

Två sätt att säga samma sak



Testimonial med levande människor



Illustrationer med voice-over



Nu höjer vi lånetaket så att fler Göteborgare över 60 år kan få vad de vill ha.

Vad kan ditt hem göra för dig?

Svaret är enkelt – ditt hem här i Göteborg kan göra en hel del, åtminstone om du är över 60 år och äger din bostad. Ditt hem kan rent av finansiera en ny, liten bil så att du enklare kan träffa barnbarn eller bidra till att ge dig den där trygga bufferten i vardagen.

I 14 år har speciallånet Hypotekspension® hjälpt över 12 000 röjda pensionärer att få loss pengar ur sina bostadsrätter och villor. Det är en trygg beprövad lösning och Sveriges första – och enda – kapitalfrigöringskredit. Svårt ord, kanske, men det är enkelt att se fördelarna. Speciallånet är speciellt framtaget så att du som pensionär kan få loss pengarna som sätter "fäst" i hemnets vägg.

Det fina är att räntan betalas först när bostadsrätten eller villan säljs. Och du behöver inte amortera. Hypotekspension® är det enda amorteringsfria pensionärlånet. Du får alltså inga fler vardagsutgifter. Istället får du reda pengar i handen som du kan använda när du bäst behöver dem, alltså här och nu. Vi har höjt lånetaket så att fler kan ta del av



fördelarna med Hypotekspension®. Till exempel, om du är 65 år kan du låna hela 30% av hemnets värde.

Vad vill du göra för pengarna du egentligen redan äger? Du bestämmer.

Hypotekspension® passar dig som har mindre eller inga lån alls. Vi erbjuder även en Skuldfrigaranti, den innebär att du aldrig kan bli skyldig mer än vad du får ut för boendet vid en försäljning. Det är skönt att veta. Kort sagt, Hypotekspension är originalet och det populäraste pensionärlånet. Kootraka oss, vi tror på personlig service.

Fråga inte vad du kan göra för ditt hem, utan vad ditt hem kan göra för dig.

031-10 94 50

Räkna ut hur mycket pengar du kan få ut och vad det kostar: www.hypotekspension.se



Svensk
Hypotekspension
Garanterat tryggt. Livet ut.

Tennisstjärnan kan njuta av solen – tack vare speciallånet

Ove Bengtson tillhörde världseliten i tennis, spelade dubbel med Björn Borg – och uppskattade lyckan med att resa. I dag är Ove kund hos Svensk Hypotekspension och slår ett slag för speciallånet som gör det möjligt för honom att fortsätta upptäcka världen.

Svensk
Hypotekspension

Många minns hans dåpande serve, Ove Bengtson hade en imponerande svit åren 1968-1971 med hela fyra SM-guld i herrsingel. Det är emellertid som dubbelpartner, bland annat till Björn Borg, som Ove Bengtson har blivit synonymer. Från 1964 till 1976 smashade han hem åtta SM-guld och under ungefär samma tidsperiod spelade han totalt 50 matcher i Sveriges internationella Davis Cup-lag. Ove vann 22 av dessa, de flesta i dubbel och från 1972 med superstjärnan Björn Borg vid sin sida.

– Jag minns när Björn kom upp i tenniseliten och följde med oss ut i världen. Då var han en ung, tystlåten 14-åring, säger Ove Bengtson.

Den främsta dubbelpartnern i Oves liv, åtminstone utomför de vita siddinjerna, är hustrun Lotta. De har levt ett rikt liv tillsammans. Resor med världen som spelplan var en del av vardagen.

– Vi var bland annat i New York, ofta fyra gånger per år. Vi ålskar att resa och det passade oss eftersom vi inte har barn och vi gillar nya intryck.

Låste om speciallånet
Faktum är att paret fortfarande har samma reslust. De har båda levt ett ovanligt aktivt liv, inte minst Ove framför tennisracket, och det vill de också fortsätta med.

– Jag stötte första gången på Hypotekspension när jag såg deras annonser i morgontidningen. De intresserade mig. Att få loss pengar utan att behöva sälja? Jag undrade först vad häken var, men för oss passar det perfekt. Vi äger vår lägenhet och har inga lån. Som företagare la jag inte undan särskilt mycket för pensionen. Det innebär att intäkterna idag inte blir så stora. Barken ville inte ge ett lån av den anledningen, trots att vi äger en lägenhet som är värd en hel del.

Hemmet är viktigt
Våringen i Stockholm med en fin balkong ett stenkast från Karlbergskanalen är värdefull, både ekonomiskt och känslomässigt. Hemmet är viktigt för paret. Det är, så att säga, den trygga baslinjen när de fortfarande njuter av att resa utomlands, gärna på kryssningar.

– Vi har varit i både Karibien och



Ove Bengtson vann 22 Davis Cup-matcher, de flesta tillsammans med Björn Borg.

Medelhavet, Underbart.

Med speciallånet Hypotekspension kan de fortsätta med sin världsvana hobby – att upptäcka världen.

– Lotta pluggar italienska och jag

franska, säger Ove och ler.

Italien och Frankrike är, foga förvånande, några av favoritdestinationerna.

– Det fina med speciallånet är att utgifterna i vardagen inte höjs eftersom vi inte behöver amortera och räntan betalas ju först när lägenheten säljs. Vi kan ta vara på de pengar vi faktiskt redan äger, istället för att de sitter, så att säga.

Aktivt liv än idag

Tennis är fortfarande ett stort intresse, även om det mestadels blir golf nu. Många minns den berömda bilden då Ove Bengtson tillsammans med Björn Borg vann DC-finalen mot Tjeckoslovakien

på anrika Kungliga Tennishallen i Stockholm. Med den historiska första svenska segern i turneringen krattade de managen för framtida generationer.

Hans främsta hem är förstärkt våningen på Kungsholmen med sin älskade hustru Lotta – ekonomen som skötte all redovisning i bolaget han la ner för ett antal år sedan efter att ha varit verksam inom framför allt sponsring. Tack vare Hypotekspension kan de bo kvar och uppleva världen utan att behöva sälja sitt "hem, ljuva hem". Game, set och god mat – på en trevlig restaurang i Paris eller Venedig.

"Det fina med Hypotekspension är att utgifterna i vardagen inte höjs."

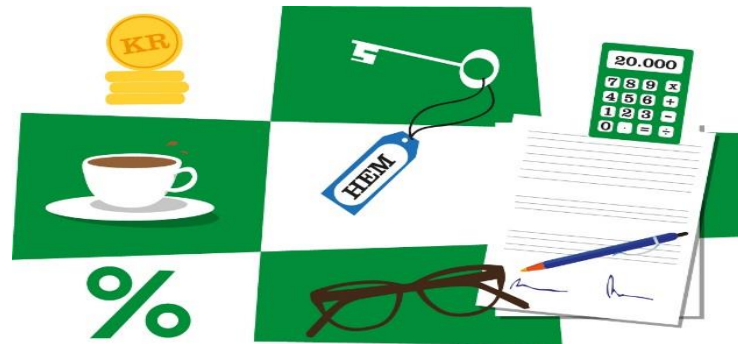
OM HYPOTEKSPENSION®

Svensk Hypotekspension är ett fristående svenskt bostadskreditinstitut som står under Finansinspektionens tillsyn. Företaget erbjuder Hypotekspension®, en kapitalfrigöringskredit som är ett lån med bostad som säkerhet, endast för 60+. Krediten köper utan löslösbegränsning, inga amorteringsplaner görs och heller inga löpande räntebetalningar. Räntan justeras var tredje månad och läggs till skulden för att sedan betalas i sin helhet till lånetavsett. Aktuell ränta finns på hemsidan. En uppläggningsavgift på 5 000 kronor tas ut.



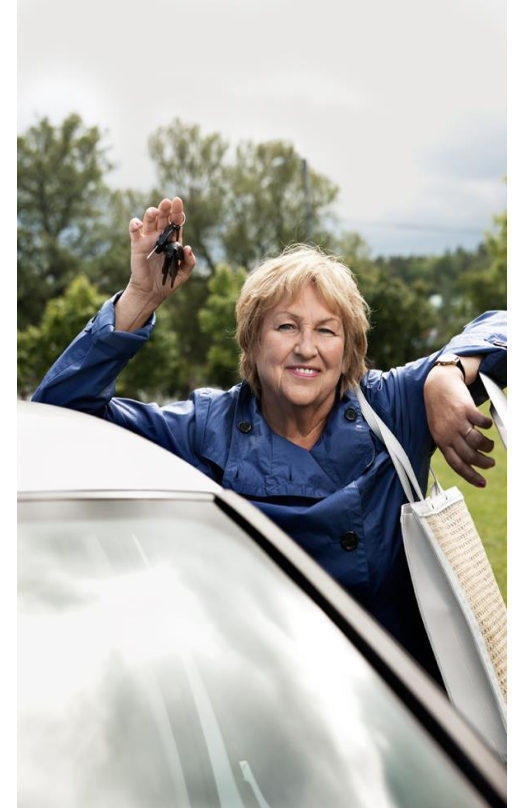
Om Hypotekspension®

- Ett sätt för pensionärer som äger sin bostad att få mer att leva av
- Räntan läggs till skulden och betalas då kunden flyttar eller dör
- Ingen amortering



Målgrupp

- 60-85 år
- Äger en bostadsrätt eller villa sedan länge
- Varit med i prisracet – relativt lågt belånade
- Ofta lägre eller normal pension
- Ensamstående bostadrättsboende överrepresenterade



Svensk Hypotekspension

- Bostadskreditinstitut som startade 2005
- Sedan 2019 ägt av Nordax Bank
- 15 medarbetare
- Lånestock 4,7 miljarder kronor, 7 000 aktiva kunder



Bransch/konkurrens

- Storbankernas vanliga bolån för dem som kan få
- En ny aktör med samma lånekonstruktion "kapitalfrigöringskredit"
- Låna av barn eller bekanta, annars sälja och hitta mindre bostad
- (Tidigare "seniorlån" nedlagda efter omfattande kritik)

Nytt okänt företag med ny okänd tjänst

- Informationsmöten viktiga första åren
- Idag räcker web och telefon

- Samma budskap – länge
- Repetera viktiga produktfakta – många gånger

Lärdom 1: Mottagaren tycker aldrig att du är tjatig, bara chefen

Inga jämförbara konkurrenter

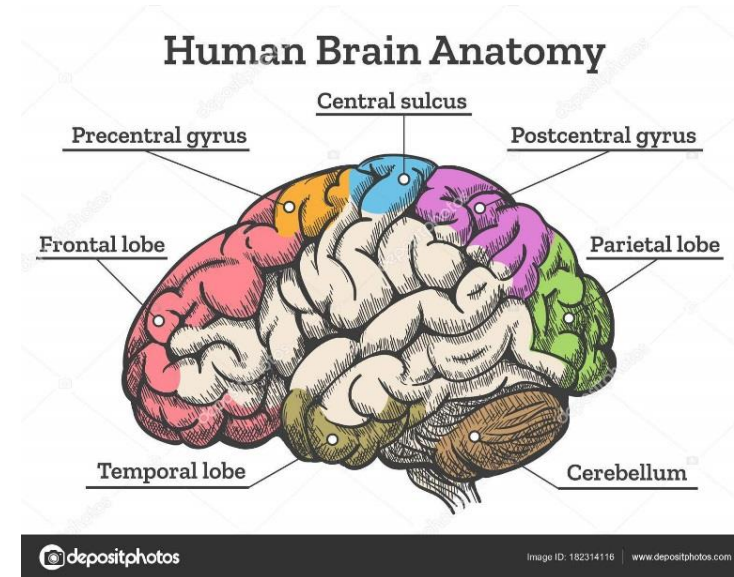
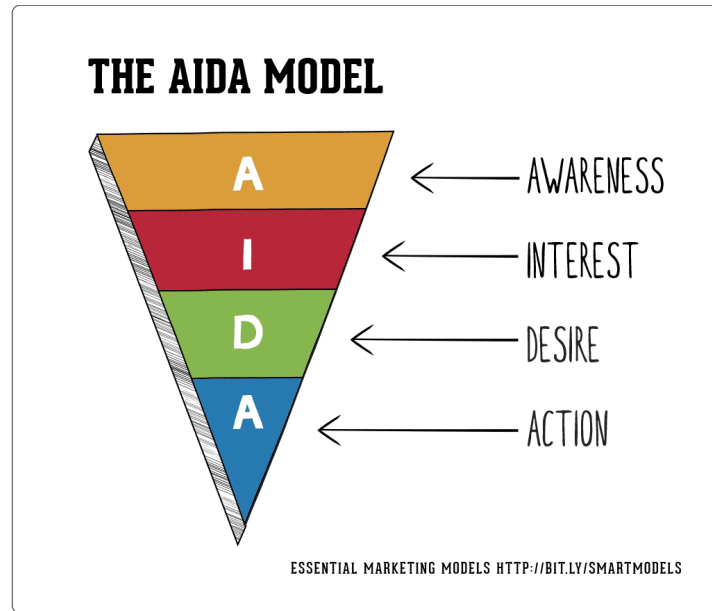
Plus

- Ensam om "low hanging fruit"
- 100 % marknadsandel (!)
- "First mover", "originalet" – bra budskap att ha i bagaget

Minus

- Ingen draghjälp – bygga marknad själv
- Monopolstämpel
- Media ointresserade
- Svårare att etablera trovärdighet

Bygga varumärke eller sälja? Eller både och?



*Lärdom 2: Hjärnan är inte lika fyr(tre)kantig som AIDA-modellen. Varje kommunikationssignal påverkar **både** upplevelsen av varumärket och köpviljan.*

Budskap, tilltal

- Använd mottagarens språk
- Rakt och tydligt
- Transparens, etik och hederlighet
- Glädje!

Lärdom 3: Pensionärer är och betraktas som särskilt svaga konsumenter. Försök aldrig mörka något.

Hur tilltalar man en 72-åring?

"Senior" "40-talist"
"Veteran" "60+"
"Äldre" "Pensionär"
"Silverräv" "Åldring"
"Gamling"

"I händelse av bortgång"

"När du dör"

"Tack för **din** ansökan..."

"Tack för **Er** ansökan..."

Lärdom 4: Pensionärer skäms inte över att kallas pensionärer, de kan duas och de vet att de kommer att dö

Mediemix

TV

Adresserad DR

Print

SEM/SEO

Digitalt

Medielandskapet 1



- Dramatiska förändringar i tittande på tablå-TV:

Daglig **räckvidd**, alla kommersiella kanaler **Tittande** per dag, minuter

	15-24 år	25-39 år	60 +	15-24 år	25-39 år	60 +
2013	55 %	72 %	79 %	74	114	137
2019	22 %	37 %	?	25	47	157

Kostnaden för att nå 60+ har minskat

Kostnaden för att nå 15-39 åringar har 2-3dubblats



- Dramatiska förändringar i läsning av pappersmorgontidningar:

Daglig läsning DN/Svd/GP/SydSV, tusental läsare

	25-34 år	65-80 år
2013	205	442
2019	130	440

*Kostnaden för att nå 65-80-åringar har mer än halverats
Kostnaden för att nå 15-34 åringar har gått ner 25 %*

TV, några tips

- Längre filmer ger bättre effekt, per krona
- Även småkanaler kan funka
- Ta hjälp av proffs när du köper space
- Humor är inte den enda vägen
- Texta?

Lärdom 5: TV-mediet fortfarande mycket effektivt för att nå äldre – men det är lätt att gå fel

Print, några tips

- Helsidor mest prisvärda
- Glöm prislistan
- Testa native
- Var inte rädd för långa texter, pensionärer kan och vill läsa

Lärdom 6: Helsidor har blivit så billiga att mindre format är ointressant

DR, några tips

- Generellt tas adresserade DR-brev emot väl
- Svarskuponger funkar
- Inte för många inlagor

Always on ersätter kampanjtänk

”I varje ögonblick finns det 10 personer som är på jakt efter din tjänst– och i nästa ögonblick är det 10 andra”

Lärdom 7: Du behöver synas i varje ögonblick

Nätet och hemsidan är ovärderliga- men inte för alla

Andel som har tillgång till internet hemma:

97 % av 66-75-åringar

56 % av 75 +

70 % av våra kunder

Andel som har e-post:

85 % av 70-80-åringar

Lärdom 8: Många äldre är inte internetanvändare så du behöver använda även broschyrer och vanlig post

Dålig press smittar, och finns kvar på nätet

- Sämre varianter "seniorlån" drabbades av negativa skrivelser
- Smittade oss
- Svårt nå ut med positiva vinklar
- Artiklarna ligger kvar på nätet, trots direkta sakfel


Lärdom 9: Journalister är dåliga på att erkänna misstag så gör allt du kan för att det ska bli rätt första gången

Alla pensionärer gillar inte dragspelsmusik

- Pensionärer är olika – det var de redan när de var 40
- Det finns bra verktyg för att ringa in din målgrupps särart

Lärdom 10: Pensionärer är vanliga människor – fast äldre

Varumärkeskännedom i kärnmålgruppen

0 %  45 %

på 13 år