

## Neuer Markenauftritt des Spezialversicherers Hiscox: Wissen versichert

Hiscox\_Robert Dietrich

© HISCOX

**Hiscox schärft Markenauftritt / Markenkern: Wissen & Know-how bringen Differenzierung / Neuer Claim: Hiscox - Wissen versichert / Unternehmergeist als Versicherer: hochwertige, innovative, flexible und progressive Lösungen für Unternehmen der Digitalwirtschaft und Privatkunden**

Gemeinsam mit der Werbeagentur Wunderhaus hat Hiscox seinen Markenauftritt überprüft und überarbeitet. In diesem Prozess wurde deutlich, dass vor allem die agile Arbeitsweise des Versicherers nicht mehr vollumfänglich von dem bisherigen Markenbild wiedergegeben wird. Als Spezialversicherer bietet Hiscox neben Produkten für Privatkunden vermehrt Lösungen für Unternehmen der Digitalwirtschaft. Die Entwicklungszyklen der Produkte sind entsprechend kurz. Ziel war es deshalb, die USPs des Spezialversicherers auch für die zukünftige Entwicklung klar herauszustellen. Mit neuem Claim, geschärften Inhalten und weiterentwickeltem Look and Feel präsentiert Hiscox den neuen Markenauftritt nach außen.

Dabei zeigt der neue Markenauftritt eines deutlich: Das größte Gut des Versicherers und damit auch der Markenkern, ist sein Wissen – also das Wissen seiner Mitarbeiter. Denn Spezialisierung allein macht nicht den Unterschied. Das Gleiche gilt für den Zugriff auf große Datenmengen, die für eine Versicherung in jedem Fall essentiell sind: Nur wenn hochqualifizierte Mitarbeiter Daten auswerten, entsteht dem Kunden und dem Versicherer daraus ein Mehrwert. In einem zweiten Schritt muss das nötige Know-how vorhanden sein, um das Spezialwissen in konkrete, maßgeschneiderte Lösungen zu überführen. Klar ist auch: Das Wissen der Mitarbeiter über die aktuellen Herausforderungen der Kunden und ihrer Branchen wird in Zukunft noch wichtiger werden.

Auch auf Kundenseite spielt Wissen eine zentrale Rolle für Hiscox: Zum einen ist das Wissen der Kunden Versicherungsgegenstand. Jede Geschäftsgrundlage eines Unternehmens basiert auf speziellen Fachkenntnissen und Erfahrungswerten, die einen Wettbewerbsvorteil bedeuten und entsprechend geschützt werden müssen. Zum anderen fördert Hiscox das Wissen seiner Kunden weiter, denn wer mehr weiß, macht weniger Fehler, die einen Schaden verursachen könnten. Darum bietet der Spezialversicherer präventive Maßnahmen wie Webinare oder Cyber-Krisenpläne an und stellt umfangreiche Infomaterialien wie Studien zur Verfügung. Diese Kernaussagen spiegeln sich ab sofort auch im neuen Claim der Marke wieder: Hiscox – Wissen versichert.

Das daraus resultierende Look and Feel wird in einer umfangreichen Kampagne umgesetzt. Die neue Bildsprache mit gescribbelten Figuren auf schwarzem Grund, kombiniert mit dem typischen Hiscox Rot, wird über alle Kanäle gespielt. Neben Out-of-Home werden die neuen Motive auch für Werbemittel, Anzeigen, Marketing-Materialien und Social-Media-Content verwendet.

„Mit dem neuen Markenauftritt zeigen wir ganz klar unsere Kernkompetenzen aus Branchenkenntnis und klarer Fokussierung gepaart mit unserer langen Tradition als Spezialversicherer. Wir wissen nicht nur um die Herausforderungen und Risiken, denen unsere Kunden tagtäglich gegenüberstehen, sondern setzen dieses Wissen auch in transparente, maßgeschneiderte Lösungen um“, erklärt Robert Dietrich, Managing Director bei Hiscox Deutschland.

Andere Aspekte der Marke, wie ihre ureigene Persönlichkeit, bleiben bestehen und wurden weiter verfeinert. Als Spezialversicherer begegnet Hiscox seinen Kunden auf Augenhöhe und pflegt eine partnerschaftliche Zusammenarbeit. Hiscox sieht hinter dem Kunden immer den Menschen mit seinen persönlichen und geschäftlichen Herausforderungen. Nur durch diese empathische Herangehensweise, die schon seit jeher die Arbeit bei Hiscox bestimmt, können tatsächlich maßgeschneiderte Lösungen entwickelt werden.

Die Markenwerte wurden geschärft und zeigen, was Hiscox per Definition von einem Versicherer heute und zukünftig erwartet. Auch bei Entwicklungszyklen, die nur noch wenige Monate dauern, darf die Qualität der Produkte in keinem Fall leiden und muss höchsten Ansprüchen genügen. Gleichzeitig gibt es keine Standardprodukte, sondern individuelle Beratung und Lösungen für das jeweilige Unternehmen. Die Innovationskraft eines Versicherers stellte Hiscox u.a. durch seine Pionierrolle bei der Versicherung von Cyberrisiken unter Beweis und wird dies auch in Zukunft fortsetzen. Um den Herausforderungen der Kunden dabei gerecht zu werden, müssen Produkte stetig überarbeitet und weiterentwickelt sowie neue Lösungen gefunden werden. So handelt Hiscox als Versicherer mutig, aber besonnen, um Unternehmen dabei zu unterstützen, ihr Potential voll auszuschöpfen und innovative Entwicklungen voranzubringen.

**Für weitere Informationen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung:**

Hiscox

Yvonne Kautzner

+49 (0) 89 54 58 01 566

yvonne.kautzner@hiscox.de

Franziska Schaefer

+49 (0) 89 54 58 01 599

franziska.schaefer@hiscox.de

**LoeschHundLiepold Kommunikation**

Sabina Blomann

+49 (0) 89 72 01 87 18

hiscox@lhlk.de