



## 50-Jahr-Feier: dsb lud zum Branchentreff ins Porsche-Museum

### Die Gäste erlebten Fachvorträge, schnelle Autos, klassische Töne und moderne Beats

Zusammen mit insgesamt 105 Gästen feierte die dsb Gruppe am 22. und 23. September ihr Firmenjubiläum in Stuttgart. Im Fokus der Veranstaltung standen, nach einem kurzen Unternehmensrückblick, die Trends von morgen. „Die Fähigkeit, Entwicklungen rechtzeitig zu erkennen und von Anfang an mitzugestalten ist einer der Gründe dafür, dass wir dieses Jahr unser Jubiläum begehen können. Denn zukunftsfähige Technologien und Prozesse stehen seit 1966 im Mittelpunkt unserer Services. Wer erfolgreich sein möchte, muss die Herausforderungen von morgen kennen“, so die Meinung von Olaf Bendt, Geschäftsführer der dsb Gruppe.

Aus diesem Grund richtete sich der Fokus des Tagungsprogramms auch auf die Zukunft und nicht auf die Vergangenheit. Nach einem kurzen Einblick in die Firmenhistorie von dsb und die aktuellen Aufgabenfelder informierte Dr. Eberhard Veit die Teilnehmer über die Auswirkungen der zunehmenden Digitalisierung. Als Mitglied im Leitungsgremium der Plattform Industrie 4.0 berät er unter anderem die Bundeskanzlerin und versorgte nun die Zuhörer mit neuesten Fakten. Im Anschluss vermittelte M2L-Geschäftsführer Andy Thäger den Gästen die wichtigsten Kniffe, um Marken und Produkte erfolgreich im Netz zu platzieren. „Programmatic Advertising“ lautet das Stichwort, unter dem er verdeutlichte, wie Werbebudgets auf Online-Plattformen zielgerichtet eingesetzt werden und sich in hohen Conversion-Rates auszahlen. Auf lustige und trotzdem wissenschaftlich fundierte Weise räumte der Körpersprache-Experte Stefan Verra zum Abschluss des Vortragsprogramms mit so manchem Vorurteil beim Deuten von Gestik und Mimik auf. Sehr anschaulich erklärte er neueste Forschungsergebnisse und holte sich zu Demonstrationszwecken auch den ein oder anderen Gast auf die Bühne.

Beim Galadiner kamen neben dem Gaumen auch die Ohren der Gäste auf ihre Kosten: Tenor Wolfgang Rauch nahm die Gäste während des Essens mit auf eine musikalische Reise durch die Welt der Oper. Nach dem Essen stand ein exklusiver Rundgang durch das Porsche-Museum an. Eine Live-Band sorgte mit modernen Beats für einen entspannten Branchentalk inmitten der Autoausstellung.

In zwei verschiedenen Workshops konnten sich die Gäste am zweiten Tag frische Impulse zu E-Shops und Self-Service-Plattformen sowie zu den neuesten Abo-Varianten und Payment-Verfahren holen. „Die Teilnehmer bestätigten eindeutig den Trend hin zu immer flexibleren Abo- und Abrechnungsformen. Verlage und ihre Dienstleister setzen heute auf möglichst breite Kombinationsmöglichkeiten. Ob Time-based Subscription, Club-Modelle, E-Wallet-Lösungen oder Sofortüberweisung – die Entscheider in der Branche entwickeln individuelle Erfolgsstrategien und brauchen eine Customer-Care- und Billing-Lösung, die unterschiedlichste Business-Modelle abdeckt“, so lautet das Fazit von Workshop-Referent Thomas Müller, Head of Account Management bei dsb ccb solutions. „Die dsb Gruppe freut sich darauf, ihre Kunden in eine spannende Zukunft zu begleiten und mit ihren Lösungen zu unterstützen.“