

# Einmalig - in jeder Beziehung



**Die Sparkasse Forchheim ist jung, modern, offen – und mutig. Denn sie setzt auf die persönliche Begegnung mit dem Menschen in der Geschäftsstelle. Voraussetzung ist, neue Anreize zu geben, in die Räume der Bank zu kommen. Deshalb gibt es in der neu gestalteten Hauptstelle zahlreiche Anziehungspunkte, die sowohl Kunden als auch Nichtkunden immer wieder anlocken. Wichtiges strategisches Element ist eine mobile SB-Technik.**

**d** Die Sparkassen kämpfen um ihre Kunden. Mit Kompetenz in der Bankleistung und Präsenz in der Fläche wollen sie Marktanteile halten und ausbauen. Die bekannte Stärke des Verbunds wird dabei zum Trumpf: der persönliche Kontakt zum Kunden. Doch gibt es keinen Grund, sich auf den Lorbeeren auszuruhen. Denn eine alarmierende Entwicklung bei den Geschäftsstellenkontakten zwingt zum Handeln. Laut einer Untersuchung des Bayerischen Sparkassenverbandes ist der Besuch der Geschäftsstelle pro Kunde zwischen 1995 und 2003 von 3,0 auf 2,3 deutlich rückläufig. Im Klartext: Vor allem Jüngere und Vermögende kommen immer weniger in die Bank.

„Dieser Trend wird sich in den nächsten Jahren fortsetzen“, ist Dr. Ewald Maier, Vorstandsvorsitzender der Sparkasse Forchheim, überzeugt und fordert deshalb: „Wir müssen uns öffnen für die Kunden. Wir müssen weg vom traditionellen Sparkassenimage und dem Grau

in Grau. Wir brauchen einen völlig neuen Auftritt, um für unsere Kunden und die, die es werden wollen, wieder attraktiv zu sein!“ Damit beschreibt der engagierte Banker die Grundrichtung seines Hauses auf dem Weg zu einer lebendigen Sparkasse.

## Die richtige Mischung macht's

Die Forchheimer haben einen überzeugenden Mix aus Kompetenzshops, S-Aktionsforum, Shop-in-Shop-Konzept, Sparkassen-Café und Wohlfühlatmosphäre zusammengestellt. Er soll demonstrieren, dass man offen ist und es versteht, sich am Kunden zu orientieren – ein Konzept, das davon lebt, sich stets neu zu hinterfragen, und das sich immer wieder nach dem Zeitgeist richtet.

Unterstützt wurde die Sparkasse Forchheim von Bankspezialisten und Kreativen der COM-unicate aus Plochingen sowie dem Innenarchi-

tekturbüro Neumaier aus Ansbach. Das von COMunicate entwickelte Raum- und Kommunikationskonzept wurde konsequent umgesetzt. Das eingespielte Team hat es geschafft, Kundenräume zu Erlebnisräumen zu machen und ideale Akquisitionsmöglichkeiten zu schaffen.

Für die Sparkasse in Oberfranken realisierte es einen Erlebnispfad, der den Besucher vorbeiführt an den Kompetenzshops mit aktuellen Kundenthemen, der Aktionsfläche S-Forum, über die gemütliche Lounge mit Bilderbrunnen





und Möglichkeiten zum Verweilen in der Café-Bar bis hin zur Aktionsbühne im acht Meter hohen Pavillon. Die Wohlfühlatmosphäre ist geprägt von üppigen Grünpflanzen und exotischen Zen-Gärten.

Jeder dieser Eckpunkte dient dazu, die Sparkasse für Kunden, Nichtkunden, Informationssuchende und Besucher interessant zu machen und sie zum unverbindlichen Dialog oder angenehmen Aufenthalt in den neu gestalteten Räumen einzuladen. Die Reaktion der Forchheimer auf den seit 3. Januar 2005 eröffneten Sparkassen-Erlebnisraum ist durchweg positiv.

### Mobile SB-Technik

Die Anziehungskraft der Kundenhalle mit ihrem bunten und reizvollen Angebot würde allerdings einen Teil ihrer Möglichkeiten vergeben, wären die Kunden, die die SB-Geräte nutzen wollen,

während der Öffnungszeiten ins Foyer verbannt. Ein großes Potenzial für Maßnahmen zur Kundenbindung und -gewinnung bliebe so ungenutzt. Die innovative Sparkasse fand zusammen mit ihren Bankberatern und Wincor Nixdorf auch für diese Problemstellung die optimale Lösung: schwebende SB-Inseln – eine technologische Neuheit in Weltformat!

Das von COMunicate entwickelte Möbel integriert alle SB-Geräte und ermöglicht es per Luftkissentechnik, die komplette SB-Technik tagsüber in der Kundenhalle zu platzieren und sie abends in das SB-Foyer zuzufahren. Knapp vier Tonnen bewegen die Mitarbeiter in drei Minuten problemlos. Dass es bei der Sicherheit keinerlei Einschränkungen gibt, bestätigt Edgar Weber, Unternehmensbereichsleiter Organisation bei der Sparkasse Forchheim: „Die Geräte sind fest auf einer Stahlplatte ▶



**Dr. Ewald Maier, Vorstandsvorsitzender der Sparkasse Forchheim:** „Wir müssen uns öffnen für die Kunden. Wir müssen weg vom traditionellen Sparkassenimage, dem Grau in Grau.“

**Edgar Weber, Unternehmensbereichsleiter Organisation, bestätigt, dass es keinerlei Einschränkungen bei der Sicherheit gibt:** „Das komplette System ist UVV-Kassenkonform.“





## Der schwebende Geldautomat – Weltpremiere in Forchheim

Reif für die Insel ist in der Sparkasse Forchheim auf jeden Fall die SB-Technik. Die von der Firma COMunicate entwickelte Lösung erlaubt nicht nur die freie Aufstellung von SB-Systemen mitten im Raum. Sie können auch je nach Tageszeit umplatziert werden – tagsüber in die Kundenhalle, nach Schalterschluss in das SB-Foyer. Mit der vom Hovercraft bekannten Luftkissentechik lässt sich die runde Einheit mit einem Durchmesser von 3,20 Meter und einem Gesamtgewicht von knapp vier Tonnen nahezu spielerisch von zwei Mitarbeitern bewegen. Ganze zwei Minuten dauert der Verfahrensvorgang über jeweils 20 Meter. In der Zeit werden die Geräte über eine unterbrechungsfreie Stromversorgung betrieben. Ein Neustart der Geräte ist daher nicht erforderlich.

Alle Geräte sind fest mit der Edelstahlplattform verbunden. Der von UVV Kassen vorgeschriebene blickdichte Sicherheitsraum für Wartung und Beschickung entsteht durch Hochfahren eines mittigen Zylinders. Sind die Arbeiten abgeschlossen, wird er per Fernbedienung wieder komplett abgesenkt. Jede Insel trägt zwei Geldautomaten und Serviceterminals sowie je einen Kontoauszugsdrucker und ein Chipladeterminale. Eine Einbruchmeldeanlage pro Geldautomat ist nur erforderlich, wenn die Geldobergrenzen es vorschreiben. Sie muss jedoch nur im Nachtbetrieb eingeschaltet sein. Zusätzliche Absicherungen sind aufgrund des Gewichts und der Größe der Insel nicht erforderlich. Der Geldinhalt kann auch durch Einfärbetechnik geschützt werden.

verschraubt. Das komplette System ist UVV-Kassenkonform.“

Die Freiheit, SB-Geräte in der Bank dort zu positionieren, wo es aktuell gerade passt, erhöht sich durch eine zweite Innovation: Per Fernbedienung erhebt sich bei Bedarf die mittige Fläche der SB-Insel zu einem Zylinder, der als mannshoher, von außen nicht einsichtbarer Serviceraum für das Bestücken der SB-Geräte dient. Nach getaner Arbeit versinkt er durch Tastendruck wieder. Dank dieser Entwicklung von COMunicate konnte die Bank auf eine starre, wandintegrierte Anordnung der SB-Elemente verzichten.

In der Sparkasse Forchheim sind pro Insel jeweils fünf Geräte von Wincor Nixdorf zusammengefasst: ein Geldausgabeautomat ProCash 2000 und ein Ein-/Auszahlter ProCash 2100xe CCDM, dazu zwei Kontoserviceterminals

ProConsult 2000 sowie ein Kontoauszugsdrucker ProPrint 2000 und ein Chipkartenladeterminale.

## Shops bringen Mehrwert für den Kunden

Zur Attraktivität der neuen Sparkasse trägt vor allem die harmonisch ins Gesamt- und Raumkonzept integrierte Shop-in-Shop-Lösung bei. Die Kooperationspartner dafür wurden gezielt gewählt. Denn sie sollen das Sparkassenangebot sinnvoll ergänzen und gleichzeitig mit der Qualität ihrer Produkte und Dienstleistungen dem Markenanspruch der Sparkasse gerecht werden.

In der Kundenhalle gibt es jetzt zwei rechtlich und wirtschaftlich selbständige Shops:

- einen T-Mobile-Shop mit Produkten und Beratung rund ums Thema Handy – passend

zum modernen Vertriebskanal Handy-Banking und

- ein TUI-Reisebüro mit attraktiven Angeboten.

Daneben gibt MAXDATA einen Überblick über das E-Banking, mit umfassender Betreuung und passendem Hardwareangebot.

Ziel der Kooperation mit starken Partnern ist, mehr Leben in die Kundenhalle zu bringen. Vor allem soll das Angebot auch Nichtkunden in die Sparkasse locken, um sich nicht nur im eigenen Kundenkreis zu bewegen. Dazu trägt auch die von der Sparkasse selbst mit eigenen Mitarbeitern betriebene Testa Rossa Café-Bar bei. Frequenzbringer nennen das die Spezialisten aus Plochingen. Zudem erhalten Sparkassenkunden im Sinne der Kundenbindung auf fast alle Shop-Produkte Rabatt. Das ist ein echter Mehrwert, der Jung und Alt überzeugt. ■

