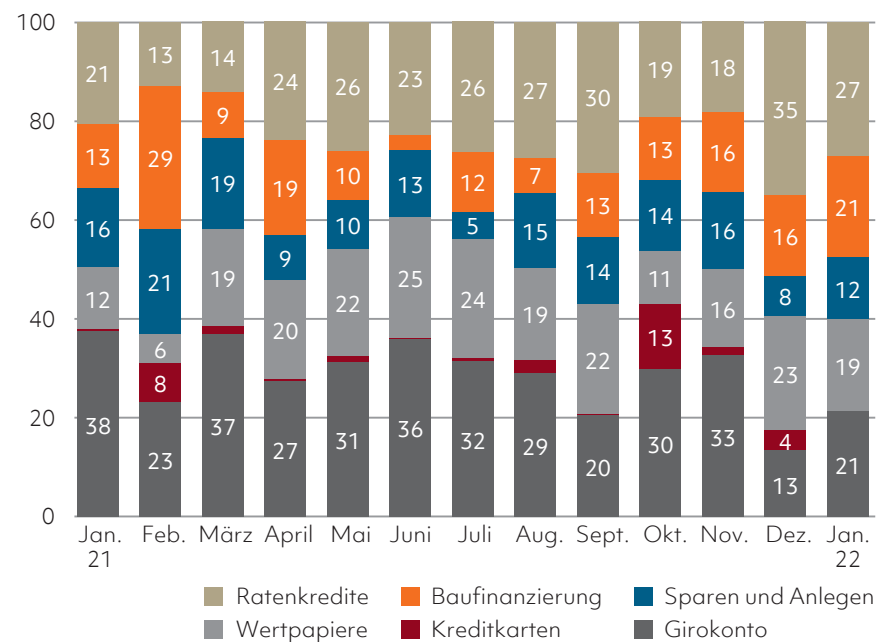


BANKMARKETING

Die Produktkategorie Baufinanzierung hält im Januar 2022 21 Prozent aller operativ steuerbaren Marketingmaßnahmen. Dies ist seit Februar 2021 der höchste Anteil nach einem Zwischentief im Sommer 2021. Vor allem in Suchmaschinenanzeigen und Vergleichsportalen war Baufinanzierung ein wichtiges Thema. Comdirect, HypoVereinsbank, ING und Sparda-Banken waren dabei besonders aktiv.

Operative Marketingmaßnahmen nach Bankprodukten im Januar 2022



in Prozent

Quelle: Research Tools (Werbeausgaben von AdVision digital)