



# Neugestaltung der Filialen Kloten und Zürich Klusplatz der Zürcher Kantonalbank

Mit dem neuen Gestaltungs- und Servicekonzept der Filialen der Zürcher Kantonalbank in Kloten und Zürich-Klusplatz erneuert die Bank ihren räumlichen Auftritt und optimiert gleichzeitig die Begegnung mit ihren KundInnen. Der neue Look der beiden Filialen ist damit nicht bloss ein Facelifting, Er überträgt das Markenversprechen in den Raum.

Thomas Stiefel, Retailpartners AG, CH-Wetzikon

## Die Marke Zürcher Kantonalbank

Die Markenwerte der Zürcher Kantonalbank sind definiert mit «persönlich», «kompetent» und «verantwortungsvoll». Das Markenversprechen «Die nahe Bank» steht dafür, dass die Bank ihren Kunden nahe steht und dass sie lokal gut verankert ist. Bei der Neugestaltung der Filialen Kloten und Zürich-Klusplatz ging es darum, das neue Service- und Gestaltungskonzept unter Einhaltung dieses hohen Qualitätsversprechens umzusetzen.

## Empfang

Die Markenwerte «persönlich» und «verantwortungsvoll» werden schon am Empfang sichtbar. Der Empfang ist während der ganzen Bürozeiten besetzt, um die KundInnen im wörtlichen Sinn abzuholen und mit ihnen in einen Dialog zu treten. Aspekte des Markenversprechens wie «dialogfähig», «partnerschaftlich» oder «nahe» werden durch die auffällige «Grüezi»-Botschaft am Empfangscounter visualisiert. Die Oberfläche ist in weiss gehalten, einer Farbe, die für Transparenz, Offenheit und Ehrlichkeit steht.

Neben dem Counter befindet sich ein zweiter, kleiner Desk der sogenannte „Quickservice“. Ein Counter für eilige Kunden mit einem



Visualisierte Markenwerte, einladender Empfang.



klaren Besuchsziel, welches mit einer raschen Transaktion, ohne lange Wartezeiten oder Gespräche mit Verkaufsberatern, abgewickelt werden kann. Die permanente Erreichbarkeit einer Bezugsperson am Empfang trägt schon beim Eintritt in die Bank zur Förderung des Kundendialogs und damit zur Verbesserung des Kundenservices bei.

### **Lobby**

Kunden mit einem ausführlichen Beratungswunsch werden am Counter empfangen und in die Lobby geführt. Hier empfängt ihn oder sie ein offenes, freundliches Ambiente der Zürcher Kantonalbank. Mit der Gelegenheit zur Nutzung der Wartezeit an einem iPad mit bankeigenen Informationen und mit auffälligen, formgestalteten und bequemen Lounge Sofas wird eine offene, gemütliche, entspannende, hotelähnliche Atmosphäre geschaffen. Die aktuellen Fotografien aus der unmittelbaren geografischen Umgebung der Filialen, dem Flughafen Kloten oder dem Quartier rund um den Klusplatz, leisten für sämtliche Bankkunden, nicht bloss für Kunstliebhaber, eine Wiedererkennung und damit eine hohe Identifikation. Das ansprechende Ambiente in der Lobby schafft die Basis für weiterführende Kommunikation.

Von der Lobby sieht der Kunde auf die Info-Wand, auf deren Infoscreens Image- und Kampagnenfilme eingespielt werden und in welcher er Prospekte von allen Dienstleistungsprodukten findet. Die Info-Wand ist ein Element zur vertieften Auseinandersetzung mit der Zürcher Kantonalbank und für die Generierung spontaner Zusatzgeschäfte.

### **Die 24-Stunden-Bank**

Die Info-Wand, die der Bankkunde von der Lobby aus überblickt, trennt die bedienten von den unbedienten Zonen des Geldbezugs an diversen Automaten. Wo Bankomaten früher vom Hauptgeschäft der Bank hermetisch abgetrennt waren, ist bei diesen zwei Filialen der Bankomatbezug in die Lobby integriert. Der Kunde der 24-Stunden-Bank vollzieht seinen Geldbezug also nicht in der Anonymität mit einer Maschine, sondern er begegnet der Bank in deren kunden- und serviceorientierten Lobby. Auch der Bankomat-Bezug ist damit integrativer Bestandteil des neuen Service- und Erlebniskonzepts der Bank.

### **Besprechungsräume**

Mehrere Besprechungsräume angrenzend an den Empfangsbereich sind für Kunden mit einem ausführlichen Informationswunsch/Beratungsbedarf vorgesehen. Der Berater und der Kunde sitzen am gleichen Tisch und auf



Moderne und gemütliche Lounge mit Identifikationswert.



gleicher Höhe, was den Aspekt der Gleichberechtigung räumlich unterstreicht. Die Stühle sind aus Stoff anstatt aus kaltem Leder, um das gewünschte „Wohlfühl-Klima“ zu unterstützen. Auch in den Besprechungsräumen findet der Kunde Prospekte zum Angebot der Zürcher Kantonalbank. Wie bei der Infowand- sind diese horizontal angeordnet, was dem Raum eine ruhige Note verschafft. Weiche, natürliche, reduzierte Formen schaffen Transparenz und Vertrauen, Raum für den Dialog.

### **Materialien**

Das Innenarchitekturkonzept hat eine stark horizontale Ausrichtung. Die Auswahl und die Anordnung verwendeter Materialien tragen zur Kommunikation von Botschaften wie Transparenz und Offenheit bei. Zum Einsatz kommen Möbel mit Einfachheit und Klarheit in der Ausstrahlung. Die Formgebung ist reduziert und zurückhaltend. Weisse Oberflächen bei Beratungsmöbeln und weisse Hintergrundflächen bei Markenelementen (Brand Elements)schaffen eine Atmosphäre der Transparenz, Offenheit und Seriosität.

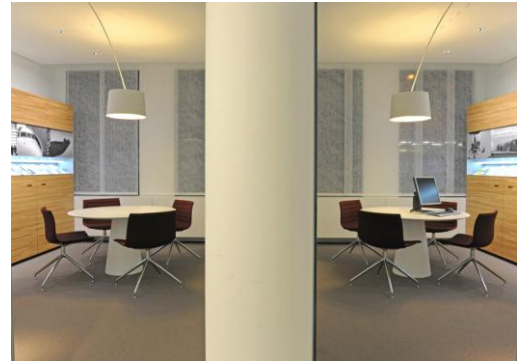
Alle Informationen, Beschriftungen und Elemente der Kunst befinden sich auf Augenhöhe, weil Horizontalität im Auge des Betrachters Ruhe bewirkt. Zum Einsatz kommen wenige, typische Materialien aus der Region Zürich. Erzeugt wird eine warme, sensitive und qualitativ hochwertig anmutende Wirkung.

### **Licht**

Auch das Licht trägt zur speziell für die Zürcher Kantonalbank kreierten Atmosphäre bei. Die verschiedenen Räume und Zonen sind individuell beleuchtet, um keine Sterilität aufkommen zu lassen, sondern eine differenzierte, angenehme, offene und kommunikative Ambiente zu schaffen.

### **Fazit**

Unternehmensarchitektur ist ein Wettbewerbseselement. Die neue Architektur der zwei Filialen bringt die Kompetenz und das Selbstbewusstsein der Bank zum Ausdruck, ohne zu protzen. Sie macht die Markenwerte spür- und sichtbar. Das Erlebnis Zürcher Kantonalbank unterscheidet sich vom Besuch eines anderen Finanzinstituts. Resultat: Es gibt der Marke ein unverwechselbares Gesicht mit hohem Erinnerungswert. Die Zürcher Kantonalbank wird nicht als eine Bank unter vielen wahrgenommen, sondern als Finanzinstitut mit individuellem Charakter.



Die neuen Besprechungsräume.



## **Neugestaltung Filialen Zürcher Kantonalbank, Zürich Klusplatz und Kloten**

Ort: Zürcher Kantonalbank, Lindenstrasse 1,  
8302 Kloten  
Zürcher Kantonalbank, Witikonstrasse 3  
8032 Zürich-Klusplatz

Bauherr: Zürcher Kantonalbank

Beauftragte Architekten: Retailpartners AG, CH-Wetzikon  
[www.retailpartners.ch](http://www.retailpartners.ch)

Projektleitung: Daniel Wettstein

Ansprechpartner für Interviews und Fachartikel zu den Themen Design,  
Markenführung im Raum, Corporate Architecture: Thomas Stiefel,  
Managing Partner. Retailpartners AG, Motorenstr. 35, CH-8623 Wetzikon.  
Tel. +41 (0)43 244 74 10. E-Mail: [thomas.stiefel@retailpartners.ch](mailto:thomas.stiefel@retailpartners.ch)

### **Retailpartners AG für Corporate Identity Architecture**

Die Innenarchitekten Retailpartners AG, Wetzikon-Zürich projektieren, designen und realisieren einzigartige Markenwelten für Industrie, Wirtschaft, Handel und Finanzwelt. Grundlage für den Verkaufserfolg der Kunden von Retailpartners ist die Analyse und Projektion der ganzheitlichen Markenstrategie einer Unternehmung.

Schwerpunkt sind die Konzeption und Realisation von Kundenzonen wie Schalter-, Warte- und Verkaufsräume, Empfangshallen, Lobbies oder Lounges, welche die Einzigartigkeit (Unique Selling Propositions) eines Unternehmens räumlich erlebbar machen.

Auf der Basis ihres erprobten Praxiswissens im Retail und ihrer langjährigen Erfahrung in Markenführung im Raum durch Corporate Identity Architecture führt Retailpartners Marken zu einer unverwechselbaren, eigenständigen räumlichen Identität. Die Dienstleistungen reichen von der Konzeptentwicklung und Planung bis zum schlüsselfertigen Projekt- und Baumanagement.

Zu den bekanntesten Kundenprojekten gehören die Victorinox Flagship-Stores an der New Bond Street in London und in Genf, die Starbucks Kaffee-Lounge, die Läden von Esprit Switzerland AG und der Umbau der EKZ Eltop-Shops und des Empfangs am Hauptsitz der EKZ.