

Fidor Bank AG erweitert innovatives Angebot des FidorPay-Kontos

- +++ Kunden können Edelmetall nun auch online „überweisen“
- +++ Launch bei Finovate, der Innovationsmesse für Finanzdienstleistungen
- +++ Starkes User-Wachstum

München, 01. Februar 2011: Die Fidor Bank AG (<http://www.fidor.de>) stellt auf der heute in London statt findenden Innovationsmesse „Finovate“ (<http://www.finovate.com>) eine wesentliche Weiterentwicklung ihres FidorPay-Kontos vor. Dabei ist die Bank der einzige deutsche Teilnehmer, der auf dieser weltweit führenden und seit Wochen ausgebuchten Veranstaltung für Zukunftskonzepte im Finanzdienstleistungsbereich eine Lösung präsentiert.

Einfacher und günstiger Online-Kauf von Edelmetallen

Kunden der Fidor Bank können erstmals ihr FidorPay-Konto einsetzen, um Edelmetalle direkt zu kaufen und zu verkaufen. Die Bank hat dabei die ansonsten komplexen Prozesse stark vereinfacht. Der Mindestbetrag für den Kauf von Edelmetallen liegt bei 1 Euro. Die Transaktionsgebühren sind jederzeit transparent und belaufen sich beispielsweise für Gold mit 3,24% beim Kauf und 0,5% beim Verkauf. Die physische Verwahrung des Goldes erfolgt in Zürich.

„Dank unserer einfachen Online-Prozesse ermöglichen wir schnelle Reaktionszeiten für unsere Kunden“, so Matthias Kröner, Sprecher des Vorstands der Fidor Bank AG. „Auch kleinen Budgets ermöglichen wir den Zugang zu Edelmetallen“, so Kröner.

Innovation: Möglichkeit der Überweisung von Edelmetallen

Vollkommen neu ist die Möglichkeit der Überweisung von Edelmetallen, die FidorPay-Konto Kunden nun zur Verfügung steht. Erstmals kann beispielsweise Silber an einen Empfänger in tausendstel Gramm versandt werden.

„So kann man dem Patenkind Edelmetalle einfach und sicher schenken, oder aber ein Online Händler möchte in einer inflationssicheren Währung bezahlt werden. Auch das ist möglich!“ sagt Matthias Kröner über mögliche Beweggründe der Nutzer.

Aufbruch in neue Geld-Welten

Die hiermit realisierte technische Erweiterung des FidorPay-Kontos dient auch als Ausgangslage für weitere Angebote: Die Fidor Bank ist nun in der Lage, jede Form der Regionalwährung sowie auch jede Form von „virtual currency“ emittiert von Gaming-Plattformen oder web 2.0 Communities in das FidorPay-Konto aufzunehmen. „Wir sind von der Notwendigkeit überzeugt, auch in diesen Segmenten des digitalen Lebens unserer Kunden ein nachhaltiges und reguliertes Angebot zu bieten“ sagt Matthias Kröner.

Starkes Nutzerwachstum

Trotz eines noch sehr zurückhaltenden Marketing-Budgets wächst die Nutzerzahl der Fidor Bank beachtlich. Nach rund 19.600 Nutzern zum Jahresende 2010 zählt die Plattform drei Wochen später rd. 22.800 Nutzer und weißt damit ein Wachstum um 16% in den ersten vier Wochen des Jahres auf. „Dieser Zuspruch freut uns sehr“, so Matthias Kröner. „Unsere Aufgabe wird es nun sein, diesen neuen Nutzer die umfassenden Möglichkeiten der Fidor Plattform zu vermitteln“.

Finanzzahlen

Die Gesellschaft wird in Kürze ihre vorläufigen Geschäftszahlen für das Geschäftsjahr 2010 veröffentlichen. „Bereits heute können wir sagen, dass die geschäftliche Entwicklung in 2010 voll im Rahmen unserer Erwartungen liegt“, so Matthias Kröner zum Ausblick auf das zu erwartende Ergebnis.

ÜBER DIE FIDOR BANK

Die Fidor Bank AG (<http://www.fidor.de>) hat im April 2009 die Vollbanklizenz erhalten. Das Münchener Unternehmen verfolgt das Konzept des „Mobile Community Bankings“, das fünf wesentliche Unterscheidungsmerkmale zu herkömmlichen Banken aufweist:

1. Die Kunden kennen sich und können im Rahmen der eigenentwickelten Fidor Bank Community interagieren, um gemeinsam die individuell beste Finanzentscheidung zu treffen. Hierzu stellt die Fidor Bank kostenlos eine breite Palette an Tools und Applikationen zur Verfügung, wie bspw. transparente Produkt- und Finanzberaterbewertungsplattformen. Die Fidor Bank Plattform ist somit offen für Produkte, Dienstleistungen und Finanzberater anderer Anbieter.
2. Die Fidor Bank belohnt eine Vielzahl von Aktivitäten der Kunden mit Geldbeträgen und intensiviert dadurch den Austausch zu Geldthemen im Rahmen des eigenen Bonusprogramms.
3. Die Fidor Bank ermöglicht Freiheit: Kunden haben die Wahl, ob sie ihren Finanzbedarf mit der Bank oder mit anderen Kunden (Peer-to-Peer) decken möchten.
4. Mit dem eigenentwickelten FidorPay bietet die Fidor Bank ein hochmodernes „Cash Management“-Tool, in dem obige Punkte abgebildet und umgesetzt werden.
5. Der Community Ansatz wird auch im Applikations-Angebot für den rasch wachsenden Markt der Smartphones nachgehalten. Die Fidor Bank iPhone-App unterscheidet sich durch spezielle Community-Funktionen deutlich gegenüber herkömmlichen Bank-Applikationen.

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>)
- Facebook (<http://www.facebook.com/fidorbank>).

Über die Fidor Bank wird regelmäßig in Medien und Blogs berichtet, so bspw. in den Finanzdienstleistungs-Fachblogs wie dem „Blicklog“ (http://bit.ly/blicklog_fidor), „Electrouncle“ (http://bit.ly/electrouncle_fidor), „Social Banking 2.0“ (http://bit.ly/social_fidor) oder in medial häufig zitierten Blogs wie „Written in Basic“ von Robert Basic (http://bit.ly/basic_fidor).

Kontakt:

Fidor Bank AG | Nick Riegger | Sandstrasse 33 | 80335 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 | Jan Manz | Münchner Straße 20 | 85774 Unterföhring | Germany
Tel.: +49 [0] 89 - 99 59 06 13 | jan.manz@wbpr.de | www.wbpr.de