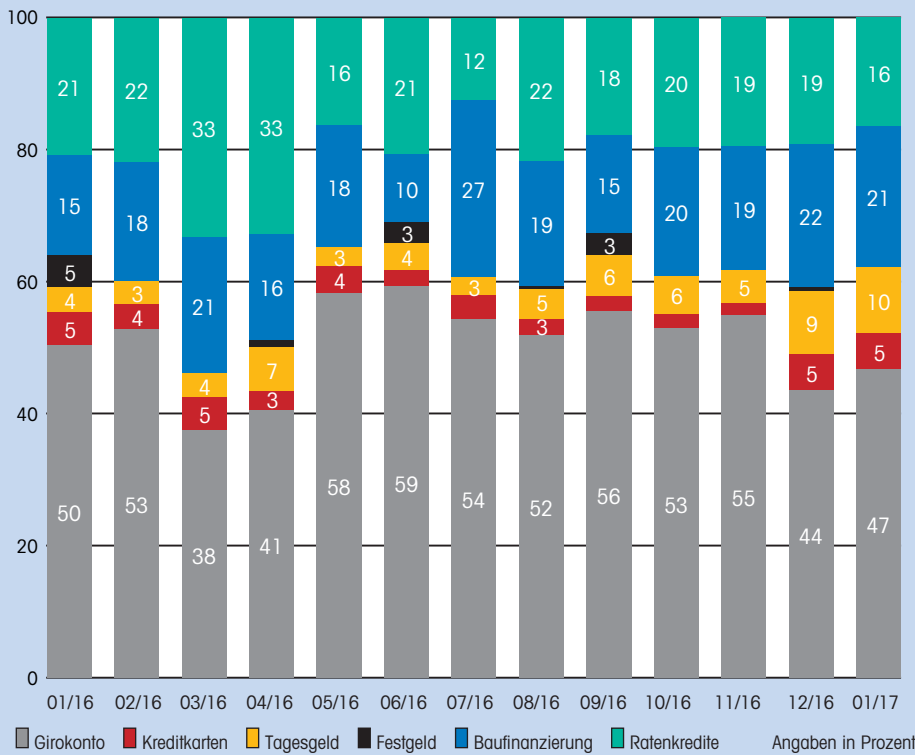


Bankmarketing

Operative Marketingmaßnahmen nach Bankprodukten Januar 2017

Im Vergleich zum Januar vor einem Jahr entfällt aktuell ein größerer Anteil der Maßnahmen auf das Tagesgeld. Im Aktivgeschäft hat sich die Relation der beiden Produkte Baufinanzierung und Ratenkredite zueinander umgekehrt, der Ratenkredit hat an Bedeutung verloren, mehr Maßnahmen gehen in die Baufinanzierung.



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