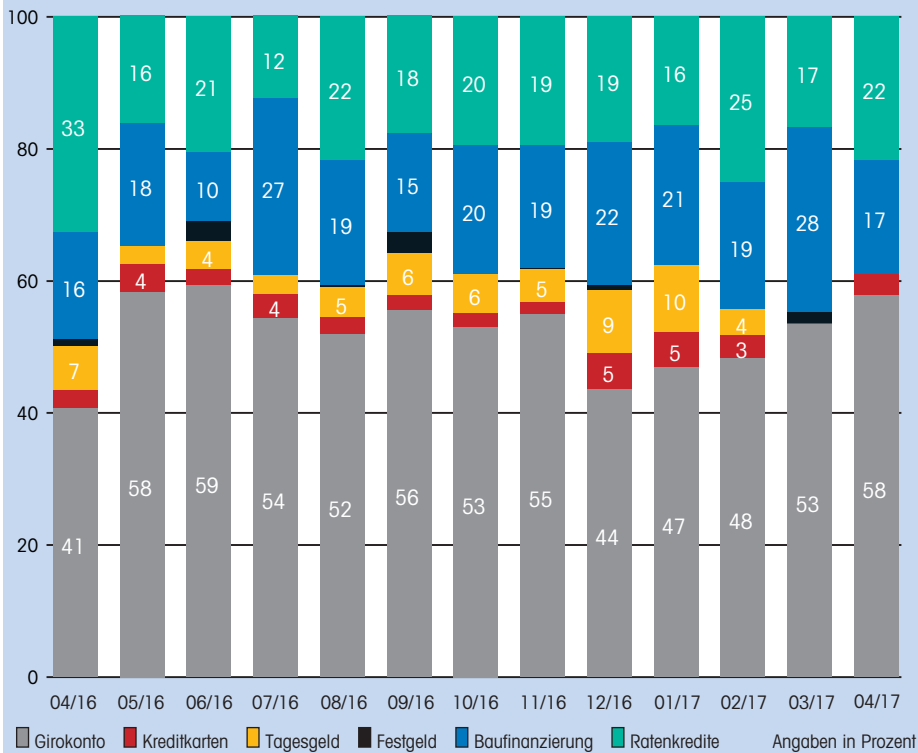


Bankmarketing

Operative Marketingmaßnahmen nach Bankprodukten April 2017

Auf das Girokonto entfallen die höchsten Marketinganteile seit Juni 2016. Sein Anteil hat sich seit Dezember 2016 kontinuierlich erhöht. Für den neuerlichen Anstieg um fast fünf Prozentpunkte sind maßgeblich Werbebelegs von ING-Diba und Sparkassen verantwortlich.



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