

Kunde: **COMMERZBANK** 

Projekt: Filiale der Zukunft
Zeitraum: 06/2004 - 11/2004



Hintergrund

Die „Filiale der Zukunft“ ist das neue Geschäftsmodell der Commerzbank, mit dem vor allem kleinere Filialen langfristig gesichert und deutlich profitabler gemacht werden. Im Vergleich zum herkömmlichen Filialmodell werden dabei ca. 150 Prozesse verändert und optimiert. Im Ergebnis kommt es zu deutlichen Kostensenkungen bei einer gleichzeitig erhöhten Kundenorientierung. Im Wesentlichen geschieht dies durch die Verlagerung des gesamten Bargeldverkehrs auf neuartige SB-Automaten und die Fokussierung auf Kundennähe und persönliche Beratung. Hinzu kommt ein modernes Raum- und Designkonzept, mit dem eine nie da gewesene Offenheit und Transparenz im Bankgeschäft demonstriert wird.

Seit November 2004 werden diese Restrukturierungen bundesweit in ausgewählten Filialen der Bank in die Praxis umgesetzt. Neben der fehlerfreien technischen, baulichen und prozessualen Behandlung ist die Akzeptanz aller Beteiligten, sowohl der Kunden als auch der Mitarbeiter, ein wichtiger Erfolgsfaktor.

Erfolgsfaktoren für die Kommunikation

In der Kommunikationsarbeit für das Projekt lag der Schwerpunkt zunächst auf der Entwicklung eines stabilen und detaillierten Kommunikationskonzeptes, das es möglich machen sollte, den im weiteren Ablauf bis heute immer wiederkehrenden Umstrukturierungsprozess einer einzelnen Filiale unter Berücksichtigung aller Zielgruppen kommunikativ optimal zu begleiten. Auf dieser Basis folgten die konkrete Umsetzung der einzelnen Maßnahmen und die Optimierung des Konzeptes im Praxisbetrieb.

Darüber hinaus war das Projekt ein wichtiger Bestandteil des Gesamtprogramms der Commerzbank für Exzellenz & Wachstum und gleichzeitig eines der ersten Projekte, die praktisch umgesetzt wurden. Für die Kommunikationsarbeit gab es daher einen erhöhten Integrationsbedarf mit den anderen Projekten und gleichzeitig die Notwendigkeit zur Definition übergeordneter Kriterien für die Programmkommunikation.

Aufgaben von tlms

- Mitglied der Projektleitung – Teilbereich Kommunikation intern - extern
- Unterstützung und Integration der Programmkommunikation
- Inhaltliche Konzeption aller Kommunikationsmaßnahmen
- Zeitplanung und Überwachung
- Budgetverantwortung
- Beratung des Projektteams
- Kundenkommunikation (Mailings, Flyer, Plakate, Give aways, ...)
- Interne Kommunikation
- Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
- Produktion aller Materialien (Inhaltliche Ausarbeitung, Umsetzung, Logistik)
- Intranet-Auftritt des Projektes und des Gesamtprogramms
- Unterstützung der Referate Kommunikation in den Gebietsfilialen
- Texten von wissenschaftlichen Fachartikeln

Aufgrund der Komplexität und Detailvielfalt aller technischen und prozessualen Veränderungen und des erhöhten Integrationsbedarfs innerhalb des Gesamtprogramms war es erforderlich, über 90% der Zeit direkt in der Commerzbank-Zentrale in Frankfurt tätig zu sein.

