

Pressemitteilung

Für Redaktionen
1. Juni 2017

Neue DFB-Kampagne zur Frauenfußball-EM

In wenigen Wochen geht es los: Am 16. Juli beginnt die Fußball-Europameisterschaft der Frauen. Vor und während der EM wirbt die Commerzbank in einer neuen DFB-Kampagne für das kostenlose Girokonto – und wünscht dem Team erstmalig als Hauptpartner der Frauen-Nationalmannschaft natürlich viel Erfolg für die Titelverteidigung.

Eine Spielerin schnürt vor ihrer Einwechslung die Schuhe. Der Ball wird auf den anderen Flügel geflankt. Und Bundestrainerin Steffi Jones erklärt: Ohne Wechsel geht es nicht, wenn man das Beste erreichen will. Wechsel - das ist das zentrale Thema der neuen Kampagne, die für den Wechsel zum Girokonto der Commerzbank mit 150 Euro Startguthaben wirbt.

Die Werbekampagne basiert auf der langjährigen Zusammenarbeit zwischen der Commerzbank und dem DFB. Bereits seit 2008 ist die Commerzbank Premium-Partner des DFB und seit letztem Jahr auch Hauptpartner der Frauen-Nationalmannschaft. In bewährter Form betont die Kampagne die von Commerzbank und DFB gemeinsam getragenen Werte Fairness und Kompetenz. Denn diese sind im täglichen Umgang mit unseren Kunden genauso wichtig wie im Fußball.

Mehr Dynamik, mehr Aufmerksamkeit

Die Werte bleiben also die gleichen – die Optik und Schnelligkeit der Kampagne wurde dagegen weiterentwickelt. Erstmals joggen die Protagonistinnen nicht, sondern absolvieren ein Trainingsspiel in der Commerzbank-Arena. Schnelles Passspiel steigert die Dynamik, und durch rasante Schnitte kommt der Spot deutlich moderner daher. Verschiedene „Wechsel“-Analogien kommunizieren eindeutig und einfach die Kernbotschaft des Spots: „Jetzt zum Commerzbank Girokonto wechseln!“. Innovative Kameraperspektiven – eingefangen durch Drohnen und spezielle Action-Kameras – geben dem Betrachter das Gefühl, mitten im Geschehen zu sein. Zudem schafft die Integration von Geräuschen und Stimmen aus den Trainingsszenen ein hohes Maß an Realismus und maximaler Nähe - wie in keiner Kampagne zuvor.

Dennoch verknüpft man den Spot durch die bekannte Musik, die bekannten - nun schwarzen - Hoodies und die Gedankenstimme unverwechselbar mit der Commerzbank. Indem der Film noch

stärker als bisher die Aufmerksamkeit der Zuschauer weckt, soll er das Neukundenwachstum unterstützen – ein zentrales Ziel der Strategie Commerzbank 4.0.

Links:

- Film „Making of“: [MakingOf_CoBa_DFB_Frauen](#)
- TV-Spot: [CoBa_DFB_Women2017_KGK_30s](#)
- Fotos / Key Visual: [DFB_Frauen_2017](#) (Key Visual)
[Bilder_DFB_SocialMedia](#)

Pressekontakt

Martin Bendrich +49 69 136-23719

Über die Commerzbank

Die Commerzbank ist eine führende, international agierende Geschäftsbank mit Standorten in knapp 50 Ländern. In zwei Geschäftsbereichen – Privat- und Unternehmerkunden sowie Firmenkunden – bietet die Bank ein umfassendes Portfolio an Finanzdienstleistungen, das genau auf die Bedürfnisse ihrer Kunden zugeschnitten ist. Die Commerzbank wickelt rund 30 Prozent des deutschen Außenhandels ab und ist Marktführer im deutschen Firmenkundengeschäft. Zudem ist die Bank aufgrund ihrer hohen Branchenkompetenz in der deutschen Wirtschaft ein führender Anbieter von Kapitalmarktprodukten. Ihre Töchter Comdirect in Deutschland und mBank in Polen sind zwei der weltweit innovativsten Onlinebanken. Mit ungefähr 1.000 Filialen betreibt die Commerzbank eines der dichtesten Filialnetze der deutschen Privatbanken. Insgesamt betreut die Bank mehr als 17,5 Millionen Privat- und Unternehmerkunden sowie über 60.000 Firmenkunden, multinationale Konzerne, Finanzdienstleister und institutionelle Kunden. Das 1870 gegründete Institut ist an allen wichtigen Börsenplätzen der Welt vertreten. Im Jahr 2016 erwirtschaftete es mit rund 49.900 Mitarbeitern Bruttoerträge von 9,4 Milliarden Euro.
