



VR BANK LAHN-DILL eG

HAUPTSTELLE BIEDENKOPF

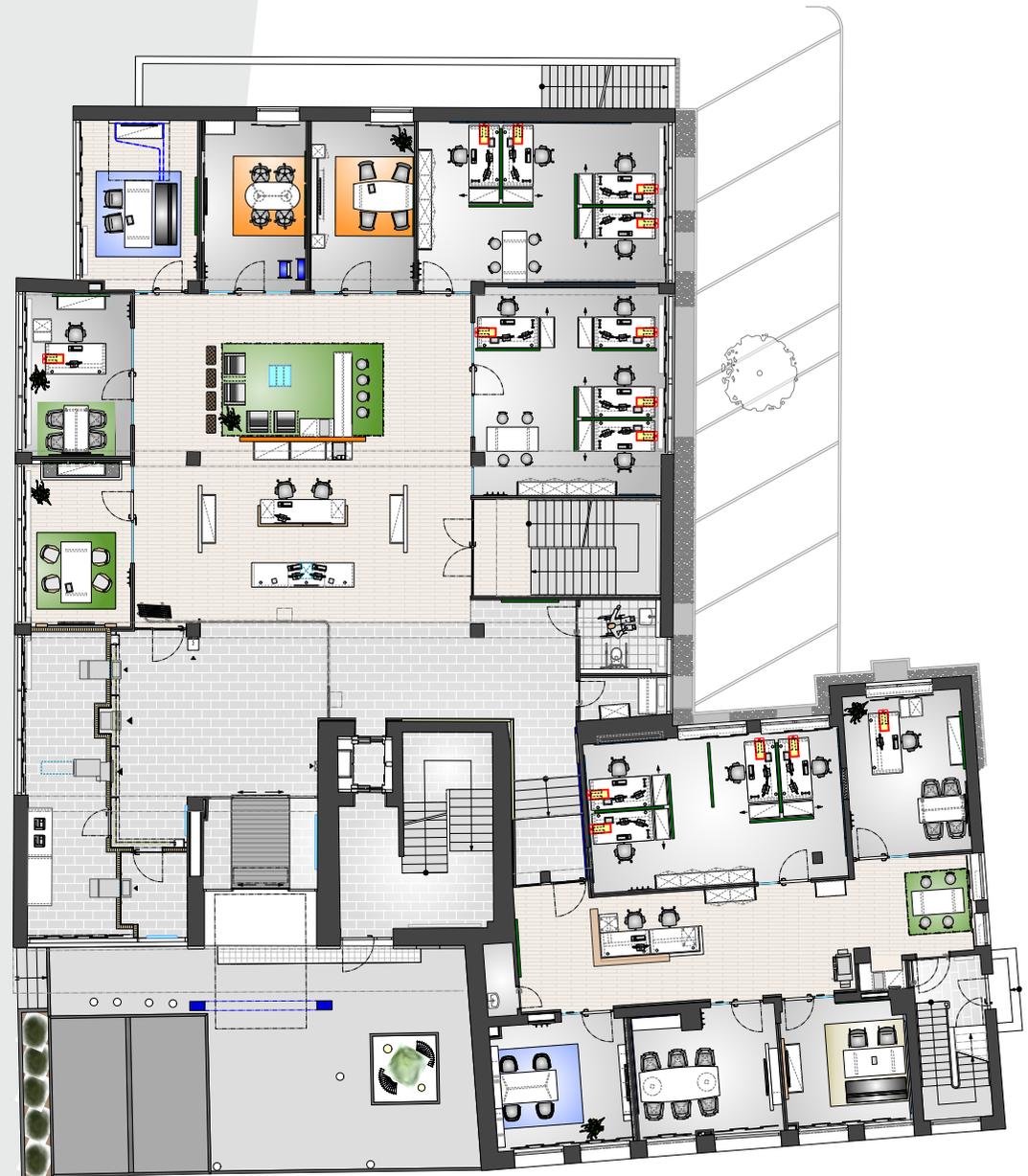


Erlebnisort Bank

Die VR Bank Lahn-Dill hat sich nach dem Umbau ihrer Hauptstelle in Biedenkopf verstärkt als persönliche und digitale Regionalbank für die Zukunft aufgestellt. „Die Kunden haben schon nach kurzer Zeit erkannt, dass wir unser Filialkonzept noch stärker auf Beratung ausgerichtet haben. Die digitale Ergänzung der Videoberatung wird vermehrt in Anspruch genommen. Positive Feedbacks haben wir schon kurz nach der Neueröffnung bekommen“, betont Vorstandssprecher Klaus Königs.

Investition in die Zukunft

Für die völlig neu gestaltete Hauptstelle Biedenkopf mit ihren 1300 Quadratmetern waren knapp 28 Wochen erforderlich. Sie ist eine von drei Hauptstellen der Volks- und Raiffeisenbank Lahn-Dill. Die beiden anderen sind in Herborn und Dillenburg ansässig. Für den Vorstand ist es nicht nur eine Investition in die Zukunft, sondern die qualitative Präsenz vor Ort. „Neben allen modernen Kommunikationswegen wird der persönliche Kontakt zu den Kunden immer das Fundament einer lebendigen Kunde-Bank-Beziehung bleiben“, betont Klaus Königs.





Themenzimmer „Grenzgang“



Themenzimmer „Sackpfeife“



Standortpflege



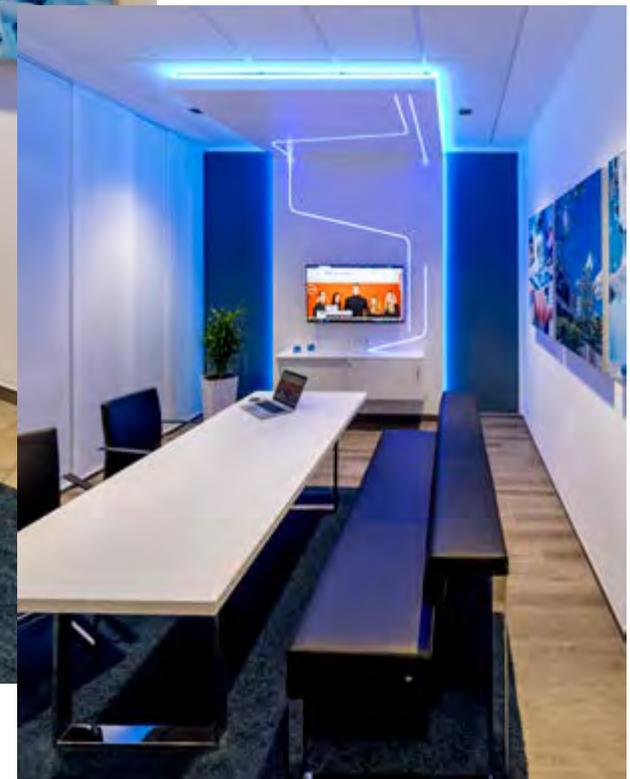
Empfang „Firmenkunden“

Sieben Themenzimmer sowie drei Team-Räume mit je vier Arbeitsplätzen befinden sich im Herzstück der Hauptstelle. Auf Grund von Schallberechnungen wurden die Nachhallzeiten in den Teambüros optimiert.

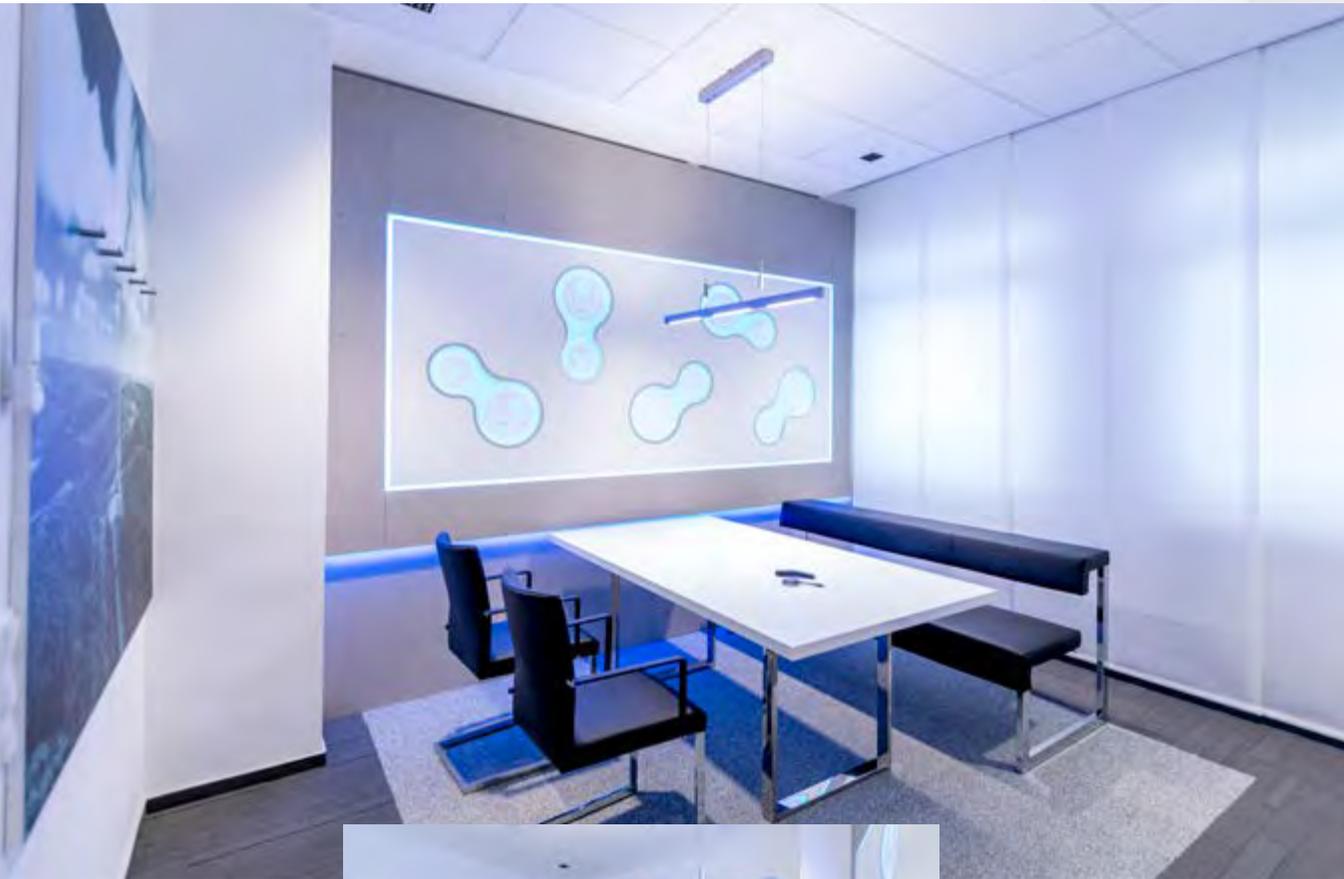
Die Beratungszimmer greifen die regionalen Themen: historischer Grenzgang, Bildung, Ausflugsregion, Wahrzeichen sowie zukunftsorientierte Themen wie Mobilität, Nachhaltigkeit und Innovation auf. In allen Räumen ergeben die Themen, Gestaltung und Farbgebung eine harmonische Synergie.

Neugestalteter Firmenkundenbereich

Auch der Firmenkundenbereich wurde neu konzipiert. Klare Linien sowie eine dezente zurückgenommene Gestaltung prägen das Erscheinungsbild im Raum „Innovation“. Der nächste Raum befasst sich mit „Mobilität“. Das Ambiente vermittelt durch seine kühlen Farben Aufbruch und Bewegung. Hier sieht man förmlich die Weite und den Weg nach vorne. Das Beratungszimmer „Nachhaltigkeit“ greift Elemente und Bilder mit dem Thema - wie leben wir in der Zukunft? - wirksam auf. In allen Räumen wurde Wert auf Schallschutz, Diskretion und eine blendfreie Lichttechnik geachtet.



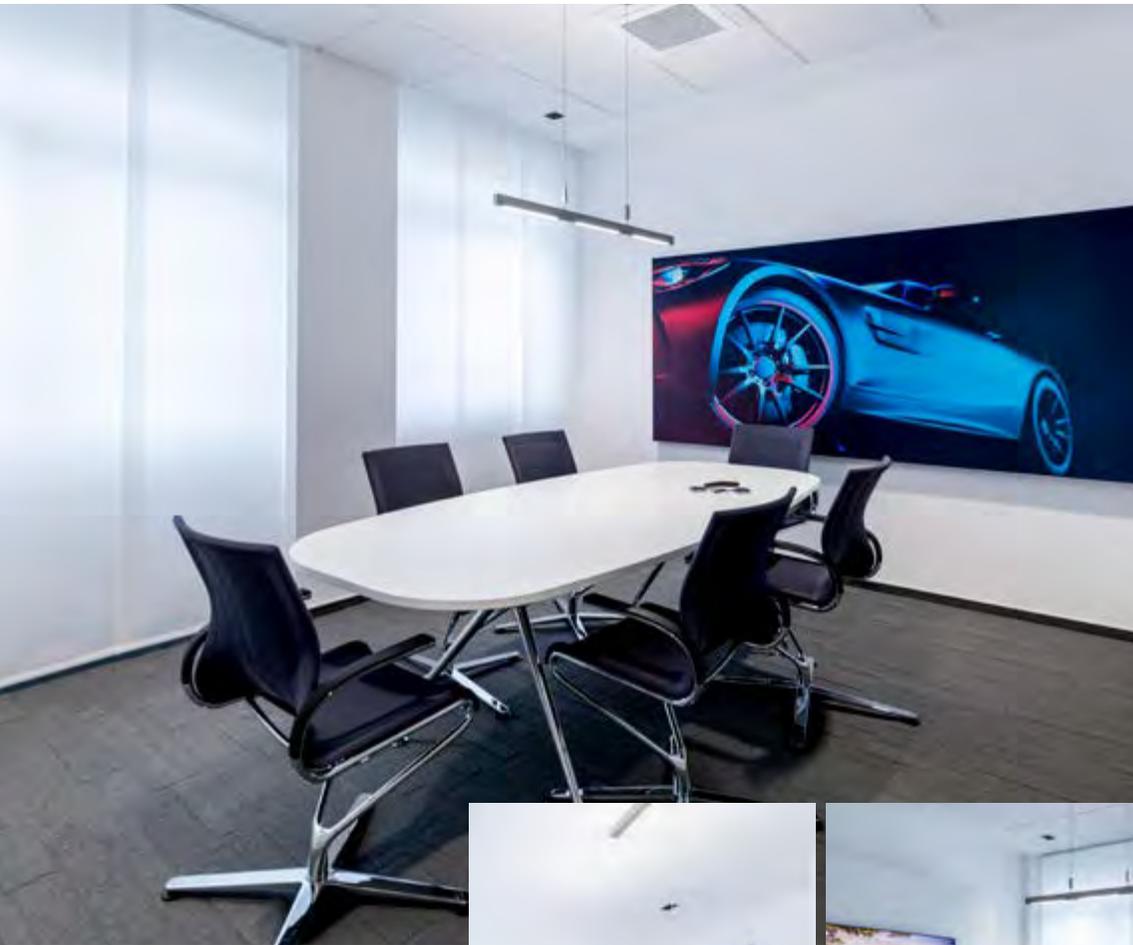
Themenzimmer „Campus“



Themenzimmer „Nachhaltigkeit“



Themenzimmer „Innovation“



Ein digitaler Service ermöglicht dem Kunden, dass er sich das Themenzimmer, in dem die Besprechung stattfinden soll, bei der Terminvergabe selber aussuchen kann. Spezialisten aus der VR-Finanzgruppe können per Videotelefonie in allen Räumen auf großen Bildschirmen bei den Beratungen zugeschaltet werden.

Themenzimmer „Mobilität“



Mittelstand im Fokus

In der ersten Etage befindet sich u.a. das „Private-Banking“ mit eigenem Empfangsbereich sowie 2 weiteren Beratungszimmern, den Büros für die Spezialisten und den Vorstandssprecher. Mit dem „Schloßblick“ und der „Lahnaue“ sind zwei weitere helle und anregende Beratungsräume mit regionalem Bezug entstanden.

„Mit der Modernisierung haben wir die besten Voraussetzungen geschaffen, die Leistungsfähigkeit der Betreuung unserer Kunden weiter auszubauen“, versichert Vorstandssprecher Klaus Königs.





Empfang Sekretariat, 1. Obergeschoss

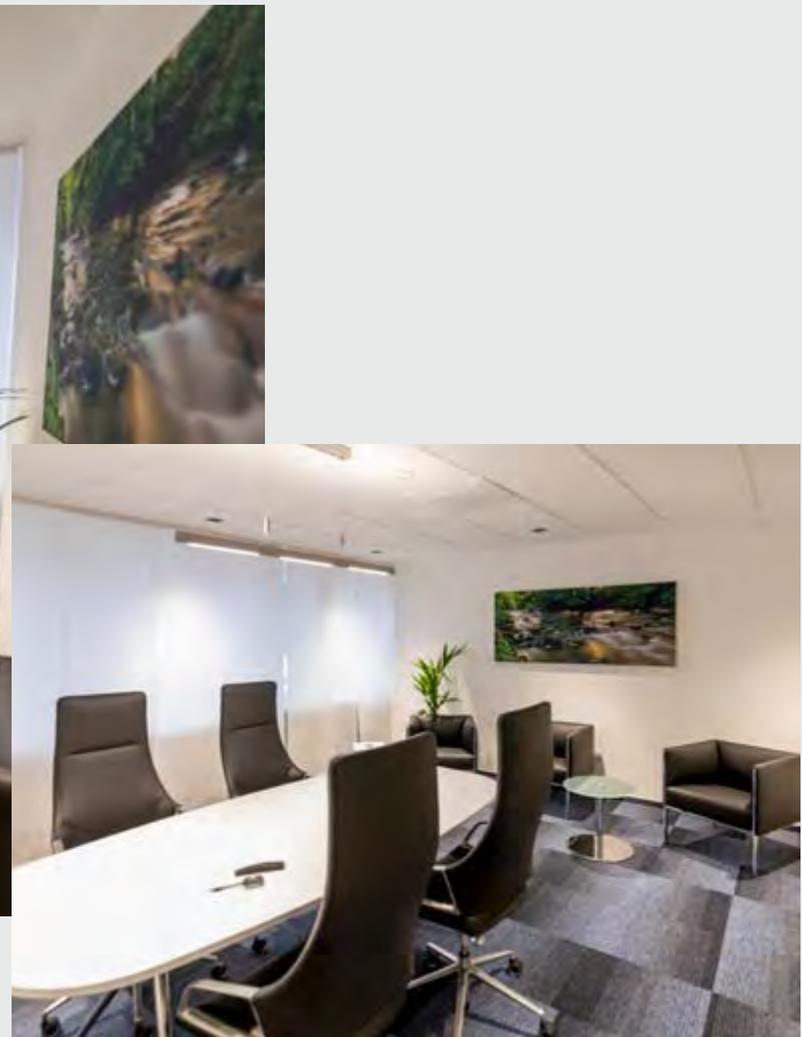




Themenzimmer „Schloss“



Themenzimmer „Lahnaue“





Themenzimmer „Schlossblick“



