

## Bestnoten für die Raiffeisen Bausparkasse

Ausgezeichnete Noten gab es für die Raiffeisen Bausparkasse anlässlich einer zum Jahresende 2008 durchgeführten Market-Studie, die in 1.000 Einzelgesprächen die Wirksamkeit der Werbebotschaften aller heimischen Bausparkassen erhob. Bei den Stichworten Bekanntheit, Sympathie und Attraktivität erreichte die Raiffeisen Bausparkasse Top-Positionen. Besonders auffällig ist auch, dass den Befragten die Sujets der Raiffeisen Bausparkasse sowohl bei der spontanen als auch gestützten Werbeerinnerung als Erstes in den Sinn kamen. Bei der Frage nach den besten Konditionen unter den einzelnen Bausparkassen führt die Raiffeisen Bausparkasse klar das Ranking an. Die hohe Produktakzeptanz ist auch das Ergebnis eines attraktiven Mixes an Marketingaktivitäten, die im Jahr 2008 in Abstimmung mit der Zentralen Raiffeisen Werbung (ZRW) umgesetzt wurden.

Schwerpunktthema  
Energiesparen

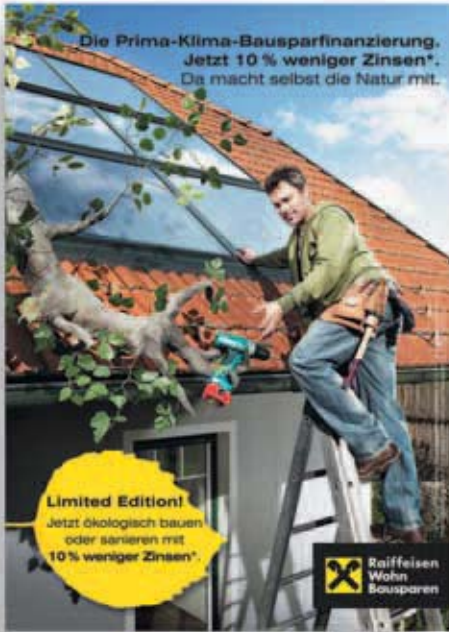
Energiesparen war 2008 das Schwerpunktthema der alljährlichen Bauen-Wohnen-Kampagne. Im Februar startete die Raiffeisen Bausparkasse in Printmedien, im TV und Online mit einer Ökodarlehensaktion. Ein Volumen von 100 Millionen Euro wurde für diese Initiative reserviert, um klimaschonendes Bauen und Wohnen zu forcieren. Die „Prima-Klima-Bausparfinanzierung“ war aufgrund der reduzierten Konditionen ein durchschlagender Erfolg. Die Raiffeisen Bausparkasse hat 2009 mit dem Energiesparbonus eine ähnliche Initiative gestartet. Im Rahmen dieser limitierten Aktion konnten Darlehensnehmer einen Bonus von 200 Euro lukrieren.

Bausparen  
macht unabhängig –  
auch während des Studiums

Um Energie – sinnvoll eingesetzt – ging es indirekt auch in der Studentenkampagne, verbunden mit dem Hinweis, dass eine Bausparfinanzierung für Bildung finanziell unabhängig macht; daher kann man auch all seine Energie der Ausbildung und dem raschen Fortschritt beim Studium widmen. Die augenzwinkernde Anzeige mit den „Familien-Sponsoren“ einer Studentin erschien in Uni-Sonderbeilagen und bei Verteilaktionen, die von den Raiffeisenbanken und dem Raiffeisen Club an den Universitäten durchgeführt wurden. Ein spezieller Service im Internet war der Online-Rechner, mit dem der Studierende seinen persönlichen Finanzbedarf errechnen konnte.

Bei der Weltspartags-  
promotion stand das Thema  
Bausparen im Mittelpunkt

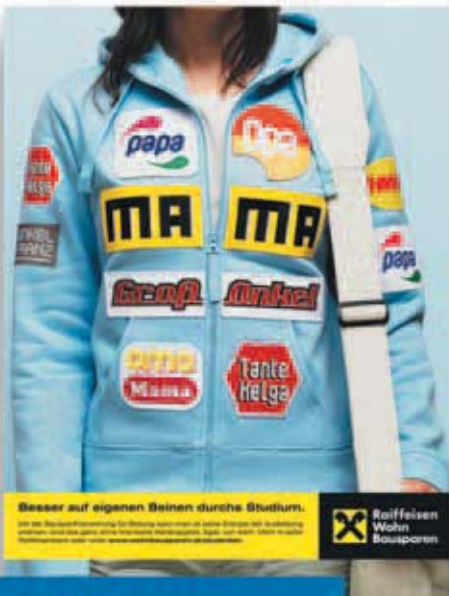
Im Zuge der ZRW-Vorsorgekampagne wurde am Weltspartag mit dem Slogan „Füttere deinen Bausparer“ mit Bausparbox und Sumsi geworben. Zum ersten Mal stand bei der Weltspartagspromotion das Thema Bausparen im



Großes Interesse löste die Prima-Klima-Bausparfinanzierung aus, die das Ziel hatte, energiesparende Investitionen zu forcieren.



Als attraktive Anlageform wurde im 4. Quartal die Wohnbaubankanleihe beworben.



Die Studentenkampagne wurde mit der „Silbernen Venus“, einem bedeutenden Preis für kreative Werbung, ausgezeichnet.



Zum Weltspartag 2008 stand erstmals das Thema Bausparen im Mittelpunkt der ZRW-Vorsorgekampagne.



Das Sujet mit dem Knoten in der Zipfelmütze erinnerte auf originelle Weise daran, dass es am 32. Dezember für die Bausparprämie und den Weihnachtsbonus zu spät ist. Zahlreiche Raiffeisenbanken machten beim Wettbewerb um die lustigsten Zipfelmützenfotos mit.



	<p>Mittelpunkt, was sowohl von den Banken als auch von den Kunden positiv aufgenommen wurde. Neben der POS-Werbung gab es eine innovative Online-Begleitkampagne mit Animationsfilm, um die Kundenfrequenz in den Raiffeisenbanken weiter zu erhöhen.</p>
<p>Jahresabschlusskampagne mit Zipfelmützen-Sujet und Fotowettbewerb</p>	<p>Weil man im vorweihnachtlichen Stress schon mal etwas vergessen kann, erinnerte die Raiffeisen Bausparkasse auch zum Jahresende 2008 daran, dass es am 32. Dezember zu spät ist. Und zwar dafür, einen Bausparvertrag abzuschließen und sich den 20%igen Weihnachtsbonus zu holen. Die originelle Umsetzung mit der verknoteten Zipfelmütze kam in Print, Radio, Online und am POS so gut an, dass es der Raiffeisen Bausparkasse im Dezember 2008 ein neues Rekordergebnis im Neuabschlussgeschäft bescherte. Parallel dazu wurde ein Fotowettbewerb unter den Mitarbeitern der Raiffeisenbanken um das originellste Zipfelmützenbild veranstaltet. Die Begeisterung der Raiffeisenbanken war groß, 240 Bilder wurden in einer virtuellen Galerie auf der Website der Raiffeisen Bausparkasse ausgestellt.</p>
<p>Willkommen in der KEST-freien Zone!</p>	<p>Im 4. Quartal 2008 wurde auf die Vorteile von Wohnbaubankanleihen als attraktives, risikoarmes Investment und wichtiges Refinanzierungsinstrument hingewiesen. Geschaltet wurden die Kleinanzeigen in ausgewählten Tageszeitungen.</p>
<p>Studie belegt hohen Nachholbedarf bei thermischer Sanierung</p>	<p>Eine im Oktober 2008 präsentierte Studie der Raiffeisen Bausparkasse zum Thema Althausanierung in Österreich fördert einen dringenden Nachholbedarf an qualitativ hochwertiger thermischer Sanierung zutage. Erfasst sind in der von GfK Austria durchgeführten Untersuchung Ein- und Zweifamilienhäuser, die vor 1985 errichtet wurden. Ein- und Zweifamilienhäuser aus der Zeit von 1945 bis 1985 stellen in Hinblick auf eine energieeffiziente Sanierung das bedeutendste Potenzial in Österreich dar. Während im Mehrwohnungsbau die Errichter bzw. Verwalter für eine regelmäßige Sanierung sorgen, gehen im Segment der Ein- und Zweifamilienhäuser diese Verbesserungen ausschließlich auf die Initiative der Eigentümer zurück.</p>
<p>Viele Einzelmaßnahmen, wenig Gesamtsanierungen</p>	<p>Die in die Studie aufgenommenen Gebäude dienen zum überwiegenden Teil als Hauptwohnsitz. Die Erhebung zeigt, dass an den Gebäuden in der Vergangenheit zahlreiche Veränderungen und Modernisierungen durchgeführt worden sind, allerdings wird isolierten Einzelmaßnahmen der Vorzug gegenüber einer ganzheitlichen Planung gegeben, nur 15 %</p>

sind Generalsanierungen, wodurch das angepeilte Energieeinsparungspotenzial häufig nicht ausgeschöpft werden kann. Daher sind auch die Energie- und Heizkosten, die von den Hausbesitzern genannt wurden, trotz der Fülle der gesetzten Baumaßnahmen hoch: So geben 57 % der Befragten an, dass sie zwischen 1.500 und 3.000 Euro pro Jahr für Heizung, Strom und Warmwasser ausgeben, 15 % investieren mehr als 3.000 Euro, nur 14 % kommen mit maximal 1.500 Euro aus. 14 % konnten zu den Energiekosten keine Angaben machen.

Zentrales Sanierungsziel:  
Energiekosten senken

Bei den Motiven für die durchgeführten Sanierungsarbeiten dominiert ganz klar die Energieeinsparung an erster Stelle, danach folgen die Aufwertung des Eigenheims, die Erhöhung des Wohnkomforts und notwendige Reparaturen. Der Klimaschutz als wesentlicher Treiber für Energiesparmaßnahmen wurde nur von jedem Zehnten genannt. Das durch die fachgerechte thermische Sanierung mögliche Einsparpotenzial von bis zu 80 % der Energiekosten konnte jedenfalls durch die Einzelmaßnahmen nicht erreicht werden. Rund ein Drittel gab an, dass die Betriebskosten durch die Sanierung um ein Fünftel gesenkt werden konnten, ein Viertel bezifferte die Kostenreduktion mit 21 % bis 40 %, nur 9 % nahmen eine Einsparung von mehr als 40 % wahr. Auffallend ist, dass etwa 30 % keine Angaben zu einer allfälligen Senkung der Energiekosten machen konnten. Dennoch sind 91 % jener Althausbesitzer, die bereits Sanierungsarbeiten durchgeführt haben, überzeugt, die damit verbundenen Ziele erreicht zu haben.

Geplante Sanierungen:  
30 % wollen demnächst  
renovieren

Die Althausbesitzer setzen sich mit dem Thema Sanierung intensiv auseinander. Laut Umfrage fasst rund jeder dritte Hausbesitzer Verbesserungsmaßnahmen für die nächsten Jahre ins Auge, 6 % lassen gerade Arbeiten durchführen. Viele dieser Hausbesitzer schätzen jedoch die Kosten einer thermischen Sanierung als zu niedrig ein, so will die Hälfte der Befragten mit einem Betrag bis zu maximal 20.000 Euro das Auslangen finden, nur 13 % schätzen die Kosten höher als 50.000 Euro ein. Die Aussagen lassen darauf schließen, dass man sich mit den tatsächlichen Investitionskosten noch nicht im Detail auseinandergesetzt hat.

Klimaziele ohne thermische  
Verbesserung nicht erreichbar

Ein Fünftel des gesamten österreichischen Energieverbrauchs entfällt auf die mehr als 3,4 Millionen Haushalte. Klar ist, dass ohne Forcierung der thermischen Sanierung Österreich seine Klimaziele nicht erreichen wird, daher

bräuchte es mehr und bessere finanzielle Anreize in diese Richtung. Derzeit liegt der durchschnittliche Energieverbrauch unsanierter Einfamilienhäuser bei 220 KWh/m<sup>2</sup>. Mit gezielten Maßnahmen könnte dieser Wert auf 25 bis 40 KWh/m<sup>2</sup> abgesenkt werden, was neben dem Klimaschutz auch positive Effekte für die Bevölkerung, die Bauwirtschaft und den Export hätte.

In der Studie „Klimaschutz durch Wohnbausanierung“ der Raiffeisen Bausparkasse weisen die Autoren nach, dass eine Anhebung der derzeitigen einprozentigen Sanierungsquote auf drei Prozent für die 1,5 Millionen Bauten aus den Jahren 1945 bis 1980 ein Gesamtinvestitionsvolumen von 42,57 Milliarden Euro, also 3,27 Milliarden Euro pro Jahr, notwendig machen würde. Durchschnittlich werden im Rahmen der Wohnbauförderung pro Jahr 538 Millionen Euro für die Wohnhaussanierung ausgegeben. Durch Umschichtungen innerhalb der Wohnbauförderung vom Neubau und von den Infrastrukturmaßnahmen hin zur Sanierung sowie durch eine Neudotation von 200 Millionen Euro könnte der geforderte Betrag von einer Milliarde Euro für die beschleunigte Wohnhaussanierung aufgebracht werden.

Das Conclusio der Studienautoren: Die thermische Sanierung ist eine klassische Win-Win-Situation für alle Beteiligten, denn sie macht unabhängig von Energieimporten, stärkt den Innovationsgrad der heimischen Unternehmen und gibt positive Wirtschaftsimpulse. Haus- und Wohnungseigentümer profitieren vom steigenden Immobilienwert, einer längeren Lebensdauer der Gebäude und erhöhter Behaglichkeit und Bequemlichkeit.

Eine Milliarde Euro pro Jahr  
für die thermische Sanierung