GAYEN & BERNS HOMANN GRUPPE

5 Jahre Vorsprung
15 Jahre GBH MedienPolice®
120 Jahre Gayen & Berns · Homann GmbH

Jubiläumsausgabe

Editorial

Wir wollen Ihr Leben leichter machen!

Sehr geehrte Leser, sehr geehrte Kunden,

wenn wir in diesem Jahr zweimal den „Vorsprung" veröffentlichen, so hat dies einen guten Grund: Wir feiern ein Jubiläum, das uns sehr stolz macht.

Vor genau 15 Jahren starteten wir unsere **GBH MedienPolice®**. Wir wollten den Unternehmen der Druck- und Medienbranche ein Konzept anbieten, das sich speziell den Anforderungen der Branche widmet und in einer Police alle relevanten Versicherungen bündelt. Unsere Idee hatte aber noch einen zweiten, mindestens ebenso wichtigen Aspekt: Parallel zur optimalen Absicherung zu bestmöglichen Prämien wollten wir Unternehmen auch nachhaltig administrativ entlasten. Ein einziger Vertrag, eine Rechnung, ein Ansprechpartner.

Was als Idee begann, ist heute eine feste Größe in der Druck- und Medienbranche. Mehrere hundert Unternehmen aller Größen und technischen Ausrichtungen vertrauen uns heute und jährlich kommen weitere hinzu. Was uns zudem freut: Wir sind geschätzte Partner der Medien, der Verbände und vieler Unternehmensberatungen.

Sie kennen uns noch nicht und fragen sich, was wir genau tun? Wir sind sicher, dass wir mit diesem „Vorsprung" viele Fragen beantworten können und Sie begeistern werden.

Ihr Team der GBH MedienPolice®

Überall dort, wo Sie uns brauchen

Welche Wünsche Sie auch haben, wir sind für Sie da

Versicherungen sind Vertrauenssache. Unabhängig, ob es um das richtige Konzept, die Aktualisierung vorhandener Module oder den Schadenfall geht, wir von der GBH MedienPolice® legen größten Wert darauf, in ganz Deutschland mit kompetenten und verlässlichen Ansprechpartnern vertreten zu sein. Sehr gern besuchen wir Sie in Ihrem Druck- und Medienbetrieb.

Wir beraten Sie gern ausführlich: E-Mail oder Anruf genügt – gern stellen wir uns und die Vorteile unserer GBH Medien-Police® in einem persönlichen Gespräch vor. Mit bundesweit 13 Standorten und über 230 Mitarbeitern gehören wir zu den führenden, inhabergeführten Versicherungsmaklern Deutschlands.

WIR FREUEN UNS AUF IHREN ANRUF!

Ihre Ansprechpartner

WWW.MEDIEN-POLICE.DE

WOLFGANG OSSENBRÜGGEN

T +49 40 37002-244
E WOLFGANG.OSSENBRUEGGEN@GBH.DE

VIKTORIA KNAPPWERTH

T +49 40 37002-157
E VIKTORIA.KNAPPWERTH@GBH.DE

BERND SCHULTE-LADBECK

T +49 221 949748-20
E BERND.SCHULTE-LADBECK@KOELN.GBH.DE

TAREK GESING

T +49 40 37002-161
E TAREK.GESING@GBH.DE

SASCHA KOLVENBACH

T +49 7221 3684-43
E S.KOLVENBACH@BADEN.GBH.DE

THORSTEN WAESCH

T +49 221 949748-58
E THORSTEN.WAESCH@KOELN.GBH.DE

„Nicht alle Optionen werden ausgeschöpft“

Verpasste Chancen in Druck- und Medienbetrieben

Der Bundesverband Druck und Medien e.V. (bvdm) in Berlin freut sich, dass es für die deutsche Druckbranche gute und verlässliche Versicherungspartner gibt. Im Interview macht der Hauptgeschäftsführer Dr. Paul Albert Deimel aber auch deutlich, dass nicht alle Druckereien und Medienbetriebe die damit verbundenen Chancen konsequent ausnutzen.

Vorsprung: Herr Dr. Deimel, Sie kennen und treffen aufgrund Ihrer Position viele Unternehmer in Deutschland. Welche Rolle spielt bei den Druck- und Medienunternehmen der Bereich Versicherungen und werden alle vorhandenen Optionen ausgenutzt?

Deimel: Aufgrund der hohen Kapitalbindung in Maschinenparks und des stetigen Investitionsbedarfs spielen Versicherungen in den Unternehmen traditionell und naturgemäß eine große Rolle. Aus diesem Grund sind die Unternehmen meines Erachtens genügend sensibilisiert und für gute Lösungen sehr offen. Nichtsdestotrotz stelle ich aber auch fest, dass in vielen Betrieben die Themen, die nicht unbedingt das Tagesgeschäft betreffen, leicht ins Hintertreffen geraten und nicht mit der Intensität betrachtet werden, wie es sinnvoll wäre. Dazu gehören in vielen Fällen auch die Prüfung und Optimierung der vorhandenen Versicherungskonzepte.

Vorsprung: Heißt das, die Unternehmen verpassen damit auch Chancen?

Deimel: Jeder Unternehmer ist natürlich selbst für sein Unternehmen verantwortlich und hat seine eigene Strategie. Wir haben bei unseren Gesprächen aber schon mitunter das Gefühl, dass in bestimmten Bereichen nicht alle Optionen ausgeschöpft werden. Dies betrifft nicht nur Versicherungen, sondern auch andere Segmente, wie zum Bespiel den Einkauf oder die Mitarbeitergewinnung und -bindung. Oftmals wird hier nur auf den Preis geachtet, nicht aber auf die positiven Auswirkungen, die sich aus Veränderungen ergeben können. Unser Ziel ist es natürlich, eingehend zu beraten und das Bewusstsein zu fördern.

Vorsprung: Was muss aus Ihrer Sicht ein Versicherungspartner leisten, damit er von einem Druckereibesitzer akzeptiert wird?

Deimel: Ich denke, der wichtigste Punkt ist ein umfangreiches Wissen um die Branche und zudem eine sehr hohe Lösungskompetenz. So wie die Druckereien für Ihre Kunden ganzheitliche Lösungen erarbeiten und erbringen, erwarten sie dies auch von ihren Dienstleistern. Deren Lösungen dürfen nicht nur dem allgemeinen Standard entsprechen, sondern müssen individuell konzeptioniert werden und genau den Bedarf des Druckereibetriebs treffen. Wichtig ist für den Drucker meiner Erfahrung nach zudem das Vertrauen, jemanden an seiner Seite zu wissen, der schon den Markt sondiert hat und für ihn anschließend das Beste zusammenstellt.

Vorsprung: Wie sehen Sie in diesem Zusammenhang das aktuelle Angebot in der Druckbranche?

DR. PAUL ALBERT DEIMEL,
GESCHÄFTSFÜHRER BVDM

Deimel: Ich denke, dass die Druckbranche in Deutschland über Anbieter verfügt, die dem zuvor beschriebenen Anspruch uneingeschränkt gerecht werden. Druckereien können sich heute sicher sein, dass sie dort das benötigte Fachwissen und die bestmöglichen Absicherungen für sich finden.

Vorsprung: Wie läuft die Zusammenarbeit des BVDM mit GBH?

Deimel: Als Bundesverband stehen wir allen Anbietern neutral gegenüber und empfehlen ausdrücklich keinen spezifischen Anbieter. Das gilt auch für unsere Landesverbände. Jeder Unternehmer soll aus dem vorhandenen Angebot das Beste für sich heraussuchen. Um das zu ermöglichen, bieten wir Veranstaltungen und Präsentationsmöglichkeiten, bei denen sich die Anbieter detailliert unseren Mitgliedsunternehmen vorstellen können. Bei diesen Foren ist auch GBH regelmäßig vertreten und ein gern gesehener Gast. Selbstverständlich achten wir darauf, dass die Aussteller und Vortragenden einen Mehrwert für die Branche leisten und das benötigte Spezialwissen mitbringen.“

„Reiz und Herausforderung zugleich“

Dr. Johannes-Maximilian Weinhold, HDI, über die Partnerschaft mit GBH

Die HDI Versicherung AG ist eine der Versicherungsgesellschaften, die das Konzept der GBH MedienPolice® im Hintergrund mittragen und im Schadensfall leisten. Warum HDI 2018 die Zusammenarbeit mit GBH suchte und was die Zusammenarbeit heute auszeichnet, beschreibt Dr. Johannes-Maximilian Weinhold im nachfolgenden Interview. Der Hockey-Olympiasieger von 2008 und 2012 ist Leiter der Vertriebsdirektion Nord/Ost Sach und dort für die Maklerbetreuung zuständig.

Vorsprung: Herr Dr. Weinhold, HDI ist seit 2018 ein Versicherungspartner hinter der GBH MedienPolice®. Wie kam die Zusammenarbeit zustande?

Weinhold: Als einer der wichtigsten Versicherer für Firmen und Freie Berufe in Deutschland haben wir großes Interesse an Branchen, in denen etwas hergestellt und maschinell produziert wird. Die Druck- und Medienbranche steht schon lange in unserem Fokus und wir beobachten die Marktentwicklungen, aber auch die relevanten Player, sehr genau. Auf den Makler Gayen & Berns Homann GmbH (im Folgenden: GBH) und die GBH MedienPolice® zu stoßen, war nicht schwer. Die Fachmedien berichten regelmäßig über das Unternehmen und GBH ist kontinuierlich bei Veranstaltungen der Druck- und Medienbranche vertreten. 2017 nahmen wir den Kontakt zu GBH auf und 2018 wurde die Zusammenarbeit vertraglich besiegelt. Seitdem entwickelt sich sowohl die Partnerschaft als auch das Neugeschäft sehr positiv.

Vorsprung: Was schätzen Sie an GBH und der GBH MedienPolice®?

Weinhold: Das Druck- und Mediengeschäft ist ein sehr spezielles Feld, in dem man große Expertise und sehr viel Erfahrung braucht. Lösungen von der Stange sind hier nicht gefragt. GBH ist ein Makler, der sich extrem gut in den speziellen Anforderungen/Belangen der Branche auskennt, ausgewiesene Fachleute beschäftigt und zudem sehr gut vernetzt ist. Dass der Makler über ein komplett ausgearbeitetes Branchenkonzept verfügt, hat uns von Anfang an imponiert. Gleiches galt und gilt für die Leidenschaft, mit der für die Interessen der Kunden gestritten wird. Für uns ist die Partnerschaft somit Reiz und Herausforderung zugleich.

Vorsprung: Sie sagen, es hat Ihnen imponiert, dass ein fertiges Branchenkonzept vorlag. Konnten Sie diesem ohne Einschränkungen zustimmen oder musste zu Beginn der Partnerschaft etwas verändert werden?

Weinhold: Wolfgang Ossenbrüggen von GBH hatte uns in die Versicherungsbörse eingeladen und das Abschlussgespräch mit den Worten eröffnet: Hier gilt das gesprochene Wort und alles, was besprochen wird, wird unmittelbarer Vertragsgegenstand. Hieran haben sich sowohl HDI als auch GBH bis heute gehalten. Aufgrund der Qualität der GBH MedienPolice® konnten wir diese schließlich 1:1 übernehmen und uns direkt vor Ort einbringen.

Vorsprung: Welche Vorteile ergeben sich für einen Nutzer der GBH MedienPolice®, wenn HDI Partner ist?

Weinhold: Als Unternehmen des Talanx Konzerns gehört die HDI Versicherung zu einer der größten Versicherungsgruppen in Deutschland. Druckereien, die die GBH MedienPolice® nutzen, können sich damit sicher sein, eine verlässliche und finanzstarke Unterstützung im berechtigten Schadensfall zu erhalten. Was aber, glaube ich, mindestens genauso viel zählt, ist unsere Expertise im Produktionsumfeld. Wir haben nicht nur die Erfahrung, sondern verfügen auch über spezialisierte Ingenieure, die sehr genau wissen, was die Technik der Druckereien kann und auch leistet.

Vorsprung: Wie sieht die Kundenbetreuung einer Druckerei in der Praxis aus? Wer übernimmt welchen Part?

Weinhold: Es gibt ein klar geregeltes Vorgehen, dem beide Partner konsequent folgen. Prinzipiell gilt: Der gesamte Kundenkontakt läuft über GBH, wir unterstützen mit unseren Services im Hintergrund. Für die Praxis heißt das: Der Makler ist in allen vertraglichen Themen und im Schadensfall Ansprechpartner des Kunden. Auch die Begutachtung der Infrastruktur und die regelmäßige Risikobewertung erfolgt über GBH. Wir kommen ins Spiel, wenn Unternehmen eine besondere Konstellation im infrastrukturellen und technischen Bereich haben und diese vor Vertragsabschluss vom Versicherer geprüft werden muss. Unsere Aufgabe ist es jedoch vor allem, die in der Police zugesagten Leistungen finanziell zu besichern, oder anders ausgedrückt, bei einem von der GBH MedienPolice® abgedeckten Schadensfall schnell und verlässlich Gelder für die Reparatur oder Neuanschaffung bereitzustellen.

VON LINKS: **WOLFGANG HANSSMANN**, VORSTANDSVORSITZENDER HDI VERTRIEBS AG, **DR. TOBIAS WARWEG**, MITGLIED DES VORSTANDS HDI VERTRIEBS AG, **DR. JOHANNES-MAXIMILIAN WEINHOLD** SOWIE **MICHAEL SCHWANK**, REGIONALMANAGER.

Wir denken einige Schritte weiter

Vorreiter im Markt

1. Der innovative Online-Prämienrechner
Bequemer geht es nicht! Was kostet Ihr Versicherungsschutz im Rahmen der **GBH MedienPolice®**? Einfach online ausfüllen und binnen Sekunden Ihre voraussichtliche Prämie erfahren. **www.druckerei-versicherungen.de**

2. GBH Kundenportal
myGBH bietet Ihnen die bequeme und einfache Online-Abwicklung all Ihrer Versicherungsthemen – rund um die Uhr, ob im Büro, am heimischen Computer oder mobil.

3. GBH QuickCheck
Unsere Fachleute besuchen Ihr Unternehmen und prüfen innerhalb von maximal 48 Stunden alle vorhandenen Versicherungsunterlagen. Schneller bekommen Sie wohl kaum Hinweise auf Verbesserungs- und Einsparmöglichkeiten.

4. GBH Cyber-Konzept
Die Digitalisierung birgt auch Gefahren! Schützen Sie sich vor den kostspieligen Folgen einer Cyber-Attacke! Die GBH-Gruppe ist Spezialist im Bereich der Absicherung von Cyberrisiken.

DARAUF STEHEN WIR – UND UNSERE KUNDEN

IM DRUCK- UND MEDIENBEREICH

INDIVIDUELLER VERSICHERUNGS-SCHUTZ NACH DEM BAUSTEINPRINZIP

WERTERMITTLUNG/ RISIKOEINSCHÄT-ZUNG ÜBER DEN RISIKOTRÄGER

UNTERVERSICHE-RUNGSVERZICHT IM SCHADENSFALL

EINE POLICE, EIN BEITRAG, EIN BEDINGUNGS-WERK

GENERELLE **NEU-WERTENTSCHÄDI-GUNG** IM RAHMEN DER SACH- UND MASCHINEN-VERSICHERUNG (GOLDENE REGEL)

PROFESSIONELLES SCHADENS-MANAGEMENT

INNOVATIV
VERTRAUEN
ÜBER 1.300 BETREUTE VERTRÄGE
LOYAL
ÜBER 16 SPEZIALISTEN IM DRUCK- UND MEDIENMARKT
LEIDENSCHAFTLICH
PARTNERSCHAFTLICH
3 KOMPETENZZENTREN FÜR DRUCK- UND MEDIEN
ÜBER 300 BRANCHEN-KUNDEN
UNABHÄNGIG

HERZBLUT

KNOW-HOW

Soziale Medien als Herausforderung

Was ist der richtige Umgang im Betrieb?

SOPHIE VON SCHENCK,
RECHTSANWÄLTIN

Ebner Stolz Partnerschaft mbB
E: sophie.vonschenck@ebnerstolz.de
T: +49 40 37097-348

Soziale Medien/Social Media: Xing, LinkedIn, Facebook, Instagram und wie sie alle heißen. Längst haben Nutzer nicht nur ihre (automatisch gespeicherten) Passwörter vergessen oder bei welchem Dienst sie (noch nicht) angemeldet sind. Mittlerweile dienen Soziale Medien nicht mehr nur dazu, sich mit alten Klassenkameraden zu vernetzen.

Unternehmen haben diese Dienste für sich als Marketing- und Recherche-Tool entdeckt. Soziale Medien können mittlerweile genauso übliche Arbeitsmittel wie E-Mail und Internet sein. Arbeitgebern ist aber oft nicht bewusst, dass sie regeln sollten, wie ihre Angestellten solche Dienste nutzen.

Viele Unternehmen haben mit ihren Mitarbeitern bereits eine „Vereinbarung zur Nutzung des betrieblichen E-Mail-Zugangs" o. ä. geschlossen: Die Nutzung des betrieblichen E-Mail-Zugangs und/oder des Internetzugangs zu privaten Zwecken ist untersagt. Der Sinn dahinter ist ebenso einfach wie wichtig: Die E-Mails, die ein Mitarbeiter schreibt und erhält, können für den Betrieb wichtige Unterlagen (z. B.Rechnungen, Geschäftsbriefe) enthalten. Die Korrespondenz mit Kunden (z. B. im Vertrieb) oder Mitarbeitern/Bewerbern (z. B. im Personalbereich) kann ebenso bedeutend sein.

Unternehmen sind oft darauf angewiesen, auf E-Mail-Konten ihrer Mitarbeiter zugreifen zu können, z. B. bei einer ungeplanten Abwesenheit oder dem Ausscheiden eines Angestellten. Dürfen Mitarbeiter ihr betriebliches Konto auch privat nutzen, enthält dieses zwangsläufig personenbezogene Daten: Informationen, anhand derer man eine Person identifizieren kann, z. B. Name, E-Mail-Adresse. Auf solche Daten dürfen Arbeitgeber grundsätzlich nicht zugreifen - es sei denn, das Datenschutzrecht erlaubt es. Hat der Arbeitgeber aber die private Nutzung des betrieblichen E-Mail-Kontos generell untersagt, kann bzw. sollte es keine personenbezogenen Daten enthalten. Arbeitgeber dürfen die E-Mails lesen.

In der Realität ist es nicht ganz so einfach: Berufliche und private E-Mails lassen sich oft nicht trennen. Gerade wenn sich die Kommunikationspartner auch privat kennen, kann eine vermeintlich private E-Mail auch Dienstliches enthalten und umgekehrt. Das sollten die Arbeitgeber regeln, indem z. B. vorgeschrieben wird, eindeutig private E-Mails sofort zu löschen und der Absender darauf hingewiesen wird, nur die private E-Mail-Adresse zu nutzen.

(Noch) herausfordernder sind aber Soziale Medien: Um z. B. XING für die Bewerbersuche zu nutzen, können Unternehmen kein „Unternehmenskonto" anlegen. Ihre Mitarbeiter müssen ein eigenes Konto mit ihrem Namen einrichten. Kommunizieren sie mit Kandidaten, so läuft das über ihren persönlichen Zugang. Ist das dem Arbeitgeber nicht bewusst, kann sämtliche Korrespondenz verloren sein, wenn der Mitarbeiter das Unternehmen verlässt.

Unternehmen ist aber natürlich auch daran gelegen, dass ihre Angestellten keine Betriebsgeheimnisse online verraten oder den geschäftlichen Ruf beschädigen. Arbeitgeber sollten daher mit ihren Mitarbeitern vereinbaren, wie diese Soziale Medien nutzen, z. B. in einer „Richtlinie Soziale Medien". Allerdings können Arbeitgeber ihren Angestellten nur vorschreiben, wie sich diese während der Arbeitszeit bzw. in ihrem Auftreten für den Betrieb verhalten. In seiner Freizeit ist der Angestellte „frei".

Dennoch sollten Unternehmen unbedingt Leit-/Richtlinien/Handlungsanweisungen/Spielregeln o. ä. aufstellen, um ihren Angestellten vorzugeben, wie sich diese während und außerhalb der Arbeitszeit online verhalten. Das fordert nicht nur das Datenschutzrecht. Jedes Unternehmen sollte daran interessiert sein - zum Schutz von Betriebsgeheimnissen und des guten Rufes, des Geschäfts und manchmal auch zum Schutz des Mitarbeiters selbst.

Dem Gutachter sei Dank

Positive Schadensabwicklung bei mehreren Maschinenbrüchen

Aufgrund der umfassenden Betreuung durch den auf Druckereien spezialisierten Versicherungsmakler Gayen & Berns · Homann GmbH (GBH) ist eine Serie von Maschinenausfällen beim Akzidenzdruckbetrieb johnen-druck GmbH & Co. KG in Bernkastel-Kues gut ausgegangen. Obwohl es zwischen 2016 und Ende 2017 in dem 150-Mitarbeiter Betrieb zu fast einem Dutzend Schäden kam, besonders an einer 8-Farben-Maschine, wurden die Reparaturen von mehreren hunderttausend Euro zum weitaus größten Teil übernommen. Dies gelang vor allem durch die in der GBH MedienPolice® fest verankerte Möglichkeit, hochspezialisierte Gutachter zu nutzen.

Wenn Richard Johnen, Geschäftsführer der gleichnamigen Akzidenzdruckerei in Bernkastel-Kues an seinen umfangreichen Maschinenpark denkt, dann kommt ihm eine 8-Farben-Maschine ohne Lack ganz besonders schnell in den Sinn. Anlass dafür ist allerdings nicht die Freude über die Leistungsfähigkeit des Gerätes, sondern eher die Verwunderung über die vielen Ausfälle und Reparaturen, die er mit der Maschine in den letzten Jahren erlebte: „Wir haben mit dieser Anlage eine echte Pechsträhne erlebt. Diese begann unmittelbar nach Ablauf der Gewährleistung", gibt der 69jährige Chef von 150 Mitarbeitern bei einer Tasse Kaffee offen zu. In konkreten Zahlen gesprochen, heißt das: Die 2007 gebaute und später generalüberholte Produktionseinheit hat seit dem Aufbau im Unternehmen nahezu ein Dutzend Ausfälle gehabt. Zwei davon waren besonders signifikant und lösten Reparaturen in Höhe von mehreren hunderttausend Euro aus. Johnen: „Während wir in den Jahren zuvor unseren Versicherungsschutz praktisch nie gebraucht haben, sind wir seit 2016 ständig in Kontakt mit unserem Makler und den dahinterstehenden Versicherungen". Dies gilt erst recht, als mit den Schäden an der einen Maschine auch das Aggregat einer weiteren Maschine eines anderen Herstellers Probleme bereitete. Auch dort kam es zu kleineren Ausfällen.

Schwarze Serie begann 2016

Den Startpunkt der „schwarzen" Serie setzte Ende 2016 ein Handhabungsfehler durch einen Mitarbeiter, bei dem ein Greifer in der 8-Farben-Druckmaschine verbogen wurde und die Produktion zum Stehen brachte. Johnen: „Uns fehlte damit für Wochen eine wichtige Stütze unserer Produktion, obwohl wir, damals wie heute, bis zum Anschlag ausgelastet waren". Verschärft wurde die angespannte Lage durch das Vorgehen des Versicherers, der einen Schadensregulierer an die Mosel schickte und die vorhandenen Schäden aufnehmen ließ. Dessen Aussage lautete am Ende der Prüfung: Die Kosten für den Austausch eines Greifers würden übernommen, die restlichen Elemente der Greiferbrücke dagegen nicht ersetzt. Johnen: „So positiv die Aussage zunächst auch war, sie hatte einen großen Haken. Praktisch alle Fachleute aus der Branche waren und sind sich heute einig, dass eine Beschädigung eines Greifers direkte Auswirkungen auf das gesamte System hat. Ein nicht kompletter Austausch könnte Folgeschäden nach sich ziehen". Was für den erfahrenen Druckunternehmer, der in Kürze den Betrieb komplett an den Sohn übergeben wird, besonders schwer wog. Es könnten sich sogar Gefahren für die Mitarbeiter an der Maschine ergeben.

Gutachter von GBH beauftragt

Johnen, der seit 2010 die GBH MedienPolice® nutzt und seitdem ein sehr enges und fast freundschaftliches Verhältnis zu seinem Versicherungsmakler GBH hat, zögerte nicht lange und kontaktierte die Fachleute der Niederlassung in Köln. Anlass des Telefonats war dabei auch die Tatsache, dass in dem Rundum-Schutz der GBH MedienPolice® eine ausgedehnte Nutzung von Fach-Gutachtern ohne Zusatzkosten enthalten ist. „Ich hatte einfach das Gefühl, dass der Schadensregulierer der Versicherung nur sehr selten mit Druckmaschinen zu tun hatte. Er arbeitete zwar akkurat, kannte sich aber mit den Details und möglichen Folgen seiner Entscheidung nicht aus". Und tatsächlich: Die Fachleute von GBH unterstützten ihn in dieser Meinung und beauftragten einen Spezial-Gutachter, der kurze Zeit später den gesamten Schadensverlauf und die Folgen noch einmal prüfte und entsprechend der Meinung des Druckereibesitzers argumentierte. Das Ergebnis des neuerlichen Gutachtens stand schnell fest: Die Versicherung ersetzte die gesamte Greiferbrücke. Johnen: „Wäre ich nicht von GBH betreut gewesen, hätte ich mir einen Anwalt nehmen und den Gutachter aus eigener Tasche bezahlen müssen". Was für den Unternehmer vor allem aber zählte: Während er die Angelegenheit einfach an GBH abtrat, hätte er sich ansonsten selbst viel Zeit für die Klärung der Fragen nehmen müssen.

Weiterer Schaden

Die umfangreiche „gutachterliche Leistung" der GBH MedienPolice® war auch bei dem zweiten relevanten Ausfall der Maschine hilfreich. Ursache war hier eine Schraube, die sich aus dem Gewinde gelöst hatte und in einem Druckwerk massive Schäden auslöste. Während der Versicherer von Verschleiß ausging und nicht zahlen wollte, sorgte der neuerliche Gutachterbericht auch in diesem Fall für eine Neubewertung der Angelegenheit und für einen Vergleich, der dem Unternehmer zumindest die Hälfte der Reparaturkosten einbrachte. Johnen: „Dem Vergleich habe ich zugestimmt, um nicht monatelang vor Gericht über die Sache streiten zu müssen und einen Schlusspunkt zu setzen."

Volle Zufriedenheit mit der Maklerleistung

Wenn für den Unternehmer, dessen Betrieb heute rund 20 Millionen Euro Umsatz erzielt, auch nicht alle Kosten neutralisiert wurden, so ist er mit der Maklerleistung von GBH dennoch voll zufrieden. „Wenn man so viele Schäden meldet, macht man sich schon seine Gedanken und befürchtet, dass die Betreuungsleistung des Maklers nachlassen könnte. Bei GBH habe ich eine solche Erfahrung allerdings nie gemacht."

Wie der Unternehmer ausführt, seien die Ansprechpartner bei jedem der zahlreichen Schadenfälle sofort verfügbar gewesen, hätten sich um eine entsprechende Regulierung gekümmert und Johnen mit Rat und Tat begleitet. „Ich bin mir sicher, dass die Pechsträhne für mich nicht so gut ausgegangen wäre, wenn ich GBH nicht an meiner Seite gehabt hätte."

RICHARD JOHNEN,
GESCHÄFTSFÜHRER

Versicherungsprämie einfach selbst berechnen

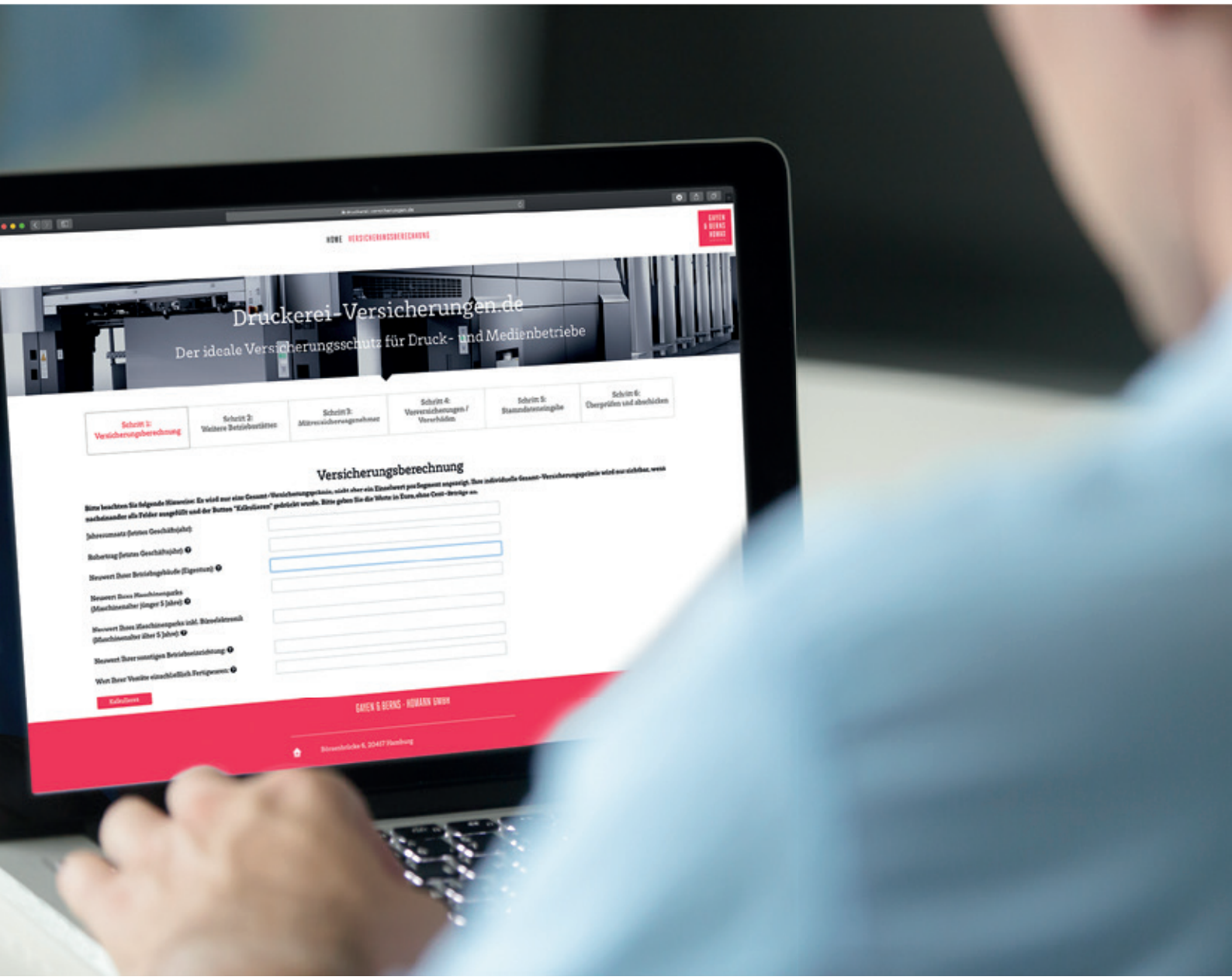
Online-Prämienrechner

www.druckerei-versicherungen.de – so lautet die neue Internet-Adresse, auf der sich schnell und unkompliziert die Versicherungsprämie für den eigenen Druck- und Medienbetrieb berechnen lässt. Probieren Sie es am besten gleich einmal aus!

So einfach funktioniert der Onlinerechner: Geben Sie **www.druckerei-versicherungen.de** in die Browserzeile ein und füllen Sie einfach nacheinander die vorgegebenen Felder aus. Sind die individuellen Unternehmensdaten, wie zum Beispiel Jahresumsatz, Gebäudewert oder Maschinenbestand hinterlegt, erhalten Sie innerhalb von wenigen Momenten die individuelle Jahresprämie angezeigt.

Sind Sie mit der angezeigten Prämie zufrieden oder möchten mehr Informationen über den Versicherungsschutz erhalten, dann stimmen Sie am Ende einfach der Datenübermittlung zu. Anschließend nehmen erfahrene Fachleute von GBH Kontakt zu Ihnen auf und beraten Sie entweder telefonisch oder kommen bei Bedarf für eine persönliche Risikoanalyse zu Ihnen in den Betrieb. Grundlage des Onlinerechners sind die Vertragsbedingungen und Konditionen der GBH MedienPolice®.

„Wir beweisen mit dem Onlinerechner“, so Wolfgang Ossenbrüggen, für die GBH MedienPolice® zuständig, *„einmal mehr unsere Kompetenz, vor allem aber unsere Innovationskraft für Druck- und Medienbetriebe. Bislang ist uns kein anderer Anbieter mit einem vergleichbaren Produkt am Markt bekannt, der verschiedene Versicherungsbereiche in einem Onlinerechner miteinander verknüpft, um damit ein optimales Ergebnis für Druck und Medienbetriebe zu erzielen“.*

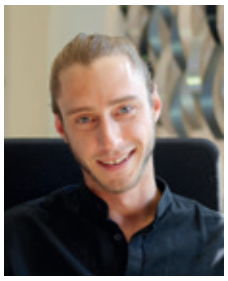


Qualität, die überzeugt

So zufrieden zeigen sich unsere Kunden

„Nachdem wir GBH 2010 bei einer Veranstaltung kennengelernt und die bestehenden Versicherungsunterlagen zur Prüfung übermittelt hatten, wurde uns eine Prämie angeboten, die gut 20 Prozent unter dem vorherigen Betrag lag. Hinzu kam, dass wir mit GBH einen echten Spezialisten aus der Druck- und auch Versandbranche gewinnen konnten, der uns auf Augenhöhe begegnet. Vor allem wissen wir heute – im Unterschied zu früher – detailliert, was versichert ist und was nicht. "

Walter Retz, Betriebsleiter, Wolanski GmbH, Bonn und Berlin
Anmerkung: Die Aussage stammt aus einem Fachartikel, der 2018 veröffentlich wurde.



„Bis auf eine Selbstbeteiligung von 500 Euro wurden, wie versprochen, die gesamten Kosten für die Wiederherstellung der Daten über die Versicherung getragen. Und das ohne jegliche Probleme. Wir mussten nur die Rechnungen des IT-Beraters sammeln und unsere angefallenen Kosten nachweisen"

Max Leindecker, Vertrieb und Kundenberatung, LEINDECKER GmbH, Bingen am Rhein
Anmerkung: Die Aussage stammt aus dem Fachartikel, der 2018 veröffentlicht wurde.

„Nicht nur alle Sachversicherungen wurden geprüft und durch die GBH MedienPolice® ersetzt, sondern seit 2018 ist auch der gesamte KFZ- Bereich in die Versicherungsbetreuung der GBH eingeschlossen; Gleiches gilt für die privaten Versicherungen der Geschäftsleitung. Wir haben eine wirklich gute Kommunikation mit dem Versicherungsmakler und fühlen uns nun optimal betreut"

Dirk Fiebig, Geschäftsführer Fiebig & Schillings GmbH, Marktheidenfeld
Anmerkung: Die Aussage stammt aus dem Fachartikel, der 2019 veröffentlicht wurde.

„2015 fiel bei uns die Entscheidung, unsere kompletten Versicherungsbelange in die Hände der Gayen & Berns · Homann GmbH zu übergeben. Mit diesem Schritt konnten wir die bis dato ca. 20 einzelnen Versicherungsverträge nun bei einem spezialisierten Versicherer in der GBH MedienPolice® zusammenfassen. Der regelmäßige Austausch mit dem Makler und die jährlichen Anpassungen geben uns die Sicherheit, hier immer gut umsorgt zu sein. Vor allem im Schadenfall, von dem wir im Jahr 2018 auch betroffen waren, hat sich durch die unkomplizierte Abwicklung und professionelle Unterstützung gezeigt, dass GBH der ideale Partner ist. Wir können GBH nur weiterempfehlen!."

Daniel Frank, Geschäftsführender Gesellschafter der Druckhaus Frank GmbH

IMPRESSUM

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

E-MAIL:
INFO@MEDIEN-POLICE.DE

FOTONACHWEISE:
JOACHIM PANTEL | PANTEL-FOTODESIGN.DE, WWW.ISTOCK.DE: ISTOCK-615738494, ISTOCK-1029185928 | JOHNEN DRUCK GMBH & CO. KG, WOLANSKI GMBH, LEINDECKER GMBH FIEBIG & SCHILLINGS GMBH, DRUCKHAUS FRANK GMBH, HDI VERTRIEBS AGGAYEN & BERNS • HOMANN GMBH

> Firmen und Freie Berufe
> Cyberversicherung

HDI

Die Anzahl der Angriffe auf IT-Systeme nimmt kontinuierlich zu. Aus der Nutzung des Internets und vernetzter Kommunikationsgeräte resultiert für Sie eine Vielzahl von Risiken. Aus diesen Gründen ist es notwendig, sich für den Fall der Fälle abzusichern. Die HDI Cyberversicherung bietet Ihnen einen umfangreichen Schutz und professionelle Soforthilfe rund um die Uhr, 365 Tage im Jahr. IT-Sicherheitstrainings für Ihre Mitarbeiter runden das Sicherheitspaket zusätzlich ab.

Unser Service:
Cyber Sicherheitstraining und Schaden-Hotline mit Unterstützung durch IT-Sicherheitsdienstleister

Reale Sicherheit in der digitalen Welt.

In Kooperation mit

GAYEN & BERNS HOMANN GRUPPE

www.hdi.de/cyberversicherung