

ASPECTA Lebensversicherung AG

Case Study

**Referenzprojekt:
ASPECTA Lebensversicherung AG**

BRANCHE
Finanzdienstleistungen [Versicherungen]

ART DER ANWENDUNG
Corporate Portal /
Landesspezifische Corporate Websites

LANDESVERSIONEN
- Deutschland
- Italien
- Luxemburg (eigene Web-CI)
- Österreich
- Schweiz
- Spanien
- Polen

<http://www.aspecta.com>
<http://www.aspecta.de>

Die ASPECTA Lebensversicherung AG gehört zur ASPECTA Global Group AG, die sich unter dem Dach des Talanx-Konzerns, der drittgrößten deutschen Versicherungsgruppe, auf das Lebensversicherungsgeschäft in Europa konzentriert. Grundlage ihrer Unternehmenspolitik ist die Spezialisierung auf den Vertrieb ihrer Produkte über Makler und Mehrfachagenten. Seit ihrer Gründung wurde in allen Unternehmenskennziffern eine hervorragende Entwicklung erreicht und sie gehört damit zu den innovativsten Versicherungsanbietern am Markt.

HERAUSFORDERUNG

Mit dem Anspruch, beständig und aktiv auf den steigenden Bedarf an Versicherungen zur Absicherung und zum Vermögensaufbau in ihren unterschiedlichen nationalen und internationalen Märkten zu reagieren, formulierte die ASPECTA Lebensversicherung AG zum zweiten Mal in Zusammenarbeit mit der Spirit of Selling GmbH die strategische Grundlage für eine integrative E-Business-Strategie zur Unterstützung und Ausweitung ihrer Marketingaktivitäten.

Ziel bei diesem Relaunch sollte es sein, aufgrund der hohen Produktdiversifikation in den einzelnen Marktsegmenten sowie der primär auf unabhängige Makler ausgerichteten Vertriebsstrategie des Unternehmens, die Marketingkommunikation gesamtheitlich zu forcieren, um Kommunikationsinhalte nachhaltig stärker zu positionieren. Die zu entwickelnde Internetanwendung sollte hierbei als zeitnahe und flexibles Medium eine wichtige Schlüsselposition einnehmen.

Eine weitere Anforderung war der Wunsch, zukünftig die Contentpflege des Portals und der Länderseiten anhand eines Content Management Systems eigenständig zu verwalten. Das System soll auch von den Mitarbeitern ohne technisches Know-how bedient werden.

LÖSUNG

Die Spirit of Selling GmbH entwickelte zu Beginn des Projektes ein Online Corporate Design, welches internationale Gültigkeit für alle webbasierten Aktivitäten der ASPECTA Lebensversicherung AG gewährt. Zudem wurde eine weitere Designlinie für die Niederlassung ASPECTA Luxemburg gestaltet, die speziell die Zielgruppe im Premium-Sektor ansprechen sollte. Die entsprechenden Kommunikationsrichtlinien wurden in einem Designstyleguide und einer umfassenden Designstudie festgelegt. Die Rahmenstruktur der Corporate Identity wurde hierbei nicht durchbrochen. Im klassischen und webbasierten Anwendungsbereich wurde integrativ eine Harmonisierung der Markenkommunikation eingeleitet, um eine intensivere Sensibilisierung der Kunden in Bezug auf die qualitativen Eigenschaften der Marke ASPECTA zu gewährleisten.

Unter der Domain www.aspecta.com wurde eine Portalsite eingerichtet, deren Inhalte allgemeine Informationen zum Unternehmen in sechs Sprachen umfassen und über deren Navigation ein Direktzugriff auf die landesspezifischen Internetauftritte möglich ist.

Das Projektteam der Spirit of Selling GmbH konzentrierte sich in der Entwicklung der Internetanwendung auf die Umsetzung folgender strategischer Punkte: (1) Die medienadäquate und zielgruppengerechte Aufbereitung von klassischen Produktdarstellungen u. a. durch einen Produktinfo-Center. (2) Die Realisierung eines Navigationskonzeptes und eines Bedarfsconfigurators, die einen unkomplizierten Zugang zu den umfangreichen produktspezifischen Zielinformationen erlauben. (3) Die Entwicklung einer international adaptierbaren Informationsarchitektur, welche sich zukünftig modular erweitern lässt. (4) Die Entwicklung von Rechnerhilfen, wie z. B. dem Vorsorgerechner basierend auf steuerlichen Grundlagen, oder dem Hausratsummenrechner und dem Investmentrechner zum Vergleich verschiedener Anlageformen auf Basis realer Vergangenheitswerte, wobei die Wertentwicklungen in grafischer Form dargestellt werden.

Das in Java entwickelte Content Management Tool der Spirit of Selling GmbH dient den Mitarbeitern der ASPECTA zur einfachen und schnellen Contentpflege. Alle Sites können sowohl zentral als auch länderspezifisch administriert werden.

ERGEBNIS

Das gesamtheitliche Design der länderspezifischen Corporate Websites sowie die koordinierte Informationsverbreitung über das Online-Medium unterstützt wesentlich die Unternehmens- und Marketingkommunikation der ASPECTA Lebensversicherung AG auf nationaler und internationaler Ebene.

Seit 1999 behauptet sich das Konzept der Spirit of Selling GmbH und wird seitdem auf Basis dieser strategischen Grundlage kontinuierlich ausgebaut.