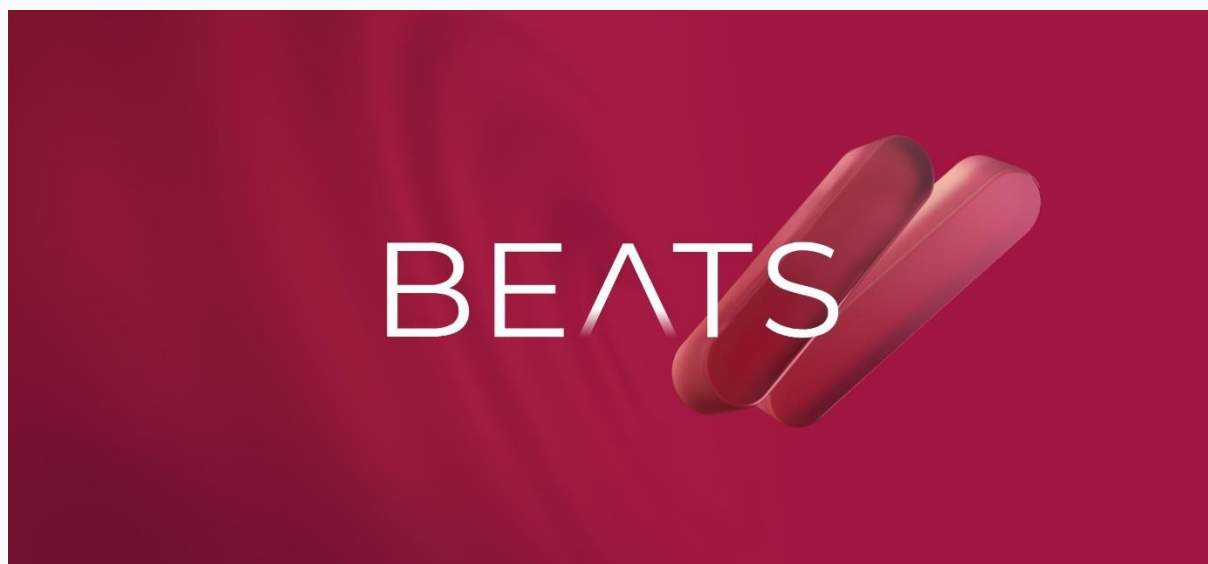


Brussel, 23 maart 2021

**Met Beats bouwt elke Belfius-klant mee aan een betere samenleving**

## **De “bankrekening” is dood. Leve Beats**



Vandaag verwachten klanten van hun bank terecht een gepersonaliseerde dienstverlening en ervaring afgestemd op hun dagelijkse behoeften en wensen. Bancair, digitaal én maatschappelijk. Afhankelijk van hun profiel en van wat hen na aan het hart ligt, kunnen Belfius-klanten vanaf 24 maart in een aantal pilootkantoren kiezen voor Beats: een gepersonaliseerd, moduleerbaar en vernieuwend aanbod dat een keerpunt betekent op het vlak van betaalpakketten en de wijze waarop iemand bankklant wordt. Beats staat voor een exclusief, competitief geprijsd maandabonnement dat voor het eerst de mogelijkheid biedt een bankluik (rekening en kaarten) en een telecomluik (abonnement internet, telefonie, tv en mobile) te bundelen op de échte maat van wat klanten interesseert en maatschappelijk waardevol vinden. Zij kiezen immers ook meteen zelf in welke actiedomeinen Belfius zal bijdragen tot een meer duurzame, Belgische samenleving.

### **De “bankrekening” voorbij**

Belfius heeft twee heel goede redenen om Beats aan te bieden. Beats zorgt in de eerste plaats mee voor een concrete invulling van zijn missie om als Belgische bank-verzekeraar zinvol en inspirerend **bij te dragen tot de Belgische samenleving**. Belfius streeft op het vlak van kredietverlening en beleggingen duurzaamheid na, maar koppelt nu ook aan het gebruik van betaaldiensten een bijdrage van de bank ten voordele van maatschappelijke uitdagingen die klanten na aan het hart liggen en zelf kiezen. Zo bouwen Belfius-klanten tegelijk mee aan een betere samenleving voor iedereen.

Ten tweede, wordt naast de onbetwiste toegevoegde waarde van kwalitatief advies via kantoor het aanbod van een performant, gebruiksvriendelijk, digitaal platform dat het leven van klanten vergemakkelijkt, almaar crucialer. Een steeds snellere digitalisering deed de bancaire en telecomwereld nog dichter naar elkaar toegroeien, en Belfius wil zijn klanten dan ook de kans bieden om hun **digitale uitrusting** op een voordelige wijze nog te verbeteren en te verbreden. Beats is voor Belfius-klanten dan ook de concretisering van het exclusief telecom-bankaanbod met een maatschappelijke toegevoegde waarde dat **Belfius en Proximus** beoogden in het kader van hun strategisch partnership dat in juni 2020 werd afgesloten. In het najaar wordt dit gecombineerd met de lancering van **"Banx"** voor Proximus-klanten.

## Hoe uniek is Beats?

Beats is een **radicaal keerpunt** op het vlak van betaalpakketten en de wijze waarop iemand bankklant wordt dankzij:

- **Een disruptieve klantbeleving:** klant worden of op Beats intekenen verloopt heel anders dan gebruikelijk. Op basis van een antwoord op eenvoudige vragen krijgt elke klant een gepersonaliseerd, moduleerbaar aanbod dat ook rekening houdt met zijn gezinstoestand en met diensten die hij/zij al heeft.
- **Een optie om te kiezen voor een gecombineerd telecom-bankaanbod** waarbij één van de drie bankpakketten kan gecombineerd worden met één van de drie telecompakketten die exclusief beschikbaar zijn bij Belfius tegen een heel scherpe prijs en met extra's op maat. Het bankaanbod zal de abonnementsformule **"Free"** (een gratis digitale rekening voor basisbehoeften), **"New"** (een full-service rekening inclusief een aantal bijkomende diensten) en **"More"** (een full-service rekening met een breed gamma diensten) omvatten. Binnen het telecomaangebod zullen klanten eveneens kunnen kiezen tussen drie telecompakketten. Een specifiek aanbod voor Private en Wealth klanten wordt in juni gelanceerd. Klanten blijven uiteraard de keuze hebben tussen het gecombineerde of afzonderlijke bank- of telecompakket, en kunnen genieten van bijkomende differentiërende voordelen en extra's in lijn met hun eigen interesses en behoeften.
- **De positieve impact op de samenleving:** de positieve impact op de samenleving die steeds meer klanten nastreven bij een aankoop, maken integraal deel uit van Beats. Voor elke klant ondersteunt Belfius een vereniging die zich maatschappelijk onderscheidt. Op basis van wat hem of haar na aan het hart ligt, kan elke klant hierbij kiezen uit drie actiedomeinen. **"Beats for Health"** in het domein gezondheid waarbij zijn steun gaat naar het Antikankerfonds. **"Beats for Planet"** in het domein milieu waarbij Airscan extra financiering ontvangt. **"Beats for People"** in het domein solidariteit waarbij zijn steun gaat naar Rode Neuzen Dag of Viva for Life. Kortom, met Beats bouwt elke Belfius-klant mee aan een betere samenleving.

## De volgende stappen?

Vanaf 24 maart kunnen Belfius-klanten voor Beats kiezen in een beperkt aantal pilootkantoren. Vanaf 6 april wordt het aanbod voor bepaalde doelgroepen uitgerold in alle Belfius-kantoren, en in het najaar zullen klanten ook digitaal kunnen intekenen via de Belfius app. Rond hetzelfde moment zullen Proximus-klanten ook voor het eerst kunnen kennismaken met "Banx".



**Marc Raisière**, CEO Belfius: *“In juni vorig jaar legden Belfius en Proximus de basis voor een uniek strategisch partnership. Met de lancering van een exclusief gecombineerd telecom-bankaanbod op de Belgische markt in een aantal pilotkantoren zetten we de eerste concrete stap in het kader van deze samenwerking. De titel van dit persbericht is allicht een boutade, maar met Beats slaan we resoluut de weg van de toekomst in. We kiezen voor een totaal nieuwe klantenbenadering waarbij klanten meteen ook kunnen kiezen in welke actiedomeinen Belfius zal bijdragen tot een meer duurzame, Belgische maatschappij. Beats wordt op die manier ook een heel concrete illustratie van de wijze waarop Belfius - in lijn met zijn purpose - meaningful en inspiring wil zijn voor de Belgische samenleving.”*

**Guillaume Boutin**, CEO Proximus: *“Ik ben zeer tevreden over de eerste concrete uiting van ons strategisch partnership met Belfius. De lancering van Beats is het bewijs dat de creatie van lokale ecosystemen en de alliantie van twee sterke lokale merken, twee “digital champions”, ons in staat stelt een completer, innovatiever en relevanter dienstenaanbod te creëren ten voordele van onze respectieve klanten. Ik kijk uit naar de toekomstige ontwikkelingen van ons partnership die we actief voorbereiden voor het najaar met de komst van Banx”.*

## Perscontact

### Belfius

**Ulrike Pommée**, + 32 2 222 02 57, [Ulrike.pommee@belfius.be](mailto:Ulrike.pommee@belfius.be) / [press@belfius.be](mailto:press@belfius.be)  
+ 32 2 222 02 57

### Proximus

**Haroun Fenaux**, + 32 476 60 03 33, [press@proximus.com](mailto:press@proximus.com)  
**Fabrice Gansbeke**, + 32 472 05 07 02, [press@proximus.com](mailto:press@proximus.com)

