



---

## **Vorsprung | Mai 2017**

Neues rund um die GBH MedienPolice®

---

# Editorial

## Wir wollen Ihr Leben leichter machen!

Sehr geehrte Leser/innen,

in unseren Kundengesprächen erfahren wir es täglich aufs Neue: Einen Betrieb in der Druck- und Medienbranche erfolgreich zu leiten und zu guten Zahlen zu führen, ist wirklich eine Herausforderung. Ständig zeigen sich neue technologische Entwicklungen, die Preise sind permanent unter Druck und gute Mitarbeiter zu finden, entwickelt sich angesichts von Fachkräftemangel und demografischem Wandel zu einer echten Aufgabe. Wir, die als Spezialversicherungsmakler für Druckereien ständig mit Ihnen im Gespräch stehen, können somit nur sagen: Hut ab vor Ihrer Leistung und Ihrem Einsatz!

Als Ihr Branchenpartner sehen wir dennoch immer wieder Möglichkeiten, wie wir Ihnen das operative und auch das wirtschaftliche Handeln erleichtern können. Unabhängig, ob es um das Outsourcing des Versicherungsmanagements geht, um die Ablösung von nicht passenden Versicherungsverträgen oder um neue Wege zur Mitarbeiterbindung – nicht selten lassen sich mit nur einem Gespräch nachhaltige Verbesserungen erzielen.

Wie solche Verbesserungen in die Praxis umgesetzt werden können und welche Vorteile Unternehmen daraus ziehen, haben wir wieder in einer neuen Ausgabe unseres Newsletters „Vorsprung“ dargestellt. In der nunmehr dritten Auflage wird aufgezeigt, wie selbst bei der hart umkämpften KFZ-Versicherung noch Einsparungen und Verbesserungen möglich sind, wie eine Portokosten-Absicherung besonders bei Unternehmen mit hohen Versandleistungen Sicherheit bietet und wie die betriebliche Krankenversicherung Mitarbeiter deutlich stärker an das Unternehmen bindet als eine einfache Lohnerhöhung.

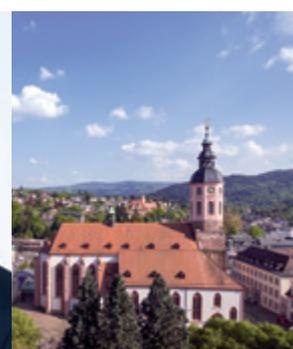
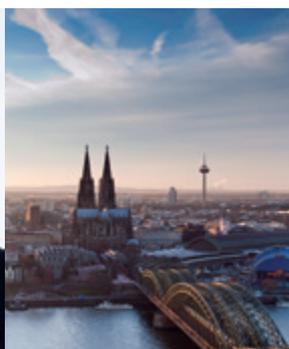
Wir sind überzeugt, dass auch Sie in den Themen Anregungen finden werden, wie Sie Ihr Unternehmen noch besser und leistungsfähiger gestalten können. Was auch immer Sie konkret davon für sich ableiten: Wir würden Sie gern unterstützen und Ihnen bei der Umsetzung kompetent zur Seite stehen.

Ihr Team der GBH MedienPolice®

## 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.

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



### WOLFGANG OSSENBRÜGGEN

**A** BÖRSENBRÜCKE 6  
20457 HAMBURG  
**T** +49 40 37002-244  
**F** +49 40 37002-100  
**M** +49 172 7522398  
**E** WOLFGANG.OSSENBRUEGGEN@GBH.DE  
**W** MEDIEN-POLICE.DE

### BERND SCHULTE-LADBECK

**A** OSKAR-JÄGER-STRASSE 170  
50825 KÖLN  
**T** +49 221 949748-20  
**F** +49 221 949748-99  
**M** +49 171 3472970  
**E** BERND.SCHULTE-LADBECK@KOELN.GBH.DE  
**W** MEDIEN-POLICE.DE

### SASCHA KOLVENBACH

**A** SCHILLERSTRASSE 3  
76530 BADEN-BADEN  
**T** +49 7221 3684-43  
**F** +49 7221 3684-40  
**M** +49 171 3238010  
**E** S.KOLVENBACH@BADEN.GBH.DE  
**W** MEDIEN-POLICE.DE

# EU-Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO)

## Die einheitliche DSGVO kommt – sind Sie vorbereitet?

Am 25. Mai 2018 wird die neue, einheitliche EU-Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) in Kraft treten und das Bundesdatenschutzgesetz ablösen. Nach jahrelangen Verhandlungen erarbeitet und kürzlich auf den Weg gebracht, wird sie besonders großen Einfluss auf die Unternehmen haben, die sich mit adressiertem Dialogmarketing beschäftigen. Aber auch alle anderen Unternehmen, bei denen personenbezogene Daten zum Einsatz kommen, müssen sich auf höhere Dokumentations- und Sicherheitsauflagen einstellen.

### Vorbereitung tut gut

Um sich auf die neuen Regeln, die auch mit höheren potenziellen Strafen verbunden sind, vorzubereiten, sollten Unternehmen der Druck- und Medienwirtschaft schon heute die Verordnung kennen lernen und anschließend im Unternehmen die damit verbundenen Schritte vornehmen. Hierzu zählt zum Beispiel zu analysieren und abzugleichen, ob die Speicherung und Verwendung der Daten den neuen Regeln genügen und ob

das vorhandene Datensicherheitsniveau den künftig gestellten Anforderungen entspricht. Sind diese Fragen, auch mit Hilfe eines Datenschutzbeauftragten und der Versicherung geklärt, sollten dann gezielt die Prozesse angegangen werden, die neu in der DSGVO hinterlegt sind. So fordern die neuen Regeln von Unternehmen beispielsweise eine eindeutige Zustimmung für die Verarbeitung von persönlichen Daten.

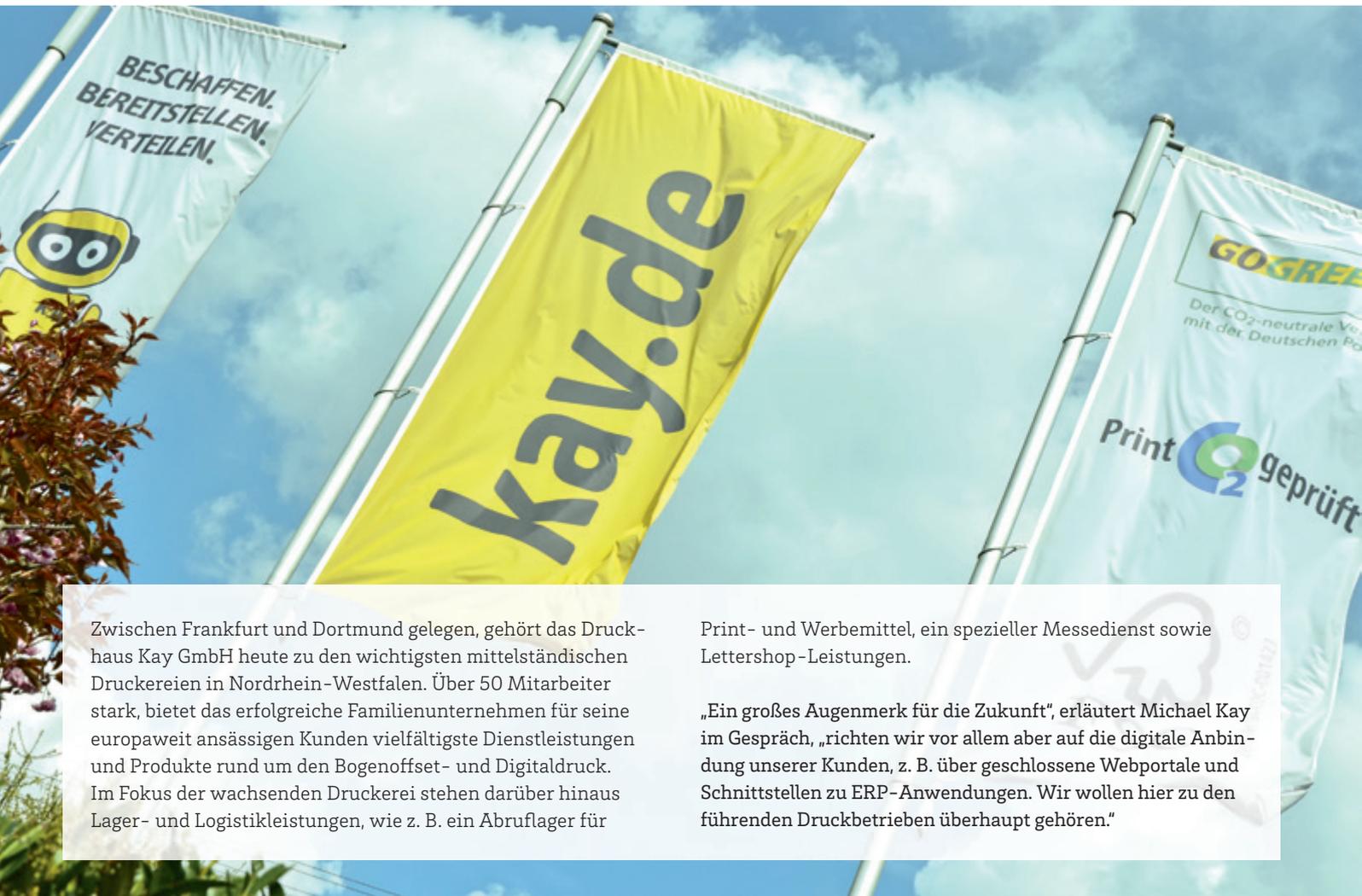
Ihr Ansprechpartner:

WOLFGANG OSSENBRÜGGEN

# Neues Kfz-Versicherungskonzept der GBH

## reduziert Kosten bei Druckhaus Kay in Kreuztal

Print-Anzeigen, Online-Newsletter, TV-Spots – Kfz-Versicherungen gehören ohne Zweifel zu den am meisten beworbenen und preissensibelsten Bereichen in Deutschland. Kann ein Druck-Unternehmen in diesem Segment überhaupt noch Einsparungen erzielen? Mit Hilfe des neuen Kfz-Konzeptes des Versicherungsmaklers Gayen & Berns · Homann GmbH (GBH) gelang es, beim Druckhaus Kay GmbH in Kreuztal die Prämie für die gut ein Dutzend Firmen-PKW's um noch einmal zehn Prozent zu senken – und das ohne jegliche Leistungseinbußen.



Zwischen Frankfurt und Dortmund gelegen, gehört das Druckhaus Kay GmbH heute zu den wichtigsten mittelständischen Druckereien in Nordrhein-Westfalen. Über 50 Mitarbeiter stark, bietet das erfolgreiche Familienunternehmen für seine europaweit ansässigen Kunden vielfältigste Dienstleistungen und Produkte rund um den Bogenoffset- und Digitaldruck. Im Fokus der wachsenden Druckerei stehen darüber hinaus Lager- und Logistikleistungen, wie z. B. ein Abruflager für

Print- und Werbemittel, ein spezieller Messedienst sowie Lettershop-Leistungen.

„Ein großes Augenmerk für die Zukunft“, erläutert Michael Kay im Gespräch, „richten wir vor allem aber auf die digitale Anbindung unserer Kunden, z. B. über geschlossene Webportale und Schnittstellen zu ERP-Anwendungen. Wir wollen hier zu den führenden Druckbetrieben überhaupt gehören.“

## Kosten senken

Wie bei allen Druckunternehmen steht bei Kay neben der vertrieblichen Ausrichtung noch ein weiteres strategisches Thema permanent im Fokus, nämlich die Senkung der allgemeinen Betriebskosten. „Da unsere Verkaufspreise stetig unter Druck stehen, prüfen wir schon seit Jahren regelmäßig unsere Ausgaben und suchen nach geeigneten Möglichkeiten, Aufwendungen zu reduzieren“, so der geschäftsführende Gesellschafter. Neben der Nutzung von bestmöglichen Einkaufspreisen gilt hierbei vor allem der Ansatz, überall wo möglich, Abläufe zu rationalisieren und Mitarbeiter in anderen, unternehmensrelevanten Bereichen einzusetzen. „Um mit der Suche nach der besten Absicherung und dem besten Anbieter möglichst wenig zu tun zu haben“, beschreibt der Unternehmer das Konzept, „haben wir schon vor etlichen Jahren unser gesamtes

Versicherungsmanagement an die Kölner Niederlassung des Maklers GBH übertragen.“ Kommt es zum Versicherungsfall, übernimmt GBH laut Kay nicht nur die gesamte Abwicklung mit den Versicherern, sondern kümmert sich auch eigenständig um die Anpassung der Versicherungen, so z.B., wenn eine neue Maschine in Betrieb genommen wird. Als einen der größten Vorteile sieht Kay zudem die Verpflichtung von GBH, im Sinne des Kunden zu handeln und ständig nach Verbesserungen und Optimierungen Ausschau zu halten.

„Wir können durch die Zusammenarbeit mit GBH absolut sicher sein, dass wir immer auf dem neuesten, preislich besten Stand sind“, so Kay.

## Kfz-Versicherung

Dass der Makler 2016 mit Verbesserungen im Bereich der Kfz-Versicherung aufwartete, war für den geschäftsführenden Gesellschafter allerdings außergewöhnlich. „Nachdem schon zuvor Jahr für Jahr die Prämien geprüft und angepasst wurden“, erzählt der Druckereibesitzer, „hat mich der Anruf der Niederlassung Köln im vergangenen November doch überrascht.“ Es sei möglich, so die Aussage des Firmenbetreuers von GBH, die Prämie der vorhandenen Flottenversicherung für die gut ein Dutzend Firmen-PKW von Kay noch einmal zu senken. „Da wir mit GBH immer gut gefahren sind und der

Makler im Unterschied zu uns den Markt der Versicherer aus dem Effeff kennt“, erzählt Kay, „haben wir natürlich auch in diesem Fall sofort das Angebot wahrgenommen und die Versicherung umgestellt.“ Dies galt erst recht, als der Versicherungsmakler sich um die gesamten Details kümmerte und vom Unternehmen nicht mehr als Unterschriften zu leisten waren. Kay: „Da wir bis heute noch keine Schäden und Unfälle zu verzeichnen hatten, wissen wir natürlich nicht, wie die Regulierung im Echtfall aussieht, doch dieses Vertrauen bringen wir dem Makler einfach entgegen.“

## Neues Versicherungskonzept von GBH

Grundlage der neuen Fahrzeugversicherung bei Kay ist das neue, speziell auf Druckereien ausgerichtete Kfz-Versicherungskonzept von GBH. In intensiven Verhandlungen mit der Itzehoer Versicherung erarbeitet und speziell auf die Bedürfnisse von Druck- und Medienbetrieben ausgerichtet, kommen nicht mehr Typ- und Regionalklassen zum Tragen, sondern die Stückprämien ergeben sich nach einem einfachen „Ablesetarif“. Unter anderem heißt das: Die bei PKW-Versicherungen

benötigten „weichen“ Tarifierungsmerkmale, wie z.B. wie viele Kilometer im Jahr gefahren werden, welche Personen das Fahrzeug nutzen oder ob das Auto nachts in der Garage steht, sind bei diesem Konzept völlig unwichtig. Zur Prämienkalkulation werden lediglich die Schadenfreiheitsklassen und KW bzw. PS benötigt! In die Stückprämien werden grundsätzlich PKW, Lieferwagen (bis 3,5 Tonnen Gesamtgewicht) und Anhänger einbezogen.



MICHAEL KAY,  
GESCHÄFTSFÜHRER



## Zahlreiche Vorteile

Was das Angebot für die Druckerei Kay zudem attraktiv machte: Es gilt schon ab dem ersten Fahrzeug und schließt auch die Privatnutzung mit ein. Kay: „Nach Erhalt der ersten Abrechnung zeigte sich, dass einzelne Fahrzeuge zwar in den Preisen höher lagen, über alle eingesetzten PKW betrachtet die Prämie jedoch um zehn Prozent gesunken war.“ Eingeschlossen sind darin heute die PKW der Geschäftsführung sowie Außendienst-Fahrzeuge, also typische Fahrzeuge der Mittelklasse. Verschiedene Transporter, die vom Unternehmen

eingesetzt werden, bleiben hingegen außen vor, da diese über ein Outsourcing-Modell mit einem Spediteur genutzt werden.

*„Wir können heute sagen, dass wir mit GBH Preissenkungen in einem Bereich erzielt haben, in dem wir es absolut nicht erwartet hatten“, so Kay. „Hätten wir eine größere Flotte, wäre der Vorteil wahrscheinlich noch viel größer.“*

# „War for Talents“

## Mit einer modernen betrieblichen Versorgung heben Sie sich von der Masse ab

Welche Instrumente haben Sie, um Ihre Mitarbeiter abzusichern und sich als Arbeitgeber von der Masse abzuheben? Sicherlich die bereits bewährten – aber auch weitere?

In Zeiten, in denen Fachkräfte immer knapper werden und es verstärkt zum sogenannten „War of Talents“ kommt, zählen Mittel und Wege, mit denen Mitarbeiter gewonnen, vor allem aber gebunden werden können, besonders. Was viele Druck- und Medienbetriebe dabei nicht im Fokus haben: Angebote wie eine betriebliche Altersversorgung, eine betriebliche Berufsunfähigkeitsversicherung oder eine betriebliche Krankenversicherung sind nicht nur steuerlich attraktiv, sie sind auch ideale Maßnahmen, um eine höhere Bindung bei den Mitarbeitern auszulösen.

Untersuchungen von Psychologen und Arbeitsforschern machen es heute regelmäßig deutlich: Lohnerhöhungen sind

wichtig für die Zufriedenheit und Motivation eines Mitarbeiters, die nachhaltige Wirkung von „mehr Geld auf dem Lohnzettel“ ist allerdings begrenzt. Ganz anders sieht es bei Leistungen aus, die der Mitarbeiter von seinem Arbeitgeber im Bereich der Gesundheitsabsicherung erhält. Da beispielsweise auch der Ehepartner und sogar die Kinder profitieren können, steigen die Leistungsfähigkeit und die Motivation der Mitarbeiter nachweislich an. Hinzu kommt, dass Mitarbeiter und Familienangehörige sogar mit bestehenden Vorerkrankungen/Einschränkungen in den Genuss attraktiver Krankenzusatzabsicherungen kommen können, die unter normalen Umständen kaum möglich wären. Nicht zuletzt, weil es keine Wartezeiten und auch keine Gesundheitsprüfungen gibt.



## Einfache Umsetzung

Doch wie funktioniert eigentlich die betriebliche Krankenversicherung? Holger Gerth, Ansprechpartner bei GBH zum Thema betriebliche Krankenversicherung: „Das Prinzip ist recht einfach. Der Arbeitgeber schließt für seine Mitarbeiter eine Zusatzversicherung ab, wobei es verschiedene Arten der Beitragszahlung gibt.“

Für den Mitarbeiter hat dies zur Folge, dass er einen hochwertigen Gesundheitsschutz erhält und per sofort in den Bereichen Vorsorge, Zahnbehandlung/Zahnersatz-, Krankenhaus, Brillen sowie Behandlung durch Heilpraktiker und auch bei IGeL-Leistungen von vergünstigten Beiträgen profitiert. Selbst bei Arbeitsunfähigkeit von mehr als 6 Wochen und bei Elternzeit von bis zu 3 Jahren besteht voller Versicherungs-

schutz. Die Beiträge liegen für das Eintrittsalter von 20 bis zu 60 Jahren zum Beispiel bei:

- Zahnersatz mit 40 % vom Rechnungsbetrag bei einem Beitrag von monatlich Euro 9,85 oder
- Zwei-Bett-Zimmer mit Chefarzt bei einem monatlichen Beitrag von Euro 22,60.

Für Sie als Arbeitgeber zahlt sich die Nutzung der betrieblichen Krankenversicherung ebenfalls aus. Nicht nur, dass die Mitarbeiter höheren Einsatz bei in der Regel geringeren Fehlzeiten zeigen; Sie steigern zudem die Wertschöpfung Ihres Unternehmens, verbessern das Betriebsklima und signalisieren Sozialkompetenz. Diese Form der Mitarbeiterbindung ist in anderen westlichen Ländern schon längst üblich und verbreitet.

# Betriebliche Krankenversicherung

## Loyalität und Produktivität steigern

Emotional an ihren Arbeitgeber gebundene Mitarbeiter/innen sind leistungsstärker, innovativer und loyaler zum Unternehmen. Mit einer betrieblichen Krankenversicherung (bKV), lassen sich diese Tugenden gezielt belohnen sowie Krankheit und Ausfall reduzieren – und das ohne zusätzliche Kosten für das Unternehmen.

Aber was motiviert die Mitarbeiter? Ist es Lob, Freizeit oder doch mehr Geld? Und wie können hohe Krankenstände, die Unternehmen mit 740 Euro durchschnittlich pro Tag und Mitarbeiter/in belasten, reduziert werden? Aus den Erfahrungen ist heute klar: Während die Wirkung einer Gehaltserhöhung schnell verpufft, ist der Bereich Gesundheit ein wirkliches Dauerthema. Holger Gerth, Ansprechpartner für das

Thema bKV bei GBH:

„Durch den Abschluss einer betrieblichen Krankenversicherung können Themen wie Mitarbeiterbindung und -motivation sowie die Stärkung der sozialen Kompetenz gezielt angegangen werden. Die Attraktivität von Arbeitsplätzen wird gefördert und die Gefahr von Fachkräftemangel bekämpft.“

## Familie profitiert mit

Das Prinzip der betrieblichen Krankenversicherung ist schnell erklärt und leicht umzusetzen: Es sieht vor, dass der Arbeitgeber eine Zusatzversicherung für seine Mitarbeiter abschließt und die Beiträge bezahlt. Vorteil für die Beschäftigten: Sie erhalten einen hochwertigen Versicherungsschutz ohne Gesundheitsprüfung und ohne Wartezeiten und profitieren von

einer hervorragenden Gesundheitsvorsorge zu vergünstigten Beiträgen. Zudem können Ehepartner und Kinder die vorteilhaften Konditionen ebenfalls nutzen. Nicht nur der Mitarbeiter der Firma, sondern dessen gesamte Familie profitiert von der Lösung, was die Motivation und Bindung an das Unternehmen stärkt.

## Weniger Krankheitskosten und Fehlzeiten

Für den Arbeitgeber zeigen sich die Vorteile neben der möglichen Verringerung von Krankheitskosten und Fehlzeiten auch im Zugriff auf attraktive Gesundheitsprogramme. Hervorzuheben ist sicherlich auch, dass die Beitragszahlungen des Arbeitgebers – ob rein arbeitgeber- oder auch mischfinanziert – bei der betrieblichen Krankenversicherung als Betriebsaus-

gabe nach § 4 EStG abgesetzt werden können. Egal für welche Finanzierungsart Sie sich entscheiden, Sie als Arbeitgeber werden generell nicht in die Leistungsprozesse oder Krankheitsbilder der Mitarbeiter und Familienangehörigen eingebunden.

Gern informieren wir Sie in einem persönlichen unverbindlichen Gespräch, wie Sie, Ihre Mitarbeiter und deren Familienangehörige von den Mehrwerten der betrieblichen Krankenversicherung profitieren können.

## Ihr Ansprechpartner:



HOLGER GERTH

**A** OSKAR-JÄGER-STRASSE 170  
50825 KÖLN  
**T** +49 221 949748-0  
**F** +49 221 949748-99  
**M** +49 172 2103348  
**E** HOLGER.GERTH@GBH-VORSORGE.DE



# „Jetzt wissen wir endlich genau, was versichert ist.“ Wolanski GmbH mit optimaler Absicherung im Bereich Fulfillment

2010 entschied sich die Wolanski GmbH, ihr gesamtes Versicherungsmanagement an GBH abzugeben. Sieben Jahre danach zieht Walter Retz, Betriebsleiter des in Bonn und Berlin ansässigen Fulfillment- und Lettershop-Dienstleisters, eine sehr positive Bilanz des Wechsels: „Wir fühlen uns richtig gut betreut und haben nun auch endlich die Absicherungen, die wir für unser ganz spezielles Segment Fulfillment benötigen“, so der 58jährige im Gespräch mit der Redaktion des „Vorsprung“.



WALTER RETZ,  
GESCHÄFTSFÜHRER



**Vorsprung:** Herr Retz, wie würden Sie jemandem, der die Wolanski GmbH nicht kennt, das Unternehmen vorstellen?

**Retz:** Wolanski gehört heute zu den führenden 100 Unternehmen in Deutschland, wenn es um Themen wie Lettershop, Fulfillment und Verpackungen auf höchstem Qualitätsniveau geht. Konkreter gesprochen heißt das: Wir schicken Werbematerialien, Zeitschriften oder bei uns eingelagerte Waren an alle die Adressen, die uns die Auftraggeber zuvor als Liste übermitteln. Je nach Wunsch des Kunden kann es sich dabei um wenige Dutzend Pakete mit individuell kommissionierten Produkten oder aber auch um mehrere Millionen Postkarten handeln, die zum Beispiel an alle Privathaushalte in einer Region geschickt werden sollen. Umgesetzt werden die Aufträge, die bei Bedarf auch das Management des Drucks und die Bereitstellung von Verpackungen einschließen, von rund 100 Mitarbeitern an den Standorten Bonn und Berlin. An diesen beiden Orten liegen auch unsere regionalen Schwerpunkte.

**Vorsprung:** Wer nutzt Ihre Dienstleistungen?

**Retz:** Man kann sagen: Alle Unternehmen und Organisationen, die etwas zu versenden haben. Hierzu gehören Verlage, die die neuesten Ausgaben ihrer Publikationen an die Abonnenten senden, Unternehmen, die auf Veranstaltungen oder ihre Angebote hinweisen wollen sowie Vereine, Verbände und allgemeine Organisationen. Immer wichtiger werden zudem Online-Shops, die bei uns Ware einlagern und für die wir dann die Verpackung und den Transport zum Besteller übernehmen.

Geschätzt werden wir von unseren Kunden vor allem, weil wir jede Versandmenge annehmen, flexibel aufgestellt sind, insbesondere aber, weil wir extrem zuverlässig arbeiten.

**Vorsprung:** Sprechen wir über den Bereich Versicherung. Welche Risiken müssen in einem Unternehmen wie Wolanski abgesichert werden?

**Retz:** Die Bandbreite ist groß. Sie reicht von Gebäuden über Fahrzeuge bis hin zu den zahlreichen Maschinen, die wir unter anderem für das Zusammentragen der Materialien, für das Kuvertieren oder das Adressieren benötigen. Hinzu kommt eine umfangreiche IT-Ausstattung, die wir brauchen, um Adress- und Packlisten zu verwalten, Aufträge an Transportunternehmen, wie zum Beispiel die Deutsche Post zu übertragen, oder aber das Lager zu verwalten. Im Grunde sind wir somit von der technischen Ausstattung her mit einer Druckerei zu vergleichen.

**Vorsprung:** Sie sagten zuvor, dass Sie täglich mit Daten arbeiten und auch unterschiedlichste Waren einlagern. Hier ist sicherlich ein besonderer Versicherungsschutz notwendig und sinnvoll?

**Retz:** Absolut. Vor einiger Zeit hatten wir den zum Glück äußerst seltenen Fall, dass ein Mitarbeiter im System die falsche Adressdatei auswählte und mehrere tausend Einladungen an falsche Empfänger geschickt wurden. Da beide Listen die gleiche Branche betrafen und auch die Zahl der Sendungen

in etwa passte, fiel das intern zunächst nicht auf. Erst als der Kunde sich wunderte, dass gar keine Reaktionen auf die Einladung kamen, wurde der Fehler gefunden. Die Rechnung, die wir ihm stellten, hat der Kunde natürlich nicht bezahlt.

**Vorsprung:** Und wer kam dafür auf?

**Retz:** Wir arbeiten seit 2010 mit GBH zusammen und haben seitdem mit deren Hilfe unseren Versicherungsschutz auf den absolut neuesten und besten Stand gebracht. Dies gilt insbesondere für den bei uns so wichtigen Bereich Fulfillment. Zu den wirklich sinnvollen Lösungen, die uns der Makler beschaffen konnte, gehörte die Absicherung der Waren im Lager und auf dem Transport, vor allem aber eine Versicherung für Schäden, die beim Auslagern, Einpacken und Versenden entstehen. Werden Waren falsch verpackt, Adressen vertauscht oder sind Sendungen aufgrund von Fehlern in den Adresszeilen nicht zustellbar, übernimmt der Versicherer die Forderungen, die die Kunden an uns stellen.

**Vorsprung:** Sie sprechen von mehreren guten Lösungen, die durch die GBH ins Unternehmen gebracht wurden. Bedeutet das heute also viele Verträge und großer Aufwand?

**Retz:** Ganz im Gegenteil. Die Absicherung erfolgt über einen einzigen Vertrag, nämlich die GBH MedienPolice®. Aufbauend auf den Basisschutz für Elementarschäden, Maschinen und Gebäude, haben wir auf Anraten des Versicherungsmaklers noch eine Transport- und eine Lager-Police integriert.

**Vorsprung:** Das hört sich nach einer wirklich einfachen Lösung an. Wie sieht es aber mit den Prämien aus?

**Retz:** Auch hier sind wir wirklich zufrieden. 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.



# Einige Highlights der GBH MedienPolice®

Stand Mai 2017

- Eine Police, ein Beitrag, ein Bedingungsmerk
- 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 Bedingungsmerk und Prämie.



## Qualität, die überzeugt

### So zufrieden zeigen sich unsere Kunden

„Die GBH-Gruppe betreut uns seit einigen Jahren im Bereich der betrieblichen Versicherungen. Neben den maßgeschneiderten Versicherungslösungen schätzen wir insbesondere die professionellen und zuverlässigen Ansprechpartner, die uns jederzeit mit „Rat und Tat“ zur Seite stehen. Von ihrer unkomplizierten Schadensabwicklung und ihren branchenabhängigen Fachkenntnissen profitieren wir sehr! GBH ist für uns der ideale Partner, den wir uneingeschränkt weiterempfehlen können.“

Haßfurter Medienpartner GmbH & Co. KG, Haßfurt / Hubert Gerhart, Geschäftsleitung

Haßfurter  
**MEDIEN PARTNER**  
Design | Druck | Finishing | Lettershop | Logistik

„Unser Versicherungsmanagement wurde in den letzten beiden Jahren neu strukturiert und unsere Verträge gemeinsam mit der GBH neu geordnet. Wir können GBH mit gutem Gewissen weiterempfehlen. Ganz besonders schätzen wir deren Spezialisierung auf die Druck- und Medienbranche. Zeitnah. Perfekt. Günstig. Kompetent.“

Druckerei Opferkuch GmbH, Aalen / Berthold Opferkuch, Geschäftsführung

 **DRUCKEREI  
OPFERKUCH GMBH**

„Die Zusammenarbeit bei Vertragsgestaltung und Schadensbearbeitung ist fachlich sehr kompetent. Wir sind sehr zufrieden mit Ihren Leistungen. Was Sie und Ihr Team mit Ihrem außergewöhnlichem Engagement erzielen, ist großartig. Vielen Dank, dass Sie so viel Herzblut in unsere Interessen investieren.“

Späth Media GmbH, Baden-Baden / Familie Späth, Geschäftsleitung

 **DRUCK HAUS  
SPÄTH**



## Über GBH

Gegründet 1899 in Hamburg, gehört die GBH-Gruppe mit über 220 Mitarbeitern an 13 Standorten zu den wenigen noch inhabergeführten, großen und unabhängigen Versicherungsmaklern Deutschlands. Unter das Dach unserer vielfältigen Versicherungskonzepte schlüpfen vor allem mittelständische und große Unternehmen aus Industrie, Handel, Logistik und beratenden Berufen.

### IMPRESSUM

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

E-MAIL:  
INFO@MEDIEN-POLICE.DE

### FOTONACHWEIS:

WWW.ISTOCK.DE: 157609940, 478266050, 519556450, 539436852, 618454786, 616906424, 504303266, KAY GMBH, WOLANSKI GMBH  
GAYEN & BERNIS • HOMANN GMBH