

# Vom Versicherer wird Fachkompetenz und schnelle Schadenregulierung erwartet

**LESSONS LEARNED** ■ Im Rahmen einer Branchenumfrage hatte die Medien-Versicherung a.G. Mitte des Jahres Druck- und Mediendienstleister nach ihren zukünftigen Plänen und Strategien in sich wandelnden Märkten befragt. Die Ergebnisse spiegeln sehr aussagekräftig die Herausforderungen der Branche wider, wie vor wenigen Ausgaben hier in Deutscher Drucker beschrieben. Doch welche „Lehren“ kann der Fachversicherer aus dem Zahlenmaterial für seine eigene Positionierung ziehen? Eine Konsequenzen-Analyse.

■ Betrachtet man die Ergebnisse der Branchenumfrage der Medien-Versicherung a.G. (siehe DD Nr. 26/2011) im Hinblick auf die aktuelle Geschäftslage, so passen diese ins allgemeine Bild und korrespondieren mit dem Konjunkturtelegramm des Bundesverbandes Druck und Medien. Aufträge sind zwar grundsätzlich vorhanden, doch sinkende Preise drücken auf den Umsatz und steigende Herstellungskosten zusätzlich auf den Ertrag. So ist dann insgesamt auch nur rund ein Drittel der befragten Unternehmen mit der Ertragslage zufrieden. Gleichzeitig ist die Branche seit geraumer Zeit einem enormen technologischen Wandel ausgesetzt, der die Unternehmen mit zusätzlichen Investitionskosten belastet.

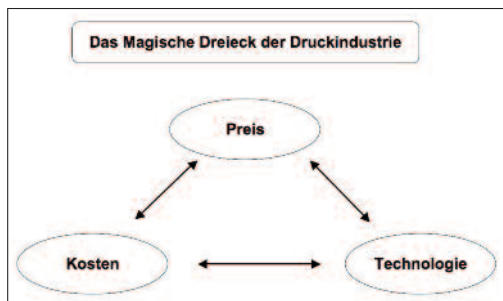


Jürgen Schellmann

In naher Zukunft rechnet nicht einmal die Branche selbst mit einer Veränderung der Situation. Viele Anbieter konkurrieren um kleiner werdende Aufträge. Betriebe mit hohen Fixkosten und technisch veralteten Systemen haben das Nachsehen. Um am Markt bestehen zu können, müssen neue Geschäftsfelder erschlossen und Arbeitsprozesse angepasst werden. Letztendlich zählt nur der Wunsch des Kunden und dieser muss im Hinblick auf Qualität und Wirtschaftlichkeit bestmöglich umgesetzt werden.

In naher Zukunft rechnet nicht einmal die Branche selbst mit einer Veränderung der Situation. Viele Anbieter konkurrieren um kleiner werdende Aufträge. Betriebe mit hohen Fixkosten und technisch veralteten Systemen haben das Nachsehen. Um am Markt bestehen zu können, müssen neue Geschäftsfelder erschlossen und Arbeitsprozesse angepasst werden. Letztendlich zählt nur der Wunsch des Kunden und dieser muss im Hinblick auf Qualität und Wirtschaftlichkeit bestmöglich umgesetzt werden.

**AUSWIRKUNGEN** auf den Versicherungsmarkt: Im Rahmen der Branchenumfrage ging es im Speziellen auch um die Auswirkungen auf die Versi-



Preis, Kosten und Technologie beeinflussen maßgeblich die Druck- und Medienindustrie. Aufgrund des jahrelang andauernden Preisverfalls wächst das Ungleichgewicht in diesem wechselseitigen Verhältnis.

cherung von Unternehmen der Druck- und Medienbranche. Im Vordergrund standen dabei die Punkte:

- Versicherungsleistung/Fachkenntnis
- Service
- Preis

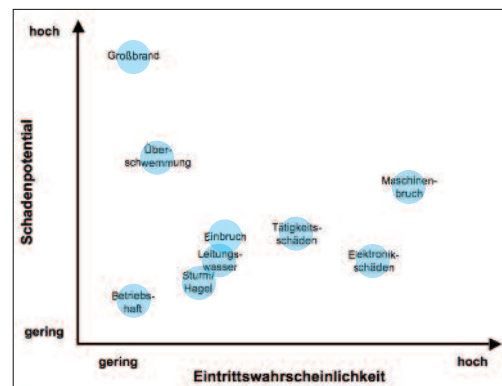
**VERSICHERUNGSLEISTUNG/FACHKENNTNIS.**

Die Versicherungsleistung ist die im Versicherungsvertrag vereinbarte Leistung des Versicherers im Schadenfall an den Versicherungsnehmer. Für die Unternehmen der Druck- und Medienindustrie geht es also darum, die richtige Versicherungslösung einzukaufen. Richtig ist eine Versicherungslösung dann, wenn sie auf die vorhandenen Risiken der Branche eingeht und das Risikopotential abdeckt. Die Berechnung der Vermögenswerte in Kombination mit der Eintrittswahrscheinlichkeit der Risiken/versicherten Gefahren stellt dabei die Ausgangsbasis einer Risikoanalyse dar.

Um sich optimal über mögliche Gefahren und die damit verbundenen Risiken zu informieren, bietet die Medien-Versicherung a.G. als Fachversicherer individuelle Risikoanalysen durch geschulte Mitarbeiter an. Unabhängige Wertermittlungsgutachten können von Sachverständigen erstellt werden und dann auch als Grundlage zur Finanzierung dienen.

Branchenspezifische Deckungskonzepte für ■ **Druckereien** ■ **Buchbindereien/Weiterverarbeiter** ■ **Verlage** ■ **Medienvorstufe/Werbeagenturen** mit deutlich erweiterten Deckungen bilden die Basis einer maßgeschneiderten Versicherungslösung.

Aber auch für ganz spezielle, aktuelle Gefährdungsbereiche der befragten Unternehmen bietet die Medien-Versicherung als Fachversicherer der Branche besondere Lösungen an. So können beispielsweise gesetzliche Haftpflichtansprüche wegen Vermögensschäden aus Schadenereignissen durch die Verletzung personenbezogener Bestimmungen in Datenschutzgesetzen abgesichert werden. Bei Weiterverarbeitungsschäden gibt es spezielle Absicherungen für Tätigkeitsschäden bei Druck- und Bindearbeiten, bei Beschädigung bzw. bei Abhandenkommen von fremden in Obhut befindlichen Druckvorlagen oder bei Schäden Dritter infolge mangelhaft bedruckter Etiketten.



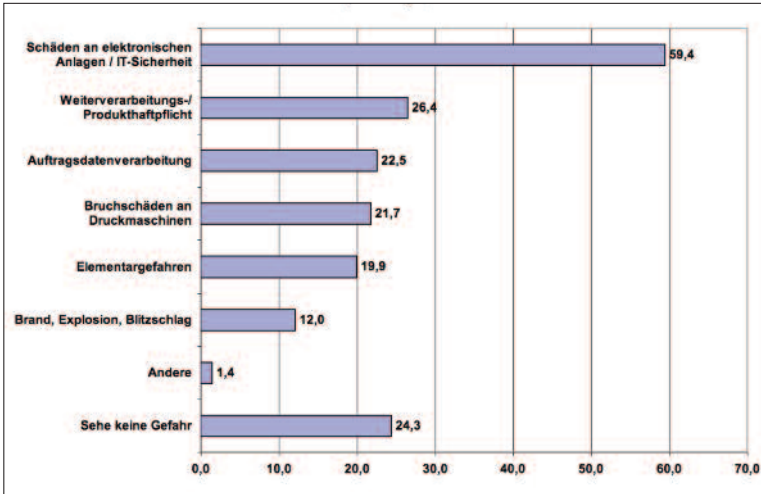
Schadenpotential und Eintrittswahrscheinlichkeit von Gefahren, die branchentypisch sind, und die Druckdienstleister entsprechend im Hinterkopf haben sollten (exemplarische grafische Darstellung).

Auf die Frage, wo der voraussichtliche Schwerpunkt bei den Zukunftsinvestitionen liegt, nannten 36,6 % der Befragten die Themenkomplexe Internet und Web-to-Print. Hieraus ergeben sich völlig neue Gefährdungspotentiale. Neue Schreckensmeldungen über angebliche Sicherheitslücken verunsichern die Betroffenen zudem. Für Unternehmen, die das Internet in ihre Prozesse integrieren wollen, bietet die Medien-Versicherung a.G. Versicherungsschutz für gesetzliche Haftpflichtansprüche des Versicherungsnehmers wegen Schäden aus dem Austausch, der Über-

## Die Umfrage

■ Die Datenerhebung wurde mittels eines standardisierten Fragebogens sowohl per CATI-Befragung, als auch online und postalisch durchgeführt. Die Fragebögen lagen der Ausgabe 18/26. Mai 2011 von *Deutscher Drucker* bei. Insgesamt nahmen 276 Unternehmen an der Branchenumfrage teil.

Eine erste Bewertung der Umfrageergebnisse aus Sicht der Medien-Versicherung a.G. lesen Sie in DD Nr.26, Seite 40f. Hier nun die Konsequenzen-Analyse des Fachversicherers. Weitere Informationen zum Unternehmen und zur Studie gibt es unter [www.medienversicherung.de](http://www.medienversicherung.de).



In welchen Gefährdungsbereichen besteht bei den Unternehmen in Sachen Risikomanagement Handlungsbedarf? Vor allem die Elektronik und IT-Sicherheit scheinen bei den Unternehmen die „Problemkinder“ zu sein.

mittlung und der Bereitstellung elektronischer Daten – zum Beispiel im Internet, per E-Mail oder mittels Datenträger. Auch teure Wartungsverträge können durch kostengünstigere Versicherungslösungen ersetzt werden und eine ausschließlich für das Druck- und Medienkollektiv entwickelte Kfz-Versicherung rundet das Versicherungsangebot ab.

**SERVICE.** Unter dem Begriff Service subsumiert man die Qualität der Leistungen im Hinblick auf den Dienst am Kunden. Nach den besonders wichtigen Kriterien bei der Entscheidung für einen Versicherer befragt, nennen 69,6 % der Befragten das Serviceangebot. Damit rangiert der „Kundendienst“ gleich nach der Schadenabwicklung (87,7 %), der Fachkunde (82,6 %) und dem Versicherungsbeitrag (78,6 %) auf Rang vier der Kriterien. Neben der Bereitstellung eines branchenspezifischen Deckungskonzeptes spiegelt sich die Servicequalität besonders bei der Schadenbearbeitung wider. Befragt nach den besonders wichtigen Punkten in diesem Bereich nennen 90,6 % der Befragten die schnelle Regulierungsgeschwindigkeit (90,6 %), das fachliche Verständnis (89,1 %), die unverzügliche Erreichbarkeit (88,4 %) und die Transparenz der Entscheidungen (85,9 %) als besonders wichtig.

Die Regulierungsgeschwindigkeit steht in der Praxis in einem engen Zusammenhang mit der Fachkundigkeit. Versteht der Versicherer die Zusammenhänge des Schadens, so kann schnell mit der Problemlösung gestartet werden. Transparenz spielt dabei ebenso eine besonders große Rolle. Eine Entscheidung – egal ob positiv oder negativ – muss für die Kunden immer nachvollziehbar sein. Für den Fachversicherer bedeutet dies, dass der Kunde grundsätzlich immer den Bericht des Sachverständigen erhält und sich somit stets mit den Grundlagen der Regulierung auseinandersetzen kann.

Service zeigt sich aber auch bei Leistungen, die über das typische Versicherungsangebot hinausgehen. Als Fachversicherer bietet die Medienversicherung den Kunden mit ihrer Partner-Initiative DPI auch Anregungen und Hilfestellungen bei kaufmännischen Entscheidungen, bei steuerlichen Themen oder bei Fragen des Einkaufsmanagements. An erster Stelle steht jedoch die Scha-

denprävention. Durch zahlreiche Schulungs- und Vortragsreihen (auch in Zusammenarbeit mit den Druckverbänden) oder Artikel-Serien im Fachmagazin Deutscher Drucker informieren Mitarbeiter des Versicherers zum Thema Risikomanagement und Datenschutz (nicht zuletzt aber auch online unter [www.medienversicherung.de](http://www.medienversicherung.de), im Bereich Risikomanagement). Experten für Wertgutachten oder E-Revision stehen im Netzwerk für die Kunden mit entsprechenden Kostenvorteilen zur Verfügung.

Die Schadenbearbeitung durch das Versicherungsunternehmen sollte unverzüglich, schnell, transparent und fachlich kompetent sein. Wenig überraschend steht die Fachkunde des Versicherers in der Praxis in engem Zusammenhang mit der Regulierungsgeschwindigkeit.

Druck- und Medien-dienstleister wünschen sich von ihrem Versicherungsexperten mehr Unterstützung und Beratung – speziell, wenn es um Themen wie Umweltschutz, Recht, Datenschutz oder Ausbildung geht.

**PREIS.** Die Versicherungskosten nehmen in der Gewinn- und Verlustrechnung eines Unternehmens eine merkliche Kostenposition ein und so ist es nicht verwunderlich, dass 78,6 % der Befragten aus der Druckmedienindustrie den Versicherungsbeitrag als wichtiges Kriterium bei der Auswahl des Versicherers nennen. Es stellt sich also die Frage, wie sich das Versicherungsentgelt zusammensetzt.

Versicherung bezeichnet den Risikotransfer gegen Entgelt. In der Kalkulation einer Versicherungsprämie sind die zu erwartenden Schadenkosten, die internen Verwaltungskosten, die Vertriebskosten sowie ein Überschuss beinhaltet. Als Versicherungsverein auf Gegenseitigkeit stehen die Versicherungsbeiträge nach Abzug der Verwaltungskosten immer nur der Versichertengemeinschaft zur Verfügung. Fremdkapitalgeber mit Dividendenansprüchen, wie bei Aktiengesellschaften üblich, gibt es nicht. Ein Überschuss dient unmittelbar durch Beitragsrückerstattung oder mittelbar durch Stärkung des Eigenkapitals immer den Versicherten. Deutliche Einsparungspotentiale zur Entlastung des Kostendrucks lassen sich damit für die Unternehmen der Druck- und Medienindustrie realisieren.

Jürgen Schellmann

→ Der Autor ist Vorstand der Medien-Versicherung a.G.

