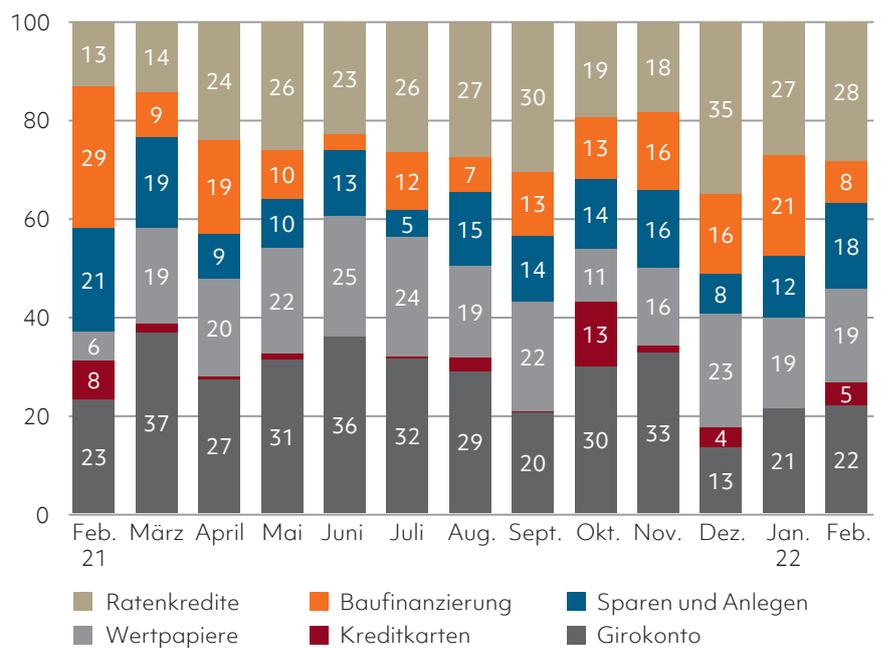


BANKMARKETING

Die Passivprodukte halten seit Monaten hohe Anteile an den operativ steuerbaren Marketingmaßnahmen der Banken. Zusammen kommen Spar- und Anlageprodukte sowie Wertpapiere auf 37 Prozent. Comdirect, ING und Deutsche Bank sind im Passivbereich besonders aktiv, allerdings mit unterschiedlichen Schwerpunkten und Marketinginstrumenten.

Operative Marketingmaßnahmen nach Bankprodukten im Februar 2022



in Prozent

Quelle: Research Tools (Werbeausgaben von AdVision digital)