

Pressemitteilung

18. November 2024

Neue Kampagne: Commerzbank stärkt Positionierung und Sichtbarkeit im Mittelstand

- **Commerzbank startet neue fünfwöchige Positionierungskampagne**
- **Nationale und internationale Rolle der Bank als verantwortungsvoller und starker Partner für den Mittelstand im Fokus**
- **Philipp Encz, Bereichsvorstand Group Management Communications: „Mit unserem Leitmotiv ‚Zeit, was zu bewegen‘ unterstreichen wir unsere zukunftsgerichtete Marktpositionierung und eine zuversichtliche Haltung im Umgang mit den Herausforderungen unserer Zeit.“**

Die Commerzbank hat Mitte November eine umfassende Positionierungskampagne gestartet, mit der sie ihre Rolle als verlässlicher Partner für den Mittelstand bekräftigt. Für eine breite Sichtbarkeit und Awareness spielt sie ihre Werbemittel an hochfrequentierten Orten aus, zum Beispiel an Bahnhöfen oder anderen Pendler-Hotspots. Die Kampagne läuft außerdem in ausgewählten Onlinemedien und auf LinkedIn. Insgesamt will die Commerzbank im Kampagnenzeitraum rund 100 Millionen Ansichten erreichen.

Brückenbauer Deutschlands in die Welt

„Die Commerzbank ist eine vielschichtige Bank mit unterschiedlichen Kundensegmenten“, sagt Philipp Encz, Bereichsvorstand Group Management Communications. „Eine der Herausforderungen bei der Positionierung der Marke liegt darin, die Bedürfnisse der jeweiligen Zielgruppen zu berücksichtigen und unter einem Dach zu vereinen. Mit unserem Leitmotiv ‚Zeit, was zu bewegen‘ unterstreichen wir unsere zukunftsgerichtete Marktpositionierung und eine zuversichtliche Haltung im Umgang mit den Herausforderungen unserer Zeit.“ „Zeit, was zu bewegen“ ist das strategische Leitmotiv der Commerzbank bis 2027. Zusammen mit dem langfristigen Markenclaim „Die Bank an Ihrer Seite“ vereint es verschiedene Kampagnen aus den Geschäftsbereichen, um ein konsistentes und kraftvolles Markenbild zu erzeugen.

Die aktuelle Kampagne richtet sich an das Herzstück der deutschen Wirtschaft, den Mittelstand. Die Commerzbank betont die Bedeutung des Exports für mittelständische Unternehmen und hebt ihre Rolle als Brückenbauer Deutschlands in die Welt hervor. Mit ihrer Kompetenz im Außenhandelsgeschäft stärkt und fördert sie die internationale Wettbewerbsfähigkeit ihrer Kunden in Deutschland.

Commerzbank als verantwortungsvoller Partner und Zukunftsgestalter

Mit den aussagekräftigen Statements der Kampagne wie „Deutschland braucht einen starken Motor“ möchte die Bank gerade jetzt Resilienz stärken und Mut machen. „Indem wir unser Leitmotiv ‚Zeit, was zu bewegen‘ fortführen, machen wir erneut klar, dass sich die Commerzbank als verantwortungsvoller Partner ihrer Kundinnen und Kunden sieht und gemeinsam mit ihnen die Zukunft in Deutschland mitgestalten und neue Perspektiven schaffen möchte“, sagt Emine Danisman, Leiterin Brand & Research. „Unsere Marktforschungsergebnisse zeigen sehr klar: Diese Kompetenz wird uns bereits zugeschrieben. Genau das möchten wir mit dieser Positionierungskampagne unterstreichen und breiter in den Markt tragen.“

Verantwortlich:

Commerzbank Aktiengesellschaft
Group Communications

60261 Frankfurt am Main
Telefon +49 69 9353-10055

newsroom@commerzbank.com
www.commerzbank.de/konzern

Pressekontakt

Silvana Herold +49 69 9353-45680

Über die Commerzbank

Die Commerzbank ist die führende Bank für den deutschen Mittelstand und starke Partnerin von rund 25.500 Firmenkundenverbänden. Zudem betreut sie Privat- und Unternehmerkundinnen und -kunden in Deutschland mit einem angelegten Vermögen von mehr als 400 Milliarden Euro. In zwei Geschäftsbereichen – Privat- und Unternehmerkunden sowie Firmenkunden – bietet die Bank ein umfassendes Portfolio an Finanzdienstleistungen. Die Commerzbank wickelt rund 30 % des deutschen Außenhandels ab und ist im Firmenkundengeschäft international in mehr als 40 Ländern vertreten. Die Bank konzentriert sich auf den deutschen Mittelstand, Großunternehmen sowie institutionelle Kunden. Im internationalen Geschäft begleitet die Commerzbank Kunden mit einem Geschäftsbezug zu Deutschland, Österreich oder der Schweiz und Unternehmen aus ausgewählten Zukunftsbranchen. Im Segment Privat- und Unternehmerkunden steht die Bank mit den Marken Commerzbank und comdirect an der Seite ihrer Kundinnen und Kunden: online und mobil, im Beratungscenter und persönlich vor Ort. Die polnische Tochtergesellschaft mBank S.A. ist eine innovative Digitalbank und betreut rund 5,7 Millionen Privat- und Firmenkunden überwiegend in Polen sowie in der Tschechischen Republik und der Slowakei.

Verantwortlich:

Commerzbank Aktiengesellschaft
Group Communications

60261 Frankfurt am Main
Telefon +49 69 9353-10055

newsroom@commerzbank.com
www.commerzbank.de/konzern