

BANKMARKETING

Im August 2020 verzeichnet die Produktgruppe „Sparen und Anlegen“ nach zwei schwächeren Monaten erneut zweistellige Anteile am operativ steuerbaren Marketing-Mix. Vor allem bei Suchmaschinenanzeigen und Social Media/PR zeigen sich deutlich verstärkte Aktivitäten. Sparkassen und VR-Banken halten hier die größten Anteile.

Operative Marketingmaßnahmen nach Bankprodukten im August 2020

