

**HISCOX
DAY '22**

**ZEIT-, KOSTENDRUCK UND FEHLENTSCHEIDUNGEN?
DAS 1X1 FÜR VERSICHERUNGEN IN DER
WERBEBRANCHE.**

PHILIPP ZIMMERMANN & DENNIS BÖHNDEL

MARKETING, ADVERTISING & PR

MARKTUMFELD UND ENTWICKLUNGEN 2021/22

Deutschland

- Ca. 70.000 Leistungserbringer¹
- Nettomarktvolumen 2021 bei 44,95 Mrd. EUR (+6 % zum Vorjahr)²
- Weltmarktführer in Digital Marketing³ mit bereits 50 % Anteil am Gesamtbudget



Österreich

- Ca. 8.000 Leistungserbringer¹
- Marktvolumen 2021 bei ca. 6,51 Mrd. EUR (+11,3 % zum Vorjahr)
- 62 % des Gesamtbudgets flossen 2020 bereits in Digital Marketing⁴



Entwicklung

- Gewinner 2021** ⇒ Digitales Marketing mit Wachstum von 20 % zum Vorjahr auf ca. 12,5 Mrd. EUR⁵
- Prognose für 2022** ⇒ Nettoumsatz d. Branche: Wachstum von ca. 4 % auf ca. 48,00 Mrd. EUR²
- Problem 2021/22** ⇒ Wachstum der Branche, aber sinkende Budgets (!)

1) Hiscox Research, Finaccord data „MAC“

2) Statista, Werbemarkt in Deutschland – Marktvolumen bis 2021

3) adzine.de, Prognose Werbewirtschaft 2020 + 2021

4) Content Marketing Forum, CMF-Basisstudie 2020

5) <https://www.adzine.de/2022/02/werbemarkt-2022-agenturen-geben-sich-optimistisch/>

DIGITALES MARKETING

NEUE ANFORDERUNGEN AN EINE NEUE WELT

Beschreibung



Digitales Marketing → Komponente des Marketings, die Internet- und onlinebasierte, digitale Technologien wie Desktop-Computer, Mobiltelefone und andere digitale Medien und Plattformen nutzt, um Produkte, Dienstleistungen oder Personen zu bewerben

Wie ist das versicherbar?



Bei **Marketing & Advertising by Hiscox** sind alle branchenüblichen Tätigkeiten und Nebenrisiken mitversichert.

- **Maximale Flexibilität** für eine sich immer *neu* erfindende Branche
- **Tätigkeiten des 21. Jahrhunderts** wie z. B. UX & UI Design, Data Mining, SEO-/SEM-Beratung, Content-Produktion sind mitversichert
- Wir wehren gemeinsam mit der Versicherungsnehmerin unberechtigte Ansprüche von Dritten ab – auch z. B. bei Insolvenzanfechtung

DIGITALES MARKETING RISIKOPOTENZIAL BESTEHT AUCH HIER

Zusammenfassung

Die Kernaufgabe des Marketings hat sich nicht geändert:

Man möchte beim Nutzer eine Emotion wecken („Kauf“) und dem Kunden einen Mehrwert bringen („Umsatz“) ...
... nur der (digitale) Weg und Marktplatz haben sich erweitert bzw. verlagert!



Risiken

Top-3-Gefahren innerhalb der virtuellen Welt

Corporate Social Media: Das Verantworen des Social-Media-Auftritts kann durch Fehler in Posts den Kunden schädigen, bzw. Dritte erheben Ansprüche (z. B. Persönlichkeitsrechtsverletzung)

Lizenz-Verletzung: Streitigkeiten aus Bildrechtsverletzungen, weil man das Recht am Bild nicht oder nur teilweise (regional) erworben hat. Fokusthema: Abwehr (!)

Suchkampagnen: Der Kunde gibt bezahlte Suchaktivitäten in Auftrag. Die Agentur setzt diese falsch um. Der Kunde hat für nicht „Erfolg bringende“ Klicks gezahlt bzw. erleidet einen Umsatzverlust

MARKETING & ADVERTISING

UNSER PRODUKT

Produkt- Highlights

- Klare und **transparente** Struktur des Hiscox Bedingungswerkes
- **Weltweiter** Versicherungsschutz
- Weitreichende **Eigenschadendeckung** → u. a. Key-Man-Cover (Ausfall von Mitarbeitern in Schlüsselpositionen), Verlust auftragsnotwendiger Dokumente, Projektkostenersatz nach berechtigtem Rücktritt des Auftraggebers, Honorarersatz nach berechtigter Kündigung des Auftraggebers, Abwehrkosten bei Insolvenzanfechtung (!)
- **Kombinierbar** mit Betriebshaftpflicht, Cyber und Allgefahren Sach-Inhalt + Elektronik

Präventions- Paket

- Hiscox Business Academy



MARKETING & ADVERTISING

WAS WIR IHNEN BIETEN



Automatisiert mit unseren (elektronischen) Antragsmodellen

- Freelancer und Unternehmen bis 1 Mio. EUR Umsatz
- Max. Vermögensschaden-Limit: 3 Mio. EUR

Zielgruppe ist die gesamte Branche

- Online- und Offline-Tätigkeiten Publikationsrisiko
- Sämtliche Kreativ-Dienstleistungen
- Marktforschungsleistungen
- Event-Organisation
- Corporate- und Brand Identity
- Direkt-Marketing
- Produktion von Werbung für TV, Radio, Funk und Print-Medien

Individuelles Underwriting

- Darüber hinaus versichern wir Unternehmen jeder (Umsatz-)Größe
- Projektverträge möglich
- Maximale VS-Kapazität: 30 Mio. EUR



Passt nicht/höhere Limits?

**Sprechen
Sie uns an!**

SCHADENFÄLLE AUS DER PRAXIS

#1 – DER VIRALE SCHADEN



Kommunikationsagentur hat Marketing-Inhalt für eine Social-Media-Kampagne erbracht. Hierbei wurde offenbar nicht lizenziertes Material genutzt.

Der Lizenzinhaber fordert Schadenersatz in Höhe von 25.000 EUR gegenüber dem Kunden des VN. Der Kunde des VN macht zudem einen hohen fünfstelligen Betrag geltend (Vertragsstrafe, Umlegung der Schadenersatzansprüche).

Schadenhandling

- Prüfung von Schadenursache und Schadenhöhe
- Schadenabwehr

SCHADENFÄLLE AUS DER PRAXIS

#2 – DIE OFFLINE-DIGITALAGENTUR



Eine Digitalagentur hatte zwei Werkzeuge lang keinen Zugang zu ihrem Netzwerk. Es konnte offline gearbeitet werden; eine geschuldete „Real-Time“-Leistung für eine agil geplante Kampagne konnte nur verzögert erbracht werden.

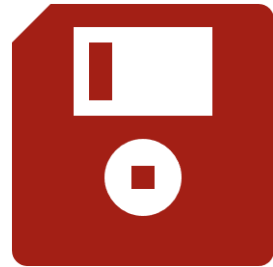
Der Kunde fordert Schadenersatz in Höhe von 40.000 EUR
(entgangener Gewinn und personeller Mehraufwand).

Schadenhandling

- Prüfung von Schadenursache und Schadenhöhe
- Verhandlungsführung bis zur Einigung
- Leistung des Schadenersatzes

SCHADENFÄLLE AUS DER PRAXIS

#3 – DIE FALSCHER DRUCKVORLAGE



Eine Marketingagentur erhält von einem Automobilhersteller den Auftrag, einen Werbe-prospekt für den Launch eines neuen Fahrzeugmodells zu drucken. Dabei wird versehentlich eine falsche Druckvorlage verwendet. Bilder werden anders angeordnet, nicht jedoch der jeweils erklärende Begleittext. Aufgrund des Zeitdrucks werden nur Einzelseiten nachgedruckt.

Der Kunde fordert Schadenersatz in Höhe von 25.000 EUR.

Schadenhandling

- Prüfung von Schadenursache und Schadenhöhe
- Verhandlungsführung bis zur Einigung
- Leistung des Schadenersatzes



**HISCOX
DAY '22**

**VIELEN DANK FÜR
IHRE AUFMERKSAMKEIT.**