

ASN Bank kiest nieuwe strategie 'Versimpel en Groei'

Strategie bouwt voort op fundament lopende transformatie

- Onder de titel 'Versimpel en Groei' kiest de bank voor een sterke focus op kernactiviteiten hypotheek, sparen en betalen
- Als toegankelijke bank blijft ASN Bank bijdragen aan de transitie naar een duurzame samenleving in Nederland
- De nieuwe koers markeert een tweede fase in de lopende transformatie die eind 2024 is ingezet
- Na de keuze om onder de merknaam ASN Bank verder te gaan, volgt nu een verdere vereenvoudiging van de interne organisatie
- De intentie is het aantal arbeidsplaatsen tot eind 2026 gefaseerd te reduceren met 850-950 fte's, deels door minder externe inhuur en het niet invullen van vacatures
- De additionele kostenbesparing bedraagt naar verwachting € 80 miljoen per jaar, met ingang van 2027
- Strategie leidt tot financiële ambities, waaronder een aangescherpte cost-income ratio van 50%-55%

ASN Bank zet een volgende stap naar een financieel sterke en duurzame toekomst met een nieuwe strategie gericht op versimpelen en groeien. De bank bouwt daarmee verder op het fundament dat is gelegd met de transformatie die eind vorig jaar is ingezet. Het doel van de nieuwe strategie is groeien met de kernactiviteiten hypotheek, sparen en betalen. De bedrijfsvoering, interne processen en systemen moeten effectiever en efficiënter worden ingericht.

Deze stap volgt logischerwijze uit de eerdere keuze om sinds 1 juli onder ASN Bank als één merknaam te opereren. Zo is er bijvoorbeeld nog maar één klantenadministratie nodig en kan het huidige aantal van meer dan 160 producten sterk ingekrompen worden. De verdere vereenvoudiging van de organisatie zal naar verwachting leiden tot een reductie van het aantal arbeidsplaatsen met 850 tot 950 fte's. De implementatie vindt gefaseerd over 2026 plaats. De ondernemingsraad zal haar advies geven op de aanvraag die naar verwachting begin februari 2026 zal worden ingediend. Het sociaal plan van 2024 is van toepassing, waarbij de bank begeleiding biedt om medewerkers van werk naar werk te helpen.

Roland Boekhout, CEO ASN Bank

'Zoals we bij de halfjaarcijfers in augustus al hebben aangegeven, trekken we de ingezette lijn van de transformatie door naar de strategie. Op 1 juli zijn we formeel overgegaan naar 1 sterk merk waarmee we al onze 3 miljoen klanten onder de vlag van ASN Bank gaan bedienen. Naast mobiel bankieren houden klanten toegang tot ons landelijk dekkend netwerk met lokale kantoren. Nu deze naamswijziging met ons unieke distributiemodel vrijwel is afgerond, gaan we daarom verder met de ingezette transformatie door nu onder de motorkap de bank aan te passen. Voor verdere

versimpeling, verminderen we het aantal bestaande producten en brengen de onderliggende processen en systemen in lijn met de 1 merk strategie. Dit betekent dat het aantal producten wordt teruggebracht, processen gestandaardiseerd en systemen verder geautomatiseerd. Hiermee richten we onze bedrijfsvoering efficiënter en effectiever in.

Natuurlijk onderken ik de impact die de verdere vereenvoudiging van de organisatie heeft op alle collega's. Dit is opnieuw een ingrijpende verandering. Ik ben onder de indruk van iedereen die zich dagelijks met grote betrokkenheid en passie inzet voor onze klanten en voor de bank. We blijven bouwen aan een kerngezonde bank met een onderscheidend maatschappelijk profiel waar de klantrelatie voorop staat.'

Strategische prioriteiten

Met het sterke merk ASN Bank en een onderscheidend, maatschappelijk profiel stelt de bank in de nieuwe strategie drie prioriteiten:

1. Groei in hypotheek, sparen en betalen

Als sympathieke uitdager wil ASN Bank groeien in hypotheek, sparen en betalen met eenvoudige producten die aansluiten bij de wensen van de klanten. Voor de distributie van hypotheek blijven onze franchisepartners en het intermediaire kanaal cruciaal. Daarnaast wil ASN Bank sparen aantrekkelijker maken.

De klantervaring verbeteren staat daarbij centraal. Klanten willen snel en accuraat geholpen worden: digitaal waar het kan, persoonlijk waar het telt, om een bredere groep klanten aan te spreken. Ook in de Randstad, waar ASN Bank in Utrecht, Rotterdam en Amsterdam flagship stores opent.

2. Vergroten van maatschappelijke impact

ASN Bank blijft zich inzetten voor een duurzame en rechtvaardige toekomst voor iedereen. Zo helpt de bank klanten hun woning te verduurzamen. Ook onderzoekt ASN Bank of ze naast bestaande impactfondsen ook ruimte kan bieden aan fondsen die de transitie stimuleren. Of via financiering te investeren in de overgang naar een duurzamere economie en samenleving.

3. Versimpelen en versnellen

Simpeler, sneller, slimmer blijft het motto van ASN Bank. Vereenvoudiging is essentieel om een gezonde, kostenefficiënte bank te worden met oog voor mens en maatschappij. Nu is het tijd om de belofte waar te maken. In de eerste fase van de transformatie lag de focus op de 'voorkant' van de bank. En nu richt ASN Bank zich meer op de 'achterkant' van de bank.

Van ruim 160 verschillende producten gaat ASN Bank naar een overzichtelijk, verbeterd en passend productaanbod. Minder maatwerk betekent minder complexiteit en dus lagere kosten. De technologie van de bank moet moderner. Daarom vervangt ASN Bank verouderde systemen en standaardiseert deze waar mogelijk. ASN Bank investeert daarnaast in betrouwbare data en toekomstbestendige IT-platforms en past pragmatisch AI toe.

Klanten gaan deze veranderingen merken, omdat ze straks beter en sneller worden bediend. Bijvoorbeeld door één app, eenvoudiger processen en kortere doorlooptijden.

Remediatie

Tegelijkertijd werkt ASN Bank nog steeds hard aan het verbeteren van de anti-financial crime processen en het risicobeheer. Zoals bij de halfjaarcijfers al gemeld boekt de bank daarbij goede vooruitgang. De kosten voor het voldoen aan wet- en regelgeving blijven echter voorlopig hoog en omvat ook tijdelijke inhuur van externen.

Financiële ambities voor 2030

De strategie is primair gericht op versimpeling en groei met aangescherpte financiële ambities en resultaten. Naar verwachting resulteert de voorgestelde vereenvoudiging met ingang van 2027 in een jaarlijkse structurele kostenbesparing van in totaal € 150 miljoen, bestaande uit jaarlijks € 70 miljoen per 1 januari 2026, zoals aangekondigd op 19 november 2024 en een additionele € 80 miljoen per januari 2027. Het ligt in de verwachting dat deze deels teniet zal worden gedaan vanwege hogere tijdelijke kosten in verband met de uitvoering van het transformatieprogramma, looninflatie en extra herstelkosten in de strijd tegen financiële criminaliteit en risk management.

De ambitie met de strategie is de cost income ratio te verbeteren naar 50%-55%.

De overige financiële ambities zijn:

- Rendement op eigen vermogen 8%-10%
- Tier 1-kernkapitaalratio van tenminste 17%
- Leverage ratio van tenminste 4,5%

ASN Bank heeft de intentie over boekjaar 2025 een reorganisatievoorziening te nemen. In de eerdere fase van de transformatie vervielen al bijna 750 fte's, wat een jaarlijkse kostenbesparing oplevert van € 70 miljoen.

Eerdere aankondigingen over de transformatie:

- Persbericht van [1 juli 2025](#)
- Persbericht van [19 november 2024](#)

Voor meer informatie kunt u contact opnemen met:

Corporate Communicatie

Harmen van der Schoor
harmen.vanderschoor@asnbank.nl
06 - 10 11 73 63

Daphne Andriesse
daphne.andriesse@asnbank.nl
06 - 30 21 49 52

Investor Relations

Remko Bakker
Remko.bakker@asnbank.nl
06 - 23 20 86 62

Davey Hak
davey.hak@asnbank.nl
06 - 53 92 64 58

Over ASN Bank

ASN Bank is een toegankelijke en vooruitstrevende bank met oog voor mens, maatschappij en de toekomst. We dragen op duurzame wijze bij aan financiële oplossingen voor onze klanten én aan maatschappelijke vraagstukken in Nederland. Daarbij hebben we bijzondere aandacht voor duurzaamheid, financieel welzijn en goed en betaalbaar wonen. Onze dienstverlening richt zich met name op betalen, sparen en hypotheek – altijd met oog voor zowel het belang van de klant als

maatschappelijke impact. Als bank combineren we het gemak van veilig mobiel bankieren met de kracht van persoonlijk advies. Dankzij ons landelijk dekkend netwerk van kantoren zijn we ook fysiek dichtbij op de momenten die ertoe doen. Met deze benadering neemt ASN Bank een onderscheidende positie in binnen het Nederlandse bankenlandschap. We bedienen inmiddels drie miljoen klanten en zijn daarmee de vierde retailbank van Nederland.

Disclaimer

Dit persbericht is gepubliceerd door ASN Bank N.V. en bevat voorwetenschap in de zin van artikel 7, leden 1 tot en met 4, van de Verordening (EU) nr. 596/2014 (Verordening Marktmisbruik).

Indien u geen persberichten van ASN Bank N.V. wenst te ontvangen, stuur dan een e-mail naar communicatie@asnbank.nl. Dit document is een vertaling van het Engelse origineel en wordt in die hoedanigheid als service verstrekt. In geval van verschillen prevaleert Engelse versie. Aan het vertaalde document kunnen geen rechten worden ontleend.