

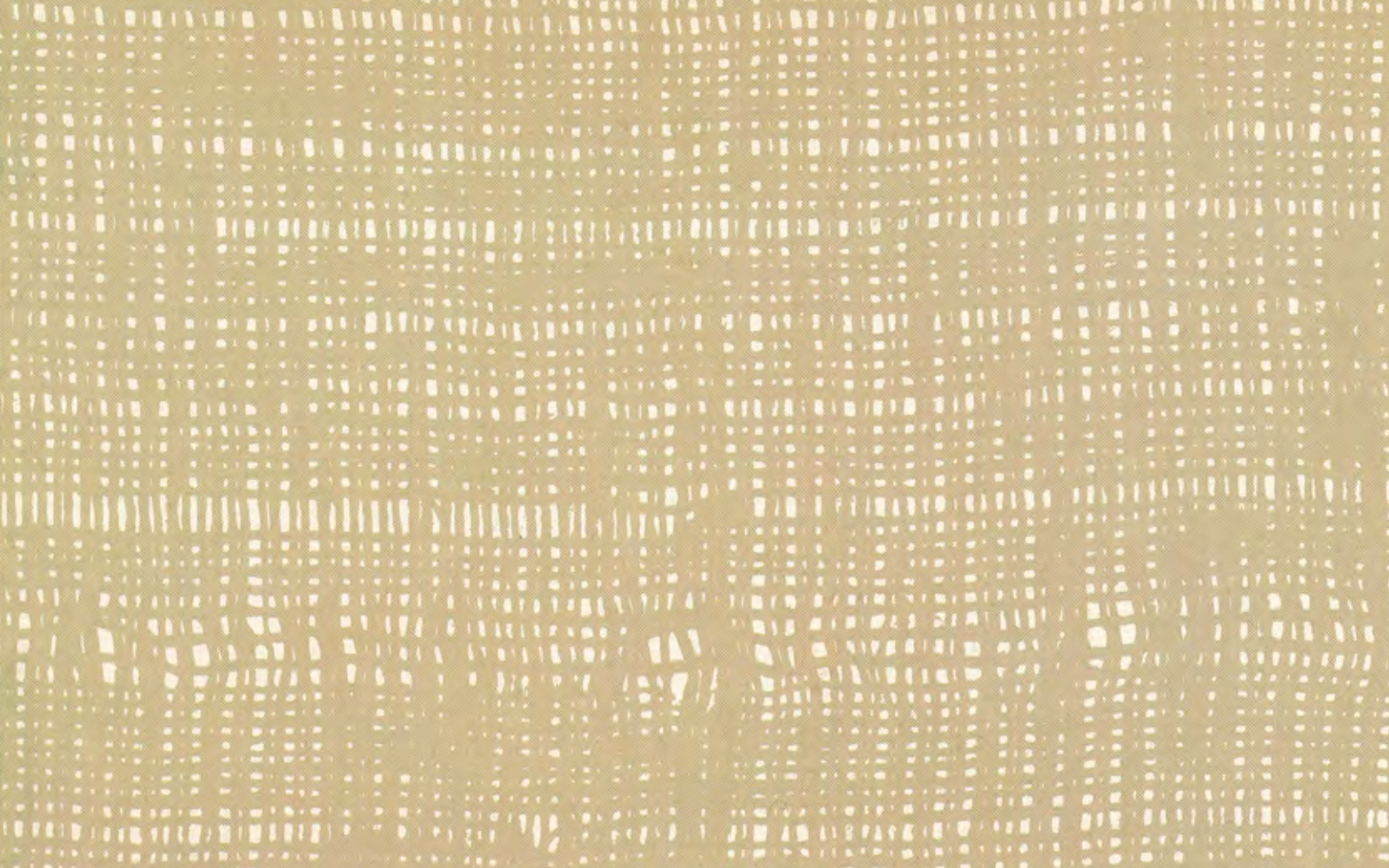


*Tapestanmante*

Die große Modernisierungs-  
Aktion. Frühjahr 1993.

Dresdner Bank





## Neuer Aufhänger für ein altes Thema.

Liebe Mitarbeiterin, lieber Mitarbeiter,  
demnächst findet eine große, ganz besondere  
Aktion zum Thema Bausparen statt. Aber dieses  
Mal steht nicht Bauen oder Kaufen, sondern Moder-  
nisieren im Vordergrund. Und dafür gibt es viele  
gute Gründe.





Zwei von drei Wohngebäuden  
müßten eigentlich renoviert  
werden.

Über zwei Drittel der Wohngebäude in den alten  
Bundesländern sind älter als 20 Jahre: 35 % sind 20  
bis 40 Jahre alt, 33 % sogar noch älter als 40 Jahre.





## Weniger bauen, mehr renovieren.

Von Jahr zu Jahr steigt der Modernisierungsbedarf in den alten Bundesländern gegenüber den Neubauten an.

1971 standen noch 76 % Neubauten gegenüber 24 % Modernisierungen, 1991 waren es nur noch 47 % Neubauten und 53 % Modernisierungen. Aber

die Häuser, die 1971 entstanden, sind jetzt schon wieder renovierungsbedürftig.

Über kurz oder lang kommen unsere Kunden mit Wohnungseigentum um eine Modernisierung also nicht herum. Und dabei können wir ihnen helfen.







Wir bieten einen Bausparvertrag zur Modernisierungsvorsorge an.

Dafür werben wir dieses Mal ein bißchen anders als sonst.

Um das Thema „Modernisieren“ möglichst plastisch darzustellen, sehen alle unsere Werbemittel „renovierungsbedürftig“ aus. Damit soll unseren Kunden klarwerden, was auf sie zukommt, wenn sie die Altersvorsorge für ihr Wohnungseigentum vergessen.





## Wichtigstes Aktionsmittel: Der Modernisierungsplaner.

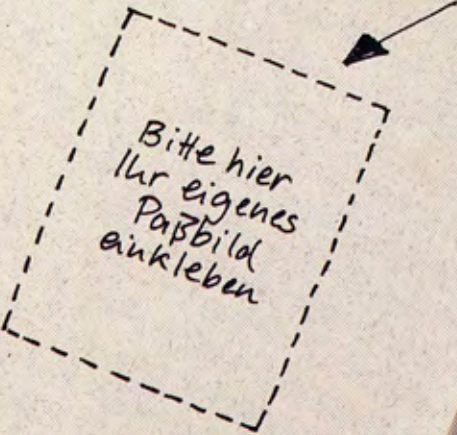
In einem Mailing mit persönlichem Anschreiben verschicken wir Modernisierungsplaner zentral an etwa 150.000 Kunden. Er ist jetzt kein nüchternes Formular mehr, sondern eine wichtige, persönliche Kunden-Arbeitsunterlage in Form eines kleinen Prospekts. Wir haben für Sie ein Exemplar beigelegt, damit Sie wissen, was die Kunden von uns erhalten. Es soll ihnen Spaß machen, den Modernisierungsplaner auszufüllen. Und wer ihn ausgefüllt hat, kommt zu Ihnen in die Geschäftsstelle.





Jetzt treten Sie in Aktion.

Wir haben jeden Kunden bestens für Sie vorbereitet. Er ist sensibilisiert für das Thema „Modernisieren“. Er hat seinen Modernisierungsplaner ausgefüllt. Er hat Interesse an einer Beratung über Bausparen. Und genau dann kommt Ihr Part.



Bitte hier  
Ihr eigenes  
Paßbild  
einkleben



Rechnen Sie damit, daß viele Kunden mit ausgefüllten Modernisierungsplanern auf Sie einstürmen werden. Gut, es werden nicht gerade Hundertschaften sein – je nach Größe Ihrer Geschäftsstelle sind schon zwei bis vier Kunden ein Erfolg. Schauen Sie

sich die aktuellen Tarife bitte noch einmal an. Bereiten Sie sich auf das Thema Bausparen vor, und empfehlen Sie den geeigneten Tarif. Falls Sie nicht genug Unterlagen haben, fordern Sie bitte rechtzeitig weiteres Informationsmaterial bei uns an.







Für die Werbung gibt es jede Menge Material.  
Für die Geschäftsstelle sind ein Plakat und ein Pro-  
spekt „Produkt des Monats“ vorgesehen. Verteilen  
Sie alles großzügig.





Außerdem gibt es für Sie die Möglichkeit, in regionalen und lokalen Tageszeitungen eine Anzeige zu schalten. Wir stellen Ihnen die Druckvorlage zur Verfügung. Bitte nutzen Sie diese Möglichkeit.

Bei all diesen Aktivitäten dürfte es also nicht

mehr schwierig sein, im Bereich Bausparen viel neues Geschäft zu machen.

Vorausgesetzt, Sie machen mit. Wir hoffen, daß es Ihnen Spaß macht, und wünschen Ihnen eine erfolgreiche Modernisierungs-Aktion mit der Dresdner Bauspar AG.

