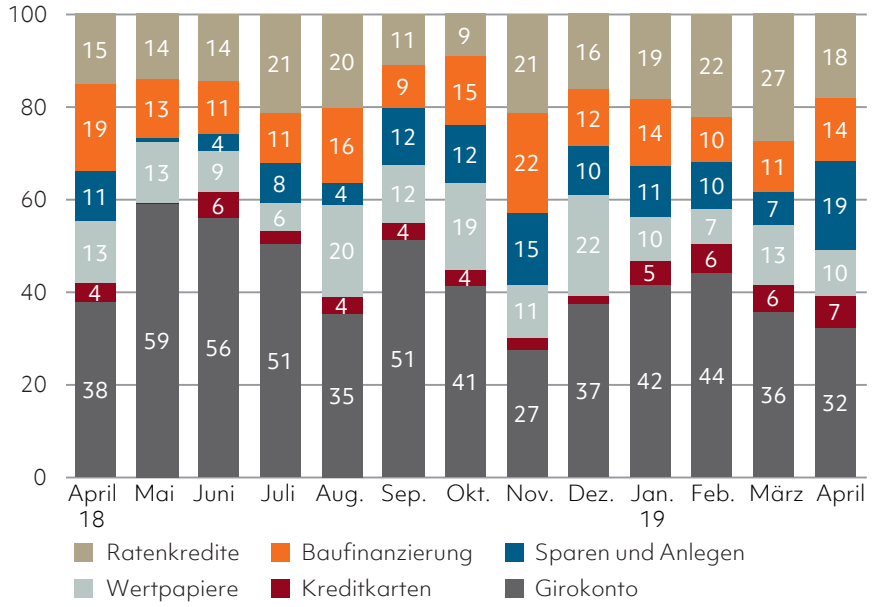
BANKMARKETING

Die Produktkategorie Sparen und Anlegen erreicht mit anteilig 19 Prozent an den operativen Marketingmaßnahmen ihren bisherigen Höchstwert. Der Sprung gelingt aufgrund der intensiven Bewerbung des Deutsche Bank Produkts Festzinssparen. Allein für die Schaltung der TV-Spots im Monat April fielen Ausgaben in Millionenhöhe an.

Operative Marketingmaßnahmen nach Bankprodukten im April 2019



in Prozent

Quelle: research tools (Werbeausgaben von AdVision digital)

Dieser Artikel ist urheberrechtlich geschützt. Die rechtliche Freigabe ist für den Abonnenten oder Erwerber ausschließlich zur eigenen Verwendung.
Fritz Knapp Verlag GmbH