

Schwäbisch Hall: Bausparst Du noch?

Ein Bausparvertrag ist spießig – und vielleicht deshalb doch irgendwie cool. Zumindest bemühen sich die Bausparkassen eifrig darum, dieses Image zu transportieren. Für den eigentlichen Vertragszweck – das Vor- und Zielsparen bis zur eigenen Immobilie – sind junge Kunden jedoch kaum zu begeistern. Das erkennen auch die Institute. Schwäbisch Hall geht seit 2. Juli mit einer neuen Kampagne in die Marketing-Offensive. „Du kaufst keinen Bausparvertrag.“, beginnt die von der Agentur Ogilvy & Mather formulierte Leitidee, die fortgesetzt wird mit „Du kaufst den wichtigsten Ort der Welt.“ oder „Du kaufst Freiheit.“



Damit interpretiert Deutschlands größte private Bausparkasse einerseits den bekannten „Heimat“-Gedanken ihrer vergangenen Markenauftritte in moderner (Bild-) Sprache neu und gibt andererseits ein Leistungsversprechen für ihr Produkt ab. Letzteres gilt es künftig aber auch zu erfüllen. Tatsächlich wurde schon in der Vergangenheit nur ein sehr kleiner Teil der Wohnungserwerbe ausschließlich mit Bausparen finanziert. Allerdings registrieren derzeit sogar die

Baugeldvermittler eine wachsende Nachfrage nach Kombinationen von Bauspar- und Hypothekenkreditverträgen – dem Zinstief sei Dank. L.H.