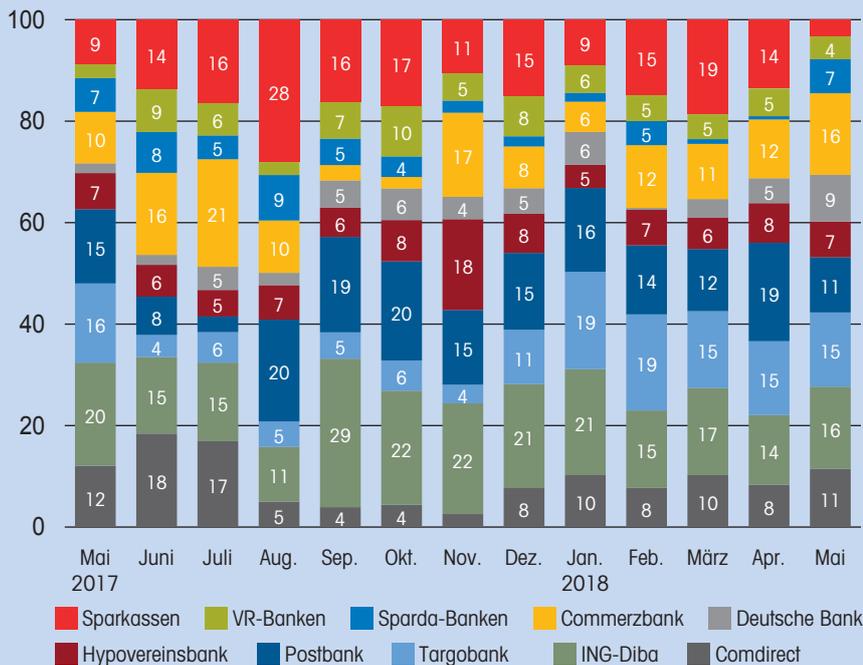


Bankmarketing

Operative Marketingmaßnahmen nach Banken Mai 2018

Mit nur drei Prozent der erfassten operativen Marketingaktivitäten entfällt auf die Sparkassen der geringste Anteil seit Beginn der Führung dieser Statistik vor fünf Jahren. Der starke Rückgang zum Vormonat ist vor allem auf die verminderten Werbeausgaben und die geringere Anzahl der Social-Media-Postings zurückzuführen.



Quelle: research tools (Werbeausgaben von AdVision digital)

Angaben in Prozent