“Vertrouwen en support geven ruimte om te presteren”

ING start campagne tegen online haat rond WK en roept op tot steun voor Oranje

In aanloop naar en tijdens het WK roept ING voetbalfans op om hun steun luid en positief te laten horen en trekt de bank publiekelijk een grens: scherpe kritiek hoort bij voetbal, persoonlijke aanvallen en haat niet. Aanleiding is de groeiende verharding op sociale media, waar volgens onderzoek 44 procent van de profvoetballers maandelijks mee te maken krijgt. In de campagne spelen onder anderen Cody Gakpo, Jeremie Frimpong en Jan Paul van Hecke een rol, naast Ruud Gullit, die als ambassadeur optreedt. Met deze campagne maakt ING het onderscheid zichtbaar tussen kritiek en online haat. De bank wil zo het gesprek over online gedrag aanjagen, met nadruk op waar de grens ligt van wat acceptabel is.

Kritiek mag, persoonlijke aanvallen niet

Nederland is een voetballand. Nederlanders houden van het spel, leven mee, juichen, vloeken en analyseren. Met traditioneel veel uitgesproken meningen over opstellingen, speelwijzen en wissels. Die kritische houding hoort bij het spel en bij de Nederlandse voetbalcultuur. Achttien miljoen bondscoaches, allemaal met een mening. Dat is betrokkenheid, dat is passie. Maar online vervaagt steeds vaker de grens tussen inhoudelijke kritiek en persoonlijke aanvallen die uitmonden in haat tegen spelers. Dáár ligt de grens.

Maatschappelijke verantwoordelijkheid

ING viert dit jaar 30 jaar betrokkenheid bij het Nederlandse voetbal, via de sponsoring van de KNVB. Niet alleen bij Oranje, maar ook bij het amateurvoetbal en de bredere voetbalgemeenschap. Dat brengt ook een verantwoordelijkheid met zich mee om maatschappelijke thema's te adresseren.

Peter Jacobs, CEO ING in Nederland: “Deze campagne gaat over hoe we in Nederland met elkaar omgaan. Wie denkt dat woorden geen impact hebben, vergist zich. Als bank die midden in de samenleving staat én als hoofdsponsor van Oranje nemen wij hierin verantwoordelijkheid. Dit is het moment om als supporters kleur te bekennen. En we hopen dat positieve steun voor Oranje het begin is van een bredere trend: geef positieve steun en geen online haat aan mensen die je volgt, of ze nu prof, amateur of pupil zijn.”

"Deze campagne gaat over hoe we in Nederland met elkaar omgaan. Wie denkt dat woorden geen impact hebben, vergist zich."

Peter Jacobs, CEO ING in Nederland

Ook bondscoach Ronald Koeman onderstreept het belang van steun in plaats van twijfel: “Spelers weten heus wel wanneer het beter moet. Maar het maakt een wereld van verschil of je voelt dat mensen je steunen of je afkraken. Vertrouwen en support geven ruimte om te presteren. Die energie vanaf de tribune – en tegenwoordig ook online – komt echt binnen.”

"Vertrouwen en support geven ruimte om te presteren. "

Ronald Koeman, bondscoach Nederlands elftal

Positiviteit tilt spelers op

De campagne richt zich op het belang van positieve steun voor Oranje, juist ook op momenten dat het eventueel minder kan gaan. Volgens Ruud Gullit, ambassadeur van de campagne, raakt online haat de kern van topsport. “Iedereen wil wereldkampioen worden, maar prijzen win je niet met negativiteit en schreeuwen vanaf de zijlijn. Kritiek mag scherp zijn, haat maakt kapot. Voetbal draait om samen winnen en samen verliezen. Positiviteit tilt spelers op, dat heb ik mijn hele carrière zelf ervaren. Dit is een oproep aan heel Nederland.”

"Iedereen wil wereldkampioen worden, maar prijzen win je niet met negativiteit en schreeuwen vanaf de zijlijn."

Ruud Gullit, oud international en ambassadeur van de campagne

Ook international Cody Gakpo onderschrijft dat belang: “Iedereen heeft een mening, dat hoort erbij. Zeker als je voor Oranje speelt. Maar als je voelt dat supporters achter je staan, geeft dat vertrouwen. Die steun kan écht het verschil maken op het veld.”

"Iedereen heeft een mening, dat hoort erbij. Zeker als je voor Oranje speelt."

Cody Gakpo, speler Oranje en Liverpool FC

Aansluiting bij KNVB-aanpak

Met de campagne versterkt ING de bredere inzet tegen online discriminatie en haat. De aanpak sluit aan bij het KNVB-programma Ons Voetbal Is Van Iedereen, waarin de bond samen met de Rijksoverheid, discriminatie bestrijdt door te werken aan gedragsverandering, vroegtijdige signalering, sanctionering en samenwerking met deskundigen. Marianne van Leeuwen, directeur betaald voetbal KNVB: “Voetbal is van iedereen. Dat betekent ook dat we samen verantwoordelijkheid dragen voor hoe we met elkaar omgaan, ook online. Kritiek hoort bij voetbal, maar haat en discriminatie gaan altijd te ver. Het is mooi dat ING als hoofdsponsor supporters stimuleert om bij te dragen aan een positiever online klimaat rondom ons voetbal.

"Het is mooi dat ING als hoofdsponsor supporters stimuleert om bij te dragen aan een positiever online klimaat rondom ons voetbal."

Marianne van Leeuwen, directeur betaald voetbal KNVB

Van fans naar dragers van vertrouwen

Met de WK-campagne roept ING supporters van Oranje op hun steun aan de spelers zichtbaar te maken. Niet door haatdragende berichten te delen, maar door positieve support te posten en te verspreiden. ING zet vervolgens een deel van zijn mediabudget en -bereik in om positieve berichten van Oranjefans extra zichtbaarheid te geven. Door content van supporters actief te versterken wil de bank bijdragen aan een positiever online klimaat. Het doel is simpel maar ambitieus: Oranje laten voelen dat Nederland achter hen staat.

Deel je liefde voor Oranje met #BoostOranje | Voetbal | ING

youtu.be

Contactgegevens

Harold Reusken

Head of Media Relations ING Nederland
Corporate Zaken
Sponsoring

harold.reusken@ing.com

Kopieer link

https://nieuws.ing.nl/nl-NL/266059-ing-start-campagne-tegen-online-haat-rond-wk-en-roept-op-tot-steun-voor-oranje/