



▲ Gemütliche Bistros oder stylische Casinos schaffen zukunftsorientierte Kundenbindung

die Chancen des digitalen Wandels zu nutzen. Die vertrauensvolle und langfristige Beziehung zum Kunden steht im Mittelpunkt. Die Kunden entscheiden ganz individuell, wie sie ihre Bank ansprechen bzw. wie sie selbst angesprochen werden wollen. So kann die Ansprache persönlich oder virtuell erfolgen. Daher ist es wichtig, dass der Kunde das Gefühl gewinnt, an dem jeweiligen Bank-Standort optimal versorgt zu sein. Ziel ist es, herausragende emotionale Kundenerlebnisse zu schaffen, die eine zukunftsorientierte Kundenbindung bringen. Exemplarisch seien hier Loungebereiche mit Wohlühlcharakter sowie gemütliche Bistros oder stylische Casinos genannt, die den Kunden zum Fan werden lassen. ■

## Planungsbüro für Banken Thomas Wunderle

Binzen

(0 76 21) 91 47 52-0

info@bankenplanung-wunderle.de

www.bankenplanung-wunderle.de

### Schwerpunkte setzen mit individuellem Interieur

Weniger ist mehr: Künftig werden wir weniger Bankfilialen sehen, dafür größere Einheiten mit Spezialisten, die ein hochwertiges Ambiente vermitteln. Multichannel und digitale Objekte werden immer mehr in Bankräumen eingebunden, aber im Mittelpunkt bleibt und steht der gut informierte Bankkunde mit all seinen Wünschen und Bedürfnissen. Die Banken, die es schaffen, sich diesen neuen Herausforderungen aus einer Mischung zwischen digitaler Technik und persönlicher Beratung zu stellen, haben beste Chancen, Kundenabwanderung zu verhindern.

Um Kunden wieder mehr in die Filialen „zu locken“, sind nachvollziehbare Vorteile zu erbringen, so dass für Kunden der Bankbesuch nicht nur an Konditionen festgemacht wird.

Nach wie vor glauben wir daran, dass die Gestaltung einer modernen und wirtschaftlichen Filiale auf das regionale Umfeld abgestimmt sein muss, gepaart mit einer gesunden Mischung digitaler Techniken. In der Gesamtkomposition muss die Mischung der noch verbliebenen und für die Zukunft angepassten Bankfilialen Wohlbefinden ausstrahlen, Kunden- und Arbeitsbereiche müssen entsprechend diskret gestaltet sein. Flexible Büroräume sollten sowohl für Backofficearbeiten als auch für Kundengespräche geeignet sein. Bei der Gestaltung neuer und bestehender Filialen ist neben einem Top-Standort natürlich die Auswahl des passenden Interieurs wichtig. Das Herausarbeiten der Markenidentität hat dabei hohe Priorität, individuelle Gegebenheiten der Bank, abgestimmt auf bestehendes und neues

Kundenklientel setzen weitere Schwerpunkte. Im Zuge der demografischen Entwicklung geht es darum, übersichtliche und funktionale Bereiche zu schaffen, Zusatzleistungen wie barrierefreie Flächen, Kunden-WC, angenehme Loungebereiche können dem Kunden weitere Vorteile gegenüber dem Wettbewerb bieten.

Mit übersichtlicher, einfacher Handhabung (auch für ältere Bankbesucher) können Kunden auch für Technik begeistert werden. Im Zuge von Rückbau und Reduzierung kostenintensiver Backofficearbeiten sehen wir die Verpflichtung, in Kundenhallen und 24h-Bereichen Produktbotschaften auf emotionale Art und Weise zu integrieren. Mit Touch-Points am Point of Sales werden Informationen und „News“ erlebbar. Diese Instrumente erhöhen die Verweildauer in den Filialen zunehmend. Der Kunden- oder Serviceberater hat somit Lösungen und digitale Instrumente zu Verfügung und kann den Kunden individuell in angenehmer Raumatmosphäre ansprechen. ■



▲ Kunden- und Arbeitsbereiche diskret gestalten



▲ Digitale Technik einbinden