

Richtungsweisende Ideen für die Filialgestaltung ausgezeichnet

# Die Geschäftsstelle des Jahres steht in Forchheim

37 Geldinstitute hatten sich für den Wettbewerb „Geschäftsstelle des Jahres 2005“ angemeldet. Insgesamt 22 reichten schließlich bis Einsendeschluss alle Unterlagen komplett ein. Dann wurde alles von sieben Juroren gesichtet und bewertet. Am Ende lag die Sparkasse Forchheim mit der bislang einmaligen Durchschnittsnote von 1,3 ganz klar vorn.



Der Redner des Abends: Martin Engstler vom Fraunhofer-Institut.

Die Preisverleihung fand erstmals im Rahmen der Veranstaltung BANK-FINANZSYSTEME auf der CeBIT in Hannover statt. Verleger Alexander Holzmann konnte etwa 80 Ehrengäste und Interessierte begrüßen. In seinem Einstiegsvortrag skizzierte er die allgemein schwierigen Rahmenbedingungen in der Bankenwelt und beschrieb Wege für erfolgreiche Zukunftsstrategien.

Welche Rolle die Filiale im Rahmen eines Multi-Channel-Ansatzes für die Zukunft der Geldinstitute spielt, machte anschließend der Referent des Abends, Martin Engstler vom Fraunhofer-Institut (IAO) in Stuttgart deutlich. Dabei konnte er Ergebnisse der erst kürzlich erschienenen Studie „Bank und Zukunft 2005“ präsentieren. Als wichtigstes strategisches Handlungsfeld ergab die Studie eindeutig das Thema Prozessoptimierung. An zweiter

Unten: Preisträger des Wettbewerbs im Erfahrungsaustausch.



Stelle rangiert die Auslagerung von Prozessen. All dies zeigt, dass die Industrialisierung der Finanzbranche allmählich konkrete Formen annimmt.

Interessant aber auch dies: Insgesamt 34,5 Prozent der Banken plant für 2005 die Umsetzung neuer Filialkonzepte. Die Reduzierung von Filialstandorten wird demgegenüber

nur mit 17,9 Prozent als strategisch wichtig erachtet. Für Martin Engstler zeigt dies klar die Bedeutung der Filiale für die Zukunft in der Bankenszene.

## Die Preisträger

Und dann wurde es spannend! 'gi'-Chefredakteur Erwin Ströbele verkündete die Preisträger des diesjährigen Wettbewerbs. Die Bewertung der Jury erfolgte nach den Kriterien Idee, Planung und Realisierung und orientierte sich am Schulnotensystem. Das Ergebnis

war ebenso eindeutig für den Sieger wie auch höchst knapp bei den Plätzen zwei bis zehn. Da ging es nicht selten um Zehntelpunkte.

Bild unten: Dieter Hoffmann, Vorstand der Sparda Bank Berlin, erklärte im Auditorium seine Konzeption des „OASE“-Konzeptes, welches den 3. Platz belegte.





## Die Top Ten

22 Bewerber reichten Wettbewerbsbeiträge für die „Geschäftsstelle des Jahres 2005“ ein. Im Folgenden nennen wir die zehn Bestplatzierten. Platz drei wurde aufgrund gleicher Punktzahl zweimal vergeben.

1. Platz: Sparkasse Forchheim für die Hauptstelle.
2. Platz: Raiffeisenbank Rheinbach Voreifel für das Raiffeisen-Haus Rheinbach.
3. Platz: Sparkasse Hochsauerland für die Hauptstelle in Brilon.
3. Platz: Sparda-Bank Berlin für ihr neues Konzept „OASE“.
4. Platz: Sparkasse Chemnitz für ihre „Erlebnisgeschäftsstelle“.
5. Platz: Cassa Rurale di Pergine für das neue Finanzzentrum.
6. Platz: Sparkasse Detmold für die Filiale Barntrup.
7. Platz: Sparkasse Niederösterreich für die Hauptanstalt Mitte West in St. Pölten.
8. Platz: Raiffeisenbank Gilching für die Geschäftsstelle Römerstraße.
9. Platz: Kreissparkasse München Starnberg für ihre Hauptstelle Sendlinger-Tor-Platz.
10. Platz: Raiffeisenbank Krumbach-Schwaben für ihre Hauptstelle.

Denn die Qualität der eingereichten Objekte war durchweg ausgezeichnet und richtungsweisend. Verschiedene Jurymitglieder waren der Meinung: Eigentlich müsste man fast alle Objekte auszeichnen. Doch wie immer bei solchen Wettbewerben kann natürlich nur einer der

Erste unter fast Gleichen sein. Diesen exklusiven ersten Platz belegte schließlich die Sparkasse Forchheim mit der Neugestaltung ihrer Hauptgeschäftsstelle. Detailliertere Informationen zu den Erstplatzierten geben die Kastentexte auf den Folgeseiten. Die nebenstehende Top-Ten-Liste gibt darüber hinaus einen Überblick über die Platzierungen. Ein umfangreiches Special „Geschäftsstelle des Jahres 2005“ wird in der nächsten Ausgabe die Top Ten des Wettbewerbs ausführlich präsentieren.

### Win-Win-Situation für alle

Bleibt abschließend all jenen zu danken, die zum Gelingen dieses Wettbewerbs beigetragen haben. Allen voran den teilnehmenden Instituten und der Jury:

- ▶ Prof. Dr. Dieter Bartmann (geschäftsführender Direktor, Institut für Bankinformatik und Bankstrategie an der Universität Regensburg),
- ▶ Dipl.-Kfm. Martin Engstler (Leiter Zentrum Finanzdienstleister, Fraunhofer-IAO, Stuttgart),
- ▶ Gerhard Jendrzej (Abteilungsleiter Medialer Vertrieb, Sparkasse Vest Recklinghausen),
- ▶ Dieter Koppe (Direktor der Zentrale/Referent für Kunst und Architektur, HypoVereinsbank GSC, München),
- ▶ Albert Röthlin (Leiter Privatkunden, Zuger Kantonalbank),
- ▶ Dr. Heinz Wings (Vorstandsvorsitzender der Sparda-Bank Hamburg),
- ▶ Erwin Ströbele (Chefredakteur, 'geldinstitute').

Last, but not least würde sich die Redaktion freuen, wenn der 'gi'-Wettbewerb „Geschäftsstelle des

Jahres“ auch diesmal sein Ziel erreicht, richtungsweisende Ideen für die Gestaltung der Geschäftsstelle mit Zukunft zu geben. Die Erfahrungen der vergangenen Wettbewerbe zeigen, dass der Ansatz des Wettbewerbs stets Früchte trug. So berichteten die Preisträger der Vorjahre stets von einer überwältigenden Resonanz von Seiten interessierter Kollegen aus anderen Instituten. Angesichts der herausragenden Qualität der diesjährigen Preisträger ist die Redaktion überzeugt, dass dies auch diesmal so sein wird. Dann haben sich Aufwand und Mühe gelohnt!



*Verleger Alexander Holzmann skizzierte Herausforderungen und Chancen für die Banken heute und in Zukunft.*



*Bild oben: Das Auditorium verfolgt gespannt die Vorträge.*

*Bild unten: Die Preisträger diskutieren ihre Konzepte.*



*Ute Becht von der Sparkasse Chemnitz freute sich über die Urkunde für den vierten Platz, auch wenn die Chemnitzer knapp das Siegtreppchen verpassten. Die sächsischen Banker hatten ihre Sparkassen-Filiale zu einer Passage in Ellipsenform umgebaut.*



*Das Dialogsystem „Butterfly“ hebt bei der Sparkassen-Filiale Barntrup der Sparkasse Detmold die bisherige Trennung zwischen Bedienung und Selbstbedienung auf. Organisationsdirektor Gerald Knettermeier und Regionalleiterin Daniela Baust stellten das Konzept vor.*



*Als Generalunternehmer übernahm das Selecta-Werk Arnsberg die komplette Einrichtung der Hauptstelle der Raiffeisenbank Krumbach-Schwaben. Selecta-Marketingleiter Helmut Rose nahm deshalb stolz die Urkunde für den zehnten Platz entgegen.*

Überzeugten die Jury mit *Caffèbar*, *Events* und *flexibelster Einrichtung* (v. l. n. r.): Peter Beyerlein (COMunicate), Architekt Neumaier, Edgar Weber (Leiter Organisation) und Dr. Maier (Vorstand der Sparkasse Forchheim). Verleger Alexander Holzmann (rechts im Bild) nahm die Preisverleihung vor.



## PLATZ 1

## GESCHÄFTSSTELLE DES JAHRES 2005: SPARKASSE FORCHHEIM

## Bühne frei für den Dienst am Kunden – die Sparkasse mit Eventcharakter

Eine flexible, offene und ansprechende Gestaltung mit einer Vielzahl von Finanz- und Serviceangeboten wollte die Sparkasse Forchheim in der erst 1999 erbauten Hauptgeschäftsstelle schaffen. Die Bank überlegte, wie sie die neuen Gegebenheiten des Gebäudes besser nutzen könnte. Die Kundenhalle wurde zu einer Art „Finanz-Bühne“ entwickelt, die bei Bedarf in kurzer Zeit umstrukturiert und neu gestaltet werden kann. Um neue Kundenpotenziale zu erschließen gibt es viele zusätzliche

Dienstleistungsangebote. Ein TUI-Reisecenter, ein Computershop und ein Telekomladen fanden im Eingangsbereich der Sparkasse Platz. Die SB-Automaten wurden aus dem Vorraum in die Kundenhalle geholt, so dass die Sparkassenbesucher wieder in die Bankfiliale kommen müssen. Je elf Automaten sind zu „mobilen Inseln“ gruppiert, die sich trotz eines Gesamtgewichts von 3,5 Tonnen dank neuartiger Luftkissentechnik von zwei Mitarbeitern nach Bedarf verschieben lassen. Auf Abtrennungen und Wände wurde beim Umbau überwiegend verzichtet, so dass sich die Kundenhalle als öffentlicher Raum präsentiert. Eine „Testa-Rossa-Caffèbar“, die die Bank als Franchisenehmer führt, lockt Besucher für einen Imbiss oder eine Verabredung in die Sparkasse. Gleichzeitig wird die Kundenhalle für regelmäßige Events genutzt, die zusätzlich Aufmerksamkeit schaffen. Die Einrichtung muss deshalb eine hohe Flexibilität bieten. In Sekundenschnelle hat sich

die Filiale zu verwandeln; Möbel und Wände aus bedruckten Netzflächen lassen sich deshalb ohne große Mühe verräumen. Der Kunde, der seit der Neugestaltung die Sparkasse in Forchheim betritt, schreitet auf einem roten Teppich in das Servicecenter. Dieses ist als großer Kreis im zehn Meter hohen Lichthof umgesetzt. Durch vier transparente Stoffsegmente können die Mitarbeiter an den Teamarbeitsplätzen das Geschehen beobachten und bei Bedarf einschreiten. Das Servicecenter verfügt über Bistro-Tische mit eingelassenen Flachbildschirmen. Um flexibel das Beratungsgespräch an einen anderen Ort zu verlegen, sind die Mitarbeiter mit Rollcontainern für die Unterlagen, Laptops und schnurlosen Telefonen ausgestattet. Bestehen bleiben Einzelzimmer für die Beratung, die farblich ansprechend gestaltet sind. Überaus ansprechend und innovativ fand auch die Jury das Konzept der Forchheimer Sparkasse. Herzlichen Glückwunsch zum ersten Platz!

## PLATZ 2

## GESCHÄFTSSTELLE DES JAHRES 2005: RAIFFEISENBANK RHEINBACH VOREIFEL

## Haus der Begegnung – die Bank als öffentlicher Marktplatz

Alles unter einem Dach, viel Platz und dennoch kurze Wege waren die zentralen Anliegen der Hauptstelle der Raiffeisenbank Rheinbach in der Voreifel vor dem Umbau. In dem aus zwei Gebäudeteilen bestehenden Bankhaus in der Rheinbacher Innenstadt sollten alle Dienstleistungen der Bank zu-



Dieter Erlen (Architekt), Hans-Josef Assenmacher (Marktbereichsleiter) und Karl Josef Wolber (Vorstand) von der Raiffeisenbank Rheinbach freuten sich über den zweiten Platz.

sammengeführt werden. Um die baulichen Gegebenheiten optimal zu nutzen, wurde die Einkaufspassage zwischen den beiden Gebäudeteilen zum Zentrum des neuen Gebäudekomplexes: Über den Passagendurchgang ist die Bank von zwei Seiten zugänglich, die Passage selbst dient als attraktives Bankfoyer. Für Besucher der Bank und der Geschäfte erschließt sich ein zur Passage offener Marktplatz mit

einem großzügigen SB- und Servicebereich. Auf der anderen Seite der Passage ist ein Reisebüro in den Marktplatz der Bank integriert. Nach der Gebäudesanierung wollte sich die Raiffeisenbank verstärkt als Begegnungsstätte etablieren: Der Kunde wird als Gast empfangen und kompetent und umfassend beraten. In der Umsetzung dieses Prinzips wurden Dialogterminals nach modernem technischem Stand eingerichtet, an denen der Kunde direkten Einblick auf den Bildschirm hat und so die Erledigung seiner Bankgeschäfte während der Beratung miterleben kann. Für die Beratungsplätze wurde Desksharing eingeführt. Die Bankangestellten haben ihre Unterlagen in Rollcontainern (Caddys), die an den entsprechenden Platz mitgenommen werden. Der Servicebereich kann dadurch offen und luftig gestaltet sowie für Meeting-Points oder Pausenflächen mit Bänken und Grünpflanzen genutzt werden. Zum wichtigen Baustein der organisatorischen Neukonzeption wurde

die Jugendbank unter dem Namen „b@sic-treff“. Junge Kunden zwischen 16 und 25 Jahren werden im jugendlich ansprechenden Design hier mit Angeboten vom Internet bis zur Großleinwand langfristig an die Bank gebunden. Der „b@sic-treff“ ist als Blickfang ebenfalls direkt vom Passagendurchgang zu erreichen. Um die Begegnung auch intern umzusetzen, wurden zudem bisherige Bürostrukturen aufgebrochen und in Teamarbeitsflächen für alle Mitarbeiter umgewandelt. In den Teambüros wurde ein Standardarbeitsplatz entwickelt, der unabhängig von der Aufgabe und dem Mitarbeiter mit dem gleichen Schreibtisch, Stuhl, PC und Telefon ausgestattet ist. Das ganzheitliche so genannte Open-Space-System für Mitarbeiter und Vorstand sollte auch intern zu einer offeneren Kommunikation führen. Alles in allem setzte die Raiffeisenbank Rheinbach Voreifel ein offenes und modernes Filialkonzept um, das von der Jury mit dem zweiten Platz prämiert wurde.



## Angebote und Aktionen für Jung und Alt – die Sparkasse als Erlebniswelt

Online-Banking und SB-Angebote führen dazu, dass immer mehr Kunden ihre Bank nur schnell besuchen oder Bankgeschäfte von zu Hause erledigen. Das Hauptanliegen der Sparkasse Hochsauerland in Brilon war deshalb, die rückläufige Kundenfrequenz umzukehren. Nach dem Umbau der Hauptstelle am Markt sollte die Sparkasse zum Anziehungspunkt für alle Ziel- und Altersgruppen werden. Mit Angeboten und Aktionen will die Sparkasse Kunden anlocken. Unterschiedlichste so genannte Frequenzbringer wecken öffentliche Aufmerksamkeit. In das Umbaukonzept wurden verschiedene Maßnahmen der Attraktivitätssteigerung integriert:

- ▶ ein Traumland für Kinder mit Animationen und Spielgeräten,
- ▶ eine Internet-Insel zum Gratis-surfen,
- ▶ Veranstaltungsräume für Firmenkunden und Vereine,
- ▶ ein PC-Schulungsraum für Computerkurse,
- ▶ eine Galerie mit Ausstellungsflächen für Künstler,

- ▶ eine Aktionsbühne in der Kundenhalle (Atrium),
  - ▶ multimediale Informationsangebote (Leinwände),
  - ▶ ein eigenständig geführtes Bistro im Ganztagesbetrieb verbunden mit der Bank,
  - ▶ Raum für Aktionsflächen, etwa für Kundenpräsentationen und Produktverkauf,
  - ▶ eine „Handy-Tankstelle“ zum Laden von Prepaid-Karten.
- Die zusätzlichen Angebote dienen der Kundenbindung und Neukundengewinnung. Seit der Sanierung ist die Filiale für Veranstaltungen variabel nutzbar, sie kann flexibel für den Voll- oder Teilbankbetrieb umgestaltet werden. Das gesamte Erdgeschoss der Sparkasse Brilon verfügt über fahrbare Trennwände, die je nach Bedarf verschoben werden können. Nah beieinander befinden sich der SB-Bereich, die Atrium-Kundenhalle mit den Beratungsplätzen und der Bereich der Aktionsflächen. Vom Bistro, das den Bankangestellten auch als Kantine dient, besteht ein direkter Zugang

zur Bank. In der Kundenhalle befinden sich ebenfalls der Spielbereich und drei Internet-Plätze, an denen Kunden ein halbe Stunde kostenlos surfen können. Zwei LCD-Monitore und eine Großbildleinwand übertragen permanent Informationen der Sparkasse, Börseninformatoren und TV-Programme. Bildwerfer projizieren Bankthemen in den Eingangsbereich, der auch als Werbefläche etwa für Firmen genutzt wird. Publikumsmagnet ist jedoch die Aktionsbühne, auf der bereits Konzerte, Vorträge oder Comedy-Auftritte stattfanden. Mit ihrem ganzheitlichen Erlebniskonzept setzte sich die Sparkasse Brilon beim Wettbewerb durch und konnte sich ebenfalls über den dritten Platz freuen.



*Glückwünsche zum dritten Platz für Stephan Rudolph (Leiter Organisation) und Peter Wagner (Vorstand) von der Sparkasse Hochsauerland.*

## Oasen des Dialogs – die Bank, die Geschäfte ohne Anstehen schnell erledigt

Die Sparda-Bank Berlin hat für ihre insgesamt 67 Filialen ein zeitgemäßes Konzept entwickelt, das von der Jury mit dem dritten Platz prämiert wurde. Seit 2005 wird in den neu gestalteten Geschäftsstellen die Strategie „OASE“ praktiziert – „ohne Anstehen schnell erledigen“. Gemeint ist damit eine Verbesserung der Kundenansprache, -betreuung und -beratung. Die administrativen Tätigkeiten der Mitarbeiter sind durch Veränderung der Arbeitsprozesse verringert und die Vertriebskapazitäten gesteigert worden. Damit die Bankangestellten mehr Zeit für aktive Kundenansprache bekommen, wurden die SB-Systeme erweitert. Außerdem ist die Sparda-Bank zur bargeldlosen Bank geworden, der herkömmliche AKT wurde durch Automaten ersetzt. Um eine schnelle Beratung des Kunden ohne lästige Wartezeiten zu ermöglichen, sind administrative Aufgaben, die die Mitarbeiter der Geschäftsstellen bisher erledigten,

überwiegend in die Zentrale verlagert. Die Beratung findet an so genannten Dialogplätzen statt, um vertrauensfördernde Kundengespräche zu ermöglichen. Eingehende Telefonate werden in das zentrale Call-Center geleitet. Trotz der offenen Raumgestaltung bleibt eine optische Diskretion in Beratungsgesprächen und bei Transaktionen erhalten. Dafür sorgen transparente Stoffsegel, die die Beratungsplätze abtrennen und die freie Sicht auf den Kunden an den SB-Geräten verhindern. Da das Konzept für alle Geschäftsstellen der Sparda-Bank Berlin umgesetzt wurde, mussten die Kosten für den Umbau minimal gehalten werden. Gewählt wurde eine flexible Ladenbauweise, die einen gewissen Standard aufweist, ohne langweilig zu sein. Die Bauart erfordert einen geringen Installationsaufwand in nur vier Tagen. Veränderungen können dennoch nachträglich leicht vorgenommen werden. Zwischen Donnerstag und Dienstag entsteht die neue Bank – von den

Abbrucharbeiten über Fußboden- und Deckengestaltung bis zur Lüftung und modernen Möblierung. Die gesamte Geschäftsstelle ist danach hell und offen gestaltet. Ein Portal trennt den offenen vom diskreten Kundenbereich. Flexible Glaselemente trennen nach den Geschäftszeiten den Nachtzugang ab. Tagsüber ist der Filialbereich mit der SB-Technik offen in den Kundenraum integriert. Neu geschaffen wurden auch Steh-Dialogplätze im Eingangsbereich, damit die Mitarbeiter auf eintretende Kunden zugehen und bei der Bedienung der SB-Systeme behilflich sein können. Insgesamt bewerten die Bankangestellten die Prozessveränderungen in den bisher umgebauten Filialen durchweg positiv.



*Die Urkunde für den dritten Platz nahm Dieter Hoffmann, Vorstand der Sparda-Bank Berlin entgegen.*