



KEYTRADE
BANK



PRESS RELEASE

Doe het voor het geld

Keytrade Bank is sinds zijn lancering in 1998 uitgegroeid tot dé online bank van het land dankzij zijn vernuftige tradingplatform, dat qua uitrusting alle concurrenten het nakijken geeft. Het bedrijf profileerde zich in zijn communicatie altijd als een pak innovatiever dan de traditionele banken.

Vandaag gaat Keytrade Bank met zijn nieuwste campagne verder op deze ingeslagen weg met het thema: "Doe het voor het geld." of "Quand on aime, on compte."

Bij Keytrade Bank is alles gericht op meer rendement: het ultraperformante tradingplatform, gepersonaliseerd advies gebaseerd op uw beleggingsprofiel, minimale transactiekosten, een gratis zichtrekening, een termijnrekening met hoge rentevoeten, een spaarrekening met één van de hoogste rentevoeten van de markt en een waaier van andere investeringsmogelijkheden, ... Dan hebben we het nog niet gehad over het belangrijkste voordeel van een online bank waar investeringen vooral opbrengen voor de beleggers, en niet zozeer voor de bankiers.

De boodschap, gericht op mensen die écht voor rendement gaan, wordt gecommuniceerd via verschillende 2 m²-affiches. Doel: traffic naar de site genereren. Het hele jaar door worden surfers ook via opvallende banners naar 'de wereld van Keytrade Bank' geloodst: (<http://www.keytradebank.com/room/?l=nl>). Daar kunnen ze beurstransacties in de wacht slepen. Ze tellen euro's, dollars en yens, testen hun visie op de beurs, berekenen hun investeringsquotient, ... Zo ervaren ze wat het is om met Keytrade Bank op de beurs te beleggen.

Tijdens de eerste golf van de abribuscampagne trekt behangpapier met een opvallend motiefje van euro-, dollar- en yentekens de aandacht. Wie overal geld ziet, of op zoek is naar een goede investering, kan er niet naast kijken. De tweede golf van de campagne gaat verder in dezelfde lijn met een oogtest en een oefening om je IQ (investeringsquotient) te berekenen.

In Gent zal een gigantisch geveldoek met een motief op basis van euro- en yentekens het straatbeeld verfraaien. Ontdek deze campagne – op abribus en online – vanaf 29 mei 2007.



KEYTRADE
BANK



PRESS RELEASE

Ter herinnering :

Keytrade Bank biedt een geïntegreerd aanbod van online beurs- en bankdiensten. Via éénzelfde platform profileert Keytrade Bank zich op de markt met zeer interessante prijzen ; beursdiensten aan een 'discount' prijs, spaar- en verzekeringsproducten alsook bankdiensten met een lage kost.

Online beursdiensten : Keytrade Bank geeft toegang tot de Amerikaanse beurzen (NYSE, NASDAQ, AMEX, OTCBB), tot Euronext (Parijs, Brussel en Amsterdam) en tot de markten van Frankfurt, Milaan, Zurich en Londen.

Online bankdiensten : Keytrade Bank biedt een totaalpakket van bankdiensten aan; zichtrekeningen, hoogrentende spaarrekeningen, debetkaarten (Bancontact/MisterCash – Maestro – Proton) en kredietkaarten (Visa en American Express).

Keytrade Bank wil via haar site www.keytradebank.com de mogelijkheid bieden aan particuliere en institutionele beleggers om zelf hun bank- en beursverrichtingen te beheren via internet, ttz 24u/24, 7 dagen op 7.

Keytrade Bank maakt deel uit van de Groep Crédit Agricole, één van de eerste bancaire groepen in Europa

CONTACT: Marie-Sophie van den Abeele, Keytrade Bank. tel : 32 (2) 679 90 11/00, e-mail: marie.van.den.abeele@keytradebank.com

Brussel 29 mei 2007