

Innovationen treffen auf Sondereffekte

Die bundesweit tätige DSV-Gruppe, die sich aus dem Deutschen Sparkassenverlag und seinen Tochter- und Beteiligungsunternehmen zusammensetzt, hat ihre Position als Dienstleister für die Sparkassen-Finanzgruppe 2018 deutlich ausgebaut.

Im ersten Jahr unter Leitung des neuen Vorsitzenden der Geschäftsführung, Michael Stollarz, steigerte das Unternehmen mit Hauptsitz in Stuttgart den unkonsolidierten Gruppenumsatz auf 941,4 Millionen Euro (2017: 822,8 Millionen Euro). Auch der Deutsche Sparkassenverlag (DSV) als Konzernmutter der DSV-Gruppe konnte seinen Umsatz von 300,9 (2017) auf jetzt 312,2 Millionen Euro erhöhen.

Stollarz sieht zwei Faktoren, die den außergewöhnlichen Erfolg im vergangenen Jahr ermöglichten: „Einerseits konnten wir mit vielen neuen Lösungen, wie etwa unseren Angeboten im kontaktlosen und mobilen Bezahlen sowie im Digitalbereich, unsere Marktposition in der Sparkassen-Finanzgruppe spürbar ausbauen. Mit der strategischen Weiterentwicklung unserer Angebotspalette verbreitern und schärfen wir unser bewährtes Profil als Mengenbündler und Standardisierer um die Rollen als unternehmerisch agierender Innovator und Befähiger für die Institute. Andererseits haben wir auch von Sondereffekten profitiert, die unseren Umsatz und die Ertragssituation zusätzlich gestärkt haben: 2018 war ein sogenanntes großes Kartenumtauschjahr, in dem viele Sparkassen-Cards ihr turnusmäßiges Ablaufdatum erreichten und wir somit rund 22 Millionen neue Debitkarten bereitstellen konnten. Darüber hinaus kam uns die Vollkonsolidierung unseres neuen Beteiligungsunternehmens S-Markt & Mehrwert zugute.“

Sprung nach oben auch beim Jahresüberschuss

Mit der positiven Umsatzentwicklung einher geht auch die Ertragslage des DSV. So konnte gegenüber dem Jahresüberschuss 2017 (17,8 Millionen Euro) eine deutliche Steigerung erzielt werden: Für das Jahr 2018 weist das Unternehmen einen Wert von 45,9 Millionen Euro aus. „Auch wenn die geschilderten Sondereffekte im Spiel waren: Gemessen an Umsatz und Ertrag war das vergangene Jahr damit tatsächlich das bisher erfolgreichste unserer über 80-jährigen Unternehmensgeschichte“, resümiert Stollarz. „Darüber freue ich mich natürlich. Obwohl in unserer speziellen Situation – die DSV-Gesellschafter,

regionale Sparkassenverbände sowie Landesbanken, sind zugleich unsere Kunden – die Prämisse nicht Gewinnmaximierung lautet, sondern unternehmerisches, auskömmliches Wirtschaften.“

Verbunden mit der Entwicklung neuer Leistungen und Produkte war auch ein moderates Wachstum der Mitarbeiterzahlen. Dies gilt sowohl für den DSV als auch für die DSV-Gruppe. Während zum 31. Dezember 2018 im DSV binnen Jahresfrist ein moderater Anstieg von 971 auf 981 Personen zu verzeichnen war, kletterte die Beschäftigtenzahl in der DSV-Gruppe von 2217 auf 2271. In den Gruppenzahlen berücksichtigt ist dabei sowohl schon der erwähnte Einbezug der S-Markt & Mehrwert (S-MM) als auch der Übergang der Mitarbeiter des neuen Payment-Joint-Ventures des DSV mit der international tätigen Ingenico Group, Payone, die in die Konzernstruktur der Ingenico eintraten.

DSV-Gruppe treibt moderne Bezahlverfahren voran

Anfang Mai 2019 meldete das renommierte Kölner Handelsforschungsinstitut EHI, [dass Kartenzahlungen im stationären Einzelhandel 2018 beim Umsatzanteil erstmals das Bargeld überholt haben](#)

. Als Kompetenzcenter Payment für die Sparkassenorganisation hat die DSV-Gruppe diesen Zukunftstrend maßgeblich mitbefördert, darüber hinaus wurden 2018 große Fortschritte bei der Umsetzung der Digitalstrategie der Sparkassen gemacht, so das Unternehmen in einer Pressemitteilung.

Die Zahlen zeigen: Kontaktloses Bezahlen liegt im Trend.

(© DSV)

Mit der laufenden Vollausrüstung der Sparkassen-Cards und Kreditkarten mit Kontaktlos-Funktion sowie dem Start der App „Mobiles Bezahlen“ ermöglicht die DSV-Gruppe den Sparkassen, ihren Kunden einfaches, schnelles und bequemes Bezahlen an den Kassen des Handels anzubieten. Die aktuellen Zahlen für die Sparkassen-Finanzgruppe bestätigen den Trend: Beim Anteil der Kontaktlos-Transaktionen an allen Girocard-Zahlungen mit Sparkassen-Cards liegen die Sparkassenkunden mit 27,4 Prozent (Stand: 31. März 2019) deutlich über dem Durchschnittswert für den Handel; seit der Einführung der Kontaktlos-Funktion vor gut zwei Jahren bezahlten die Sparkassenkunden bereits 371 Millionen Mal mit ihrer Sparkassen-Card.

Ermöglicht wurde die starke Position der Sparkassengruppe auch dadurch, dass die DSV-Gruppe die Infrastruktur für dieses moderne Bezahlverfahren mit vorangetrieben hat. So sind bereits 81 Prozent der deutschen Kassenterminals für Kontaktlosbezahlungen freigeschaltet (680 000 von 840 000) und bis Ende 2019 werden 97 Prozent aller Sparkassen-Cards über die Kontaktlos-Bezahlfunktion

verfügen; die Vollausrüstung aller 46,3 Millionen Debitkarten wird Ende 2020 erreicht.

Erfolgreicher Mobile-Payment-Start

Ende Juli 2018 startete die DSV-Gruppe mit dem flächendeckenden Angebot des mobilen Bezahls mit Android-Geräten: Die Kunden können ihre Sparkassen-Card – und auch ihre Sparkassen-Kreditkarte von Mastercard – digitalisieren und so ihr Smartphone via App zum Bezahlinstrument erweitern. Dass das von der DSV-Gruppe für die Sparkassen und deren Kunden bereitgestellte Angebot ankommt, zeigen die Zahlen zum 30. April 2019. Schon neun Monate nach dem Start waren 535 000 Downloads der App erfolgt, die Zahl der digitalisierten Karten lag bei 307 000. Die Anzahl der Smartphone-Zahlungen hat bereits die Zwei-Millionen-Grenze überschritten, der mit ihnen getätigte Umsatz erreichte eine Höhe von gut 44 Millionen Euro.

Zu den noch für 2019 geplanten Erweiterungen zählen die Integration der Visa-Kreditkarten, die „echte Transaktionshistorie“ (der Überblick über die mit der App bezahlten Einkäufe in Echtzeit) sowie die Nutzung von biometrischen Daten – wie etwa Fingerabdruck oder Gesichtserkennung – zur Authentifizierung. In Bezug auf die Erweiterung des Angebots auf Apple-Geräte führt die Sparkassenorganisation sehr positive Gespräche mit dem US-Unternehmen. „Wir wollen noch in diesem Jahr den Instituten und damit den Sparkassenkunden Apple Pay anbieten“, erklärt Ottmar Bloching, für Payment zuständiger DSV-Geschäftsführer, die Zielrichtung.

Paydirekt auf Wachstumskurs

Seit 2018 leitet Henning vorm Walde die GIZS. Das Gemeinschaftsunternehmen des DSV sowie der Helaba und der LBBW wurde zur Beteiligung der Sparkassen-Finanzgruppe am Zahlverfahren Paydirekt gegründet.

[Das Online-Bezahlverfahren der deutschen Sparkassen und Banken hat 2018 deutlich an Fahrt aufgenommen:](#)

Vergleicht man die Marktdurchdringung mit anderen Bezahlarten drei Jahre nach Marktstart, so entwickelt sich Paydirekt überdurchschnittlich. Heute können rund 2,6 Millionen registrierte Kunden bei mehr als 10 000 attraktiven Shops über alle Branchen hinweg mit Paydirekt bezahlen, darunter die Otto Group und CTS Eventim. Im Dezember 2018 wurde die Deutsche Bahn als Händler gewonnen: Damit ist die Reichweite des Händlerumsatzvolumens auf aktuell rund 15 Milliarden Euro angestiegen. Gemessen am Umsatz hat sich das Volumen des Paydirekt-Händlerportfolios im letzten Jahr damit verdreifacht.

Zu den aktuellen Paydirekt-Innovationen zählt die mobile Payment-Funktion "oneKlick", mit der Sparkassenkunden den Bezahlvorgang über Apps noch schneller

auslösen können. Sobald sich der Kunde in der betreffenden App einmalig registriert hat, kann er über PIN oder Fingerabdruck mit Paydirekt zahlen.

Digitale Angebote: Chatbot Linda und Online-Steuererklärung

Mit ihren digitalen Angeboten unterstützt die DSV-Gruppe die Sparkasseninstitute im Alltagsgeschäft.

So beantwortet der Chatbot Linda Standardanfragen

, etwa zu Öffnungszeiten von Filialen und der Verfügbarkeit von Geldautomaten, so dass die qualifizierten Berater vor Ort mehr Zeit für beratungsintensive Themen wie Immobilienfinanzierung, Firmenkundengeschäft und Altersvorsorge haben. Die persönliche und kundennahe Beratung wird auf diese Weise weiter gestärkt. Auch andere Services lassen sich mit dem Girokonto und somit direkt mit dem Onlinebanking verbinden. Ein Beispiel ist die Online-Steuererklärung, die vom SFP mitentwickelt wurde. Auf diese Weise nehmen die Nutzer ihre Sparkasse verstärkt als „digitales Zuhause“ für ihre Finanzdaten und -werte wahr.

Sparkassen-Data-Analytics, sprich: Daten und das Wissen um deren adäquate Auswertung, ist eine Verbundlösung von DSV-Gruppe, Finanz Informatik und S-Rating (Sparkassen Rating und Risikosysteme). Mit ihr können Institute Kunden aufgrund ihrer Affinität zu einem bestimmten Produkt ansprechen – und nicht wie bisher, weil sie einer bestimmten Zielgruppe angehören. Auf diese Weise rücken auch Kunden in den Vertriebsfokus, die bisher dort nicht aufgetaucht sind – mit großem Erfolg, wie erste Pilotierungen zeigen. Sparkassen-Data-Analytics wird künftig ein entscheidender Erfolgsfaktor in der Kundenbeziehung sein und so zu einem Wettbewerbsvorteil werden.

Whats-App-Lösung für Sparkassen

Mit Unterstützung der DSV-Gruppe führt die Sparkassenorganisation den Messaging-Dienst Whats-App, der zu den weltweit beliebtesten Anwendungen gehört, für ihre Kundenkommunikation ein. Die neu formierte S-Markt & Mehrwert (S-MM) realisiert die Kommunikations- und Servicedienste für alle Partner in der Sparkassen-Finanzgruppe. Dazu nutzt die S-MM die Whats-App-Business-Lösung und integriert die Whats-App-Schnittstelle auch in OSPlus, um Sparkassen bei der Kommunikation mit ihren Kunden zu unterstützen. Das Hosting erfolgt zur Sicherstellung des Datenschutzes auf Servern in Deutschland.

Das Chatten mit der Sparkasse wird immer beliebter.

(© DSV)

In Zusammenarbeit mit Steuerberatern, Wirtschaftsprüfern und IT-Dienstleistern ist im April 2018 die Umstellung auf den neuen medienbruchfreien

Übertragungsstandard für den Digitalen Finanzbericht gestartet. Das bedeutet, dass die elektronischen Jahresabschlüsse und Einnahmenüberschussrechnungen des Sparkassen-Firmenkunden vom Steuerberater direkt in das sparkasseneigene Analysesystem (EBIL) übertragbar sind, das der DSV für die Sparkassen bereitstellt. Die Übergabe in Papierform gehört damit bald der Vergangenheit an. Auch weitere Routinetätigkeiten bei der Analyse der wirtschaftlichen Verhältnisse können in Zukunft automatisiert werden – dadurch gewinnen Firmenkunden und Sparkassen weiter an Prozesseffizienz. Die neue Lösung optimiert damit die Firmenkundenkreditprozesse und fügt sich nahtlos in die Digitalisierungsstrategie der Sparkassen-Finanzgruppe ein.

Konsolidierungen zugunsten der Sparkassenorganisation

„Es ist und bleibt unsere Zielsetzung, Einheiten zusammenbringen, die sich inhaltlich ergänzen. So erzeugen wir Synergien zugunsten der Sparkassen-Finanzgruppe“, erklärt DSV-Chef Stollarz. Auch 2018 hat der DSV dies aktiv vorangetrieben und in diesem Zug auch sein eigenes Beteiligungsportfolio weiter konsolidiert.

[S-Markt & Mehrwert \(S-MM\): Unter diesem Namen tritt seit Ende 2018 der Zusammenschluss der Sparkassen-Dienstleister für Kunden- und Mehrwertservices auf.](#)

Vorgängerunternehmen waren die Mehr-Wert-Servicegesellschaft und die S Direkt-Marketing.

[Zum Jahreswechsel auf 2019 kam mit dem Erwerb aller Anteile ergänzend das S Institut für Marketing & Kundenbindung \(S-IMK\) zur S-MM.](#)

Unter der unternehmerischen Führung des DSV hat sich damit ein leistungsstarkes Unternehmen formiert, das für Sparkassen und Verbundpartner umfassende Serviceleistungen zur professionellen Marktbearbeitung aus einer Hand bereitstellt. Beteiligt an der S-MM sind der DSV als Mehrheitsgesellschafter mit 51 Prozent und die Deutsche Assistance Versicherung AG (Örag Konzern) mit 49 Prozent der Anteile.

„Die Leistungsportfolien der Unternehmen ergänzen sich optimal. Wir bieten künftig die Kompetenzen und Serviceleistungen bei Mehrwert- und Marketinglösungen, im medialen Kundenservice sowie in der Beratung und Entwicklung von Kundenbindungslösungen aus einer Hand, damit die Institute ihre Marktposition weiter ausbauen können“, erklärt Stefan Roesler, für das mediale Angebot zuständiger DSV-Geschäftsführer. In der Geschäftsführung der neuen S-MM verantwortet Marcus Hansen die Integration der Gesellschaften. Thomas Henkel und der bisherige S-IMK-Geschäftsführer Hans Josef Schmitz bearbeiten die Marktthemen. Dem Führungsteam gehören weiterhin Mustafa Öztürk für die

Produktion von Mehrwertdiensten sowie Ingo van Uehm mit dem operativen Schwerpunkt Callcenter/Kundenservices an.

Joint-Venture mit Ingenico Group: Payone

Der vertragliche Zusammenschluss der DSV-eigenen BS Payone mit der Ingenico Payment Services

sowie weiteren Gesellschaften der börsennotierten, international tätigen Ingenico Group ist wie geplant zum Jahresbeginn 2019 erfolgt. Damit hat die DSV-Gruppe entscheidende Weichen für das Payment-Geschäft der Sparkassen-Finanzgruppe und das damit verbundene Händlerakzeptanzgeschäft gestellt. „Das Joint Venture, das den Namen Payone tragen wird, soll als eines der modernsten und digital getriebenen Unternehmen seiner Art mit seinen umfassenden Service- und Produktleistungen die Sparkassen-Finanzgruppe und deren Händlerkunden im Bereich Zahlungslösungen entscheidend unterstützen und Angebote für die Zukunft entwickeln“, umreißt Ottmar Bloching die Zielsetzung. Um Synergie- und Skaleneffekte im zunehmend international geprägten Payment-Geschäft zu erzielen, werde Payone in der gesamten DACH-Region (Deutschland, Österreich und die Schweiz) agieren.

Die DSV-Gruppe hält 48 Prozent der Anteile an der neuen Payone, 52 Prozent hat die Ingenico Group. Vertraglich vereinbart ist, dass wichtige Entscheidungen im Konsens beider Partner getroffen werden und sichert damit ab, dass die Stakeholder-Belange gewährleistet sind. Als Vorsitzender der Payone-Geschäftsführung fungiert Niklaus Santschi, bislang CEO von BS Payone.

2018 wurde das bisherige DSV-Tochterunternehmen DSV Logistik in den DSV-Bereich Supply Chain integriert.

Zu Jahresbeginn 2019 folgte die Deutsche Sparkassen Datendienste (DSD)

, die Produkte und Services rund um das Thema Standardsoftware anboten, und gingen im DSV auf. Durch beide Zusammenführungen reduzierte sich der administrative Aufwand innerhalb der DSV-Gruppe und es ergaben sich Vorteile in der Steuerung.

Die Sparkassendienstleister Proservice Dienstleistungsgesellschaft und die Sparkassen-Einkaufsgesellschaft, Tochtergesellschaft des DSV, arbeiten künftig enger zusammen, um die Leistungen in der Materialwirtschaft für die Sparkassen sinnvoller zu bündeln. Im Mittelpunkt der Partnerschaft stehen ein gemeinsames Lieferantenportfolio, der Betrieb einer einzigen Bestellplattform und die Nutzung standardisierter Prozesse, um so größtmögliche Synergien entstehen zu lassen.

Die DSV-Gruppe hat sich 2018 am Identifikationsdienst Yes beteiligt, der es Kunden ermöglicht, sich gegenüber Behörden und Händlern zu identifizieren. Auf die Partizipation an Yes haben sich grundsätzlich alle Sparkassen verständigt, 65 Prozent

der Institute haben ihre Teilnahme schon fixgemacht. Als digitaler Identitäts- und Vertrauensdienst bietet Yes den Kunden der Sparkassen die Möglichkeit, sich einfach und sicher online zu identifizieren und lange Antragsstrecken im E-Commerce zu überspringen. Die Sparkassenorganisation plant den Marktstart für Juni 2019.

Stollarz: DSV ist 2019 gut gestartet

Michael Stollarz freut sich über den Geschäftsverlauf des ersten Quartals 2019, in dem sich die drei DSV-Geschäftsbereiche Payment, Geschäftsbetrieb sowie Fach- und Bildungsmedien erfreulicherweise in den Planvorgaben und zum Teil auch spürbar darüber hinaus bewegten. Weiterhin stärken will Stollarz das gemeinsame Profil aller Einheiten und Unternehmen der DSV-Gruppe, um den Kunden umfassende Angebote aus einer Hand machen zu können: „In diesem Sinne haben wir 2018 unseren Internetauftritt erneuert und planen erstmals eine gruppenweite Hausmesse.“

Innovationen treffen auf Sondereffekte, in SparkassenZeitung (28. Mai 2019). URL: .
Abgerufen am: 28. Mai 2019

Scannen Sie diesen Code mit Ihrem Smartphone
und lesen Sie diesen und weitere Beiträge online