

Nieuwe campagne ING toont maatschappelijke betrokkenheid.

Want waar een wil is moet ook een weg zijn.

19 DECEMBER 2016, AMSTERDAM, MAANDAG 19 DECEMBER 2016

SUMMARY

ING steunt overal in Nederland maatschappelijke initiatieven. Maar dat is niet overal in Nederland bekend. Daarom lanceert de bank voor het eerst een geïntegreerde campagne rondom dit thema. In de campagne komen echte mensen met echte wensen aan het woord.

“**N**ederland barst van de maatschappelijke initiatieven”, vertelt Louise Meijer, Manager Branding & Marketingcommunicatie ING, “En dat kunnen we als betrokken bank alleen maar toejuichen. Daarom zijn we altijd op zoek naar nieuwe mogelijkheden om de Nederlandse samenleving vooruit te helpen. Omdat we vinden dat waar een wil is, een weg moet zijn.”

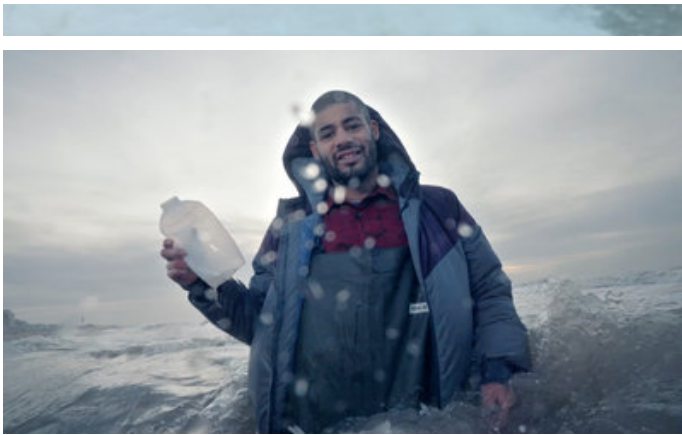
De campagne, bedacht en ontwikkeld door J. Walter Thompson Amsterdam, komt tot uiting op tv, outdoor, in de ING-kantoren en op ING.nl/waareenwilis. Zo zien we de Noordwijkse Reddingsbrigade, het Máxima Medisch Centrum en de elektrische bussen van Connexxion voorbij komen.

Voor social werd nauw samengewerkt met Boomerang Motion. In een serie online films worden de maatschappelijke initiatieven van tv verder uitgediept. Rapper Willie Wartaal pakt hierbij de rol van reporter.



IMAGES





SPOKESPEOPLE



Creative Related; Bas Korsten

Executive Creative Director

bas.korsten@jwtamsterdam.nl



Agency Related; Ralph Wisbrun

Managing Partner

ralph.wisbrun@jwtamsterdam.nl

ABOUT J. WALTER THOMPSON AMSTERDAM

We're a local agency with international ambitions. Intergalactic ambitions even. To reach that goal we've transformed the agency quite drastically. For instance, we only have 3 departments: Think, Do and Make. Why? Because you have to keep it simple this day and age to help your clients face an increasingly complex world.



J. Walter Thompson Amsterdamnewsroom

