



FILIALKONZEPTE

VR BANK WÜRZBURG EG

DER NEUE BANK.shop

FILIALE HUBLAND

DIE NEUE FILIALE „HUBLAND“ IN WÜRZBURG

Bauherr: VR Bank Würzburg eG
Bilanzsumme: 1,85 Mrd €
Anzahl Geschäftsstellen: 38

Anzahl Mitarbeiter in der Filiale: 3
Gesamtfläche Filiale: 203 m²
Bauzeit: 14 Wochen

Architekt/Innenarchitekt/Planer/Entwurf/Bauleitung:
BANCO Projektentwicklungs GmbH & Co. KG
Simeons carré 2
32423 Minden
0571 - 97 22 3 - 0

Sterzinger Straße 12
86165 Augsburg
0821 - 27 95 19 - 0

www.banco-gmbh.de

BANK.shop
DESIGNED by BANCO®

ERLEBNIS- REISE

Die neue Form des Bankings

Ein außergewöhnliches Konzept, das nicht nur optisch, sondern auch medial und inhaltlich überzeugt. Der „BANK.shop“: Eine Filiallösung der Zukunft.

Die moderne Bank von heute schafft Erlebnisse für ihre Kunden.



6

BANK.shop

Neben neuen Medien, Interaktivität und polarisierenden Themenwelten ist alles darauf ausgelegt, dem Kunden spannende Mehrwerte zu präsentieren.

8

Überraschend anders

Zentrales innenarchitektonisches Thema ist das Fliegen. Alle Elemente, die den ehemaligen Flugzeughangar betreffen, wurden sorgfältig aufgegriffen.

14

Video-Service

Das persönliche Service-Angebot wird optimal erweitert und das auch mit erweiterten Öffnungszeiten.

16

Digital Signage

Statt statischen Print-Plakaten, die oft wochenlang das gleiche Motiv zeigen, wechselt hier der Content in einer permanenten Abfolge.

18

Konto2go

Mit der Produktvariante „Konto2go“ hat die Bank ein Kontomodell eingeführt, das genau auf die Shopping-Laufkundschaft zielt.

20

Beratungsqualität

Drei unterschiedlich gestaltete Themenzimmer - alle unter dem Oberbegriff „Luftschiffahrt“ - sorgen für eine angenehme Gesprächsatmosphäre.



BANK.shop - DIE ERFOLGREICHE FILIALLÖSUNG

Mit Shopsystemen zur Erfolgsstory

In Würzburg ist mit dem Hubland-Areal ein ganz neues Wohn- und Lebensrefugium geschaffen worden, das derzeit das absolute Stadtgespräch ist.

Der ehemalige Flugzeughangar mit neuen Nebengebäuden vereint in Zukunft 12 Unternehmen – vom Supermarkt über einen Discounter, Apotheke, Fitnessstudio, Filiale einer Drogeriekette bis hin zu einer Bankfiliale und Gastronomie.

Doch neben vielen Geschäften gibt es auch neue Wohnungen. Im linken Neubau befinden sich 67 Wohnungen. In einem weiteren Baukörper rechts davon gibt es noch

einmal 14. Weitere 80 sind derzeit geplant. Es gibt außerdem insgesamt 332 Parkplätze, 94 oberirdisch und 228 in einer Tiefgarage.

Mit der unmittelbaren Nähe zum Hubland-Campus der Julius-Maximilians-Universität hat auch diese Zielgruppe nun einen sehr attraktiven Markenkontaktpunkt mit der neuen Filiale.

Alles in allem also riesiges Potential und vor allen Dingen sehr hohe Frequenz in puncto Kundenströme. Eine Tatsache, die sich die VR Bank Würzburg zunutze macht.

Links: Das neue Hubland Center befindet sich in einem ehemaligen Flugzeughangar.



VR BANK WÜRZBURG - HUBLAND

NEUE WEGE

in Würzburg

Immer mehr Banken springen auf das Thema „BANK.shops“ bzw. „Shopsysteme“ auf und das nicht ohne Grund. Die Nähe zu einem Einkaufszentrum schafft enorm viele Vorteile. Die Nutzung der Infrastruktur, wie Parkplätze oder auch WC-Anlagen, spart Platz und dadurch Kosten. Mit BANK.shops präsentiert sich die Bank genau da, wo der Kunde ist. In Shoppingcentern profitiert man von hohen Kundenströmen und Traffic. Aber genau dann ist es wichtig, dass die Bank auch ein individuelles Konzept fährt. Besonders hier gilt es, Erlebnisse zu schaffen und weg vom traditionellen Bild eines Kreditinstitutes ganz neue Wege zu gehen. In BANK.shops ist Entertainment das zentrale Schlüsselwort. Ein Leuchtturm-Projekt, welches auch von den Mitarbeitern geliebt werden muss. Es gilt, die Kunden zu animieren und dementsprechend geschult wird auch der Mitarbeiter. Neben neuen Medien, Interaktivität und polarisierenden Themenwelten ist alles darauf ausgelegt, dem Kunden spannende Mehrwerte zu präsentieren.

Die Nähe zur vorhandenen Infrastruktur und viel Laufkundschaft sind hier zentrale Komponenten.

BANCO - OBJEKTBERICHT

„In Zeiten, in denen weit verbreitet die Schließung von Bankfilialen vorgenommen wird, ist es eine wirklich besondere Herausforderung genau das Gegenteil tun zu dürfen.“

Im Rahmen eines für Würzburg einmaligen städtebaulichen Entwicklungsprozesses entsteht auf einem ehemaligen militärisch genutzten Gelände ein neuer Stadtteil für rund 5.000 Einwohner in unmittelbarer Nähe zur neuen Universität. Am Reißbrett konzipiert wurde dabei nicht nur urbanes Wohnen, verbunden mit integrierter Nahversorgung, sondern auch großzügige Grün- und Gemeinschaftsflächen. In Summe ein neuer Stadtteil im Stil des 21. Jahrhunderts.

Für uns war von Anfang klar, dass wir hier als VR Bank Würzburg in diesem neuen Stadtteil ein deutliches Ausrufezeichen setzen müssen und trotz oder auch wegen aller Digitalisierungsthemen einen realen Anlaufpunkt mit hoher Attraktivität für Kunden und Neukunden

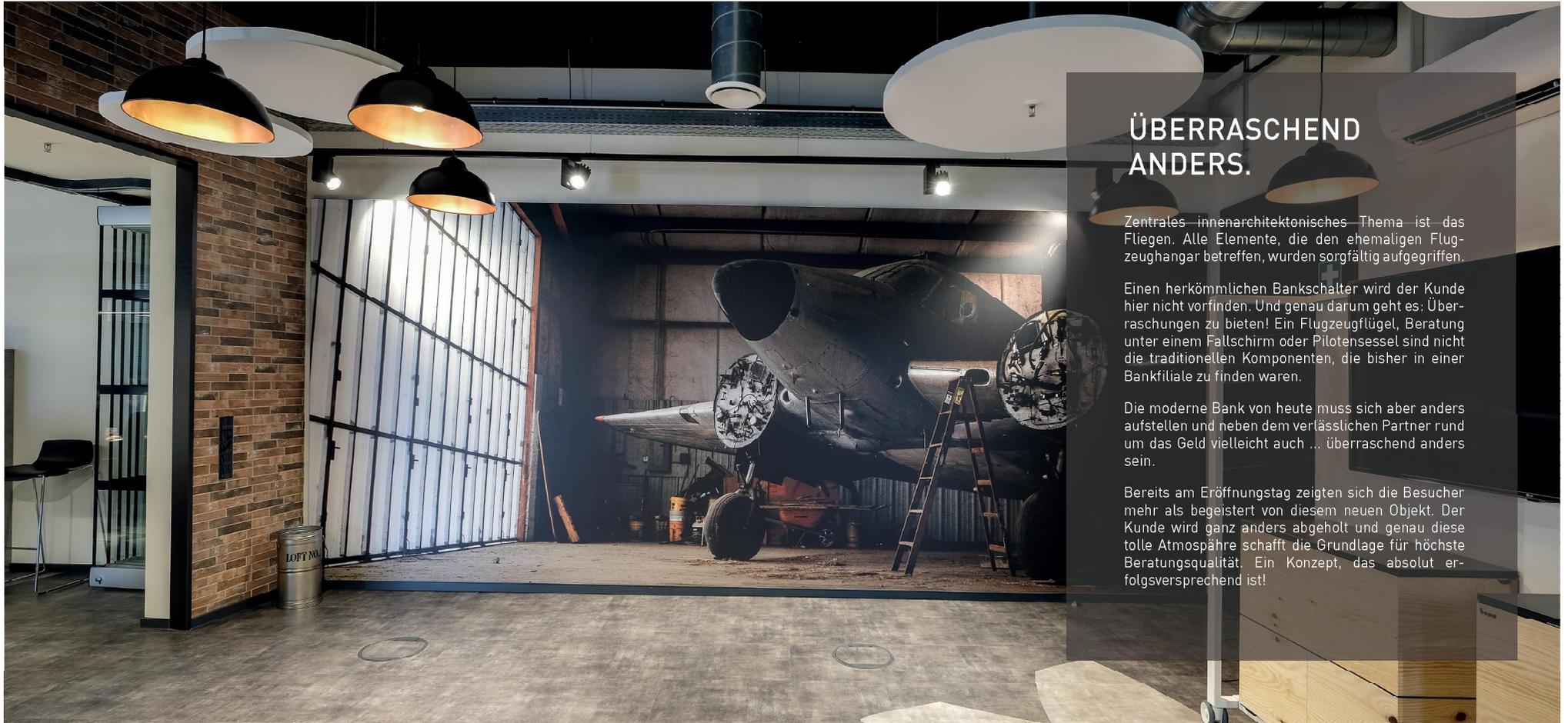
schaffen müssen. Wir wollten einen außergewöhnlichen Ort der Kommunikation, der Begegnung und der Beratung schaffen, dies verbunden aber auch mit echten technischen Neuheiten.

Unsere Idee, die räumliche Vornutzung des Gebäudes, welches ursprünglich ein Flugzeughangar war, als Gestaltungsmotiv wieder erkennbar zu machen, wurde von der Fa. BANCO vortrefflich aufgenommen und umgesetzt. Eine wirklich sehr angenehme und unkomplizierte Zusammenarbeit, verbunden mit der perfekten Einhaltung des Zeitplans und des Budgets.

Das Ergebnis ist ein echter innenarchitektonischer „Hingucker“ mit hoher Nutzungsvielfalt und Aufenthaltsqualität für Kunden und Mitarbeiter sowie bemerkenswerten Dienstleistungsangeboten auch in digitaler Form.“

(Joachim Erhard, Vorstandsmitglied der VR Bank Würzburg).





ÜBERRASCHEND ANDERS.

Zentrales innenarchitektonisches Thema ist das Fliegen. Alle Elemente, die den ehemaligen Flugzeughangar betreffen, wurden sorgfältig aufgegriffen.

Einen herkömmlichen Bankschalter wird der Kunde hier nicht vorfinden. Und genau darum geht es: Überraschungen zu bieten! Ein Flugzeugflügel, Beratung unter einem Fallschirm oder Pilotensessel sind nicht die traditionellen Komponenten, die bisher in einer Bankfiliale zu finden waren.

Die moderne Bank von heute muss sich aber anders aufstellen und neben dem verlässlichen Partner rund um das Geld vielleicht auch ... überraschend anders sein.

Bereits am Eröffnungstag zeigten sich die Besucher mehr als begeistert von diesem neuen Objekt. Der Kunde wird ganz anders abgeholt und genau diese tolle Atmosphäre schafft die Grundlage für höchste Beratungsqualität. Ein Konzept, das absolut erfolgsversprechend ist!



VR BANK WÜRZBURG - FILIALE HUBLAND

ALLES DURCH-DACHT

Die große Ausstellungs- & Aktionsfläche ermöglicht neue und unterschiedliche Nutzungskonzepte.

Die Fläche kann unter anderem für kleine Informationsveranstaltungen genutzt werden. Eine mobile Leinwand wird hierfür von der Decke elektrisch herabgelassen. Die Bestuhlung ist durch den kurzen Weg zum Lager schnell aufgestellt.

Der Bereich kann alternativ als Ausstellungsfläche genutzt werden, die für bankeigene Produkte genutzt oder auch untervermietet werden kann: An Kunden oder Studenten, die ihre Visionen der Zukunft ausstellen dürfen. Wechselnde Themenbereiche sprechen unterschiedliche Menschengruppen an – mit Sicherheit auch die Kunden von morgen!

Bei der Gestaltung wurde ganz auf Highlights gesetzt! Eine großflächige Fototapete zeigt den Charme des alten Hangars. Eine Flugzeug-Silhouette auf dem Boden zeigt die Geschichte der neuen Räumlichkeiten.

Ausstellungs- & Aktionsfläche - wechselnde Inhalte sprechen den Kunden von morgen an!

BANCO - OBJEKTBERICHT



GENOSSENSCHAFTLICHE BERATUNGSQUALITÄT

Dass die genossenschaftliche Beratungsqualität nicht zuletzt durch thematische Beratungszimmer geschaffen wird, ist kein Geheimnis. Dass aber eine ganze Bankfiliale thematisch eingebunden wird - das ist sicherlich ein Novum. Das Erlebnisbanking beginnt hier mit dem Betreten der Bank und es gibt unendlich viel für den Kunden zu entdecken.

Das Gespräch mit dem vertrauten Bankberater findet in angenehmer, frischer und lebendiger Atmosphäre statt. Alle Themenräume greifen das Thema „Flugzeug“ in unterschiedlichster Form auf und die Details sind sorgfältig ausgewählt in Szene gesetzt.

Die Genossenschaftliche Beratung wird zu einem außergewöhnlichen Besuch in der Bank. Genau das, was das moderne Kreditinstitut von heute zu leisten hat, denn die Bank der Zukunft ist deutlich mehr als nur der adäquate Ansprechpartner rund um das Geld. Vielmehr geht es darum, Mehrwerte zu generieren und Kundenerlebnisse zu schaffen. Und mit der Steuerung durch ihren Omnikanal-Vertrieb bietet die VR Bank Würzburg genau den richtigen Zugang für die persönlichen wie auch digital-affinen Kunden.





BANCO - OBJEKTBERICHT



VIDEO-SERVICE

Der Video-Service schaltet sich automatisch beim Betreten des Raumes ein, der Kunde muss nichts bedienen. Der Bankmitarbeiter wird dem Kunden on demand zugeschaltet, und der Bankkunde kann alle Bankservicetransaktionen wie bisher abwickeln.

Der Kunde identifiziert sich mündlich über eine Telefon-PIN-Nummer oder legt seinen Ausweis auf die Ablagefläche. Über eine oben angebrachte Kamera können nun einfach Rechnungen oder Überweisungen eingelesen und in einen elektronischen Überweisungsauftrag umgewandelt werden. Auf einem -zum Sichtschutzwaagerecht angebrachten Monitor werden dann die elektronischen Daten angezeigt und können mündlich oder auch durch die elektronische Unterschrift auf einem Schreibpad in Auftrag gegeben werden.

Es kann jede Transaktion, jede Beratung wie am Schalter durchgeführt werden, z.B.:

- Persönliche Beantwortung sämtlicher Fragen
- Daueraufträge
- Überweisungen
- Terminvereinbarungen

Das persönliche Service-Angebot wird so optimal erweitert und das auch mit erweiterten Öffnungszeiten.

VR BANK WÜRZBURG - FILIALE HUBLAND



Digital Signage.

BANCO - OBJEKTBERICHT



DIGITAL SIGNAGE

Die VR Bank Würzburg baut auf die moderne Informationsbereitstellung, um ihre Themen adäquat zu platzieren. Statt statischen Print-Plakaten, die oft wochenlang das gleiche Motiv zeigen, wechselt hier der Content in einer permanenten Abfolge.

Neben der hauseigenen Bankwerbung kann sich der Kunde aber auch über das Wetter, Sportergebnisse, Börsenkurse, News aus der Region und aller Welt oder die Immobilienangebote informieren. Wichtig ist der ständig wechselnde Inhalt - bewegtes Bild erzeugt Aufmerksamkeit und Emotionen.

Die zugehörige Software ist kinderleicht zu verwalten, außerordentlich bedienerfreundlich und kann von einer Person zentral gesteuert werden. Über Playlisten kann die Bank selbst entscheiden, was zu welcher Tageszeit abgespielt werden soll und so auch auf unterschiedliche Zielgruppen reagieren.

Konto 2go.



KONTO2GO

Auch das Produktportfolio ist genauso innovativ wie die gesamte Filiale an sich. In einem Shoppingcenter kann man seine Ware sofort mitnehmen.

Und auf dieses Konzept setzt auch die VR Bank Würzburg in puncto Girokonto-Modell. Mit der Produktvariante „Konto2go“ hat die Bank ein Kontomodell eingeführt, das genau auf die Shopping-Laufkundschaft abzielt.

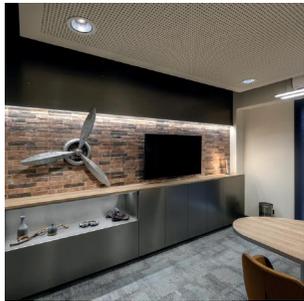
Hier muss der Kunde nicht auf die Zusendung seiner Bankcard oder der Online-Zugangsdaten warten. Innerhalb weniger Minuten wird hier ein voll einsatzfähiges Bankkonto generiert - inklusive einer sofort nutzbaren Bankcard.

Insbesondere den gerade volljährig gewordenen Menschen, neu Zugezogenen, Studenten oder Berufseinsteigern erleichtert dies das Ankommen in Würzburg und den Einstieg in die Unabhängigkeit enorm.

LASS UNS FLIEGEN.

THEMENZIMMER „PILOT“

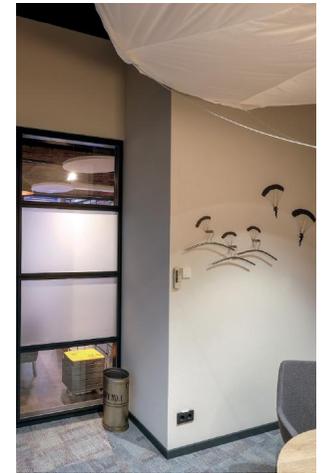
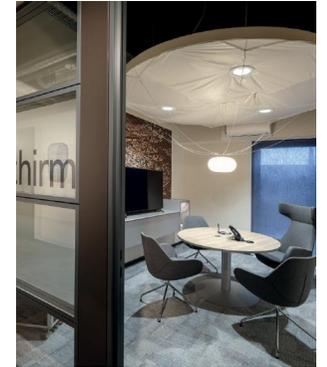
Fliegerdetails wohin das
Auge blickt. Hier ist alles
bereit zum Abheben.



KEIN FREI- ER FALL.

THEMENZIMMER „FALLSCHIRM“

Beratung unter einem großen Fallschirm - das
kann doch nur absolute Sicherheit vermitteln.
Auf alle Fälle ist es ein sensationelles Erlebnis
- auch für nicht Schwindelfreie.



KÖNIG DER LÜFTE.

THEMENZIMMER „TANTE JU“

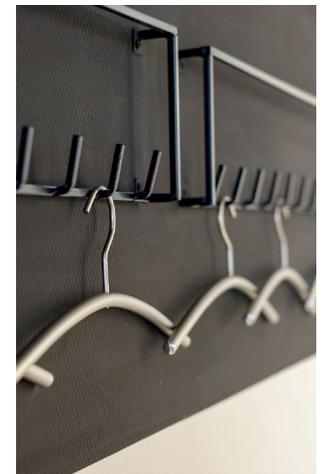
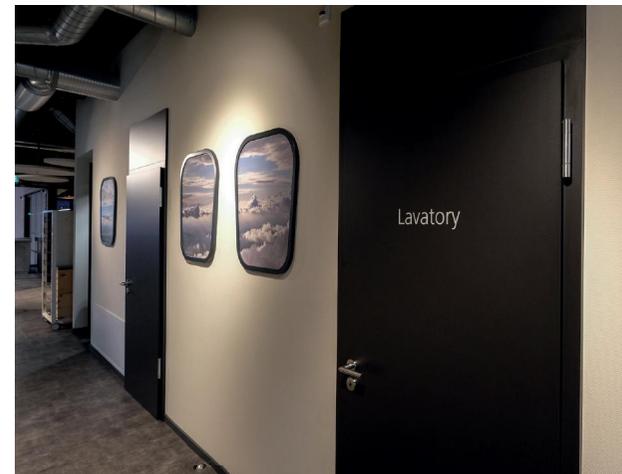
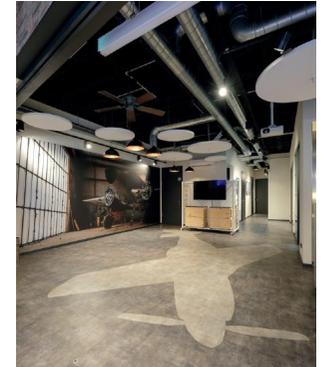
Die Granddame der Luftschiffahrt dient als Vorlage für das dritte Beratungszimmer. Auch für die Kleinsten ist hier alles angerichtet zum erfolgreichen Boarding.



AUS LIEBE ZUM DETAIL.

KOMPLETTE THEMENWELT

Die dunklen Decken mit sichtbarer Rohführung gehören genauso zum Konzept, wie die entsprechende Beschriftung des „Bord-WC“.





• • •

OBJEKTBERICHT
VR Bank Würzburg, Filiale Hubland

BANK.shop
DESIGNED *by* BANCO®

• • •