

Sparkasse: Die Filiale der Zukunft wird Wirklichkeit

In der Duca-D'Aosta-Straße in Bozen wurde heute die neue Filiale der Zukunft der Sparkasse vorgestellt. Sie verkörpert eine neue Art des Bankenauftritts und der Beziehung zum Kunden, mit einem neuen Ansatz in Bezug auf Willkommenskultur und Beratung.

Das innovative Konzept revolutioniert bisherige Bankmodelle. Die Filiale verwandelt sich in ein einzigartiges Ambiente mit hohem Wiedererkennungswert, wo der Kunde und seine Bedürfnisse stets im Mittelpunkt stehen.

Das neue Konzept verfolgt eine klare Vision und klare Leitlinien:

- ✓ **Willkommenskultur zuerst:** Welcome-Desk, wo der Kunde empfangen, seine Anliegen aufgenommen und dieser aufgrund seiner Bedürfnisse zur richtigen Stelle geleitet wird.
- ✓ **Mehr Raum und Bewegungsfreiheit für die Kunden:** den Kunden steht deutlich mehr Raum zur Verfügung (knapp doppelt so viel m² als bisher) und zwar in Form einer Lounge, wo sie sich aufhalten können, bis sie an der Reihe sind. Während der Wartezeit können sie Musik hören, Zeitung lesen oder stattdessen an den „Tischen“ verweilen, um sich, sowohl selbstständig, als auch in Begleitung von Beratern, über das Angebot zu informieren. Dank des sogenannten „Buzzer“, der das klassische „Ticket“ mit der Vormerknummer ersetzt kann sich der Kunde frei im Raum bewegen: ist er an der Reihe, vibriert der Buzzer und auf dem Bildschirm wird aufgezeigt, wohin sich der Kunde begeben soll.
- ✓ **Mehr Eigenständigkeit:** Es wurden ATM-Geräte der neuesten Generation installiert. Diese Geräte ermöglichen alle Kassengeschäfte: von den Überweisungen bis zu den Einzahlungen sowohl von Bargeld, als auch von Schecks bis hin zu Münzgeld. Dies ist sowohl rund um die Uhr im Self-Service-Bereich am Eingang möglich, als auch mit Unterstützung der Bankmitarbeiter bei den traditionellen Kassen. Bei der Benutzung der neuen Geräte werden die Kunden von Mitarbeitern assistiert.
- ✓ **Mehr Beratung:** Das Angebot wird visuell und nach Interessensgebieten bzw. „Erfahrungswelten“ dargestellt: Freizeit, Jugend, Eigenheim, Familie, Gesundheit &

Wohlbefinden, Business. Auf diese Weise wird den Kunden eine vollständige Übersicht der angebotenen Lösungen gemäß seinen Ansprüchen präsentiert. Das Gespräch zwischen Kunde und Berater erfolgt auf zwei verschiedenen Privacy-Ebenen: Im offenen Bereich erfolgt die Beratung zu den klassischen Produkten, wie Konto, Karten, Schadensversicherungen, wo keine vertraulichen Informationen von Seiten des Kunden erforderlich sind. In den eigens vorgesehen Räumen hingegen, die nach den Dolomiten benannt sind (Latemar, Rosengarten, Pordoi und Vajolet), wird spezifische Fachberatung unter anderem zum Thema Kredite oder Anlagen geboten.

- ✓ **Mitarbeiter in Bewegung:** eines der auffälligsten Merkmale in diesen neuen Räumlichkeiten ist, dass keine traditionelle, statische Büros vorhanden sind. Das Büro der Berater besteht sozusagen aus einem tragbaren Computer und einem Smartphone.

„In unserem Zukunftsbild bleibt die Filiale der wichtigste Bezugspunkt im Rahmen einer Mehr-Kanal-Banking-Strategie. Die Herausforderung bei der Erstellung und Umsetzung des neuen Konzepts bestand darin, eine innovative Art des Bankings zu entwerfen, das auf die neuen Erfordernisse der Kunden, die die Bankfiliale weniger häufig aufsuchen, zugeschnitten ist. Heute wollen die Kunden Basisdienstleistungen möglichst schnell und einfach in Anspruch nehmen und erwarten sich gleichzeitig eine hohe fachliche Kompetenz“, erklärt **Präsident Gerhard Brandstätter**.

„In einem Szenario, das sich ständig weiterentwickelt, bieten wir einen neuen Ansatz für die Art und Weise, wie der Kunde empfangen wird, und eine dynamische Beratung. Wir wollen ein Motor für Innovation sein und die Sparkasse sowohl für die Kunden, als auch für die Mitarbeiter stets attraktiver gestalten“, erklärt der **Beauftragte Verwalter und Generaldirektor Nicola Calabrò**.

"Das neue Modell zeichnet sich durch ein neues Verständnis des Raumes aus, das einerseits eine umfassende und dynamische Beratung ermöglicht, und andererseits können gleichzeitig Schalterdienste zunehmend selbstständig in Anspruch genommen werden. Großer Wert wird auch auf eine effiziente Produktkommunikation gelegt. Eine Filiale, die mehr und mehr dem modernen Fachhandel ähnelt, wo sich die Bank differenzieren kann und dem Kunden positive Erfahrungen bietet“, fügt **Stefano Borgognoni, Verantwortlicher der Direktion Business Development**, hinzu.

Für Informationen:

Südtiroler Sparkasse AG – www.sparkasse.it
Abteilung Kommunikation
Stephan Konder, Abteilungsleiter
Tel. 0471/23-13-11-Mobil 335/78-32-222 Email: stephan.konder@sparkasse.it
Hugo-Daniel Stoffella
Tel. 0471/23-13-08 - Mobil 335/75-55-370 – Email: hugo.daniel.stoffella@sparkasse.it