

Hiscox sichert Risiken von Shop-Betreibern ab – im stationären und Online-Handel

Hiscox bringt heute eine erweiterte Versicherungslösung für den stationären und digitalen Einzelhandel auf den deutschen Markt. Mit der Produktentwicklung reagiert der Versicherer auf eine veränderte Risikolage der Branche und den Trend zum Online-Handel - auch im Zusammenhang mit der Corona-Krise. Wenn Händler ihr Portfolio anpassen, Eigenmarken gründen oder den Fokus je nach Kontaktbeschränkungen zwischen Online- und analogem Handel verlagern, können Deckungslücken entstehen.

Als Spezialversicherer mit dem nötigen Branchen-Know-how schafft Hiscox eine flexible Lösung, mit der auf die neuen Herausforderungen reagiert werden kann und um dem individuellen Set-up von Händlern Rechenschaft zu tragen. Shops by Hiscox steht Unternehmen mit einem Umsatz von bis zu fünf Millionen Euro jährlich über eine digitale Antragstrecke mit wenigen Fragen und direkter Policierung zur Verfügung. Für größere Händler werden individuelle Lösungen angeboten.

Mit der Versicherungslösung von Hiscox kann jeder Händler sein Angebot durch ein passendes Komplettpaket absichern. Enthaltene Risiken reichen von Personenschäden durch gehandelte Produkte, über Markenrechtsverletzungen bis zu den Folgen von Hackerangriffen auf die Infrastruktur des stationären Ladens oder des Onlinestores. Die Kombination von vier möglichen Modulen deckt die Risiken aus der analogen und der digitalen Welt gleichermaßen ab. Die Module sind Betriebshaftpflicht-, Vermögensschadenhaftpflicht-, Sach- und Elektronik- sowie Cyberversicherung. Dieses breite modulare Produktdesign für den Handel ist bisher einmalig auf dem Markt.

„Der Einzelhandel ist eine der wichtigsten Branchen in Deutschland und wurde von der Corona-Krise hart getroffen. Der Strukturwandel hin zum Omnichannel sowie der Verschmelzung von Online- und analogem Einkaufserlebnis, war bereits vor der Krise allgegenwärtig. Onlinehandel ist der Wachstumstreiber Nummer eins und wird es auch in Zukunft bleiben. Viele Händler nutzen aktuell die Chance und überprüfen ihre bisherige Strategie. Mit unserer Versicherungslösung halten wir ihnen den Rücken frei, egal in welche Richtung sich ein Shop entwickelt. Unser Produkt ist damit so flexibel wie der Handel selbst“, sagt Peter Pillath, Underwriting Manager Commercial Property & Liability bei Hiscox.

Händlern bietet das Produkt vor allem transparente Bedingungen. Entscheider müssen nur versichern, was zu ihrem Shop-Konzept passt. Generell gilt: es ist mitversichert, was nicht explizit ausgeschlossen ist. Ein Beispiel dafür sind neue Produkte oder Eigenmarken, diese sind in der Betriebs- und Vermögensschadenhaftpflichtversicherung automatisch enthalten. Das Portfolio des Shops muss dabei nicht im Detail aufgelistet werden. Durch den umfassenden Deckungsschutz sollen Lücken vermieden werden – neben Handel an sich sind deshalb auch Herstellung, Labelling und Import von Waren versichert. Ausschlüsse sind auch für Laien verständlich und klar formuliert – beispielsweise wird der Vertrieb von Tabak oder Nahrungsergänzungsmitteln nicht versichert. Bisherige Kunden aus dem Bereich Handel können nach der einfachen Beantwortung definierter Risikofragen auf die neue Produktlösung umgestellt werden und vom vollen Leistungsumfang profitieren.

Servicequalität steht im Zentrum

Hiscox schützt Kunden bereits ab dem Moment eines drohenden Versicherungsanspruchs – das heißt es muss noch kein konkreter Schaden vorliegen, um Kontakt aufzunehmen. Die volle Serviceleistung steht Versicherungsnehmern auch zu, wenn sie ihre Versicherung online

abschließen. Dies führt bei Hiscox bei der Schadenregulierung von Bestandskunden insgesamt zu einer Zufriedenheits-Quote von 99%. Alle Kunden haben ab Tag eins zudem Zugriff auf das Angebot der umfangreichen Wissensplattform Hiscox Business Academy. Darin enthalten sind umfassende Leistungen von E-Learnings, Webinare und Videotrainings über rechtssichere Vorlagen bis hin zu Partner- und Rabattangeboten.

Leo Molatore

Arnulfstraße 31

80636 München

+49 (0) 89 54 58 01 566

leo.molatore@hiscox.com