GAYEN & BERNS HOMANN GRUPPE

Vorsprung | August 2015

Neues rund um die GBH MedienPolice®

Editorial

Sehr geehrte Kunden und Interessierte an der GBH MedienPolice®,

aus vielen Gesprächen mit Medien-Unternehmern in ganz Deutschland wissen wir, dass bei Ihnen das Thema Ver- und Absicherung eine große Rolle spielt und viele von Ihnen sich eine gute und professionelle, vor allem aber proaktive Betreuung wünschen.

Als wir vor mehr als zehn Jahren die GBH MedienPolice® entwickelt und auf den Markt gebracht haben, haben wir genau diesem Wunsch entsprochen. Durch regelmäßige, vorausschauende Kundenbetreuung stellen wir sicher, dass Sie bei Ihren Verträgen immer auf dem neuesten Stand sind. Über eine Police, die alle relevanten Bereiche abdeckt, sorgen wir für Entlastung bei Administration und Management. Den wahrscheinlich wichtigsten Aspekt, nämlich die maximale Leistung bei bestmöglichen Konditionen, bieten wir obendrein. Unsere unabhängige Stellung am Markt und unsere Position als einer der größten inhabergeführten Makler in Deutschland hilft uns hierbei, vor allem aber Ihnen.

Was wir, aber auch Sie wissen: Versicherung, vor allem aber deren richtige proaktive Ausgestaltung, darf niemals verschoben oder womöglich vernachlässigt werden. Denn wie schnell sie über das Wohl oder Weh eines Unternehmens entscheiden kann, zeigt nicht zuletzt das in diesem Newsletter vorgestellte Beispiel der Druckerei Zimmermann in Balve. Weil der Betrieb auf Voraussicht und Vorbereitung setzte, vor allem aber regelmäßige Beratung in Anspruch nahm, blieben die wirtschaftlichen und operativen Folgen überschaubar.

Auch die in der Versicherung enthaltenen Leistungen sprechen für uns. Es macht zum Beispiel einen gravierenden Unterschied, ob die Ermittlung der vorhandenen Vermögenswerte kostenfrei durch den Versicherungspartner erfolgt oder durch einen kostenpflichtigen Gutachter oder ob nach einem Schadensfall der Zeitwert oder der Neuwert bezahlt wird.

Sprechen Sie darum mit uns, auch wenn Sie glauben, dass in Ihrem Versicherungsmanagement alles in Ordnung ist.

Wir freuen uns, Sie beraten zu dürfen.

WOLFGANG OSSENBRÜGGEN

BERND SCHULTE-LADBECK

SASCHA KOLVENBACH

Einkaufsvorteile in der Druckindustrie – GBH macht mit!

Eine alte, aber immer noch richtige Weisheit sagt: Im Einkauf liegt der Gewinn. Darum haben sich auch in der Druckindustrie in der Vergangenheit einige Einkaufsgemeinschaften und -verbünde gegründet, Verbände sowie Genossenschaften bieten zudem entsprechende Modelle und Dienstleistungen an. Als wichtiger Dienstleister für die Druck- und Medienbranche bietet GBH auch selbst Sonderlösungen und Sonderkonditionen an.

Eine Untersuchung, die die PrintXMedia-Gesellschaften im Auftrag des bvdm-Wirtschaftsausschusses durchführten, brachte es kürzlich auf den Punkt. Befragt zu ihrem Einkaufsverhalten äußerten 95 Prozent der antwortenden Unternehmen, dass sie ihre eigenen Einkaufskonditionen für verbesserungsfähig halten. Demgegenüber steht die sicherlich etwas verwunderliche Aussage, dass aber nur 55 Prozent der Befragten eine regelmäßige Analyse des Einkaufspotenzials umsetzen. Auch gibt es bei 59 Prozent der Befragten keine speziellen Maßnahmen, um die Mitarbeiter für den Einkauf zu schulen. Lediglich zwei Prozent engagieren einen externen Einkaufscoach. Zusammengefasst heißt das: Würden die Unternehmen ihren Bedarf besser bündeln oder gemeinschaftliche Aktivitäten starten, könnte höchstwahrscheinlich einiges an Kosten reduziert werden.

Zahlen-Daten-Fakten

Ein Streiter und Verfechter dieser Ideen ist schon seit mehreren Jahren Herbert Heßling. Aufbauend auf jahrelanger Tätigkeit und regelmäßiger Unterstützung von Unternehmen beim Thema Einkaufsoptimierung, setzt der Senior-Berater bei der PrintXMedia Consult Nord-West GmbH vor allem auf die Maxime „Zahlen-Daten-Fakten" (Z-D-F). „Sie müssen Ihrem Lieferanten auf Augenhöhe begegnen und sich im Vorfeld gut informieren und ‚Z-D-F' lückenlos aufbereiten", so Heßling kürzlich in einer Podiumsveranstaltung beim Verband Druck + Medien Nord-West e.V. in Hamburg, „dann können Sie wahre Schätze bergen."

Einkaufsverbund Druck (EvD)

Gute Konditionen bei Papier, Druckfarbe, Filtersystemen für Entwicklungsmaschinen sowie Feuchtwasseranlagen, Logistik und Energie zu erhalten, ist die zentrale Idee des Einkaufsverbundes Druck (EvD) in Aachen. Vor gut zehn Jahren entstanden, bündelte dieser den Bedarf von 38 Unternehmen in Deutschland. Ergänzt werden die wirtschaftlichen Vorteile durch einen organisierten Erfahrungs- und Informationsaustausch. Zweimal im Jahr treffen sich die EvD-Mitglieder, um über aktuelle Themen und Anforderungen zu sprechen. Durch die räumliche Entfernung entsteht dabei keine direkte Konkurrenz, sodass man sich offen und ungehindert über Branchenwissen austauschen kann. Was zudem wichtig ist: Alle Mitglieder genießen Gebietsschutz.

GBH als Partner

Im Wissen, dass die Versicherung ein wichtiger Baustein im wirtschaftlichen Gefüge eines Druckbetriebs ist, vor allem aber hier Kosten zu senken sind, ist GBH heute bei allen relevanten Bestrebungen im Markt dabei. Die Bandbreite der Zusammenarbeit mit den Verbänden, Beratungsgesellschaften und Gruppierungen ist dabei vielfältig. Unterstützt das Team der GBH MedienPolice® auf der einen Seite mit Informationen über aktuelle Entwicklungen im Bereich Versicherungen und hält Vorträge, profitieren die Mitglieder andererseits direkt von speziellen Sonderlösungen und Sonderkonditionen. Dass diese möglich werden und sind, hat dabei auch wieder mit der besonderen Einkaufsposition von GBH zu tun: Als einer der wichtigsten unabhängigen Anbieter von Spezialversicherungen für Druck und Medien in Deutschland und Partner von zahlreichen großen, mittleren und kleinen Unternehmen kann der Makler seine GBH MedienPolice® stetig mit den besten Konditionen ausstatten.

Ab sofort auch Produkt-Rückrufe und Lohnbearbeitungsschäden absicherbar

Ab sofort ist die GBH MedienPolice® noch leistungsstärker. Zusätzlich zu den schon vorhandenen Leistungen findet sich in dem Vertragswerk auch eine Deckung für Produkt-Rückrufe sowie Absicherung für Lohnbearbeitungsschäden. Mit den Erweiterungen wird die GBH MedienPolice® einmal mehr ihrem Ruf gerecht, eine der besten Versicherungslösungen für Druck- und Medienbetriebe überhaupt zu sein. Mehrere hundert Unternehmen nutzen bereits deutschlandweit die Police.

Im Rahmen der Absicherung für Produkt-Rückrufe sind Vermögensschäden bis zu 250.000 Euro prämienfrei abgedeckt, „die", so die Originalformulierung, „dadurch entstehen, dass aufgrund festgestellter oder nach objektiven Tatsachen vermuteter Mängel von Erzeugnissen oder aufgrund behördlicher Anordnung zur Vermeidung von Personenschäden", ein Rückruf durchgeführt werden muss.

Die Erweiterung „Lohnbearbeitungsschäden" betrifft vor allem Fälle, bei denen einem Druck- und Medienunternehmen Materialien zur unmittelbaren Bearbeitung übergeben werden. Kommt es bei den damit verbundenen vor- und nachgelagerten Tätigkeiten zu Fehlern, Materialbeschädigungen oder sonstigen Folgekosten, besteht die Möglichkeit zum Ausgleich im Rahmen der vereinbarten Deckungssumme.

Mehr Nutzen geht kaum

Unternehmen, die die GBH MedienPolice® nutzen, profitieren nicht nur von der Bündelung aller relevanten Versicherungsanforderungen in einer Police, sondern auch von einer Vielzahl von Bedingungen, die häufig weit über das hinausgeht, was sonst am Markt zu bekommen ist. Und nicht nur das: Bei zahlreichen Unternehmen ging die Nutzung der höheren Leistung mit einer Prämienreduktion einher. Ein Vergleich, vor allem aber ein Gespräch mit einem kompetenten GBH-Ansprechpartner lohnt sich also auf jeden Fall.

Einige Highlights der GBH MedienPolice® – Stand August 2015

- Eine Police, ein Beitrag, ein Bedingungswerk
- Individueller Versicherungsschutz nach dem Bausteinprinzip
- Wertermittlung/Risikoeinschätzung über den Risikoträger
- Unterversicherungsverzicht im Schadensfall
- Verzicht auf den Einwand der groben Fahrlässigkeit im Schadensfall (bis EUR 100.000)
- Generelle Neuwertentschädigung im Rahmen der Sach- und Maschinenversicherung (goldene Regel)
- Partielle Mitversicherung von Verschleiß
- Speziell für Lettershops: Fehlversendungen von Briefen, Paketen, Prospekten etc. sind mitversichert (Portokosten)
- Speziell für Buchbinder: erweiterte Vermögensschaden-Haftpflichtversicherung für fehlerhafte Bindearbeiten
- Professionelles Schadensmanagement

Zu Beginn des Versicherungsberatungsprozesses nimmt GBH eine differenzierte Risikoanalyse vor, die allen Beteiligten einen Überblick über die vorhandene und notwendige Versicherungsstruktur des einzelnen Unternehmens verschafft. In Abstimmung mit dem Kunden erfolgt anschließend die Ausgestaltung des optimalen Versicherungsschutzes in Bezug auf Bedingungswerk und Prämie.

Kommentar zum Markt

Big Data und Co – die Zukunft der Druckerei (?!)

War der Besitzer einer Druckmaschine vor wenigen Jahrzehnten noch der Herrscher über die massenweise Vervielfältigung von Informationen und Wissen, so ist er heute nur noch ein Teil einer gigantischen Informationsmaschinerie. Ein Grund, zu verzweifeln? Sicher nicht, wenn man die Chancen in den neuen Märkten sieht und nutzt.

Inhaber und Geschäftsführer, vor allem von mittelständischen und kleinen Unternehmen, stehen heute vor einem Dilemma. Sie wissen auf der einen Seite, dass Kommunikation, Marketing und PR zentrale Elemente der Unternehmenssteuerung sind, auf der anderen Seite erschlägt sie die Vielfalt der Optionen. Ist, bezogen auf den so wichtigen Return on Investment, ein Online-Mailing schon die richtige Wahl oder doch noch das haptisch anspruchsvolle Papierschreiben? Macht Social Media wirklich Sinn oder sind Facebook und Co nur Elemente einer neuen Generation, die sich aber nur im Privatleben lohnen? Kann eine App wirklich das bringen, was die Agenturen sagen? Was zu aller Unsicherheit bezüglich der Medienart noch hinzukommt, ist die Frage der Voraussetzungen. Wer ein Online-Mailing verschickt, braucht auch die E-Mail-Adressen. Damit rechtlich nichts schiefgeht, sind Nutzungsrechte für Bilder und Adressen sowie IT-Sicherheit so wichtig wie nie zuvor. Wer kennt sich aber hier aus, wer weiß, was passt und was unnötig ist?

Chance für Druckereien

Unternehmer wünschen sich angesichts von unklaren Schlagworten wie Big Data, Augmented Reality oder crossmediales Marketing verständliche Hilfestellung und Beratung. Das Problem dabei: Viele Druckereien, die aufgrund ihrer jahrelangen Zusammenarbeit mit den Unternehmen den Absatzkanal zu diesen deutlich besser vergüteten Leistungen hätten, verfügen hier über teils nur wenige Kompetenzen. Sei es, weil sie selbst zweifeln und zögern, hoffen, dass das Alte wiederkommt, viel häufiger aber, weil sie versäumt haben, Kompetenzen und Wissen aufzubauen. Wer aber zu lange wartet, das sagt das Sprichwort, den bestraft das Leben. Druckereien, die sich zu Mediendienstleistern im gesamten Kontext des Wortes umgewandelt haben, erzielen heute häufig schon deutlich mehr Umsatz im Non-Print als im Print-Bereich. Worauf also warten, die Chancen sind da – ergreifen muss sie jeder Unternehmer selbst.

Zimmermann Druck + Verlag GmbH

Unwetter endet für Zimmermann Druck + Verlag GmbH in Balve glimpflich

Den 28. Juli 2014 wird Betriebsleiter Daniel Dörste von der Zimmermann Druck + Verlag GmbH nicht mehr so schnell vergessen. Mit 91 Litern pro Quadratmeter fällt an diesem Montag am Firmenstandort Balve im Sauerland binnen einer Stunde so viel Regen wie sonst im gesamten Juli. Schnell ist die Kanalisation überlastet, der Drucksaal und das komplette Lager werden überflutet. Dank der GBH MedienPolice® sowie der umfangreichen Unterstützung des Maklers beim Schadensmanagement endet das Unwetter für den Betrieb glimpflich.

Das, was sich am 28. Juli 2014 in ganz Nordrhein-Westfalen ereignet, kann man wohl getrost als Jahrhundertunwetter bezeichnen. Innerhalb nur weniger Stunden, teils binnen Minuten, sind Straßen überflutet, Keller vollgelaufen, Fahrzeuge ruiniert. Auch in Balve, gut 20 Kilometer von Lüdenscheid entfernt und rund 11.000 Einwohner zählend, reicht eine Stunde Gewitter aus, um die Stadt in den Ausnahmezustand zu versetzen. Betriebsleiter Daniel Dörste, der an jenem Montag zum Zeitpunkt des Unwetters schon zuhause war und vom Inhaber wegen des Wassereinbruchs in den Betrieb zurückgeholt wurde, erinnert sich gut an den Anblick beim Eintreffen im mehrstöckigen Betriebsgebäude: „Dadurch, dass sich unsere Druckerei in einer Senke mitten im Ort befindet und unter unserem Betrieb ein Abwasserkanal verläuft, traf es uns an diesem Tag von gleich zwei Seiten. Von außen drang das Regenwasser in das Gebäude ein, im Inneren kam das Wasser aus Abflüssen und Toiletten."

Schaden: rund 600.000 Euro

Das fatale Ergebnis: rund 40 Zentimeter Wasserstand im Drucksaal und im Papierlager; Nässe, die zwei Farbsysteme und zwei Digitaldruckmaschinen, darunter eine drei Tage alte Anlage, komplett außer Betrieb setzt; Feuchtigkeit, die sich in den Steuerungseinheiten und Maschinenbauteilen von drei Offset-Druckmaschinen niederschlägt. Steht der Tag des Ereignisses noch ganz im Zeichen der Sicherungs- und Akutmaßnahmen, darunter des Abpumpens der Wassermassen durch die Feuerwehr, startet am Tag darauf die Wiederherstellung der Produktionsfähigkeit. Dörste: „Wir haben natürlich sofort bei unserem Makler GBH angerufen und um Hilfe und Informationen gebeten." Mit einem guten Ergebnis: Kurzum reisen mehrere Vertreter von GBH sowie ein von der Versicherung zugelassener Sachverständiger an, der die Schäden an Maschinen und Gebäude aufnimmt und zudem die Einbußen an Papier und Halbfertigwaren notiert.

Kontakt mit Anwalt

Der geschäftsführende Gesellschafter nimmt gleichzeitig die juristische Seite der Angelegenheit in Angriff. Da es vor GBH-Zeiten bei einem vergleichbaren Schaden Ärger mit der Versicherung gab, lässt er vorsorglich einen Anwalt die Bedingungen der GBH MedienPolice® prüfen. Dieser kommt zu einem beruhigenden Ergebnis: Im Rahmen des Vertrages sind sowohl die Gebäude- als auch die Maschinenschäden, die Gutachterkosten sowie der Betriebsausfall abgedeckt. Und nicht nur das, auch Aufwendungen, die sich aus der Vergabe von Aufträgen an Betriebe ergeben sowie Mehrkosten aufgrund von Überstunden und Mehrarbeit können, wenn auch möglicherweise nur anteilig, angesetzt werden. „Da man die Leistungen einer Versicherung nur im Schadensfall prüfen kann, tat uns das Urteil des Anwaltes natürlich sehr gut", erinnert sich Dörste. „Wir hatten offensichtlich tatsächlich die Absicherung, die wir brauchten. Das, was uns die Fachleute zugesagt hatten, stimmte wirklich."

Zufriedenheit mit den Leistungen von GBH

Nicht nur vom Vertragswerk, sondern auch vom Schadensmanagement durch den Makler ist Dörste bis heute überzeugt. Nach der Auszahlung einer Soforthilfe und der Einrichtung eines festen „Schadenteams" folgen verschiedene Termine in Balve, bei denen die Bautrocknung geregelt, sich um eine Leih-Digitaldruckmaschine gekümmert sowie die anschließende Lieferung von Neugeräten organisiert werden. Das Schadenteam sorgt zudem dafür, dass ein spezieller Druckmaschinen-Gutachter aus München die beeinträchtigten drei Offset-Maschinen inspiziert und Vorgaben für Reparaturen und Ersatzteile macht. Dies geschieht, um zu verhindern, dass es aufgrund der Feuchtigkeit später zu fatalen Maschinenschäden kommt, die dann mühselig behoben werden müssen. Eine Aufgabe, die das Schadenteam für den Kunden zudem übernimmt, ist die Koordination der Gutachtertätigkeit und die Schadenregulierung für eine nicht über die GBH MedienPolice® versicherte Digitaldruckmaschine. „Die ganze Zeit haben wir das Gefühl gehabt, dass GBH ein Partner auf unserer Seite ist. Sie haben sich für uns eingesetzt und versucht, das Beste herauszuholen", sagt Betriebsleiter Dörste.

Wieder voll einsatzfähig

Gut ein Jahr, nachdem das Wasser die Druckerei beschädigte, ist man in Balve wieder voll im Tagesbetrieb, erinnert sich aber noch gut an die Zeit nach dem Schaden. Dass hierbei das Gefühl „mit einem blauen Auge davongekommen zu sein" überwiegt, hat auch mit der sogenannten „goldenen Regel" zu tun. Dieses in der GBH MedienPolice® automatisch enthaltene Prinzip besagt, dass bei Abschluss der Neuwertabdeckung und bei ordnungsgemäß gewarteter und im Gebrauch befindlicher Betriebseinrichtung immer der Neuwert entschädigt wird – und das selbst, wenn der Zeitwert weniger als 40 Prozent des Neuwerts beträgt. Andere Verträge besagen vielfach, dass, sobald der Zeitwert auf weniger als 40 Prozent des Neuwerts sinkt, nur noch nach Zeitwert entschädigt wird – auch wenn eigentlich eine Neuwertentschädigung vereinbart wurde. Der Kunde muss also im Ernstfall die Differenz zwischen der Zeitwertentschädigung und dem eigentlichen Neuwert aus eigener Tasche bezahlen. Dörste: „Wir sind uns sehr sicher, dass wir aufgrund der goldenen Regel mehr erhalten haben als vermutlich andere Druckunternehmer, die eine solche Klausel nicht vereinbart haben."

Wir beraten Sie gern ausführlich

E-Mail oder Anruf genügt – gern stellen wir uns und die Vorteile unserer **GBH MedienPolice®** in einem persönlichen Gespräch vor. Mit bundesweit 13 Standorten und über 220 Mitarbeitern gehören wir zu den führenden inhabergeführten Versicherungsmaklern Deutschlands.

Die umfangreiche Unterstützung – gerade im Schadensfall – beweist seit über 100 Jahren unsere Nähe zum Kunden.

KÖLN

A OSKAR-JÄGER-STRASSE 170
50825 KÖLN
T +49 221 949748-0
F +49 221 949748-99
E KOELN@GBH.DE

BADEN-BADEN

A SCHILLERSTRASSE 3
76530 BADEN-BADEN
T +49 7221 3684-0
F +49 7221 3684-40
E BADEN@GBH.DE

HAMBURG

A BÖRSENBRÜCKE 6
20457 HAMBURG
T +49 40 37002-01
F +49 40 37002-100
E HAMBURG@GBH.DE

IMPRESSUM
V. I. S. D. P.:
WOLFGANG OSSENBRÜGGEN
JÜRGEN RÖNSCH

E-MAIL:
INFO@MEDIEN-POLICE.DE

FOTONACHWEIS: WWW.FOTOLIA.DE: ©INDUSTRIEBLICK/©MORENO SOPPELSA
ZIMMERMANN DRUCK + VERLAG GMBH
JÜRGEN RÖNSCH/TEXT PROFESSIONELL
HEIDELBERGER DRUCKMASCHINEN AG