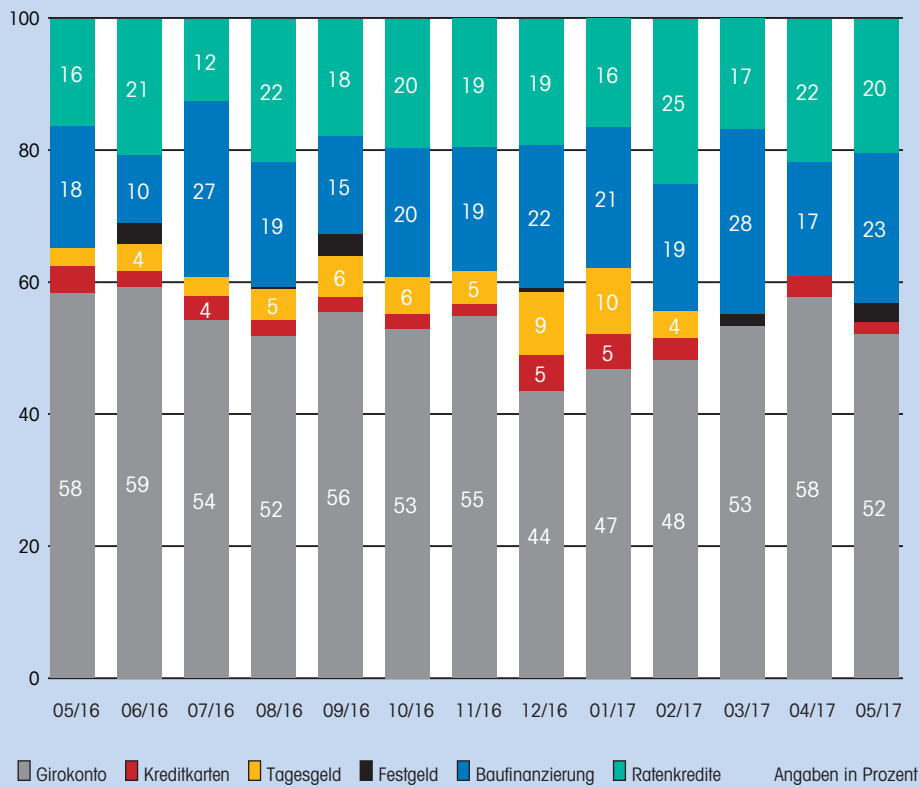


Bankmarketing

Operative Marketingmaßnahmen nach Bankprodukten Mai 2017

Für die Produkte Festgeld, Tagesgeld und Kreditkarte sind im Frühjahr 2017 keine nennenswerten Marketingaktivitäten zu verzeichnen. Ihr gemeinsamer Anteil beträgt im Mai 2017 nur knapp fünf Prozent. Damit liegt er seit März 2017 klar unterhalb des Niveaus aller neun Monate zuvor.



Quelle: AdVision (Werbeausgaben) / research tools (Suchmaschinenanzeigen, Finanzportalpräsenz, Social Media/PR)