

Pressemitteilung

Für Redaktionen
1. April 2015

Neue Kampagne der Commerzbank mit der Frauen-Fußballnationalmannschaft startet

- **Fortführung der erfolgreichen Kampagne der Bank**
- **Vermarktung kostenloses Girokonto mit kostenloser Kreditkarte**

Die Commerzbank startet heute, am 1. April, mit einem TV-Spot ihre neue Kampagne für das kostenlose Girokonto mit Zufriedenheitsgarantie. Protagonistinnen des neuen Spots sind die Spielerinnen der Frauen-Fußballnationalmannschaft und ihre Trainerin Silvia Neid. Wie bereits im Spot der Herrennationalmannschaft des vergangenen Jahres, zeigt der Film das Frauenteam beim Training zur Vorbereitung auf die Weltmeisterschaft, diesmal 2015 in Kanada. Silvia Neid erläutert aus dem Off die Motivation des Teams und dessen Willen zu Bestleistungen vor dem Hintergrund von Erfolgen und Niederlagen. Drehorte des Spots waren die Commerzbank-Arena sowie die Frankfurter Innenstadt. Unterwegs begegnen die Spielerinnen Angelique Wagner, die aus der bisherigen Werbung für das kostenlose Girokonto bekannt ist. Der Spot wird bis zum 30. Juni 2015 auf verschiedenen Kanälen zu sehen sein.

„Die Commerzbank ist seit vielen Jahren Premiumpartner der Frauennationalmannschaft. Die Mannschaft passt zu uns. Das Team hat in den vergangenen Jahren hervorragende Leistungen, Durchhaltevermögen, Sportsgeist und Fairness bewiesen. Die Marke Commerzbank steht für Kompetenz und Fairness und auch wir arbeiten täglich daran, noch bessere Leistungen für unsere Kunden zu erbringen“, sagte Uwe Hellmann, Leiter Brand Management bei der Commerzbank.

„Der Spot zeigt auf besondere Weise, wofür unsere Mannschaft steht: Teamgeist, Willensstärke, Erfolgsorientierung, Professionalität und Authentizität“, sagte Doris Fitschen, Managerin der deutschen Frauennationalmannschaft. „Ein starkes Statement und ideal, um auf die WM und unsere Ziele hinzuweisen. Der Dreh hat der gesamten Mannschaft und auch Silvia Neid viel Spaß gemacht.“

Die Kampagne führt in Sprache, Bildern, Tonalität und Musik die im Jahr 2012 gestartete Commerzbank-Kampagne „Der erste Schritt“ konsequent fort. Für Wiederkennung sorgen Kampagnenelemente wie beispielweise der graue Hoody, diesmal mit orangefarbenen Leuchtstreifen, den die Spielerinnen im Spot tragen. Die aktuelle DFB-Kampagne ist wiederum eine integrierte Marken- und Produktkampagne. Mit dem Spot bewirbt die Bank ihr kostenloses Girokonto mit 50 Euro Startguthaben, das sie im Kampagnenzeitraum zusätzlich mit einer für ein Jahr kostenlosen Kreditkarte mit DFB-Frauen-Motiv anbietet. „Mit der Kampagne wollen wir wie im Vorjahr viele neue Kunden für die Commerzbank gewinnen und unsere Kunden langfristig

an uns binden“, erläuterte Anja Stoltz, Bereichsleiterin Marketing und Kommunikation im Privatkundengeschäft der Commerzbank. Die Kampagne wird über alle Kommunikationskanäle gespielt. Neben dem Spot, der im TV, im Kino und auch online gesendet wird, kommen Anzeigen in Print- und Onlinemedien sowie Filialpromotion zum Einsatz. Zudem wird die Kampagne von diversen Social-Media-Maßnahmen begleitet.

Seit 2008 ist die Commerzbank Premiumpartner des DFB für die Herren- und Frauennationalmannschaft sowie alle Juniorennationalmannschaften. Durch die breite Aufstellung des Verbands kann sich die Bank über alle Ebenen des Fußballs einbringen – vom Straßen- und Schulturnier über die Zusammenarbeit mit den Vereinen vor Ort bis hin zur Begleitung von Großereignissen.

Den Spot und weitere Informationen finden auf unserem Blog unter <https://blog.commerzbank.de/menschen-begegnen/dfb-kampagne-frauen.html>.

Pressekontakt

Monika Arens +49 69 136-29673

Über die Commerzbank

Die Commerzbank ist eine führende, international agierende Geschäftsbank mit Standorten in mehr als 50 Ländern. Kernmärkte der Commerzbank sind Deutschland und Polen. Mit den Geschäftsbereichen Privatkunden, Mittelstandsbank, Corporates & Markets und Central & Eastern Europe bietet sie ihren Privat- und Firmenkunden sowie institutionellen Investoren ein umfassendes Portfolio an Bank- und Kapitalmarktdienstleistungen an. Die Commerzbank finanziert über 30 % des deutschen Außenhandels und ist unangefochtener Marktführer in der Mittelstandsfinanzierung. Mit den Töchtern comdirect und der polnischen mBank verfügt sie über zwei der weltweit innovativsten Onlinebanken. Die Commerzbank betreibt mit rund 1.100 Filialen sowie rund 90 Geschäftskundenberatungszentren eines der dichtesten Filialnetze der deutschen Privatbanken. Insgesamt betreut die Bank rund 15 Millionen Privat- sowie 1 Million Geschäfts- und Firmenkunden. Die 1870 gegründete Bank ist an allen wichtigen Börsenplätzen der Welt vertreten. Im Jahr 2014 erwirtschaftete sie mit durchschnittlich rund 52.000 Mitarbeitern Bruttoerträge von knapp 9 Milliarden Euro.
