



TS KLEINES SSEN

Sie das auch schon einmal
man sich nach einem
reichen Tag auf ein gutes
Leider hat man aber
Weißwein kalt zu stellen
aus dem Keller zu holen –
Wein einfach nicht so

die richtige Trink-
Weingenuss eigentlich
? Unsere Geruchs- und
nehmen die Aromen
Temperatur auf un-
wahr. Zu warme
ihre typische Frucht-
vor allem die gewünschte
Rotweine bleiben eher
können eine übermäßige
Gerbstoffe entwickeln,
sich harmonischen
verborgen bleiben und
etwas bitter wirkt.

den spontanen Genuss
gehen, sollten Sie immer eine
auf ihrer richtigen „Betriebs-
fähig haben!

ndregeln“ bieten eine gute

Weißweine: ca. 8°C – 10°C

reife Weißweine: eher etwas
(10°C – 12°C)

ca. 6°C – 9°C

Rotweine: eher etwas

– 16°C

und reife sowie gerbstoff-

weine: 16°C – 18°C

die Wein-Momente vom

wert wünscht Ihnen

ann, Weinprinzessin

roemmert.de

Luxusautos und Millionen statt ein Dutzend Bälle

EMIRAT AG Kleine Prämie, große Gewinne: Die Versicherungs-
gesellschaft EMIRAT AG sichert Gewinnspiele mit Megapreisen ab.



Jürgen Haß, Business Manager
der EMIRAT AG, mit Long-Drive-
Weltmeisterin Sandra Carlborg

Insbesondere für kleinere Unter-
nehmen, die mit einer gezielten
Promotionaktion neue Kunden
gewinnen oder die Aufmerksam-
keit steigern möchten, bietet sich
der Spezialversicherer an. Denn:
„Je spektakulärer der Gewinn,
desto höher die Aufmerksamkeit
und letztlich auch der Erfolg der
Aktion“, erklärt Haß.

Einen Schwerpunkt der EMI-
RAT AG bilden die Hole-in-One-
Versicherungen, die sich vor
allem an Golfclubs und -turnier-
veranstalter richtet. Durch die
2012 eingeführte Regel 3-2b ist
es Amateurspielern seither er-
laubt, Hole-in-One-Preise mit
einem Wert über der regulären
Wettspielgrenze von 750 Euro

Gewinnspiele sind für viele Unter-
nehmen mittlerweile ein etabliertes
Marketinginstrument. Auch bei Golf-
turnieren werden Hole-in-One-
Preise oder Beat-the-Pro-Preise ausgelobt.
Gespart wird meistens an den Preisen selbst.
Ein Dutzend Golfbälle, ein Magazin-Abonne-
ment oder mit Glück ein iPad sind gängige
Gewinne. Über die EMIRAT AG können Ver-
anstalter sogar Millionengewinne in Aussicht
stellen, ohne selbst eine mehr als siebenstel-
lige Summe auf dem Konto zu haben.

Denn das Unternehmen ist ein Spezialver-
sicherer. Auf Basis der jeweiligen Gewinn-
wahrscheinlichkeit versichert die EMIRAT AG
den ausgelobten Preis. „Das bedeutet, die
Chance, ein Fertighaus, ein Luxusauto oder
gar eine Millionensumme zu gewinnen, kostet
die Veranstalter nur eine kleine Prämie. Sollte
der Preis dann tatsächlich gewonnen werden,
übernimmt die EMIRAT AG die Auszahlung“,
erklärt Jürgen Haß, Business Manager bei der
EMIRAT AG, das Prozedere. Zudem sichert sein
Unternehmen auch Kosten bei Geld-zurück-
Aktionen oder die Millionen-Jackpots von
Online-Lotterien ab.

anzunehmen. Das eröffnet Clubs und Veran-
stalter neue Möglichkeiten. Haß erklärt die
Berechnungsgrundlage für eine Prämie: „Je nach
Distanz des Par-3-Lochs, Anzahl der Turnier-
spieler und des ausgelobten Preises liegt eine
Absicherungsprämie dann meist zwischen
1,5 Prozent und 5 Prozent. Das bedeutet, ein
schickes Auto im Wert von 55.000 Euro würde
schon ab rund 800 Euro Prämie versichert sein.“

MANIPULATION

Bei solch enorm attraktiven Preisen wächst
auch das Risiko, dass beim Gewinnspiel betro-
gen wird. Manipulationsversuche kämen im-
mer wieder vor, berichtet Haß. Bei Onlineaktio-
nen überwache die EMIRAT AG das Geschehen
mit speziellen Mechanismen. „Wir arbeiten
auch mit patentierten Sicherheitsumschlägen,
verwenden Videokameras zur Überwachung
einer Aktion oder stellen im Zweifel auch unse-
re eigenen Sicherheitsbeauftragten ab, um eine
Promotionaktion zu begleiten“, sagt Haß. Golfer
seien jedoch in der Regel eine ehrliche Klientel,
versichert er. **GT**

INFO: www.emirat.de