



Whitepaper

# Beroepsaansprakelijkheid

Hoe u ondernemers optimaal beschermt tegen schadeclaims

# Waarom deze whitepaper?

Heel wat ondernemers besluiten op een gegeven moment om de passie voor hun vak om te zetten in een winstgevend bedrijf. Een prachtige, opwindende ervaring. De vrijheid om je eigen baas te zijn geeft vleugels.

Maar een eigen bedrijf runnen brengt ook heel wat verantwoordelijkheden met zich mee. En best wel wat risico's. Professionele dienstverleners werken hard om hun opdrachtgevers tevreden te houden. Maar ondanks hun tomeloze inzet kan een klant toch kritiek hebben op hun werk. Wanneer een opdrachtgever de onderneming dan aansprakelijk stelt, hebben we het over beroepsaansprakelijkheid.

Met een beroepsaansprakelijkheidsverzekering beschermt u als makelaar professionele dienstverleners tegen schade die voortvloeit uit een onopzettelijke beroepsfout. Het verlicht de financiële last die gepaard gaat met rechtszaken en schadeclaims. En dat kan voor een bedrijf het verschil maken tussen voortbestaan en kopje onder gaan. Maar welke specifieke aansprakelijkheidsrisico's loopt een IT'er? Wat kan er mislopen bij managementconsultants? En wat zijn de vaakst voorkomende beroepsfouten in reclame en communicatie? Deze whitepaper geeft u de heldere inzichten waarmee u uw klanten in elk van deze sectoren helpt bij het kiezen van de juiste beroepsaansprakelijkheidsverzekering. Zodat ze zorgeloos door kunnen gaan met wat ze het liefst doen: ondernemen.

Veel leesgenot.

## Inhoud

- 2. Waarom deze whitepaper?**
- 3. Wat is beroepsaansprakelijkheid?**
- 4. Wat dekt een beroepsaansprakelijkheidsverzekering?**
- 5. Elke sector is anders**
- 6. De ergste dag uit het leven van een marketeer**
- 10. Sluit een polis af in 5 stappen**

# Wat is beroepsaansprakelijkheid?

Stel: door een verkeerd advies investeert een bedrijf in hardware die niet compatibel blijkt met haar bestaande infrastructuur. Een fout geprogrammeerde betaalmodule laat de checkout van een webshop vastlopen, waardoor de aankoop niet doorgaat. Of een werknemer verbreekt ongewild de geheimhoudingsovereenkomst over een nieuw product van een klant. Als de opdrachtgever dan de geleden schade op de onderneming verhaalt, spreken we over beroepsaansprakelijkheid.

Een zelfstandige of een onderneming die aansprakelijk wordt gesteld, moet mogelijk een schadeclaim betalen. En die ligt soms een stuk hoger dan het bedrijf financieel aankan. Maar zo ver hoeft het niet te komen. Als makelaar kunt u uw klanten hiervoor behoeden met een beroepsaansprakelijkheidsverzekering.

*Een schadeclaim ligt vaak hoger dan een bedrijf financieel aankan. Als makelaar kunt u uw klanten hiervoor behoeden.*

## Is beroepsaansprakelijkheid hetzelfde als burgerlijke aansprakelijkheid uitbating?

Nee, dat is het niet. De beroepsaansprakelijkheidsverzekering dekt schade die is veroorzaakt als gevolg van door het bedrijf geleverde diensten. De verzekering BA Uitbating dekt de verantwoordelijkheid tijdens de uitbating en gedurende bijkomende activiteiten van het bedrijf.

### Voorbeelden:

- De installatie van nieuwe software veroorzaakt gegevensverlies. Daarom moet het getroffen bedrijf beroep doen op een derde partij om de verloren gegevens te reconstrueren. Dat bedrijf (de klant van uw klant) eist een vergoeding om die kosten te dekken.
- Een bedrijf huurt flatscreens om zijn beursstand op te leuken. Een van de verkopers laat een scherm vallen, waardoor het frame barst. De verzekering BA Uitbating dekt de kosten voor het vervangen van het scherm.





# Wat dekt een Hiscox-beroepsaansprakelijkheidsverzekering?

Wanneer een bedrijfsleider of medewerker aansprakelijk gesteld wordt voor een beroepsfout, is dat vaak een onaangename verrassing. Een beroepsaansprakelijkheidsverzekering beschermt het bedrijf tegen de financiële gevolgen van een schadeclaim van de klant, juridische kosten en reputatieschade.

## In het algemeen:

- **Nalatigheid, fouten of onvrijwillige contractbreuk.**
- **Inbreuk op intellectueel eigendom.**
- **Schending van vertrouwelijkheid.**
- **Verlies van documenten.**
- **Onopzettelijke vertragingen in de uitvoering.**
- **Fysieke of materiële schade bij klanten.**



# Maar elke sector is anders, toch?

Dat klopt. Daarom ontwikkelde Hiscox beroepsaansprakelijkheidsverzekeringen voor drie specifieke segmenten, waarin naast de algemene risico's ook sectorgebonden fouten gedekt zijn.



## Marketingagency's

Reclame- en communicatieprofessionals zoeken in campagnes soms de grenzen op. Het kan zijn dat ze daar soms een keertje overheen gaan. Zij zijn bij Hiscox onder andere gedekt bij claims door typefouten, nalatigheid in gegevensbescherming, schending van de geheimhoudingsplicht, onrechtmatig gebruik van auteursrechtelijk beschermde afbeeldingen, foutief advies en onopzettelijk misleidende reclame.

## IT-bedrijven

ICT'ers leveren maatwerk, werken met complexe systemen en behandelen vaak grote hoeveelheden (privacygevoelige) data. Deze beroepsgroep is daardoor bijzonder vatbaar voor schadeclaims. Hiscox beschermt IT-professionals tegen schadeclaims door het niet halen van deadlines, codeerfouten, fouten die de activiteiten van hun opdrachtgever in het gedrang brengen en inbreuken op het auteursrecht.

## Managementconsultants

Consultants geven hun klanten advies waar ze hun werking mee verbeteren. Maar zo'n advies kan ook weleens verkeerd uitpakken. De kans dat een opdrachtgever dan een schadeclaim indient, is groot. Bij Hiscox zitten consultants safe bij claims na professionele fouten, foutief advies en onvrijwillige contractbreuk.

# De ergste dag uit het leven van een marketeer,

of waarom een beroepsaansprakelijkheidsverzekering voor gemoedsrust zorgt

Er zijn zo van die dagen dat we écht geloven dat de wet van Murphy bestaat. Gelukkig is het niet zo dat alles wat fout zou kunnen lopen ook daadwerkelijk altijd fout loopt. Maar toch: er kan in theorie heel wat misgaan, bijvoorbeeld als je manager bent bij een marketing- en communicatiebureau. Geen idee wat zo iemand de hele dag doet? Loop even mee met Peter, die dé baaldag van zijn leven meemaakt ...

**8:30 uur**

Maandagochtend, halfnegen. Peter klapt zijn laptop open en scrollt door zijn e-mails. Het onderwerp van één mailtje springt eruit. 'BEL ME NU!!!' staat er. Terwijl hij een beetje bleek wegtrekt, belt Peter het nummer van mevrouw Versnick. Jawel, degene voor wie hij die knappe campagne heeft opgezet. Die ging donderdag live, en vrijdag werkte alles prima, dus Peter zette moe maar voldaan zijn weekend in. Maar de klant is minder happy. Ze ontvingen een formele klacht van iemand die beweert dat het huis op het gebruikte campagnebeeld dat van hen is. Ouch! Die mensen zijn — begrijpelijk — behoorlijk boos dat hen niet om toestemming werd gevraagd.

**9:46 uur**

Terwijl hij naar het relaas van de klant zit te luisteren, verschijnt de artdirector aan Peters bureau. Haar gezicht staat op onweer. Blijkt dat er drie typefouten blijven staan zijn in de glossy brochure die ze voor een andere klant hebben gemaakt. Eentje daarvan in de prijslijst. Het nieuwste type SUV, inclusief een resem blitse opties, kost nu 5.000 euro in plaats van 52.000 euro. Ze eisen een herdruk: 30.000 stuks tegen volgende week. En ze willen dat Peters bedrijf voor de kosten opdraait.

### 10:27 uur

Een gehaaste klant die *nét* op tijd binnenstormt voor de meeting van halfelf smakt tegen de glazen toegangsdeur aan. Haar neus ziet er niet zo best uit. Zelfs na drie tissues valt het bloed amper te stelpen. Ze zegt wel dat ze oké is, maar de dame blijft wel beduusd voor zich uit turen op de bank bij het onthaal. Haar hoofdpijn is moordend, zegt ze. En ze kan niet geloven dat ze pas het derde slachtoffer is dat tegen dat vervloekte ding aanknalt. (Drie dagen later krijgt Peter een telefoontje van de juridische afdeling van de klant. Ze dienen een schadeclaim in en sturen alvast de ziekenhuisfactuur op).

### 11:33 uur

De afdeling content & creation belt. Mark, de drijvende kracht achter de nieuwe digitale campagne voor een van Peters meest veeleisende klanten, kwam dit weekend onzacht in aanraking met het asfalt tijdens een wielertrip. Het verdict: rechtersleutelbeen gebroken en twee volle maanden out. Wat dat betekent? Om te beginnen moet de campagne uitgesteld worden. Peter kruist de vingers en hoopt dat de klant begrip toont

en akkoord gaat met een nieuwe deadline. Worstcasescenario: de klant zegt *'loop naar de hel met je contract'* en schakelt een van hun andere bureaus in om de klus te klaren. In zijn hoofd maakt Peter een snelle berekening van alle uren die al aan het project besteed zijn. En hij beslist dat hij wel een aspirientje kan gebruiken.

### 13:45 uur

Maandelijkse statusmeeting met een klant. Peter wil een whiteboardmarker nemen en stoot daarbij zijn koffiemok om. De inhoud — een hete latte — belandt op de laptop van de klant. Peter rent naar de aanpalende keuken en grist een rol keukenpapier mee. Tevergeefs. De computer ging zonet in shutdown. Zag hij daarnet geen rookwolkje uit het toetsenbord omhoog kringelen? Peter probeert een diepe zucht te onderdrukken. Oók tevergeefs. (Later die middag mailt de klant om te zeggen dat de schade nogal meevalt. Hun IT'er is erin geslaagd om alle gegevens uit het defecte toestel te recupereren. Da's goed nieuws... maar er volgt wél nog een claim voor de gesneuvelde hardware.)



**14:57 uur**

Sarah, al meer dan tien jaar Peters vaste contact bij een klant, zegt aan de telefoon dat ze zeer, zeer, \*zéér\* teleurgesteld is. Ze hoorde gisteren van een vriendin die bij een reclamebureau werkt dat Sarahs bedrijf een nieuw product uitbrengt dat de detailhandel ingrijpend zal veranderen. Toen ze haar vriendin vroeg wie haar dat had verteld, zei ze dat ze het had gehoord van iemand die werkt bij — en dan dringt het plots tot haar door: het is Kevin, die moeilijk zijn mond kan houden. Zélf niet nadat hij een vertrouwelijkheidsovereenkomst ondertekende. *‘Neem het vooral niet persoonlijk, maar legal is al stappen aan het ondernemen’*, voegt Sarah er nog aan toe.

*“Een deel van de cruciale gegevens is in het niets verdwenen. De klant schuift nu de schuld in onze schoenen...”*

**16:23 uur**

Als Peter even naar buiten glipt om een luchtje te scheppen, merkt hij de rode ogen van digital marketeer Nena op. Het is overduidelijk: ze heeft gehuild. Nog nasnotterend bekent ze dat ze — we citeren — *‘een beetje een kern heeft geschoten’*. Bij het versturen van een zorgvuldig opgestelde lanceringsmail naar de prospectdatabase van de klant moet ze vergeten zijn om enkele parameters te checken. Het lijkt erop dat een deel van de cruciale gegevens hierdoor in het niets is verdwenen. En ja, de klant schuift de schuld nu in Nena’s schoenen, want zij was verantwoordelijk voor de technische kant van de transactie.

**17:04 uur**

Terug aan zijn bureau opent Peter een e-mail van zijn collega Ben op zijn laptop. Met als P.S. aan Peter: *‘Bezorg je mij nog even dat finale plan voor de najaarscampagne?’*. Zonder het te beseffen klikt Peter ‘reply to all’ aan. Het document met gevoelige inhoud die alleen bedoeld is voor een zeer select gezelschap vertrekt naar Ben ... én naar de klant, plus twee leveranciers. De hele strategische aanpak van het telecombedrijf, inclusief gedetailleerd cijferwerk ligt zomaar te grabbel. Nog geen tien minuten later zit er al een gepeperde mail in Peters mailbox. De klant dreigt ermee dat dit *‘een serieus staartje krijgt’* als er ook maar een letter van uitlekt. *‘Ach...’*, denkt Peter, *‘dat kan er ook nog wel bij’* en hij klapt zijn laptop dicht voor vandaag.

Net voor Peter de deur uitstapt, hoort hij Ben zeggen: *‘Al een geluk dat we zo’n beroepsaansprakelijkheidsverzekering hebben’*. Ook al weet Peter niet precies wat dat inhoudt, toch slaakt hij weer een diepe zucht. Eentje van opluchting dit keer ...



# Weef het vangnet voor uw klanten:

sluit een polis af in  
5 stappen

Hoe helpt u uw klanten de ideale beroeps-aansprakelijkheidsverzekering kiezen? Stel als makelaar een offerte op in slechts 5 eenvoudige stappen.



1

**Kies uw online abonnementsoptie:**

- ofwel via het makelaarsportaal op [hiscox.be/nl/inloggen-voor-makelaars](https://hiscox.be/nl/inloggen-voor-makelaars)
- of via een onderschrijvingsformulier op [hiscox.be/nl/documents-dutch](https://hiscox.be/nl/documents-dutch), dat u kunt invullen en opsturen naar [hiscox.underwriting@hiscox.be](mailto:hiscox.underwriting@hiscox.be).

2

**Kies de sector van uw klant:**

- Marketing & Communications
- Technology
- Management & Consultancy
- Miscellaneous

3

**Voer de omzet van uw klant in. \***

4

**Vul in voor welk bedrag uw klant gedekt wil zijn. \***

5

**Personaliseer de polis van uw klant door opties te kiezen die de toekomst van diens bedrijf op lange termijn garandeert.**

- Wettelijke bescherming
- Aanvullende Cyberclear-dekking
- Dekking voor vorderingen bij Amerikaanse en/of Canadese rechtbanken

\* Op onze onderschrijvingsformulieren kunt u een bedrag tot € 3.000.000 invullen. Wilt u een hoger bedrag invullen, neem dan contact op met uw contactpersoon bij Hiscox of mail naar [hiscox.underwriting@hiscox.be](mailto:hiscox.underwriting@hiscox.be). Dit geldt ook voor dossiers die niet in onze onderschrijvingsformulieren passen. U kunt contact opnemen met uw contactpersoon bij Hiscox voor een gepersonaliseerde offerte.

# Snel een offerte of polis nodig? Hiscox helpt u.

Aan de hand van deze vijf stappen vraagt u in enkele minuten een gedetailleerde offerte aan. Of u stelt meteen een polis op maat voor uw klant op, mét online onderschrijving. Regel het allemaal in een paar kliks via

[hiscox.be/nl/inloggen-voor-makelaars](https://hiscox.be/nl/inloggen-voor-makelaars). Alles wat u nodig hebt is uw HE-nummer. Kunt u dit identificatienummer niet meteen terugvinden? Geen probleem: neem contact op met uw vertrouwenspersoon bij Hiscox of vraag uw offerte aan via [hiscox.underwriting@hiscox.be](mailto:hiscox.underwriting@hiscox.be).

*Snel een offerte of een polis nodig?  
Regel het in een paar kliks online.*



# Praktische info

## **Hiscox SA, Belgian Branch**

Bourgetlaan 42 B8

Building Airport

B-1130 Brussel

T +32 (0)2 788 26 00

E [hiscox.info@hiscox.be](mailto:hiscox.info@hiscox.be)

