



Claimsvoorbeelden Media

Nieuwe compositie klinkt zeer herkenbaar

Een groot reclamebureau lanceerde een internationale campagne voor een bekend merk en contracteerde componisten om een soundtrack voor de commercial te maken. Na uitzending wordt het reclamebureau aangesproken op inbreuk van intellectueel eigendomsrecht. De eiser stelde dat gedurende de hele commercial een fragment van tien seconden werd herhaald van een nummer dat hij in de jaren '90 had gemaakt. In afwachting van besprekingen met de eiser heeft Hiscox, in overleg met de verzekerde, het betreffende fragment onmiddellijk vervangen.

De schade:
€ 100.000

De bijzonderheden:
Na langdurig overleg weet Hiscox met terugwerkende kracht een licentieovereenkomst met de eiser te sluiten, betaald door de componisten.

Als u niet de hoofdprijs wil betalen

Een reclamebureau sloot een contract voor de levering van 1,8 miljoen krasloten voor de sales promotie van een grote supermarkt. Tijdens het drukken merkte het reclamebureau dat er problemen waren met de folie op de krasloten en zette de drukgang onmiddellijk stop. Na onderzoek blijkt dat de drukker verkeerd is geïnstrueerd over de plaats waar de folie op het kraslot moest komen. Toen de fout werd ontdekt was een deel van de krasloten reeds gedrukt. Er is in dit geval geen sprake van een klacht omdat de supermarkt nog niet van de problemen op de hoogte was.

De schade:
€ 200.000

De bijzonderheden:
Hiscox is onmiddellijk van dit probleem op de hoogte gesteld. Na inschatting van de mogelijke schade en aansprakelijkheid heeft Hiscox schriftelijke toestemming voor herdruk gegeven. Om verdere schade te voorkomen zijn de herdrukkosten door Hiscox betaald.

Bureau maakt slechte reclame voor zichzelf

Vergelijkende reclame - het vergelijken van eigen producten of diensten met die van een concurrent - is onder bepaalde voorwaarden toegestaan. Zo mag de reclame bijvoorbeeld niet misleidend zijn en dient er objectief te worden vergeleken. Een reclamebureau heeft dit voor een telecom onderneming niet op de juiste manier uitgevoerd. De rechter was van mening dat de vergelijkende prijsopbouw met de concurrent wezenlijk verschilde. Het vonnis betrof de verplichte rectificatie door middel van een reclamespot op elke televisie zender waar de oorspronkelijke, misleidende reclame was uitgezonden.

De schade:
€ 375.000

De bijzonderheden:
Hiscox voorzag het reclamebureau van juridisch advies om dergelijke fouten in de toekomst te voorkomen en heeft de volledige schade binnen vier dagen na de uitspraak voldaan.