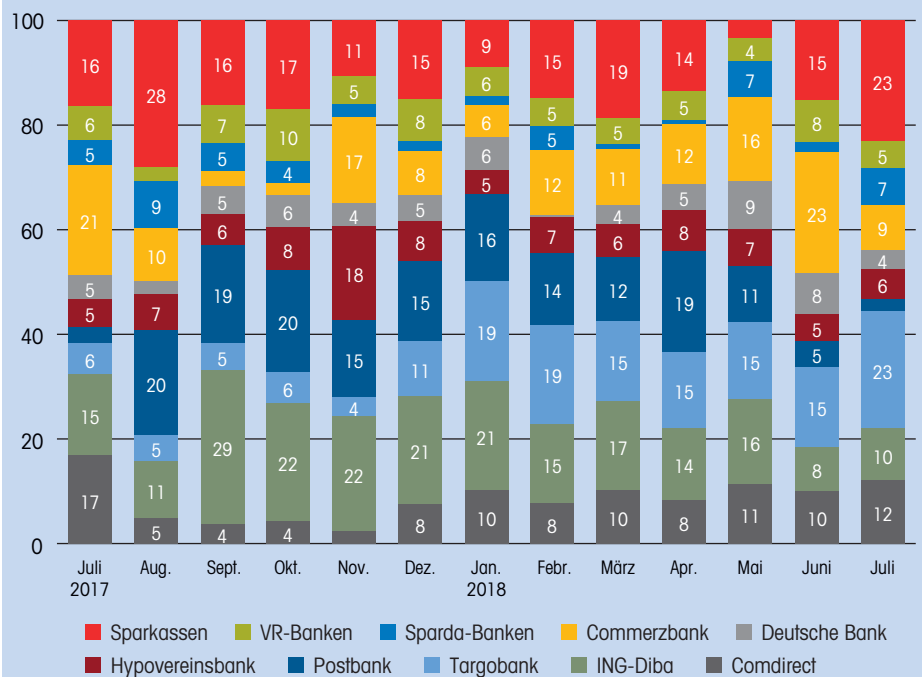


Bankmarketing

Operative Marketingmaßnahmen nach Banken Juli 2018

Mit einem Anteil von 23 Prozent an allen erfassten operativen, produktbezogenen Marketingmaßnahmen erreicht die Targobank ein Allzeithoch seit Beginn der Führung dieser Statistik im Jahr 2013. Während andere Banken ihren Aufwand verminderten, steigerte die Targobank die Werbeausgaben für Ratenkredite und ihre Social-Media-Anstrengungen im Bereich Wertpapiere.



Quelle: research tools (Werbeausgaben von AdVision digital)

Angaben in Prozent