

FIDOR Bank AG veröffentlicht erstmalig Kunden-Kennzahlen

+++ FIDOR Bank AG gewinnt 2.668 Kunden in 2009

+++ Darlehensvolumen in Höhe von 10,9 Mio EUR und Einlagenbestand von 12,2 Mio EUR zum 31.12.2009

München, 20. Januar 2010: Die FIDOR Bank AG (<http://www.fidor.de>) hat heute erste Kennzahlen für das abgelaufene Jahr 2009 veröffentlicht. Das Unternehmen konnte 2.668 Kunden gewinnen und weist ein Darlehensvolumen in Höhe von 10,9 Mio EUR sowie einen Einlagenbestand von rund 12,2 Mio EUR aus. Die erste deutsche Vollbank, deren Strategie auf den Kernelementen des „web 2.0“ basiert, nahm erst im Dezember 2009 den Geschäftsbetrieb auf. Entsprechend ist man mit der Entwicklung des Unternehmens zufrieden: „Wir haben in 2009 in einem schwierigen Umfeld sehr viel erreicht. Die Erteilung der Vollbanklizenz, der Neuaufbau des Webauftritts und natürlich die erfolgreiche Aufnahme des operativen Betriebs als Bank sind die Höhepunkte unserer bisherigen Unternehmensentwicklung“, sagt Matthias Kröner, Vorstandssprecher der FIDOR Bank AG. „Zudem haben wir unsere Präsenz und Kommunikation in und mit Social Media deutlich ausgebaut.“

FIDOR Bank AG: Die „Mitmach- und Mitverdien-Bank“

Die starke web 2.0 Orientierung kommt u.a. in der komplett eigenentwickelten FIDOR Bank Community zum Ausdruck. User wie Kunden tauschen sich dort bspw. über aktuelle Finanzthemen aus, bewerten Finanzprodukte der FIDOR Bank oder Angebote Dritter, teilen öffentlich einsehbar Meinungen über Geld- und Finanzberater, führen Finanzanalysen durch oder konzipieren gemeinsam mit anderen Usern sowie dem Vorstand der FIDOR Bank Finanz-Wunschprodukte. Das erste Wunsch-Produkt wurde in Q4 2009 erfolgreich zur Marktreife gebracht.

Das Besondere an diesem Community-Ansatz: Für alle Aktivitäten werden die Kunden über das bankeigene Bonussystem entlohnt. „Die Beschäftigung mit Geld lohnt sich somit unmittelbar und monetär“, erklärt Kröner. „Mir ist keine

deutsche Bank bekannt, die den Kunden in vergleichbarer Weise direkt in die Wertschöpfungskette einbindet und für seine Aktivitäten entlohnt.“

FIDOR Bank AG verzichtet auf Vertriebsmitarbeiter

Vertriebsmitarbeiter beschäftigt die FIDOR Bank AG nicht. Die Bank möchte so potenzielle Interessenkonflikte mit ihren Kunden vermeiden. Darüber hinaus können Kunden und User die Entwicklung der Einlagen- und Kreditvolumina transparent im Internet verfolgen.

Neben der Kommunikation in der eigenen Community erhalten Kunden und User laufend Informationen zur Entwicklung und Ausgestaltung der FIDOR BANK AG. Hierzu bietet die FIDOR Bank zahlreiche Dialog-Angebote auf bspw. folgenden „social media“ Plattformen:

Twitter: <http://www.twitter.com/ficoba> - Informationen rund ums Geld und zur Entwicklung der Bank

Bewegtbild/ Videobotschaften: der YouTube Channel der FIDOR Bank (www.youtube.com/fidorcommbanking) bietet wöchentlich Videos des Vorstands

XING-Gruppe: <https://www.xing.com/net/ficoba/> - Diskussionen und ausführliche Updates zur FIDOR Bank AG in der XING-Gruppe FIDOR COMMUNITY BANKING

Über FIDOR Bank AG:

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

Das Unternehmen hat in der Community mehrere eigenentwickelte Web 2.0 Finanz-Plattformen zusammengeführt, die dem User eine verbesserte Informationsbasis für seine Finanzentscheidungen sowie Angebote rund um Finanzdienstleistungen mit speziellen Community-Vorteilen bieten.

Aktivitäten der User in FiCoBa werden durch die FIDOR Bank AG im Bonusprogramm (<https://banking.fidor.de/signup>) entlohnt.

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.



fidor bank ag

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

Corporate News