

Onlangs is de nieuwe Bob campagne gestart. De Postbus 51-spots op tv en radio worden uitgezonden van 5 juni t/m 9 juli.

In de nieuwe campagne wordt een koppeling gelegd tussen Bob en sport. De nadruk in de communicatie ligt op alcoholgebruik: in sportkantines, tijdens het bezoek aan sportevenementen, tijdens het kijken naar sportevenementen in een horecagelegenheid en bij vrienden of familie thuis.

WK

In de TV-commercial zien we de meest fanatieke oranjefan. Zijn vrienden zijn ook wel fan, maar niet zo fanatiek als hij. In alles is te zien dat de fan helemaal los gaat, bij een wedstrijd, maar ook in de kroeg onder het genot van een glas water. Hij vermaakt zich prima, want dat kan heel goed zonder drank. Ook zijn vrienden wijzen ons erop "hij blijft altijd zo lekker nuchter". Het laatste shot zien we de Nuchtere Bob zijn vrienden veilig naar huis brengen.

Algemene sport

We zien een wedstrijd op een afgelegen voetbalveld. Geen publiek, wat oudere mannen die voor de lol een balletje trappen. En dan opeens de wereldgoal, die je helemaal niet op een dergelijk niveau voetbal zou verwachten. Maar in plaats dat zijn teamgenoten hem feliciteren en met hem mee feesten, nemen ze iemand anders op de schouders. De oude mannetjes langs de zijlijn geven het al aan; Dat is zeker de BOB!

Radio

Ook hiervoor verschillende versies. Een voor het WK en twee voor als het Nederlands elftal niet meer meedoet aan het WK. In de WK spot ligt de nadruk op het maken van een afspraak tussen de supporters: wie blijft er nuchter en rijdt er naar huis, zolang dit niet geregeld is begint de wedstrijd later. In de twee andere spotjes is er sprake van interactie tussen de spelers op het veld. Wie is de Bob?

Aanvullend

Er zijn in overleg met vier sportbonden (tennis, voetbal, korfbal en hockey) toolkits gemaakt. Deze toolkits zijn verspreid onder kantines van deze sporten, om zo de aandacht in de kantine te vragen voor Bob