

## Neue Versicherung für kleine und mittlere Juweliere

**Dr. E. Wirth & Co.** / »So wenig Prämie wie möglich, so viel Leistung möglich« – so lautet das Motto von Sven-Christian Dihle, Geschäftsführer des Hamburger Versicherungsspezialisten für Juweliere. Das gilt selbstverständlich auch für die neue Juwelier-Block-Compact-Versicherung JBC für kleine und mittlere Juwe-



liere, welche auf Grundlage der bewährten Juwelier-Block-Police entwickelt wurde. »Unsere Motivation zu diesem neuen Versicherungskonzept resultiert aus der langjährigen Erkenntnis, dass für dieses Kundensegment eine einfache, vor allem aber verständliche und umfangreiche Lösung fehlte«, erläutert Dihle. Ein wesentliches Element dieser »Einfachheit« ist, dass es nur eine Gesamt-Versicherungssumme (eigene und fremde Ware) gibt. »Übliche Deckungssummen unterscheiden sich im Vergleich zu der JBC dadurch, dass sie nahezu jede Position in »unzählige Versicherungssummen« aufteilt, vor allem aber in den Bereichen reduziert, die meist von einem Schadenfall betroffen sind. Diese Versicherungsform ist unübersichtlich und birgt erhebliche Risiken einer Unterversicherung«, betont Sven-Christian Dihle. Mit der JBC soll dies vermieden werden, und zwar mit nur einer Gesamt-Versicherungssumme, von der prozentuale Limits (Höchstentschädigung) festgelegt werden. Es bleibt dabei dem Kunden überlassen, ob und

*Sven-Christian Dihle: »Bei uns kommt alles aus einer Hand.*



**DR. E. WIRTH & CO.**  
Assekuranzkontor GmbH · Versicherungsmakler

zu welchem Zeitpunkt (z.B. Erhalt von Auswahlen, Reparaturen, saisonale Veränderungen usw.) diese Grenzen genutzt werden. Ändert der Kunde die Gesamtsumme, werden automatisch alle anderen Limits im Verhältnis angepasst. Ein weiteres wichtiges Element der JBC ist die All-Gefahren-Versicherung, bei der »Schäden, wodurch auch immer entstanden« versichert sind. Die wenigen Ausnahmen sind übersichtlich aufgelistet und verständlich formuliert. »An diesem fairen – weil klarem – Prinzip halten wir fest«, so Dihle. Klar, einfach und vor allem kurz ist zudem die Antragsaufnahme, der JBC-Fragebogen umfasst nicht einmal zwei Seiten.

[www.drwirth.de](http://www.drwirth.de)

## Mehrwert für die Damen

**Casio** / Denkt man an Casio, denken man meist an erster Stelle an die Robustheit von G-Shock, an die analoge Kompetenz von Edifice, an technische Gadgets für den Mann. Aber Casio kann auch damenhaft, und nicht nur optisch. »Wir sind sehr davon überzeugt, dass Damenuhren mit technischem Anspruch großes Potenzial haben, da sie die Stammkundschaft binden und durch sie gleichzeitig neue Zielgruppen hinzugewonnen werden können. Das zeigt auch das positive Feedback, welches wir in Umfragen auf unsere »Sheen SHB-100« erhalten haben, die sich via Bluetooth mit dem Smartphone verbinden kann. Äußerlich ist die »SHB-100« eher dezent, wird jedoch durch die Verwendung der Farbe »Peachgold« zum echten modischen Hingucker. Darüber hinaus überrascht sie durch vielfältige Funktionen, die über die Verbindung zum Smartphone genutzt werden können. Insofern bietet die Verbindung von Look und smarten Funktionen einen echten Mehrwert. Natürlich bedarf es auch entsprechender Marketing-Maßnahmen und Schulungen, um den Weg für einen erfolgreichen Verkauf vorzubereiten. Der Aufbau eines umfangreichen Know-Hows unserer Handelspartner in diesem Bereich ist die Basis, um beim Endkunden Vertrauen aufzubauen und Sicherheit beim Kauf zu vermitteln. Eine Aufgabe von Casio besteht weiterhin darin, die Kunden so gut wie möglich vorab zu informieren, sodass diese schon mit Vorkenntnissen den Juwelier ihres Vertrauens aufsuchen«, erläutert Kai-Christian Helms Senior Marketing Manager Watch bei Casio Europe.

[www.casio-europe.com](http://www.casio-europe.com)



»SHB-100« von Sheen.