



Ihr Auftritt, bitte!

Die BAWAG in Hietzing Am Platz samt ihrem legendären Café abgerissen bis auf das Skelett – es war verblüffend, dass das Haus noch stehen konnte. Jedoch nur so wich die Dunkelheit der Helligkeit, die Verslossenheit der Transparenz, die Zeitgebundenheit der Zeitlosigkeit.

von Gertrud Zoklits

hörigkeit der Geschosse für die Vorbeigehenden erkennbar macht. Der kubische Leuchtkörper im Erdgeschoss verleiht dem Raum Tiefe und verströmt zugleich Helligkeit und Leichtigkeit nach außen. Verwendet wird ausschließlich Leuchtstofflicht, das aus den Fugenverläufen an der Decke, eine Thematik, die im Neubau diese sowie die Wände bestimmt und Präzision versinnbildlicht, unauffällig hervor scheint. Da ausreichend Tageslicht in die Bank fällt, sind weder Halogenleuchten noch Glühbirnen beziehungsweise Stimmungslicht vonnöten.

Intimer Kontrast

Die dunkel-anthrazitgrauen Bodenfliesen mit leichter Zeichnung, die beinahe einen Teppichboden vermuten lässt, setzen den nötigen Kontrast zu so viel Helligkeit und fördern das Gefühl der Intimität. Darüber hinaus bieten sie Optimierung für Bankbesucher mit Sehschwäche und verzeihen – zumindest dunklen – Schmutz. Mit dieser Art des Bodens beschränken die BWM-Architekten einen Weg abseits der BAWAG-Linie, die den etwas ungemütlichen Granit vorschrieb, mittlerweile ist er jedoch Teil des Corporate Designs geworden.

Sachliche Klarheit

Konform geht Hietzing mit dem Holz der Möblierung des Schalterbereichs – Buche auf Birne gebeizt, ein etwas rötlicher, angenehmer Farbton. Der Kunde fühlt sich angezogen und weiß sofort, wohin er sich wenden kann. Dies soll jedoch nicht darüber hinwegtäuschen, dass nicht die nun schon häufig zitierte Wohlfühlbank das Ziel ist, sondern Klarheit und Sachlichkeit. Die Inszenierung tritt zurück, findet nicht statt, sodass der Mensch in den Vordergrund tritt. Die in weiß gehaltenen Decken, Wände und Möbel – letztere vor allem im Zwischen- und ersten Obergeschoss – lassen ihn den Raum beleben. Symbol für diese neue Philosophie – die Bank ist kein Wohnzimmer, sondern ein Ort, an dem der Kunde seriöse Geschäfte tätigen

möchte – ist der Bankomat. Er steht innen frei, ohne Verpackung, denn die Geräte sind als solche zu akzeptieren und nicht zu verleugnen. Der Automat wächst aus dem Boden und schiebt sich durch die Glasfassade, um von der Heitzinger Hauptstraße aus bedient zu werden. Fast liegt nahe zu kritisieren, dass er die durchgängige Front bricht. Er war jedoch ein „Muss“, schon allein um der Tradition und Gewohnheit der Hietzinger Passanten gerecht zu werden. Bestückt wird er noch von Bankmitarbeitern mit von der GSA gelieferten Noten.

Werden nun im Erdgeschoss – der Keller ist für die Sozialräume und den Server reserviert – die täglichen Geschäfte abgewickelt, findet im Zwischengeschoss die intimere Beratung statt. Lässt man den Blick vom Wartebereich weg schweifen, gleitet er über die Relings der Treppe mit offenen Stufen hinweg zu den luftigen Besprechungskojen. Von Türen gestoppt wird er vor der Kreditberatung sowie der stellvertretenden Leitung. Eine absolute Neuerrungenschaft stellt der Lift – ebenfalls transparent – dar. Jene Stelle, an der er eingebaut wurde, ist die einzige, von wo aus alle Geschosse – vom Keller bis zum ersten Obergeschoss – bestückt werden konnten.

Partner Café und neues Branding

Betreten wird die Bank nur mehr vom Platz aus – früher existierte auch ein Zutritt über die Hietzinger Hauptstraße. Das Café verfügt über einen separaten Eingang, eine Durchgängigkeit zur Bank ist, auch um der neuen Philosophie genüge zu tun, nicht gegeben. Optische Hinweise auf die ehemals und teilweise noch immer existierende Einheit – auch wenn das Café jetzt verkauft ist – wurden jedoch gegeben. Vom Foyer aus besteht durch die Glaswand ein Sichtbezug, die Gestaltung von Decke und Boden setzt sich im Café fort. Der Gastgarten – ein vitaler Punkt in der warmen Jahreszeit – wurde durch Abriss von Zaun und Mauer geöffnet und bildet eine Klammer zwischen Café-, Haus- und Bankeingang.

Mit dem Auftritt im neuen Branding ist die Pionierarbeit der Hietzinger BAWAG-Filiale komplett. Ein rotes Band schließt die Glasfront oben ab, in weißen Feldern steht der neue Name, BAWAG, geschrieben. Architektonisch weist und symbolisiert sie den Weg der Transparenz und Offenheit, der Klarheit sowie Sachlichkeit der Geschäfte, der Symbiose von Tradition und Moderne dort, wo sie sinnvoll ist. Es sieht ganz danach aus, dass sie sich durchgesetzt hat.



Foto: Rupert Steiner

- Filialvorstand: Robert Stocker
- Mitarbeiter: acht, ausgelegt auf zwölf, es wird aufgestockt werden
- Planung: BWM-Architekten mit BAWAG-PSK
- Statik: RWT+
- Elektro-, Heizung-, Lüftung-, Kühlung- und Sicherheitsplanung: Introplan
- Planungsphase inkl. Einreichungen, Abstimmung mit Denkmalamt, Café etc: ein Jahr
- Bauphase: September 07 bis Februar 08
- Gesamtfläche: 366,93 m²
- Erdgeschoss: 80,45 m²
- Möbel: Bene
- Ausstattung mit Sicherheitsgeräten: G4S
- ein Outdoor Bankomat von Diebold, bestückt mit von GSA gelieferten Noten
- ein Belegscanner von Reiner
- ein NCR Indoor GAA, bestückt mit von GSA gelieferten Noten
- ein Kontoauszugsdrucker von Wincor Nixdorf
- Kassenlösung: ein AKT von GZT für die Auszahlung



An victor hat mich von Anfang an die stringente und verlässliche Zusammenarbeit mit emotion banking beeindruckt. Vom Internetauftritt, sozusagen dem ersten Kontakt, bis zur victor-Gala, dem feierlichen Abschluss, war die Zusammenarbeit hochprofessionell. Diese Professionalität gibt den Analyseergebnissen per se mehr Glaubwürdigkeit und Gewicht.

Vst. Direktor Hans Perry – Kreissparkasse Aue-Schwarzenberg (D),
Sieger in der Kategorie innovativste Bank 2007