**ING – DOUBTING – PR**

**Twijfelen zet aan tot doen in de nieuwe campagne van ING en TBWA.**

.

**Twijfelen dat doen we allemaal. Zeker in uitdagende tijden zoals vandaag. Maar als je over iets twijfelt in je leven, wil dat zeggen dat je klaar bent om er iets aan te veranderen. Twijfelen is de eerste stap van doen.**

Als je twijfelt, denk je harder na over wat wél en wat niet. Degenen die vandaag over iets twijfelen zijn de doeners van morgen. Twijfel zorgt voor verandering. En dat geldt ook voor je bankzaken.

Zou ik mijn geld beleggen of zou ik toch nog even sparen voor een appartement? Zou ik die dure reis wel doen, of zou ik dat geld beter gebruiken om mijn pop-up op te starten? Is het nu een goed moment om te kopen, of zou ik beter nog even blijven huren?

Met hun nieuwe campagne wil ING de twijfels van mensen omzetten in daden.

Die boodschap zien we in verschillende vormen terugkomen. Via een reeks krachtige lijnen op billboards en in print, een digital campagne waarin we tal van herkenbare twijfels verspreiden met de nodige dosis humor en een TV spot waarin die humor volledig centraal staat. De spot werd geregisseerd door Jeroen Mol voor Czar en is een verheerlijking van twijfel met een personage dat we op zijn minst verrassend kunnen noemen en een enorm aanstekelijke soundtrack.

“Met onze nieuwe gedurfde merkcampagne positioneert ING zich als de bank die mensen in staat stelt grip te hebben over hun financiën. Door hen gerust te stellen dat het OK is om te twijfelen bij het nemen van belangrijke beslissingen op privé- en professioneel vlak. Want twijfel kan leiden tot verandering. En ING is er om die twijfel om te zetten in daden. Met duurzame producten en deskundig advies voor onze particuliere en bedrijfsklanten”, zegt Laurent Winnock, Head of Communications, Brand & Marketing Communications ING Belgium.

Ontdek de campagne vanaf 31 januari en als je achteraf met twijfels zit, staat ING klaar om ze om te zetten in daden.