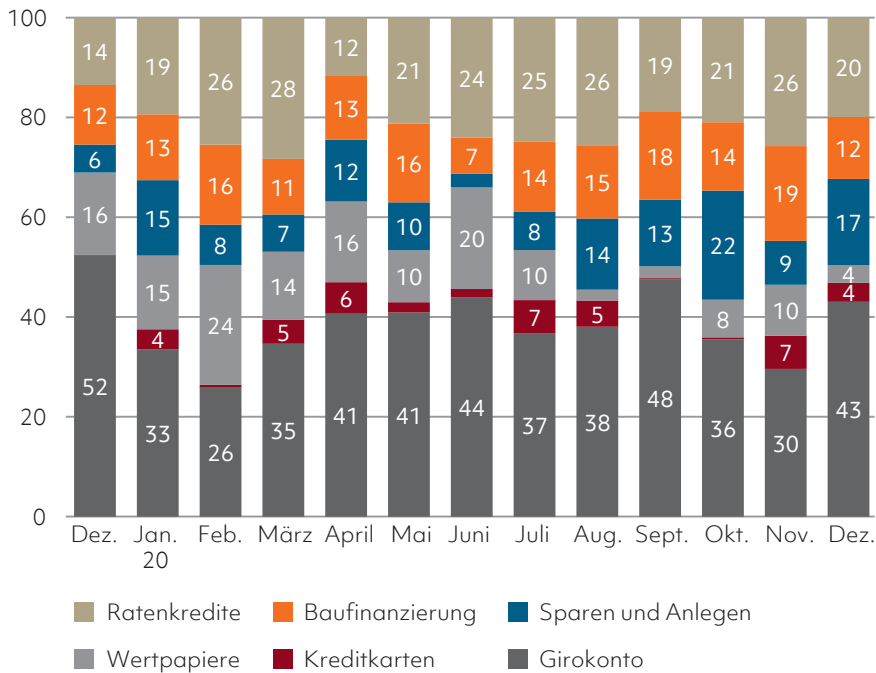


BANKMARKETING

2020 erzielte das Girokonto fünf Mal einen Anteil von mehr als 40 Prozent an allen operativ steuerbaren Marketingaufwendungen. Vor allem die Sparkassen investierten im Dezember in Werbung. Commerzbank und Sparda Banken taten sich bei Suchmaschinenanzeigen hervor. Comdirect, Hypovereinsbank und ING hatten in Vergleichsportalen vordere Platzierungen. In den Sozialen Medien postete die Commerzbank mehrfach rund ums Girokonto.

Operative Marketingmaßnahmen nach Bankprodukten im Dezember 2020



in Prozent

Quelle: research tools (Werbeausgaben von AdVision digital)