

V rámci Fincentrum Banka roku byl sestaven žebříček nejhodnotnějších značek bank a pojišťoven na českém trhu

- hodnota značky „Česká spořitelna“ překročila 70 mld. Kč
- meziročně nejvíce vzrostla hodnota značky „Fio banka“

5. listopadu 2015 | **Nejhodnotnější bankovní značku na českém trhu má Česká spořitelna. Obhájila tak prvenství z loňského roku, kdy byl žebříček hodnoty značek bank a pojišťoven na českém trhu představen poprvé. V oboru pojišťoven má největší hodnotu značka Kooperativa pojišťovny, která také obhájila loňské prvenství. Žebříček byl sestaven v rámci 14. ročníku ocenění Fincentrum Banka roku, jejichž výsledky budou vyhlášeny v příštím týdnu.**

Cílem hodnocení, které provádí společnost Commercial Solutions s.r.o., s využitím metodiky BrandWorth, je jasně kvantifikovat hodnotu značek bank a pojišťoven na českém trhu podle jasně dané metodologie a srovnávat jejich vývoj v čase. Fincentrum Banka roku 2015 tak přináší zajímavý pohled na domácí finanční sektor.

V čele žebříčku bank pro letošní rok **prvenství obhájila s nejhodnotnější značkou Česká spořitelna**, následovaná Komerční bankou a Československou obchodní bankou. Nejrychleji rostla hodnota značky Fio banka. Hodnocení vychází z údajů za rok 2014.

Hodnota značky hodnocených bank v ČR v roce 2014 (dolní mez, v mil. Kč)		2014	Meziroční změna hodnoty značky (změna v roce 2014 ve srovnání s rokem 2013)		%
1	Česká spořitelna, a. s.	70 550	1	Fio banka, a.s.	445,10%
2	Komerční banka, a. s.	53 432	2	J&T BANKA, a. s.	157,50%
3	Československá obchodní banka, a. s.	49 536	3	Evropsko-ruská banka, a.s.	128,01%
4	GE Money Bank, a. s.	23 000	4	UniCredit Bank Czech Republic and Slovakia, a.s.	57,42%
5	UniCredit Bank Czech Republic and Slovakia, a.s.	21 639	5	PPF banka a. s.	56,76%



fincentrum

Banka roku
2015

Zdroj: Analýza BrandWorth, Fincentrum Banka roku 2015

Mezi bankami meziročně v relativním vyjádření nejvíce vzrostla hodnota značek Fio banky, v absolutním vyjádření suverénně nejvíce vzrostla hodnota značky UniCredit Bank Czech Republic and Slovakia a PPF banky.

Žebříček pojišťoven vede stejně jako v roce 2014 **Kooperativa pojišťovna, a.s., Vienna Insurance Group**, následována Českou pojišťovnou a Pojišťovnou České spořitelny. Nejvyšší relativní růst hodnoty vykázala za rok 2014 Hasičská vzájemná pojišťovna, v absolutním vyjádření nejvíce vzrostla hodnota značky Česká pojišťovna a.s.

Hodnota značky hodnocených pojišťoven na českém trhu v roce 2015 (dolní mez, mil. Kč)		2014	Meziroční změna hodnoty značky (změna v roce 2014 ve srovnání s rokem 2013)		%
1	Kooperativa pojišťovna, a.s., Vienna Insurance Group	11 657	1	Hasičská vzájemná pojišťovna, a.s.	376,74%
2	Česká pojišťovna a.s. (individuální výkazy)	7 439	2	AXA pojišťovna a.s.	42,52%
3	Pojišťovna České spořitelny, a.s., Vienna Insurance Group	4 545	3	Česká pojišťovna a.s. (individuální výkazy)	36,50%
4	Allianz pojišťovna, a.s.	4 413	4	ČSOB Pojišťovna, a. s., člen holdingu ČSOB (v tis. Kč)	34,65%
5	BNP Paribas Cardif Pojišťovna, a.s.	1 210	5	ERGO pojišťovna, a.s.	31,31%

Zdroj: Analýza BrandWorth, Fincentrum Banka roku 2015

„Fincentrum Banka roku sleduje dlouhodobě kvalitu finančních produktů na českém trhu. Pro banky a jejich marketéry je však důležitý také pohled na hodnotu jejich značky. I ten je indikátorem, zda si právě jejich značka stojí na vysoce konkurenčním trhu dobře, nebo zda stagnuje,“ říká Petr Stuchlík, generální ředitel společnosti Fincentrum a zároveň předseda organizačního výboru ocenění Fincentrum Banka roku.

„Nehmotná aktiva a zejména hodnota značky tvoří již dnes na trhu finančních služeb hlavní zdroj konkurenční výhody, a podílí se tak nemalou měrou na tvorbě hodnoty pro vlastníky. I z výsledků letošní studie je patrné, že hodnota značky tvoří u finančních institucí nezanedbatelný podíl na hodnotě celé společnosti“, doplňuje docentka Romana Čížinská, spoluautorka prezentované studie.



fincentrum[®]

EY
 Building a better
 working world

trask

motejlek.com
 co se jinde nedozvíte...

K|o|n|t|o|B|a|r|i|é|r|y

STEM MARK
 MARKETINGOVÝ VÝZKUM JE DIALOG

generální partner

hlavní partneři

partneři

fincentrum

**Banka roku
2015**

„Žebříček dává velmi zajímavé srovnání v čase. Zatímco hodnota značek největších bank na českém trhu klesá či stagnuje, menší banky útočí na jejich pozice a kontinuálně zvyšují hodnotu značky i její image,“ uzavírá docent Tomáš Krabec, spoluautor prezentované studie.

Informace pro editory:

Společnost Commercial Solutions s.r.o. sestavila shora uvedené žebříčky výhradně pro účely ocenění Fincentrum Banka roku 2015, a to na základě údajů uvedených ve výročních zprávách příslušných společností za roky 2013 a 2014, jak jsou tyto uveřejněny ve sbírce listin obchodního rejstříku příslušných společností a/nebo na webových stránkách těchto společností. Shora prezentované výsledky se zakládají výhradně na analýzách a závěrech dovozovaných na základě veřejně dostupných zdrojů a odborné literatury a představují odborný názor zpracovatele. V rámci sestavení žebříčku nebylo provedeno nezávislé ověřování aktuálnosti, pravosti, pravdivosti, přesnosti, správnosti či úplnosti použitých údajů. Shora uvedené výsledky pak rovněž nelze považovat za výstupy daňového, právního, účetního, podnikatelského, finančního či obchodního poradenství nebo poradenství v oblasti akvizičních či divestičních projektů či služby auditorů, a tudíž údaje v žebříčku obsažené nelze považovat za výstupy takových poradenských činností.

* * *

V případě zájmu o další informace kontaktujte:

Miroslav Beneš

Mobil: +420 603 174 347

E-mail: miroslav.benes@benesgroup.cz

Více informací o ocenění naleznete na stránkách www.bankaroku.cz.



fincentrum[®]

EY
Building a better
working world

trask

motejlek.com
co se jinde nedozvíte...

K|o|n|t|o|B|a|r|i|é|r|y

STEM MARK
MARKETINGOVÝ VÝZKUM JE DIALOG

generální partner

hlavní partneři

partneři