

FIDOR Bank AG veröffentlicht vorläufige Konzernzahlen für das Geschäftsjahr 2009

- +++ FIDOR Bank AG startet Bankgeschäft erfolgreich**
- +++ Zins- und Provisionsergebnis im Bankgeschäft und sonstigen Dienstleistungen von EUR 5,9 Millionen (Vorjahr: EUR 5,6 Millionen)**
- +++ Das Ergebnis der normalen Geschäftstätigkeit vor Abschreibungen beträgt für 2009 minus EUR 1,5 Millionen (Vorjahr: plus EUR 1,7 Millionen), stark beeinflusst durch Investitionen in Bankaufbau und eigenen Kundenstamm.**
- +++ Starkes Wachstum im ersten Quartal 2010**

München, 31. März 2010: Die FIDOR Bank AG hat heute das vorläufige Ergebnis für das Geschäftsjahr 2009 veröffentlicht. Die erste deutsche Bank, deren Strategie auf den Kernelementen des „web 2.0“ basiert, weist ein vorläufiges Zins- und Provisionsergebnis in Höhe von EUR 5,9 Millionen aus und konnte damit das vergleichbare Ergebnis des Vorjahres (EUR 5,6 Millionen) steigern. Das Ergebnis der normalen Geschäftstätigkeit vor Abschreibungen / nach Risikovorsorge beträgt minus EUR 1,5 Millionen (Vorjahr: plus EUR 1,7 Millionen).

Der vorläufige Konzern-Jahresfehlbetrag beträgt für 2009 EUR 3,3 Millionen (Vorjahr: Konzernjahresüberschuss EUR 0,1 Millionen). Auf Basis der gegenwärtigen Aktienanzahl von 3.188.406 Stück belief sich das vorläufige Ergebnis pro Aktie im Berichtszeitraum 2009 auf minus EUR 1,04 (im Vorjahr plus EUR 0,03).

FIDOR Bank AG buchte zum Jahreswechsel 11,0 Mio EUR Darlehens- und 12,4 Mio EUR Einlagenvolumina

Die Entwicklung des operativen Ergebnisses 2009 ist primär auf Investitionen in den Aufbau der FIDOR Bank mit dem „FIDOR Community Banking“ (<http://www.fidor.de>) zurückzuführen und fällt besser als erwartet aus. „Wir sind trotz oder gerade wegen des Ergebnisses zufrieden“, sagt Matthias Kröner,

Vorstandssprecher der FIDOR Bank AG. „Die Aufnahme der Geschäftstätigkeit einer Bank geht immer mit beträchtlichen Investitionen einher. Wir liegen daher hinsichtlich der Ergebnisentwicklung voll im Plan.“

Nach Erhalt der Banklizenz im April 2009 hat das Unternehmen Ende Dezember 2009 das operative Bankgeschäft aufgenommen und weist zum 31.12.2009 ein Darlehensvolumen in Höhe von EUR 11,0 Millionen, sowie einen Einlagenbestand von EUR 12,4 Millionen aus. Die liquiden Mittel zum Bilanzstichtag des 31. Dezember 2009 betragen EUR 4,3 Millionen (31. Dezember 2008: EUR 2,2 Millionen).

Im Kern des Konzepts der FIDOR Bank AG steht die eigenentwickelte Finanz-Community, die unter dem Motto „Banking mit Freunden“ für Kunden und Interessierte gleichermaßen zur Verfügung steht und das Wissen und die privaten wie geschäftlichen Erfahrungen der Nutzer zum Thema Finanzen aggregiert: Auf der Web-Plattform der FIDOR Bank AG tauschen die Nutzer bspw. Meinungen, Informationen und Erfahrungen zu Finanzthemen aus, teilen ihre Meinung zu Finanzprodukten oder Bank- und Vermögensberatern und verbessern so die Basis für ihre Finanz- und Investitionsentscheidungen.

FIDOR Bank AG: In Q1 2010 ungebrochen positive Entwicklung

„Mit unserem Start als Bank sind wir sehr zufrieden“, fasst Kröner die Entwicklung der letzten Monate zusammen. „Wir erkennen, dass die zentralen Wirkprinzipien des Web 2.0, also Offenheit, Transparenz, Authentizität und Dialogbereitschaft auf die Finanzdienstleistung übertragbar sind. Und wir erkennen, dass die Kunden diese Wirkprinzipien gerne aufgreifen und anwenden! Das in 2009 getätigte Investment in dieses innovative Bankkonzept wird dadurch mehr als bestätigt.“

In den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres 2010 erhöhte sich die Zahl der Konten auf 3500. Die Einlagen von Kunden haben sich verdreifacht und die Darlehensbestände liegen auf Höhe des Jahresultimos.

Ausblick für 2010: Ausbau der web-basierten Lösungen für Privat- und Geschäftskunden im Retailsegment der FIDOR Bank AG läuft nach Plan

Die FIDOR Bank AG hat diese Entwicklung ausschließlich durch „Social Media“-Kommunikation erzielt, die im Vergleich zu klassischen Kommunikationsmaßnahmen wie Anzeigen- oder Imagestrecken kostengünstiger und effizienter ist.

Schon jetzt kündigt die Bank weitere innovative web-basierte Lösungen im Mengengeschäft an, die bereits im 2. Quartal dieses Geschäftsjahres für zusätzliche Attraktivität sorgen werden.

„Für die Entwicklung der FIDOR Bank-Gruppe in 2010 sind wir optimistisch. Unsere Positionierung als 'web 2.0 Bank' und unsere Fähigkeit, neue kundenspezifische Lösungen für Privat- und Geschäftskunden anbieten zu können, forcieren das Geschäftswachstum“, betont Kröner.

FIDOR Bank-Gruppe: Klare Positionierung und gute Entwicklung

Zum Geschäftsjahresende 2009 beschäftigte die FIDOR-Gruppe rund 60 Mitarbeiter in München sowie den internationalen Standorten in Polen, Österreich, Spanien und den Niederlanden.

Im Geschäftsjahr 2009 trug insbesondere das b-to-b Geschäft der 100%igen Tochtergesellschaft Zieltraffic AG (<http://www.zieltraffic.de>) zum Provisionsergebnis der FIDOR Bank-Gruppe bei. Die Gesellschaft vermittelt für ihre Kunden Transaktionen und Leads, primär über die Internet-Performancekanäle Suchmaschinenmarketing (z.B. über Google) und Affiliate-Marketing. Dank einer klaren Produkt-Fokussierung und einem erfolgsabhängigen Honorarmodell hat sich das Unternehmen zu einem der führenden Internet-basierten Vermittler von Finanzdienstleistungen in Europa entwickelt.

Der Konzernabschluss für das Geschäftsjahr 2009 wird voraussichtlich im April 2010 veröffentlicht. Die ordentliche Hauptversammlung der FIDOR Bank AG findet am 15.Juni 2010 in München statt.

ÜBER DIE FIDOR BANK

Die FIDOR Bank AG (<http://www.fidor.de>) hat im April 2009 die Vollbanklizenz erhalten. Das Konzept der FIDOR Bank orientiert sich konsequent an den Wirkmechanismen des Web 2.0. Dementsprechend sieht die Strategie des Münchener Unternehmens vor, Kunden unmittelbar in die Wertschöpfung der Bank zu integrieren: User und Kunden der FIDOR Bank AG können sich auf Wunsch direkt miteinander austauschen, Spartipps geben, Produkte oder Geldberater nach transparenten Kriterien bewerten oder neue Produktideen vorschlagen. Nutzer der FIDOR Bank Community erhalten so einen neutralen, umfassenden und stets aktuellen Überblick über alle Geldthemen.

Das Unternehmen belohnt jede messbare Aktivität der User mit Geldbeträgen, die den Kunden im eigenentwickelten Bonussystem gutgeschrieben werden. Über das SMART MONEY CENTER der FIDOR Bank AG hat der Kunde die Möglichkeit, Geld einfach zu versenden. Dabei kann der Empfänger durch eine Mobil-Nummer oder eine Email-Adresse bestimmt werden. Auch können Geldbeträge an Freunde einfach und nachvollziehbar verliehen werden.

Die FIDOR Bank AG nutzt zur Kommunikation neben der eigenen Community alle gängigen Social Media Plattformen, wie bspw. Twitter (<http://www.twitter.com/ficoba>), XING (<https://www.xing.com/net/ficoba>), YouTube (<http://www.youtube.com/user/FidorCommBanking>) oder Facebook (<http://www.facebook.com/ficoba>).

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