**re:member utmanar svenska folket att ta kontroll över sina liv.**

Nu vill kreditkortsföretaget göra 2013 till året då vi tar kontroll över våra liv. Med kampanjen #incharge2013 ska svenska folket med hjälp av reklamfilmer och en digital satsning utmanas att ta kontroll över allt ifrån bortprioriterad träning till dyrt lunchande. Syftet med kampanjen är att ta re:members pay off *You’re in charge* till nästa nivå.

* Det är dags att inte bara tala om för människor attde kan ta kontroll, utan också uppmuntra och ge dem medlen att faktiskt göra det. Med #Incharge2013 vill vi visa att re:member är ett personligt och självsäkert varumärke som kan hjälpa dig att ta kontroll över olika områden i livet, säger Carina Björkefors, VD för Entercard Sweden.

I de två reklamfilmerna vill man visa att alla har de egenskaper som krävs för att ta kontroll över stort som smått i livet. Tittarna uppmanas också att själva visa hur man tar kontroll med hashtaggen #incharge2013.

* För oss var det ett medvetet val att ha med hashtaggen #incharge2013 genomgående i filmerna, ett fenomen som ännu inte är så vanligt i svensk reklamfilm men desto större i t.ex. USA. Vi ser det som ett sätt att skapa engagemang på ett så tidigt stadium som möjligt, fortsätter Carina Björkefors.

Kampanjen tas vidare digitalt från filmerna på sajten remember2013.com. Där kan man utmana sig själv eller en vän för att ta kontroll över olika områden i livet och vara med och tävla genom att visa upp den genomförda utmaningen på Instagram med #incharge2013.

* Med den digitala satsningen hoppas vi kunna bidra till att ändra invanda vanor. Vi vill göra 2013 till året då vi faktiskt tar tag i oss själva och tar kontroll över allt det där som man så ofta skjuter upp, avslutar Carina Björkefors.

*EnterCard står bakom varumärket re:member. EnterCard är ett nordiskt kreditkortsföretag som ägs av Swedbank och den brittiska banken Barclays Bank.*

*Reklambyrån Rodolfo står bakom kampanjen som gick live med reklamfilmer och kampanjsite den 11/3-13.*