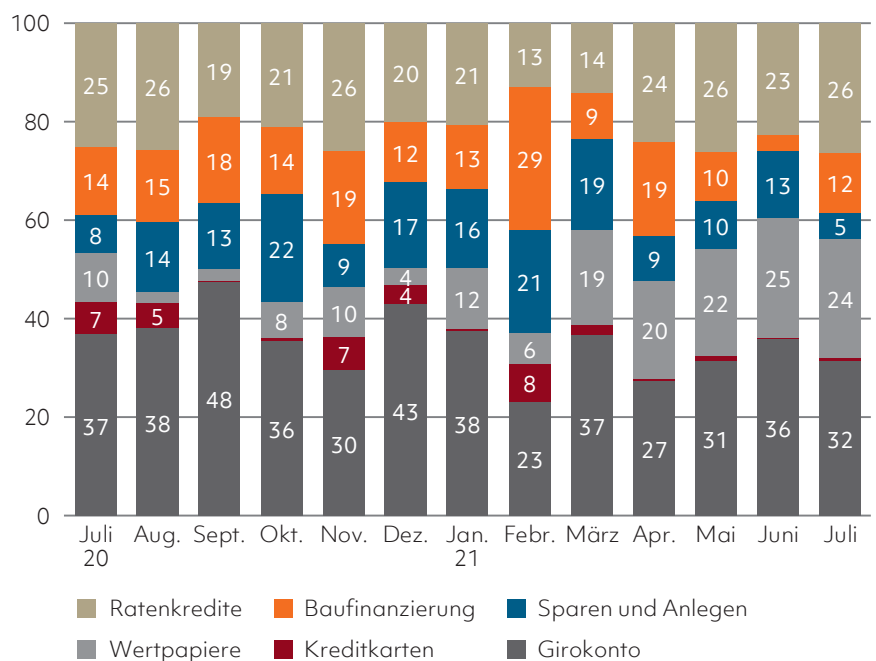


BANKMARKETING

Während Marketingmaßnahmen für Baufinanzierung in den vergangenen Monaten zurückgefahren wurden, wird das Aktivprodukt Ratenkredit seitdem kräftig promotet. Aktuell entfällt mit 26 Prozent ein gutes Viertel aller Maßnahmen auf den Ratenkredit. Bei der Targobank sind es hohe Ausgaben für Werbung. HypoVereinsbank und Postbank setzen auf Paid Search.

Operative Marketingmaßnahmen nach Bankprodukten im Juli 2021



in Prozent

Quelle: research tools (Werbeausgaben von AdVision digital)