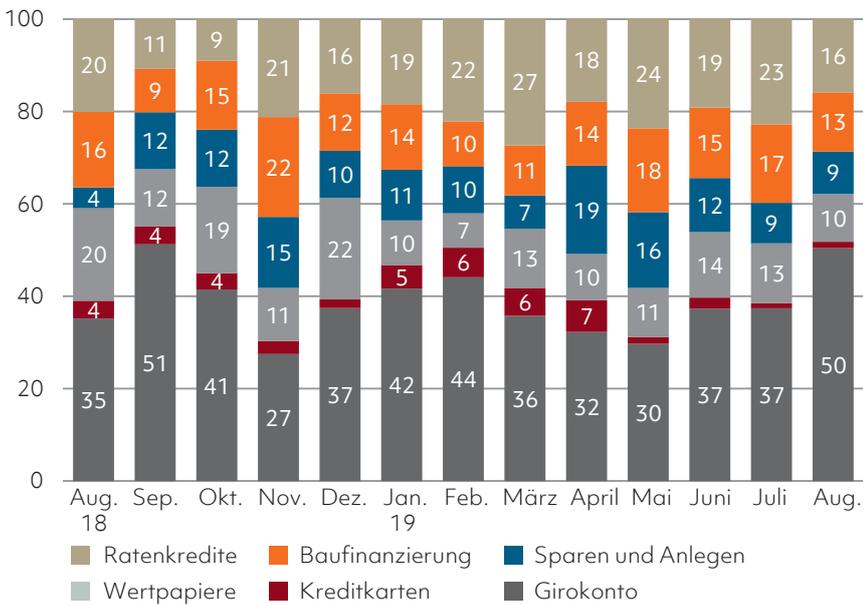


BANKMARKETING

Erstmals im Jahr 2019 erreicht das Girokonto wieder die 50-Prozent-Marke. Ein kräftiges Werbeplus, verursacht durch die Commerzbank, ist dafür ebenso verantwortlich wie prominent platzierte Suchmaschinenanzeigen von ING und den Sparda-Banken. Nicht zuletzt legten die Banken auch bei Social Media deutlich zu.

Operative Marketingmaßnahmen nach Bankprodukten im August 2019



in Prozent

Quelle: research tools (Werbeausgaben von AdVision digital)