

Die Sparkasse als öffentlicher Erlebnisraum

Bühne frei für den Kunden

Schon vor dem Gebäude der Sparkasse wird ein „Herzlich Willkommen“ signalisiert – ein roter Teppich lädt ein, die neue Hauptstelle der Sparkasse Forchheim zu besuchen! Die attraktiven Angebote, die von den Kooperationspartnern im Schaufenster und Eingangsbereich präsentiert werden, animieren auch Nichtkunden zum Betreten. Nach freundlicher Begrüßung durch eine Mitarbeiterin am Empfang präsentiert sich die neue Offenheit auf den ersten Blick – keine visuellen Barrieren, sondern transparente Materialien und Raumelemente, die auf die Angebote der Sparkasse und der Partner aufmerksam machen und für eine klare Orientierung sorgen.

Die Schaffung eines öffentlichen Erlebnisraumes in Verbindung mit einer überzeugenden Kompetenzpräsentation der Sparkasse standen im Mittelpunkt der Planungsüberlegungen.

barrieren sowie Glas- oder Leichtbauwände, sondern eine hochflexible, ansprechende Kulissenarchitektur, die alle Finanz- und Servicethemen optimal in Szene setzt und bei Bedarf in kurzer Zeit umstrukturiert, neu gestaltet oder vollständig aus der Kundenhalle entfernt werden kann.

Die Integration zusätzlicher Dienstleistungsangebote bietet hohen Mehrwert für Kunden und An-

Die Integration zusätzlicher Dienstleistungsangebote bietet hohen Mehrwert für Kunden und An-



Links außen: Beratung am runden Tisch, begleitet vom freundlichen Lächeln auf der teiltransparenten Stoffwand, die den Teamraum der Servicemitarbeiter abtrennt.

Links: Ein roter Teppich lädt ein, die neue Hauptstelle der Sparkasse zu besuchen..

Unten: Das ServiceCenter im zentralen Lichthof. Der rote Teppich geleitet zum freundlichen Empfangs-Assistenten.

Obwohl man erst 1999 umfassend modernisierte und das Raumangebot im Erdgeschoss durch einen Anbau deutlich erweiterte, entschied sich die Sparkasse zur „Weiterentwicklung“ der Kundenhalle. Veränderte Rahmenbedingungen sowie das im Rahmen der Balanced Scorecard entwickelte Kundenbegeisterungsmodell erforderten einen neuen Auftritt, um für Kunden und die, die es werden wollen, noch attraktiver zu sein. So entstand die Idee einer „Finanzbühne“ – ein vom Bankspezialisten Communicate aus Plochingen entwickeltes Raum- und Kommunikationskonzept, das in enger Zusammenarbeit mit dem Innenarchitekturbüro Neumaier aus Ansbach konsequent umgesetzt wurde. Die Analogie zur Theaterbühne war Grundlage der Planung. Keine schweren Theken-





Oben: Verschiebevorgang der SB-Insel durch die Kundenhalle. Auf Luftkissen schwebend wird das SB-Angebot innerhalb auf 2 Minuten in die jeweils optimalen Standorte für Tages- und Nachtbetrieb positioniert.



Rechts: Aktionsfläche „S-Forum“ im Übergang zum Loungebereich.



Unten rechts: KompetenzShops; Präsentation der Beratungskompetenz.

Links oben/unten: SB-Insel im Tagesbetrieb und mit elektromotorisch ausgefahrenem Technikraum.



INFO

DAS KONZEPT DER SB-INSEL

Sicherheitsraum bei Bedarf

Die SB-Insel hat sich vielfach bei Banken und Sparkassen bewährt und eröffnet bereits in der Planungsphase neue Möglichkeiten, die SB-Technik so zu platzieren, dass SB-Nutzer wieder in das Bankgeschehen integriert werden und in Kontakt mit den Bankmitarbeitern kommen. Die Besonderheit der SB-Insel liegt nicht nur in der Gestaltung, die eine Platzierung an beliebiger Stelle mitten im Raum zulässt, sondern im Sicherheitsaspekt: Immer wenn ein Zugang zum Servicebereich der Automaten nötig wird, wird der „Sicherheitsraum nach Bedarf“ generiert. Mittels Fernbedienung erhebt sich die mittige Fläche der SB-Insel zu

einem Zylinder und konfiguriert damit einen mannshohen, absolut sicheren und von außen nicht einsehbaren Serviceraum, welcher anschließend ebenfalls durch Tastendruck wieder in das Möbel versinkt. Das komplette System ist UVV-Kassengerecht, da die Sicherheit der für die Versorgung zuständigen Bankmitarbeiter zu jedem Zeitpunkt sichergestellt ist. Neu hinzu kam in Forchheim die Mobilität über Luftkissenteknik – eine Technik, die im industriellen Bereich seit Jahren eingesetzt wird und die sich durch ihre Zuverlässigkeit und Wartungsfreiheit auch für den Einsatz in Verbindung mit der SB-Insel anbietet. (SB-Insel patentrechtlich geschützt)

reize für Nichtkunden, die Sparkasse zu besuchen. Schon nach den ersten Monaten kann man feststellen – das Konzept ging auf, wobei Erfolgsfaktoren nicht zuletzt die Mitarbeiter der Sparkasse waren, die umfassend auf die neue Struktur vorbereitet und auf ein „aktives Verkaufen“ geschult wurden.

Das ServiceCenter

Erste Anlaufstelle in der Kundenhalle ist das ServiceCenter mit einem zentralen Empfang. Das ServiceCenter wurde als großes Kreiselement inmitten des 10 Meter hohen Lichthofes realisiert. Im Inneren des Zylinders befindet sich der Teamraum der Mitarbeiter, der durch eine spezielle Sichtschutzstoffwand den freien Blick auf das Geschehen nach außen zulässt, den

Kunden von außen jedoch nur beschränkt Einblick gewährt. Die Schnellberatung erfolgt an Dialogpunkten mit bündig in den Tisch integrierten Bildschirmen, die vollständig als Bistro-Tische gestaltet sind und dem Kunden die freie Positionswahl nach seinem Gusto und Diskretionsbedürfnis erlaubt. Auf Diskretionswände konnte vollständig verzichtet werden, da durch die Anordnung des Bildschirms die Information nur am Tisch selbst wahrgenommen werden kann. Das komplette ServiceCenter inklusive aller Technik kann innerhalb von 30 Minuten vollständig entfernt werden, damit die Kundenhalle dann für Großveranstaltungen mit bis zu 450 Gästen genutzt werden kann.

Die mobilen SB-Inseln

Das von COMunicate entwickelte Selbstbedienungselement integriert die komplette SB-Technik in einem ansprechenden Möbel und steht tagsüber in der Kundenhalle und somit im Mittelpunkt des Kommunikationsprozesses. Nur am Abend wird die SB-Insel ins SB-Foyer verfahren. Insgesamt 11 SB-Geräte sind auf zwei mobilen SB-Inseln gebündelt. Mit einem Gesamtgewicht von jeweils 3,5 Tonnen sind diese Inseln durch Luftkissenteknik von 2 Personen problemlos verschiebbar. Spezialstecker fassen Strom-/Daten-/Sicherheits-Leitungen zusammen und können zuverlässig mit einem Handgriff gelöst und an der neuen Position wieder angeschlossen werden. Die SB-Plattformen werden morgens – kurz nach Öffnung, während des Kundenbetriebs – in circa 2 Minuten von ihrer Nachtzugangsposition zum 20 Meter entfernten Tagesstandort direkt neben dem ServiceCenter verschoben. Durch die mobilen SB-In-



Oben: Die Partner-Shops im Eingang: TUI-Reisebüro und TelefonShop T-Mobile.



Links: TESTA ROSSA caffèbar: Einladende Atmosphäre mit italienischem Flair für Kunden, Besucher und Mitarbeiter.

seln wurde eine neue Dimension der Flexibilität und der Kundenansprache erreicht. Die 1A-Lage im Eingangsbereich, die traditionell für SB-Wände belegt ist, konnte für andere Attraktivitäten genutzt werden und SB-Nutzer kommen tagsüber wieder in die Kundenhalle und somit in Kontakt mit den Sparkassenmitarbeitern.

Die KompetenzShops

Nachdem es gelungen ist, die Kunden über die SB-Nutzung wieder in die Kundenhalle zu bringen –

und dies zur Überraschung der Sparkasse von den Kunden ohne Eingewöhnungsphase sehr positiv empfunden wurde –, kann hier die Kompetenz des Geldinstituts in neuer Dimension vermittelt werden. In unmittelbarer Nähe des ServiceCenters und der SB-Inseln präsentieren sich die Dienstleistungsbereiche der Sparkasse in 9 KompetenzShops. Die KompetenzShops sind ständig von Beratern besetzt – die Annoncierung der Kundenthemen erfolgt über großflächig bedruckte Stoffbahnen und Monitore. Die offene Gestaltung der Arbeits-

Unten: Das WasserWerk in der Lounge.



Aktionsbühne im Pavillon: Kunst – Spiel – Funktion. Das Großschachspiel als EyeCatcher auf einer Multifunktionsbühne, die je nach Bedarf zur Aktionsbühne für Konzerte, Vorträge und Ausstellungen genutzt werden kann.



Das Team: Dr. Ewald Maier, Peter Beyerlein, Horst Neumaier, Edgar Weber, Werner Klingelhofer.

plätze unterstützt die Mitarbeiter bei der Besucheransprache und fördert die Kommunikation mit dem Kunden. Ergeben sich längere Beratungsgespräche, wird der Kunde an einen freien Berater übergeben und in einen der Beratungsräume begleitet. Durch ein mit den Mitarbeitern ausgearbeitetes Shop-Belegungsmodell übernimmt jeder Kundenbetreuer etwa einen halben Tag in der Woche die Besetzung der KompetenzShops.

PartnerShops

Entscheidend für die Attraktivität der Kundenhalle und den Mehrwert für die Besucher war die Auswahl der Partner, die hier als Frequenzbringer gemeinsam mit der Sparkasse auftreten und die 1A-Flächen im Haupteingangsbereich belegen. Der Besuch der PartnerShops erfolgt ausschließlich über die Kundenhalle der Sparkasse – die Shops sind je-



Präsentation auf verschiedenen Ebenen.

doch so platziert, dass auch eine Öffnung außerhalb der Banköffnungszeiten möglich ist. Nach einer umfangreichen Analyse am Standort Forchheim und vielen Gesprächen mit potentiellen Partnern hat man sich entschieden für

- ▶ T-Mobile mit einem Angebot aus Handys und Zubehör,
- ▶ TUI-Reisebüro MÄXX, ein renommiertes Reisebüro aus Forchheim,
- ▶ MAXDATA mit einem Angebot an Computer-Hardware und Service.

Eingebunden in die Shopwelt ist auch das Electronic-Banking-Angebot der Sparkasse, das in einem integrierten Beratungsplatz vorgestellt wird. Es lohnt sich auch hier, Kunde der Sparkasse zu sein – dann genießen die Shops attraktive Nachlässe und Produkt-Bundles.

Aktionsfläche „S-Forum“

Nicht zu kurz kommen auch die Themenschwerpunkte der Sparkasse, die in ständigem Wechsel auf der Aktionsfläche ins richtige (Bühnen-)Licht gerückt werden.

Sparkassen-Produkte und auch Präsentationen der Verbundpartner werden hier monatlich neu aufgebaut. Dank professioneller Studio-technik mit Bühnenstrahlern und Beschallung ist auch hier sichergestellt, dass die Aktionen Beachtung finden und die Kundenhalle beleben.

Teamwelt

Der umfassendste Planungsprozess fand im Bereich der Teamarbeitsplätze der Mitarbeiter statt. Die von den Planern empfohlenen „non-territorialen Arbeitsplätze“ sind bisher ohne Beispiel im Bereich von Bankmitarbeitern mit permanentem Kundenkontakt. Aufwändige Recherchen und die Einbindung der Mitarbeiter von Beginn der Planung an waren notwendige Erfolgsgaranten. Durch die Integration von Gartenflächen mit Rückzugsmöglichkeiten („Denker-Oasen“), Trennwänden aus Grünpflanzen, persönliche Caddies, Laptops und schnurlosen Telefonen wurde für die Mitarbeiter eine neue teamorientierte und hochmotivierende Arbeitswelt geschaffen. Auch die Abteilungsleiter konnten aus ihren bisherigen Einzelzimmern in die Teamwelt einbezogen und begeistert werden.

Beratungsräume

Der Kunde hat die Wahl – 16 Beratungsräume an der hinteren Fassade wurden umgestaltet und völlig unterschiedlich ausgestattet. Als übergeordnetes Thema wurden die 4 Elemente – Erde, Luft, Feuer und Wasser – gewählt, die sich sowohl farblich in den Räumen wiederfinden als auch durch entsprechende Pflanz- und Kunstelemente belegt werden.

caffèbar – Aktionsbühne – Lounge

Zum Highlight der neuen Kundenhalle hat sich zwischenzeitlich die caffèbar entwickelt. Mit der Erfahrung aus vergangenen Projekten hat auch hier COMunicate den passenden Partner gefunden und konnte als Franchisegeber TESTA ROSSA gewinnen.

Ein Angebot italienischer Köstlichkeiten und verschiedener Kaffeespezialitäten werden von einem professionellen Team angeboten.



Dr. Ewald Maier,
Vorstand
Sparkasse
Forchheim.

Wo Beratung beginnt und Service nie aufhört

Der Grundstein für das neue Auftreten der Sparkasse und das nach außen sichtbare und moderne Vertriebskonzept wurde vom Vorstandsvorsitzenden Dr. Ewald Maier schon früher gelegt: „Eine meiner ersten Sofortmaßnahmen als Vorstand vor drei Jahren war, die bisherigen Kundenbetreuungsgruppen aufzulösen und sukzessive den Kunden dem jeweiligen Beratertyp zuzuordnen. Damit begann bei uns die Umsetzung der Vision 2010 der Forchheimer Sparkasse.“

Keine halben Sachen – lautet dabei die Devise des oberfränkischen Geldinstituts. Nur konsequent war also die Suche nach einem zukunfts-trächtigen Filialkonzept, das die Weichen für eine langfristige Wettbewerbsfähigkeit stellen sollte. Dr. Ewald Maier wusste damals bereits: „Wir wollen ein Dienstleister im ganzheitlichen Sinne sein und mehr bieten als nur Bankprodukte. Unser unvergleichliches Profil drückt sich entsprechend in unserem Motto aus ‚Wo Beratung beginnt und Service nie aufhört‘.“

Dazu passt eine völlig Sparkassen-untypische Atmosphäre, die für die Forchheimer Bürger den Anreiz

schafft, auch mal in die Bank zu kommen, ohne unmittelbar ein Bankgeschäft erledigen zu müssen.“ Und er präzisiert: „Natürlich musste es ein Konzept sein, das zu uns – also in die Region und zur Mentalität unserer Kunden – passt.“

Im Wesentlichen sollten folgende Ziele mit der Weiterentwicklung der Hauptstelle erreicht werden:

1. Die Kundenbindung mit gesteigerter Kundenzufriedenheit erhöhen. „Dafür stellen wir den Kunden in den Mittelpunkt all unseres Tuns – und das ist nicht nur ein Lippenbekenntnis“, erklärt Dr. Ewald Maier.

2. Eine Wohlfühlatmosphäre für Kunden und Mitarbeiter schaffen. „Wir betrachten unsere Kunden als Partner. Deshalb wollen wir über die reine Bankdienstleistung hinaus mehr von ihm erfahren, um ihn noch besser betreuen zu können“, beschreibt der Vorstandsvorsitzende die Philosophie seines Hauses, die von einer einladenden „Beratungswelt“ unterstützt wird.

3. Die Sparkassen-Kompetenz überzeugend präsentieren. An dieser Stelle beweist die Sparkasse Forchheim erneut, dass die Kundenorien-

tierung eindeutig im Fokus steht. Denn es werden keine abstrakten Produkte mit unverständlichen Namen und Abkürzungen mehr angeboten, sondern reale Bedürfnisse der Kunden über die KompetenzShops angesprochen.

4. Kooperationen mit starken Partnern, um Mehrwert für Kunden zu schaffen und neue Kunden zu gewinnen. „Wichtig war uns, starke Partner mit starken Marken zu finden, die zu uns passen und unser Angebot sinnvoll ergänzen.“ Zufrieden mit dem bisherigen Ergebnis stellt Dr. Maier fest: „Bereits nach wenigen Monaten lässt sich resümieren, dass sich die Anstrengungen gelohnt haben. Seit der Eröffnung unserer neuen Räume Ende Dezember 2004 bekommen wir sehr viel positive Resonanz von unseren Kunden und Besuchern und auch die Mitarbeiter fühlen sich wohl in der neuen Welt. Wir sind sicher, dass sich in dieser Atmosphäre auch die Zahlen so entwickeln, wie es unseren Vorstellungen entspricht.“

Von der Bankkultur zur Verkaufskultur – die Geschäftsstelle als AkquisitionCenter

Raum- und Kommunikationskonzepte für Banken und Handel und dem damit verbundenen Innovationsmanagement sind der Schwerpunkt der COMunicate GmbH.

Ein Team aus Planern, Kreativen, Bankspezialisten und Medieningenieuren realisiert Konzepte, die Kundenräume zu Erlebnisräumen machen und ideale Akquisitionsmöglichkeiten schaffen.

Überzeugen Sie sich von unserer Leistungsfähigkeit. Wir stehen Ihnen als Berater in Zusammenarbeit mit Ihren vertrauten Architekten ebenso zur Verfügung wie gesamtplanerisch mit unseren renommierten, bundesweit vertretenen Partnerunternehmen.

COMunicate GmbH · Teckplatz 7 · 73207 Plochingen
Tel. 07153/61312-0 · Fax 07153/61312-9
info@com-unicate.de · www.com-unicate.de

Mitglied des Kompetenzteams [new bank] mit wissenschaftlicher Unterstützung durch die Fraunhofer-Gesellschaft IAQ.

Kunst – Spiel – Funktion

Eine Kunstinstallation, mit der Ihre Kunden/Besucher spielend in Kontakt treten. Die Großschachspiele der Schachmanufaktur – das Schachfeld als multifunktionale Bühne.

www.schachmanufaktur.de

COMunicate



Mitarbeiterinnen der Sparkasse wurden in einer umfassenden Schulung bei TESTA ROSSA perfekt für den Auftritt in der Sparkassen-caffèbar vorbereitet – bei diesem Angebot muss man sich einfach wohl fühlen. Bereits vor der Sparkasse werden die Passanten auf die TESTA ROSSA caffèbar aufmerksam – große Schirme und eine Außenbestuhlung können nicht übersehen werden. Bereits nach einigen Monaten hat sich die caffèbar fest in Forchheim etabliert – auch bei (Noch-)Nichtkunden der Sparkasse!

Bestandteil der gastronomisch genutzten Fläche ist auch die Aktionsbühne – eine hochflexible Veranstaltungsplattform, die für Vorträge, Ausstellungen regionaler Anbieter/Firmenkunden, Konzerte, Lesungen und Ähnliches genutzt werden kann. Die 4 × 4 Meter große Hubbühne ist komplett und bündig in den Boden integriert und kann bei Bedarf in 8 Teilflächen mit je 2 × 1 Meter auf maximal 80 Zentimeter erhöht werden. Der Clou – während der aktionslosen Zeiten kann Schach gespielt werden. Die Bühne wurde unterteilt in 64 Felder und ist

INFO

FACTS

Die Geschäftsstelle des Jahres

Ausführendes Institut:

Sparkasse Forchheim

Bauzeit:

Juli 2004 bis Dezember 2004

Bilanzvolumen:

1.283 Millionen Euro

Beteiligte Firmen

Konzeption/Planung:

COMunicate GmbH

Neumaier Innenarchitekten

Einrichtung:

örtliche Handwerker, VITRA

SB-Systeme: Wincor Nixdorf

Medien:

MT Medientechnik, Thomann

Großschachspiel:

Schachmanufaktur

Wasserwand/Pflanzkunst:

art aqua

bestückt mit einem Schachspiel – ein Großschachspiel als spielbare Kunstinstallation. Durch das einzigartige Figuren-Design und die erle-

senen Materialien präsentiert sich das Spiel als Kunstobjekt und ist auch in nicht gespieltem Zustand ein EyeCatcher.

Bei Fluggesellschaften, aber auch der Bahn sind sie sehr beliebt – meist allerdings nur für einen elitären Kreis zu betreten: In Forchheim kann sich jedermann in der Lounge wohl fühlen.

Das ideale Ambiente für Beratungsgespräche, eine Kaffeepause oder auch für Veranstaltungen. Eine gediegene Atmosphäre wird erreicht durch die erlesene Möblierung und das WasserWerk, über dessen wasserspeienden Edelstahlflächen Medienkunst gezeigt wird. Das Interesse an der Medienkunst-Installation ist so groß, dass die Sparkasse plant, noch in diesem Jahr ein Medienkunst-Wettbewerb auszusprechen.

Auch die Lounge kann für Veranstaltungen – wie zuletzt die Sparkassen-Immobilientage – umgestaltet werden. Eine Bestuhlung für bis zu 100 Besucher ist möglich – die für die Vorträge erforderliche Medientechnik wurde installiert und ist über Knopfdruck der jeweiligen Situation anzupassen.

Hauptstelle Sparkasse Forchheim

Teichanlage als Blickfang von allen Beratungszimmern

IK + GK Bereich

ZEN Garten

WasserWerk

Lounge

Internet-café

VIP-Bühne mit Gross-Schach

Pavillon

Außenbestuhlung

TESTA ROSSA caffèbar

Aktionsfläche

Kids' Club

KompetenzShop @-COM

ComputerShop MAXDATA

TelefonShop T-Mobile

Sparkasse Forchheim mit Kooperationspartnern:

T-Mobile

MAXDATA

TUI TRAVELStar



24h-Bereich mit Nachtposition SB-Insel

Haupteingang mit Pflanzgefäßen

Open Air Veranstaltungsfläche

16 Beratungszimmer

Kabinen der Abteilungsleiter

ZEN Garten mit Denker-Oase

Kabine Leitung Kundenhalle

TEAMWELT mit non-territorialen Arbeitsplätzen

KompetenzShops

SB-Inseln auf Luftkissen in 24h-Bereich verschiebbar

Große Pflanztröge

Service-Center mit 6 Dialogpunkten

2 Kassen
1 Diskretkasse

TUI-Reisebüro