RADIO 1 EN MORTIERBRIGADE DOEN AAN TRAFFIC JAMMIN'

België staat stil, en dat danken we ondermeer aan de vele files.

Daarom organiseert Radio 1 de STOP 30, een hele week over mobiliteit en de meest frustrerende files, en hoe ze op te lossen.

mortierbrigade creëerde een campagne in de sfeer van een heuse (S)TOP 30, op een medium waar iedereen naar luistert terwijl we in de file staan.

Tussen de muziek op Radio 1 ontdekken mensen bekende nummers die gaandeweg afwijken van het origineel.

Zo wordt AC/DC's "Highway to hell" plots "This highway is hell', en Bob Marley's "Jammin" wordt "Traffic jammin". "Don't go breaking my heart' werd "Don't go braking that hard".

In de helft van het nummer roept een voice over de luisteraars op om mee te helpen om de fileproblemen op te lossen.

Er is ook een compilatie-spot die de 'STOP 30' aankondigt. Daarin ontdekken we overigens ook nog 'Mister Crap Driver'.

En daarnaast zijn er online een aantal karaoke-versies beschikbaar, mét aangepaste tekst, opdat de mensen kunnen meezingen in de file.

Een mooi voorbeeld van mediacreativiteit én een sterk staaltje muziek en sounddesign van Sonicville, die telkens verbazend dicht bij het origineel wisten te blijven.

Credits

Advertiser: Radio 1

Client: Bob Madou, Gunther Van Acker, Stijn Ombelets, Danny Van der Elst, Geert Dewaele

Agency: mortierbrigade

Creative directors: Jens Mortier, Joost Berends, Philippe De Ceuster

Head of production: Charlotte Coddens

Creative team: Jan Schoofs, Babo Schokker

Agency producer: Lies Bernaer

Sound: Sonicville

Editor: Ward Geerts