



Cup-a-soup
Unilever Nederland B.V.
t.a.v. de directie
Postbus 160
3000 AD ROTTERDAM

Amsterdam, 17 november 2008

Betreft: Vraag met betrekking tot slogan Vier uur Cup-a-soup

Geachte producenten van *Cup-a-soup*,

Wat een heerlijke soepen maakt u al jarenlang! Vooral Asperge, Paddenstoelenbouillon en Pommodori Tomaat zijn mijn favorieten. Voor op het werk is *Cup-a-soup* een ideaal tussendoortje. De soepen bevatten weinig calorieën maar geven toch nét even dat idee weer wat vulling te hebben, genoeg om lekker door te gaan met werken. Het is dan ook een goede marketingstrategie van u geweest *Cup-a-soup* als kantoorproduct in het zakelijk verkeer te brengen. Met betrekking daarop heb ik echter wel een vraag.

Hetgeen mij namelijk al verbaast vanaf de lancering van de slogan *Vier uur Cup-a-soup*, is de keuze voor het specifieke tijdstip vier uur. Vier uur is meer een tijd waarbij je denkt aan de oude slogan *snoep gezond, eet een appel*. Is voor een zout tussendoortje als een *Cup-a-soup* **kwart voor vijf** niet veel beter? Voor de vijf in de klok zit is immers niet geoorloofd te borrelen, en dat is waar het hartige karakter van de *Cup-a-soup*'en aan doet denken.

Natuurlijk begrijp ik dat de poëzie één van uw argumenten heeft moeten zijn. Vier uur is een kort en krachtig tijdstip. Maar dat kan niet uw enige reden zijn, u moet ongetwijfeld hebben nagedacht over het meest optimale tijdstip voor een werknemer een zout tussendoortje te nuttigen. Ik vraag u dan ook mij uitsluitel te geven over uw argumenten omtrent het gekozen tijdstip in uw slogan *Vier uur Cup-a-soup*. Ondertussen gaan wij hier in Amsterdam vrolijk door met *kwart-voor-vijf, straks naar huis, maar eerst nog een Cup-a-soup*.

Met vriendelijke groet,

Danny Mekic
Algemeen Directeur Domeinbalie.nl