



Das neue Filialkonzept der Volksbank Rhein-Lippe hat die Kunden begeistert. Mehr Platz, bequeme Steh- und Anlehmöglichkeiten (1) und eine liebevolle Dekoration im maritimen Stil (2) schaffen für die Kunden ein angenehmes Ambiente zum Wohlfühlen.

# Auf Augenhöhe mit dem Kunden

**Volksbank Rhein-Lippe.** Eine interne Arbeitsgruppe aus Mitarbeitern, Vertretern von Vertrieb, Marketing, Bau und Organisation erarbeitete das neue Raum- und Vertriebskonzept der Volksbank Rhein-Lippe. Jetzt gibt es in der Filiale neue Servicemöbel, die eine bequeme Kurzberatung im Stehen möglich machen, eine Wartelounge bestückt mit iPads und Beratungsräume mit regionalem Flair.

„Den veränderten Kundenbedürfnissen gerecht werden und die Wettbewerbsfähigkeit stärken“, lautete der Auftrag des Vorstands Gerd Hüskens für ein neues Vertriebs- und Bankstellenkonzept. Es sollte wieder mehr Kunden in die Filiale locken und die Bank attraktiver machen.

## Selbst ist die Bank

Die Bankmitarbeiter selbst waren es schließlich, die zusammen mit einem Expertenteam unter anderem aus der Marketing- und Baubranche ein frisches Raum- und Vertriebskonzept entwickelt haben. Flächen zu optimieren und mehr Beratungsraum zu schaffen stand auf dem Umbauplan an oberster Stelle.

„Willkommen in Ihrer neuen Bank“, begrüßt ein Schild am Türrahmen die Kunden. Nach dem bekannten Motto der Volks- und Raiffeisenbanken „Wir machen den Weg frei“ wurde erst einmal Platz geschaffen. Die SB-Geräte

mussten an die Seiten weichen. So entstand mehr Platz für Werbeflächen und der Blick in die Filiale vom Eingangsbereich aus war frei auf die Bankmitarbeiter. Ein erster Schritt zu mehr Kundennähe und Präsenz.

## Entspannen in der VB-Lounge

Neue Möbel angeordnet in kleinen Inseln, bestehend aus einem erhöhten Mitarbeiterarbeitsplatz und einer Steh-Sitz-Rolle für die Kunden, sorgen für Servicekontakt auf Augenhöhe. Über den Tresen hängt ein sogenannter „Emotion-Banner“ auf dem das Team des Finanzinstituts zu sehen ist. Beratungsgespräche, die Diskretion erfordern, finden in den direkt angeschlossenen Beratungsräumen statt. Landschaftsbilder aus der Region und liebevolle Dekorationen im maritimen Stil lassen hier beim Kunden ein Gefühl von Sympathie und Nähe entstehen. Die Filiale wird so zu einer Plattform der Begegnung von Menschen.

Eine kleine Lounge, in der es Kaffee, die aktuelle Zeitung und iPads zum Surfen gibt, soll für die nötige Entspannung bei Mitarbeitern und Kunden sorgen. Die speziellen Akustikelemente an der Decke und dekoratives Licht schaffen ein Wohlfühlambiente.

Die Lounge kann zu Veranstaltungen in einen Vortragsraum mit Bild- und Tontechnik umgewandelt werden. Mitgliedern und Kunden steht der Raum für kleine Empfänge und Versammlungen offen.

Eine Umfrage unter den Kunden hat gezeigt, dass sie von der neuen Bankfiliale begeistert sind. Auch die Vorstandschaft und die Mitarbeiter sind zufrieden. Die Kosten-Nutzen-Relation ist stimmig. Für 2013 ist geplant, das neue Konzept auf weitere Bankstellen zu übertragen. Damit der Erfolg auch in Zukunft weitergeht, gibt es einen Aktions- und Marketingplan sowie Workshops und Trainings für Mitarbeiter. ■

**Autorin:** Bianca Flachenecker

## Volksbank Rhein-Lippe: Flair und Emotion

### Daten zum Institut

**Bilanzvolumen:** 880 Millionen Euro

**Anzahl der Mitarbeiter:** 6.800 (BST Hamminkeln)

**Anzahl der Kunden:** rund 10.815 (BST Hamminkeln)

### Daten zum Bauprojekt

**Zeitraum der Umbaumaßnahmen:** Konzept und Planung Januar bis März 2012, Ausschreibung April bis Mai 2012, Umsetzung Juni bis Juli 2012

**Architekten/Konzeption:** LeoGRAF GmbH, BranchConsult AJC GmbH

#### Einrichtung:

- Bankeinrichter: Teamplan
- Tische/Theken: RKplus Design & Objekt GmbH
- Stühle: Wiesner-Hager, Signet
- Wände/Raumsysteme/Akustik: Teamplan, Master Solo
- Türsysteme: Teamplan
- Böden/Teppiche: Interface Flor
- Licht: Regent
- Sonstiges: Flex & Stot

#### Technik:

- IT-Systeme: GAD Rechenzentrum
- SB-Systeme: Wincor Nixdorf und KEBA AG
- Sicherheitstechnik: Wellmann
- Spezielle Software: Geno-Info-Monitor, DG Verlag
- Multimedia/Video: Datavision



Nähe wird in diesem Finanzinstitut großgeschrieben. Die Kunden lernen alle Mitarbeiter auf dem großen Banner im Empfangsbereich kennen (3).

In der Lounge können sich Mitarbeiter und Kunden bei einer Tasse Kaffee, mit einer Zeitung oder einem iPad entspannen (4).

Seit 15 Jahren treibt uns nur eine Idee:  
**Die perfekte Bank für Ihre Kunden**

 <p><b>BranchConsult</b> Unternehmensberatung mit Herzverstand®</p> <p>Beratung Training Projektmanagement</p> <p>www.branchconsult.at</p>	 	<p><b>RKplus</b></p> <p>Raumkonzept   Innovation   Design   diskret-banking</p> <p>www.rkplus.at</p>	 <p>Innenarchitektur &amp; Design</p> <p>3380 Pöchlarn, Brunnstraße 7</p> <p>www.leograf.at</p>	<p><b>LeoGRAF</b></p> <p>ästhetische Formgebung im Raum.</p> 
---	---	--	--	--

Wir entwickeln Konzepte, Objekte und Menschen. **DREI Marken – EIN Team für Ihr Projekt**