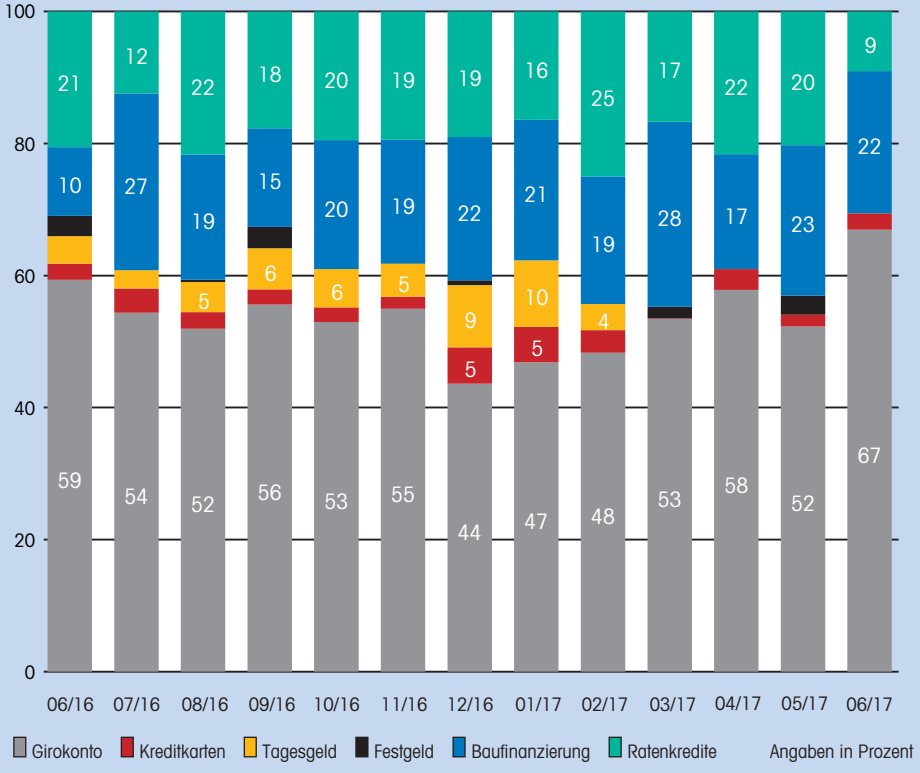
Bankmarketing

Operative Marketingmaßnahmen nach Bankprodukten Juni 2017

Nur einmal, exakt 24 Monate zuvor, erreichte das Girokonto einen höheren Anteil an den operativen Marketingmaßnahmen. In allen Bereichen verzeichnete das Girokonto Zuwächse, am stärksten bei der Werbung. Commerzbank und Sparkassen investieren nach vorher deutlich geringeren Ausgaben im Juni 2017 hohe Beträge.



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