

FIDOR Bank AG veröffentlicht Zwischenbericht für das erste Halbjahr 2009

+++ Umsatzerlöse von EUR 9,5 Millionen

+++ Aufnahme der Geschäftstätigkeit als erste „Web 2.0-Bank“ noch in 2009

München, 30. September 2009: Die FIDOR Bank AG (<http://www.fidor.de>) hat heute ihren Zwischenbericht für das 1. Halbjahr 2009 veröffentlicht. Demnach erzielte die den Markteintritt als erste Web 2.0 Bank in Deutschland vorbereitende Bank-Gruppe Umsatzerlöse in Höhe von rund EUR 9,5 Millionen. Bezogen auf das erste Halbjahr 2008 wurde der Umsatz von EUR 9,0 Millionen um knapp 5 Prozent gesteigert. Aufgrund der für den Bankaufbau notwendigen Anlaufkosten beläuft sich der Jahresfehlbetrag der Gruppe zum Ende des 1. Halbjahres auf TEUR 802 nach einem Jahresüberschuss im Vergleichszeitraum des Vorjahres von TEUR 251.

Bei den Vergleichszahlen des Vorjahres wurde die zum 31. Dezember 2008 endkonsolidierte Demekon Entertainment AG (vormals Die Sparschwein AG und YouProm TV GmbH) nicht berücksichtigt.

Der weitaus größte Anteil des Umsatzes entfiel auf den Internet-basierten Vertrieb von Finanzdienstleistungen; in diesem Bereich konnte die FIDOR Bank-Gruppe mit der Tochtergesellschaft Zieltraffic AG ihre führende Marktposition ausbauen.

Die Entwicklung des operativen Ergebnisses ist primär auf Investitionen in den Aufbau des Fidor Community Banking (<http://www.ficoba.de>) zurückzuführen. Nach Erhalt der Banklizenz im April dieses Jahres plant das Unternehmen bereits im 4. Quartal die Aufnahme des operativen Bankgeschäfts.

FIDOR Bank AG nutzt die Möglichkeiten des Web 2.0 voll umfänglich und positioniert sich als „Mitbestimm- und Mitverdien-Bank“. Drei zentrale

Alleinstellungsmerkmale unterscheiden das Angebot nachhaltig von anderen Banken:

1. Einmalig für eine Bank: Die User kennen sich und können interagieren. Sie können über die Community Meinungen, Informationen und Erfahrungen austauschen und so die Basis für ihre Finanzentscheidungen verbessern.
2. Die User werden für diesen Dialog und viele weitere Aktivitäten im Fidor Community Banking entlohnt. Dies erfolgt über das proprietäre Bonussystem.
3. Die Kunden des Fidor Community Bankings können entscheiden, ob sie ihren Finanzbedarf über die FIDOR Bank AG (respektive Drittbanken) oder "peer-to-peer", also mit anderen Kunden bzw. Usern, decken wollen.

FIDOR Bank überträgt somit die zentralen Wirkprinzipien des Web 2.0 – Offenheit, Transparenz, Authentizität und Dialogbereitschaft – auf die Finanzdienstleistung. „Wir stellen uns konsequent auf die Seite des Kunden. Unsere Kunden entscheiden, mit wem sie welchen Finanzbedarf abdecken möchten, und können dabei auch auf Mitglieder der Community zugehen. Das ist Community Banking, das wir mit dem Motto ‚Banking mit Freunden‘ beschreiben“, erläutert Matthias Kröner, Sprecher des Vorstands der FIDOR Bank AG.

Bereits seit März setzt das Unternehmen das Konzept online um. Die Bankprozesse werden von dem Backoffice-Partner SWK Bank abgedeckt. Bis heute wurden bereits ca. 2.800 Bankingkunden gewonnen. „Mit dem Aufbau unserer FIDOR Bank sind wir sehr zufrieden. Wir haben das Potenzial, uns zu einer der am schnellsten wachsenden Retailbanken zu entwickeln“, fasst Kröner die Entwicklung in 2009 zusammen.

Über FIDOR Bank AG:

Die Fidor Bank AG (<http://www.fidor.de>) hat im April 2009 die Vollbanklizenz erhalten und betreibt „Fidor Community Banking“, kurz FiCoBa (<http://ficoba.de>). FiCoBa ist Ausdruck eines zeitgemäßen Selbstverständnisses von Finanzdienstleistung. „Banking mit Freunden“ lautet das Credo der Mitmach-Bank.

Das Unternehmen hat für FiCoBa mehrere eigenentwickelte Web 2.0 Finanz-Communities und –Plattformen zusammengeführt, die dem User eine verbesserte Informationsbasis für seine Finanzentscheidungen sowie Angebote rund um Finanzdienstleistungen mit speziellen Community-Vorteilen bieten. Jede Aktivität eines

Users in FiCoBa wird durch die Fidor Bank AG im Bonusprogramm (<http://www.bonus.fidor.de>) entlohnt.

Im B2B-Geschäft vermittelt die 100%ige Tochtergesellschaft Zieltraffic AG (<http://www.zieltraffic.de>) Neukunden und Interessenten an primär im Finanzdienstleistungsbereich tätige Unternehmen. Die international aufgestellte Performance-Marketingagentur ist Marktführer im Bereich Banken und Versicherungen.

Um zukünftige Trends mitgestalten zu können, hat die Fidor Bank AG den FEVO (Financial Evolution) SICAV – FIS gegründet. Dieser Fonds investiert in innovative, vertriebsorientierte Finanzdienstleistungskonzepte und internetbasierte Vertriebswege. Neben dem reinen Mittelzufluss unterstützt die Fidor Bank Gruppe die jungen Unternehmen vorrangig durch operative Vertriebsleistung, beispielsweise durch Platzierung im „Marktplatz“ von FiCoBa und hilft so bei der schnellen und erfolgsorientierten Umsetzung innovativer Geschäftsideen.

Kontakt:

Fidor Bank AG | Theatiner Straße 46 | 80333 München | Germany
Tel.: +49 [0] 89 - 18 90 85 100 | Fax: +49 [0] 89 - 18 90 85 199 | info@fidor.de | www.fidor.de

wbpr Public Relations | Münchner Straße 18 | 85774 Unterföhring | Germany
Tel.: +49 [0] 89 - 99 59 06 13 | jan.manz@wbpr.de | www.wbpr.de