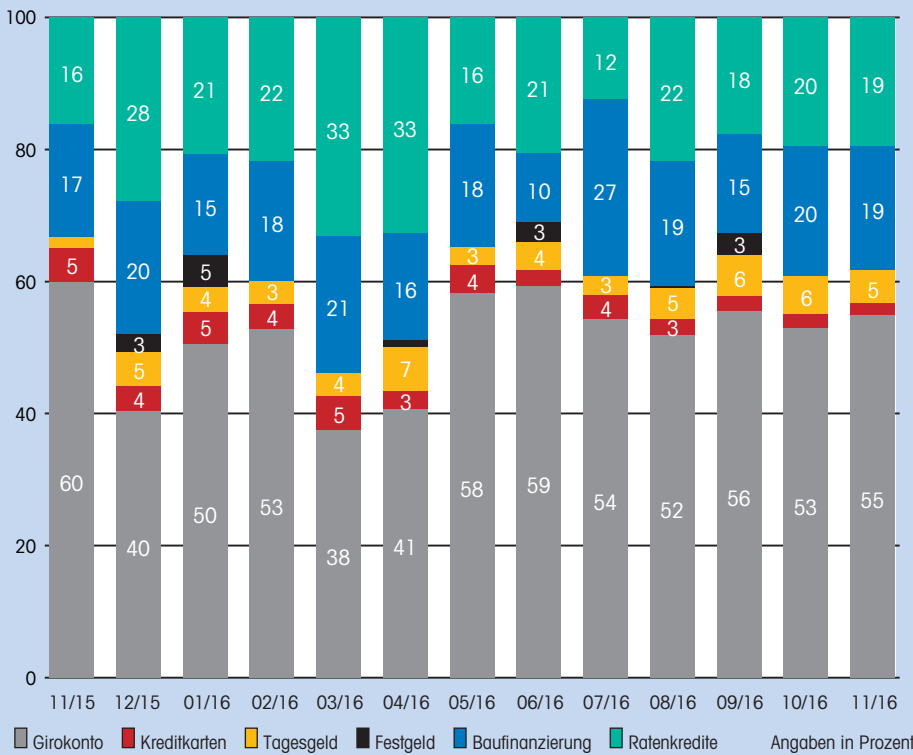


Bankmarketing

Operative Marketingmaßnahmen nach Bankprodukten November 2016

Im Vergleich zum Vormonat zeigt sich die Verteilung der operativen Marketingmaßnahmen der Banken stabil. Stabil ist auch der Anteil des Tagesgelds, das sich seit August 2016 um fünf Prozent eingependelt hat. Sein Anteil ist allerdings ausschließlich auf Aktivitäten in Vergleichsportalen zurückzuführen.



Quelle: AdVision (Werbeausgaben) / research tools (Suchmaschinenanzeigen, Finanzportalpräsenz, Social Media/PR)