

Pressemitteilung

Für Redaktionen
1. November 2016

Commerzbank startet erstmals internationale Firmenkunden-Werbekampagne

- **Integrierte Firmenkunden-Werbekampagne kommuniziert internationale Expertise der Commerzbank: Weltweit an Ihrer Seite**

Die Commerzbank startet am 1. November 2016 ihre erste internationale Kampagne für das Firmenkundengeschäft. Mit der Kampagne möchte die Commerzbank ihre Stärken im internationalen Geschäft herausstellen und die Chance nutzen, ihre internationale Präsenz und das umfassende Leistungsangebot für Firmenkunden im In- und Ausland zu vermitteln. Vier Mitarbeiter der Commerzbank repräsentieren als Protagonisten aus ihren jeweiligen Ländern heraus die internationale Expertise der Commerzbank.

Schwerpunkt liegt dabei auf einem TV-Spot, der zur Primetime im deutschen Fernsehen gezeigt wird. Parallel hierzu gibt es sechs Content-Videos, die vor allem in internationalen Online-Medien gezeigt werden. Die Kampagne konzentriert sich auf sieben Kernländer, in denen sie zu sehen sein wird. Neben Deutschland wird die Firmenkunden-Werbekampagne in Österreich, der Schweiz, Frankreich, England sowie in China und in den USA zu sehen sein.

Im TV-Spot der Firmenkunden-Werbekampagne sind vier Mitarbeiter aus vier internationalen Standorten der Commerzbank vertreten. Neben Marie Duflos, die bereits aus dem Corporates & Markets TV-Spot bekannt ist, sind dieses Mal drei weitere Kollegen aus New York, São Paulo und Shanghai als Protagonisten zu sehen. Mit der Firmenkunden-Werbekampagne möchte die Commerzbank als internationale Bank die Wahrnehmung bei Kunden und Interessenten als solche stärken.

Im TV-Spot heißt es: „Es gibt eine Bank in Deutschland, die den Unternehmen zur Seite steht wie keine zweite. Die deutsche Unternehmen überall hin in die Welt begleitet. Eine Bank, die den größten Teil des deutschen Außenhandels finanziert und vor über 140 Jahren eigens zu diesem Zweck gegründet wurde. Deshalb vertrauen ihr ja im Auslandsgeschäft mehr Unternehmen als jeder anderen Bank in Deutschland.“

Michael Reuther, Vorstand für das neue Segment Firmenkunden und Group Treasury, erklärt in diesem Zusammenhang, warum gerade jetzt im Rahmen der neuen Strategie, das Firmenkundengeschäft so identitätsstiftend für die Commerzbank ist: „Die Commerzbank wickelt über 30 Prozent des deutschen und knapp 20 Prozent des europäischen Außenhandels ab. Diese starke

internationale Präsenz und Expertise der Commerzbank möchten wir noch deutlicher in der Bevölkerung und insbesondere bei Unternehmen verankern. Denn unsere Stärken im internationalen Geschäft sind den Kunden und Interessenten noch nicht ausreichend bekannt. Das möchten wir ändern. Wir wollen diese internationale Kompetenz stärker betonen.“

Als moderne Multikanalbank hat die Commerzbank die Firmenkunden-Werbekampagne als Bewegtbild-Kampagne mit innovativer Medien- und Kanalstrategie in TV & Social Media entwickelt und eine eigene Kampagnen-Microsite erstellt. Dabei wird das Angebot der ehemaligen Segmente Mittelstandsbank sowie Corporates & Markets, die nun ihre Stärken im gemeinsamen Segment Firmenkunden bündeln, ganzheitlich kommuniziert.

Uwe Hellmann, Leiter Brand Management, erklärt, wie sich die Kampagne in den Duktus der nationalen Marken- und Produktkampagne integriert: „Mit der Firmenkunden-Werbekampagne verstärken wir nicht nur die Wahrnehmung der Commerzbank als internationale Bank in der Öffentlichkeit, sondern sprechen auch konkrete Leistungen und Angebote für Firmenkunden im internationalen Geschäft an.“

Neben dem TV-Spot und den sechs flankierenden Content-Videos, die online gezeigt werden, kommen Anzeigen in Print- und Online-Medien zum Einsatz. Zudem wird die Kampagne auf Bildschirmen an deutschen Flughäfen und in den internationalen Lokationen New York, São Paulo, Shanghai und London zu sehen sein. Die Kampagne läuft voraussichtlich bis Ende Dezember.

Die Kampagne stellt die zentralen Leistungsdimensionen des Firmenkundengeschäfts der Commerzbank vor: Exportfinanzierung, das grenzüberschreitende Betreuungsmodell, Kapitalmarktfinanzierung, Risikomanagementlösungen zur Absicherung von Zins-, Währungs- und Rohstoffpreisrisiken, Akkreditive und Cash Pooling. Die Commerzbank verspricht: „Weltweit an Ihrer Seite!“

Alle Spots und weitere Informationen finden Sie auf unserer Microsite und auf LinkedIn unter www.commerzbank.de/weltweit <http://bit.ly/commerzbanklinkedin>

Pressekontakt

Martin Halusa	+49 69 136-85331	martin.halusa@commerzbank.com
Maximilian Bicker	+49 69 136-22440	maximilian.bicker@commerzbank.com
Martin Bendrich	+49 69 136-23719	martin.bendrich@commerzbank.com

Über die Commerzbank

Die Commerzbank ist eine führende, international agierende Geschäftsbank mit Standorten in mehr als 50 Ländern. Mit den beiden Geschäftsbereichen Privat- und Unternehmenskunden sowie Firmenkunden bietet die Bank ein umfassendes Portfolio an Finanzdienstleistungen, das genau auf die Bedürfnisse ihrer Kunden zugeschnitten ist. Die Commerzbank finanziert über 30 % des deutschen Außenhandels und ist unangefochtener Marktführer in der Mittelstandsfinanzierung. Die Commerzbank-Töchter Comdirect in Deutschland und M-Bank in Polen sind zwei der weltweit innovativsten Onlinebanken. Die Commerzbank betreibt mit rund 1.000 Filialen eines der dichtesten Filialnetze der deutschen Privatbanken. Insgesamt betreut die Bank über 16 Millionen Privatkunden 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.

Disclaimer

Diese Mitteilung enthält in die Zukunft gerichtete Aussagen. Dabei handelt es sich um Aussagen, die keine Tatsachen der Vergangenheit beschreiben. Solche Aussagen in dieser Mitteilung betreffen unter anderem die erwartete zukünftige Geschäftsentwicklung der Commerzbank, erwartete Effizienzgewinne und Synergien, erwartete Wachstumsperspektiven und sonstige Chancen für eine Wertsteigerung der Commerzbank sowie die erwarteten zukünftigen finanziellen Ergebnisse, Restrukturisierungskosten und sonstige Finanzentwicklungen und -angaben. Diese in die Zukunft gerichteten Aussagen basieren auf aktuellen Planungen, Erwartungen, Schätzungen und Prognosen des Vorstands. Sie sind von einer Reihe von Annahmen abhängig und unterliegen bekannten und unbekanntem Risiken, Unsicherheiten und anderen Faktoren, die dazu führen können, dass die tatsächlichen Ergebnisse oder Entwicklungen wesentlich von jenen abweichen, die durch diese in die Zukunft gerichteten Aussagen ausgedrückt oder impliziert werden. Solche Faktoren sind etwa die Verfassung der Finanzmärkte in Deutschland, Europa, den USA und in anderen Regionen, in denen die Commerzbank einen erheblichen Teil ihrer Erträge erzielt und einen erheblichen Teil ihrer Vermögenswerte hält, die Preisentwicklung von Vermögenswerten und Entwicklung von Marktvolatilitäten, insbesondere aufgrund der andauernden europäischen Schuldenkrise, der mögliche

Ausfall von Kreditnehmern oder Kontrahenten von Handelsgeschäften, die Umsetzung ihrer strategischen Initiativen zur Verbesserung des Geschäftsmodells, insbesondere die Reduzierung des ACR-Portfolios, die Verlässlichkeit ihrer Grundsätze, Verfahren und Methoden zum Risikomanagement, Risiken aufgrund regulatorischer Änderungen sowie andere Risiken. In die Zukunft gerichtete Aussagen gelten deshalb nur an dem Tag, an dem sie gemacht werden. Die Commerzbank ist nicht verpflichtet, die in dieser Mitteilung enthaltenen, in die Zukunft gerichteten Aussagen auf den neuesten Stand zu bringen oder abzuändern, um Ereignisse oder Umstände zu reflektieren, die nach dem Datum dieser Mitteilung eintreten.