

Brussel, 19 juni 2012

## Ook jongeren vinden hun gading bij Belfius

### Een uniek merk, een nieuwe website en volledig herwerkte Facebook-pagina's

Op 11 juni 2012 zette de bank een belangrijke stap: de maatschappelijke benaming veranderde officieel in Belfius Bank. Ook Axion, het in 1994 gecreëerde merk voor jongeren van 12 tot 25 jaar, krijgt een facelift en wordt ... Belfius. Eén naam voor meer transparantie, een nieuwe website ([www.belfiusjong.be](http://www.belfiusjong.be)) en volledig herwerkte Facebook-pagina's om meer dan ooit open te staan voor jongeren en hen in hun taal en via moderne communicatiekanalen een glashelder antwoord te geven op hun vragen en verwachtingen.

Het merk Axion werd bijna 18 jaar geleden in het leven geroepen door het Gemeentekrediet. In de tweede helft van de jaren 90 groeide het al snel uit tot dé bankreferentie bij jongeren. Dat kwam tot uiting in gedurfde reclamecampagnes die meermaals in de prijzen vielen en op internationaal niveau regelmatig als voorbeeld dienden. Vandaar dat het merk nog altijd heel bekend is bij dertigers. Bij de jongere generatie verminderde dat echter mettertijd.

Belfius wil zijn klanten natuurlijk heel hun leven lang begeleiden. Omdat we vaststellen dat de leefwereld van jongeren vandaag meer verweven is met die van volwassenen, willen we voortbouwen op de specifieke aanpak van Axion maar dan onder één enkel merk: Belfius.

Om jongeren optimaal te begeleiden in het dagelijks beheer van hun geldzaken, biedt Belfius hen een gamma producten en diensten aan dat aangepast is aan hun behoeften: zichtrekening, spaarrekening, personaliseerbare betaalkaart, Prepaid MasterCard, enz. Niet te vergeten zijn tools zoals Belfius Direct Alert, Belfius Direct Net, Belfius Direct Mobile of de gloednieuwe app Belfius Travel, die helemaal afgestemd zijn op de wereld van jongeren en met een technologie werken die voor hen allang geen geheimen meer heeft. De diensten en voordelen die de bank tot nu toe via Axion aanbood, blijven uiteraard gelden en worden in de komende maanden ook uitgebreid.

Naar jongeren toestappen, naar hen luisteren en hen een service bieden via de digitale kanalen is ongetwijfeld de beste manier om op hun verwachtingen in te spelen. Net daarom heeft Belfius zijn Facebook-pagina's voor jongeren een complete facelift gegeven ([www.facebook.com/BelfiusJong](http://www.facebook.com/BelfiusJong)). Jongeren vinden er een antwoord op al hun vragen over de bank en financiële producten en kunnen er – net zoals voorheen bij Axion – deelnemen aan diverse wedstrijden. Zo kunnen fans van Absynthe Minded een groupie-package winnen om de groep backstage te begeleiden op een van de festivals waar ze deze zomer optreden, een exemplaar van hun jongste cd 'As it ever was' in de wacht slepen en tickets bemachtigen voor diverse festivals. De website AxionWeb – omgedoopt tot [www.belfiusjong.be](http://www.belfiusjong.be) -, werd ook helemaal aangepast aan de Belfius-kleuren. Jongeren vinden er bovendien makkelijker de info die hen interesseert. Al blijven jongeren natuurlijk ook altijd welkom in een van onze kantoren!

**Meer info:** [www.belfiusjong.be](http://www.belfiusjong.be) - [www.belfius.be/jong](http://www.belfius.be/jong) - [www.facebook.com/BelfiusJong](http://www.facebook.com/BelfiusJong)

#### Perscontact

[press@belfius.be](mailto:press@belfius.be)  
+ 32 2 222 02 50

Moniek Delvou  
[moniek.delvou@belfius.be](mailto:moniek.delvou@belfius.be)  
+ 32 2 222 98 16