

Kommunikation als Bindungsfaktor in Geldinstituten

Wo Kommunikationsbereiche in Banken ganzheitlich gedacht und geplant werden, wird Austausch zum Asset

Die Art, wie wir zusammenarbeiten, hat sich grundlegend verändert – und mit ihr die Frage, was Räume in Banken und Sparkassen heute leisten müssen. Hybride Modelle verändern, wann und warum Menschen ins Büro kommen. Wachsende Spezialisierung erfordert mehr bereichsübergreifenden Austausch. Und im Wettbewerb um qualifizierte Fachkräfte werden Räume, die echte Begegnung ermöglichen, zum entscheidenden Faktor. Kommunikationsbereiche sind kein schönes Extra. Sie sind strategisches Fundament für Leistungsfähigkeit, Zusammenarbeit und Identifikation.

Für Geldinstitute bedeutet das einen grundlegenden Perspektivwechsel. Es geht nicht mehr um Schreibtische und Besprechungsräume allein, sondern um Arbeitswelten, die konzentrierte Abstimmung, spontanen Austausch, interdisziplinäre Zusammenarbeit und

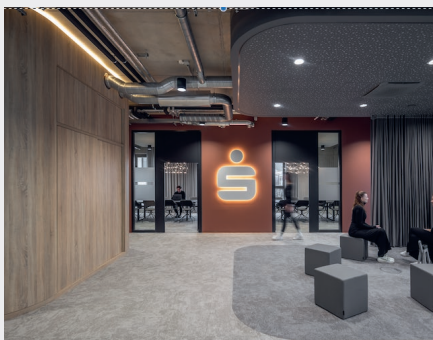
gemeinsames Lernen gleichermaßen ermöglichen, intern wie im direkten Kundenkontakt. Denn Arbeitswelt und Kundenhalle sind keine getrennten Welten, sie sind zwei Seiten derselben Haltung.

Kommunikationsbereiche für Mitarbeitende sind kein Nebenraum

Wissensarbeit braucht Vielfalt: Konzentration und Kollaboration, Rückzug und Begegnung, Routine und Inspiration. Kommunikationsbereiche schaffen genau diesen Rahmen: als Teamzonen, Projektflächen, Coffeepoints, Begegnungsflächen und Lernräume, alle mit kommunikativer Funktion im Arbeitsalltag. Gut gestaltet entlasten sie Prozesse und verbessern die Qualität der Zusammenarbeit. Kurze Abstimmungen laufen schneller, Wissen fließt informeller, Bereichsgrenzen werden durchlässiger. Gerade in Instituten, in denen Markt, Marktfolge, Steuerung, Compliance und interne Ser-

vices eng verzahnt sind, ist das ein entscheidender Produktivitätsfaktor. Besonders wirksam sind abteilungsübergreifende Kommunikationszonen – Flächen, die bewusst keinem einzelnen Team gehören, sondern Begegnung zwischen Bereichen aktiv fördern. Wer Vertriebs- und Backoffice-Teams an einem gemeinsamen Coffeepoint zusammenbringt, schafft Kontaktpunkte, aus denen informelle Abstimmung, gegenseitiges Verständnis und gemeinsame Lösungen entstehen. Eine ungeplante Unterhaltung an der richtigen Stelle kann mehr bewirken als manches formelle Meeting.

Auch Lernräume gehören in dieses Bild. Weiterbildung ist kein isoliertes HR-Thema, sondern ein zentraler Hebel für Zukunftsfähigkeit. Speziell gestaltete Lernbereiche fördern strukturiertes Training ebenso wie informellen Wissensaustausch. Wer Lernen räumlich sichtbar macht, signalisiert, dass



Hauptstelle Kreissparkasse Schlüchtern

Vielschichtige Kommunikationslandschaft in der Kundenhalle: Offene Wartezonen, diskrete Gesprächsbereiche und klare Orientierung machen Austausch und Aufenthalt erlebbar.

Informelle Begegnungszone mit Coffeepoint: Der Raum wurde als Ort für spontane Gespräche, Wissenstransfer und stärkere Teamkultur gestaltet.

Kommunikationszonen in der Hauptstelle: Unterschiedliche Gesprächsbereiche und Aufenthaltsqualitäten unterstützen Austausch, kurze Abstimmungen und Beratung auf Augenhöhe.

Entwicklung zur Unternehmenskultur gehört und keine Ausnahme ist. Mitarbeitende bleiben dort, wo Räume wertschätzend gestaltet sind und Austausch funktioniert. Das Büro erhält so eine neue Rolle – nicht als Pflichtort, sondern als echte Plattform für Zusammenarbeit.

Kommunikationsraum Kundenhalle

Die Kundenhalle ist kein Wartezimmer, sondern ein Kommunikationsraum mit großem Gestaltungspotenzial und für viele Institute noch eine unterschätzte Chance. Ausgangspunkt ist die Sichtbarkeit der Mitarbeitenden: Kund:innen möchten von Menschen empfangen werden, nicht von leeren Tresen. Für komplexere Anliegen bieten Ad-hoc-Kurzberatungsbereiche Raum für Gespräche, die länger als zwei Minuten dauern, aber noch keine formelle Beratung erfordern, und entlasten damit gezielt den Servicebereich. Omnichannel-Bereiche, mediengestützt für Themen wie Onlinebanking, App-Nutzung oder digitale Selbstauskunft ausgestattet, verbinden persönliche Begleitung mit digitaler Kompetenzförderung. So entsteht ein Serviceerlebnis, das Kund:innen dort abholt, wo sie stehen, und das Institut als modernen, zugänglichen Ansprechpartner erlebbar macht.

Ein sinnvoll platzierter Coffeepoint kann dabei viel bewirken. Wer Kund:in-

nen zu Beginn eines Beratungsgesprächs mit einem Kaffee empfängt, schafft eine persönliche Atmosphäre und erleichtert den Einstieg in ein offenes Gespräch auf Augenhöhe. Gut positioniert und als fester Bestandteil der Beratungssituation gedacht, trägt der Coffeepoint spürbar zum Wohlbefinden bei und macht aus einem Termin ein echtes Gespräch.

Strategische Relevanz für Entscheider:innen

Für Vorstände und Entscheider:innen sind Kommunikationsbereiche weit mehr als eine Gestaltungsfrage. Sie wirken direkt auf Produktivität, Mitarbeiterbindung, Kundenerlebnis und Arbeitgeberattraktivität. Konsequenterweise umgesetzt können sie die Zufriedenheit steigern, die Fluktuation senken und Strukturen schaffen, die mit organisatorischen Veränderungen mitwachsen.

Der richtige Einstieg ist nicht die Frage nach Möbeln oder Quadratmetern, sondern nach der Kommunikationslogik des Instituts. Wo braucht es Austausch zwischen Abteilungen? Wo spontane Begegnung mit Kund:innen? Wo Rückzug, wo Lernen, wo niedrigschwelligen Erstkontakt? Wer diese Fragen strategisch beantwortet, investiert nicht nur in Fläche, sondern in Kundennähe, Identifikation und Zukunftsfähigkeit der gesamten Organisation.

Kreissparkasse Herzogtum Lauenburg

Filiale als Kommunikations- und Begegnungsort: Integrierte Servicepunkte, offene Beratungsbereiche und Aufenthaltszonen verbinden Kundenkontakt und Mitarbeiteraustausch.

Stadtparkasse Düsseldorf

Kommunikationsraum für Kund:innen: Eine Lounge, kurze Besprechungsplätze und die Medienzone schaffen eine wertige Umgebung für Austausch, Informationsfluss und Kurzberatung.



Bilder: bkp

Anzeige



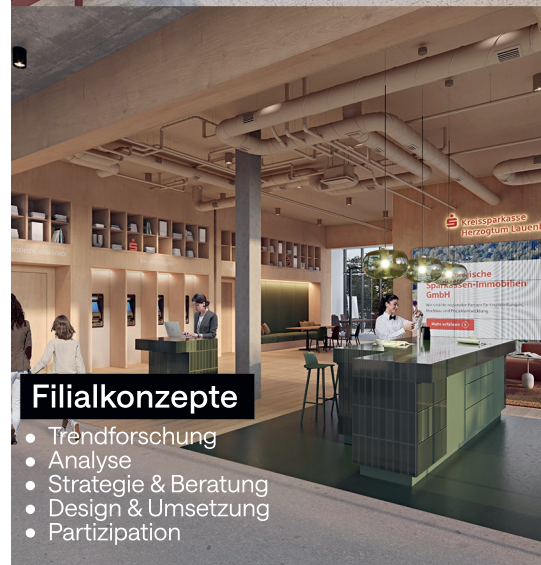
Machbarkeitsstudie

- Bestandsanalyse
- Entwicklung Nutzungsszenarien
- Maßnahmenkatalog
- Konzeptentwicklung
- Kosten & Termine



New Work

- Analyse
- Strategie & Beratung
- Design & Umsetzung
- Erfolg messbar machen
- Partizipation



Filialkonzepte

- Trendforschung
- Analyse
- Strategie & Beratung
- Design & Umsetzung
- Partizipation

Building Better Worlds.

Whitepaper für
Geldinstitute

Jetzt
downloaden



bkp_architects



bkp GmbH



www.b-k-p.net

