

# ING VRAAGT NEDERLAND 'WAT GAAT HET WORDEN?'

Unieke WK campagne bedacht door JWT Amsterdam lanceert grootste online voetbalpool ooit en geeft resultaten terug op TV



Info Amsterdam, Nederland | Gepubliceerd op: 28 mei 2014

**Samenvatting** **28 mei 2014, Amsterdam: In opdracht van ING, trotse hoofdsponsor van Oranje ([www.ing.nl](http://www.ing.nl)) bedacht JWT Amsterdam ([www.jwtamsterdam.nl](http://www.jwtamsterdam.nl)) de grootste online WK voetbalpool ooit in Nederland. De online pool ([www.watgaathetworden.nl](http://www.watgaathetworden.nl)) vormt de basis van een geïntegreerde campagne die afgelopen zaterdag aftrapte met een TV- commercial op 17 mei tijdens de eerste uitzaaiwedstrijd van het Nederlands elftal.**

**Details** Tijdens het WK stijgt de Oranjekoorts tot ongekende hoogte. Nederland transformeert in een natie met 17 miljoen 'voetbalexperts'. De prangende vraag die niet alleen voorafgaand, maar ook tijdens en zelfs tot aan het laatste fluitsignaal op ieders lippen brandt, is: 'Wat gaat het worden?' Op [www.watgaathetworden.nl](http://www.watgaathetworden.nl) kan heel Nederland het antwoord op die vraag met elkaar delen. De voorspellingen die Nederland doet in de voetbalpool, worden vervolgens in unieke voorspelcommercials vlak voor de WK-wedstrijden 'teruggegeven'.

Vorige week zaterdag ging de 50 seconden durende aftrap-commercial live. Deze commercial, geregisseerd door Marco Grandia (bekend van de Kobe vs. Messi-spot) is opgenomen in een kleurrijke favela in Rio de Janeiro en toont 32 Braziliaanse voetballertjes met hun vrienden en familie, die allemaal daadwerkelijk in de favela wonen, in de voorbereiding op hun eigen mini-WK. Als de bal op 12 juni gaat rollen in Brazilië, volgt een tweede commercial waarbij de bal ook rolt in het WK van de jongetjes. Aan het eind van beide commercials nodigt de voice over, niemand minder dan de legendarische Evert ten Napel, je uit om je voorspelling te delen op [www.watgaathetworden.nl](http://www.watgaathetworden.nl).

Het unieke aspect van de campagne komt aan het eind van het laatste commercialblok voor een WK- wedstrijd: een TV-commercial waarin Gabriel, het jongetje dat Nederland vertegenwoordigt, de voorspelling van Nederland onthult die uit de online voetbalpool omhoog is gekomen.

Speciaal voor deze campagne heeft het legendarische DJ trio Kraak & Smaak in samenwerking met Lilian Vieira de track *Le Leo* opgenomen. Deze up beat track met een Braziliaans tintje is nu beschikbaar in iTunes.

Het digitale platform dat JWT Amsterdam ontwikkelde in samenwerking met MediaMonks, wordt ondersteund door TV-commercials, een mini-documentaire, radio, print, OOH en communicatie in de ING-kantoren. Een extra aspect is het 'ING BN-er Panel' met voetbalexperts dat dagelijks, onder andere in het AD antwoord geeft op de vraag: 'Wat gaat het worden?' om Nederland zo nog meer te betrekken bij de online pool.

In deze unieke campagne gebruiken we dus offline media om heel Nederland de online pool te laten spelen en geven we lastminute de voorspellingen, die Nederland online doet, terug in offline media. De campagne verbindt Nederland zo nog meer met het WK en wakkert de liefde voor voetbal in ons land aan tot ongekende hoogte.

## JWT Amsterdam

Hirschgebouw Leidseplein 29  
1017 PS Amsterdam  
+31 (0)20 301 96 96

## JWT Rotterdam

Hirschgebouw Leidseplein 29  
1017 PS Amsterdam  
+31 (0)20 301 97 97

## WOORDVOERDERS

### Creative Related; Bas Korsten

Executive Creative Director  
[bas.korsten@jwtamsterdam.nl](mailto:bas.korsten@jwtamsterdam.nl)

### Agency Related; Ralph Wisbrun

Managing Partner  
[ralph.wisbrun@jwtamsterdam.nl](mailto:ralph.wisbrun@jwtamsterdam.nl)

### Jodi Banfield


PR Director  
[jodi.banfield@jwtamsterdam.nl](mailto:jodi.banfield@jwtamsterdam.nl)

### Melanie Hoen


PR Manager  
[melanie.hoen@jwtamsterdam.nl](mailto:melanie.hoen@jwtamsterdam.nl)

Oprichtgever: Johan van der Zanden (Directeur Communicatie) en Louise Meijer (Manager Marketing en Communicatie) ING. Hoofdverantwoordelijk voor deze campagne zijn: Bas Korsten (ECD) en David Navarro (Head of Design/ Interactive Director) JWT Amsterdam.

Relevante links  [Wat gaat het worden?](#)

Citaten  *“Wat gaat het worden? Dé centrale vraag waarin de betrokkenheid bij en de liefde voor voetbal als geen ander samenkomen. Samen met al die 17 miljoen Oranjefans gaat ING antwoord geven op deze vraag. Wij zijn, als hoofdsponsor van het Nederlands elftal, betrokken bij Nederland en betrokken bij Oranje. Deze WK-campagne is duidelijk en relevant en laat ook zien dat we weten wat er leeft en speelt in ons land.”*

— Johan van der Zanden (Directeur Communicatie ING Nederland)

 *“Natuurlijk is het de droom van elke creatief om een WK campagne te maken. Zeker wanneer de klant evenveel van voetbal houdt als jijzelf. Naast een campagne met een online hart, die zich verspreidt over acht of negen verschillende kanalen, is het vooral de liefde voor voetbal die centraal staat. Voetbal heeft de kracht om een natie te verbinden en daar proberen we met ‘Wat gaat het worden?’ aan bij te dragen.”*

— Bas Korsten (ECD JWT Amsterdam)

Afbeeldingen





Documenten  Credits\_ING\_JWTAMS\_WK\_2014.docx

Audio  140423\_ING\_WK\_SINGLE\_FINAL\_MIX.mp3

## Over JWT Amsterdam

We're an advertising agency that thinks a little differently. We believe that our complex world calls for a new way of working. And we've built our entire agency around it. Three simple words that will redefine the way you and we do business: Think, do, make.

powered by  pr.co