

Ganzheitliche Strategie

Sparkasse Werl – analoge und digitale Vernetzung

Der technologische Wandel ist radikal in seinen Auswirkungen: das digital-technologische Upgraden und Vernetzen aller Menschen verändert die Gesellschaft zu einer Non-Stop-Informationen-Welt. Die Sparkasse Werl hat darauf Antworten gesucht. Das bedeutet, dass der online- und technikaffinen Kunde auch eine vollständig andere und neue Erwartungshaltung in punkto Erreichbarkeit auf digitalen Wegen, Reaktionszeiten, schnelle und einfache Prozesse und technisches Know How der Berater hat. Die Sparkasse Werl begann vor acht Jahren damit, eine neue Vertriebsstrategie zu entwickeln. Die Aufgabenstellung hieß: „Wie können wir die neue Erwartungshaltung unserer online- und technikaffinen Kunden erfüllen und wieder stärker an die Sparkasse binden und damit Kunden erreichen, die schon lange nicht mehr in die Filiale kommen. „Mit einer externen Unternehmensberatung wurde das Konzept einer neuen und zukunftsweisenden Bank gedacht, konzipiert, pilotiert und realisiert. Die Idee der S1 ist, jungen und technik-

affinen Kunden eine Bank zu bieten, die die Werte der Informationsgesellschaft versteht und kultiviert: Flexibilität, Schnelligkeit und technologischer Fortschritt. S1 vereint zweierlei: die technologische Entwicklung der Kommunikationsmedien und die Erfüllung konkreter Kundenwünsche mit einer dem Menschen nahe stehenden Bank.

Mittlerweile werden mit zwölf Beratern etwa die Hälfte der Privatkunden aus dem gesamten Geschäftsgebiet der Sparkasse Werl über die S1 bedient. Noch nicht berücksichtigt sind vermögende Privatkunden und Firmenkunden. Die Ziele sind weitergehend: der stetige Ausbau von Marktanteilen bei gleichzeitiger höherer Rentabilität. Die S1 der Sparkasse Werl wird klar als Qualitätsanbieter wahrgenommen d.h. einen Preisunterschied (z.B.: Preisvorteil für Onlinekauf) oder einen Produktunterschied zum klassischen Kunden gibt es nicht und wird auch von Kunden nicht eingefordert. Mit der Erarbeitung einer umfassenden Strategie, un-

ter Einbeziehung moderner Technik, schaffte die Sparkasse Werl eine innovative Marke mit neuen Bankleistungen, die zukunftsorientiert und differenziert am Markt auftritt. Die Substitutionskurve der klassischen Bank ist am Wendepunkt. ■



„Die Digitalisierung ermöglicht bei Bankleistungen ein vollständig neues, qualitätsorientiertes Vertriebssystem zu geringen Kosten!“

Dirk Haeken, Sparkasse Werl
Projektleiter S1

Filialstrategie

Kreissparkasse Köln – Effizienz in der Kundenansprache

Das Geschäftsmodell der Kreissparkasse Köln beruht vor allem auf der regionalen Verankerung, dem Vertrauen und der Nähe zu ihren Kunden – was in dem neuen Masterkonzept der Kreissparkasse Köln deutlich

wird. Das wichtigste Ziel der neuen Filialkonzeption war: die glaubhafte Vermittlung der Sparkassenwerte. Mit ihrem neuen Auftritt schafft es die Kreissparkasse Köln multidimensional den Kunden an das Institut zu

binden, Zielwerte wie Mensch und Präsenz, Funktionalität, Marke und Modernität werden mit Anforderungen des Vertriebs verbunden. Der neu gestaltete Filialauftritt stärkt die Marke, weil der Kunde im Mittelpunkt



Der „raumbildende Ausbau“ ist unabhängig von der Gebäudehülle und dadurch flexibel. Die Versorgung aller Bauteile erfolgt über die Decke

Der Filialtyp mit Zukunft:

kostengünstig
flexibel
standortunabhängig



Identitätsorientierte Markenführung und der Einsatz bewegter Bilder in Kombination mit Farbe

steht – mit seine flexiblen Anforderungen. In der Konzeption wird kosteneffizient auf ein Modulsystem gesetzt. Nicht nur das Verhalten der Kunden verändert sich rasend schnell, auch die Entwicklung des Umfeldes der Filialstandorte. Wie lange sind Filialen in welcher Größe und mit welchem Angebot an welchen Standort noch interessant? Die Antwort auf diese Entwicklung kann nur ein neuer Filialtyp sein, der hochflexibel ist. Im Zusammenhang mit der Restrukturierung ihres Filialnetzes 2013 hat die Kreissparkasse Köln das Göttinger Architekturbüro Kranz beauftragt, ein neues Masterdesign zu entwickeln. Neben der Flexibilität sollten mit dem neuen Filialtyp die Bau- und Betriebskosten sowie die MAK/qm reduziert werden. „Das haben wir erreicht“, so Johannes Höhn, zuständiger Projektleiter der Kreissparkasse Köln, „und



„Unsere Kunden sind von diesem modernen Auftritt begeistert und schätzen die diskrete Beratungsatmosphäre in den neu konzipierten Beratungsräumen. Die hohe Flexibilität und Modularität der Gestaltungselemente versetzt uns zu dem in die komfortable Lage, auf Veränderungen im Markt schnell reagieren zu können.“

Johannes Höhn, Kreissparkasse Köln
Infrastrukturmanagement

dabei noch ein hochmodernes Ambiente für Kunden und Mitarbeiter geschaffen.“ Das Göttinger Architekturbüro entwickelte für die Kreissparkasse Köln einen Filialtyp, der modular und schnell veränderbar ist, eine Art veredelter Messebau, eine „Raum in Raum“ Lösung, die unabhängig vom bestehenden Gebäude montiert wird. Einfache, preiswerte Konstruktionsprinzipien aus dem Shop-Design schaffen dennoch eine hochwertige, einladende Atmosphäre, in der Beratungsgespräche in vertraulicher Umgebung und angemessener Diskretion geführt werden können. Dazu stehen Beratungsräume, voll ausgestattet und unabhängig von Decken, Wänden oder Fassadenrhythmen zur Verfügung. Alle Bauteile und Ausstattungen sind über Verbindungen zur abgehängten Decke an Strom- und Datenetze angeschlossen. Das spart Kosten und erleichtert die schnelle Anpassung an Veränderungen in benötigter Kapazität und Raumaufteilung. Es gibt keine Bodensteckdosen mehr, die bei Veränderungen aufwändig angepasst werden müssen.

Flexibel und effizient zeigt sich die Gestaltung der für Kunden sichtbaren Team-Arbeitsplätze: Bodensteckdosen sind überflüssig, alle Arbeitsplätze sind über Deckenanschlüsse und Verteilung im Innern der halbhohen Trennwände an Stromversorgung, Daten- und Telefonnetz angebunden. Stoffbespannte, abnehm- und austauschbare Rahmenelemente erleichtern den Zusammenbau und gewährleisten jede zukünftige Anpassung. Bilder, Images, Farben und Materialien bilden eine identitätsorientierte Markenkommunikation mit atmosphärischer Wirkung. Eineinhalb Jahre entwickelten die Göttinger in enger Abstimmung mit einem ausgewählten Projektteam der Kreissparkasse Köln das neue Filialdesign. Das neue Konzept befindet sich seit diesem Jahr im Rollout. ■



... mehrfach erfolgreich umgesetzt



Architektur
Innenarchitektur
Baumanagement

KRANZ InnenArchitekten

über 300 realisierte Bankprojekte |
internationale Erfahrung

www.kranz-innenarchitekten.de