

# Aus alt mach neu – was ist möglich bei der Filialrenovierung?

Von Horst Selbach



**Entsprechen Filialen nicht mehr den aktuellen Standards, stellt sich regelmäßig die Frage, ob sich die Kosten einer Modernisierung lohnen oder der Standort lieber geschlossen werden soll. Die Sparkasse Lemgo erläutert am Beispiel einer konkreten Zweigstelle, welche Argumente für die Modernisierung sprechen, wie sich örtliche Gegebenheiten dabei auswirken und wie sich die Investition auszahlt. Red.**

„Bad Salzuflen. Vier Monate lang wurde die Sparkassenfiliale Am Herforder Tor umgebaut. Nun erstrahlt sie in neuem Glanz und wird am morgigen Mittwoch, 22. Oktober 2008, um 8.30 Uhr neu eröffnet. Filialleiter Thomas Kreie und sein Team freuen sich, ihre Kunden in der modernisierten Filiale zu begrüßen. Für alle Kundinnen und Kunden, die an diesem Tag vorbeischaun, gibt es eine kleine Überraschung.“

So lautete ein Pressebericht der Sparkasse Lemgo, als im letzten Jahr die Filiale wiedereröffnet wurde. Doch wie kam es zu dieser Entscheidung, eine in die Jahre gekommene Sparkassen-Zweigstelle nicht aus betriebswirtschaftlicher Sicht zu schließen, sondern im Gegenteil mit einigem finanziellen Aufwand neu zu gestalten? Was waren die Beweggründe? Und was

versprach sich die Sparkasse mit dem Umbau in eine moderne, zeitgemäße Filiale?

Die Zweigstelle hat in den strategischen Planungen der Sparkasse immer eine große Rolle gespielt. Filialen sind die Visitenkarten einer Sparkasse und der wichtigste Vertriebsweg, denn Teil des Lebens vor Ort zu sein, ist ein Wettbewerbsfaktor, der Sparkassen von vielen anderen Kreditinstituten unterscheidet.

Als die Sparkasse vor 16 Jahren in das Gebäude einzog, war die Gestaltung und Einrichtung angemessen. Doch seit 1993 hat sich vieles verändert. Trotz des sich schwierig gestaltenden Umbaus hat man am Standort der Filiale festgehalten.

Zum einen sprach dafür die den Kunden etablierte Stelle, die sich über viele Jahre durchgesetzt hatte. Denn die Filiale „Am Herforder Tor“ ist mit ihrer zentralen Innenstadtlage stark frequentiert – täglich besuchen sie mehr als 750 Kunden. Geschäftsstellenleiter Thomas Kreie betreut mit seinen sechs Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern rund 4 300 Konten mit einem

Geldanlagevolumen von etwa 24 Millionen Euro.

## Ein wichtiger Standort

Bad Salzuflen, eine ostwestfälische Kurstadt mit besonderem Flair, hat mit der Langen Straße seine Fußgängerzone. Unmittelbar daneben befindet sich der Eingang der Filiale. Schräg gegenüber der Filiale liegt ein mehrgeschossiges Parkhaus, deren Nutzer an der Filiale vorbeigehen. Ebenfalls bemerkenswert an diesem Standort ist, dass uns der Bad Salzufler Stadtbus die Kunden wie Nicht-Kunden direkt zur Filiale fährt – die Haltestelle liegt unmittelbar vor der Sparkasse.

Darüber hinaus sprachen weitere Gründe dafür, die Filiale am alten Standort zu belassen. Es bestand also keine Veranlassung, über eine Schließung nachzudenken, zumal die Geschäftsphilosophie der Sparkasse Lemgo eine grundsätzliche Stärkung des stationären Vertriebs vorsieht. Die historische Altstadt von Bad Salzuflen ist ein sehr wichtiger Standort für uns. Mit dem Umbau der Filiale unterstreichen wir dies.

Die Beratungsräume mussten dringend der heutigen Zeit angepasst werden. Viele Kunden, aber auch die Mitarbeiter wussten noch, wie schnell es im Sommer in der Filiale warm wurde. Durch das bishe-

## Zum Autor

**Horst Selbach** ist Vorsitzender des Vorstands der Sparkasse Lemgo, Lemgo.

### Barrierefrei erreichbar



riges Konzept mit Tresen und einer Kasse war die Kundenhalle sehr beengt. Das galt auch für das Selbstbedienungs-Foyer. Baulich bedingt mussten sich die Besucher der Filiale häufiger an den Wartenden der Selbstbedienungsgeräte „vorbeischlängeln“.

### Filialmodernisierung zur Stärkung der Kundenbindung

Schon länger wurde an die Sparkasse der Wunsch herangetragen, die Filiale zu renovieren und auf den neuesten Stand zu bringen. Aber auch von sich aus modernisiert die Sparkasse ihre Filialen, um diesen wichtigen Vertriebsweg zum Kunden dauerhaft zu erhalten.

### Service wird großgeschrieben



Es geht einerseits darum, Image und Vertrauen in die investierende Sparkasse aufzubauen und zu stärken und andererseits stets aktuelle Standards bei Beratung und Service zu bieten, die einen Verkauf von Bankprodukten unterstützen.

Doch vor der endgültigen Entscheidung mussten noch die baulichen Beschränkungen in Gesprä-

chen mit der Eigentümerin und dem Stadtplanungsamt geklärt werden. Nachdem klar war, dass die Geschäftsfläche wegen einer Brandschutzwand nicht vergrößert werden konnte und ein Umzug in den vorderen Gebäudeteil nicht möglich war, musste sich der Architekt durch geschicktes Aufteilen von mehreren Ebenen auf die vorhandenen Möglichkeiten beschränken.

### Beibehaltung der Kasse aufgrund örtlicher Gegebenheiten

Eine weitere Entscheidungshilfe zur Modernisierung des Standortes war aber auch die Messung der vertriebsaktiven Zeit durch eine externe Unternehmensberatung. Dabei wurde analysiert, dass es aufgrund der örtlichen Gegebenheiten sinnvoller war, eine herkömmliche Kasse zu behalten, um die Auslastung des Kassierers und der Servicekräfte besser zu kanalisieren.

Mit dem Überschreiten bestimmter Buchungsposten ist eine

Kasse einfach schneller als ein Automatischer Kassentresor (AKT). Auch im Hinblick auf die Servicequalität für Kunden mit Geschäften in der Innenstadt und der Wettbewerbssituation sollte auf die Kasse nicht verzichtet werden. Immerhin sind im Umkreis von 100 Metern sieben Mitbewerber vertreten.

Der AKT wurde nicht wieder aufgestellt. Mit der Eingliederung des Nachttresores und der automatischen Schließfächeranlage in ein wenige einhundert Meter entferntes Beratungszentrum, konnten Servicezeiten reduziert und mehr Zeit für den aktiven Vertrieb geschaffen werden. Die Anzahl der im Vertriebsfokus stehenden Finanzkonzeptgespräche wurden daraufhin deutlich gesteigert. Zusammen mit den ange-

### Sparkasse Lemgo: (Stand: 31.12.2008)

Bilanzsumme: 2,44 Milliarden Euro  
Filialen: 31  
Mitarbeiter: 663  
Auszubildende: 46  
Kundenkredite: 1,73 Milliarden Euro  
Kundeneinlagen: 1,85 Milliarden Euro  
Privatgirokonten: 89 500  
Geschäftsgirokonten: 10 350

nehmen Räumlichkeiten und etwas mehr Zeit für den Kunden zeigt sich, dass sich die Zahl der Girokonten deutlich erhöht hat. Ebenso lässt sich feststellen, dass insbesondere Verbundprodukte seit Oktober 2008 konstant gut verkauft werden konnten.

Die Entscheidung zum Umbau und Modernisierung der Filiale hat sich ein Jahr nach der Wiedereröffnung gelohnt. Die Bedingungen für den aktiven Verkauf wurden entscheidend verbessert und das Arbeitsumfeld für die Mitarbeiter konnte optimiert werden.

Gleichzeitig finden Kunden ein funktionierendes SB-Angebot neben der Möglich-

keit, diskrete Geldgespräche in atmosphärisch angenehmen Beratungszimmern zu führen.

### Die Kunden fühlen sich wohl

In der Tat sah nach dem Umbau natürlich alles anders aus. Der vorhandene Raum ist jetzt optimal genutzt. Die Kunden treten durch das neu entstandene, großzügige Selbstbedienungs-Foyer mit moderner und kundenorientierter Technik in das helle und freundliche Filiale-Ambiente. Durch den Umbau wurde Platz geschaffen für zwei Geldautomaten, zwei Selbstbedienungs-Terminals, die Kontoauszugsdrucker und Sparbuchschießfächer – alles steht natürlich rund um die Uhr zur Verfügung.

Neben dem optimalen Geldservice bietet die Sparkasse jetzt auch einen Ort der Begegnung mit Wartezone und Sitzbereich, was nicht nur ältere Kunden zu schätzen wissen. Die offene Konzeption sieht Dialogplätze vor, an denen die Kunden alle täglichen Geldangelegenheiten mit den Beratern besprechen können.

Besonders vom neuen Raumgefühl und den individuellen Betreuungsplätzen in der Kundenhalle zeigen sich die Kunden begeistert. Diskretion hat für uns oberste Priorität. Die neuen Räumlichkeiten bieten hierfür die passenden Rahmenbedingungen.

### Aktuelle Energiestandards

Insgesamt stehen jetzt fünf Beratungszimmer bereit, in denen sich die finanzielle Zukunft planen lässt – alle stehen natürlich auch außerhalb der Öffnungszeiten zur Verfügung. Wichtig war der Sparkasse Lemgo auch, sämtliche Umbauten durch heimische Unternehmen ausführen zu lassen, denn das ist „Gut. Für die Region“.

Im Rahmen des Umbaus konnte auch ein zukunftsweisendes Niedrigenergiekonzept umgesetzt werden. Mit der neuen Klimaanlage ist die Filiale schon jetzt auf dem neuesten Stand der Technik. Selbstverständlich ist die Filiale jetzt auch barrierefrei erreichbar – dazu wurde extra der Eingangsbereich verschoben und der Boden der Kundenhalle um einige Zentimeter angehoben.

Damit wurden die ehemals fünf Ebenen auf drei reduziert. Wirklich zukunftsweisend ist der Einsatz neuer Lichttechnik, die tageslichtabhängig gesteuert wird und somit viel Energie einspart. Insgesamt amortisieren einige Investitionen schneller durch aktuelle Energiestandards und geringere laufende Kosten.

Berücksichtigt werden konnten bei der Gestaltung die grundsätzlichen Überlegungen zum Umbau bei Filialen: SB-Integration, offene Raumgestaltung, Farbklima und Materialsprache, Möblierung, Beleuchtung, Schalldämmung, Lüftung, Installationen sowie Sozialräume.

### Erfolgreiche Aktionsflächen

Neben den betriebswirtschaftlichen Erfolgen ist allerdings auch der Image-Faktor nicht unterzubewerten. Dass die Sparkasse sich in der Region so stark engagiert, wird von kommunalen Vertretern, aber auch von den Bürgern und insbesondere den Kunden begrüßt.

Erfreulicherweise zeigen vertriebliche Maßnahmen wie Aktionsflächen, die räumlich in der „alten“ Filiale nicht möglich waren, große Erfolge. Die Schaffung einer kleinen „Erlebniswelt Sparkasse“ bietet den Beratern die Möglichkeit der gezielten Kundenansprache. Diese Aktionsflächen, themenbezogen auf vertriebliche Schwerpunkte, erleichtern die Ansprache der Kunden auf Schwerpunkt-Themen oder Terminvereinbarungen. Aktuelle Kontaktquoten verdeutlichen dies.



bank und markt  
Zeitschrift für Retailbanking

#### Verlag und Redaktion:

Verlag Fritz Knapp GmbH  
Aschaffenburger Straße 19, 60599 Frankfurt am Main,  
Postfach 111151, 60046 Frankfurt am Main,  
Telefon 069/97 0833-0, Telefax 069/707 84 00,  
www.kreditwesen.de,  
E-Mail: red.bum@kreditwesen.de

#### Herausgeber: Klaus-Friedrich Otto

**Chefredaktion:** Dr. Berthold Morschhäuser, Swantje Benkelberg, Philipp Otto

**Redaktion:** Lars Haugwitz, Alexander Hofmann, Barbara Hummel, Frankfurt am Main.

#### Redaktionssekretariat: Elke Hildmann

Die mit Namen versehenen Beiträge geben nicht immer die Meinung der Redaktion wieder. Bei unverlangt eingesandten Manuskripten ist anzugeben, ob dieser oder ein ähnlicher Beitrag bereits einer anderen Zeitschrift angeboten worden ist. Beiträge werden nur zur Alleinveröffentlichung angenommen.

Die Zeitschrift und alle in ihr enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig.

Manuskripte: Mit der Annahme eines Manuskripts zur Veröffentlichung erwirbt der Verlag vom Autor das ausschließliche Verlagsrecht sowie das Recht zur Einspeicherung in eine Datenbank und zur weiteren Vervielfältigung zu gewerblichen Zwecken in jedem technisch möglichen Verfahren. Die vollständige Fassung der Redaktionsrichtlinien finden Sie unter [www.kreditwesen.de](http://www.kreditwesen.de).

#### Verlagsleitung: Uwe Cappel

**Anzeigenleitung:** Ralf Werner, Tel. 069/970833-43.

**Anzeigendisposition:** Anne Guckes, Tel. 069/970833-26, sämtl. Frankfurt am Main, Aschaffenburger Straße 19.

Zurzeit gilt Anzeigenpreisliste Nr. 38 vom 1. 1. 2009.

#### Erscheinungsweise: Am 1. jeden Monats.

**Bezugsbedingungen:** Abonnementspreise inkl. MwSt. und Versandkosten: jährlich € 333,76, bei Abonnements-Teilzahlung: 1/2jährlich € 170,96, Ausland: jährlich € 341,12. Preis des Einzelheftes € 17,90 (zuzügl. Versandkosten).

**Verbandabonnement** mit der „Zeitschrift für das gesamte Kreditwesen“: jährlich € 648,24, bei Abonnements-Teilzahlung: 1/2jährlich € 337,80, Ausland: jährlich € 664,56.

Studentenabonnement: 50% Ermäßigung (auf Grundpreis).

Der Bezugszeitraum gilt jeweils für ein Jahr. Er verlängert sich automatisch um ein weiteres Jahr, wenn nicht einen Monat vor Ablauf dieses Zeitraumes eine schriftliche Abbestellung vorliegt. Bestellungen aus dem In- und Ausland direkt an den Verlag oder an den Buchhandel.

Probeheftanforderungen bitte unter  
Tel.-Nr. 069/970833-32 oder -25

Als Supplement liegt „cards Karten cartes“ jeweils am 1. Februar, 1. Mai, 1. August und 1. November dieser Zeitschrift bei.

Bei Nichterscheinen ohne Verschulden des Verlages oder infolge höherer Gewalt entfallen alle Ansprüche.

Bankverbindungen: Postbank Frankfurt 60482-609 (BLZ 50010060), Landesbank Hessen-Thüringen-Girozentrale 10555001 (BLZ 50050000), sämtliche in Frankfurt am Main.

Druck: Druckerei Hassmüller Graphische Betriebe GmbH & Co. KG, Königsberger Straße 4, 60487 Frankfurt.

ISSN 1433-5204

