

## **Vorläufige Zahlen für das Geschäftsjahr 2012: Fidor Bank AG meldet deutliches Wachstum im Geschäft mit Retail- (B-to-C) und Geschäftskunden (B-to-B)**

+++ Erhebliche Ausweitung des Kredit- und Einlagengeschäfts führt zu einer nahezu Verdreifachung des Zinsergebnisses

+++ Signifikanter Anstieg im Provisionsergebnis von 0,12 Mio. EUR auf 3,46 Mio. EUR vor allem durch Gewinnung der ersten Ankerkunden im B-to-B-Segment

+++ Ausblick 2013: Ausgeglichenes Ergebnis, Produktausbau und Internationalisierung durch B-to-B-Segment

### **Vorläufige Geschäftszahlen 2012**

**München, 28. März 2013:** Im abgelaufenen Geschäftsjahr 2012, dem dritten Geschäftsjahr der Bank, konnte die Fidor Bank AG ihr Geschäft wiederum deutlich ausweiten. So wuchs die Bilanzsumme um 91,10% auf 173,61 Mio. EUR.

Die Forderungen an Kunden stiegen von 61,88 Mio. EUR (31.12.2011) auf 89,86 Mio. EUR zum Jahresende 2012 und resultierten sowohl aus dem von der Bank entwickelten eigenen Kreditgeschäft als auch aus der Finanzierung von Forderungsportfolien ausgewählter Kooperationspartner. Die Ausrichtung auf breit gestreute und gut besicherte granulare Handelsforderungen ist ein Kernelement der sehr konservativen Risikostrategie der Fidor Bank AG. Damit konnten Ausfälle im abgelaufenen Geschäftsjahr sehr gering gehalten werden. Im Einlagengeschäft erhöhten sich die Verbindlichkeiten gegenüber Kunden von 78,10 Mio. EUR auf 156,33 Mio. EUR. Die Bank gewinnt neue Kunden nicht durch besonders aggressive Zinssätze, sondern durch einen nachhaltigen und vor allen Dingen glaubwürdigen Gesamtansatz.

Als Ergebnis des expansiven Einlagen- und Kreditgeschäfts konnte das Zinsergebnis von 0,75 Mio. EUR in 2011 auf 2,06 Mio. EUR in diesem Geschäftsjahr nahezu verdreifacht werden.

Das Provisionsergebnis erhöhte sich im Vergleich zum Vorjahr um 3,34 Mio. EUR und liegt nun bei 3,46 Mio. EUR. Der Anstieg der Provisionserlöse resultiert im Wesentlichen aus den ersten Geschäftsabschlüssen mit Geschäftskunden im Rahmen der bankeigenen B-to-B-Strategie. Unternehmen können die Payment- und Banking-Plattform der Bank in ihren eigenen Marktauftritt einbinden und für ihre Kunden nutzen. Die Nachfrage nach diesen White-Label-Kooperationen wächst stark.

Das zusammengefasste Zins- und Provisionsergebnis wuchs im Vergleich zum Vorjahr um das knapp Sechsfache, während der Verwaltungsaufwand lediglich um knapp 50% von 4,79 Mio. EUR in 2011 auf 7,17 Mio. EUR im Geschäftsjahr 2012 anstieg. Die Bank sieht darin eine Bestätigung ihres skalierbaren Geschäftsmodells.

Das vorläufige, ungeprüfte Ergebnis der normalen Geschäftstätigkeit der Fidor Bank AG verbesserte sich von -3,68 Mio. EUR im Vorjahr auf -3,09 Mio. EUR in 2012. Der vorläufige Jahresfehlbetrag in 2012 verbesserte sich ebenfalls auf 2,11 Mio. EUR (Vorjahr: 2,43 Mio. EUR) und entsprach damit der bankinternen Planung.

Im Jahresdurchschnitt beschäftigte die Fidor Bank AG 30 Mitarbeiter.

Auf Ebene der Fidor Bank Gruppe verzeichnet das Unternehmen für 2012 einen vorläufigen, ungeprüften Konzern-Jahresfehlbetrag von 4,29 Mio. EUR (im Vorjahr: Jahresfehlbetrag i.H.v. 3,46 Mio. EUR). Hierzu trugen Effekte aus der Konzernkonsolidierung sowie das negative Ergebnis der Tochtergesellschaft Zieltraffic AG bei. Diese wurde im abgelaufenen Jahr durch einen Turnaround geführt, der kurzfristig zu deutlichen Ergebnisverbesserungen führen sollte.

Während für das abgelaufene Jahr 2012 ein Jahresfehlbetrag geplant war, strebt die Bank für das Jahr 2013 ein ausgeglichenes Ergebnis an. „Unsere Erfahrung mit dem Aufbau innovativer Bankkonzepte zeigt, dass eine Bank in der Regel 5 Jahre benötigt, um profitabel zu werden. Neue Technologien ermöglichen uns eine konsequente Ausrichtung auf Innovations- und Serviceführerschaft und damit eine schnellere Erreichung des Profitabilitätsziels.“, so Matthias Kröner, Sprecher des Vorstands der Fidor Bank AG.

Um insbesondere die technische Innovationsfähigkeit zu fördern, wurde zum Jahresende 2012 die FidorTecS AG ([www.fidortecs.de](http://www.fidortecs.de)) gegründet. Die 100%ige Tochtergesellschaft der Fidor Bank AG bietet hierbei nicht nur zukunftsfähige Techniklösungen für die Muttergesellschaft an, sondern ist zudem auf die Entwicklung und den Verkauf von E-Commerce-Produkten sowie Beratungsdienstleistungen für Software und Marktbearbeitung im innovativen Internet-Umfeld spezialisiert.

Abgerundet wird die Gruppenstruktur durch die Dienstleistungen der Fidor Payment Services GmbH ([www.fidorpays.de](http://www.fidorpays.de)) in den Bereichen internationale Payment-Transaktionen und e-Wallet-Systeme für E-Commerce und Game-Developer.

## **STARKE OPERATIVE ENTWICKLUNG**

Auch die steigenden Kundenzahlen spiegeln die positive Entwicklung der Bank wider. So konnten im Jahr 2012 über 75.000 neue sogenannte „Top-Line“-Registrierungen verzeichnet werden, was einer Verdoppelung gegenüber dem Vorjahr entspricht. Aus dieser Userbasis konnten im abgelaufenen Geschäftsjahr über 7.500 voll legitimierte Kunden gewonnen werden. Die überdurchschnittlich hohe Konvertierungsquote von 10% resultiert primär aus dem gesteigerten Funktionsumfang des FidorPay-Kontos. Die noch nicht voll legitimierten Nutzer können die Community und die Payment-Dienste der Bank nutzen. Damit bietet eine Bank erstmals auch nicht voll legitimierten Nutzern eine umfangreiche Dienstleistung an.

Besondere Aufmerksamkeit erzielte die Fidor Bank AG im abgelaufenen Geschäftsjahr 2012 mit der Einführung des eigens entwickelten Facebook-„Like-Zinses“. Damit ist es erstmals einer Bank gelungen, die Social-Media-DNA erfolgreich in ein Bankprodukt zu verweben. So konnten nicht nur die Nutzer- und Kundengewinnungs-Aufwendungen im Industrievergleich äußerst gering gehalten werden, sondern auch die Partizipation der Kunden gefördert werden.

Matthias Kröner: „2012 zeigt uns, dass das Konzept der Fidor Bank AG ankommt, nicht nur bei unseren Kunden im Netz, sondern auch bei unseren Geschäftskunden-Partnern. Und dies freut uns ganz besonders!“

Für 2013 hat sich die Bank ehrgeizige Entwicklungsziele gesteckt: Neben der Erzielung eines ausgeglichenen Ergebnisses stehen der weitere konsequente Ausbau des FidorPay-Kontos zur Erstbankverbindung sowie die Entwicklung eines innovativen Aktivangebots für die Retailkunden im Vordergrund. Auch das Angebot für die Geschäftskunden der Bank wird eine wesentliche Weiterentwicklung erfahren.

Darüber hinaus ist die internationale Expansion mit passenden Kooperationspartnern geplant. „Unsere Partner sehen, was wir im Netz können und möchten dieses Angebot in ihre Märkte übertragen! Daraus ergibt sich für uns die Chance auf eine schnelle und effiziente Internationalisierung“, so Matthias Kröner.

## Über die Fidor Bank AG:

Die Fidor Bank AG (<http://www.fidor.de>) ist eine in Deutschland lizenzierte internetbasierte Direktbank. Mit dem FidorPay-Konto richtet sich die Bank an Privat- und Geschäftskunden. Als Erstbankverbindung bietet das FidorPay-Konto die Verbindung aus klassischem Kontoangebot sowie Internet-Payment und innovativem Banking-Angebot. Das Angebot an die Geschäftskunden umfasst ausgewählte Finanzierungsprodukte sowie ein speziell für den E-Commerce geschaffenes FidorPay Corporate Account. Die Fidor Bank AG nutzt konsequent die Wirkmechanismen des Web 2.0. Für Interaktion und Kommunikation nutzt die Bank neben der eigenen Community alle gängigen Social-Media-Plattformen, wie beispielsweise:

- Twitter (<http://www.twitter.com/ficoba>)
- YouTube (<http://www.youtube.com/user/FidorCommBanking>)
- Facebook (<http://www.facebook.com/fidorbank>)
- XING (<https://www.xing.com/net/ficoba>)
- Slideshare (<http://de.slideshare.net/Ficoba>)

**FIDOR Bank AG:** Florian Eismann | Sandstraße 33 | 80335 München | Germany

Tel.: +49 [0] 89-189 085-126 | Fax: +49 [0] 89-189 085-199 |

[info@fidor.de](mailto:info@fidor.de)