



Innovationsfiliale der Stadtsparkasse Oberhausen in Sterkrade

Vom Schalterraum zum Verkaufsraum oder: Wie aus Besuchern Kunden werden

Rüdiger Schumann und Andreas Jenewein

Die neue Ansiedlung der Filiale in Sterkrade innerhalb eines in 2007 geschaffenen Fachmarktzentrums im zweitgrößten Stadtteil von Oberhausen wurde von der Stadtsparkasse als Herausforderung gesehen, einmal andere Wege der Filialgestaltung und Kundenansprache zu gehen. Und seit 15. August 2007 ist diese Idee bereits Wirklichkeit geworden.

Das Zentrum „Sterkrader Tor“ liegt am Rande der Innenstadt Sterkrades und wurde auch architektonisch durch ein in das Pflaster integrierte Band eng mit dem Zentrum verbunden. Es bietet auf 20.000 qm Mietfläche u.a. einen Frischmarkt, einen Bio-Lebensmittelladen, eine Drogerie, ein SB-Warenhaus, Textil- und Schuhgeschäfte sowie Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe. Über 500 Parkplätze sowie die direkte Anbindung an die Innenstadt haben die Erwartungen an dieses Projekt hinsichtlich der Kundenströme mehr als erfüllt.

Das neue Filialvertriebs-Konzept

Bislang konnte die Filiale einer Sparkasse bestenfalls als Service-Einrichtung wahrgenommen werden, in der man seine Bankgeschäfte mit oder ohne Kontakt zum Sparkassenmitarbeiter abwickeln konnte. Trotz ausliegender Produktwerbung wurde die Filiale nicht als Verkaufsraum erkannt. Ihre vertriebliche Ausrichtung war defensiv. Finanzprodukte, die zudem darunter leiden, in ihrer nüchternen Nutzenmentalität eindimensional zu sein, wurden in Filialen vorgehalten, aber nur wenig optisch – und damit auch aktiv – präsentiert.

Genau hier setzt das neue Themeshop-Konzept der Stadtsparkasse Oberhausen, das zusammen mit der Unternehmensberatung 4P Consulting aus Österreich entwickelt wurde, an: Es versucht eine Brücke zu bauen zwischen den lebensweltlichen Bedürfnissen der Besucher (Themen und Momente) auf der einen und den dazu passenden Finanzprodukten (Lösungen) auf der anderen Seite.

Auf der Grundlage eines emotionalen Ausstellungskonzeptes werden Interesse und Begehrlichkeiten bei den Besuchern geweckt, sogleich von einem Berater erkannt und als Anknüpfungspunkte aufgegriffen. Mit einem guten Gefühl generiert er daraus Verkaufsansätze und muss nun nicht mehr

Kunden bei ihren täglichen Servicegeschäften kalt akquisitorisch ansprechen oder gar darauf warten, dass ein Besucher mit einer Produkthanfrage auf ihn zukommt.

Die Raumkonzeption – Themeshops statt Automaten

Eine „normale“ Bankfiliale hat weder „Besucher“ noch „Laufkundschaft“. Ohne die Absicht, ein Bankgeschäft zu tätigen, würde heute zu Tage wohl niemand eine Sparkassenfiliale aufsuchen. Schließlich ist eine Sparkassenfiliale kein Geschäft in dem man sich zum Kauf anregen lässt. Die klassischen Raumkonzeptionen wie das FDL-Konzept der deutschen Sparkassen oder alle anderen am 3-Zonen-Konzept orientierten Raumpläne sehen im vorderen Bereich der Filiale die SB-Zonen mit allen möglichen Automaten vor. Die Herausforderung ist, die Mitarbeiter möglichst nahe an die Automaten zu bringen, denn dort sind im Regelfall die meisten Kunden anzutreffen.

Mit dem neuen Themeshop-Konzept wird diese Situation komplett verändert. Erstmals geht die Stadtsparkasse Oberhausen den Weg, nicht bankfremde Produkte als „Lockmittel“ einzusetzen, sondern sie präsentiert an Hand der wichtigen Themen, die die Menschen bewegen, die Leistungen und Lösungen der Sparkasse dazu. Die „Themeshops“ – an den vordersten attraktivsten Flächen der Filiale angesiedelt – locken Besucher mit einem außergewöhnlichen Ambiente und bieten einen Informationsnutzen über interaktive Medien. Die transparenten Auslagen mit Videoprojektionen und bewegten Kunstwerken schaffen Aufmerksamkeit und laden zum Besuch ein.

Die Mitarbeiter

Erstmals wurde hier in einem aufwändigen Auswahlverfahren intern wie extern nach einem besonderen Anforderungsprofil nicht nach fachkompetenten Bankmitarbeitern sondern nach sozial- und kommunikationskompetenten Menschen aus allen Berufen gesucht. Über 400 Bewerbungen wurden gesichtet und die besten fünf Damen kümmern sich jetzt als „erster Eindruck“ in der neuen Filiale um die richtige Kundenweiterleitung, Hilfe bei den Automaten bis hin zur Shopbetreuung.

Der Themeshopbereich versteht sich als „Kontakt- und Kommunikationszone“ zur Geschäftsanbahnung mittels Interaktivität und Information, wo sich Kunden, Besucher und Bankberater im offenen Bereich treffen und in einem angenehmen Ambiente mit Möglichkeit der Bewirtung über eine Cafe-Bar unterhalten. Die qualifizierten Beratungen finden im Anschluss weiterhin in den diskreten Beratungsräumen im hinteren Bereich der Filiale statt.

Die aktuelle Ausstellung steht unter dem Motto „Mobilität“. Auf 60 qm werden hier Schwerpunktthemen wie Auto, Reisen, Arbeit oder Umzug multimedial aufbereitet. Das multimediale Ausstellungskonzept selbst forciert den Brückenschlag zwischen den Lebenswelten der Besucher und der Produktwelt der Sparkasse, die zu diesem Thema über 24 Produkte in ihrem Portfolio hat – vom Autokredit bis zum Umzugservice oder der Reiseversicherung.

Flexibilität und Öffnungszeiten

Die Raum- und Shop-Konzeption bietet die Möglichkeit, an den Handel angepasste Öffnungszeiten anzubieten, und so ist die Filiale Montag bis Freitag von 09.00 bis 19.00 Uhr und samstags von 10.00 bis 14.00 Uhr durchgehend geöffnet. Die Öffnung der diskreten Kassen wurde den Kundenbedürfnissen entsprechend von 09.00 bis 15.00 Uhr angepasst.

Diese Öffnungszeiten sind nur mit einem flexiblen „Schichtdienst“ der Mitarbeiter möglich. An den Samstagen gibt es ein weiteres „Highlight“ in der Sparkassenwelt, denn hier übernimmt ein Team von „freiwilligen“ Beratern aus allen Filialbereichen der Sparkasse den Service- und Beratungsdienst.

Durch die flexiblen Glasschiebetrennwände und Technikan-schlüsse kann der Größenbedarf der Filiale an die Kundenfrequenz angepasst werden. Damit ist eine Ressourcen schonende Einsatzplanung möglich.

Der Themeshop

„Die Stadtsparkasse Oberhausen ist die erste Bank und Sparkasse in Deutschland, die konsequent auf eigen bewirtschafteten Flächen eine Kombination aus Themenpräsentation und Bankproduktlösungen shopartig darstellt. Die an vielen Orten praktizierte Shop-in-Shop Lösung mit bankfremden Leistungen wurde bewusst nicht eingesetzt, da die Stadtsparkasse

Oberhausen ihre attraktiven Flächen – zur Präsentation der eigenen Leistungsfähigkeit und der Themen, die die Menschen bewegen und von der Sparkasse mit ihren Produkten umgesetzt werden können – verwenden will“, meint Rüdiger Schumann, Marketingleiter der Sparkasse und gleichzeitig einer der „Väter“ des Ausstellungskonzeptes sichtlich stolz auf die gelungene Umsetzung dieser Innovation.

Die „Innovations-Macher“

Das gesamte Projektmanagement sowie die organisatorische Ablaufoptimierung inkl. der Mitarbeiterauswahl und des Mitarbeitertrainings für Service- und Welcome-Mitarbeiter sowie eines Teamentwicklungsprozesses für die ganze Mannschaft lag in den Händen von 4P Consulting.

Die frühzeitige Projektplanung sorgte unter anderem dafür, dass die gesamte Entstehungsgeschichte des neuen Beratungszentrums – vom Abriss des vormaligen Industriegeländes bis zum Umzug und Einweihung des Neubaus – filmisch dokumentiert werden konnte. Das so entstandene „Making-of-Material“ bot wiederum zahlreiche Anknüpfungspunkte für eine originelle visuelle Kommunikation – einem Videofilm von und für Kunden und Mitarbeiter der Filiale – um Kunden und Mitarbeiter gleichermaßen auf die „Inbetriebnahme“ der neuen Filiale vorzubereiten und einzustimmen.



Erster Eindruck: Freundliche Gesichter – WelcomeManager Kunden wollen in einer Bankfiliale Menschen sehen und keine Maschinen. Speziell auf das „Welcome Management“ geschulte Mitarbeiter sorgen für eine neue Service- und Beratungsqualität, die dem ambitionierten Projekt gerecht wird.

Stadtsparkasse Oberhausen Portrait (in Zahlen per 31.12.2006):

Bilanzsumme:	2,53 Mrd. €
Bilanzgewinn:	2,07 Mio. €
Mitarbeiter:	682
Vorstand:	Karlheinz Merzig, Vorstandsvorsitzender Ulrich J. Salhofen, Vorstandsmitglied Dieter Henrich, Vorstandsmitglied

Kontakt für weitere Informationen:
Rüdiger Schumann, Leiter Unternehmenskommunikation
ruediger.schumann@stadtsparkasse-oberhausen.de

Auf rund 1.600 m² Fläche auf zwei Ebenen hat die Sparkasse hier im Erdgeschoß ihre neue Innovationsfiliale mit rund 25 Mitarbeitern und im Obergeschoß ein Beratungszentrum samt Filialdirektion mit weiteren 20 Beratern für das Privat- und Firmenkundengeschäft angesiedelt.