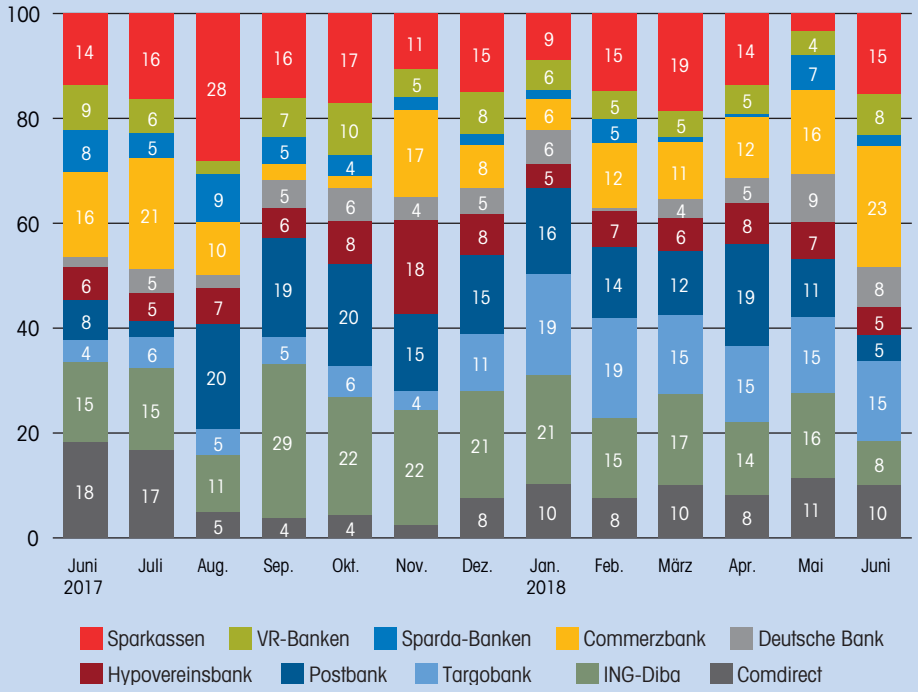
Bankmarketing

Operative Marketingmaßnahmen nach Banken Juni 2018

Die Commerzbank verzeichnete mit einem Anteil von 23 Prozent aller operativen Marketingmaßnahmen der zehn untersuchten Banken und Bankengruppen ein deutliches Zwischenhoch. Mit mehr als fünf Millionen Euro entfällt auf die Commerzbank die Hälfte aller Werbeausgaben. Auch bei Social Media hält das Institut mit einem Viertel einen überdurchschnittlichen Anteil am Gesamtimpact.



Quelle: research tools (Werbeausgaben von AdVision digital)

Angaben in Prozent

Dieser Artikel ist urheberrechtlich geschützt. Die rechtliche Freigabe ist für den Abonnenten oder Erwerber ausschließlich zur eigenen Verwendung.
Fritz Knapp Verlag GmbH