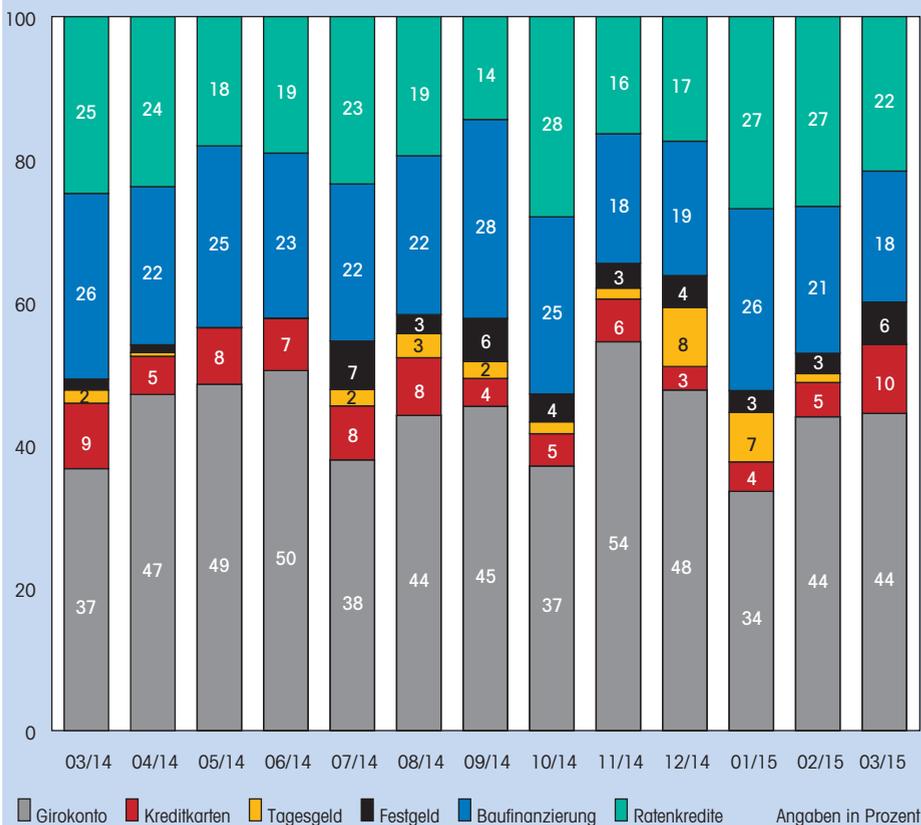


Bankmarketing

## Operative Marketingmaßnahmen nach Bankprodukten

Kreditkarten wurden wie bereits im Vergleichsmonat des Vorjahres im März wieder verstärkt beworben. Dazu trugen Social Media/PR-Aktivitäten der Deutschen Bank und der Sparkassen bei. Während auch das Festgeld zulegte, waren für das Tagesgeld keine nennenswerten Marketingmaßnahmen zu verzeichnen.



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