



Medienmitteilung

neon wächst in Basel, Bern und St. Gallen

Nach dem Erreichen der 10'000 Kunden-Marke will das Schweizer Fintech-Unternehmen nun auch vermehrt in weiteren Deutschschweizer Städten wachsen. neon streicht insbesondere seine Kostenvorteile heraus.

Zürich, 12. November 2019. Im Oktober 2019 knackte neon die 10'000 Kunden-Marke. Dieser Erfolg basiert auch auf einem starken Fokus auf Zürich, der Heimatstadt von neon, die sich als Finanzzentrum und grösste Stadt der Schweiz als guter Nährboden für die erste unabhängige Bankkonto-App erwiesen hat (siehe Statistik unten). Nun peilt neon mit einer dedizierten Kampagne weitere wichtige urbane Gebiete in der Deutschschweiz an. In den nächsten Wochen werden die in Zürich bereits bekannten «Finger»-Motive auch in Basel, Bern und St. Gallen zu sehen sein.

Die Kampagne provoziert die etablierten Banken, aber mit einem Augenzwinkern. neon möchte die grosse Anzahl Smartphone-affiner, mit digitalem Banking vertrauten Basler, Berner und St. Galler ansprechen und zum Nachdenken bewegen – insbesondere die 25-45-Jährigen, die bei neon bis jetzt rund 60% der Nutzerbasis ausmachen. Es geht darum, überhöhte Gebühren zu hinterfragen und eine zeitgemässe, günstige Alternative zu bieten. Die kürzliche Ankündigung der Postfinance zu Negativzinsen¹ oder die aktuelle Analyse der NZZ zu der beinahe Verdoppelung der Bankgebühren seit dem Jahr 2000² sind hochaktuelle Beispiele, dass es solche Alternativen wie neon braucht.

Jörg Sandrock, Mitgründer von neon: «Beispiele wie Deutschland und Grossbritannien zeigen, dass es auch äusseren Einfluss braucht, um Gebühren zu senken und digitale Angebote zu verbessern. Der Eintritt von Direktbanken hat dort mittel- und langfristig die gesamte Branche gezwungen, Gebühren zu senken und wieder näher beim Kunden zu sein.»

Neben seiner Vorreiterrolle bei einigen digitalen Services, wie der Kontoeröffnung nur über die App, ist neon gemäss einer Moneyland-Studie der mit Abstand günstigste Kontoanbieter der Schweiz.³ Diesen Vorteil erarbeitet sich neon auch durch seine Kostenstruktur. «Wir haben weniger als 20 Vollzeitstellen, fokussieren nur auf den Kanal Smartphone, digitalisieren Prozesse und bieten nur einfache Produkte, die alle Kunden ansprechen. So halten wir unsere Kosten insbesondere im Vergleich zu Grossbanken im Zaum. Das sind Vorteile, die wir gerne an unsere Kunden weitergeben,» so Sandrock.

Für weitere Auskünfte verweisen wir gerne auf unsere Website www.neon-free.ch oder an Mitgründer Michael Noorlander: +41 (0) 79 536 54 34, michael.noorlander@neon-free.ch.

¹ SRF, *Ab 250'000 Franken können Kunden zur Kasse gebeten werden*, 07.11.19, www.srf.ch/news/wirtschaft/postfinance-senkt-schwelle-ab-250-000-franken-koennen-kunden-zur-kasse-gebeten-werden

² NZZ am Sonntag, *Entwicklung der Bankgebühren*, 06.10. 19, Print-Ausgabe

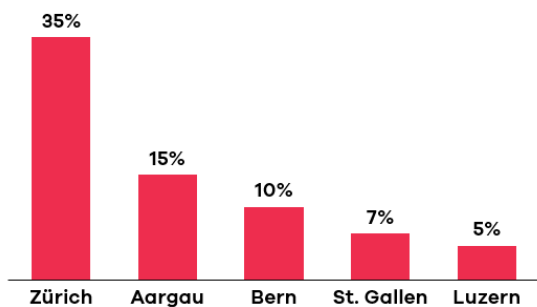
³ Moneyland.ch, *Die Smartphone-Banken kommen*, 22.07.19, www.moneyland.ch/de/smartphone-banken-analyse-2019



Grafik zu Herkunft von neon-Nutzern

Top 5 Herkunftskantone neon-Nutzer

Quelle: neon Switzerland AG



Ausgewählte Kampagnenmotive

