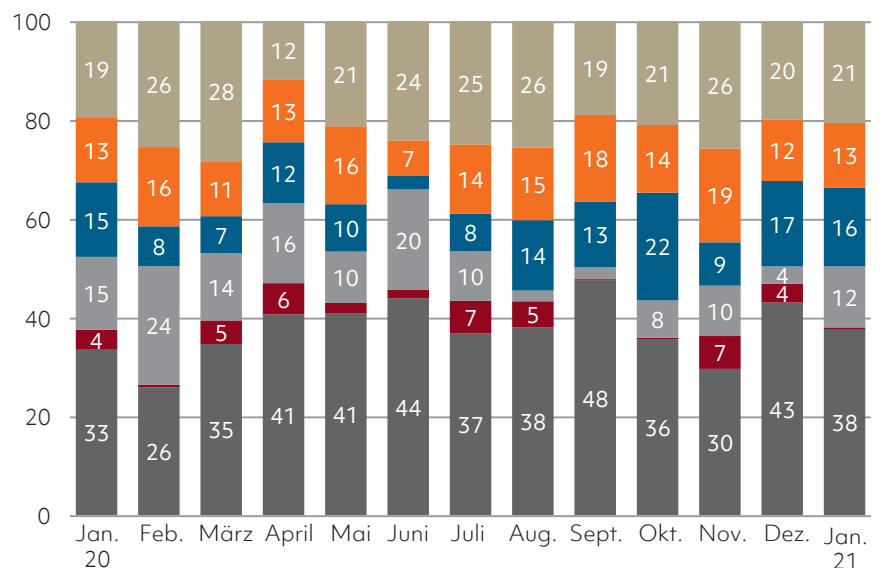


BANKMARKETING

Auf Wertpapiere entfallen erstmals seit Juni 2020 wieder mehr als 10 Prozent der operativ steuerbaren Marketingmaßnahmen. Die Postbank macht mit Suchmaschinenanzeigen und medialer Werbung auf sich aufmerksam. Die ING setzt auf Social Media und Vergleichsportale, um ihr Wertpapierangebot zu kommunizieren.

Operative Marketingmaßnahmen nach Bankprodukten im Januar 2021



in Prozent  
 Ratenkredite Baufinanzierung Sparen und Anlegen  
 Wertpapiere Kreditkarten Girokonto

Quelle: research tools (Werbeausgaben von AdVision digital)