

Pressemitteilung

Für Redaktionen
15. März 2018

Neue Markenkampagne der Commerzbank

Die Commerzbank startet am 15. März 2018 ihre neue Markenkampagne. Die Umsetzung der Strategie „Commerzbank 4.0“, die zunehmende Digitalisierung und die erweiterte Markenpositionierung sind zentrale Themen der Kampagne. Die Aufgabe: Kommunikation der digitalen Angebote und des Bekenntnisses der Bank, weiterhin persönlich vor Ort für den Kunden da sein.

Die Kampagne ist eine deutliche Weiterentwicklung der bisherigen erfolgreichen Markenkampagne. Sie betrachtet die aktuellen Herausforderungen aus der Kundenperspektive. „Heutzutage können wir zwar fast alles digital erledigen, aber viele Anliegen werden persönlich besprochen. Mit unseren digitalen Features und der persönlichen Beratung in über 1.000 Filialen können wir beides bieten“, sagte Uwe Hellmann, Leiter Brand Management.

Die Kampagne führt etablierte Bestandteile wie die Musik und den Auftritt von Mitarbeiterin Lena Kuske fort. Zugleich werden neue Elemente wie höhere Dynamik, eine andere Farbwelt und zum Beispiel Splitscreens eingesetzt. Im Film wird ein DJ begleitet, der die technischen Features der Commerzbank im Zeitalter der Digitalisierung nutzt – doch auf den persönlichen Kontakt nicht verzichten möchte.

Der neue Spot wird erstmals am 15. März 2018 um 19.58 Uhr vor der Tagesschau in der ARD ausgestrahlt.

Fotos: siehe Anhang

Den Spot finden Sie ab 15. März 2018 um 19:45 Uhr unter:

<http://www.youtube.com/user/CommerzbankPrivat>

Pressekontakt

Martin Bendrich +49 69 136-23719, martin.bendrich@commerzbank.com

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 18 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 2017 erwirtschaftete es mit rund 49.300 Mitarbeitern Bruttoerträge von 9,2 Milliarden Euro.