

Persbericht

Van Lanschot Kempen start nieuwe merkcampagne ‘Jouw tijd’

Wij bieden klanten precies datgene waarnaar zij verlangen

Amsterdam/'s-Hertogenbosch, 2 april 2025

Van Lanschot Kempen Private Banking introduceert vandaag een nieuwe merkcampagne, met als centraal thema het meest waardevolle bezit voor haar klanten: tijd. Navraag onder onze klanten wijst uit dat zij niet per se gelukkiger worden van alleen een stijging van het vermogen, maar juist wanneer ze dat vermogen kunnen gebruiken om ruimte te creëren voor iets veel waardevollers: tijd. Dit is de basis van de opgefriste identiteit en de nieuwe campagne van Van Lanschot Kempen die te zien is in het straatbeeld, online, op billboards, radio en in print. Een helder geluid van een eeuwenoude onafhankelijke private bank die haar eigen koers vaart en volledige toewijding aan haar klanten centraal stelt. Als geen ander begrijpt Van Lanschot Kempen dat vermogen voor die klanten geen doel op zich is, maar dat het verlangen ligt in de wereld van mogelijkheden die het brengt. Van Lanschot Kempen geeft tijd aan het vermogen van haar klanten, zodat zij zich kunnen richten op wat voor hen werkelijk van belang is.

Wendy Winkelhuijzen, lid Raad van Bestuur van Van Lanschot Kempen, verantwoordelijk voor Private Banking Nederland: ‘Met deze merkcampagne vertellen we ons unieke verhaal. Wat er in het leven ook speelt, tijd is het meest waardevolle dat er is. Wij bieden onze klanten extra tijd, omdat onze betrokken specialisten aandacht geven aan hun vermogen. Van de persoonlijke service van je eigen private banker tot aan extra aandacht voor de vermogensoverdracht naar de volgende generatie. Waarbij vermogen geen doel op zich is, maar een middel: zodat onze klanten ruimte hebben voor wat voor hen belangrijk is. De waarde van tijd begrijpen wij met bijna drie eeuwen ervaring als geen ander.’

Jurian van der Hoeven, managing partner bij Dawn, het bureau dat de nieuwe campagne heeft ontwikkeld: ‘Werken voor Van Lanschot Kempen betekent werken voor een instituut met een grote historie. Dan torn je niet aan dat sterke DNA, maar is het de uitdaging juist die kwaliteiten opnieuw zichtbaar te maken. Voor meer mensen, voor nieuwe doelgroepen en voor de toekomst. Want van een private bank verwachten klanten meer dan ooit tevoren. Persoonlijke service in de eerste plaats, maar bijvoorbeeld ook kennis van zaken en bovenal het vertrouwen dat het goed zit met hun vermogen.’

Benieuwd naar de nieuwe merkcampagne? Kijk dan op: [Daarom Van Lanschot Kempen](#)

Media Relations

Daan Joosen

T +31 20 354 45 85

mediarelations@vanlanschotkempen.com

Investor Relations

Jan-Willem Plomp

T +31 20 354 45 90

investorrelations@vanlanschotkempen.com

Over Van Lanschot Kempen

Van Lanschot Kempen is een onafhankelijke, gespecialiseerde wealth manager, actief in private banking, investment management en investment banking. Ons doel is het behoud en de opbouw van vermogen, op een duurzame manier, zowel voor onze klanten als voor de samenleving waar we deel van uitmaken. Door onze langetermijnfocus creëren we positieve financiële en niet-financiële waarde. Van Lanschot Kempen, genoteerd aan Euronext Amsterdam, is de oudste onafhankelijke financiële instelling van Nederland met een geschiedenis die teruggaat tot 1737.

Zie voor meer informatie: vanlanschotkempen.com

Belangrijke juridische informatie

Dit persbericht is geen (uitnodiging tot het doen van een) aanbod tot het (ver)kopen of anderszins verkrijgen van of inschrijven op financiële instrumenten en is geen advies of aanbeveling om enige handeling te verrichten of na te laten.