GAYEN & BERNS HOMANN GRUPPE

Vorsprung | April 2019

Neues rund um die GBH MedienPolice®

Editorial

Wir wollen Ihr Leben leichter machen!

Sehr geehrte Damen und Herren,

eines der wichtigsten Schlagwörter unserer Zeit ist Veränderung. Durch neue Soft- und Hardware verändern sich die Abläufe im Büro, der vorhandene Fachkräftemangel fordert ein neues Herangehen bei der Rekrutierung von Mitarbeitern, die weltweite Konkurrenz macht ganz neue Vertriebs- und Marketingideen zwingend.

Kein Zweifel, die Veränderung ist wichtig für unser Leben und bringt uns weiter. Doch trotz aller Veränderungsnotwendigkeit lohnt es sich, auch weiterhin auf Kontinuität, vor allem aber auf Verlässlichkeit. zu setzen. Markanter Beleg hierfür ist unsere **GBH MedienPolice®**.

Obwohl sie schon vor weit mehr als einem Jahrzehnt entwickelt und in den Markt gebracht wurde, steht sie auch heute noch für das gleiche Werteversprechen wie einst: Leistungsstarker und bestmöglicher Versicherungsschutz für Druck- und Medienbetriebe in Deutschland.

Wie wichtig dieser Wert für den Markt ist, zeigen unsere beständigen Wachstumsraten, vor allem aber die vielen positiven Rückmeldungen von den Unternehmen, denen wir im Fall der Versicherungsfälle leistungsstark helfen konnten. Sie sind unsere besten Referenzen.

Obwohl sich die Welt schneller denn je dreht, sind wir sicher: Wir haben das Konzept, das der Markt braucht und mit dem wir noch viele Jahre erfolgreich sein werden.

Wir freuen uns, noch viele Unternehmen von unseren Ideen überzeugen zu können. Wann sprechen wir mit Ihnen?

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 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 Schadenfall – 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

TAREK GESING

A BÖRSENBRÜCKE 6
20457 HAMBURG
T +49 40 37002-161
F +49 40 37002-100
M +49 173 2446295
E TAREK.GESING@GBH.DE
W MEDIEN-POLICE.DE

THORSTEN WAESCH

A OSKAR-JÄGER-STRASSE 170
50825 KÖLN
T +49 221 949748-58
F +49 221 949748-99
M +49 174 3870264
E THORSTEN.WAESCH@KOELN.GBH.DE
W MEDIEN-POLICE.DE

Nicht erwartet, dass es etwas Besseres gibt

Versicherungsprämie gesunken und Versicherungsschutz erweitert

Der Anruf eines sogenannten Einkaufsoptimierers sorgte dafür, dass die in der Buchbinderbranche bekannte Fiebig & Schillings GmbH in Marktheidenfeld heute die GBH MedienPolice® nutzt. Durch die Umstellung reduzierte sich bei dem Anbieter von hochwertigen Produkten und Dienstleistungen für Buchbindereien und Verpackungshersteller die Prämie im zweistelligen Prozentbereich. Als zusätzlicher Bonus erweiterte sich der Versicherungsschutz.

Dirk Fiebig, einer der beiden Geschäftsführer der Fiebig & Schillings GmbH, kann sich an den Anruf vor rund zwei Jahren noch gut erinnern. Am Telefon war ein freundlicher und kompetenter Mann, der ihm vorschlug, die vorhandenen Versicherungskonditionen des Unternehmens zu prüfen und danach Vorschläge für eine Vergünstigung zu machen. Das Besondere an dem vorgeschlagenen Konzept war die Vergütung. Für die Prüfung fiele kein Honorar an und auch die Bezahlung eines prozentualen Anteils der Einsparsumme würde nur dann erfolgen, wenn es auch tatsächlich zum Wechsel käme. Für Dirk Fiebig, der das Familienunternehmen unweit von Würzburg gemeinsam mit seiner Schwester führt, hörte sich die Idee grundsätzlich interessant an, schließlich bestand für ihn prinzipiell kein Risiko. Gelänge es dem Einkaufsoptimierer, einen Anbieter zu finden, der qualitativ gleichwertig, aber finanziell günstiger ist, sparte er mittelfristig Geld ein. Erfolgte dies nicht, wäre außer der Übermittlung der Unterlagen kein Aufwand angefallen und alles blieb beim Alten.

Erwartung gering

„Ganz ehrlich“, so Dirk Fiebig mit einem Lächeln im Gesicht, *„richtig geglaubt, dass es noch etwas Besseres gibt, habe ich nicht“*. Ursache des Zweifels waren vor allem die eigenen Anstrengungen der letzten Jahre, die Leistungen und die Prämien zu optimieren. So hatte das Unternehmen, das einer der wenigen verbliebenen Hersteller für hochwertige, planliegende Schaumpappe ist und sich mit der Fertigung von Deckenspezialitäten mit zum Beispiel runden Ecken, eingelegten Magneten, Stiftschlaufen oder Gummibändern europaweit einen guten Ruf erarbeitet hat, mehrfach den Versicherungsmakler gewechselt und war nun bei einem renommierten Industriemakler, der sich rühmte, sehr gute Konditionen zu haben. Kein Wunder also, dass Dirk Fiebig, dessen Vater das Unternehmen als Handelsagentur für Papier und Pappe gegründet hatte, nach dem Gespräch nur bedingt optimistisch war.

Bessere Prämie

Als der Einkaufsoptimierer sich nach einigen Wochen wieder meldete und sein Ergebnis präsentierte, war der Chef von rund 90 Mitarbeitern (davon 20 in Tschechien) umso gespannter. Und gleichzeitig überrascht. Denn der Berater hatte tatsächlich einen Anbieter gefunden, der alle bestehenden Verträge erstmal übernehmen würde und dann, beginnend mit dem Folgejahr, Stück für Stück die Struktur der Versicherung überarbeiten wollte. Bezogen auf die Prämien ergab sich daraus eine Einsparung im zweistelligen Prozentbereich. *„So zufrieden ich mit dem Ergebnis auf den ersten Blick war, so wichtig war es mir auch, den Anbieter und seine Leistungen intensiv vor dem Wechsel zu prüfen“*, beschreibt Dirk Fiebig seine damaligen Gefühle. *„Ich hatte in den letzten Jahren immer wieder erlebt, dass die Prämie zwar gut, aber die Leistungen nicht auf die Besonderheiten der Druck- und Medienindustrie ausgerichtet waren.“* Zu den Erfahrungen des Firmeninhabers gehörte es zudem, dass die Ansprechpartner nicht das notwendige Spezialwissen hatten, um eine gute Betreuung zu ermöglichen. Kurzum: Dirk Fiebig ließ sich den Namen des Anbieters nennen und startete ein intensives Studium der Leistungen und Bedingungen. Erst, wenn dieses abgeschlossen wäre, sollte das „Go“ für den Wechsel gegeben werden.

Baukasten-Prinzip mit einer einzigen Police und einer Prämie

Was dem Unternehmer bei der anschließenden Lektüre und einem persönlichen Gespräch mit dem Fachansprechpartner sofort gefiel, war das Konzept eines Versicherungsschutzes im Baukastenprinzip, das aber dennoch nur eine Police und einen Beitrag zur Folge hatte. Mit anderen Worten hieß das: Je nach aktuellen Bedürfnissen im Betrieb ließen sich Erweiterungen oder Reduktionen - zum Beispiel bei Selbstbeteiligungen - vereinbaren, ohne dass sich am generellen und sehr umfänglichen Versicherungsschutz etwas änderte.

Auffällig für den erfahrenen Geschäftsführer waren zudem die Spezialisierung auf die Druck- und Medienbranche sowie verschiedene Sonderleistungen, die ihm bei anderen Versicherungsverträgen gar nicht und oder nur in geringerem Umfang bekannt waren. Beispiele hierfür waren eine generelle Neuwertentschädigung im Rahmen der Sach- und Maschinenversicherung, eine partielle Mitversicherung von Verschleißschäden in der Maschinenversicherung - obwohl Verschleißschäden eigentlich ausgenommen sind - sowie die Mitversicherung von grober Fahrlässigkeit bis zu einer Schadenshöhe von EUR 100.000. Eine Pauschalversicherung von Neuanschaffungen fand Dirk Fiebig zudem überzeugend. Sie besagte, dass in der **GBH MedienPolice®** sämtliche im Betrieb eingesetzten technischen Anlagen und Geräte der Satz- und Reprotechnik, Drucktechnik, Weiterverarbeitungsanlagen und sonstigen Geräte versichert wären, auch wenn diese geleast oder gemietet sind.

Das Besondere war dabei, dass auch Neuanschaffungen automatisch mit in den Versicherungsschutz einbezogen werden. Eine Meldung, so die Formulierung von **GBH**, sei nur noch dann notwendig, wenn die vertraglich vereinbarten Entschädigungsgrenzen nicht mehr ausreichen.

Vermögensschaden-Haftpflichtversicherung für fehlerhafte Bindearbeiten

Dirk Fiebig: *„Endgültig begeistert hat mich die GBH MedienPolice®, als ich im Konzept die Vermögensschaden-Haftpflichtversicherung für fehlerhafte Bindearbeiten vorfand".* Speziell für Buchbindereien entwickelt, besagte diese, *„dass gesetzliche Haftpflichtansprüche Dritter infolge mangelhafter Bindearbeiten mitversichert seien, sofern das gebundene Erzeugnis unveräußerlich ist und diese Kosten nicht zur Behebung des Mangels selbst aufgebracht werden oder sonstwie den Charakter der Nachbesserung tragen".*

Weniger juristisch formuliert: Die Neuproduktion von Materialien, die von Zulieferern – zum Beispiel Druckern – angeliefert und bei der Weiterverarbeitung beschädigt oder vollkommen zerstört werden, ist über die **GBH MedienPolice®** komplett versichert.

Dirk Fiebig: *„Im Fall des Falles verblieben damit für uns nur die Kosten, die mit unserer Arbeit in Verbindung stehen".*

DIRK FIEBIG,
GESCHÄFTSFÜHRER

Heute alle Leistungen bei GBH

Auch gut zwei Jahre, nachdem der Wechsel vollzogen wurde und der Einkaufsoptimierer seine verdiente Prämie erhalten hat, ist man in Marktheidenfeld mit der Entscheidung immer noch hochzufrieden. Nicht nur alle Sachversicherungen wurden für das Unternehmen 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.

Dirk Fiebig: *„Wir haben eine wirklich gute Kommunikation mit dem Versicherungsmakler und fühlen uns nun optimal betreut".*

Versicherungsprämie einfach selbst berechnen

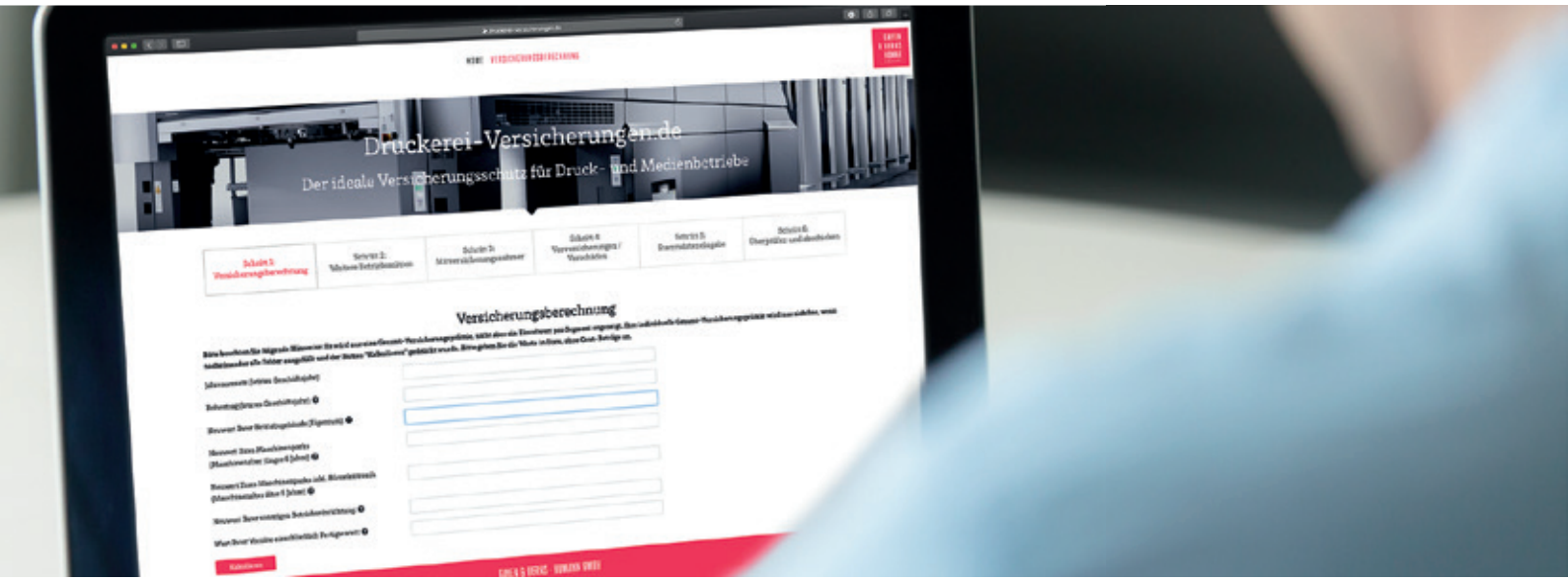
Vorreiter im Markt

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 mal 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 willigen Sie am Ende einfach der Datenübermittlung ein. 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“.*



Einige Highlights der GBH MedienPolice®

Stand April 2019

- **Eine Police, ein Beitrag, ein Bedingungswerk**
- **Individueller Versicherungsschutz nach dem Bausteinprinzip**
- **Wertermittlung/Risikoeinschätzung über den Risikoträger**
- **Unterversicherungsverzicht im Schadenfall**
- **Verzicht auf den Einwand der groben Fahrlässigkeit im Schadenfall (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 Schadenmanagement**

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.

Die Gefahr aus dem Netz

Cyber-Versicherung hilft

Durch die zunehmende Digitalisierung der Wirtschaft vergrößert sich die Gefahr, von einer Betriebsunterbrechung durch Cyber-Angriffe betroffen zu sein. Sichern Sie sich dagegen mit einer Cyber-Versicherung ab. Wir beraten Sie gern und ausführlich.

Der ehemalige Direktor des FBI, Robert Mueller, sagte bereits im Jahr 2012: *„There are only two types of companies: those that have been hacked, and those that will be."* Zu welchem Typ Unternehmen gehören Sie? Laut einer Studie des Digitalverbandes BITKOM sind 68 % der befragten Unternehmen in den letzten zwei Jahren Opfer von Cyber-Attacken geworden. Neben dem Diebstahl von Daten klagt fast jedes fünfte Unternehmen über Sabotage an den Betriebsabläufen. Schon lange richten sich Cyber-Attacken nicht mehr nur noch gegen die internationalen Großkonzerne, sondern vermehrt auch gegen den Mittelstand, die „Hidden-Champions" der deutschen Wirtschaft.

Der Grund hierfür ist, dass mittelständische Unternehmen in der Regel nicht über eine eigene IT-Sicherheitsabteilung verfügen. Die steigende Nutzung von Cloud-Diensten und die immer größer werdende Vernetzung von IT und Druckmaschinen erhöht die Gefahr einer Betriebsunterbrechung durch Cyber-Angriffe. Diese reichen von gezielten DDoS- und Phishing-Attacken bis hin zu allgemeinen Schadprogrammen wie z. B. Wannacry. Die Hacker setzen meist beim schwächsten Glied in der Kette an. Die Kriminellen verwenden immer ausgefeiltere Methoden und Programme, um sich Zugang zu den IT-Netzwerken zu verschaffen. Es sollte daher jedem Unternehmen in der heutigen Zeit klar sein, dass es keine 100-prozentige Sicherheit vor Cyber-Attacken gibt. Laut BITKOM hätte fast die Hälfte der angegriffenen Mittelständler mit erheblichen, teils existenzbedrohenden Folgen nach einer Cyber-Attacke zu kämpfen, denn ein Unternehmer haftet zum Beispiel für die verlorenen Daten seiner Kunden.

Cyber-Versicherung lohnt sich

Mit Hilfe einer Cyber-Versicherung können die Unternehmen zwar den Angriff selbst nicht verhindern, aber finanzielle Ansprüche Dritter und die Kosten für Eigenschäden absichern. Das Ziel ist es, dass die Unternehmen trotz eines Cyber-Angriffs handlungsfähig bleiben. Aber Vorsicht bei der Wahl des richtigen Vertragspartners! Aktuell gibt es noch sehr große Unterschiede in den Versicherungsbedingungen der einzelnen Anbieter. Versteckte Obliegenheiten wie z. B. die „Stand der Technik"-Klausel können zu großen Stolperfallen werden.

Durch die Klausel „Stand der Technik" will der Versicherer sicherstellen, dass die beste am Markt verfügbare Technik eingesetzt wird. Können Sie gewährleisten, dass Ihre Sicherheitssoftware stets die am Markt beste verfügbare Technik darstellt? Wollen Sie das Risiko einer Leistungskürzung im Schadenfall eingehen, weil Sie nicht den aktuellen Stand der Technik verwenden? Gerade in einem so schnelllebigen Bereich wie der IT kann eine solche Obliegenheit nur mit hohem Aufwand eingehalten werden.

Wir beraten Sie

Als unabhängiger Versicherungsmakler haben wir die Möglichkeit, den benötigten Versicherungsschutz auf Ihr IT-Netzwerk und Ihre Bedürfnisse anzupassen. Wir überprüfen für Sie die Versicherungsbedingungen auf versteckte Obliegenheiten und Stolperfallen. Während der Wert eines Unternehmens vor einigen Jahren hauptsächlich durch materielle Vermögenswerte dargestellt wurde, sind es heute z. B. die Kundendaten und Produktgeheimisse, die ein wesentliches Element der Unternehmensbewertung ausmachen.

Vergessen Sie nicht, auch diese Werte abzusichern und sprechen Sie uns hierzu am besten direkt an!

Die Folgen der Datenschutzgrundverordnung (DSGVO)

Kein Grund zur Panik

Im Marketing ist gern alles recht, was funktioniert. Recht spielt eher keine Rolle – bis ein Konkurrent abmahnt oder die Aufsichtsbehörde anruft. Das kann in diesem Jahr deutlich häufiger vorkommen. Seit Mai 2018 gilt die EU-Datenschutzgrundverordnung (DSGVO).

Erklärte Ziele sind, EU-Bürger vor „Datenkraken" aus den USA wie Facebook zu schützen und zugleich deren Wettbewerbsvorteile gegenüber EU-Unternehmen zu beseitigen. Das gelingt, indem die DSGVO immer greift, wenn Unternehmen Daten von EU-Bürgern verarbeiten – selbst wenn die Unternehmen, wie z. B. Facebook, nicht in der EU sitzen.

Deutsche Unternehmen denken allerdings beim Wort DSGVO meist nur an das eine: Bußgeld. Die DSGVO ermöglicht deutlich höhere Sanktionen, die Datenschutzbehörden auch nutzen. Unternehmen müssen deswegen auch deutlich mehr leisten: z. B. darüber informieren, warum und wie sie personenbezogene Daten verarbeiten. So weit, so richtig.

Falsch sind verbreitete Drohszenarien, wie z. B., dass Visitenkarten verboten, Fotos zu schwärzen und Klingelschilder abzumontieren sind.

Die Frage, die Unternehmen seit der DSGVO am meisten zu quälen scheint ist, ob und wie sie werben dürfen. Die DSGVO ändert hier allerdings relativ wenig. Hauptsächlich greift – wie seit über zehn Jahren und bis Geltung der sogenannten EU ePrivacy-Verordnung – das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG). Das UWG schreibt vor, wen Unternehmen wie zu Werbezwecken ansprechen dürfen. Nach UWG ist Werbung jedes „absatzfördernde" Verhalten – also eigentlich jede Ansprache von Zielkunden.

DSGVO für das Marketing nebensächlich!

(Rechtlich) einfach ist es, Zielkontakte per Brief anzuschreiben: Das ist grundsätzlich erlaubt –bis der Adressat widerspricht. Komplizierter ist E-Mail Werbung: Grundsätzlich darf man keine E-Mail an jemanden senden, der das nicht ausdrücklich gewünscht hat (z. B. mit einer Newsletter-Anmeldung). Bestandskunden hingegen darf man zu Werbezwecken unter bestimmten Voraussetzungen anschreiben – so lange der Adressat nicht widerspricht.

Werbeanrufe bei Verbrauchern, die das nicht ausdrücklich gewünscht haben, sind verboten. Anrufe bei Unternehmen sind immerhin erlaubt, wenn diese ein sogenanntes mutmaßliches Interesse haben: nämlich dem Anruf nicht abgeneigt sind.

Die DSGVO ist daher im Marketing eher nebensächlich: Unternehmen müssen die angesprochenen Personen darüber informieren, warum und wie sie deren Daten verarbeiten und ggf. woher sie diese haben. Das gelingt einfach, indem man auf eine Datenschutzerklärung verweist – die natürlich rechtskonform sein muss.

SOPHIE VON SCHENCK,
RECHTSANWÄLTIN

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

Unternehmen sind gut beraten, anlässlich der DSGVO nicht nur die neuen Regeln umzusetzen, sondern auch die bisherigen Vorgehensweisen zu überprüfen und ggf. anzupassen. Gelingt beides, müssen Unternehmen auch in diesem Jahr nicht mehr Abmahnungen oder Behördenprüfungen befürchten.

Weniger Aufwand, mehr Gewinn!

Effizienter und wirtschaftlicher durch Lean Management

Lean Management ist keine Frage der Unternehmensgröße. Durch ein schlankes Management können betriebsinterne Abläufe optimiert, Verschwendung vermieden und Gewinne gesteigert werden – in jedem Unternehmen.

Mit Lean Management erhalten Unternehmen die Möglichkeit, effizienter und wirtschaftlicher zu arbeiten. Das gilt für alle Bereiche im Unternehmen. Der Schlüssel zum Erfolg liegt in der verbesserten Organisation von Abläufen und Prozessen, sowohl in der Produktion als auch in der Verwaltung. Dabei ist die Unternehmensgröße ganz egal: Wo Prozesse stattfinden, können sie auch optimiert werden. Wichtig ist es, die Nachhaltigkeit der Maßnahmen zu gewährleisten. Dann gelingt es dauerhaft, Prozesse optimal zu gestalten und Gewinne zu vergrößern. Auch mit Blick auf die aktuelle Arbeitsmarktsituation und den Fachkräftemangel ist es sinnvoll, vorhandene Ressourcen so gut wie möglich zu nutzen.

Der Verband Druck + Medien Nord-West bietet Beratung zum Thema Lean Management an und entwickelt gemeinsam mit Unternehmer und Belegschaft eine passende Umsetzungsstrategie für Druck- und Mediendienstleister.

ANSPRECHPARTNERIN:
Maike Thielmann
T: +49 2306 20262-27
E: thielmann@vdmnw.de
www.vdmnw.de

Verband Druck + Medien gratuliert GBH

Seit 20 Jahren Kooperation zum Wohle der Verbandsmitglieder

Vor 120 Jahren hat Max Gayen mit der Gründung seiner Assekuranzfirma den Grundstein für die heutige Unternehmensgruppe Gayen & Berns Homann gelegt. Anlässlich des Firmenjubiläums durften Malte Mengers im Namen der Geschäftsführung (links) und Wolfgang Ossenbrüggen als Abteilungsleiter im Bereich **GBH MedienPolice®** jetzt eine Urkunde entgegen nehmen.

Stefan Höynck (Mitte) fand sich extra an der Börsenbrücke ein, um zu gratulieren. Dabei fand der stellvertretende Geschäftsführer des VDM Nord-West (Verband Druck & Medien) nicht nur anerkennende Worte anlässlich des 120-jährigen Bestehens. Er würdigte auch die nun schon 20 Jahre bestehende Kooperation zwischen **GBH** und dem VDM Nord-West: *„Viele unserer Mitglieder konnten in diesen 20 Jahren nicht nur ihren Versicherungsschutz optimieren, sondern dabei auch noch Geld sparen. Wir freuen uns auf noch viele weitere erfolgreiche Jahre dieser Symbiose“*, so Stefan Höynck.

Gesundheit der Mitarbeiter

Die neue Regelung betrifft alle Unternehmen

Ein aktives Gesundheitsmanagement in den Betrieben gehört immer mehr zu einem festen Bestandteil der Unternehmensphilosophien. Die psychische Gefährdungsanalyse ist zum Beispiel seit 2014 eine gesetzliche Verpflichtung (§5 ArbSchG). Erste Anbieter haben bereits digitale Lösungen für eine einfache, schnelle und kostengünstige Umsetzung entwickelt.

Im Jahr 2016 war jeder Beschäftigte durchschnittlich 17,2 Tage arbeitsunfähig. Laut Report 28 der Initiative Gesundheit und Arbeit (iga) sinken durch eine betriebliche Gesundheitsförderung die krankheitsbedingten Fehlzeiten um ein Viertel. Der Grund ist recht einfach: Wird eine Erkrankung frühzeitig entdeckt, kann sie besser therapiert werden. Damit steigen die Chancen, dass die erkrankten Mitarbeiter schneller wieder gesund werden. Es gibt neben den Check-Ups, die ab einem bestimmten Alter von der gesetzlichen Krankenkasse gezahlt werden, sogenannte Igel-Leistungen (individuelle Gesundheitsleistungen). Das kann z. B. ein HPV-Test bei Frauen (Test auf Gebärmutterhalskrebs), ein Tumormarker-Test (Krebserkennung), eine Knochendichtemessung (zur Erkennung von Osteoporose) sowie ein Seh- und Hörtest sein.

Bei Mitarbeiter/innen, die diese Tests frühzeitig nutzen möchten, ist eine Kostenübernahme durch die gesetzlichen Krankenkassen in der Regel nicht in vollem Umfang gewährleistet. Die Mehrkosten können mit Hilfe einer betrieblichen Krankenversicherung abgesichert werden. Die Erstattung der Mehrkosten kann z. B. durch Vorsorge-Coupons erfolgen, die der Mitarbeiter/die Mitarbeiterin bei der Untersuchung vorlegt. Die Leistungsabrechnung erfolgt dann direkt zwischen dem behandelnden Arzt und der jeweiligen Krankenversicherung. Für Ihre Personalabteilung entsteht somit kein zusätzlicher Mehraufwand im Leistungsfall. Und Ihre Mitarbeiter/innen können sicher sein, dass keine Gesundheitsdaten über den eigenen Arbeitgeber verschickt werden.

Die steigende Nachfrage nach Angeboten des betrieblichen Gesundheitsmanagements und der betrieblichen Krankenversicherung zeigen, dass Unternehmer die positive Wirkung der Maßnahmen auf die Motivation der Mitarbeiter/innen und die krankheitsbedingten Fehlzeiten erkannt haben. Motivierte und zufriedene Mitarbeiter/innen sind produktiver und loyaler. Als Arbeitgeber heben Sie sich vom Marktdurchschnitt ab und lassen Ihr Unternehmen für zukünftige Fachkräfte attraktiver wirken.

Die Auswahl innerhalb des betrieblichen Gesundheitsmanagements und der betrieblichen Krankenversicherung ist groß und die Zusammensetzung der einzelnen Bausteine vielfältig. Welche gesetzlichen und steuerlichen Aspekte müssen bei der Einrichtung berücksichtigt werden und wie informieren Sie Ihre Mitarbeiter über die neuen Möglichkeiten? Gibt es für das betriebliche Gesundheitsmanagement gesetzliche Fördermittel und wie kann ich diese beantragen? Sie entscheiden als Unternehmen, ob Sie höherwertige Vorsorgeuntersuchungen, eine Kostenübernahme bei Zahnersatzmaßnahmen oder eine bessere Unterbringung im Krankenhaus für Ihre Mitarbeiter/innen einrichten wollen.

Welche Bausteine sollten vom Arbeitgeber finanziert werden und welche Bausteine können die Mitarbeiter/innen mit eigenen Beiträgen bezahlen?

Es zeigt sich, dass bereits zahlreiche Modelle vorhanden sind, um sich dem Fachkräftemangel der Zukunft zu stellen. Viele dieser Modelle bieten sehr individuelle Gestaltungsmöglichkeiten und sind mit keinen oder nur sehr geringen finanziellen Aufwendungen verbunden. Als unabhängiger Versicherungsmakler können wir Ihnen einen Überblick über die Möglichkeiten verschaffen und Tipps für die Umsetzung geben.

GBH E-Bike-Versicherung

Sorglos über Stock und Stein

Das motorunterstützte Radfahren boomt. Rund drei Millionen sogenannter E-Bikes sind hierzulande bereits im Umlauf, schätzt der deutsche Zweirad-Industrie-Verband. Und täglich werden es mehr. Kein Wunder, schließlich ermöglichen jene Pedelecs auch weniger sportlichen Zweiradfreunden ungetrübten Fahrspaß. Dank der technischen Hilfe kann jeder starke Steigungen, Gegenwind oder lange Distanzen überwinden. Das macht Spaß und ist gesund! Andererseits hat dieses Mehr an Mobilität auch seinen Preis. E-Bikes kosten spürbar mehr als herkömmliche Fahrräder. Dementsprechend fallen Schäden oder ein Diebstahl deutlicher ins Gewicht. Gut, dass es die GBH E-Bike-Versicherung gibt. Sie bietet großen Schutz für kleines Geld – schwingen Sie sich abgesichert in den Sattel!

Die GBH E-Bike-Versicherung bietet europaweit umfassenden Schutz – der weit über herkömmliche Deckungen Ihrer Hausratversicherung hinausgeht. Ein weiterer Vorteil: Sie können Ihr Pedelec jederzeit nach dem Kauf versichern. Zögern Sie also nicht!

ANSPRECHPARTNER:

Thorsten Waesch
T +49 221 949748-58
M +49 174 3870264
E thorsten.waesch@koeln.gbh.de

*Brutto pro E-Bike bei einer Versicherungssumme bis 3.000 € pro E-Bike. Versicherungszeitraum: 1 Jahr mit automatischer Verlängerung, wenn nicht 3 Monate vor Ablauf gekündigt wird. Alle Angaben sind unverbindlich – maßgebend sind die Ausführungen in der Versicherungspolice.

Jahres-Reiserücktrittskosten-Versicherung

Bei jeder Buchung automatisch auf der sicheren Seite

Der wohlverdiente Urlaub steht an. Die Traumreise ist gebucht, die ganze Familie völlig aus dem Häuschen. Doch dann passiert's: Kurz vor dem Abflug bringt die Tochter aus dem Kindergarten Windpocken nach Hause. Die Kleine liegt, die Reise fällt flach. Und Sie bleiben auf den Kosten sitzen. Es sei denn, Sie haben eine Reiserücktrittskosten-Versicherung abgeschlossen!

Mit der GBH Jahres-Reiserücktrittskosten-Versicherung können Sie ganz entspannt buchen. Sie gilt ein ganzes Jahr über und verlängert sich automatisch. Sie brauchen also bei Buchungen keine Fristen zu beachten und können auch bei spontanen Schnäppchen ohne Reue zuschlagen. Extra-Vorteil: Neben dem Reiserücktritt ist auch der Reiseabbruch versichert.

ANSPRECHPARTNER:

Thorsten Waesch
T +49 221 949748-58
F +49 221 949748-99
M +49 174 3870264
E thorsten.waesch@koeln.gbh.de

IMPRESSUM

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

E-MAIL:
INFO@MEDIEN-POLICE.DE

FOTONACHWEIS:
WWW.ISTOCK.DE: ISTOCK-952344760.JPG, ISTOCK-865688550.JPG, ISTOCK-612851114.JPG, , ISTOCK-892701338.JPG, ISTOCK-831902124.JPG, ISTOCK-179225493.JPG, ISTOCK-179225493.JPG, WWW.FOTOLIA.DE: FOTOLIA_72327709_XL.JPG, FOTOLIA_88806077_XL_02.JPG, FOTOLIA_42415082_XL.JPG | FIEBIG & SCHILLINGS GMBH, GAYEN & BERNS • HOMANN GMBH, VDM NORD-WEST

GAYEN & BERNS • HOMANN GMBH VERSICHERUNGSMAKLER SEIT 1899

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