

OBJEKTBERICHT

Harzsparkasse
Hauptstelle Wernigerode

Visitenkarte für das 21. Jahrhundert

Die umgebaute Hauptstelle der Harzsparkasse in Wernigerode überzeugt durch einen starken Markenauftritt, moderne Kundenorientierung und eine durchdachte Ablauforganisation.



- Offen, hell und einladend präsentiert sich die neue Kundenhalle.
- Die Harzsparkasse prägt mit dem neuen Erscheinungsbild die Willkommenskultur – eine Botschaft, die heute mehr denn je die Kundenwertschätzung unterstreicht.

AUFTAKT FÜR DEN UMBRUCH

Seit nunmehr 25 Jahren befindet sich die Hauptstelle der Harzsparkasse am Standort Wernigerode und ist dort für die Kund:innen der Bank eine verlässliche Anlaufstelle bei allen Fragen rund um das Thema Geld. In der ganzen Zeit wurden keine größeren Veränderungen oder wesentliche Modernisierungen vorgenommen. Doch seit dem Jahr 1997 haben sich die Anforderungen an den Brandschutz erhöht und das veränderte Kundenverhalten sowie die Digitalisierung erfordern heute eine andere Ablauforganisation und flexiblere Raumstrukturen.

Dies machte Umbaumaßnahmen unabdingbar. Dabei sollte der normale Geschäftsbetrieb jedoch jederzeit gewährleistet bleiben. Deshalb erfolgte der Umbau in zwölf voneinander getrennten Bauabschnitten. So ließen sich Störungen für die Kund:innen so gering wie möglich halten.



→ Glanzstück ist das große Lichtauge, das sich über zwei Etagen erstreckt und durch die neue organisatorische Anordnung noch besser in Szene gesetzt wird.

TRANSPARENTES FILIAL-PRINZIP

Das neue Erscheinungsbild der lichtdurchfluteten Bereiche im 1. und 2. Obergeschoss ist hell und modern. Dies wurde durch minimale Eingriffe in die Bestandsarchitektur und punktuelle innenarchitektonische Gestaltungsakzente erreicht. Dazu gehören vergrößerte Türöffnungen, neue Decken und ein angepasstes Beleuchtungskonzept. Die neu möblierten Büroräume der Mitarbeitenden erhielten eine Glastür, um mehr Licht in der Flurzone zu erhalten und so auch die Kommunikation zu fördern.

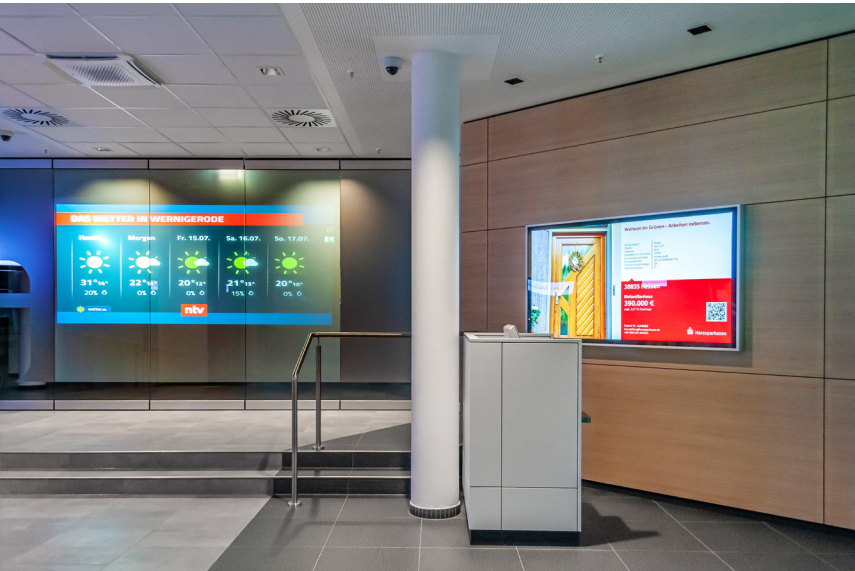
Im großzügigen Wartebereich bietet sich ein imposanter Blick auf die Architektur des Gebäudes. Glanzstück ist das große Lichtauge, das sich über zwei Etagen erstreckt und durch die neue organisatorische Anordnung noch besser in Szene gesetzt wird. Die ungünstige Schallwirkung, die das Lichtauge naturgemäß mit sich bringt, wird durch akustisch wirksame Holzwände und andere getroffene Maßnahmen neutralisiert.

8

MEDIATEKTUR - EINKLANG VON RAUM UND MEDIEN

Diese attraktive Wirkung von innen nach außen wird durch das Mediatekturkonzept zusätzlich unterstützt. Die mediale Ausstattung ist Teil des ganzheitlichen Konzepts und genau auf die innenarchitektonische Planung abgestimmt. Bereits von außen fällt der Blick auf die Schaufenstermonitore und erweckt Neugierde. Gerade in der dunklen Jahreszeit und außerhalb der Geschäftszeiten ist die große Rückprojektion auf der Glas-mobilwand weithin sichtbar und ein echtes Highlight.

Dazu setzt die Sparkasse auf digitalen Content im Innenbereich und verzichtet deshalb zukünftig gänzlich auf Printtaushänge. Selbst der Preisaushang wird auf einem Display angezeigt. Konditionen können so schnell und ohne Aufwand geändert und kommuniziert werden – eine insgesamt sehr repräsentative Art der Informationsbereitstellung.



- Die große Rückprojektion auf die Glastrennwand schaltet sich automatisch nach Schließung der Filiale zu.
- Der klassische Auf-laufschutz wird hier als spannende Werbefläche genutzt.

→ Insgesamt vier Schau-fenstermonitore finden sich rund um das Gebäu-de verteilt und geben die neue digitale Visitenkarte ab.



9



- Neben den eigenen Kampagnen werden z.B. Nachrichten, Wetter, Sportergebnisse und regionale Inhalte gezeigt.
- BancArt hat auch das Thema Mediatektur aus einer Hand angeboten und schon zu Beginn der Planung passend zu den Kundenlaufwegen integriert.



→ Bereits im Eingangsbereich wird der Blick auf den zentralen Empfang gelenkt.

WILLKOMMENSKULTUR - DER SICHT- UND SPÜRBARE UNTERSCHIED

Beim Betreten der hellen und einladenden Kundenhalle eröffnen sich den Besucher:innen mehrere Raumkuben. Die zentrale Anlaufstelle für das gesamte Gebäude ist die Information. Hier werden die Kund:innen empfangen und hier melden sie sich für einen Beratungstermin an. Von den Berater:innen werden sie dann in der Wartelounge im Erdgeschoss abgeholt. Das unterstreicht die hohe Wertschätzung, die die Harzsparkasse ihrer Kundschaft entgegenbringt.

Das pulsierende Herzstück der Hauptstelle ist das Erdgeschoss. Hier fanden auch die größten ablauforganisatorischen Eingriffe und eine Veränderung der Wegeführung statt. Von den ehemals drei Eingängen wurde ein Zugang geschlossen. Die frühere Windfangsituation wirkte wenig einladend und entsprach auch nicht dem deutlich offeneren und transparenten Filialprinzip von heute.

MODULARES SERVICE-ELEMENT

Gegenüber der hervorstechenden Information tritt der Service, in einen angedeuteten Holzkubus integriert, deutlich zurück. Angesichts der zu erwartenden Servicesituation in der Zukunft ist das Servicemöbel modular und kann entfallen, ohne eine sichtbare Lücke zu hinterlassen.

OPTIMALE BLICK- UND SICHTBEZIEHUNG

Entsteht aus einer Servicetransaktion weiterer Gesprächsbedarf, steht der integrierte Meetingpoint als bequeme Rückzugsmöglichkeit zur Verfügung. Durch die insgesamt klare Axialstruktur – Information, Service und temporär besetzte Kasse – entsteht eine optimale Blick- und Sichtbeziehung zwischen Kund:innen und Mitarbeitenden.

SUBTILES UND PRÄGNANTES LEITSYSTEM

Die typischen CI-Farben der Sparkasse dienen in der Kundenhalle als Akzentpunkte zur Orientierung im Raum. Dem dient auch ein innovatives und markantes Beleuchtungskonzept mit auffälligen Lichtobjekten, das als subtiles und prägnantes Leitsystem für die Besucher:innen der Sparkasse klar verständlich ist.



→ Die zu erwartende zukünftige Entwicklung des personell besetzten Service wurde bei der Planung bereits berücksichtigt.

→ Auch hier geben die markanten Beleuchtungskörper dem Kunden Orientierung.

→ Die diskrete Kurzberatung wird als bequemer Rückzugsort für den intensiveren Gesprächsbedarf gern genutzt.



→ Die typischen CI-Farben der Sparkasse dienen in der Kundenhalle als Akzentpunkte zur Orientierung im Raum.



→ Die Markenfarbe Rot leitet den Kunden außen und im Inneren des Gebäudes
→ Links im Bild der digitale Preisaushang mit einer Bewegungssensorik. Regionale Inhalte werden gekoppelt mit den Preis-Informationen.

→ Im großzügigen Wartebereich bietet sich ein imposanter Blick auf die Architektur des Gebäudes.



→ Das innovative und markante Beleuchtungskonzept mit auffälligen Lichtobjekten unterstützt die Wegeleitführung.



IM EINKLANG MIT DEM NATURPARK HARZ

Für die Raumgestaltung der frei buchbaren Beratungsräume im Erdgeschoss und 1. Obergeschoss wurden natürliche Materialien und Farben ausgewählt. Erd- und Blautöne in Verbindung mit den eingesetzten Hölzern adaptieren die facettenreiche Flora und Fauna des Naturparks Harz. Das zusammen mit der Harzsparkasse erarbeitete Materialkonzept steht für die starke regionale Verbundenheit.

Die verschiedenen Zimmer unterscheiden sich nur in den Raumgrößen und farblichen Nuancen und verfügen über eine identische technische Ausstattung. So finden sich die Mitarbeitenden überall leicht zurecht, was Sicherheit und Konsistenz vermittelt – auch für das eigene Team.



→ Die unterschiedlichen Größen der Beratungsräume bieten modifizierte Beratungs- oder auch Teamkonstellationen für die Gespräche.

→ Die verschiedenen Zimmer unterscheiden sich nur in den Raumgrößen und farblichen Nuancen und verfügen über eine identische technische Ausstattung.
 → So finden sich die Mitarbeitenden überall leicht zurecht, was Sicherheit und Konsistenz vermittelt – auch für das eigene Team.



→ Auch für die Besucher des Obergeschosses gibt es einen gemütlichen Wartebereich mit exklusivem Blick durch und in das Gebäude.



BancArt GmbH

Alsterdorfer Straße 300
22297 Hamburg

Tel. +49. 40. 51 49 70 0
Fax +49. 40. 51 49 70 77

info@bancart.de
www.bancart.de

