Adformatie nr. 17 23-4-'92

3. Grolsch
Doelstelling: Binnen het bestaande tv-concept Grolsch positioneren als hèt topkwaliteit premium pilsner bier van Nederland.
Opdrachtgever: Grolsche Bierbrouwerij Nederland.
Medium: Televisie.
Bureau: FHV/BBDO.
Copywriter: Hans Ophof.
Art director: Johanna Koelman.
Accountbehandeling: Jacques Kuyf, Don Kouwenhoven.
Verantwoordelijk bij cliënt: Paul van Sprang, Nick Pauli.
Regisseur: Syd Macartney.
Produktiemaatschappij: Rawi Macartney.
Producer: Alison Mayow.
Producer bureau: Meta Bolten.
Lighting cameraman: Mick Coulter.
Editor: Martin Smith.
Geluidsstudio: Jaap Eggermont.
Verhaal: Man arriveert op vliegveld, tijdens taxirit dagdroomt hij over zijn thuiskomst. Zijn vriendin is echter niet thuis en hij rijdt door naar een café, waar hij haar alsnog ontmoet.

Dia's van nieuwe printcampagnes, een VHS-band en clippings van nieuwe commercials, met vermelding van doelstelling en credits, moeten één week voor verschijning van de volgende Adformatie ter redactie zijn. T.a.v. „nieuwe campagnes".

3. „Op een dag drink je geen bier meer maar drink je Grolsch"