

Das neue Modernisierungskonzept „Facelifting“

Eine Antwort auf Kostendruck und Restrukturierung



▲ Der erste Eindruck im Bestand: überladen und unübersichtlich

Die Sparkasse Düren beabsichtigt im Rahmen einer neuen strategischen Ausrichtung die Filialgestaltung zu optimieren. Durch das Projekt „Filiale der Zukunft“ soll ein neues zukunftsträchtiges Master Design entwickelt werden. Beauftragt wurde damit das Göttinger Architekturbüro Kranz, das bereits 2013 für die KSK Köln das neue Master Design entwickelt hat.

► Master Design und Facelifting

Parallel zu der Entwicklung des Master Designs hatte Kranz für bestehende Filialen ein Modernisierungskonzept „Facelifting“ entwickelt, das in 30 Filialen der KSK Köln in nur einem Jahr umgesetzt worden ist.

Die Filialen der Sparkasse Düren haben kein einheitliches Erscheinungsbild und weisen größtenteils den Charme der 90er Jahre auf. Ein standardisiertes Ausstattungshandbuch für Bauteile und Einrich-

tungen als Vorgabe zur Gestaltung der Filialen ist nicht vorhanden.

Im Hinblick auf die strategische Neuausrichtung, Bündelung von Funktionen und Standortoptimierung soll bis Herbst 2016 das Facelifting in über 20 Filialen umgesetzt werden. Ziel ist es, für alle in Frage kommenden Bestandsfiliale wiedererkennbare Maßnahmen für standardisierte Bauteile zu entwickeln, die dem neuen Master Design der Sparkasse Düren entsprechen.

► Kein Umbau, aber neue Raumeindrücke

Das „Facelifting“ ist kein Umbau, sondern eine „oberflächige Renovierung“, die sich auf „Möbelrücken“ bzw. Möbelaustausch,

Aufräumen und Ordnen sowie Herausarbeiten optisch markanter Bauteile im Bestand beschränkt. Dabei werden Stützen, Wandflächen und Bestandsmöbel (auch der SB-Bereich) farbig herausgearbeitet, so dass völlig neue Raumeindrücke entstehen und die Markenwahrnehmung der Sparkasse erhöht wird.

Alle standardisierten Bauteile, wie Image- und Brandingwände, Module für die geordnete Präsentation von Prospekten, Werbung, Mitarbeiter und regionalen Bekanntmachungen können vorgefertigt werden. Die Modernisierungsmaßnahme kann so im Wesentlichen über das Wochenende durchgeführt werden.

Um die gestalterische Konzeption zu bewahren, werden neben der architekto-



▲ Bestand vor dem Facelifting



▲ Vorschlag Kranz



▲ Bestand vor dem Facelifting



▲ In das Bestandsfoto gezeichnete Freihandzeichnung aus dem Büro Kranz



▲ Umsetzung



▲ Umsetzung



▲ Bestand vor dem Facelifting



▲ Vorschlag Kranz



▲ Umsetzung

nischen Auffrischung durch das Facelifting auch Spielregeln in Form von Handlungsanweisungen implementiert. Dabei wird u.a. der Umgang mit Prospekten, Pflanzen,

regionalen Bekanntmachungen usw. beschrieben. „Der Anspruch, den die Marke Sparkasse mit ihren Produkten vermittelt, soll sich im Verkaufsraum der Sparkasse

widerspiegeln“, meint Kranz, „wenn sich Shops so präsentieren würden, wie sich heute noch viele Filialen darstellen, dann müssten sie den ‚Laden‘ zumachen!“ ■



▲ Bestand vor dem Facelifting



▲ Vorschlag Kranz



▲ Umsetzung



▲ Bestand vor dem Facelifting



▲ Vorschlag Kranz



▲ Umsetzung



▲ Bestand vor dem Facelifting



▲ Vorschlag Kranz



▲ Umsetzung