**Hoe zat dat nu ook alweer?**

**Hoog tijd om het beste van Woestijnvis te herbekijken volgens Telenet en TBWA**

**“De emmer der okselvijvers zit vol!” Of was het van gezever? Of nee... van vernedering?**

**Omdat zelfs de grootste klassiekers na een tijdje wel eens vervagen heeft Telenet samen met TBWA een gloednieuwe campagne gelanceerd om dit extra in de verf te zetten. Een ode aan de grootste Woestijnvis-quotes: hierin worden ze opgerakeld, door mekaar gehaspeld, maar vooral uitvoerig gevierd. De perfecte reden om het beste van Woestijnvis allemaal nog eens te bekijken. Want alles staat nu gratis in de TV-theek van elke Telenet TV-klant.**

**We zitten met een postercampagne in de familie**

De speerpunt van deze campagne is een grootse posteractie waarbij de bekendste Woestijnvis-quotes door mekaar gehaald zijn. Posters met onder andere “We zitten met ne pornomens in de familie”, “Den draadkameraad” en “Pas op voor het protputteke” poppen op over het hele land. Zo ook in de grote trappenhal van Antwerpen Centraal.

**En nog veel meer online zever, gezever**

Ook online en via social wordt deze campagne doorgetrokken. Talloze prerolls en social posts geven elk hun eigenzinnige kijk op het beste wat het productiehuis voortgebracht heeft. Bovendien kan iedereen z’n eigen kennis uitvoerig testen via een knotsgekke quiz in samenwerking met Het Nieuwsblad. Wie haalt meer dan niveau nihil?

\*\*\*

**CREDITS:**

Campaign Title: Telenet - Woestijnvis

Creative Director: Jan Macken

Creative Team: Arnaud Bouclier – Philip De Cock – Vital Schippers

Account team: Isabelle Broes, Philippe Van Eygen, Ellen Van Praet, Hans Michiels

Design: Elke Broothaers, Olivier Verbeke, Jana Keppens, Olivia Maisin

Copy : Anke Verhaegen – Nadine Claes

Online production: SAKE – Digital Craftsmen

Client: Nathalie Rahbani, Isabelle Maselis