

BC BANKconcept

planen • bauen • einrichten



Erlebbarer Kompetenz für moderne Geldinstitute

Modernes Konzept für die Zukunft

Weite und Transparenz im Kundenraum, Diskretion und außergewöhnliche Atmosphäre in den Themenräumen

Die sehr gute Lage der Hauptgeschäftsstelle der Raiffeisenbank Ried in Bürostadt machte die Entscheidung leichter, den kompletten Umbau vom Keller bis zum zweiten Obergeschoss vorzunehmen und sich für die Zukunft aufzustellen. Insgesamt waren die Ziele und die Vorgehensweise des Umbaus, der in drei Bauabschnitten modernisiert wurde, klar umrissen. Der erfahrene Generalübernehmer aus Reiskirchen integrierte alle gewünschten Anforderungen harmonisch

in das gestalterische Gesamtkonzept, bei dem bei allen Überlegungen und Planungen stets der Kunde und die Mitarbeiter im Mittelpunkt standen.

► Zukunftsweisende Neuausrichtung

Die Erschließung des gesamten Gebäudes wurde barrierefrei ausgeführt und damit die Erreichbarkeit aller Abteilungen auch für Kunden mit Beeinträchtigungen erheblich

erleichtert. Ebenso wurden die Gebäudetechnik und der Brandschutz des gesamten Gebäudes auf den neuesten Stand gebracht. Das Highlight im neuen Kundenraum ist ein ellipsenförmiger Marktplatz mit Glasaufzug, der gleichermaßen gerne von Kunden und Mitarbeitern genutzt wird und für viel Tageslicht im Erd- und Obergeschoss sorgt. Eine Besonderheit ist hier die rahmenlose Brandschutzverglasung im ersten Obergeschoss um die Galerie.



▲ Der neue Kundenraum wird durch eine großzügige Weite und Transparenz geprägt



▲ Das Highlight im neuen Kundenraum ist ein ellipsenförmiger Marktplatz mit Glasaufzug

► Weite, Transparenz und Diskretion

Der neue Kundenraum – zugänglich sowohl vom Haupteingang als auch vom Parkplatz – wird durch eine großzügige Weite und Transparenz geprägt. Im neuen Servicebereich dreht sich alles um den Kunden. Mitarbeiter und Kunden haben eine optimale Übersicht auf den Service und die beiden SB-Bereiche. Eine ständig besetzte Kasse und eine zusätzliche Diskret-Kasse in einem in sich geschlossenen Sicherheitsbereich und die jetzt barrierefrei erreichbaren Kundenschießfächer im Erdgeschoss ergänzen das Gesamtbild. Die großzügige Freifläche mit integriertem Kinder- und Wartebereich bietet die Möglichkeit, Events

und Ausstellungen ohne Kundenbeeinträchtigungen durchzuführen. „Die Bank als Ort der Kommunikation“.

► Hohe Beratungsqualität

Für die Privatkunden-Beratung wurde ein eigenständiger Bereich im Erdgeschoss – mit separatem Zugang sowie einer Empfangstheke und verschiedenen Themenräumen – geschaffen, der auch außerhalb der Geschäftsöffnungszeiten über den SB-Bereich zugänglich ist. Hierbei wurde die neue Beratungsphilosophie der Raiffeisenbank umgesetzt. Die Beratungsgespräche finden jetzt ausschließlich in Themenräumen mit hochwertiger und außerge-



▲ Der integrierte Kinder- und Wartebereich im Servicebereich



▲ Barrierefreiheit dank neuem Glasaufzug



▲ Optimale Geräteübersicht im SB-Bereich



▲ Beratungsgespräche im Themenraum „Stein“ ...



▲ ... im Themenraum „Holz“



▲ ... im Themenraum „Luft“



▲ ... im Themenraum „Wasser“



▲ ... im Themenraum „Erde“



▲ ... im Themenraum „Feuer“



▲ Konferenzraum im Vorstandsbereich



▲ Die Vorstandsräume bestehen durch zeitlose Einrichtung mit besonderen Materialien



▲ Wartebereich im ersten Obergeschoss



▲ Empfang für Privatkundenberatung ...

wöhnlicher Atmosphäre statt. Als Themen der Beratungsräume wurden die Grundelemente „Feuer“, „Erde“, „Wasser“, „Luft“, „Holz“ und „Stein“ gewählt.

Ein schicker Lounge-Bereich mit Getränkebar rundet das Ganze ab und lädt die Kunden zum Verweilen ein. Die Arbeitsplätze der Berater sind in zentralen Teamräumen untergebracht. Ein weiterer, großzügiger Beratungsbereich für die Verbundpartner wurde ebenfalls installiert und ist außerhalb der Öffnungszeiten zu erreichen. Auch dieser steht für Sonderaktionen sowie flexibler Termingestaltung mit Wochenend-Beratung zur Verfügung. Der Vorstandsbereich ist für Kunden über den Glasaufzug im ersten Obergeschoss zu erreichen. Die beiden Vorstandsräume mit Konferenzraum und Sekretariat sind in einem Seitenflügel un-

tergebracht und bestechen durch eine zeitlose, helle und mit besonderen Materialien ausgestattete Einrichtung.

► Besonderer Veranstaltungsraum

Für interne und externe Veranstaltungen steht im Erdgeschoss ein separater Bereich mit Garderoben und WC-Trakt zur Verfügung. Er ist für eine Bestuhlung für 80 Personen ausgerichtet. Auch hier ist die Atmosphäre durch die eingesetzten Materialien ruhig und konzentriert. Der besondere Blickfang ist eine großflächige Bildwand. Der zweifarbige Teppichbelag rundet das besondere Gesamtbild ab. Im vorderen Bereich sind eine Küche mit Thekencharakter sowie eine großzügige Freifläche für Bistrotische und Buffetfläche angegliedert. Ob Veranstaltung oder Seminar: immer mit Wohlfühlfaktor.



▲ ... hell und freundlich gestaltet



Materialien



▲ Beratungsbereich für Verbundpartner



▲ Besonderer Blickfang im Veranstaltungsbereich ist eine großflächige Bildwand und die zweifarbigen Teppichfliesen



▲ Im vorderen Bereich ist eine Küche mit Thekencharakter sowie eine großzügige Freifläche für Bistrotische und Buffetfläche angegliedert

► Klares Gestaltungskonzept

Die zeitlose und elegante Material- und Farbauswahl wurde durch eine innovative Lichtplanung unterstützt und so eine optimale und sehr kundenfreundliche Atmosphäre geschaffen. So zeichnet sich das einladende und lichtdurchflutete Kundenzentrum durch eine klassische, reduzierte und funktionale Formensprache aus. Auch die gelungene Deckengestaltung, die sich formell der Ellipse im Bodenbereich anpasst und mit verschiedenen LED-Beleuchtungskörpern ausgestattet ist, trägt zum besonderen Ambiente bei.

► Bauzeit

Der Generalübernehmer hat es verstanden, überwiegend Handwerker aus dem Kundenbe-



▲ „Mit dem Generalübernehmer haben wir die richtige Entscheidung getroffen“, so die beiden Vorstände Claus Diehlmann (li.) und Frank Ohl

reich einzubeziehen. Dadurch ist es gelungen, in guter Zusammenarbeit mit allen Beteiligten den Bauzeitenplan in den drei verschiedenen Bauabschnitten einzuhalten und die Hauptgeschäftsstelle Bürstadt rechtzeitig fertigzustellen.

► Fazit

Die Neuausrichtung mit mehr Individualität, Kundennähe und wesentlich besseren Abläufen ist vollauf gelungen und zeichnet sich durch höchste Aufenthaltsqualität mit Zonen für Kommunikation und Konzentration in vielfältiger Weise für Kunden und Mitarbeiter aus. ■

Das Objekt auf einen Blick



Name der neu/umgebauten Geschäftsstelle:

Hauptstelle Raiffeisenbank Ried eG, Bürstadt

Bauherr: Raiffeisenbank Ried eG, Bürstadt

Bilanzsumme: 360 Mio. Euro

Anzahl Geschäftsstellen: 8

Anzahl der Mitarbeiter: 80

Nutzfläche SB-Bereich: 120 m²

Nutzfläche Service/Kasse: 300 m²

Nutzfläche Beratungsbereich: 450 m²

Nutzfläche Betriebsbereich: 350 m²

Nutzfläche Vorstand/Konferenz: 200 m²

Nutzfläche Veranstaltung/Seminar: 150 m²

Bau-/Umbauzeit:

2012: 1. OG - 3 Monate

2014: 2. OG und KG - 3 Monate

2015: EG - 6 Monate

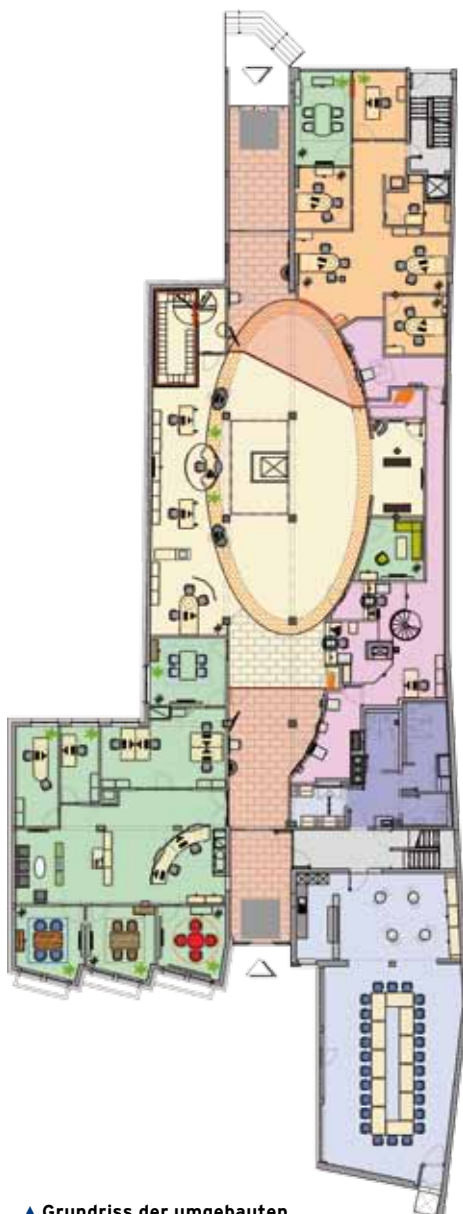
Kosten: 2.500.000 Euro

Planung/Umbau/Einrichtung:

BC BANKconcept, Reiskirchen

Architekt/Bauleitung: BC BANKconcept, Reiskirchen

Fotos: Chris Kettner Fotodesign, Buseck



▲ Grundriss der umgebauten Geschäftsstelle im Erdgeschoss



Atmosphäre

Die Bankfiliale der Zukunft

Wie sehen die Trends der modernen Bankeinrichtung für die kommenden Jahre aus? Wie werden Multichannel und Digitalisierung effizient eingebunden? Welche Elemente tragen zum Wohlbefinden der Kunden bei, um die Verweildauer in der Filiale zu erhöhen?



▲ Heller und kundenfreundlicher SB- und Servicebereich



▲ Gelungenes Ambiente im Wartebereich für den Kunden

Ein ausgedehntes Filialnetz stellt einen gewichtigen Kostenfaktor dar, dem immer weniger Gewinne gegenüberstehen. Immer mehr Geldinstitute setzen auf ein völlig neues Filialkonzept. Es soll zum Ausdruck bringen, dass die Filiale als Motor des Vertriebs, als Zeichen regionaler Verbundenheit und als Anlaufstelle für alle Fragen rund ums Geld unersetzbar ist. Diese Stärken gilt es beim Planen von Neu- und Umbaumaßnahmen konsequent auszuspielen. Mit einer geänderten Gestaltung allein ist das Überleben aber nicht gesichert. Architektonisches Facelift reicht nicht aus, um die Dienstleistungsinfrastruktur auf die künftigen Markterfordernisse hin auszurichten. Vielmehr umfasst eine zukunftssichere Filialgestaltung ein gesamtgestalterisches Konzept. Filialen werden sich nur dann erfolgreich in den geänderten Marktstrukturen behaupten können, wenn sie sich als Mosaikstein in einem Gesamtbild verstehen. Die Rolle der Filiale in diesem Szenario ist es, das Erscheinungsbild beim Kunden entscheidend

mitzuprägen sowie Dreh- und Angelpunkt in der Multichannel-Strategie zu sein. Danach wird die Chance der Filiale in Zukunft auch in einem bis dahin unzureichend ausgeschöpften Vertriebspotenzial in den Filialen selbst gesehen. Sie würden weiterhin eine entscheidende Rolle in der Vertriebsstrategie einnehmen, jedoch nicht in ihrer traditionellen Form. Bei vielen Konzepten stößt man häufig auf Begriffe wie Transparenz, Offenheit, Kommunikation und Dialog. Sogar das überstrapazierte Wort „Lounge“ findet derzeit Eingang in den Wortschatz der Bankvorstände und Planer – fast so, als sollten die Kunden in bequemen Sofas mit Drink in der Hand über ihre Altersvorsorge philosophieren. Und in der Tat soll die Geschäftsstelle der Zukunft weitaus mehr mit Spaß und Freizeit zu tun haben, als das bislang der Fall war. Dazu passen auch Bestrebungen, zum Beispiel Cafés, Reisebüros oder Internetterminals etc. in die Räumlichkeiten zu integrieren. Diese Angebote sollen neue Kunden locken und gleichzeitig die Verweildauer verlängern. Die Geschäftsstelle sollte da sein, wo die Menschen sind. Die Öffnungszeiten und das Leistungsprofil müssen sich natürlich dann auch an der Umgebung und den dort auftretenden Anforderungen orientieren. Da sich die Kundenkontakte auf den Samstag und die Abendstunden verlagern, sollte mindestens ein Beratungsraum separat und außerhalb der üblichen Geschäftszeiten zugänglich sein. Ein Fall also für Strategie und Personal, weniger für die Architektur. Personal spielt die wichtigere Rolle: Bankberatung erfolgt durch Menschen und Bankprodukte werden von Menschen verkauft. Diese vermitteln dem Kunden das Gefühl, gut beraten zu sein.

Das SB-Angebot muss breit gefächert sein. Ein kapitaler Fehler ist jedoch die Verlagerung aller Routinegeschäfte auf die Technik. Vielmehr muss die Gesamtkomposition aus Bankeinrichtung und Technik den Eindruck

eines serviceorientierten Dienstleisters vermitteln. Dies erlaubt die aktive und offensive Ansprache des Kunden und nicht nur Hilfestellung bei der Automatenutzung. Bei der Planung einer modernen Filiale sollten Vorkehrungen für ein Auswechseln der schnelllebigen Technik ohne großen Aufwand getroffen werden. Als sinnvoll erweisen sich modulare Systeme, die sich neuen Anforderungen flexibel anpassen, ohne dass Wände einzureißen sind. Außerdem ist es wichtig, Reserveflächen für absehbare Ergänzungen des SB-Spektrums vorzuzulassen.

Um Erfolg zu haben, müssen Entwurf und Technik aus einer Hand kommen sowie Design und Funktionalität aufeinander abgestimmt sein. Es gilt aus dem neu definierten Vertriebskonzept ein passendes Raummodell zu erstellen. Auftraggeber und Planer müssen ein gemeinsames Verständnis entwickeln, um zu einer ganzheitlichen Lösung zu kommen. Nach neuesten Erkenntnissen ist es sinnvoll, den Raum in Zonen aufzuteilen: Schnellgeschäft an Automaten, Geschäfte mit mittlerer Verweildauer an Serviceinseln sowie langwierige Geschäfte wie zum Beispiel Beratung in separaten Räumen. Für Außenstehende gehen die Zonen gleitend ineinander über. Die Auswahl, welche der angebotenen Dienstleistungen der Kunde in Anspruch nimmt, sollte er selbst entscheiden können. Alle Zeichen stehen auf Dialog. Zwar bleiben standardisierte Tätigkeiten wie das Geldabheben weiterhin fest in Automatenhand, überdies sollen aber die Bankmitarbeiter wieder mehr auf die Kunden zugehen. Hierzu öffnen die meisten Institute gestalterisch ihre Geschäftsstellen und wollen so dafür sorgen, dass sich der Übergang vom SB-Bereich zur Service- und Beratungszone fließender darstellt. Ziel ist es, intensiver mit den Kunden ins Gespräch zu kommen. Unterhaltungsangebote im Bankbereich sollen dazu beitragen, dass sich die Kunden wohler fühlen, länger verweilen und damit auch profitabler werden. Entscheidend sind aber nach wie vor die Service- und Beratungsqualität der Geldinstitute. Ein wichtiger Punkt beim Entwickeln und Umsetzen der Gesamtkonzeption ist, dass die Mitarbeiter das Konzept mittragen und sich mit den Ideen identifizieren. Konsequente Überzeugungsarbeit ist hier keine verschwendete, sondern gut investierte Zeit. Schließlich wissen die Mitarbeiter im täglichen Kundenkontakt, was die Kunden beschäftigt. ■

► Der Autor



Hans-Jürgen Hoffmann

Betriebswirt BWA,
Geschäftsführer
BC BANKconcept



Planung

Erlebbare Kompetenz für moderne Geldinstitute



Die Geschäftsräume von BC BANKconcept



Als Generalübernehmer für Geldinstitute vereinen wir Kreativität, Kompetenz, jahrzehntelange Erfahrung, Kostensicherheit und absolute Termintreue zu Ihrem Vorteil.

Gerne überzeugen wir auch Sie



Ihr BC-Team

BC BANKconcept
planen • bauen • einrichten

Siemensstraße 12 A | D 35447 Reiskirchen

Tel.: 0 64 08-5 00 51-0 | Fax: 0 64 08-5 00 51-25

E-Mail: info@bc-bankconcept.de | www.bc-bankconcept.de