

# bank objekte

Magazin für Bankplanung, Einrichtung, Ausstattung und Gebäudetechnik

D-86842 Türkheim (Bayern) ISSN 2194-1335 Einzelverkaufspreis € 8,50 18. Jahrgang  
www.bank-objekte.de tehesen@bank-objekte.de BAUVE Medien KG Businesspark A96 Nrl (Silvastrasse 1)

## Sparkasse Rhein-Nahe

### Das neue 3-Zonen-Raumkonzept

Seiten 8-15



#### Analyse

Der hybride Kunde

Seite 16

#### Akustik

Richtige Beschallung

Seite 22

#### Sicherheit

Beschussichere Kassen

Seite 24



Die zukunftsorientierte Filialgestaltung durch das neue 3-Zonen-Konzept

## Das neue 3-Zonen-Raumkonzept

„Mediatektur“ lautet das Stichwort für zukunftsorientierte Filialgestaltung



**KRANZ**  
InnenArchitekten

Innenarchitektur  
Architektur  
Baumanagement

über 300 geplante und realisierte Bankprojekte bundesweit.

KRANZ InnenArchitekten  
D-37081 Göttingen Söhlwiese 7  
Tel. +49(0)551-693123-0  
Fax +49(0)551-693123-9  
Mail info@kranz-innenarchitekten.de

www.kranz-innenarchitekten.de



▲ Das Obergeschoss ist von der Fassade abgerückt, dadurch entsteht Raum für wechselnde Bildinhalte



▲ Durch multisensorische Kommunikationsmöbel wird den Kunden spielerisch ein Mit-Mach-Erlebnis geboten



▲ Offenes und modernes Ambiente mit Eyecatcher-Funktion

**W**ir leben heute in einer Welt, die von absoluter Reizüberflutung gekennzeichnet ist. Überall flackert und flimmert ein Bildschirm. Das iPad, das Smartphone und soziale Medien gehören – besonders bei jüngeren Menschen – zum Alltag. Einkaufswelten reagieren heute auf das stark veränderte Kundenverhalten mit dramaturgischen Inszenierungen. Und die Welt der Banken und Sparkassen?

Im Gegensatz zu den Konsumtempeln im Einzelhandel ist die Produktwelt der Banken und Sparkassen nicht wirklich greifbar. Man kann nichts anfassen oder haptisch fühlen. Wie es trotzdem gelang, das Leistungsspektrum einer Sparkasse erlebbar zu machen, zeigte das beauftragte Architekturbüro aus Göttingen. Für die zukünftige Gestaltung von Banken und Sparkassen empfehlen diese Bankspezialisten eine Bankenwelt zu schaffen, die Mitarbeiter und Kunden emotional gleichermaßen erreicht. „Aufmerksamkeit auf herkömmliche Art und Weise zu erreichen, ist heute nahezu unmöglich“, so die Planer weiter.

► **Zukunftsorientiert**

Mediatektur lautet ein Stichwort für zukunftsorientierte Filialgestaltung und bildet das Zusammenspiel von Medien und Architektur, durch die beratungsintensive Produkte und Dienstleistungen der Banken und Sparkassen erlebbar gemacht werden. Voraussetzung für eine funktionierende, ganzheitliche Medienwirkung ist ein auf die Medien abgestimmtes Raumkonzept.

So wurde in Göttingen ein neues 3-Zonen-Raumkonzept entwickelt, das in der Sparkasse Rhein-Nahe erstmals umgesetzt wurde. Entstanden ist ein kommunikatives, offenes und modernes Ambiente mit Eyecatcher-Funktion, das die Inszenierung des Finanzdienstleistungsangebotes der Sparkasse raumbildend unterstützt und erlebbar macht. Es wurden dabei erkennbar Gestaltungsmerkmale aus dem Shop-Design verwendet. Schwarze Decken, sichtbare Technik, flexible Stromschienen und markante



## Sparkasse Rhein-Nahe



▲ Optimale Blick- und Sichtbeziehungen schaffen eine orientierungsfreundliche Raumstruktur



▲ Das neue 3-Zonen-Raumkonzept



▲ Höhenverstellbare Dialogplätze mit integrierten Bildschirmen fördern die Kommunikation auf Augenhöhe

Deckensegel schaffen ein bühnenartiges Erscheinungsbild, in dem der Kunde im Mittelpunkt steht und im wahren Sinne des Wortes „mitspielt“. Und die Bühne verändert sich im zeitlichen Rhythmus, ohne großen Aufwand, aber dafür mit großer Aufmerksamkeit erregender Präsenz. So wird durch das Auswechseln der großflächigen, emotionalisierenden Imagewände dem Kunden ein immer neues Erscheinungsbild präsentiert. Die Bank ist immer up to date, und geht mit der Zeit. Auch die hinterleuchteten Deckenkuben können beliebig verändert werden: Andere Formen und neue Motive reagieren auf verändertes Kundenverhalten oder neue Produkte.

#### ► Raumkonzept

Das neue 3-Zonen-Raumkonzept wird durch Boden- und Deckenkonturen gebildet, die raffiniert im optischen Dialog zueinander stehen, den Raum ordnen, den Kunden navigieren und Kontakte zwischen Mitarbeitern und Kunden optimal fördern. Die mediale Inszenierung des

Finanzdienstleistungsangebotes der Sparkasse, die 2. Zone, ist die Akquisitionszone, das Herzstück der Filiale und liegt zwischen Eingang und SB-Bereich, der 1. Zone, und den Service-Dialogplätzen, der 3. Zone.

Welches Anliegen der Kunde oder Nicht-Kunde auch hat, bei einem Besuch der Filiale kommt er an dieser Akquisitionszone, die ihm einen echten, spürbaren Mehrwert vermittelt, nicht vorbei. Spielerisch wird hier dem Konsumenten ein „Mitmach-Erlebnis“ geboten. Das, was dieser im Kleinen auf seinem Smartphone mehrmals täglich macht, wird hier auf ein größeres Format skaliert. Multimediale und touchfähige Kommunikationstische dienen dabei als Medium, die Eigeninitiative des Konsumenten zu wecken, Gesprächsanlässe zu schaffen und schließlich in ein Beratungsgespräch überzuleiten. Durch die Installation lädt die Sparkasse auf emotionalisierende Weise den Betrachter zu einem virtuellen Rundgang durch das gesamte Leistungsspektrum der Sparkasse ein.



**GK**  
GOLDBACH KIRCHNER

- Trennwandsysteme
- Schrankwandsysteme
- Innenausbau
- Serienfertigung

**Sie planen -  
Wir realisieren!**

Scannen und online  
auf Informationen  
für Architekten und  
Planer zugreifen.



Ihre Möbelwerkstätte

Einrichtung mit bleibendem Wert

- Kompetent
- Zuverlässig
- Leistungsstark



Julius Vey GmbH

Bank-, Büro & Objekteinrichtungen  
 Dorfstraße 29 • D-36115 Ehrenberg  
 Tel. +49 (0)6681/ 96732-0  
 Fax +49 (0)6681/ 96732-13  
 www.moebelvey.de  
 moebel.vey@t-online.de



▲ Imagetransfer und Selbstdarstellung der Sparkasse durch großflächige Bildwände



▲ iPad unterstützte Produktpräsentation

► Fazit

Die Kunden sind bereit, Informationen über sich und ihre Lebenssituationen zur Verfügung zu stellen, wenn ihnen dafür ein Nutzen geboten wird. Das per-

fekte Zusammenspiel von Medien und dem neu entwickelten Raumkonzept zieht Passanten und Nicht-Kunden in die Räume der Sparkasse. Die Filiale „Bad Kreuznach in der Alzeier Straße“ wurde von den Planern als Akquisitionszone zur Neukundengewinnung in Form eines öffentlichen Erlebnisraumes konzipiert.

Das Objekt auf einen Blick



Name der neu/umgebauten Geschäftsstelle:  
 Geschäftsstelle Bad Kreuznach, Alzeier Straße  
 Bauherr: Sparkasse Rhein-Nahe  
 Bilanzsumme: 3.719 Mio. Euro  
 Anzahl Geschäftsstellen: 35  
 Anzahl Mitarbeiter: 720  
 Umbauter Raum: ca. 660m<sup>3</sup>  
 Nutzfläche gesamt: 500m<sup>2</sup>  
 Nutzfläche SB-Bereich: ca. 120m<sup>2</sup>  
 Nutzfläche Backoffice: ca. 90m<sup>2</sup>  
 Nutzfläche Beraterzonen: ca. 110m<sup>2</sup>  
 Bau-/Umbauzeit: Februar - Oktober 2013  
 Teppichboden: Carpet Concept Objekt-Teppichboden GmbH, Bielefeld  
 Bankeinrichtung: Julius Vey GmbH, Ehrenberg  
 Innenarchitekt/Planer/Gesamtkonzeption:  
 KRANZ InnenArchitekten, Göttingen



▲ Welches Anliegen der Kunde oder Nicht-Kunde auch hat, bei einem Besuch der Filiale kommt er an dieser Akquisitionszone nicht vorbei