelle Gesundheitskommunikation

Inhaltsverzeichnis

1. Auftraggeberin und Hintergrund 4
1.1 Über die AOK Rheinland/Hamburg – Die Gesundheitskasse 4
1.2 Herausforderungen für das Contentmanagement der AOK R/H 5
1.3 Zwecke und Ziele für das Contentmanagement der AOK R/H 7
1.4 Zielgruppe 9
2. Anforderungen an den Auftragnehmer 10
2.1 Überblick über Arbeitsprozesse, Kanäle und Kampagnen sowie sonstige Rahmenbedingungen der Auftraggeberin 11
2.1.1 Redaktionsprozess, Redaktionstool und Rollen: 11
2.1.2 Kanäle 18
2.1.3 Videoproduktion 21
2.1.4 Digitale Infoscreens 21
2.1.5 Content-Kampagnen 21
2.1.6 Podcasts 22
2.1.7 Einsatz von Paid Media zur Content-Distribution 22
2.1.8 Reportings, Trendanalysen & strategische Empfehlungen 23
2.2 Überblick über die geforderten Leistungen des Auftragsnehmers 24
2.2.1 Basis-/Regelbetreuung 24
2.2.1.1 Allgemeine Strategieberatung 24
2.2.1.2 Themen-Management und -steuerung 25
2.2.1.3 Redaktionelle Betreuung von Webseiten 26
2.2.1.4 Technische Betreuung von Webseiten 28
2.2.1.5 Social Media Instagram 29
2.2.1.6 Social Media Facebook 31
2.2.1.7 Social Media TikTok 32
2.2.1.8 Social Media LinkedIn 34
2.2.1.9 Kinder-Podcast 35
2.2.2. Projektbezogene Leistungen 37
2.2.2.1 (Strategische) Contentkonzeption- und Planung 37
2.2.2.2 Planung und Umsetzung von Themenkampagnen 37
2.2.2.3 Projektbezogene Erstellung von Webseiten 39
2.2.2.4 Weitere Podcast-Produktionen 42
2.2.2.5 Video-Produktion 43
2.2.2.6 Paid Media 43
2.2.2.7 Kanal- und Kampagnenreportings 44

2.2.2.8 Digitale Infoscreens 45
2.2.2.9 Erschließung neuer digitaler Felder 45
2.3 Grundsätzliche Anforderungen 46
3. Hinweise zu den Angebotsbedingungen 48
4. Leistungen 49
5. Zusätzliche Leistungen bei Zuschlagserteilung (Onboarding) 52

1. Auftraggeberin und Hintergrund

1.1 Über die AOK Rheinland/Hamburg – Die Gesundheitskasse

Mit rund drei Millionen Versicherten und einem Haushaltsvolumen von über 12,0 Milliarden EUR ist die AOK Rheinland/Hamburg – Die Gesundheitskasse (nachfolgend "AOK R/H" oder "Auftraggeberin" genannt) die größte Krankenkasse in Nordrhein-Westfalen und unter den „Top 10" der gesetzlichen Krankenkassen in Deutschland.

An ihrem Hauptsitz in Düsseldorf und in rund 70 Geschäftsstellen setzen sich 7.600 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter dafür ein, dass die Versicherten eine optimale Gesundheitsversorgung auf Basis moderner, wissenschaftlich anerkannter Behandlungs- und Heilmethoden erhalten. Die Voraussetzungen dafür schafft die AOK R/H durch vertragliche Rahmenbedingungen mit den Leistungserbringern im Rheinland und in Hamburg – unter anderem ca. 34.000 Ärzte und Zahnärzte, rund 2.200 Apotheken, ca. 9.000 Therapeuten und mehr als 200 Krankenhäuser. Als wesentlicher Faktor in der Gesundheitswirtschaft, in regionalen und in sozialpolitischen Fragen, wo sich die AOK R/H im Sinne der Gesundheit ihrer Kunden engagiert, hat ihr Wort Gewicht. In der Wirtschaft - die AOK R/H betreut und berät mehr als 200.000 Arbeitgeber in Fragen des Sozialversicherungsrechts und der betrieblichen Gesundheit - wird ihr Rat geschätzt.

Für die Absicherung ihrer Versicherten im Krankheits- und Pflegefall bietet die AOK R/H ein umfangreiches Leistungsangebot. Serviceauszeichnungen belegen die Kundenorientierung der Gesundheitskasse. Einen besonderen Stellenwert hat in der AOK R/H die persönliche Nähe zum Kunden, die von der individuellen Beratung über die Begleitung des Versicherten im Krankheitsfall bis hin zu telefonischen und digitalen Serviceangeboten reicht.

Das medizinische Infotelefon AOK-Clarimedis ist an 365 Tagen im Jahr rund um die Uhr zu erreichen. Ärzte und medizinisches Fachpersonal geben den Versicherten fachkundig Auskünfte rund um Gesundheit und Vorsorge, von der Schwangerschaft, für junge Familien bis hin zur Pflege von Angehörigen. Die Geschäftsstellen vor Ort sind regelmäßig von 8 bis 18 Uhr geöffnet, die Online-Geschäftsstelle „Meine AOK" macht zusätzlich viele Geschäftsvorgänge orts- und zeitunabhängig möglich.

Ihr besonderes Engagement für Vorsorge und Prävention hat sich die AOK R/H frühzeitig auf die Fahnen geschrieben, dokumentiert in ihrem Namen „Die Gesundheitskasse". Die Palette der Angebote reicht dabei von Initiativen für

Kindergesundheit über Kooperationen zur Vorbeugung, bzw. Früherkennung von Krankheiten, bis hin zu Anreizen für eine gesunde Lebensweise.

Als Gesundheitskasse und großes Unternehmen ist die AOK R/H sowohl von klimatischen Veränderungen betroffen als auch Mitgestaltende von Alltag und Umwelt. Sie nimmt Einfluss auf Gesellschaft und Politik und trägt die Verantwortung, Ressourcen verantwortungsvoll einzusetzen und Arbeitsprozesse umweltschonend zu gestalten. Um diesem Gedanken Rechnung zu tragen, wünscht sich die Auftraggeberin Dienstleister mit Firmensitz in regionaler Nähe zur Auftraggeberin.

1.2 Herausforderungen für das Contentmanagement der AOK R/H

Die Auftraggeberin arbeitet – genau wie alle anderen Landes-AOKen – mit einem bundesweiten Contentroom zusammen. Im AOK-Contentroom werden „universelle" (bundesweite) Inhalte für Print, Online und Social Media produziert. Dazu gehören die viermal jährlich erscheinenden Kundenmagazine, die aok.de inkl. eines Online-Gesundheitsmagazins, mehrere monothematische Instagram-Kanäle sowie der bundesweite Youtube-Kanal. Daneben gibt es vom Bundesverband der AOK gesteuerte Kanäle wie das Arbeitgebermagazin und das Fachportal für Arbeitgeber (aok.de/fk). Auf all diesen Kanälen kann die Auftraggeberin regionale Contents ergänzen. Die Hoheit über den Prozess und die Gesamtsteuerung liegen beim Contentroom resp. beim Bundesverband der AOK-Gemeinschaft und ist nicht Bestandteil dieser Ausschreibung.

Somit unterscheidet die Auftraggeberin zwischen drei Ebenen der Kommunikation nach dem Grad der Regionalisierung:

1. Bundesweite Kommunikation
2. Regionale Kommunikation (Rheinland und Hamburg)
3. Lokale Kommunikation (d. h. auf Ebene der zehn Regionaldirektionen mit ihren zugehörigen Geschäftsstellen)

Eine Herausforderung im Contentmanagement besteht darin, diese drei Ebenen in Prozess, Produktion und Inhalten miteinander zu verzahnen.

Ergänzt wird die Einordnung der Kanallandschaft um die Unterscheidung in

a) Unternehmenskommunikation
b) Gesundheitskommunikation
c) Jugendkommunikation

Folgendes Schaubild greift die o. g. Ebenen, bespielhaft an den Social-Media-Kanälen, auf.

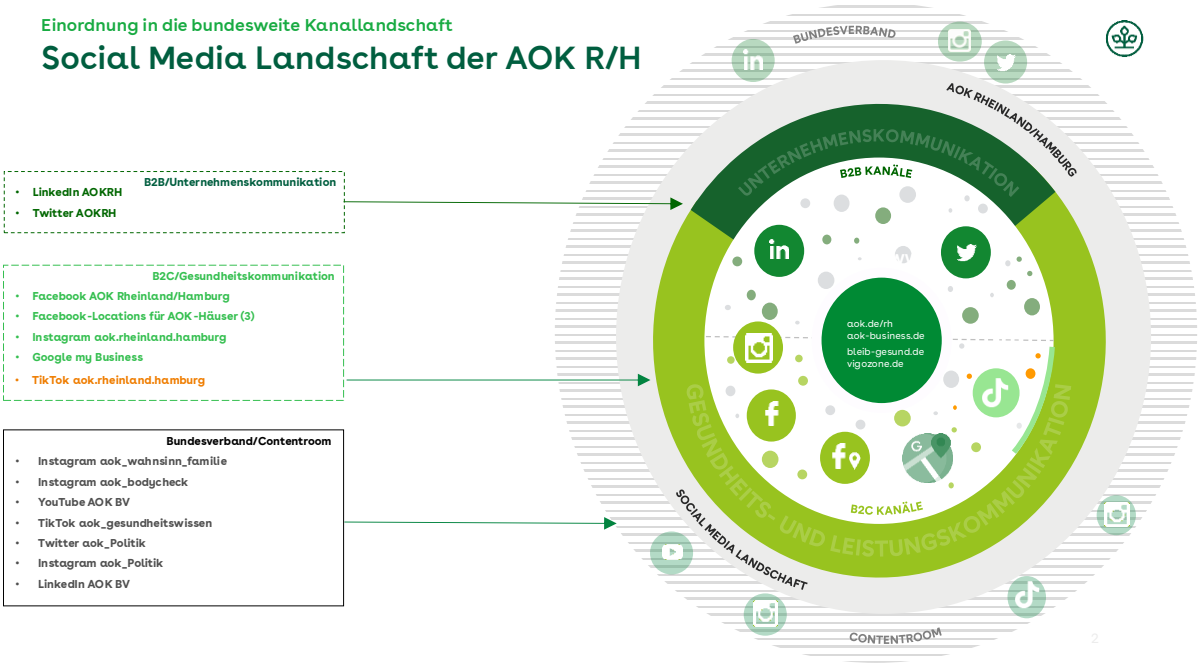


Abb. 1: Social-Media-Landschaft AOK R/H

Vor dem Hintergrund, dass „Erlebbarkeit" immer digitaler wird und die Auftraggeberin in starker Konkurrenz um die Aufmerksamkeit seiner Zielgruppen handelt, steht die AOK R/H vor der Herausforderung, ihr Contentmanagement von der Themenfindung bis zur Erfolgsmessung weiterzuentwickeln. Es müssen für alle Zielgruppen relevante Content-Typen (z. B. Onlinemagazin-Beiträge, Social-Media-Postings, Videos, Podcasts bis hin zu Themenkampagnen) und zeitgemäße Formate angeboten werden, die über sämtliche Kanäle zu spielen sind. Besondere Gewichtung hat vor allem die regelhafte Bespielung digitaler Kanäle mit Gesundheitsinformationen. Auch die Konzeption von Themen- und Contentkampagnen (mit vertrieblichen Ansätzen) und deren performanceorientierte Aktivierung bildet einen Schwerpunkt der redaktionellen Maßnahmen. Mit der Zentrierung auf die Kundenbedürfnisse muss die AOK R/H über die richtigen Themen in einen echten und nachhaltigen Dialog treten.

Die Abteilung Medien schlägt die Brücke zwischen vielfältigen Gesundheitsthemen wie bspw. Ernährung, Bewegung und mentale Gesundheit und den damit verbundenen, konkreten AOK-Versorgungs- und Servicethemen.

In Abgrenzung zur Abteilung Marketing, die Perfomance-Marketing-Kampagnen und Service Kommunikation der AOK R/H durchführt, setzt die Abteilung Medien den Schwerpunkt auf Content-Produktion und -Distribution mit dem Ziel der Aufmerksamkeit, der Wissensvermittlung und der Motivation.

1.3 Zwecke und Ziele für das Contentmanagement der AOK R/H

Im Rahmen ihrer Content- und Kanalstrategie definiert die AOK R/H Zwecke und Ziele für das Contentmanagement. Neben diesen stehen weitere strukturelle Ziele der Abteilung Medien, die an dieser Stelle auszugsweise genannt werden sollen, um die Aktivitäten dieser Leistungsbeschreibung in einen besseren Kontext einordnen zu können.

Die Zwecke der Kommunikation versteht die AOK R/H als Verbindung zwischen übergeordneten (ökonomischen, gesellschaftlichen etc.) Unternehmenszielen und den Kommunikationszielen ihrer Maßnahmen. Die AOK R/H unterscheidet zwischen Kundengewinnung, Gesundheitsförderung, Kundenbindung und Meinungsbildung.



Abb. 2: Zwecke der Kommunikation; aus Content- und Kanalstrategie AOK R/H

Die Kommunikationsziele stehen eine Ebene unter den Zwecken und müssen in direkter Verbindung stehen. Alle Maßnahmen im Contentmanagement sollen an diesen ausgerichtet werden. Eine einheitliche Verwendung dieser Ziele und dahinterstehenden Kennzahlen soll einerseits Klarheit über die strategische Ausrichtung der Aktivitäten schaffen und andererseits eine Vergleichbarkeit von einzelnen Maßnahmen herstellen.



Abb. 3: Übergeordnete Hauptziele; aus Content- und Kanalstrategie AOK R/H

Als weitere strukturelle Ziele sollen an dieser Stelle folgende genannt werden:

<u>Integrierte Kommunikation:</u>
Die Abteilung Medien hat das Ziel, Strategie, Prozesse und Werkzeuge für eine planvolle integrierte Kommunikation für alle beteiligten Bereiche (z. B. Pressestelle) zu implementieren und weiterzuentwickeln. Die aufgesetzten Prozesse des Themen- und Contentmanagements oder das Redaktionstool Scompler sind hier beispielhaft zu nennen.

<u>Datengetriebenes Marketing:</u>
Die Gewinnung von Erkenntnissen und die Umsetzung von Entscheidungen im Contentmanagement auf Basis der Messung und Analyse von Daten soll ausgebaut werden. Investitionen in Kanäle und Maßnahmen sollen auf Basis von Kennzahlen und Kundenreisen getroffen werden. Die Abteilung Medien denkt hierbei in den Handlungsfeldern Personalisierung („Meine AOK kennt mich"), Automatisierung („Effizienter werden") sowie Vernetzung & Vereinfachung („Daten nutzbar machen"). Zur Erreichung dieses strukturellen Ziels müssen Marketing-Technologien ausgebaut und implementiert werden, kundenzentrierte Methoden als Standard eingeführt und an einer Datenstrategie gearbeitet werden.

<u>Lokale Kommunikation:</u>
Mit dem Programm AOK 4.0 wurde ein Zielbild beschlossen, das den Fokus auf die AOK-Häuser mit ihrer Funktion als regionale Leuchttürme, den Ausbau des Veranstaltungsmanagements sowie das Stakeholder-Management legt. Damit diese Aktivitäten auf digitalen Kanälen sichtbar werden, soll der Ausbau von Kommunikationsmaßnahmen mit einem lokalen Fokus (Markenwert: Nähe) vorangetrieben werden.

Neue Zielgruppen erschließen:
Durch die o. g. strukturellen Ziele, den stetigen Ausbau der Kanallandschaft und Themen oder weitere Ansätze, sollen neue Zielgruppen erschlossen und mit Informationen rund um das Thema Gesundheit bespielt werden.

Nachhaltiger Dialog:
Die AOK R/H ist davon überzeugt, dass nur ein nachhaltiger Dialog mit den Zielgruppen die Gesundheitskompetenz steigern und eine Verhaltensänderung zu Gunsten einer ganzheitlich gedachten Gesundheit herbeiführen kann. Deswegen sollen Maßnahmen im Contentmanagement nicht zu Gunsten kurzfristiger Performanceziele, sondern einer langfristigen Nutzerbindung gedacht werden.

1.4 Zielgruppe

Die Aktivitäten im Rahmen des Contentmanagements bewegen sich in den Sparten Privatkundenkommunikation (B2C) und Firmenkundenkommunikation (B2B).

Die Hauptzielgruppe der AOK R/H sind Privatkunden, insbesondere

- Bestandskunden und Fremdversicherte im Alter zwischen 18 und 50 Jahren sowie
- ausgewählte junge Zielgruppen (Jugendliche, Young Professionals)
- alle an Gesundheit/Prävention/Vorsorge Interessierten.

Die nachfolgenden Seiten enthalten einen Überblick über die Privatkunden-Personas, die Kanäle inkl. Beschreibung, die Zuordnung dieser zu den Personas sowie einer Zuordnung zu den in 1.3 genannten Zielen.

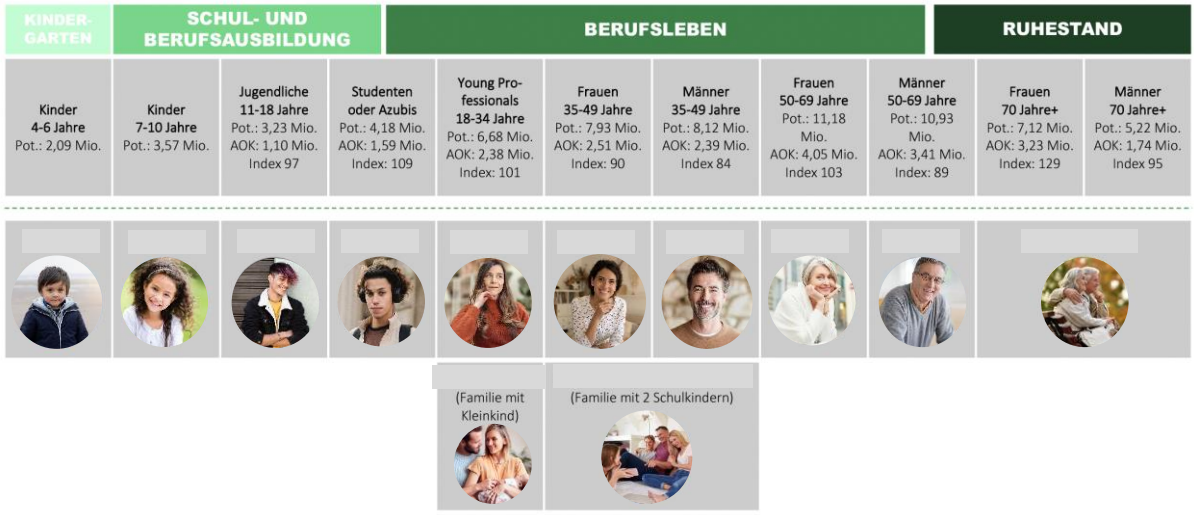


Abb. 4: Personas; aus Content- und Kanalstrategie AOK

2. Anforderungen an den Auftragnehmer

Für das Management digitaler Kommunikationskanäle und das Content-Publishing wird eine strategisch denkende Agentur gesucht, die als Full-Service-Dienstleister Kommunikationskonzepte und –maßnahmen für Online, Social Media sowie Video-/Audio-Streaming plant, crossmedial produziert und distribuiert. Der Auftragnehmer unterstützt uns, unsere Vielzahl an Kanälen kontinuierlich im redaktionellen Tagesgeschäft zu bespielen.

Im Rahmen der Arbeit als Agentur ist Folgendes zu beachten:

- Der Auftragnehmer hat als Agentur eine übergreifende Führungsposition. Unterauftragnehmer und andere beteiligte Dienstleister arbeiten bei Projekten zu gemeinschaftlichen Themen gemeinsam unter der Führung und Verantwortung der Agentur.

- Bei Aufgaben, bei denen es zu Kompetenzüberschneidungen zwischen dem Auftragnehmer und einzelner Dienstleister kommt, erwartet die Auftraggeberin, dass ein gemeinsamer und abgestimmter Lösungsvorschlag erarbeitet wird, um das definierte Ziel zu erreichen.

- In Rücksprache mit der Auftraggeberin, können sich der Auftragnehmer und beteiligte Dienstleister regelmäßig austauschen. Hierzu gehören insbesondere auch der Austausch und das gegenseitige Zur-Verfügung-Stellen von Daten und Feindaten.

- Es werden gemeinsame Jour fixes mit der Auftraggeberin, der Agentur und ggf. beteiligten Dienstleistern durchgeführt.

Die AOK RH hat einen hohen qualitativen Anspruch an die journalistische Arbeit auf ihren Kanälen und schätzt die Qualität der Umsetzung als strategisch wichtigsten Erfolgsfaktor im wachsenden Content-Wettbewerb ein. Dieser umfasst insbesondere die strukturierte Planung, Erstellung und sorgfältige Prüfung von Inhalten nach klar definierten Qualitätskriterien. Zentrale Bestandteile sind eine gründliche, methodisch fundierte Recherche sowie die konsequente Nutzung und transparente Angabe seriöser, überprüfbarer Quellen. Der erstellte Content wird sachlich, präzise und unter Wahrung journalistischer Sorgfaltspflichten aufbereitet.
Darüber hinaus sichern interne Kontrollmechanismen der Abteilung Medien – wie Lektorat, die Einhaltung wissenschaftlich/medizinisch-journalistischer Prüfungsstandards sowie regelmäßige inhaltliche Reviews – die kontinuierliche Qualität und Verlässlichkeit der publizierten Inhalte.

Content meint hier redaktionell aufbereitete Inhalte rund um das Themengebiet „Vorsorge, Prävention und Versorgung".
Vom Online-Portal aok.de ist das Gesundheitsmagazin bleib-gesund.de deutlich abzugrenzen, das sich vor allem mit Themen wie Familie, Bewegung, Ernährung und mentale Gesundheit auseinandersetzt.

Zur Planung und Umsetzung der redaktionellen Inhalte greifen alle am Prozess beteiligten Einheiten auf ein von der AOK R/H genutztes, zentrales Redaktionstool zurück.

2.1 Überblick über Arbeitsprozesse, Kanäle und Kampagnen sowie sonstige Rahmenbedingungen der Auftraggeberin

Die AOK R/H richtet ihre Aktivitäten in den Medien an einer Content- und Kanalstrategie aus. Die Strategie wird damit zur Entscheidungsgrundlage für die laufende Arbeit. Sie muss ständig interpretiert, gelebt und in den jeweiligen Kontexten umgesetzt werden.

2.1.1 Redaktionsprozess, Redaktionstool und Rollen:

Die stringente Ausrichtung entlang der Content- und Kanalstrategie wird im operativen Tagesgeschäft durch Prozesse, Tools und Rollen sichergestellt, die ebenfalls permanent optimiert werden. Die AOK R/H sammelt Themenvorschläge aus verschiedenen internen und externen Quellen zentral im Themenmanagement. Das Themenmanagement prüft die Potenziale und Umsetzungsmöglichkeiten der Themen, filtert diese und nimmt eine erste Priorisierung vor. In der Jahresplanung definierte Themenpakete werden von Themenmanagern konzeptionell und tiefer ausgearbeitet und werden ebenso in den Redaktionsprozess eingesteuert. In einer gemeinsamen Redaktionskonferenz werden Themen abgestimmt und für die kanalspezifischen Konferenzen zur konkreten Beitragsplanung für den Folgemonat freigegeben. Insbesondere Content-Kampagnen und kanalspezifische Maßnahmen werden nach ihrer Veröffentlichung, entsprechend den definierten Zielen, auf Ergebnisse überprüft und in einem Reporting bewertet (vgl. Ziffer 2.1.8).

Der gesamte Zyklus von der Themenrecherche bis zur Distribution des Contents wird durch definierte Prozesse mit dem zentralen Redaktionstool Scompler gesteuert. Scompler ist eine cloudbasierte Softwarelösung.

Die in der Strategie verankerten Elemente der Kommunikation werden im Tool in Strategieattribute überführt und im Reporting messbar gemacht. Zugänge

werden individuell für jeden extern Mitarbeitenden entsprechend den Rollen vergeben.

Die Verantwortlichkeiten im AOK R/H-Team:

a) Themenmanager
- Sammelt, identifiziert, gewichtet Themen, erstellt die Jahresplanung
- Leitet die wöchentliche Redaktionskonferenz
- Steuert Beauftragung und Umsetzung kanalübergreifender Konzepte sowie verschiedener Formate
- Zentrales Instrument: Redaktionstool Scompler, Themensteckbriefe/-speicher, Jahresplanung, Content- und Format-Konzepte

b) Redakteur Webseite
- Recherche und Themenplanung von Artikelinhalten auf Basis aktueller Trends und Nutzerinteressen
- Akquise von und Arbeit mit Interviewpartnern und fachlichen Experten
- Erstellen und Optimieren von Webinhalten (Texte, Bilder und Videos) für Zielgruppen, Suchmaschinen und KI
- Erstellung von Newslettern
- Zentrales Instrument: Redaktionstool Scompler, Typo3 (CMS-Pflege)

c) Kanalmanager Webseite
- Inhaltliche Verantwortung der Webseiten bleib-gesund.de und vigozone.de sowie Sicherstellung, dass Inhalte zur Markenpositionierung und Gesundheitszielen der AOK R/H passen
- Planung, Steuerung, Priorisierung und Umsetzung des gesamten Redaktionsprozesses, von der Themenfindung über die Produktion bis zur Veröffentlichung
- Koordination interner und externer Autoren sowie Fachabteilungen und Verantwortung über finale redaktionelle und fachliche Qualität
- Überwachung der Performance der Inhalte (SEO, GEO, Reichweite, Engagement) und daraus Herleitung von Optimierungsmaßnahmen

d) Kanalmanager Social Media, Podcast
- Erstellt kanalspezifischen Produktionsplan auf Basis der Jahresplanung
- Beauftragt Produktion der geplanten Beiträge
- Zentrales Instrument: Redaktionstool Scompler, Kanalplanung, Reportings

e) Kampagnenmanager
- Verantwortet die Konzeption und Umsetzung der Content-Kampagnen
- Beauftragt die Agentur mit der Umsetzung von Arbeitspaketen innerhalb der Kampagne und gibt diese inhaltlich frei
- Zentrales Instrument: Projektplanung der Kampagne, Reportings

f) Paid-Media-Manager
- Verantwortet die Distribution des produzierten Contents aus Regelkommunikation und Kampagnen
- Stimmt in enger Zusammenarbeit mit dem Kampagnenmanager Werbemittel ab und verantwortet die Wirtschaftlichkeit des eingesetzten Mediabudgets
- Zentrales Instrument: Paid-Media-Reportings

g) Video-Produzent
- Verantwortet die Produktion von Videoformaten zur Erhöhung des Bewegtbildanteils auf unseren Kanälen
- Beauftragt die Agentur bei Unterstützungsbedarf in Produktionen
- Zentrales Instrument: Hardware und Software zur Videoproduktion

h) Analyst
- Verantwortet die Erhebung, Aufbereitung und Auswertung relevanter Daten
- Erstellt Reportings und bereitet die Ergebnisse adressatengerecht auf
- Unterstützt Kampagnen- und Kanalmanager mit datenbasierten Empfehlungen
- Stimmt sich eng mit internen und externen Partnern zur Sicherstellung von Datenqualität und Konsistenz ab
- Zentrales Instrument: Datenanalysen, Dashboards und Reportings

i) Webseitenmanager
- Koordination & Steuerung der technischen Weiterentwicklung der Webseiten im Bereich bleib-gesund.de sowie vigozone.de
- Schnittstellenfunktion für notwendige Austausche mit internen (bspw. IT der AOK R/H) sowie externen Stellen für angebundene Dienste inkl. Server-Thematiken & Barrierefreiheit
- Gemeinsames Projektmanagement mit dem Dienstleister zur Realisierung von Projekten
- Sicherstellung einer kontinuierlichen Weiterentwicklung & Instandhaltung der Webseiten
- Sicherstellung der Berücksichtigung, Einhaltung & Umsetzung moderner Suchmaschinenoptimierung und KI-Optimierung (SEO/GEO)

Der Auftragnehmer nimmt an regelmäßigen Besprechungen teil. Dabei ist die Teilnehmerzahl in Besprechungsterminen auf die benötigte Anzahl von Rollen zu beschränken. Nachfolgende Übersicht zeigt die aktuellen Regeltermine:

1. Redaktionskonferenz
   - Beschreibung: Die zentrale Steuerungseinheit der Kundenkommunikation für redaktionelle Inhalte. Hier werden Themen diskutiert und beschlossen, die in eine kanalübergreifende Produktion gehen sollen.
   - Frequenz: wöchentlich
   - Verantwortung: Koordination und Leitung durch Themenmanager der AOK R/H
     - Vorbereitung einer Agenda basierend auf den im Verlauf der Woche gemeldeten Themen
     - Zusammenstellung & Zusenden entsprechender Protokolle
     - Durchführung & Moderation des Termins
   - AOK-Beteiligung: Themenmanager, Kanalmanager, Kampagnenmanager, Pressestelle, interne Kommunikation
   - Agenturbeteiligung: Redaktionsleitung (-team)

2. Kanalkonferenzen
   - Beschreibung: Austausch zwischen Kanalmanager und Contentmanagern, um die Produktionspläne für den jeweiligen Kanal zu erstellen bzw. zu aktualisieren
   - Anzahl:
     I. Onlinemagazin bleib-gesund.de
     II. Onlinemagazin vigozone.de
     III. Instagram
     IV. Facebook
     V. TikTok
     VI. LinkedIn
     VII. Podcast
   - Frequenz: monatlich
   - Verantwortung: Koordination und Leitung durch Kanalmanager der AOK R/H
     - Vorbereitung einer Agenda basierend auf im Verlauf der Woche gemeldeten Themen
     - Zusammenstellung & Zusenden entsprechender Protokolle
   - Durchführung & Moderation des Termins
   - AOK-Beteiligung: Kanalmanager

- Agenturbeteiligung: Content-Strategist, Onlineredakteur bzw. Social-Media-Manager, optional Kreation/Grafik

3. Jour fixe Themenmanagement und -steuerung
   - Beschreibung: Ideensammlung und Planung für Themen, zu denen Beiträge in möglichst zahlreichen passenden Medienkanälen veröffentlicht werden sollen. Abstimmung von Kurz-Exposés und frühzeitige Weitergabe der Informationen über einzuplanende Beiträge an die Kanalverantwortlichen beim Dienstleister.
   - Frequenz: zweiwöchentlich
   - Verantwortung: Koordination und Leitung durch Themenmanager AOK R/H
     - Vorbereitung einer Agenda basierend auf im Verlauf der Woche gemeldeten Themen
     - Zusammenstellung & Zusenden entsprechender Protokolle
     - Durchführung & Moderation des Termins
   - AOK-Beteiligung: Themenmanager
   - Agenturbeteiligung: Redaktionsleitung Online/Social Media, ggf. Content-Strategist

4. Jour fixe Content-Kampagne
   - Beschreibung: Auf Basis eines Projektplans wird der aktuelle Stand der Kampagnen-Elemente besprochen. Neben den planmäßigen Teil-Projekten werden auch Besprechungen mit Projektbeteiligten (z. B. Sub-Dienstleistern) umgesetzt
   - Frequenz: wöchentlich bzw. nach Absprache
   - Verantwortung: Koordination und Leitung durch Kampagnenmanager der AOK R/H
     - Vorbereitung einer Agenda basierend auf den im Verlauf der Woche gemeldeten Themen
     - Zusammenstellung & Zusenden entsprechender Protokolle
     - Durchführung & Moderation des Termins
   - AOK-Beteiligung: Kampagnenmanager, Marketing-Abteilung, Mediaagentur
   - Agenturbeteiligung: Projektmanager Kampagnen, weitere Rollen je nach Teilprojekt der Kampagne

5. Quartals-Reportings
   - Beschreibung: Die in der Content- und Kanalstrategie definierten Zwecke und Ziele sollen auf Content- und Kanalebene messbar gemacht werden.
   - Frequenz: 1x pro Quartal

- Verantwortung: Koordination und Leitung durch Analysten der AOK R/H
  - Vorbereitung der Agenda
  - Durchführung & Moderation des Termins
  - Zusammenstellen & Zusenden entsprechender Protokolle
- AOK-Beteiligung: Analyst, Kanal- und Kampagnenmanager, Marketingmanager
- Agenturbeteiligung (bei Bedarf): Content-Strategist, Datenanalyst, Kanalmanager, Accountmanager

6. Jour fixe Weiterentwicklung Webseiten und Portale
   - Beschreibung: Der Termin dient der gemeinsamen Abstimmung zur Realisierung von Projekten mit Webseiten-Bezug. Er ist vor allem dazu gedacht, ab dem Moment der Einbindung des Dienstleisters zur Bearbeitung der Webseite, alle nötigen Absprachen zu treffen, benötigte Inhalte etc. zu klären und den aktuellen Stand zu prüfen.
   - Frequenz: wöchentlich
   - Verantwortung: Koordination und Leitung durch Webseitenmanager der AOK R/H
     - Vorbereitung einer Agenda basierend auf den im Verlauf der Woche gemeldeten Themen
     - Zusammenstellung & Zusenden entsprechender Protokolle
     - Durchführung & Moderation des Termins
   - AOK-Beteiligung: Webseitenmanager, Kanalmanager Webseite, ggf. Teilnahme weiterer interner AOK R/H Mitarbeitenden
   - Agenturbeteiligung: Projektmanager, Technischer Berater; weitere Rollen je nach Teilprojekt

7. Jour fixe Paid Media
   - Beschreibung: Austausch über aktuelle Paid-Media-Performance zu laufenden Kampagnen und geplanten, werblichen Maßnahmen.
   - Frequenz: 2-wöchentlich
   - Verantwortung: Koordination und Leitung durch Marketingmanager der AOK R/H
     - Vorbereitung einer Agenda basierend auf im Verlauf der Woche gemeldeten Themen
     - Zusammenstellung & Zusenden entsprechender Protokolle
     - Durchführung & Moderation des Termins
   - AOK-Beteiligung: Marketingmanager, Kampagnenmanager, Kanalmanager, Mediaagentur

- Agenturbeteiligung: Projektmanager Kampagne, Marketingmanager, weitere Rollen je nach Teilprojekt der Kampagne

8. Jour fixe Projektsteuerung
   - Beschreibung: Austausch über aktuellen Stand sämtlicher, laufender Projekte, welche die Agentur begleitet und Beauftragung neuer Projekte.
   - Frequenz: wöchentlich
   - Verantwortung: Koordination und Leitung durch Account-/Projektmanager der Agentur
     - Vorbereitung einer Agenda basierend auf im Verlauf der Woche gemeldeten Themen
     - Zusammenstellung & Zusenden entsprechender Protokolle
     - Durchführung & Moderation des Termins
   - AOK-Beteiligung: Abteilungs- und Teamleiter
   - Agenturbeteiligung: GF/strategische Beratung, Account- und Projektmanager

2.1.2 Kanäle

Die nachfolgenden Seiten enthalten einen Gesamtüberblick über die Kanäle, deren Eigenschaften und Rahmenbedingungen der Auftraggeberin.

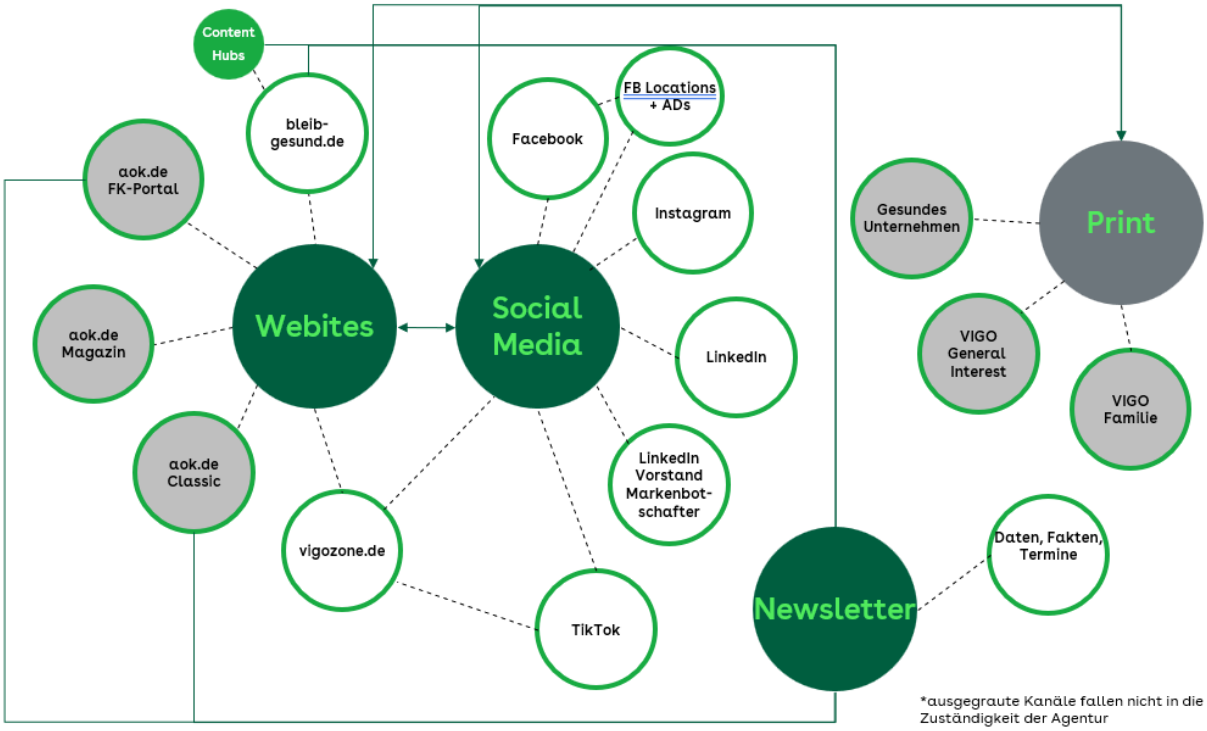


Abb. 5: Kanäle AOK R/H

Die vom Auftragnehmer zu betreuenden Kanäle und Maßnahmen werden im Folgenden kurz benannt:

Online-Portal bleib-gesund.de
Das regionale Online-Portal bleib-gesund.de informiert gesundheitsinteressierte Nutzer im Rahmen der Dauerthemen der AOK R/H. Als Grundlage für die Planung neu erstellter bzw. überarbeiteter Artikel werden SEO/GEO-Analysen sowie Hinweise aus dem Themen- und Content-Management hinzugezogen. Diese neu verfassten bzw. überarbeiteten Artikel werden auch auf der Startseite der bleib-gesund.de veröffentlicht und im Newsletter vermarktet.

Um einen möglichst abwechslungsreichen Content anzubieten werden vielfältige Inhalte erstellt und auf der Seite genutzt. Darunter suchmaschinenoptimierte Textinhalte (bspw. Artikel, Interviews, etc.), multimediale Inhalte (bspw. Videos, Podcast) sowie weitere Formate. Dieser Katalog an Content-Optionen soll zukünftig bei Bedarf erweitert werden. Die bleib-gesund.de bündelt hierbei die Inhalte verschiedener Kategorien, wie

Magazin-Artikel, Kampagneninhalte sowie Themenpfade. Diese verknüpfen ausgewählte Aspekte eines Themas in einem interaktiven Format, um Nutzer langfristig zu binden.

Alle Inhalte der bleib-gesund.de werden mit medizinischen Experten abgestimmt. Das erhöht die Expertise und Glaubwürdigkeit gegenüber den Nutzern und stärkt das Suchmaschinenranking. Weiterhin kooperiert die bleib-gesund.de mit lokalen Sportlerinnen und Sportlern, Achtsamkeitsexperten, Life-Coaches oder zertifizierten Experten aus anderen thematisch relevanten Bereichen.

Facebook AOK R/H
Die AOK R/H nutzt Facebook mit ca. 1 - 2 Postings pro Tag als Service- und Leistungskanal zur Aufwertung des Images und zur Stärkung des Markenversprechens. Die fokussierten Themenschwerpunkte für die Zielgruppe 35-55 Jahre umfassen Gesundheit, Medizin und Wellness, gesellschaftsrelevante Themen, Sport, Aktivitäten und Trends. Durch die kontinuierliche, jahrelange Veröffentlichung von Postings, in verschiedenen Content-Formaten zu den AOK-Dauerthemen, konnte der Facebook-Kanal inzwischen über 82.000 Follower gewinnen. Insbesondere durch das angebundene Community-Management unseres internen AOK-Serviceteams hat der Kanal neben inspirierenden Contents einen Fokus auf Service- und Leistungsthemen. Feed- und Story-Postings werden durch interaktionsfördernde Beiträge wie das Quiz der Woche ergänzt. Durch den Einsatz von Linkpage-Postings dient der Facebook-Kanal zudem als Konvertierungskanal für die bleib-gesund.de -Contents.

Instagram AOK R/H
Durch die kontinuierliche, jahrelange Veröffentlichung von Postings in verschiedenen Content-Formaten konnte der Instagram-Kanal inzwischen ca. 13.000 Follower gewinnen. Der Instagram-Kanal priorisiert die mittlere Zielgruppe im Alter von 35 bis 49 Jahren (80%). Es wird jedoch zu einem kleineren Anteil (20 %) in der Kommunikation auch die jüngere Zielgruppe im Alter von 18 bis 34 Jahren angesprochen.

Insbesondere durch das angebundene Community-Management hat der Kanal, neben inspirierenden Contents und Trends, einen Fokus auf Service- und Leistungsthemen. Unsere Service- und Leistungsthemen, Ad- hoc-Kommunikation und andere wichtige Themen pusht die AOK R/H zusätzlich durch Instagram Stories mit Verlinkung auf die bleib-gesund.de. Die Themen basieren auf der übergeordneten Themenplanung des Themen-Managements, Themenkampagnen und zielgruppenspezifischen Gesundheitsthemen. Die

AOK R/H möchte ein verlässlicher Absender für Gesundheitsinformationen sein. Die Ziele des Kanals umfassen die Interaktion mit der Community, Reichweitengenerierung und das Markenimage. Des Weiteren ist auch die Zusammenarbeit mit Influencern/Creatorn wichtig, um für ausgewählte Themen eine erhöhte Aufmerksamkeit und Reichweite zu generieren.

TikTok AOK R/H

Der TikTok Kanal der AOK R/H besteht seit August 2024 und adressiert priorisiert die junge Zielgruppe im Alter von 14 bis 24 Jahren (80%). Es wird jedoch zu einem kleineren Anteil (20 %) in der Kommunikation auch die erwachsene Zielgruppe im Alter bis 35 Jahre angesprochen. Die beiden Kanalgesichter, Cecile und Malik präsentieren die Marke AOK R/H sympathisch, authentisch und auf Augenhöhe mit der jungen Zielgruppe. Die Produktion des Contents findet an zwei Tagen in der Woche in einem TikTok-Studio statt. Die Contents sollen unterhaltend, aber gleichermaßen informativ sein und auf aktuelle Kanaltrends eingehen. Die Themen basieren auf der übergeordneten Themenplanung des Themen-Managements, Themenkampagnen und zielgruppenspezifischen Gesundheitsthemen. Die AOK R/H möchte gerade auf TikTok ein verlässlicher Absender für Gesundheitsinformationen sein. Die Ziele des Kanals umfassen die Interaktion mit der Community und die Videoviews.
Um die Reichweite und Aufmerksamkeit des Kanals zu steigern, werden zu thematischen Schwerpunktthemen zusätzlich Influencer/Creator hinzugezogen. Im Gegensatz zu den anderen bestehenden Social-Media-Kanälen findet bei TikTok ein zusätzliches, proaktives Community-Management statt.

Firmenkundenkanal LinkedIn AOK R/H

Das LinkedIn-Unternehmensprofil der AOK R/H präsentiert Gesundheitsinhalte, die stets einen klaren Bezug zur Arbeitswelt haben und sich sowohl an Arbeitgebende als auch an Arbeitnehmende richten. Der Kanal dient ausschließlich der B2B-Kommunikation. Inhaltliche Schwerpunkte liegen in den Themenfeldern gesunder Arbeitsalltag/Betriebliche Gesundheitsförderung (BGF), Sozialversicherung (als Servicethema) sowie HR und New Work. Ziel ist es, neben einer erhöhten Sichtbarkeit, sowohl Firmenkunden für die Inhalte unseres Fachportals für Arbeitgeber (aok.de/fk/rh) als auch für die Angebote unseres Tochterunternehmens, des BGF-Instituts (bgf-institut.de), zu sensibilisieren.
Darüber hinaus werden ausgewählte Themenkampagnen aus dem Privatkundenbereich (B2C) für das LinkedIn-Unternehmensprofil adaptiert. Diese werden so aufbereitet, dass sie als Kernthema mit Arbeitsweltbezug übersetzt werden und sich authentisch als B2B-Posting qualifizieren.

2.1.3 Videoproduktion

Die AOK R/H verfügt über eine vollausgestattete interne Videoproduktion, die in der Lage ist, einen Großteil der anfallenden Bewegtbildproduktionen für die Abteilung Medien umzusetzen. Die abrufbare Leistung entspricht dabei einer modernen, ansprechenden und professionellen Videoproduktion. Die Zielsetzung dabei ist es, den Bewegtbildanteil auf den in 2.1.2 genannten Kanälen zu erhöhen und Video als Medium für die interne Unternehmenskommunikation auszubauen. Dabei werden Videos sowohl für Social-Media-Content, für Webseiten und Online-Programme, für Werbeanzeigen, die interne Unternehmenskommunikation oder Events mit Stakeholdern produziert.

2.1.4 Digitale Infoscreens

Mit den Neueröffnungen der Geschäftsstellen und AOK-Häuser der AOK R/H im neuen Design werden sukzessive alle Standorte mit digitalen Infoscreens ausgestattet. Als Marketing-Kanal bieten sie eine weitere Möglichkeit, unseren Content und unsere Kampagnen auszuspielen und zu vermarkten. Als Ersatz für klassische Poster bieten die digitalen Infoscreens der AOK R/H die Möglichkeit, Inhalte am Ort des persönlichen Kontaktes an Versicherte und andere Besucher zu kommunizieren. Mit Hilfe von QR-Codes und eingebundenen Links werden Besucher der Geschäftsstellen und Passanten auf unsere Webseiten geleitet, um sich beispielsweise für Veranstaltungen anzumelden oder über die Mitgliedschaft bei der AOK R/H zu informieren. Derzeit werden auf unseren digitalen Infoscreens sowohl Image- und Performance-Kampagnen als auch Content-Kampagnen ausgespielt.

2.1.5 Content-Kampagnen

Die Content-Kampagnen der AOK R/H sind als fester Bestandteil der bleib-gesund.de konzipiert. Hierbei ist überwiegend eine nahtlose Integration in die bestehenden, thematischen Bereiche der bleib-gesund.de vorgesehen. Im Rahmen von Content-Kampagnen können neben inhaltlichen Maßnahmen ggf. auch Event-Bestandteile geplant und umgesetzt werden.
Die bleib-gesund.de dient auch als Sammelbecken für besondere Content-Kampagnen, die nicht in die thematischen Cluster eingeordnet werden können. Zudem werden dort spezifische, kampagnenbezogene Landingpages verortet, die systematisch auf die dazu passenden Inhalte verlinken (bspw. https://bleib-gesund.de/spotlight/mediennutzung).
Die Kampagnen greifen dabei auf den kompletten Katalog an Inhalten der bleib-gesund.de zu.

Innerhalb der Kampagnen möchte sich die AOK R/H im Hinblick auf die Markenbindung als moderne Krankenversicherung und kompetenter Gesundheitspartner für ihre eigenen sowie potenzielle Versicherte positionieren. Zu diesem Zweck findet eine vernetzte Vermarktung der Inhalte und Maßnahmen mit Social Postings und Ads über Eigenmedien und den Vertrieb in 1 zu 1 oder B2B Kundenkontakt statt.

2.1.6 Podcasts

Entsprechend der Strategie zur Gesundheitsförderung, setzt die AOK R/H gezielt auf Podcasts als Kommunikationskanal. Die produzierten Gesundheitsformate rund um das Thema Kindergesundheit, Achtsamkeit und aktuelle Gesundheitsthemen bieten den Zuhörern die Möglichkeit, sich zielgruppengerecht mit gesundheitsrelevanten Themen auseinanderzusetzen. Inhalte wie Ernährung, Bewegung und mentale Gesundheit werden dabei in Zusammenarbeit mit Experten praxisnah aufbereitet.
Während sich die Podcasts in den letzten Jahren mit aktuellen Gesundheitsthemen und Achtsamkeit an Erwachsene gerichtet haben, produziert die AOK R/H derzeit einen Podcast auf Basis von Gesundheitsfragen von Kindern.
Der Kinderpodcast „Flipsi findet´s raus – auf Expedition durch den Körper" nimmt Kinder von etwa 7 bis 9 Jahren (auch Jüngere hören gerne zu) alle zwei Wochen mit auf Entdeckungsreisen durch den menschlichen Körper. Gemeinsam mit Reporterin Christine Roskopf beantwortet das kleine grüne Wesen Flipsi echte Kinderfragen – unterhaltsam, interaktiv und zugleich wissenschaftlich fundiert.

2.1.7 Einsatz von Paid Media zur Content-Distribution

Um die Performance der redaktionellen organischen Maßnahmen zu steigern und Sichtbarkeit für unsere Inhalte aus Content-Kampagnen und Kanälen zu erzielen, setzt die AOK R/H auf den gezielten Einsatz von Werbebudget auf den in 1.4 genannten Kanälen. Unter Berücksichtigung der Content- und Kanal-Strategie und sämtlicher Zielgruppen unserer Kanäle werden alle Phasen der Customer-Journey in die Entwicklung der Paid-Media-Strategien einbezogen. Dabei wird das Werbebudget als Hebel, für die in 1.3 genannten Content-Ziele verstanden. Die Paid-Media-Maßnahmen werden durch die Abteilung Medien in Zusammenarbeit mit einer Media-Agentur gesteuert.

2.1.8 Reportings, Trendanalysen & strategische Empfehlungen

Die geplante Kommunikation und Distribution von Content und Kampagnen der AOK R/H fußt auf regelmäßigen Reportings, die fester Bestandteil des Planungs- und Durchführungsprozesses sowie der Content- und Kanalstrategie sind. Das Reporting umfasst regelmäßige Analysen und Dokumentationen der Inhalte von Kanälen und Kampagnen unter besonderer Betrachtung der KPI der Content- und Kanalstrategie. Anhand der Analyse wird der Erfolg der eingesetzten Maßnahmen bemessen, der Themeneinsatz bewertet, die Umsetzung reflektiert, die Distribution überprüft (inkl. Paid-Media-Maßnahmen) und neue Ziele definiert.

Je Quartal wird eine übergreifende inhaltsgetriebene und strategische Analyse von Kanälen (Social und Webseiten) anhand aller Inhalte und mithilfe von Vergleichen zwischen Formaten, Beitragsarten, Beitragsfrequenzen, Inhalten, Kanälen, Kampagnen, Distributionsarten usw. durchgeführt. Die Handlungsempfehlungen aus den Quartalsberichten sollen einen Einfluss auf die Weiterentwicklung von Content-Formaten und Entscheidungsgrundlage für die Maßnahmen im Rahmen von Kampagnen haben.
Darüber hinaus werden für Kampagnen in unregelmäßigen Abständen und nach Abschluss der Maßnahmen Reportings erstellt, die der Bewertung der Performance dienen.

Zur Analyse sämtlicher Inhalte wird derzeit das Dashboard-Tool Tableau genutzt. Dieses bedient sich der Daten verschiedener Tools und Kanäle der AOK R/H und spielt diese über Dashboards in Echtzeit an die jeweils erforderlichen Empfänger aus. Durch automatisierte Reportings (Datenerfassung, -Betrachtung und -Kontrolle in Echtzeit) sollen einerseits schnellere Ableitungen (z. B. Low-Performer) zu den Maßnahmen getroffen werden, um dadurch anpassungsfähig zu sein. Andererseits sollen manuelle Aufwände für die Erfassung und Aufbereitung von Daten bei der Auftraggeberin und Auftragnehmer verringert werden. Die zeitlich uneingeschränkte Verfügbarkeit von Daten soll ermöglichen, auch Rückschlüsse zu bereits länger vergangenen Aktivitäten zu ziehen und in den Kontext setzen zu können.

Im Rahmen des Berichtswesens erfolgt zudem eine begleitende Analyse von aktuellen Trends sowie deren Auswirkungen auf das Nutzungsverhalten im Rahmen der Customer-Journeys.

2.2 Überblick über die geforderten Leistungen des Auftragsnehmers

2.2.1 Basis-/Regelbetreuung

Hierunter fallen alle Leistungen des Auftragnehmers, die dauerhaft und planbar anfallen. Sie sichern den „Basisbetrieb".

2.2.1.1 Allgemeine Strategieberatung

Strategieberatung:

- Proaktive Begleitung aller Kommunikationsmaßnahmen, Feedback zu vorgeschlagenen Maßnahmen und Ideen, Nutzenbewertung im Hinblick auf die Ziele und Zwecke der Content- und Kanalstrategie
- allgemeine/kontinuierliche und proaktive Beratung in Bezug auf projektunabhängige Fragen der Content-Strategie und Konzeptentwicklung
- Handlungsempfehlungen zu Themen, Kanälen, Maßnahmen im Bereich Gesundheit und Monitoring der Krankenkassen-/Gesundheitsbranche
- Ad-Hoc Beratung und Support z. B. im Umgang mit Krisen oder bei aktuellen Entwicklungen und daraus folgenden Ad-hoc Aktivitäten für die AOK R/H
- Wöchentliche Teilnahme am Jour fixe Projektsteuerung mit den Führungskräften der AOK R/H

Account- und Projekt-Management:

- Operative Steuerung aller Projekte der Auftraggeberin (wie z. B. Themenkampagnen, Portal- oder Kanalentwicklung), Erstellung von fortlaufenden Projektplänen/Roadmaps und anfallender Aufgaben, kontinuierliche Erfolgskontrolle/Sicherung der Transparenz und Effizienz
- Anforderungsmanagement (Durchführen von Briefingterminen, Formulierung von Re-Briefings, Klärung des gemeinsamen Verständnisses der Zielerreichung und Kostenvoranschläge für Projekte)
- Anlegen von Projektplänen für Projekte mit größerem Umfang (ab einem Budget von 10.000 EUR) und Sicherstellung der Einhaltung von Prozessen zur Auftragsabarbeitung
- Projekt-Management und -steuerung (Zeitpläne, Projektakten, Statusreports, Protokolle, Steuerung der Gewerke, fortlaufendes Führen eines Gesamt-Projekt-Status, Ressourcenplanung)
- Optionale Organisation und Durchführung von Terminen der Auftraggeberin

- Vorbereitung und Moderation von Projekt-Status-Videokonferenzen mit allen Beteiligten aus dem AOK-Team und der Agentur. Verfassen und Übersendung von Ergebnisprotokollen.
- Steuerung und Management von beauftragten Dritten
- Projektabrechnung und –controlling für beidseitige Kosten- und Fortschrittstransparenz

2.2.1.2 Themen-Management und -steuerung

Die Beauftragung durch die AOK R/H an den Auftragnehmer umfasst die nachfolgenden Leistungen:

- Kanalübergreifende Redaktionsleitung; redaktionelle Steuerung der kanalübergreifenden Themenplanung sowie Festlegung und Aussteuerung von Schwerpunktthemen über alle Kanäle hinweg
- Strategische Themenanalyse und Erarbeitung von strategisch relevanten Themen für die kanalübergreifende jährliche Themenplanung mit folgenden Elementen:
    - Jahreskampagne mit bis zu zwei Schwerpunkten, die Contentkonzeption, -produktion und -distribution verknüpft
    - bis zu vier anlass-, zielgruppen- und/oder leistungsbezogene Fokusthemen mit variablen Umfängen und Laufzeiten
    - sechs bis zehn besonders vernetzte Themen aus dem Tagesgeschäft, die zu einem konkreten Anlass über zahlreiche Medienkanäle ausgespielt werden

- Ausgestaltung der Themenplanung durch die Entwicklung eines redaktionellen Grundgerüsts (Themenexposé inklusive Narrativen, Trendanalysen, Vorschlag passender Influencer, Anlegen von Content-Stories) zur Ausgestaltung von kanalübergreifenden Themen – bildet Grundlage für die kanalspezifischen Umsetzungen.
- Übergeordnete Steuerung der Online- und Social-Media-Redaktion beim Auftragnehmer; Schnittstelle zur Aussteuerung von kanalübergreifenden Schwerpunktthemen auf allen Social-Media-Kanälen – Sicherstellung von Umfang und Contentqualität sowie der laufenden Entwicklung der Kanäle aus strategischer Sicht.
- Übergeordnete Creator- und Influencer-Steuerung;
  Abwicklung und Steuerung von kanalunabhängigen, themenbezogenen Influencer- und Creator-Kooperationen auf Basis der festgelegten Fokusthemen
- Qualitätskontrolle der Maßnahmen nach Kohärenz mit der Content- und Kanalstrategie und nach Qualität (interne und allgemeine Standards für eine erfolgreiche Kommunikation) und deren

Priorisierung (Wichtigkeit im Gesamtkontext und im Vergleich zu anderen laufenden oder kommenden Maßnahmen)
- Einbringen von Ableitungen für Themenplanung in Qualität und Quantität aus Reportings (vgl. dazu auch Ziffer 2.1.8)
- Teilnahme am wöchentlich stattfindenden Austauschtermin mit dem Themen-Management (Umfang: 30 Minuten).

2.2.1.3 Redaktionelle Betreuung von Webseiten

Die Beauftragung durch die AOK R/H an den Auftragnehmer umfasst die nachfolgenden Leistungen:

Redaktionelle Anforderungen

Die im Folgenden genannten Anforderungen beziehen sich auf die redaktionelle Arbeit an allen Landingpages der bleib-gesund.de der AOK R/H und fassen die für alle Seiten gültigen Arbeiten zusammen:

- Recherche, Konzeption & Erstellung von Kampagnen- & Kampagnenkonzepten zugeschnitten auf die relevanten Zielgruppen der AOK R/H
- Erstellung eines Redaktionsplans in Abstimmung mit der Auftraggeberin. Produktion verschiedener Inhalte für ein vielfältiges Content-Angebot in verschiedenen Formaten
    - Textliche Inhalte:
        - Kampagnenspezifische und darauf ausgerichtete Inhalte, Erstellung & Supervision für Magazin-Artikel (Langformat), Interviews, Rezepte, Leistungsinhalte, Gewinnspiele
    - Multimediale Inhalte:
        - Videos, Bilder, graphische Inhalte, Audio-Inhalte
- Recherche & Einkauf von zielgruppenspezifischen Produkten für Gewinnspiele sowie Give-Away Aktionen
- Erstellung & Bearbeitung entsprechender Aufgaben-Tickets im gemeinsam verwendeten Redaktions-Tool.
- Übernahme verschiedener Projekt-Management-Aufgaben
    - Erstellung Projektpläne & Aufgabenlisten zusammen mit der AOK R/H für Kampagnen

Der genaue Umfang der Inhalte richtet sich nach den Webseiten, auf der diese platziert werden sowie nach den spezifischen Gegebenheiten einer Kampagne.

Für bleib-gesund.de gilt:

- Bei Bedarf Erstellung von umfangreichen Themenpaketen (Schwerpunktthemen):
    - Langformat-Artikel
    - Verschiedene graphische Inhalte
    - Verschiedene audiovisuelle Inhalte
    - Die genaue Menge und benötigten Formate können sich abhängig vom Thema unterscheiden
    - Erstellung und Bereitstellung notwendiger Inhalte mit Bezug zu Schwerpunktthemen für den Newsletter (erfolgt alle zwei Wochen)
- Erstellung notwendiger Inhalte für Kampagnen
    - Unterstützung bei Erstellung kampagnenspezifischer Langformat-Artikel
    - Berücksichtigung abgestimmter Regeln zur SEO/GEO-Optimierung
    - Recherche & Integration benötigter Bilder für die Inhalte sowie Erstellung dazugehöriger Alt-Texte
    - Integration in das Gesamtgefüge der Webseite inklusive passender Verlinkungen zu anderen relevanten Inhalten der AOK R/H
    - Erstellung und Bereitstellung notwendiger Inhalte mit Kampagnenbezug für den Newsletter (erfolgt alle zwei Wochen)
- Bei Bedarf Qualitätssicherung von Longcopy-Inhalten (erstellt durch Auftraggeberin)
- Teilnahme an einem monatlichen Jour fixe zum gemeinsamen Austausch für redaktionelle Themen (1 Stunde) inklusive Erstellung & Versand eines Protokolls

Für vigozone.de gilt:

- Themenrecherche zu Kernthemen einer jungen Zielgruppe im Alter von 14 bis 19 Jahren
- Erstellung von Inhalten für eine junge Zielgruppe, in folgendem Umfang:
    - Vier Neuerstellungen pro Monat, bei Bedarf Überarbeitung bereits vorhandener Inhalte
        - Zwei Überarbeitungen entsprechen einer Neuerstellung
    - Erstellung der Inhalte unter Berücksichtigung abgestimmter SEO/GEO-Kriterien
    - Kategorisierung der Inhalte in die Struktur der Seite inkl. URL-Vorschlägen

    - Abstimmung von Bildern unter Berücksichtigung des CI-konformen Bildkonzepts
    - Integration passender Verlinkungen zu internen Seiten sowie Absprünge zu Leistungsinhalten der AOK R/H

- Auswahl zur Einbindung passender Videos bspw. aus Social-Media-Kanälen
- Anpassung des Link Trees für TikTok, der im vigozone-CMS (aktuell: WordPress) liegt
- Teilnahme an der monatlichen Kanalkonferenz (1-2 Stunden) inklusive Erstellung & Versand eines Protokolls

2.2.1.4 Technische Betreuung von Webseiten

Die Beauftragung durch die AOK R/H an den Auftragnehmer umfasst die nachfolgenden technischen Leistungen für alle betroffenen Landingpages der bleib-gesund.de:

<u>Technische Beratung</u>

- Berücksichtigung aktueller technischer Möglichkeiten bei der Erstellung von Inhalten auf Basis der aktuell zur Verfügung stehenden Module in Typo3
- Erstellung von UX & Design im Einklang mit der CI der AOK R/H inklusive Prüfung auf technische Machbarkeit
- Sicherstellung des technischen Supports und einwandfreien sicheren Webseitenbetriebs, dazu gehört:
    - Beratung & Aufwandseinschätzungen für notwendige Anpassungen an der Webseite
    - Beratung, Einschätzung und Ressourcenplanung für größere Projekte bspw. im Rahmen von Kampagnen
    - Aufnahme & Bearbeitung von Aufgabentickets innerhalb eines gemeinsam genutzten Ticket-Systems inklusive abgestimmtem Rollenmanagement
    - Prüfung, Planung & Durchführung regelmäßiger Updates, um die Sicherheit der Systeme zu gewährleisten
    - Austausch mit GKVI & Getronics/Colt für serverbezogene Thematiken inklusive Informationsweitergabe an Ansprechpartner der AOK R/H
    - Sicherstellung der Einhaltung von Datenschutzanforderungen und Barrierefreiheit
- Ideenfindung zur sinnvollen Weiterentwicklung der Webseiten

- Erstellung eines nachvollziehbaren Leistungsnachweises zur Abrechnung der entstandenen Aufwände
- Teilnahme am wöchentlich stattfindenden Termin zur Weiterentwicklung der Webseiten (bis zu 1,5 Stunden)

<u>Programmierung und Weiterentwicklung</u>

- Vorbereitung & Übergabe aller notwendiger Daten zur Bestellung & Anlegung von Servern sowie Domains
- Kontinuierliche Weiterentwicklung der Webseiten auf PHP-basierten Systemen (Aktuell: Typo3 & WordPress)
- Übernahme der Backend-Entwicklung für die Schaffung notwendiger Funktionen sowie Module
- Übernahme der Frontend-Entwicklung zur Umsetzung UX & Design für die Schaffung notwendiger Funktionen sowie Module
- Zur Verfügung Stellung verschiedener Stages, um Entwicklungs- & Testumgebungen neben der Live-Umgebung zur Verfügung zu haben
- Anbindung von Schnittstellen zum Datenaustausch beispielsweise mit Services der AOK R/H oder für das Veranstaltungsmanagement auf Webseiten
- Durchführung gemeinsamer Tests für neue Funktionen und Inhalte auf der Webseite

<u>Contentpflege</u>

- Einpflege von Inhalten innerhalb der Content-Management-Systeme für die Webseiten (Aktuell: Typo3 sowie WordPress), das beinhaltet:
    - Anpassung & Einfügen von Modulen
    - Einbindung, Austausch, Anpassungen von Inhalten in den entsprechenden Modulen
    - In Ausnahmefällen Anpassungen von URLs inkl. Prüfung dazugehöriger Weiterleitungen
- In ausgewählten Fällen Pflege & Anpassungen von Inhalten im Kampagnenbaukasten-System der aok.de

2.2.1.5 Social Media Instagram

Die Beauftragung durch die AOK R/H an den Auftragnehmer umfasst die nachfolgenden Leistungen:

Redaktionelle Anforderungen

- Erstellung von monatlichen Redaktionsplänen
- Schreiben von Texten für alle Arten von Postings und Sponsored Posts unter Einhaltung von SEO/GEO-Richtlinien
- Einstellen von Postings und Storys mittels zentralem Redaktionstool
    - 18-22 Feedpostings plus 12 Stories inclusive Kampagnenpostings und Kooperationen (Formate: Reel plus Thumbnail, Carousell, Image)
      (Hinweis: Zusätzlich werden durch die Auftraggeberin 8-12 Musterpostings aus dem bundesweiten Contentroom (CR) in die laufende Redaktionsplanung übernommen)
- Einplanung und Schaltung von Sponsored Posts im redaktionellen Tagesgeschäft
    - 6-10 Werbeanzeigen exklusive Kampagnen/monatlich
- Monitoring und ggf. Anpassung/Optimierung von Postings und (laufenden) Werbeanzeigen
- Produktion von Grafiken/Videos/Reels (Ausnahme: bei Influencer-/Creator-/Betroffenen-Kooperationen findet der Videodreh, die Aufbereitung und Finalisierung ausschließlich durch ein internes Videoteam statt)

Strategische und weitere Anforderungen

- Content-Vorbereitung für die monatliche Redaktionsplanung
- Teilnahme an der monatlichen Kanalkonferenz mit den Kanalmanagern der AOK R/H
- Protokollieren der Redaktionsplanung und zeitnaher Versand des Protokolls an Auftraggeberin
- Strategische Beratung zur Optimierung sämtlicher redaktioneller Maßnahmen auf den Kanälen (u.a. Ziel, Zielgruppe und A/B-Testing) unter Berücksichtigung der Learnings und Strategieanpassungen aus Reportings
- Recherche von Creatorn/Influencern/Betroffenen für Kooperationen auf unseren B2C-Kanälen (hiermit sind die Content-Planung, Kontaktaufnahme, Insides-Anlieferung im Sinne von Sedcards, Vertragsabwicklung und die gesamte Kommunikation mit dem Creator/ Management gemeint), anschließende Evaluierung der Zusammenarbeit als Kartei und zeitnaher Versand an die Auftraggeberin
- Kanaladministration (hiermit ist das Hinzufügen von Profilen, Rollenvergaben, Klärung von technischen Neuerungen, Pflege von Reitern/APPs sowohl auf der Plattform als auch im Business- und Werbemanager gemeint)

- Krisenmanagement im Sinne des Beistandes zur Einschätzung von Krisenpotenzialen und der Beratung von Reaktionsmöglichkeiten in Krisen
- Identifizierung und Beratung neuer Format- oder Funktionstrends
- Teilnahme an vierteljährlichen Review-Terminen zur Erfolgsmessung und Prüfung der Ausrichtung des Kanals: Organisation und Agenda durch AOK-Kanalmanager, unterstützt durch Auftragnehmer

2.2.1.6 Social Media Facebook

Die Beauftragung durch die AOK R/H an den Auftragnehmer umfasst die nachfolgenden Leistungen:

<u>Redaktionelle Anforderungen</u>

- Erstellung von monatlichen Redaktionsplänen
- Schreiben von Texten für alle Arten von Postings und Sponsored Posts unter Einhaltung von SEO/GEO-Richtlinien
- Einstellen von Postings und Storys mittels zentralem Redaktionstool
    - 18-22 Feed-Postings inclusive Kampagnenpostings (Formate: Linkpagepost, Carousell, Video, Image)
      (Hinweis: Zusätzlich werden durch die Auftraggeberin 8-12 Musterpostings aus dem bundesweiten Contentroom (CR) in die laufende Redaktionsplanung übernommen)
- Einplanung und Schaltung von Sponsored Posts im redaktionellen Tagesgeschäft
    - 5-8 Werbeanzeigen exklusive Kampagnen/monatlich
    - Lokale Veranstaltungen/Darkpostings: 20 Werbeanzeigen/monatlich
- Monitoring und ggf. Anpassung/Optimierung von Postings und (laufenden) Werbeanzeigen
- Produktion von Grafiken/Videos/Reels (Ausnahme: bei Influencer-/Creator-/Betroffenen-Kooperationen findet der Videodreh, die Aufbereitung und Finalisierung ausschließlich durch ein internes Videoteam statt)

<u>Strategische und weitere Anforderungen</u>

- Contentvorbereitung für die monatliche Redaktionsplanung
- Teilnahme an der monatlichen Kanalkonferenz mit den Kanalmanagern der AOK R/H
- Protokollieren der Redaktionsplanung und zeitnaher Versand des Protokolls an Auftraggeberin

- Strategische Beratung zur Optimierung sämtlicher redaktioneller Maßnahmen auf den Kanälen (u.a. Ziel, Zielgruppe und A/B-Testing) unter Berücksichtigung der Learnings und Strategieanpassungen aus Reportings
- Recherche von Creatorn/Influencern/Betroffenen für Kooperationen auf unseren B2C-Kanälen (hiermit sind die Content-Planung, Kontaktaufnahme, Insides-Anlieferung im Sinne von Sedcards, Vertragsabwicklung und die gesamte Kommunikation mit dem Creator/ Management gemeint); Anschließende Evaluierung der Zusammenarbeit als Kartei und zeitnaher Versand an die Auftraggeberin
- Kanaladministration (Hiermit ist das Hinzufügen von Profilen, Rollenvergaben, Klärung von technischen Neuerungen, Pflege von Reitern/APPs sowohl auf der Plattform als auch im Business- und Werbemanager gemeint)
- Krisenmanagement im Sinne des Beistandes zur Einschätzung von Krisenpotenzialen und der Beratung von Reaktionsmöglichkeiten in Krisen
- Identifizierung und Beratung neuer Format- oder Funktionstrends
- Teilnahme an vierteljährlichen Review-Terminen zur Erfolgsmessung und Prüfung der Ausrichtung des Kanals: Organisation und Agenda durch AOK-Kanalmanager, unterstützt durch Auftragnehmer

2.2.1.7 Social Media TikTok

Die Beauftragung durch die AOK R/H an den Auftragnehmer umfasst die nachfolgenden Leistungen:

<u>Redaktionelle Anforderungen</u>

- Erstellung von Redaktionsplänen
- Erstellung von 12-15 organischen Postings
- Einstellen der Postings und Storys mittels des zentralen Redaktions-Tools, inklusive Befüllung aller Reiter wie Info, Strategie und Materialien etc.
- Einplanung und Schaltung von 12-15 Sponsored Posts im redaktionellen Tagesgeschäft
- Monitoring und ggf. Anpassung von Postings
- Manuelle Veröffentlichung der Postings mit Thumbnails
- Angebotsbezogene Aktualisierung des Link Trees

Anforderungen Produktion

- Produktion des Contents in eigenem TikTok-Studio mit zwei Creators
    - Laufende Betreuung von zwei inhouse Content Creators für TikTok mit einem Umfang von jeweils 16 Stunden bzw. insgesamt 32 Stunden pro Woche
    - Die laufende Betreuung der Content Creators schließt Briefings, Feedbacks und regelmäßige Austauschformate sowie die eigentliche Produktion des Contents mit ein
- Bereitstellung des Studios inklusive technischem Equipment
- Bei Bedarf Einkauf von Requisiten
- Optional: Begleitung von ca. einem Außendreh pro Monat mit den Creatorn ggf. in Zusammenhang mit einer Influencer-Produktion oder einem AOK-Kooperationspartner
- Erstellung/Schnitt der Videos und Begleitung der o.g. Produktion durch die Redaktion

Strategische und weitere Anforderungen

- Vertragliche Anstellung der Creator
- Identifikation und Einbindung von regionalen Kooperationspartnern und relevanten Influencern, einschließlich Vertragsmanagement nach Abstimmung mit der Auftraggeberin über Vorschläge/Sedcards
- Sicherstellung der Aktualität des Kanals bei Plattformänderungen und Verantwortlichkeit für die Pflege des Kanals bei technischen Updates
- Strategische Beratung zur Optimierung sämtlicher redaktioneller Maßnahmen auf den Kanälen (u.a. Ziel, Zielgruppe und A/B-Testing) unter Berücksichtigung der Learnings und Strategieanpassungen aus Reportings
- Teilnahme an der wöchentlichen Kanalkonferenz mit den Kanalmanagern der AOK R/H (Abstimmung und Besprechung von Redaktion und Trendpostings; Kanalplanung für den Folgemonat; Performance der Werbeanzeigen aus dem Vormonat; optional Aktuelles in der Zusammenarbeit wie bspw. Ressourcenplanung)
- Protokollieren der Redaktionsplanung
- Begleitung/Qualitätssicherung des Community-Managements und proaktive Interaktion mit Content anderer Creator
- Durchführung von regelmäßigen Trendanalysen zur Optimierung des Contents
- Teilnahme an vierteljährlichen Review-Terminen zur Erfolgsmessung und Prüfung der Ausrichtung des Kanals: Organisation und Agenda durch AOK-Kanalmanager

2.2.1.8 Social Media LinkedIn

Die Beauftragung durch die AOK R/H an den Auftragnehmer umfasst die nachfolgenden Leistungen:

Redaktionelle Anforderungen

- Einbringen von Themenideen und Trends, Konzeption sowie Planung von Beiträgen aus einem Mix unterschiedlicher Aufwandskategorien (Short- und Longcopy)
- Erstellung eines Redaktionsplans inkl. Abbildung und tagesaktueller Pflege im zentralen Redaktionstool
- Verfassen von Texten für alle Arten von Beiträgen und Anzeigen. Die Anzahl der Kanal-Postings beträgt 16 - 24 (inkl. 4-6 Kampagnen-Postings) pro Monat
- Formulierung und Abstimmung von Interview-Fragen für Video-Formate und Experten-Postings unter Einhaltung der Kanal und CI-Richtlinien (monatlich werden ca. zwei bis drei Video-Formate und zwei bis vier Experten-Postings veröffentlicht)
- Ideenfindung und Formulierung von Umfragen für die Community zur Steigerung des Engagements (ca. zwei Umfragen pro Monat)
- Monitoring und ggf. Anpassung von Postings inkl. Community-Management
- Festlegung und Abstimmung (auch budgetär), welche Kanal-Postings als Sponsored Posts angelegt werden. Einbringen der Sponsored Posts in das Redaktionstool und den Ad-Manager (ca. 8 - 14 Sponsored Posts pro Monat)
- Umsetzung von grafischen Leistungen: Erstellung von Visuals/Slides mit z. B. Schaubildern oder Zitaten/Statements unter Nutzung des Grafik-Pools und Umsetzung von grafischen Änderungen im Zuge der Abstimmungsprozesse
- Recherche und Empfehlungen von externen Experten für Postings (nicht regelhaft, ca. ein Experte pro Monat).

Strategische und weitere Anforderungen

- Laufende Betreuung einschließlich strategischer Beratung und Weiterentwicklung der B2B Social-Media-Kommunikation
- Übergreifende strategische Beratung zur Weiterentwicklung von Kanalstrategie und Formaten
- Teilnahme an der wöchentlichen Kanalkonferenz mit den Kanalmanagern der AOK R/H (ca. 30 Minuten)
- Protokollieren der Redaktionsplanung und zeitnaher Versand des Protokolls an Auftraggeberin

- Einhaltung, Überprüfung und Optimierung der Kanalstrategie unter Berücksichtigung der Learnings und Strategieanpassungen aus Reportings
- Klärung von technischen Fragen und Kanaladministration
- Identifizierung neuer Formate oder Funktionstrends
- Konzeptionelle Arbeiten gemäß kanalspezifischem Standard und Trends
- Strategische Beratung hinsichtlich eines optimalen Media-Mixes (Sponsored Posts und Ads)
- Teilnahme an vierteljährlichen Review-Terminen zur Erfolgsmessung und Prüfung der Ausrichtung des Kanals: Organisation und Agenda durch AOK-Kanalmanager, unterstützt durch Auftragnehmer

2.2.1.9 Kinder-Podcast

Im Rahmen der Konzeption, Produktion und Distribution des Kinder-Podcasts werden vom Auftragnehmer nachfolgende Leistungen gefordert:

<u>Redaktionelle Anforderungen</u>

- <u>Themenfindung, Planung, Aufnahme & Regie</u>
  - Erstellung eines redaktionellen Themenplans für mindestens 3 Monate im Voraus
  - Berücksichtigung und Bewertung eingehender Zuschriften von Kindern sowie Priorisierungsvorschläge
  - Berücksichtigung von Themen aus der internen Contentplanung der Auftraggeberin
  - Recherche, Dramaturgie und Ausformulierung von Sprechertexten, Moderationsskripten, Einleitungen und Übergängen
  - Erstellung und Ablieferung eines finalen Skripts pro Folge
  - Durchführung der Aufnahmen (On-Site und Remote) inklusive Regie, Moderationsbriefing
  - Technische Durchführung
  - Auswahl eines Gastes aus dem Zuschriften-Pool nach Kriterien (Themenmix, Inhaltliche Eignung)
  - Interviewführung mit dem Kind (inkl. Briefing der Erziehungsberechtigten)
  - Live-Betreuung der Aufzeichnung von bis zu drei Sprachmemos (Expeditionsfragen) pro Gast; Sicherstellung kindgerechter Sprache und Datenschutz

  - Erstellung von SEO/GEO-optimierten Shownotes, Episodenbeschreibungen (Teasertexte) für Streamingplattformen sowie für die Landingpage

- Produktion und Distribution/Hosting
  - Bereitstellung des Studios und des technischen Equipments
  - Audio-Cleaning (Entfernen von Störgeräuschen, etc.), Sequenzieren (Zusammenfügen in korrekter, dramaturgischer Reihenfolge)
  - Professionelles Mixing und Mastering; Lieferung von Master-WAV für Abnahme und Archiv und MP3 für die Veröffentlichung
  - Integration von Intro/Outro, Jingles, Effekten
  - Technische Qualitätsprüfung
  - Erstellung der finalen MP3s mit ID3-Tags (Titel, Episode, Beschreibung, Cover)
  - Bereitstellung von Episode-Metadaten (Datum, Laufzeit, Teilnehmerliste, Lizenzhinweis)
  - Einrichtung/Verwaltung des Feeds auf Podigee; Upload jeder Folge; Verteilung auf Streamingplattformen

- Cover-Entwicklung & Erstellung
  - Erstellung von Coverbildern unter Berücksichtigung der Episodeninhalte

Strategische und weitere Anforderungen

- Vertragliche Betreuung, Rechteklärung und Lizenzen
  - Verhandlung, Erstellung und Verwaltung der Verträge für das Moderationsteam sowie für zwei Kinderärztinnen und einen Kinder-/Jugendpsychiater
  - Abrechnung / Auszahlung der Honorare auf Rechnungsbasis
  - Erstellung standardisierter Einverständniserklärungen für Erziehungsberechtigte (schriftlich / digital), Sammlung und Ablage signierter Formulare pro Folge
  - Sicherstellung/Genehmigung der Musik-, SFX- und Voice-Lizenzen

- Produktions-Management & Koordination
  - Koordination des Redaktionsteams, der Technik und der Gäste
  - Planung von Produktionstagen

- Strategische Beratung und Marketing-Konzeption
    - Übergreifende strategische Beratung zur Weiterentwicklung von Kanalstrategie und Formaten
    - Einhaltung, Überprüfung und Optimierung der Kanalstrategie unter Berücksichtigung der Learnings und Strategieanpassungen aus Reportings

- Meetings, Abnahmeschleife & Kommunikation
    - Teilnahme am redaktionellen Meeting: quartalsweise zur Redaktionsplanung (ca. 2 Stunden)
    - Abstimmungsmeetings bei Bedarf
    - Strategiemeeting: 2x jährlich bzw. auf Anfrage der Auftraggeberin
    - Protokollieren der Redaktionsplanung und zeitnaher Versand des Protokolls an Auftraggeberin

2.2.2. Projektbezogene Leistungen

In Abhängig zur übergreifenden Maßnahmen- und Kampagnenplanung können nachfolgende Einzelbeauftragungen erfolgen:

2.2.2.1 (Strategische) Contentkonzeption- und Planung

- Entwicklung von Konzepten für die Jahreskampagne sowie die Fokusthemen mit variablen Kampagnen-Umfängen und Laufzeiten (siehe Themenmanagement) mit kanalübergreifenden geeigneten (Video-) Formaten zur Generierung und Steigerung von Reichweite und Interaktion, Identifizierung und Einbindung geeigneter Influencer, Moderatorinnen und Moderatoren
- Überprüfung und Weiterentwicklung der Themenarchitektur unter Berücksichtigung der Kommunikationsziele und Zielgruppen sowie von kanalspezifischen und übergreifenden Content-Formaten für die Kanäle
- Plattformabhängige Konzeption geeigneter neuer Formate

2.2.2.2 Planung und Umsetzung von Themenkampagnen

Kampagnen-Projekte werden sowohl im B2C als auch im B2B-Bereich an den Auftragnehmer mit den nachfolgenden Leistungen gefordert:

- Strategie-Entwicklung, Konzeption und Umsetzung:
    - Identifikation von Themen und Potenzialen für umzusetzende Kampagnen

  - Definition von Zielen in Abstimmung mit der Auftraggeberin
  - Kampagnenplanung in Form eines Grob- und Feinkonzeptes unter Berücksichtigung der Ziele und Zielgruppe
  - Entwicklung von Kommunikationsstrategien (Storyline, Kernbotschaften, Maßnahmenmix etc.)
  - Content-Entwicklung und Umsetzung über verschiedene Kanäle/Formate (Online-Portal, Podcasts, Videos, Social, Newsletter) inkl. Mitdenken vertrieblicher Ansätze
  - Unterstützung bei der Konzeption von Landingpages für die Kampagne

- Projektmanagement insgesamt:
  - Erstellung und fortlaufende Pflege von Projektplänen, kontinuierliche Projektsteuerung (unter Berücksichtigung der Erfolgskontrolle) vor, während und nach der Kampagne, Erstellung von Präsentationen
  - Recherche und Ansprache von geeigneten Testimonials sowie Umsetzung der Kooperation Influencer-Marketing
  - Budgetabstimmungen und Überwachung gemeinsam mit dem Kampagnenverantwortlichen der Auftraggeberin

Die Auftraggeberin beauftragt den Auftragnehmer ggf. auch mit der Konzeption und Durchführung von Content-Kampagnen für die jugendliche Zielgruppe. Die Beauftragung durch die AOK R/H an den Auftragnehmer kann die nachfolgenden Leistungen umfassen:

  - Konzepterstellung, Anpassung oder Fortführung des bestehenden Konzepts /Kampagnenmechanik unter Berücksichtigung aktueller Trends
  - Projektleitung inklusive der Koordination und Steuerung aller Maßnahmen
  - Pflege und/oder Erstellung einer Kampagnenseite inkl. der Integration der Kampagne in die AOK-Kanäle
  - Identifikation von zielgruppenaffinen Künstlern/Influencern/Creatorn, Verhandlung und Kommunikation mit dem Management sowie Vertragsabstimmung und -abschluss
  - Integration und Steuerung externer Dienstleister, wie bspw. Schülerpromotionen
  - Erstellung und Produktion u.a. von Printmedien/Mailings und deren Versand
  - Erstellung von Werbemitteln für Mediaausspielung, Content für AOK-Kanäle und Zusammenarbeit mit der Mediaagentur

Der Auftragnehmer kann auch mit der Planung und Durchführung von Content-Kampagnen für die Zielgruppe Firmenkunden beauftragt werden. Neben den von der AOK R/H definierten BGF-Schwerpunktthemen für die Content-Kampagne sind folgende Prozessschritte zu berücksichtigen:

- Herleitung einer Strategie und Konzeptentwicklung anhand der angelieferten (Kampagnen-) Themen:
    - Durchführung von Search-Analysen, Trend- und Zielgruppen-Analysen; Identifikation von möglichen Unterthemen und Potenzialen
    - Definition von Zielen und KPIs
    - Content-Entwicklung für die B2B-Social-Media-Kanäle und Formate (bspw. Videos) inkl. vertrieblicher Ansätze

- Projektmanagement insgesamt
    - Erstellung und fortlaufende Pflege von Projektplänen, kontinuierliche Projektsteuerung und Erfolgskontrolle vor, während und nach der Kampagne, Erstellung von Präsentationen
    - Organisation und Moderation von Kampagnen-Jour fixes inkl. Protokoll-Erstellung.
    - Recherche und Ansprache von geeigneten Testimonials sowie Umsetzung der Kooperation
    - Erstellung und Abstimmung von Social Postings gemäß Kampagnen-Themen
    - Budgetabstimmungen und Überwachung gemeinsam mit dem Kampagnenverantwortlichen der AOK R/H

Die Verzahnung zwischen B2C- und B2B-Themen und insbesondere Kampagnen soll perspektivisch ausgebaut werden.

2.2.2.3 Projektbezogene Erstellung von Webseiten

Im Rahmen von verschiedenen Projekten, (Content-) Kampagnen und Maßnahmen können folgende projektbezogene Anforderungen für die Erstellung und Erweiterung von Webseiten eintreten:

<u>Redaktionelle Anforderungen</u>

- Konzeption projektspezifischer Seiten in zwei möglichen Formen
    - Als eigenständige projektbezogene Webseite

    - Als sinnvolle Integration in Form einer Erweiterung bestehender Seiten
- Erstellung projekt- oder kampagnenbezogener Inhalte
    - Erstellung kampagnenspezifischer Langformat-Artikel
    - Berücksichtigung abgestimmter Regeln zur SEO/GEO-Optimierung
    - Recherche, Durchführung von Fotoshootings & Integration benötigter Bilder für die Inhalte sowie Erstellung dazugehöriger Alt-Texte
    - Berücksichtigung passender Verlinkungen zu anderen relevanten Inhalten der AOK R/H
- Alternativ kann eine Zuarbeit & Überprüfung projekt- oder kampagnenbezogener Inhalte, die von anderer Stelle angeliefert werden, erforderlich sein

<u>Technische Beratung</u>

- Prüfung der Anforderungen unter Berücksichtigung aktueller technischer Möglichkeiten bei der Erstellung von Inhalten auf Basis des aktuell zur Verfügung stehenden Baukastens
- Erstellung von UX & Design im Einklang mit der CI der AOK R/H für projektspezifische Webseiten
- Einhaltung bestehenden UX & Design im Einklang mit bestehendem Design bei Integration in bestehende Seite
- Beratung zur korrekten Integration projekt- & kampagnenbezogener Inhalte in bestehende Webseiten
- Sicherstellung des technischen Supports und einwandfreien sicheren Webseitenbetriebs, dazu gehört:
    - Beratung & Aufwandseinschätzungen für notwendige Anpassungen an der Webseite
    - Beratung, Einschätzung und Ressourcenplanung für den Aufbau & Betrieb kampagnenspezifischer Seiten
    - Aufnahme & Bearbeitung von Aufgabentickets innerhalb eines gemeinsam genutzten Ticket-Systems inklusive abgestimmtem Rollenmanagement
    - Austausch mit GKVI & Getronics/Colt für serverbezogene Thematiken inklusive Informationsweitergabe an Ansprechpartner der AOK R/H
    - Sicherstellung der Einhaltung der Datenschutz-Richtlinien
- Erstellung von projektbezogenen KVAs sowie nachvollziehbaren Leistungsnachweisen zur Abrechnung der entstandenen Aufwände

Programmierung und Weiterentwicklung

- Vorbereitung & Übergabe aller notwendiger Daten zur Bestellung & Anlegung von Servern sowie Domains für projektbezogene neue Webseiten
- Übernahme der Backend-Entwicklung für die Schaffung notwendiger Funktionen sowie Module bei neuen Webseiten oder Integration
- Übernahme der Frontend-Entwicklung zur Umsetzung UX & Design für die Schaffung notwendiger Funktionen sowie Module bei neuen Webseiten oder Integration
- Zur Verfügung Stellung verschiedener Stages, um Entwicklungs- & Testumgebungen neben der Live-Umgebung zur Verfügung zu haben
- Potenzielle Anbindung vorhandener Schnittstellen zum Datenaustausch beispielsweise mit Services der AOK R/H oder für das Veranstaltungsmanagement bei neuen Webseiten
- Durchführung gemeinsamer Tests für neue Funktionen und Inhalte auf der Webseite

Contentpflege

- Einpflege von Inhalten innerhalb der Content-Management-Systeme für die Webseiten in Typo3, das beinhaltet:
    - Anpassung & Einfügen von Modulen
    - Einbindung, Austausch, Anpassungen von Inhalten in den entsprechenden Modulen
    - In Ausnahmefällen Anpassungen von URLs inkl. Prüfung dazugehöriger Weiterleitungen

- Erstellung von Landingpages, die innerhalb des Gesundheitsportals bleib-gesund.de der AOK R/H eingebunden sind.
    - Technische und redaktionelle Konzeption
    - UX-Layout und UI-Design (entsprechende visuelle Gestaltung der Microsite im Einklang mit der CI des Gesundheitsportals.)
    - Ausarbeitung der User Journey
    - Redaktionelle Erstellung aller Texte für die Kampagnenseiten
    - Bildrecherchen und Organisation sowie Durchführung von Fotoshootings
    - Einpflege der Contents in das CMS (Typo3)
    - Konzeption, Programmierung und Pflege von datenschutz-konformen Anwendungen z. B. für Live-Streams oder Online-Kurse. Enthalten sind responsive Konzepte und Analysen, Anfertigen von Wireframes, Layout- und Texterstellung,

technische Umsetzung der erstellten Layouts, Tests aller Funktionen mit anschließender Fehlerbehebung bis zur Übergabe an die Auftraggeberin

2.2.2.4 Weitere Podcast-Produktionen

Die fortlaufende Betreuung weiterer Podcasts erfolgt projektbasiert auf Grundlage eines Projekt-Kostenvoranschlags. Die Leistungen umfassen dabei folgende Tätigkeiten:

<u>Redaktion und Konzeption</u>

- Recherche von Experten/Testimonials/Sprechern
- Koordination und vertragliche Betreuung von Experten oder Gästen
- Themenfindung für jede Podcast-Folge, orientiert an definierten Kampagneninhalten oder thematischen Veröffentlichungsrhythmen
- Konzeption und Skripterstellung, inklusive Recherche sowie Entwicklung eines Fragenkatalogs für Interviews bzw. Gesprächsleitfäden

<u>Produktion</u>

- Produktionsorganisation, -begleitung und -überwachung in AOK R/H-eigenem oder externen Studio
- Nutzung von Synergien zwischen zusammenhängenden Formaten (bspw. bei themenspezifische Podcast-Serien zu Kampagneninhalten)
- Umsetzung eines Abnahmeprozesses mit einer Feedbackschleife

<u>Distribution & Plattform-Management</u>

- Upload, Veröffentlichung und Verwaltung des Podcast auf gängigen Plattformen wie Podigee, Spotify, SoundCloud, Apple Podcasts u.a.
- Recherche und Bewertung neuer Podcast-Plattformen

<u>Text- & Contentproduktion</u>

- Erstellung von Shownotes und Teaser für Podcast-Plattformen, Online-Kanälen und Landingpages

<u>Vermarktung & Kampagnensteuerung</u>

- Prüfung und Optimierung von Vermarktungskonzepten (Online wie Offline) für den Podcast
- Abstimmung mit Media-Agentur hinsichtlich Podcast-spezifischer Platzierungen und Ads auf verschiedenen Plattformen
- Erstellung von Werbemitteln in unterschiedlichen Formaten und Bereitstellung an zuständige Schnittstellen (bspw. Media-Agentur oder interne Kommunikationsbereiche)

2.2.2.5 Video-Produktion

Sofern projektbezogene Leistungen im Rahmen von zu produzierendem Video-Content beauftragt werden, können für den Auftragnehmer folgende, optionalen Aufgaben anfallen:

- Casting von Protagonistinnen und Protagonisten in Abstimmung mit den jeweiligen Kanal- und Contentmanagern
- Umsetzung aufwendigerer Animationen und Motion-Graphics (ggf. durch externe Dienstleister/Dritte)
- Umsetzung und Bereitstellung von Grafiken in Absprache mit der internen Videoproduktion
- Nach Absprache: Übernahme von kompletten Bewegtbildproduktionen und Livestreams von Events (ggf. durch externe Dienstleister/Dritte)
- Content-Produktion im Rahmen von Events für diverse AOK-Kanäle

2.2.2.6 Paid Media

Da die AOK R/H mit einer Media-Agentur zusammenarbeitet, liegt der Schwerpunkt insbesondere bei größeren Mediabudgets auf der strategischen Distribution und wirkungsvollen Vermarktung von Content. Die Media-Agentur übernimmt dabei zentrale Aufgaben wie die Ableitung fundierter Budgetempfehlungen, die Identifikation geeigneter Distributions- und Vermarktungskanäle sowie passender Werbeformate. Darüber hinaus verantwortet sie das Setup, die kontinuierliche Optimierung und das Monitoring von Kampagnen inklusive datenbasierter A/B-Tests zur Performance-Steigerung.

Ergänzend können – insbesondere bei kampagnenbezogenen Maßnahmen oder weiteren zu vermarktenden Inhalten, die nicht vollständig durch die Media-Agentur abgedeckt werden – optionale Leistungen durch den Auftragnehmer erforderlich sein. Dazu zählen insbesondere:

- Konzeption und Umsetzung von Content-Kampagnen unter Berücksichtigung der individuellen Kampagnenziele
- Enge Abstimmung mit der Media-Agentur zur Ableitung effektiver Vermarktungsstrategien, die optimal auf Gesamtstrategie, Kreation und Budgetrahmen abgestimmt sind
- Entwicklung und Produktion sämtlicher grafischer Werbemittel sowie Werbetexte entlang der definierten Content- und Distributionspläne
- Fristgerechte und kanaladäquate Bereitstellung der Assets für die Ausspielung durch die Media-Agentur

- Kontinuierlicher Austausch mit der Media-Agentur und der AOK R/H zur Optimierung laufender Vermarktungsmaßnahmen und zur Identifikation zusätzlicher Distributionspotenziale

Die Beauftragung, Abnahme und übergeordnete Steuerung dieser Leistungen erfolgen durch die Auftraggeberin.

2.2.2.7 Kanal- und Kampagnenreportings

Zur Optimierung des Erfolgs aller Contents und Kampagnen über die verschiedenen Kanäle und Zielgruppen werden Expertise und Ressourcen des Auftragnehmers im Rahmen einer projektbezogenen Beauftragung durch die AOK R/H benötigt. Dazu zählen:

- Zur Verfügungstellung benötigter Daten für die Nutzung des aktuellen Dashboard-Tools der AOK R/H (bspw. bei Influencer-Kooperationen und Kampagnen etc.)
- Unterstützung bei der Entwicklung, Aktualisierung und Anpassung von Benchmarks unter Berücksichtigung von Abteilungs- und bspw. Kanalzielen
- Unterstützung bei Kampagnen- und Quartalsreportings der betreuten Social-Media-Kanäle und Webseiten der AOK R/H
- Durchführung von Trendanalysen zur Optimierung des Contents
- Beratung bei Learnings und Handlungsempfehlungen anhand der (Quartals-) Reportings
- Berücksichtigung der Learnings und Handlungsempfehlungen für die Weiterentwicklung der Content- und Kanalstrategie
- Kampagnenreportings werden optional beauftragt

Damit die Auftraggeberin ein möglichst holistisches Bild vom Erfolg sämtlicher Maßnahmen über alle Kanäle und Kampagnen erhält, gelten die in dieser Ziffer genannten Leistungen grundsätzlich für alle Kanäle und Kampagnen, die die Auftraggeberin verantwortet.

Die AOK R/H übernimmt die Erhebung, Aufbereitung und Auswertung interner Daten aus verschiedenen Quellen und Systemen. Darüber hinaus erstellt die Auftraggeberin eigene Reportings, zu denen insbesondere die regelmäßigen Quartalsreportings zählen. Diese Reportings dienen der internen Steuerung sowie der Erfolgsmessung strategischer Maßnahmen sowie Optimierungen in den eingesetzten Kanälen.

Die Ergebnisse werden von der Auftraggeberin anlassbezogen mit dem Auftragnehmer geteilt, um eine ganzheitliche Betrachtung der Datenbasis von Kanälen zu gewährleisten. Außerdem stellt die Auftraggeberin für Kampagnen die jeweils verfügbaren Reporting-Lösungen bereit (z. B. Kampagnendashboards oder Adobe-Berichte).

2.2.2.8 Digitale Infoscreens

Die Auftraggeberin beauftragt optional den Auftragnehmer mit der Erstellung von Inhalten für die digitalen Infoscreens, die als Kanal für die weitere Distribution des AOK R/H Contents in den Geschäftsstellen dienen. Dazu zählen:

- Berücksichtigung der Content- und Kampagneninhalte hinsichtlich ihrer Eignung für die Ausspielung auf digitalen Infoscreens unter Beachtung von Customer-Journeys
- Im Falle einer optionalen Beauftragung durch die Auftraggeberin: Konzeption und Kreation von Werbemitteln (Grafiken/Fotos/Text) unter Berücksichtigung des Produktionsplans

Die Schaltung und Veröffentlichung der erstellten Werbemittel erfolgen durch die Auftraggeberin.

2.2.2.9 Erschließung neuer digitaler Felder

Die zunehmende Verschmelzung von Marketing und Informationstechnologie erfordert eine Agentur mit starker Digitalexpertise. Hierunter versteht die AOK R/H Fähigkeiten an der Schnittstelle von Innovationsentwicklung, nutzerzentrischem Design sowie Technologie-kompetenzen.

In Zusammenarbeit mit weiteren (bundesweiten) Dienstleistern und Partnern erwartet die AOK R/H die beratende Mitwirkung an Projekten mit Digitalschwerpunkt in den strategischen Handlungsfeldern Personalisierung, Automatisierung, Vernetzung und Vereinfachung. Der Fokus liegt hier vor allem im Ausbau von Maßnahmen im datengetriebenen Marketing oder dafür notwendigen Voraussetzungen wie den Folgenden:

<u>Implementierung von Marketing-Technologien</u>
Die AOK-Gemeinschaft prüft fortlaufend den Einsatz von Technologien, wie bspw. einer Customer-Data-Plattform, Data-Management-Plattform, Dashboard-Tools, Newsletter-Lösungen sowie weiteren Werkzeugen. Berührungspunkte könnten hier bei der Content-Produktion oder Reportings liegen.

Aufbau von Maßnahmen im Rahmen der Marketing-Automation
Mit der Automation von Interaktionen mit (potenziellen) Versicherten soll einerseits die Kontaktfrequenz – sofern sinnvoll – erhöht, andererseits personelle Aufwände in der Kundenkommunikation von wiederkehrenden Aufgaben verringert werden. Schnittstellen könnten hier bei der Konzeption und Content-Produktion von automatisierten Newsletter-Strecken bestehen.

Erschließung neuer digitaler Kanäle
Mit dem Ausbau weiterer digitaler Kanäle erhofft sich die AOK R/H das Erschließen neuer Zielgruppen, Imagegewinn beim Wert „innovative Krankenversicherung" oder das Kreieren einzigartiger Kundenerlebnisse, die auf den bisherigen Kanälen nicht bedient werden können.
Neben den in 2.1.2 genannten Kanälen, welche im Fokus dieser Ausschreibung stehen, ist eine Mitwirkung an weiteren Kanälen denkbar:

- Wissens-Chatbot zum Thema Schwangerschaft (z. B. Content-Produktion, Ausrollen weiterer Anwendungsfälle, Konzipierung von Dialogstrecken)
- Online-Geschäftsstelle Meine AOK - Webanwendung und App (z. B. Nutzung des Kanals zur Distribution von Content-Kampagnen)
- Live-Streaming-Plattform (z. B. Organisation und Durchführung von Live-Streams mit Influencern im Rahmen von Content-Kampagnen)
- WhatsApp als weiterer Kanal zur Distribution von Gesundheits-Content

Im Rahmen der Trendrecherche erwartet die AOK R/H zudem kreative Ideen, mit welchen Anwendungsfällen neue Kanäle bzw. Geräte in Feldern wie bspw. KI, Virtual/Augmented Reality, Alexa Skills, Chatbots, Apps, Smart TV, Smart Watches etc. erschlossen werden können.

2.3 Grundsätzliche Anforderungen

Grundsätzlich erwartet die Auftraggeberin für alle zur Veröffentlichung vorgesehen Beiträge:

- die Umsetzung aller grafischen Arbeiten auf Basis der aktuellen CD-Richtlinien der AOK-Gemeinschaft
- maximal zwei Feedback- bzw. Korrekturschleifen
- Einhaltung der Richtlinien zur Barrierefreiheit
- ein finales Lektorat

Besondere Hinweise zur Barrierefreiheit
Wie in 2.2.1.4 beschrieben, umfasst die Betreuung der Portale bleib-gesund.de und vigozone.de ebenfalls den Support und die technische Weiterentwicklung. Als Körperschaft des öffentlichen Rechts ist die AOK R/H dazu verpflichtet ihre digitalen Webangebote (Webseiten, Apps) möglichst barrierefrei zur Verfügung zu stellen. Grundsätzlich werden über die gesetzlichen Vorgaben fünf Anforderungen an jede Web- und App-basierte Anwendung von öffentlichen Stellen gestellt:

1. Veröffentlichung einer Erklärung zur Barrierefreiheit
2. Einrichtung eines Feedback-Mechanismus
3. Veröffentlichung von Erläuterungen in leichter Sprache
4. Veröffentlichung von Erläuterungen in Gebärdensprache
5. Umsetzung von einer Reihe technischer Vorgaben

Die Umsetzung der Punkte 1-4 sind nicht Teil der Ausschreibung, jedoch die BITV-konforme Webentwicklung des Punkts 5, welche in der Europäischen Norm 301 549 definiert werden. Diese baut auf den Erfolgskriterien den Stufen A und AA auf: Beide Stufen sind zu erfüllen – es gibt also keine Gewichtung zugunsten der Stufe A. Für die Webseiten der AOK R/H sind diese Kriterien vollständig anwendbar. Aktualisierungen der Norm sind grundsätzlich zu berücksichtigen.

Die AOK-Gemeinschaft hat Guidelines zur barrierefreien Webentwicklung geschaffen, die dem Auftragnehmer bei Erteilung des Zuschlags über das Markenportal der AOK R/H zugänglich gemacht werden.

Besonderer Hinweis zur Nutzung von KI
Aktuell gilt beim Einsatz von KI (KI-System): Sofern künstliche Intelligenz (KI-Systeme) zur Erfüllung von Regelleistungen oder Einzelbeauftragungen genutzt werden, erwarten wir, dass der Auftragnehmer einen datenschutzkonformen Umgang und die Wahrung von geheimhaltungsbedürftigen Informationen sicherstellt. Es wird weiterhin erwartet, dass der Auftragnehmer KI-Arbeitsergebnisse einer sorgfältigen Qualitätssicherung unterzieht und Lieferungen, die durch KI-Systeme erstellt wurden, mit entsprechenden Hinweisen kennzeichnet. Zu dem erwartet die AOK R/H, dass bei der Arbeit mit KI und den daraus resultierenden Arbeitsergebnissen die KI-VO und die DSGVO entsprechend Anwendung finden.

3. Hinweise zu den Angebotsbedingungen

Die Angebotsbedingungen umfassen:

1. Allgemeine Informationen
2. Eignungsanforderungen und Eignungsprüfung
3. Zuschlagskriterien
4. Ausführungsbedingungen
5. Verfahrenshinweise

Die detaillierten Hinweise zu den Angebotsbedingungen entnehmen Sie bitte der Anlage 1 „Angebotsbedingungen“.

4. Leistungen

Der Leistungsumfang setzt sich aus den Leistungspaketen „Basisleistungspaket“ a) - c) und „Regelleistungspaket“ d) – k), sowie etwaigen Einzelaufträgen zusammen.

Das Basisleistungspaket beinhaltet Leistungen für die Bereitstellung von Mitarbeitern, Kapazitäten und Ressourcen zur Erfüllung der Beratungs- und Konzeptionsleistungen.

Das Regelleistungspaket beinhaltet Leistungen für die Bereitstellung von Redaktion-/Kreativ-, Ausführungs- und Umsetzungsleistungen (Kanalmanagement).

Basisleistungen

a) Basisleistungspaket Beratung/Strategie/Konzeption (vgl. Ziffer 2.2.1.1)
   - Jährlicher Leistungsumfang: 72 Personentage
   - Rolle(n):
     - Geschäftsführer

b) Basisleistungspaket Accountmanagement (vgl. Ziffer 2.2.1.1)
   - Jährlicher Leistungsumfang: je 195 Personentage
   - Rolle(n):
     - Accountmanager (Senior)
       weitere Experten können hinzugezogen werden, wie bspw. Geschäftsführung, Projektmanager, Art Director, Content-Strategist

c) Basisleistungspaket Projektmanagement (vgl. Ziffer 2.2.1.1)
   - Jährlicher Leistungsumfang: je 195 Personentage
   - Rolle(n):
     - Projektmanager (mindestens Mid Level)
       weitere Experten können hinzugezogen werden, wie bspw. Geschäftsführung, Accountmanager, Art Director, Content-Strategist

Regeleistungen

d) Regelleistungspaket Content-Strategie und integrierte Themen- und Content-Planung für die Regelkommunikation (vgl. Ziffer 2.2.1.2)
   - Der geforderte Leistungsumfang ergibt sich aus den Anforderungen (vgl. Ziffer 2.2.1.2)
   - Rolle(n):
     - Redaktionsleitung
     - Content-Strategist (Senior)
     - Redakteur
     - Social-Media-Manager;
       weitere Experten können hinzugezogen werden, wie z. B. Art Director (Graphik/Bild Redaktion)

e) Regelleistungspaket Redaktionelle Betreuung von Webseiten: bleib-gesund.de (vgl. Ziffer 2.2.1.3)
   - Der geforderte Leistungsumfang ergibt sich aus den Anforderungen (vgl. Ziffer 2.2.1.3)
   - Rollen:
     - Redaktionsleitung
     - Online-Redakteur/Contentmanager (Senior)
     - Contentproducer;
       weitere Experten können hinzugezogen werden, wie z. B. Technischer Berater, Art Director (Graphik/Bild Redaktion)

f) Regelleistungspaket Redaktionelle Betreuung von Webseiten: vigozone.de (vgl. Ziffer 2.2.1.3)
   - Der geforderte Leistungsumfang ergibt sich aus den Anforderungen (vgl. Ziffer 2.2.1.3)
   - Rollen:
     - Redaktionsleitung
     - Online-Redakteur/Contentmanager (Senior)
     - Contentproducer;
       weitere Experten können hinzugezogen werden, wie z. B. Technischer Berater, Art Director (Graphik/Bild Redaktion)

g) Regelleistungspaket Redaktion und Pflege für Instagram AOK R/H (vgl. Ziffer 2.2.1.5)
   - Der geforderte Leistungsumfang ergibt sich aus den Anforderungen (vgl. Ziffer 2.2.1.5)

- Rollen:
    - Social-Media-Manager (Mid Level)
    - Art Director (Mid Level)
    - Creative Director Text (Senior)

h) Regelleistungspaket Redaktion und Pflege für Facebook AOK R/H (vgl. Ziffer 2.2.1.6)
    - Der geforderte Leistungsumfang ergibt sich aus den Anforderungen (vgl. Ziffer 2.2.1.6)
    - Rollen:
        - Social-Media-Manager (Mid Level)
        - Art Director (Mid Level)
        - Creative Director Text (Senior)

i) Regelleistungspaket Redaktion und Pflege für TikTok AOK R/H (vgl. Ziffer 2.2.1.7)
    - Der geforderte Leistungsumfang ergibt sich aus den Anforderungen (vgl. Ziffer 2.2.1.7)
    - Rollen:
        - Social-Media-Manager (Mid Level)
        - Art Director (Mid Level)
        - Creative Director Text (Senior)

j) Regelleistungspaket Redaktion und Pflege für LinkedIn AOK R/H (vgl. Ziffer 2.2.1.8)
    - Der geforderte Leistungsumfang ergibt sich aus den Anforderungen (vgl. Ziffer 2.2.1.8)
    - Rollen:
        - Social-Media-Manager (Mid Level)
        - Art Director (Mid Level)
        - Creative Director Text (Senior)

k) Regelleistungspaket Kinder-Podcast (vgl. Ziffer 2.2.1.9)
    - Der geforderte Leistungsumfang ergibt sich aus den Anforderungen (vgl. Ziffer 2.2.1.9)
    - Rollen:
        - Art Director (Mid Level)
        - Creative Director Text (Senior)
        - Contentproducer

Die Auftraggeberin behält sich vor, weitere Leistungen – wie z. B. technische Betreuung der Online-Magazine bleib-gesund.de und vigozone.de – nach Zuschlagserteilung als Erweiterung des Regelleistungspaketes abzustimmen und sodann gesondert zu vergüten.

Einzelaufträge

Bei aufwendigeren Projekten/Aufträgen, wie z. B. Content-/Themen-Kampagnen, Relaunches von Webseiten oder solchen, die sich über einen längeren Zeitraum erstrecken, werden Projektaufträge definiert und auf Basis von Kostenvoranschlägen gemäß Agenturpreisliste abgerechnet.

5. Zusätzliche Leistungen bei Zuschlagserteilung (Onboarding)

Nach der Zuschlagserteilung erfolgt ein Onboarding, welches projektbezogen als Einzelauftrag gemäß Honorarblatt vergütet wird. Der Auftragnehmer verpflichtet sich, beginnend mit dem Tag der Zuschlagserteilung, mit dem in der Anlage „Angebotsbedingungen" benannten Kernteam für die Onboarding-Phase zur Verfügung zu stehen.

In der Onboarding-Phase finden Workshops mit den zuständigen Referenten für die Kanäle/Kampagnen der Auftraggeberin und dem Kernteam des Auftragnehmers statt. Die Planung und Terminierung der Workshops beginnt ab Zuschlagserteilung.

Inhalte der Onboarding-Phase

- Wissensaufbau des Auftragnehmers
    - Kennenlernen der Marken, Zielgruppen, Kanäle, Produkte und sonstigen Rahmenbedingungen
    - Vorstellung des Teams
    - Überblick über wichtige Termine, wie zum Beispiel Kampagnen-Launches, Veranstaltungen, wichtige saisonale Ereignisse etc.

- Prozesse abstimmen und harmonisieren
    - Abstimmung der Prozesse und Arbeitsweisen, wie Briefing, Abrechnung, Auftragserteilung etc.
    - Sicherstellen, dass die „Systeme" (zum Beispiel IT, Abrechnungszyklen) kompatibel sind

- Maßnahmenplanung 2027
    - Gemeinsame Definition von Zielen und Aktivitäten innerhalb aller in der Leistungsbeschreibung genannten Projekte
    - Erstellung eines groben Zeit- und Maßnahmenplans inkl. Priorisierung der Tätigkeiten für 2027