

DSV-Gruppe: Lösungsanbieter auf Wachstumskurs

Die DSV-Gruppe, die sich aus dem Deutschen Sparkassenverlag sowie seinen Tochter- und Beteiligungsunternehmen zusammensetzt, zählt mit einem Jahresumsatz von gut 790 Millionen Euro zu den umsatzstärksten Medienhäusern Deutschlands. Als spezialisierter Lösungsanbieter für die Unternehmen und Verbände der Sparkassen-Finanzgruppe bietet die DSV-Gruppe klassische Verlagsmedien wie Bücher, Ratgeberreihen, Fach- und Kundenzeitschriften sowie organisatorische Medien wie Vordrucke, technische Geräte und Bankkarten an. Ergänzt wird das Leistungsportfolio durch informatikgestützte Dienstleistungen, Internet-Angebote, elektronische Beratungssysteme sowie Full-Service-Agenturleistungen inklusive Kommunikationskonzepte und PR-Events. Das Unternehmen beschäftigt 1785 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Hauptsitz der DSV-Gruppe ist Stuttgart-Vaihingen, darüber hinaus ist das Haus bundesweit an zahlreichen Standorten vertreten.

Gründung des DSV vor 75 Jahren

Den Grundstein für die heutige DSV-Gruppe legt 1923 die Deutsche Girozentrale mit der Errichtung einer zentralen Vordruckstelle. Neun Jahre später übernimmt diese der Deutsche Sparkassen- und Giroverband (DSGV). Die gesamten verlegerischen Tätigkeiten fasst der DSGV in seiner Abteilung „Deutscher Sparkassenverlag“ zusammen. Aus dieser entsteht am 1. April 1935 das Unternehmen Deutscher Sparkassenverlag als GmbH mit Sitz in Berlin, Friedrichsgracht 42 bis 45.

Zu den Aufgaben des jungen Unternehmens zählt die Vereinheitlichung von Überweisungsvordrucken und Schecks, so dass diese maschinell bearbeitet werden können. 1938 wird das Sparkassen-S, ein zur Sparbüchse stilisiertes S mit aufgesetz-

ter Kreisform, als Firmenzeichen des Verlages gestaltet. Als erster „Markenartikel“ des DSV erscheint im gleichen Jahr das Einheits-Sparkassenbuch.

Neuanfang in Stuttgart

Nach dem Zweiten Weltkrieg verliert der im Ostsektor Berlins ansässige DSV den Kontakt zu den Sparkassen in Westdeutschland. Um die Betreuung dieser Institute wieder sicherzustellen, gründen regionale Sparkassen- und Giroverbände 1946 die Sparkassen-Vordruck und -Werbendienst GmbH in Stuttgart. Am 19. Mai 1949 findet die Gesellschafterversammlung zur Umwandlung in die Sparkassenverlag GmbH statt.

Dr. Bernd Kobarg, Vorsitzender der Geschäftsführung, DSV-Gruppe (Deutscher Sparkassenverlag), Stuttgart

Ob Bücher, Zeitschriften, Formulare, Werbekampagnen, Softwarelösungen, banktechnische Geräte oder Zahlungsverkehrskarten – der Deutsche Sparkassenverlag sieht sich seit nunmehr 75 Jahren in vielen Bereichen als Dienstleister der Unternehmen und Verbänden der Sparkassen-Finanzgruppe. Vom Einheits-Sparkassenbuch als erstem S-Markenartikel bis hin zur modernen Sparkassen-Card mit Chip weiß der Autor die Historie des Unternehmens zu schmücken. Auch für die Zukunft seines Hauses erwartet er stetes Wachstum: Weil die S-Primären ihre Strategie der regionalen Verankerung und der Kundennähe nicht aufgeben werden, kann die DSV-Gruppe aus seiner Sicht verstärkt mit Dienstleistungen rund um Kundenbindungs- und Loyalitätsprogramme sowie einem erweiterten Angebot im Zahlungsverkehr dienlich sein wie auch als zentraler Einkäufer für Kosteneinsparnisse bei den Banken vor Ort sorgen. (Red.)

Im selben Jahr bezieht das Unternehmen seinen neuen Standort Kernerstraße 52 im Stuttgarter Osten. Dort startet der DSV dynamisch: So wächst das Vordruckangebot rasch auf rund 700 Artikel an. Als erste große Fachpublikation nach dem Krieg erscheint „Die Praxis des Kreditgeschäfts“. Außerdem bietet das Haus den Sparkassen ein monatliches Werbeplakat-Abonnement an. Die 97 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter erwirtschaften im ersten vollen Geschäftsjahr nach dem Krieg einen Umsatz von 6,2 Millionen Mark.

Standardwerke und Bestseller

Der DSV verlegt 1953 das zwölfteilige Werk „Grundriß für die Sparkassenarbeit“ und richtet die erste zentrale Werbetagung in Stuttgart aus. Bis heute treffen sich zur Fachtagung für Marketing-Kommunikation in Stuttgart jährlich Marketingexperten aus der gesamten Sparkassen-Finanzgruppe. Ein Jahr später kehrt das Unternehmen zu seiner ursprünglichen Firmierung „Deutscher Sparkassenverlag GmbH“ zurück. 1955 gibt der DSV die ersten DM-Reiseschecks für das Inland an die Sparkassen aus. Vier Jahre danach erscheint der „Ratgeber für die Einkommensteuer“ – heute ein Bestseller mit einer Auflage von 142 000 Exemplaren.

Der Unternehmenssitz in der Stuttgarter Kernerstraße platzt bald aus allen Nähten. 1962 baut der DSV daher einen neuen, zweiten Standort auf, den heutigen Hauptsitz der Gruppe in Stuttgart-Vaihingen, Am Wallgraben 115. Im selben Jahr kommt der Satz „Wenn's um Geld geht – Sparkasse“ auf einem Werbemittel des Verlags erstmals zum Einsatz. 1963 wird er zum Slogan der Gemeinsamen Sparkassenwerbung (GSW), den 1966 schon 55 Prozent des repräsentativen Bevölkerungsquerschnitts kennen. Bereits 1964 etabliert sich

die bis dato sporadisch betriebene Fernsehwerbung als regelmäßiger Bestandteil der GSW. Im selben Jahr entwickelt der DSV den neuen Sparkassenscheck nach den Richtlinien der Deutschen Bundesbank.

Vom eurocheque zur ec-Karte

Der unter der Mitarbeit des DSV entwickelte eurocheque (bis 2004) wird erstmals am 1. Mai 1969 im Rahmen eines einheitlichen eurocheque-Systems ausgestellt. Lange Zeit besteht die zugehörige ec-Karte aus Karton, später dann aus Plastik. Anfang der achtziger Jahre erhalten die Karten einen Magnetstreifen, der es den Sparkassenkunden ermöglicht, sich mit Bargeld am Geldautomaten zu versorgen.

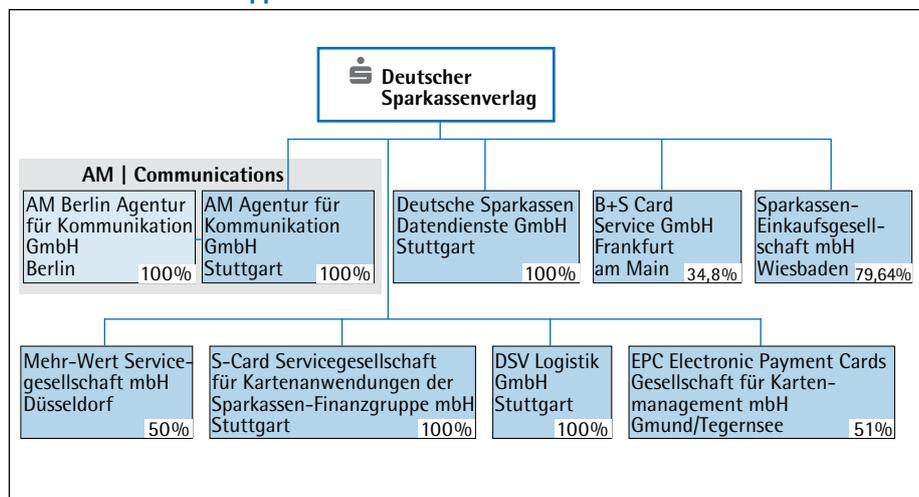
Mit der Übernahme der AM-Werbe-gesellschaft Köln verfügt der DSV 1969 über sein erstes Tochterunternehmen, das heute als AM Communications mit Standorten in Berlin, Hamburg, Köln und Stuttgart am Markt auftritt.

Der DSV und die Deutsche Sparkassenakademie entwickeln 1972 das „av-training“, ein audiovisuelles Lernmaterial für Bankkaufleute. Im gleichen Jahr hat die Werbegeschenk-Verkaufsbörse Premiere, die bis heute als bundesweite Messe jährlich die neuesten Werbegeschenk-Angebote für Sparkassen präsentiert. Ebenfalls 1972 gestaltet Otl Aicher, einer der Wegbereiter des Corporate Design in Deutschland, im Auftrag des Verlags das einheitliche Sparkassen-Erscheinungsbild, das mit seinen Gestaltungseckpunkten Sparkassen-S (welches von Aicher eine gestalterische Modernisierung erfährt), HKS-13-Rot und Helvetica-Grundschrift noch heute prägend für die Sparkassen-Finanzgruppe ist. Zwei Jahre später gibt der DSV erstmals die Kinderzeitschrift Knax heraus, die heute mit einer Auflage von rund 800 000 Exemplaren das auflagenstärkste Comic-Magazin Deutschlands ist.

Evidenzzentrale und bundesweiter Start des „Planspiel Börse“

Der DSV fungiert ab 1980 als Evidenzzentrale der Sparkassen-Finanzgruppe für die Poolschlüssel in der neuen institutsübergreifenden Geldausgabeautomation. 1983 startet das „Planspiel Börse“ der Sparkassen mit rund 5 000 Schülergruppen (2009: mehr als 45 500 Teams), welches mit seinem ausgefeilten pädagogischen Konzept

Struktur der DSV-Gruppe



einen wichtigen Beitrag zur Wirtschafts-erziehung junger Menschen leistet.

Mit der Deutschen Sparkassen Datendienste GmbH ruft der DSV 1987 ein weiteres Tochterunternehmen ins Leben, das sich mit seinem branchenspezifischen Know-how als leistungsfähiger Partner für die Unternehmen und Verbände der Sparkassen-Finanzgruppe qualifiziert.

Im Februar 1989 übernimmt der Deutsche Sparkassenverlag die Zuständigkeit für die Bearbeitung der Bestellanträge zur Eurocard, einem Vorläufer der heutigen Mastercard-Kreditkarte. Das verschafft dem DSV in jenem Jahr bis zu 20 000 solcher Arbeitsvorgänge pro Woche. Ein Jahr später kommt es nach der Deutschen Wiedervereinigung zur Integration der Ostsparkassen in die Sparkassen-Finanzgruppe. Mit der Umstellung auf Weststandards wird insbesondere das Ressort Vordrucke vor große Herausforderungen gestellt.

Karteninnovationen und Wachstum

1995 gründet der DSV zusammen mit Giesecke & Devrient das Gemeinschaftsunternehmen EPC Electronic Payment Cards, heute – gemessen an der Herstellungsmenge – größter deutscher Produzent von Chipkarten des Zahlungsverkehrs. Ein Jahr später werden die ec-Karte mit Chip und die Geldkarte eingeführt. 1997 geht die DSV-Tochter S-Card Servicegesellschaft für Kartenanwendungen der Sparkassen-Finanzgruppe an den Start; noch im selben Jahr folgt der Erwerb einer Beteiligung an

der B+S Card Service, einem führenden Dienstleister für Kartenzahlungen.

Unter der Marke S-Trust baut der DSV ein Trustcenter für die elektronische Signatur auf. Die neue Kartengeneration der Sparkassen-Card mit Chip (ab 2004) wird vom DSV für diese Technologie vorbereitet, welche es dem Karteninhaber ermöglicht, elektronische Dokumente mit seiner Sparkassen-Card rechtsverbindlich zu unterzeichnen. Eine Ehrung erfährt die Gruppe im Jahr 2005: Die Unesco-Kommission zeichnet den vom DSV betreuten Sparkassen-Schul-Service aus und anerkennt ihn als offizielles Projekt der UN-Dekade „Bildung für eine nachhaltige Entwicklung“.

2001 geht die DSV Logistik als neues Tochterunternehmen an den Start. Fünf Jahre später übernimmt der DSV die Mehrheitsbeteiligung (79,64 Prozent) an der SEG Sparkassen-Einkaufsgesellschaft. 2008 schließlich gründen der DSV (50 Prozent) und die Örag Service (50 Prozent) gemeinsam die Mehr-Wert Servicegesellschaft, welche den Sparkassen Dienstleistungen rund um Kundenbindungs- und Loyalitätsprogramme aus einer Hand anbietet.

Im Jubiläumsjahr 2010 bleibt es unverändert unser Ziel, den Unternehmen und Verbänden der Sparkassen-Finanzgruppe maßgeschneiderte Lösungen zu bieten und das diesbezügliche Leistungsspektrum kontinuierlich weiter auszubauen. Auch für die kommenden Jahre stehen die Zeichen der DSV-Gruppe daher auf Wachstum.