

Versicherungsbetrug und Medien

Referent: Eisenhut Markus
Leiter Kommunikation Zurich Schweiz.

Agenda

- Einführung/Background Medien
- Folgen für Berichterstattung
- Folgen für Berichterstattung im Bereich Versicherungen
- Fragen

Vier Grundformen von Inhalt – mit unterschiedlicher Wertigkeit

- Paid Content Inhalte gegen Bezahlung
- Shared Content Inhalte in sozialen Medien
- Owned Content Inhalte auf eigenen Kanälen
- Earned Content: redaktionell aufbereitete Inhalte

Printmedien meistgenutzte Mediengattung – trotz mobilem Internet

- 96,9 % der Bevölkerung ab 14 Jahren nutzen Print
- 83,1 % der Bevölkerung ab 14 Jahren nutzen TV
- 78,0 % der Bevölkerung ab 14 Jahren nutzen Internet
- 95,2 % der Online-Generation (14- bis 34-jährig) nutzen Internet
- 93,7 % der Online-Generation (14- bis 34-jährig) nutzen Print

Quelle: Mediapulse 2015

Entwicklung Leserschaft 2013 bis 2016

▪ Blick	507'000	-212 '000 (-37%)
▪ Tages-Anzeiger	461'000	- 85'000 (-17%)
▪ NZZ	259'000	- 36'000 (12%)

Quelle: Wemf Mach Basic

Kaufzeitungen in der Krise – Entwicklung 2010 bis 2015 in CHF

- Netto-Werbeumsatz Schweiz +23% auf 5210 Mio
- Tages-, wochen-, Sonntags-Presse -33% auf 898 Mio
- TV +12% auf 749 Mio
- Online von 0 auf 572 Mio

Quelle: Stiftung Werbestatistik Schweiz

Medien unter Spardruck

- Sinkende Vertriebs- und Anzeigeneinnahmen
- Schrumpfende Umfänge
- Anzeigen-Geschäftsmodell funktioniert digital im Newsbereich nicht
- Personalkosten reduzieren
- Expertentum fehlt auf Redaktionen
- Generalist ist gefragt

Digitalisierung. Ein Heilsbringer?

- Aufbau konvergenter Redaktionen
- Kooperationen bsp Newsnetz

Einfluss Digitalisierung auf Inhalt

- Click als neue Währung
- Boulevardisierung
- Personalisierung
- Skandalisierung
- Zuspitzung

Kampf um Aufmerksamkeit

- 10'000 Botschaften täglich
- Mensch checkt Mobile bis zu 1500x täglich
- Aufmerksamkeitsspanne Mensch 2013: 8 Sekunden

Quelle: Microsoft Kanada

Versicherungsbetrug in den Medien

- Wichtiges Thema
- Betrug an der Gesellschaft
- Ingredienzien einer guten Geschichte
- Dennoch wenig Berichterstattung

Beispiele in den Medien

- NZZ „37 Verkehrsunfälle innert fünf Jahren“
- Tages-Anzeiger „Krankenkassen werden um Millionen betrogen“
- Bilanz „Versicherungsbetrug – der teure Beschiss“
- Die Welt „Briten kommen Mallorca-Hoteliern teuer zu stehen“
- Süddeutsche Zeitung „Das Märchen vom Totalschaden“

Wenig Berichterstattung. Warum?

- Bis jetzt verfügte der SVV über keine Zahlen zum Versicherungsbetrug
- Medien mussten sich mit deutschen Daten behelfen
- Glaubwürdigkeit CH war stets auf dem Prüfstand

Der perfekte Mix: Zahlen, Fakten, Fälle, Geschichten, Studien

Danke für die Aufmerksamkeit