

Maßgeschneiderter  
Content für  
Rentenversicherer:  
Dieses Mal wird es  
persönlich



AZL setzt auf die  
Omnichannel-Content-  
Plattform von censhare,  
um Pensionsfonds in  
den Niederlanden  
mit mehr als 1 Million  
Kunden zu verbinden.

āzl.

master your content



„Mit unserem alten System würde es viele Tage dauern, eine Änderung vorzunehmen. Bei den Demos von censhare war es nur ein Tastendruck. Die Leute konnten es sehen, sonst hätten sie es vielleicht nicht geglaubt.“

Peter Lemmens, Consultant Change, AZL

„Unsere Kunden sehen neues Potenzial und fragen in ihren Schreiben, ob sie neue Dinge tun können. Sie fragen auch nach anderen Kanälen und können dank der Lösung von censhare neue Möglichkeiten sehen.“

Peter Lemmens, Consultant Change, AZL

## Auf einen Blick

### Branche

Pensions-Verwaltung

### Produkte

- Digital Asset Management
- Content Management

### Unternehmensanforderung

Da es bei der alten Methode der Kundenkommunikation in der Regel sechs Wochen dauerte, um neue Informationen an die Rentenempfänger zu übermitteln, benötigte AZL eine schnelle und flexible Methode, um personalisierte Schreiben und Marketinginformationen im Namen seiner Kunden aus dem Vorsorgebereich zu erstellen.

## Die Antwort auf den Aufstieg der „grauen Macht“

In der Branche wird der Ruf nach mehr Personalisierung und Transparenz für die Rentenempfänger immer lauter. Die Zeiten sind vorbei, in denen ein jährliches Schreiben die einzige Kommunikation war, die die Rentenempfänger erwarteten. Stattdessen fordern sie zunehmend relevante, personalisierte Mitteilungen, die ihnen helfen, ihre Ersparnisse selbst zu verwalten.

AZL ist zuständig für die Administration und Kundenkommunikation für etwa 50 niederländische Pensionsfonds, die für die Ersparnisse von mehr als einer Million Menschen verantwortlich sind. Jeder Pensionsfonds hat seine eigene Vorgehensweise, und AZL muss jede Änderung in der Kundenkommunikation – sei es rechtlich oder persönlich – in Übereinstimmung mit den strengen Finanzvorschriften sicher verwalten. Auch Kunden von AZL aus dem Vorsorge-Bereich verlangen zunehmend nach mehr Flexibilität. Sie möchten maßgeschneiderte Schreiben und andere Mitteilungen schnell erstellen, damit sie effektiver mit den Rentenempfängern interagieren können, die vielleicht bereits eine personalisierte Erfahrung mit Banken und anderen Dienstleistern gemacht haben.

AZL erkannte, dass die bestehenden Systeme nicht mithalten konnten, und beauftragte einen Berater mit der Suche nach einem besseren Weg, indem er verschiedene Optionen untersuchte, darunter censhare.

# Geschäftsergebnisse



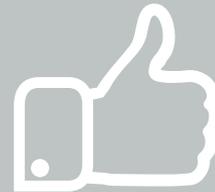
**75%**  
schnellere Umsetzung von  
Änderungen am Content



**> 1 Mio.**  
Rentenempfänger  
auf dem Laufenden  
gehalten



**> 700**  
wichtige Änderungen  
am Content pro Jahr



**0**  
Stunden für sich  
wiederholende Arbeiten  
verschwendet

## Die Suche nach einem wirklich flexiblen System

Das frühere System von AZL basierte auf einfachen Vorlagen, was es schwierig und zeitaufwändig machte, den Content oder das Format der Anschreiben seiner zahlreichen Pensionsfondskunden an die Rentenempfänger zu ändern. So konnten selbst einfache Änderungen wie das Ersetzen einer Unterschrift bis zu 45 Tage dauern, da jede Änderung geprüft, getestet und abgezeichnet werden musste. Und wenn ein Schreiben von mehr als einem Pensionsfonds verschickt wurde, vervielfachte sich der Arbeitsaufwand entsprechend – bei etwa 50 betroffenen Pensionsfonds war die daraus resultierende Arbeitsbelastung enorm.

Sowohl die Kunden von AZL als auch das AZL-Team waren mit diesen Verzögerungen zunehmend unzufrieden und fragten sich, warum diese Dinge nicht schneller erledigt werden konnten.

Der von AZL gewählte Berater empfahl censhare als den Anbieter, der am ehesten in der Lage war, schnell eine Lösung zu liefern. Er bat um eine Proof-

of-Concept-Demonstration, um zu zeigen, wie das Content-Management-System von censhare verschiedene Anwendungsfälle in einer rekonstruierten Live-Situation handhaben würde.

Einer der wichtigsten Anwendungsfälle für AZL ist das korrekte Mischen und Anpassen von Absätzen mit vorbereiteten Texten und Bildern innerhalb eines Schreibens, das für mehrere Marken individualisiert wurde. Auf diese Weise kann AZL relevanten und genehmigten Content anbieten, der von jedem Pensionsfonds gemäß dessen Regeln einfach ausgewählt, angepasst und verwendet werden kann – eine enorme Zeitersparnis für jeden Pensionsfonds.

Die Demo zeigte, dass das System von censhare ein neues Mailing mindestens 75% schneller abwickeln konnte als das alte System – in vielen Fällen sogar deutlich schneller, auch dank des reibungslosen Genehmigungsprozesses.

„Als der Proof-of-Concept gezeigt wurde, zauberte es ein Lächeln auf die Gesichter der Leute“, sagt Peter Lemmens, Consultant Change bei AZL. „Das war der entscheidende Punkt.“

## censhare sprintet agil voraus

censhare verfolgte einen agilen Ansatz und teilte das Projekt in zweiwöchige Sprints auf, in denen zunächst das „Minimum Viable Product“ (MVP) erstellt wurde, das eine End-to-End-Lösung für die Erstellung personalisierter Kundenschreiben darstellt. Danach folgten Sprints, die sich auf die Optimierung der Benutzerfreundlichkeit und Sicherheit konzentrierten. Laut Lemmens war dies eine neue Arbeitsweise für AZL: „Wir waren es nicht gewohnt, agile Methoden zu verwenden, und die Mitarbeiter waren skeptisch. Aber während der Implementierung kehrte sich dieses Gefühl um, als die Leute die schnellen Fortschritte sahen, die wir machten.“

AZL entschied sich für das Hosting der censhare-Plattform im eigenen Rechenzentrum und mit der eigenen Hardware, wo sie nun vollständig in Betrieb ist und von den Kunden genutzt wird.

## Jetzt optimieren, in Zukunft erforschen

Das neue System wirkt sich bereits positiv auf das AZL-Team und seine Kunden aus, da sie von der im Proof-of-Concept demonstrierten Effizienz profitieren. AZL kann jetzt nicht nur die Kommunikation individuell gestalten, indem es sämtlichen Content für jeden Pensionsfonds flexibel zusammenstellt, sondern auch Texte personalisieren, Logos austauschen und Unternehmensfarben viel schneller ändern als zuvor. Durch den Wegfall sich wiederholender Aufgaben hat sich zudem das Risiko manueller Fehler deutlich verringert.

Lemmens fügt hinzu, dass das System den Weg für AZL ebnet, um in Zukunft neue Dienstleistungen zu erforschen, wie etwa die Erstellung detaillierter Berichte für die Pensionsfonds. In einem zweiten Schritt prüft das Unternehmen Möglichkeiten zur Verbesserung seiner digitalen Interaktionen, indem es beispielsweise Content automatisch in die Webportale der Pensionsfonds einspeist. Er betont jedoch, dass die höchste Priorität des Unternehmens darin besteht, sein derzeitiges Angebot für die Kunden zu optimieren: „Wir sind noch am Lernen und müssen neue Dinge in der richtigen Geschwindigkeit tun. Wir konzentrieren uns zunächst auf die Qualität, und dann werden wir weitergehen.“

**„Das Lächeln auf die Gesichter der Mitarbeiter zurückzubringen, ist wirklich eine große Leistung.“**

**Peter Lemmens, Consultant Change, AZL**

Über  
censhare

Mit unserer bewährten Omnichannel Content Plattform beherrschen Sie Ihren Content in jeder Sprache, lokal oder global, und bieten Ihren Kunden konsistente Erlebnisse auf allen Kanälen.

Unternehmen wie Allianz, Lands' End, Dyson, Christie's und hunderte mehr verlassen sich auf censhare für markenkonformen, stets aktuellen Content und nutzen so jede Chance, die richtigen Kunden zur richtigen Zeit zu erreichen.

master your content

Copyright © 2022 censhare

Alle Rechte vorbehalten. censhare und sonstige Warenzeichen sind Warenzeichen der censhare GmbH oder ihrer Tochtergesellschaften. Sonstige Warenzeichen können Warenzeichen ihrer jeweiligen Eigentümer sein. Diese Case Study dient ausschließlich zu Informationszwecken. Die Inhalte dieser Case Study waren zum Zeitpunkt ihrer Veröffentlichung korrekt. censhare übernimmt für diese Case Study keine Gewährleistung – weder ausdrücklich noch impliziert.

[www.censhare.com](http://www.censhare.com)