

AIG Produktschutz-Versicherung

Die AIG Produktschutz-Versicherung schützt nicht nur gegen den Verlust von entgangenem Bruttogewinn oder gegen anfallende Sanierungskosten nach zufälliger oder böswilliger Kontamination, sondern bietet zusätzlich Krisenmanagement, Planungs- und Schadenpräventionsleistungen von führenden internationalen Spezialisten an.



Warum AIG? Erfahrung und Marktorientierung

Marktführer

Nach dem Tylenol-Kapsel-Skandal 1982 war AIG das erste Versicherungsunternehmen weltweit, das Versicherungsschutz bei *böswilliger* Produktmanipulation anbot.

Auf diesen Erfolg haben wir aufgebaut und kamen aufgrund der starken Kundennachfrage 1993 mit der zusätzlichen Versicherungsdeckung gegen *unbeabsichtigte* Verunreinigung von Produkten auf den Markt.

Vorausschauend und innovativ

Dynamische Markt- und Technologie-Entwicklungen bringen kontinuierlich neue Bedrohungen und komplexe Gefahren mit sich. Unsere Stärke ist, die Marktentwicklungen und die daraus resultierenden möglichen Problemstellungen unserer Kunden rechtzeitig zu erkennen und entsprechend zu reagieren. Das Ergebnis sind innovative Lösungen und Deckungskonzepte, die unseren Kunden einen noch umfassenderen Schutz gewährleisten. Ergänzend schließen viele unserer Produkte kostenlose Dienstleistungen zur Identifizierung und effektiven Bewältigung von Risiken ein. Alle Produkte sind maßgeschneiderte, exklusive Lösungen und orientieren sich immer an den individuellen Ansprüchen und Bedürfnissen unserer Kunden.

Weltweiter Schutz

AIG bringt die globalen Ressourcen ihres weltumspannenden Netzwerkes ein. Unser Kundenfokus ist lokal. Wir verbinden somit die Stärke eines weltweit agierenden Konzerns mit den detaillierten Kenntnissen eines im jeweiligen Markt unseres Kunden operierenden Unternehmens.

Kompetenz

Wir bieten unseren Kunden fundiertes internationales Wissen und Verständnis in den jeweiligen Märkten und in deren Gesetzen, Sprachen und Bräuchen. Lokaler Service und lokale Expertise - vor Ort präsent, wo unser Kunde aktiv ist.

Schadenexpertise

Innerhalb unseres großen globalen Netzwerkes haben unsere Kunden Zugang zu dem im spezifischen Land vorhandenen Know-how.

Versehentlicher Mangel

- Entwicklungs- oder Designfehl
- Versehentliche Verunreinigung, Beeinträchtigung oder Falschetikettierung bei der Produktion, Zubereitung, Herstellung, Verpackung oder beim Vertrieb.

Grundvoraussetzung: Die Verwendung oder der Verbrauch eines solchen Produktes führte oder kann zu Körperverletzung, Übelkeit, Krankheit oder Tod eines Menschen führen.

Manipulation = vorsätzliche und rechtswidrige Veränderung eines Produktes

- Jede tatsächliche, angebliche oder angedrohte, beabsichtigte, arglistige und unrechtmäßige Veränderung oder Verunreinigung des Produktes des Versicherungsnehmers, die es unbrauchbar oder gefährlich bei der Nutzung oder für den Verzehr macht oder für die Öffentlichkeit einen solchen Eindruck vermittelt, unabhängig davon, ob durch Mitarbeiter oder durch Dritte verursacht.

Zielsegmente

Unternehmen aus folgenden Bereichen:

- Nahrungsmittel
- Getränke
- Tabak
- Kosmetika
- Pharmaprodukte (OTC-Produkte)
- Tierfutter für Haustiere.

Wann besteht Versicherungsschutz?

- Versicherungsschutz besteht nicht erst, wenn die Behörde den Rückruf angeordnet hat bzw. diesen ein Dritter durchgeführt hat. Versicherungsschutz besteht bereits dann, wenn das eigene Labor glaubhaft attestiert, dass das produzierte Produkt einen Personenschaden herbeiführen kann bzw. andere objektive Nachweise vorliegen, die eine potenzielle unmittelbare Gesundheitsgefahr begründen.
- Versicherungsschutz besteht bei versehentlichem oder vorsätzlichem Mangel, sowie wenn im Rahmen einer negativen Medienberichterstattung der Verdacht eines Mangels geäußert wird. Es ist dabei unerheblich, ob die Personenschadengefahr auf ein Versehen oder eine vorsätzliche Handlung zurückzuführen ist oder im Rahmen einer negativen Medienberichterstattung lediglich behauptet wird.

Versicherungsfälle: Produktmangel und Produktmanipulation

- Ein Produktmangel liegt vor, wenn es *versehentlich* zu einer Veränderung des Produktes oder des Zwischenproduktes in der Produktion gekommen ist und eine Personenschadengefahr hieraus resultiert.
- Eine Produktmanipulation liegt vor, wenn die zu einer Personenschadengefahr führende Veränderung des Produktes oder Zwischenproduktes *vorsätzlich* herbeigeführt wurde. Versicherungsschutz wird ausgelöst, wenn das versehentlich oder vorsätzlich veränderte Produkt einen Personenschaden herbeiführen würde und daraus eine gesetzliche Pflicht entsteht, das Produkt zurückzurufen.

Negative Medienberichterstattung (bei unbeabsichtigtem Mangel oder Manipulation)

- Die Behauptung einer möglichen Gesundheitsgefahr für den Verbraucher in der Presse zwingt den Versicherungsnehmer, das versicherte Produkt zur Vermeidung von Reputationsverlust vom Markt zu nehmen und damit seine Marke zu schützen, selbst wenn nachweislich keine Gesundheitsgefahr besteht.

Ungeeignet zum Verzehr (Ekel-Klausel)

*Lebensmittel gelten als nicht sicher, wenn davon auszugehen ist, dass sie für den Verzehr durch den Menschen ungeeignet sind.

** Die zuständige Behörde soll die Öffentlichkeit unter Nennung der Bezeichnung des Lebensmittels oder Futtermittels und des Lebensmittel- oder Futtermittelunternehmens, unter dessen Namen oder Firma das Lebensmittel oder Futtermittel hergestellt oder behandelt wurde oder in den Verkehr gelangt ist, und, wenn dies zur Gefahrenabwehr geeigneter ist, auch unter Nennung des Inverkehrbringers, nach Maßgabe des Artikels 10 der Verordnung (EG) Nr. 178/2002 informieren. Eine Information der Öffentlichkeit in der in Satz 1 genannten Art und Weise soll vorbehaltlich des Absatzes 1a auch erfolgen, wenn ein nicht gesundheitsschädliches, aber zum Verzehr ungeeignetes, insbesondere ekelerregendes Lebensmittel in nicht unerheblicher Menge in den Verkehr gelangt oder gelangt ist oder wenn ein solches Lebensmittel wegen seiner Eigenart zwar nur in geringen Mengen, aber über einen längeren Zeitraum in den Verkehr gelangt ist.

Sonderdeckung: Ungeeignet zum Verzehr (Ekel-Klausel)

- Wenn nach Ansicht der zuständigen Behörde das Produkt im Sinne von Artikel 14 Abs. 2 Nr. b EU(VO) 178/2002*, i. V. m. § 40 Abs. 1 Nr. 4 LFGB** nicht zum Verzehr geeignet ist.

Was wir versichern:

Die Produktschutzlösung beinhaltet, neben der Deckung der Produktionskosten für die unmittelbar wie auch der mittelbar betroffenen Produkte, sowie die Absicherung der wirtschaftlichen Folgen bei den Kunden in Form eines Bilanzschutzes. Der Nachweis des gesicherten Cash Flows kann auch ein gutes Argument gegenüber Banken sein.

Vermögensschaden-/ Bilanzschutz:

- a) Rückrufkosten
- b) Entgangener Bruttogewinn:
 - Warenwertersatz
 - Entgangene Verkaufserlöse
 - Entgangener Gewinn, auch in die Zukunft gerichtet
 - Betriebsunterbrechung (Rohertragsverlust)
- c) Krisenberaterkosten
- d) Rehabilitationskosten
- e) Rechtskosten

Erweitertes Leistungsangebot

- Präventionsmaßnahmen
- 24/7 garantierte Beratungshotline im Krisenfall
- Innovative Sonderkonzepte, wie z. B. Lizenzgeschäfte und Joint-Ventures
- Versicherungsschutz sogar dann, wenn ein Produktrückruf sich im Nachhinein als nicht erforderlich herausstellen sollte, z. B. aufgrund fehlerhafter Analyseergebnisse
- Strategische Partnerschaften mit drei marktführenden Beraterfirmen, die den Kunden vor, während und nach einem Krisenfall zur Verfügung stehen
- Kosten und Aufwand als Folge eines Rechtsstreits, die direkt aus der Rückrufaktion entstehen, sind ebenfalls abgedeckt

Voraussetzungen für den Versicherungsschutz

Voraussetzung ist ein vollständig ausgefüllter und vom Kunden unterschriebener Fragebogen mit Angaben zu:

- Umsatz des Versicherungsnehmers
- Produktionsstandorten
- Produktionsanlagen
- Produktart
- Verpackungsart
- Früheren Vorkommnissen
- Lieferantenbeziehungen

Daneben sind erforderlich:

- Nachweis von Krisenmanagement- und Rückrufplänen
- Nachweis von Qualitätssicherung einschließlich HACCP (Gefährdungsanalyse und kritische Lenkungspunkte)

Krisenberatung

- Als Teil unseres Anspruchs, unseren Kunden einzigartige und Wert erhöhende Leistungen zu bieten, sind wir mit drei marktführenden Beraterfirmen strategische Partnerschaften eingegangen. Zusammen können wir unseren Kunden beim Umgang mit einer Krise bzw. zur Abmilderung einer Krisensituation zur Seite stehen. Unsere Partner stehen den Kunden vor, während und nach einem Krisenfall zur Verfügung.

Spezialisten für Nahrungsmittel- und Produktsicherheit

- **AFC: Produktrückruf/Nahrungsmittelsicherheit/Produktsicherheit/Geschäftskontinuitätsberatung**
AFC Risk and Crisis Consult GmbH* verfügt über mehr als 20 Jahre Erfahrung und ist der führende Beratungsexperte im Fall einer tatsächlichen oder potenziellen Produktverunreinigung. Die Leistungen beinhalten Produktprüfungen, Feststellung der Verunreinigungsquelle, Information der betroffenen Parteien über eine Verunreinigung und Hilfe beim Produktrückruf und beim Behördenmanagement.

*In den Ländern außerhalb Deutschland/Österreich/Schweiz bedient der globale Partner NSF die Kunden von AIG.

Berater bei Erpressungen

- **NYA : Produkt-Erpressung/Globale Noifälle**
NYA International ist ein auf Krisenmanagement und Krisenbewältigung spezialisiertes Beratungsunternehmen mit über 20-jähriger Erfahrung bei unter anderem Erpressung und anderen globalen Noifällen. NYA unterstützt Kunden bei der Nachprüfung der Echtheit einer Erpressungsbedrohung und einer möglichen Verhandlung und Erpressungsgeldzahlung.

Experten für Krisenkommunikation

- **FleishmanHillard: Öffentlichkeitsarbeit/Krisenkommunikation/PR Beratung**
FleishmanHillard ist ein globales Kommunikationsunternehmen, das sich mit der Bereitstellung von integrierten Kommunikationslösungen einen Namen gemacht hat. Die Berater verbinden Branchen- und Marktwissen mit strategischem Denken, Kreativität und professioneller Umsetzung. FleishmanHillard zeichnet sich durch proaktive Verteidigung aus und kann rufschädigende Risiken vorhersehen. Krisensituationen werden bewältigt, sobald sie entstehen, um unsere Kunden und deren ungehinderten Geschäftsbetrieb zu schützen.

Krisenprävention

- Unsere Spezialisten und Berater arbeiten bereits im Vorfeld einer Krise mit unseren Kunden zusammen, um die Wahrscheinlichkeit eines Schadenfalls zu verringern. Bei der Krisenprävention werden sie darauf vorbereitet, mit einer Krise im Eintrittsfall optimal umzugehen. Zu den Leistungen gehören die Erstellung oder Prüfung eines Rückrufplans, Simulationsübungen, Lieferantenaudits und die Beratung über sichere Produktionsprozesse. Ein Teil der Prämie ist für die Präventionsberatung vor Eintritt eines Krisenereignisses reserviert.



Leistungsprofil

Als Reaktion auf zunehmende Fälle von Produktrückrufen und deren finanziellen Auswirkungen für Hersteller, Händler und Importeure von Lebensmitteln und Getränken in den USA und Europa hat AIG die verfügbaren Deckungssummen bei Produktmangel auf 25 Mio. Euro aufgestockt.

Kapazitäten

- Produktmangel bis 25 Mio. Euro
- Produktmanipulation bis 50 Mio. Euro
- Ungeeignet zum Verzehr bis 50 % der Deckungssumme, max. 5 Mio. Euro
- Negative Medienberichterstattung 25 % der Deckungssumme
- Rehabilitationskosten 25 % der Deckungssumme

Selbstbehalt

- Mindestens Gegenwert einer Tagesproduktion

Prämie

- Mindestprämie 10.000 Euro



Kontakt:

AIG Europe S.A., Direktion für Österreich

Herrengasse 1-3

1010 Wien

T +43 (1) 533 25 00-0

F +43 (1) 533 25 00-80

info.oesterreich@aig.com

Fachbereich

Johann-Philipp v. Lewinski

Senior Underwriter Crisis European Region,
Haftpflicht

T +49 69 97113-591

F +49 69 97113-381

M +49 151 11702612

jpvlwinski@aig.com

Vertriebsdirektion

Alexander Shopov

Sales Director Austria

AIG Europe S.A., Direktion für Österreich
Herrengasse 1 - 3

1010 Wien

T +43 (1) 533 25 00-38

F +43 (1) 533 25 00-80

M +43 664 8829 9001

alexander.shopov@aig.com



Die Versicherungsleistung wird von AIG Europe S.A., Direktion für Österreich, Herrengasse 1 - 3, 1010 Wien, T +43 (1) 533 25 00-0, F +43 (1) 533 25 00-80, info.oesterreich@aig.com erbracht.

Dieses Dokument dient lediglich zur allgemeinen Information und kann unter keinen Umständen zur Begründung eines Deckungsanspruchs herangezogen werden. Produkte und Dienstleistungen, die von Gesellschaften der American International Group, Inc. angeboten werden, sind nicht automatisch in jedem Land verfügbar. Der Deckungsumfang und die Bedingungen der Versicherung unterliegen den Allgemeinen Bedingungen der Police, die auf Anfrage erhältlich sind. Bestimmte Produkte und Dienstleistungen können von unabhängigen Dritten bereitgestellt werden. Die Versicherungsprodukte können durch verbundene oder nicht verbundene Unternehmen vertrieben werden.

AIG ist der Marketingname für das weltweite Versicherungsgeschäft der American International Group, Inc., das Sach- und Unfallversicherungen, Lebensversicherungen, Altersvorsorgeprodukte und allgemeine Versicherungsprodukte umfasst. Weitere Informationen über AIG finden Sie unter www.aig.com und www.aig.com/strategyupdate | YouTube: www.youtube.com/aig | Twitter: @AIGinsurance www.twitter.com/AIGinsurance | LinkedIn: www.linkedin.com/company/aig. Diese Links enthalten weitere Informationen über AIG und sind ein zusätzlicher Service.