

Privatkundengeschäft

Filialdesign: Lücke zwischen Theorie und Praxis

Im Sommer 2008 hat die Sparda-Bank Hessen ihre neu gestaltete Hauptstelle eingeweiht. Herzstück des neuen Konzepts ist ein sogenannter „Beraterpark“, in dem Holzstege zwischen dicken Kieselsteinen und reichlich Pflanzen zu den lose im Raum verteilten Beraterplätzen führen und eine wohlige Wellness-Atmosphäre vermitteln. Dieses Konzept kommt beim Kunden nach Aussage des Vorstandsvorsitzenden Jürgen Weber auch gut an.

In anderen Punkten aber konnte das ursprüngliche Konzept des Designers nicht eins zu eins beibehalten werden. So hatte dieser ursprünglich keinen Info-Schalter im Eingangsbereich der Kundenhalle vorgesehen. Vermutlich stört so etwas die Ästhetik. Im Alltag hat sich dieses Zugeständnis an die Schönheit aber als Mangel erwiesen: Allzu viele Kunden liefen auf der Suche nach einem Ansprechpartner hilflos umher.

Nicht bewährt hat sich auch der Versuch, die Kunden so weit zur Selbstbedienung umzuerziehen, dass eine Kasse entbehrlich wurde. Ganz gestrichen worden war sie im ursprünglichen Konzept zwar ohnehin nicht. Mit der Verlegung in den hintersten Teil der Geschäftsstelle hoffte man jedoch, die Frequentierung so zu reduzieren, dass der Kassenschalter über kurz oder lang gänzlich überflüssig würde. Diese Erwartung hat sich jedoch nicht erfüllt. Anscheinend war der Strom derer, die unverdrossen durch den gesamten Beraterpark wanderten, um zur Kasse zu gelangen, so groß, dass die Atmosphäre und Diskretion in der Beratungszone spürbar beeinträchtigt wurde. Nun ist die Kasse wieder an prominenter Position in der Kundenhalle zu finden. Das Kundenbedürfnis geht also offenbar vor – Design hin oder her. Schmerzhaft Umerziehungsversuche will man sich in der aktuellen Wettbewerbssituation offenbar doch nicht leisten. **Red.**