

# objekte

# bank

# objekte

Magazin für Bankplanung,

Einrichtung, Ausstattung und Digitalisierung



## Zielgruppenorientiert

Das neue Filialdesign der Sparkasse Bremen

Seite 10

**Interior Design**  
Nachhaltig mit Stil

Seite 40

**Special**  
Kommunikationsraum Bank

Seite 36



www.bank-objekte.de  
info@bank-objekte.de  
BAUVE Medien GmbH & Co. KG  
Bahnhofstraße 57  
D-66807 Buchloe  
ISSN 2194-1335  
Einzelverkaufspreis € 12,00  
24. Jahrgang



▲ Der Wartebereich ist das Wohnzimmer der Filiale und stadtteiltypisch gestaltet

## Zielgruppenorientiert

### Das neue Filialdesign der Sparkasse Bremen

Die Bankenwelt befindet sich im Umbruch. Niedrigzins, Regulierungen und die Digitalisierung verändern die Rahmenbedingungen der Branche tiefgreifend. Daher hat sich die Sparkasse Bremen mit einem neuen Filialkonzept auf den Weg gemacht, sich zu einem digitalen und persönlich erreichbaren Finanzdienstleister zu entwickeln. Das Masterdesign für die neue Filialkonzeption haben die Göttinger Kranz InnenArchitekten entworfen, die sich besonders auf innovative und flexible Bankkonzepte spezialisiert haben. Entstanden sind zwei Filialtypen mit unterschiedlichen Funktionen, die grundsätzlich in räumlicher Nähe zueinander in separaten Räumen realisiert werden.

#### ► Zwei Filialtypen prägen das neue Konzept

Der Filialtyp Stadtteilfiliale ist eine reine Beratungswelt und setzt als Ort der Begegnung und des Austausches auf direkte Präsenz

in den Stadtteilen. Das Konzept ist so angelegt, dass Öffnungszeiten flexibel gehandhabt werden können – spät in den Abendstunden oder auch am Wochenende.

Im Filialtyp Zweigstelle können klassische Dienstleistungen wie Sparbücher in Anspruch genommen und Geldgeschäfte, Zahlungsverkehr sowie Kassengeschäfte getätigt werden. Neben einem SB-Bereich gibt es eine große AVM-Schließfachanlage, die auch außerhalb der Öffnungszeiten durch einen separaten Eingang genutzt werden kann.

#### ► Die Stadtteilfiliale als Gastgeber

Die Stadtteilfiliale soll sich als Begegnungsstätte und Nachbarschaftstreffpunkt in die Umgebung einfügen und ein Vernetzen im Stadtteil bewirken. Eine dem jeweiligen Stadtteil der Filiale entsprechende Gestaltung soll die Identifikation mit der unmittelbaren Umgebung verstärken und eine emotionale

Bindung der Kunden zur Marke und zum Produkt schaffen.

Dazu haben die Planer stadtteiltypische Gestaltungen analysiert, um daraus räumliche Lösungen abzuleiten. Entstanden sind drei Farb- und Materialwelten, die dem grundsätzlich festgelegten Masterdesign jeweils eine moderne, gemütliche Atmosphäre mit individuellem Stadtteilbezug verleihen.

#### ► Zielgruppenorientierte Filialgestaltung

Die Farbwelt 1 ist hell, freundlich, frisch und nordisch und spricht mit schlichter und geradliniger Formensprache eher die jüngere Kundschaft an. Die Farbwelt 2 ist bodenständig, lebendig und farbenfroh und adressiert mit ihrer Kombination von Alt und Neu sowie dem Materialmix aus Holz und Stahl die familiäre Kundschaft sowie Studierende. Die Farbwelt 3 ist klassisch, elegant und hochwertig und





▲ Der Aktionsbereich mit Wohnzimmer und Nachbarschaftstisch in der Farbwelt 2



▲ Der Aktionsbereich mit Wohnzimmer und Nachbarschaftstisch in der Farbwelt 3



▲ Der Teambereich in der Farbwelt 2: offen, transparent und mit sichtbarer Beratungskompetenz



▲ Der Teambereich in der Farbwelt 3: Der ELT-Netzwerkanschluss erfolgt über die Decke und schafft Flexibilität für Veränderungen





▲ Das Raum-in-Raum-System der Beratungsräume ermöglicht Änderungen von Größe und Platzierung



▲ Schwarze Decken und sichtbare Technik schaffen ein bühnenartiges Erscheinungsbild, der Verzicht auf abgehängte Decken spart Kosten

**KRANZ**  
InnenArchitekten

Wir haben neue  
Bankkonzepte  
...ausgerichtet  
auf den Wandel



*370 realisierte  
Bankprojekte...*

*aus Erfahrungen wachsen  
neue Ideen*

**Kranz & Partner**

Architektur  
Innenarchitektur  
Baumanagement

[www.kranz-innenarchitekten.de](http://www.kranz-innenarchitekten.de)



▲ Das Familienzimmer in der Farbwelt 2 mit Spielmonitor, Tafel und Kreide sowie Akustikbildern mit Stadtteilbezug



▲ Das Familienzimmer in der Farbwelt 3 mit Spielmonitor, Tafel und Kreide sowie Akustikbildern mit Stadtteilbezug





▲ Farbwelt 2: Jeder Raum ist anders eingerichtet, z.B. mit Stehtischen und Barhockern, Loungestühlen und Sessel mit Beistelltischen oder Spielmöglichkeiten im Familienzimmer



▲ Farbwelt 3: Auch die Folierungen auf der Glasseite sind in jedem Raum unterschiedlich; das typische Motiv aus dem Stadtteil wird durch Bilder im Raum weitergeführt

zielt mit den hochwertigen Materialien wie dunklem Holz und Leder sowie dem stilvollen und edlen Design auf eine entsprechende Zielgruppe.

In ihrem jeweiligen Umfeld wird die Stadtteilfiliale zum Veranstaltungsort und zur Aktionsfläche, auf der stadtteilrelevante Aktivitäten und Aktionen wie gemeinwohlorientierte Veranstaltungen, Workshops von Vereinen, Infoabende oder Produktpräsentationen von Unternehmen aus der Nachbarschaft durchgeführt

werden. Speziell geschulte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter übernehmen dort die Gastgeberrolle. Gleichzeitig sind sie Ratgeber in allen Finanzfragen. Es gibt aber auch Hilfestellung für die digitalen Angebote der Sparkasse. So zum Beispiel Smartphone-Kurse für Menschen, die bisher kein Onlinebanking genutzt haben. Auf der Aktionsfläche stehen dafür ein langer Tisch, ein großer Monitor und eine Community-Tafel, auf der alle Veranstaltungen angezeigt werden, die in der Filiale stattfinden.

Die Welt verändert sich, unsere flexible Innenarchitektur auch!



**30 Jahre...**

- *Bank Design*
- *Shop Design*
- *Showroom Design*

*aus Erfahrungen wachsen neue Ideen*

**Kranz & Partner**

Wir bauen:  
 modular, flexibel und  
 kostengünstig

[www.kranz-innenarchitekten.de](http://www.kranz-innenarchitekten.de)



▲ Die Zweigstelle in der Farbwelt 1: Auf der Community-Tafel werden die Veranstaltungen der Stadtteilfiliale angezeigt



▲ Die Zweigstelle in der Farbwelt 3: Farben, Material und das Motiv der hinterleuchteten Brandingwand bildet den Bezug zum Stadtteil





▲ Die Zweigstelle in der Farbwelt 2: Pilotfiliale Pappelstraße

### ► Bereit für Veränderungen

Das flexible, modulare Gestaltungsprinzip ist die Voraussetzung für zukünftige Veränderungen. In der Stadtteilfiliale sind alle Mitarbeiter sichtbar im Teambereich platziert. Die Beratung findet in nicht personalisierten Kuben statt, die jeweils unterschiedlich eingerichtet sind, beispielsweise mit vielen Spielmöglichkeiten speziell für Familien.

Jeder Raum hat eine individuelle Folierung auf der Glasseite mit einem typischen Motiv aus dem Stadtteil, das im Inneren des Raumes durch entsprechende Bilder weitergeführt wird. Hinter dem Empfang wird der Kunde von einer großen beleuchteten Brandingwand empfangen, die ebenfalls ein typisches Motiv aus dem Stadtteil zeigt. Der Wartebereich ist das sogenannte Wohnzimmer der Filiale. Verschiebbare, hinterleuchtete Vorhänge, ein

Bildschirm mit Kaminfeuer und unterschiedliche Sitzmöbel laden hier zu entspannten Gesprächen ein und schaffen ein gemütliches Ambiente.

Abgehängte Deckensegel, schwarze Decken und sichtbare Technik ermöglichen sowohl im Teambereich als auch in der gesamten Beratungswelt ein hohes Maß an Flexibilität. Um Offenheit und Transparenz zu gewährleisten, sind im Teambereich die Arbeitsplätze von der Fassade abgerückt und durch partiell abgehängte Vorhänge vor allzu intensiven Blicken geschützt.

Die Markenkommunikation der Sparkasse Bremen durch die Farbe Rot findet dezent statt, im Vordergrund steht hier ein wohnliches Ambiente mit viel Holz und hanseatischem Klinkermauerwerk. Die Erfahrungen in den bereits im neuen Masterdesign fertiggestellten

Filialen sind sehr positiv. Weitere Filialen nach diesem Gestaltungskonzept sind in Planung. In den nächsten Jahren sollen 15 neue Stadtteilfilialen und Zweigstellen entstehen. ■

### Das neue Masterdesign der Sparkasse Bremen im Überblick

- ▶ Zwei Filialtypen mit unterschiedlichen, sich ergänzenden Funktionen
- ▶ Drei zielgruppenspezifische Farbwelten
- ▶ Bereits umgesetzt in sechs Stadtteilen Bremens, neun Stadtteile sollen folgen
- ▶ Nutzflächen in den Stadtteilen: von insgesamt 660 m<sup>2</sup> bis 1.585 m<sup>2</sup>
- ▶ Konzeption Masterdesign: ab 2017, Kranz & Partner, Göttingen
- ▶ Planung und Realisierung: Kranz & Partner
- ▶ Bauherr: Die Sparkasse Bremen AG
- ▶ Bilanzsumme: 11,5 Mrd. Euro
- ▶ Standorte: rund 80
- ▶ Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter: 1.250