

BANKMARKETING

Die Produktgruppe Sparen und Anlegen erzielte im Oktober 2020 mit 22 Prozent Anteil an den operativ steuerbaren Marketingmaßnahmen ihren bisherigen Höchstwert. Im Vergleich zum starken Vormonat konnte die Produktgruppe bei allen Marketinginstrumenten zulegen. In der Werbung sticht die ING mit ihren Wertpapier-Sparplänen heraus. Die VR-Banken investieren in Paid Search, Sparkassen punkten bei Preisvergleichen, die Deutsche Bank bei Social Media.

Operative Marketingmaßnahmen nach Bankprodukten im Oktober 2020

