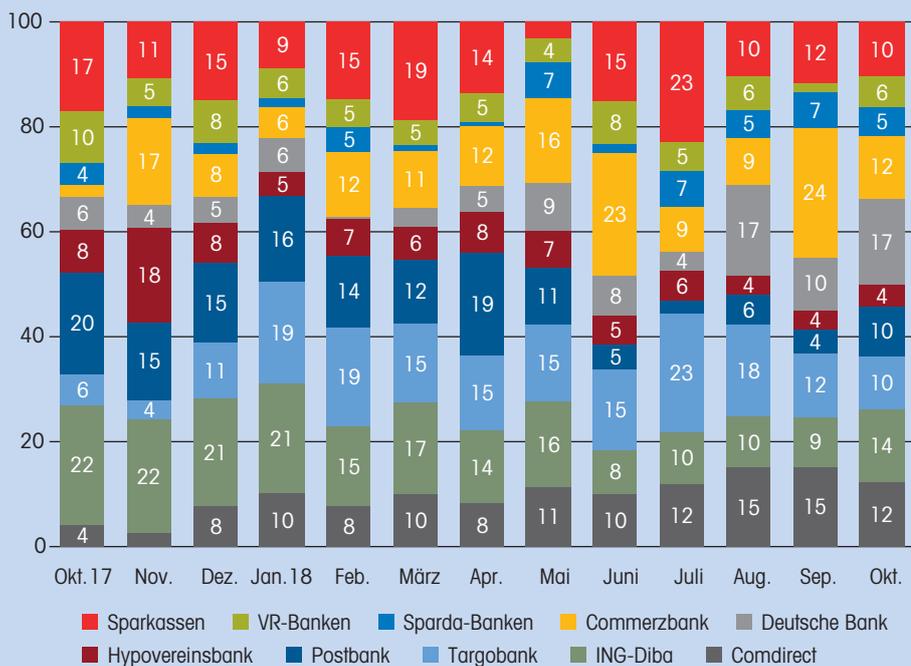


Bankmarketing

## Operative Marketingmaßnahmen nach Banken Oktober 2018

Während die Targobank im dritten Monat in Folge einen rückläufigen Anteil an den operativen, produktbezogenen Marketingmaßnahmen verzeichnet, erreicht die Postbank zum ersten Mal seit Mai 2018 wieder ein zweistelliges Ergebnis. Hohe Werbeausgaben für das Girokonto und prominent platzierte Suchmaschinenanzeigen für die Baufinanzierung sind die Ursache.



Quelle: research tools (Werbeausgaben von AdVision digital)

Angaben in Prozent