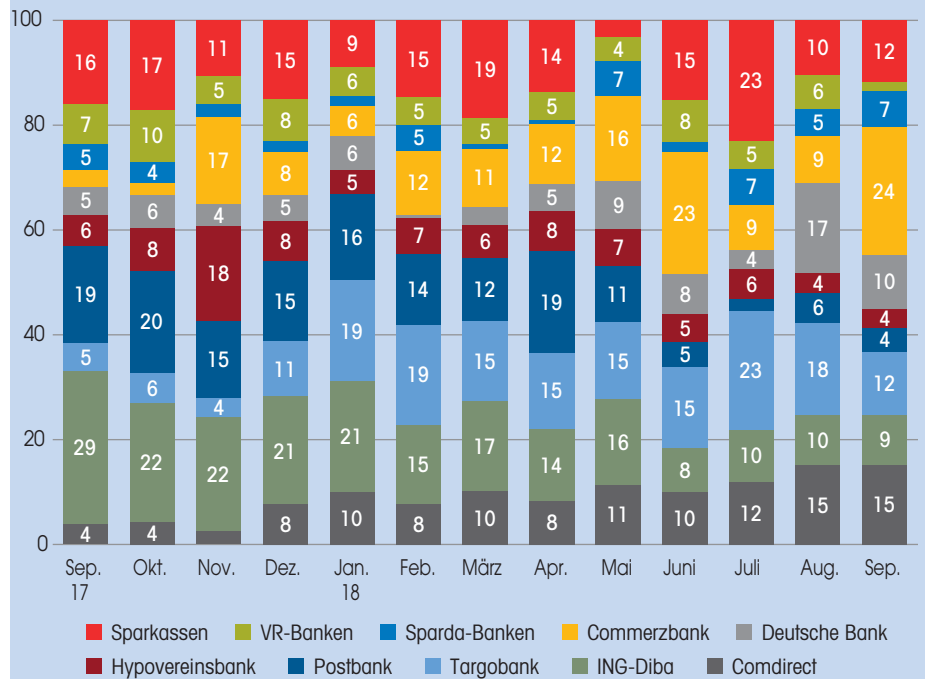


Aus der Marken- und Werbeforschung

Bankmarketing

Operative Marketingmaßnahmen nach Banken September 2018

Die Commerzbank ist wie im Juni erneut die klar kommunikationsstärkste Marke und verzeichnet mit 24 Prozent ihren höchsten Anteil seit Juni 2014. Zu erheblichen Anteilen entfallen die Marketingmaßnahmen auf das Girokonto. Auffällig sind zudem die seit Juni deutlich reduzierten Kommunikationsanstrengungen der Postbank wie auch die gegenläufige Entwicklung bei Comdirect und ING-Diba.



Quelle: research tools (Werbeausgaben von AdVision digital)

Angaben in Prozent