

Bauspar-Marketing

Wohn-Riester auf Bierdeckel

Vor zirka drei Jahren warb Schwäbisch Hall, zusammen mit Union Investment, erstmals auf doppelseitig bedruckten Bierdeckeln mit der Riester-Geld-Rente. Diese lustige Werbeidee ist schon damals sehr gut bei den Kunden angekommen und wurde deshalb jetzt erneut von Schwäbisch Hall aufgegriffen. Seit Januar dieses Jahres werden 100 000 „Wohn-Riester- Bierdeckel“ eingesetzt, die auf das neue Produkt von Schwäbisch Hall, auf die „Fuchs Wohnrente“, aufmerksam machen sollen. Diese Art von Werbung dient als eine witzige Verkaufunterstützung für die Berater im Außendienst und für die Partnerbanken von Schwäbisch Hall, die für dieses Produkt der Altersvorsorge-Zulage werben. Der potenzielle Kunde soll darauf aufmerksam gemacht werden, wie man schnell, einfach und unkompliziert eine Altersvorsorge abschließen kann und welche Vorteile das sogenannte „Wohn-riestern“ hat. Mit dem beworbenen Produkt kann man selbst genutztes Wohn-

eigen-
tum in
die pri-
vate
Rente inte-
grieren und somit
Sparbeiträge zur Eigenkapi-
talbildung sowie Tilgungsleistungen
zur Finanzierung von selbst genutztem
Wohn Eigentum erhalten.

Den Anstoß für diese Kampagne lieferte 2003 der damalige stellvertretende Vorsitzende der CDU/CSU-Bundestagsfraktion Friedrich Merz. Dieser forderte, dass jeder Bürger seine Einkommenssteuer auf einem Bierdeckel ausrechnen könnte. Durch das übersichtlich gestaltete Design der Bierdeckel soll das nun auf die Altersvorsorge zutreffen und somit dem Kunden zeigen, wie einfach doch Wohn-Riester ist. Nadine Biersack