**Ozark Henry en TBWA geven 2 verongelukte jongeren opnieuw een stem**

**In het nieuwe nummer van Ozark Henry “21 grams short” horen we de stemmen van 2 verongelukte jongeren. Het blijkt de start te zijn van de verrassende nieuwe campagne die TBWA creëerde voor het BIVV, om jongeren op een pakkende manier aan te spreken.**

Jaarlijks sterven er 128 jongeren op onze wegen. De meeste van deze ongelukken zijn te wijten aan te snel rijden, oververmoeidheid of rijden onder invloed van alcohol of drugs. De juiste manier vinden om jongeren hierover aan te spreken is niet eenvoudig. Hen met het vingertje wijzen heeft zelden het gewenste effect, en op overheidscampagnes zitten ze niet te wachten. Maar ook al komt wijsheid met de jaren, hun hart zit wel al op de juiste plek. Geen rationele aanpak dus deze keer, maar een emotionele.

TBWA vroeg aan Ozark Henry om een pakkend lied te schrijven over het verlies na een ongeval. Een song die iedereen raakt en die doet nadenken over wat het verlies van een geliefde, een vriend, een broer aanricht in diens omgeving. Het lied ’21 Grams Short’ werd gereleaset op alle nationale zenders zonder enige referentie naar het BIVV. De aangrijpende clip die erbij hoort werd gedraaid door Guy Goossens, regisseur van o.a. Matroesjka’s en Frits&Freddy.

Twee weken later volgt dan het tweede deel van de campagne. Op een persconferentie van het BIVV wordt de hele campagne uit de doeken gedaan. De single van Ozark Henry is het begin van een nieuwe sensibiliseringscampagne. De stemmen en beelden die aan bod komen in de song en de clip zijn die van Kevin en Maxime, 2 jongeren die echt omgekomen zijn in de wagen. Ozark Henry haalde zijn inspiratie voor het lied uit gesprekken met familie en vrienden van de Waalse Maxime en de Vlaamse Kevin. En het is net omdat dit nummer een echt verhaal is van echte emoties, dat het veel meer naar de keel grijpt dan een vingerwijzende affiche langs de weg of een anoniem bericht in de krant. Niemand bereikt jongeren beter dan hun leeftijdsgenoten, en muziek raakt je emotioneel, wat zoveel krachtiger is.

Wie wil, vindt meer informatie over de verhalen van Maxime en Kevin op het online platform goforzero.be. Naast de making-of van de song, de videoclip, de getuigenissen over het verlies van Maxime en Kevin, vind je er ook verschillende tips en tools die je zelf kunnen helpen om ongevallen te voorkomen. Want dat is nog steeds het uiteindelijke doel van Go For Zero: samen van 128 jonge slachtoffers per jaar naar 0.

**Credits**

Client: BIVV (Belgisch Instituut voor de verkeersveiligheid)

 Jan Vandaele

Campaign Title: A final message

Creative Director: Frank Marinus & Geert Verdonck

Art Director: Najate El Achari

Copywriter: Joris Luyten

Account team: Bénédicte Ernst & Miet Vanderyse

Production agency: SAKE

 Producer: Sarah Bornauw

 Sound Engineer : Jan Pollet & Gwen Nicolay

 Editor: Tom Syryn

 Director: Guy Goossens

 Song : Piet Goddaer/Ozark Henry