

## Pressemitteilung

# AOK erteilt Zuschlag für künftige Media-Agentur

## PIA Media betreut ab 1. April den Media-Etat für die Versichertenkommunikation der AOK-Gemeinschaft

Berlin, 25. Januar 2024

**In der Ausschreibung des Content-Marketing-Etats der AOK-Gemeinschaft ist eine weitere Entscheidung gefallen: Nach der Vergabe der Etats für die Bereiche Lead-Agentur und Social-Media-Agentur ist nun auch der Zuschlag für die künftige Media-Agentur erteilt worden. Die PIA Media wird ab dem 1. April 2024 den Media-Etat für die gemeinschaftliche Versichertenkommunikation der AOK bis 2028 betreuen. PIA Media ist die größte digitale Media-Agentur in Deutschland.**

„Wir freuen uns, künftig mit PIA einen so erfahrenen Partner an unserer Seite zu haben“, sagt Steve Plesker, Geschäftsführer Markt/Produkte im AOK-Bundesverband. „Insbesondere bei der Push-Kommunikation von AOK-relevanten Informationen und Positionen ist der effiziente Einsatz von Paid Media ein entscheidender Faktor. Das gleiche gilt für unsere Social-Media-Kanäle, deren hohe Reichweite und Akzeptanz wir konsequent weiter ausbauen wollen.“

Zum Ergebnis des Ausschreibungsverfahrens sagt Axel Schönau, CEO von PIA Media: „Der Gewinn dieses Etats und die damit einhergehende Verantwortung, die bedeutenden Gesundheitsthemen der AOK-Gemeinschaft einem breiten Publikum näherzubringen, liegen uns am Herzen. Wir sind stolz darauf, unsere digitale Expertise kanalübergreifend einzubringen und nicht nur bei der zielgruppengenaue Steuerung von Media, sondern auch bei der Gestaltung maßgeschneiderter Digitalwerbemittel unterstützend tätig zu werden. Wir freuen

uns auf die aufregende Zusammenarbeit mit dem Team des AOK-Contentrooms sowie den weiteren Agenturpartnern.“

In den Bereichen Content-Lead-Agentur hatte im Dezember die Hirschen Group GmbH den Zuschlag erhalten, im Bereich Social-Media-Agentur die TLGG Agency GmbH. Damit kommt es nach vier Jahren Zusammenarbeit zwischen der AOK und der Bietergemeinschaft Bauerserviceplan zu einem Wechsel der Dienstleister in der gemeinschaftlichen Versichertenkommunikation. Die drei Ausschreibungen umfassen ein Gesamtbudget von rund 55 Millionen Euro über eine Laufzeit von vier Jahren.

Jens Martin Hoyer, stellvertretender Vorstandsvorsitzender des AOK-Bundesverbandes, hebt die Bedeutung der Agenturen-Partnerschaft hervor: „Die AOK ist für mehr als 27 Millionen Versicherte eine der ersten Anlaufstellen, wenn es um ihre Gesundheit geht.“ Anspruch der Gesundheitskasse sei es, evidenzbasierte und unterhaltsam aufbereitete Informationen bereitzustellen. „So haben wir in den letzten Jahren sehr erfolgreich ein reichweitenstarkes Medien-Ökosystem in den Bereichen Print, Online und Social Media etabliert. Diese Position gilt es nun gemeinsam mit unseren neuen Dienstleistern weiter auszubauen“, so Hoyer.