

# Die Filiale im Wandel

**Bestes Flächenkonzept.** Als das Projekt „Filiale im Wandel“ der Deutschen Postbank AG im Jahr 2006 startete, wollte man ein neues Filialkonzept entwickeln, das modernen Anforderungen der Kunden Rechnung trägt. Die Umsetzung gelang derart überzeugend, dass dieses Projekt als bestes Flächenkonzept überzeugte.

Als Mitte 2006 das Projekt Filiale im Wandel startete, hatte man zum Ziel, Kundenwünsche an Finanz-, Post- und Neuen Dienstleistungen gerecht zu werden. Damit sollten bestehende Kundenverbindungen ausgebaut und neue Kunden gewonnen werden. Heute wird das Konzept sukzessive bei allen Umbaumaßnahmen umgesetzt, so dass in den nächsten Jahren alle wichtigen Standorte nach diesem Vorbild gestaltet sein werden.

## Alles bleibt anders

Das Projekt umfasste die strategische Neuausrichtung und Optimierung des stationären Vertriebsnetzes im Hinblick auf Prozesse, die Standorte der Filialen, Produkte und Services, die Vertriebssteuerung sowie die Filialgestaltung. Es beinhaltete die Planung und Umsetzung innovativer Filialkonzepte mit dem Ziel, die Flächenproduktivität signifikant zu steigern. Darin enthalten war die Konzeption einer attraktiven Retailumgebung bei größtmöglicher Vertriebsorientierung und gleichzeitiger Standardisierung von Produkten und Prozessen sowie einer sinnvollen Unterstützung durch Technologie.

## Der Kunde erlebt die Bank

Das Teilprojekt Filialgestaltung beinhaltete die Definition einer neuen Filialtypenstruktur für ein modernes Filialmanagement sowie die neue Gestaltung der Filialen inklusive Business-Case-Betrachtung. Es wurde ein neues Zonenkonzept mit optimierten Kundenlaufwegen entwickelt. Zur besseren Interaktion mit Kunden wurden Service Points als erste Anlaufstelle eingerichtet, darüber hinaus gibt es offene sowie geschlossene Beratungszonen.



Weitere Module, zum Beispiel Café und Kinderspielecke, tragen maßgeblich zur Förderung des Kundenerlebnisses bei.

## Vorbild für andere

Im Oktober 2007 wurde in Berlin, Wilmersdorfer Arcaden, die erste Pilotfiliale nach dem neuen Konzept eröffnet. Neben Berlin wurden im Anschluss bestehende Filialen in Augsburg, Aachen, Garbsen, Konstanz und Regensburg in neuem Format umgebaut, 2008 15 weitere Filialen umgestaltet. Umbaumaßnahmen an weiteren Filialen folgen innerhalb der nächsten Jahre.

Das neue Filialkonzept wird der Verschiebung der Kundennachfrage zugunsten der Bankdienstleistungen gerecht. Die Produkte der Post und anderer Partner werden dabei aber nicht vernachlässigt. Die Neukundengewinnung soll in Zukunft mit Hilfe des neuen Filialkonzeptes unterstützt werden und durch die optimierten Beratungsbereiche soll der Stammkundenausbau weiter vorangetrieben werden.



## Postbank AG: Daten und Fakten

**Bilanzvolumen:**

231.282 Mio. Euro

**Kundenzahl:**

14,1 Mio.

**Mitarbeiterzahl:**

21.130

**Projektleitung:**

Gabriele Strunk und Andrea Wiegand / strategische Entwicklung  
 Filialvertrieb

**Architekten:**

Dreiform, Clemens von Gizycki und Ralf Nähring

**SB-Geräte:**

NCR, Wincor

**Ausstatter:** Dreiform (Bankeinrichter), Andres Kunststoffsysteme GmbH (Tische/Theken), Wilkhahn (Stühle), König + Neurath, Andres Kunststoffsysteme GmbH (Wände/Raumsysteme), Glasfischer (Türsysteme), Amtico International GmbH, Longlife (Böden), Ansorg, Belux (Licht)

**Kennzeichen:**

Ein innovatives, kundenorientiertes Filalkonzept mit dem Potenzial zur Vervielfältigung.