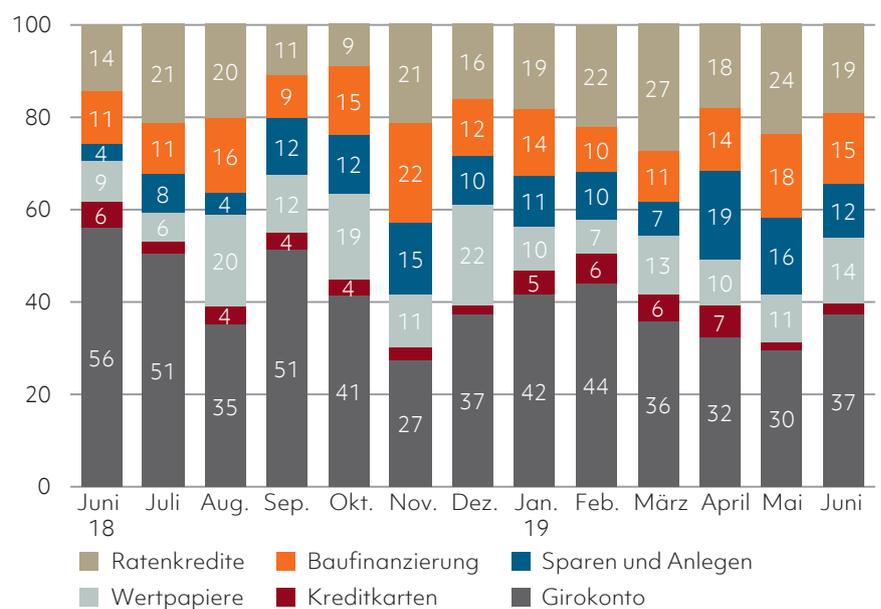


BANKMARKETING

Wertpapiere verzeichneten von Januar bis Mai verglichen mit den Vorjahresmonaten ein deutlich geringeres Aktivitätsniveau. Erst im Juni werden die Vorjahreswerte übertroffen. Wenig überraschend ist die Comdirect in dieser Produktkategorie besonders aktiv. Postbank und Sparda-Banken hingegen verzichten auf nennenswert wahrnehmbare operative Marketingmaßnahmen für Wertpapiere.

Operative Marketingmaßnahmen nach Bankprodukten im Juni 2019



in Prozent

Quelle: research tools (Werbeausgaben von AdVision digital)