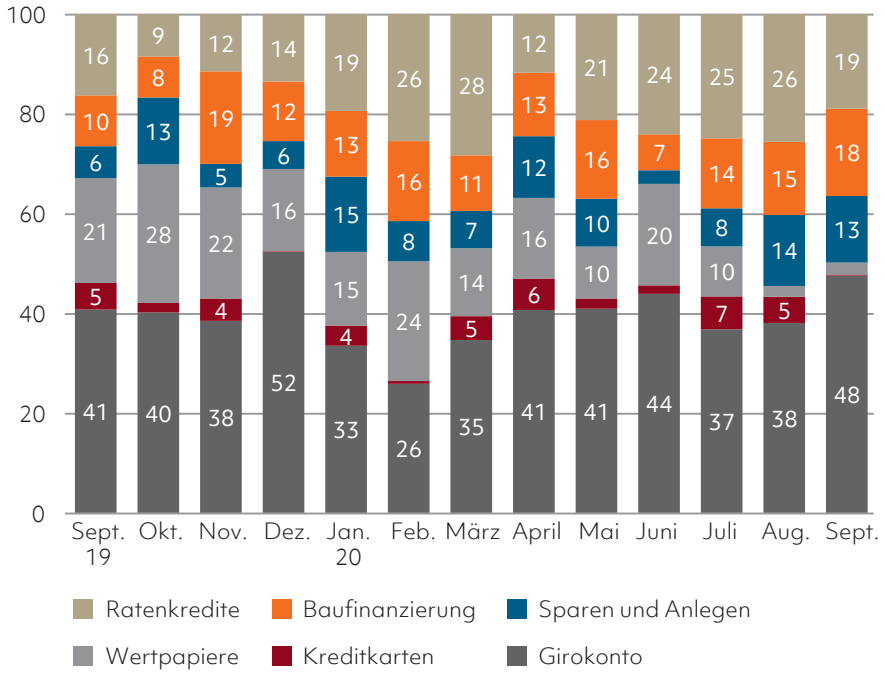
BANKMARKETING

Mit einem Anteil an den operativ steuerbaren Marketingmaßnahmen von 18 Prozent erzielt die Produktkategorie Baufinanzierung ihren Höchstwert 2020. In Vergleichsportalen und den Social Media erzielt die Baufinanzierung überdurchschnittliche Anteile. Während die Sparkassen diverse Posts mit unterschiedlichen Aufhängern veröffentlichen, sind in Preisvergleichen vor allem ING und Sparda-Banken aktiv.

Operative Marketingmaßnahmen nach Bankprodukten im September 2020



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