

'KLANTEN KUNNEN GEWOON BIJ ONS BINNENLOPEN'

Met de overgang naar één sterk merk kiest ASN Bank voor eenvoud, slagkracht en maatschappelijke impact. Angela Eijlander, CSMO, over de nieuwe koers: "We willen klanten beter bedienen én bijdragen aan een duurzame toekomst – digitaal én persoonlijk."

Sinds 1 juli 2025 gaan de voormalige Volksbank-merken (SNS, ASN Bank en de Volksbank zelf) gefaseerd verder onder de vlag van ASN Bank, als één sterk merk. Later volgen ook RegioBank en BLG Wonen. Angela Eijlander, Chief Sales en Marketing Officer bij ASN Bank, vervult vanuit klant, merk en distributie en merkperspectief een sleutelrol in deze ingrijpende transformatie, die naar verwachting binnen drie jaar afgerond zal zijn. "We hebben gekozen voor scherpste, focus en versimpeling. Door onze krachten te bundelen, zijn we slagvaardiger geworden, kunnen we sneller leveren én effectiever inspelen op toenemende wet- en regelgeving."

DUIDELIJKE TOEKOMSTVISIE

De keuze voor ASN Bank als overkoepelend merk is het resultaat van een zorgvuldige afweging. "ASN Bank heeft een sterke merkidentiteit, hoge klantwaardering en een duidelijke toekomstvisie. We hebben klanten en adviseurs betrokken bij deze keuze. ASN Bank helpt mensen om bewuste financiële keuzes te maken. Dat doen we met producten en diensten die goed zijn voor jou én voor de wereld om je heen. Dat resoneert."

Ook klanten zijn gedurende het traject actief betrokken. "We hebben geluisterd, onderzocht en getest. Wat blijkt: klanten waarderen het als vertrouwde elementen behouden

blijven, zoals de kantoren. Waar andere banken zich uit het straatbeeld terugtrekken, geloven wij in persoonlijk contact op momenten die ertoe doen. Dankzij ons franchisemodel blijven we lokaal sterk aanwezig én steunen we lokale ondernemers. Naast onze franchiseformules blijft voor de distributie van hypotheek het intermediaire kanaal cruciaal."

DAADKRACHTIG, DICHTBIJ EN DUURZAAM

De impact op medewerkers was groot, licht Eijlander toe. "Voor veel collega's betekende dit afscheid-nemen van collega's en een merk waar ze zich al jaren mee verbonden voelden. Tegelijkertijd ontstaat er iets nieuws: de energie van samen werken aan één ambitieus merk. Door open te communiceren en iedereen steeds goed mee te nemen, zagen we opvallend veel veerkracht."

De bundeling brengt het beste samen: het duurzame profiel van ASN Bank én het persoonlijke, lokale en sociale karakter van de merken SNS en RegioBank. "Digitaal waar het kan, menselijk waar het moet. In een tijd van AI en automatisering willen we juist verbonden blijven. ASN Bank is klaar voor de toekomst: daadkrachtig, dichtbij en duurzaam." <



Angela Eijlander



**DIGITAAL WAAR HET KAN,
MENSELIJK WAAR HET MOET**



DEEL ONLINE