

## Pressemitteilung

Für Redaktionen  
23. Mai 2016

### Commerzbank und DFB setzen erfolgreiche Partnerschaft fort

- **Martin Zielke: „Die DFB-Premium-Partnerschaft ist eine der attraktivsten Sponsorships in Deutschland“**
- **Seit 2008 bestehende Partnerschaft wird bis Ende 2018 fortgesetzt**

Die Commerzbank verlängert ihre Premium-Partnerschaft mit dem Deutschen Fußball-Bund (DFB). Mit einer Unterschrift erneuerten Martin Zielke, Vorstandsvorsitzender der Commerzbank, und Reinhard Grindel, DFB-Präsident, heute die seit 2008 bestehende Partnerschaft. Damit steht die Bank bis Ende 2018 weiterhin an der Seite der Herren- und Frauennationalmannschaft sowie aller Juniorennationalmannschaften.

„Ich freue mich, dass wir die erfolgreiche Partnerschaft fortsetzen. Die DFB-Premium-Partnerschaft ist eine der attraktivsten Sponsorships in Deutschland. Fußball besitzt eine große emotionale und integrative Kraft“, so Zielke. „Die Partnerschaft ist ein wichtiger Baustein zur weiteren Stärkung unserer Marke.“ Allein die DFB-Kampagne anlässlich der Fußballweltmeisterschaft von April bis Ende Juni 2014 hat 80.000 neue Kunden gebracht. Eine Marktforschung aus dem Jahr 2015 zeigt: Das DFB-Sponsoring führt zu mehr Sichtbarkeit, Sympathie und Vertrauen für die Bank und ihre Produkte.

„Die Commerzbank ist für uns seit Jahren ein engagierter und zuverlässiger Partner. Sie fördert nicht nur den Spitzenfußball, sondern bringt sich auch in die Nachwuchsförderung ein. Das Projekt ‚DFB-Junior-Coach‘ ist für uns ein besonders wichtiger Schwerpunkt der Partnerschaft“, so Grindel. Seit 2013 ist die Commerzbank nationaler Partner der Initiative „DFB-Junior-Coach“. Das Projekt verbindet Schule, Fußball und berufliche Orientierung. Es stellt eine neue Säule innerhalb der DFB-Qualifizierung dar und dient als Einstieg in die lizenzierte Trainertätigkeit. Neben der fußballerischen Ausbildung wird der Trainernachwuchs auch auf berufliche Herausforderungen vorbereitet. Im Rahmen dieser Projektpartnerschaft werden seitdem jährlich rund 4.000 Junior-Coaches in insgesamt 200 Schulen ausgebildet.

Das Engagement für die Frauennationalmannschaft hat die Commerzbank mit der Verlängerung der Premium-Partnerschaft erweitert. Dazu zählen unter anderem das Bereitstellen der Einlaufeskorte bei Heimländerspielen und das Branding der Trainings- und Freizeitkleidung. Neu ist auch die Kooperation mit den DFB-Onlineportalen [fussball.de](http://fussball.de) und [dfbnet.org](http://dfbnet.org).

Der Schwerpunkt des Commerzbank-Sportsponsorings liegt auf dem Fußball: Seit 2002 ist die Bank Partner von Eintracht Frankfurt, rund 10 Jahre unterstützte sie den 1. FFC. Seit 2005 ist sie zudem Namensgeber der Commerzbank-Arena. Darüber hinaus richtet sie seit 1975 den „Drumbo-Cup“ aus, Deutschlands größtes Hallenfußball-Schulturnier in Berlin.

Das gesellschaftliche Engagement der Commerzbank für den Breitensport ist langfristig und nachhaltig. Das zeigt sich auch an einem der bekanntesten deutschen Talentförderwettbewerbe: „Das Grüne Band für vorbildliche Talentförderung im Verein“, das die Commerzbank zusammen mit dem Deutschen Olympischen Sportbund jährlich an 50 Vereine verleiht, wird in diesem Jahr 30 Jahre alt.

## 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 M-Bank verfügt sie über zwei der weltweit innovativsten Onlinebanken. Die Commerzbank betreibt mit rund 1.050 Filialen sowie mehr als 90 Geschäftskundenberatungszentren eines der dichtesten Filialnetze der deutschen Privatbanken. Insgesamt betreut die Bank über 16 Millionen Privat- sowie 1 Million Geschäfts- und Firmenkunden. Die 1870 gegründete Bank ist an allen wichtigen Börsenplätzen der Welt vertreten. Im Jahr 2015 erwirtschaftete sie mit 51.300 Mitarbeitern Bruttoerträge von 9,8 Milliarden Euro.

\*\*\*\*\*