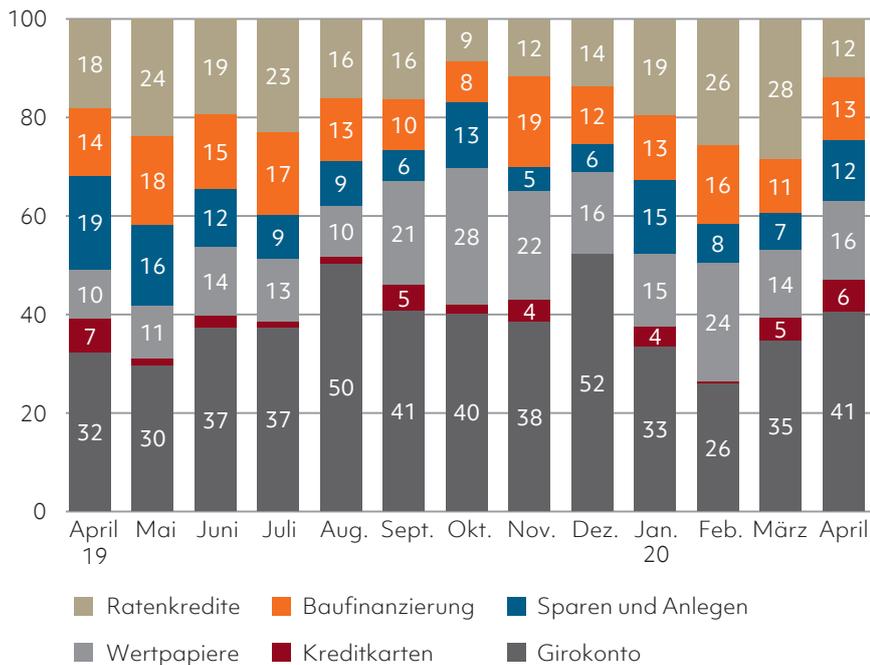


## BANKMARKETING

Das Girokonto verzeichnet im April den höchsten Anteil der operativen Bankmarketingmaßnahmen seit Jahresbeginn. Ein kräftiges Plus bei Werbeausgaben und Social Media Postings ist dafür verantwortlich. Während insgesamt deutlich weniger geworben wurde, konnte das Girokonto aufgrund hoher Ausgaben der ING zulegen. Hypovereinsbank und ING waren zudem im Bereich Social Media aktiv.

Operative Marketingmaßnahmen nach Bankprodukten im April 2020



in Prozent

Quelle: research tools (Werbeausgaben von AdVision digital)