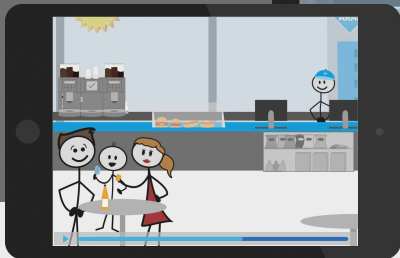
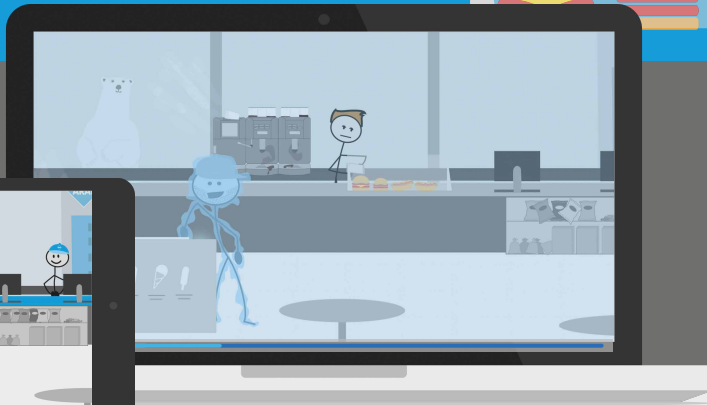
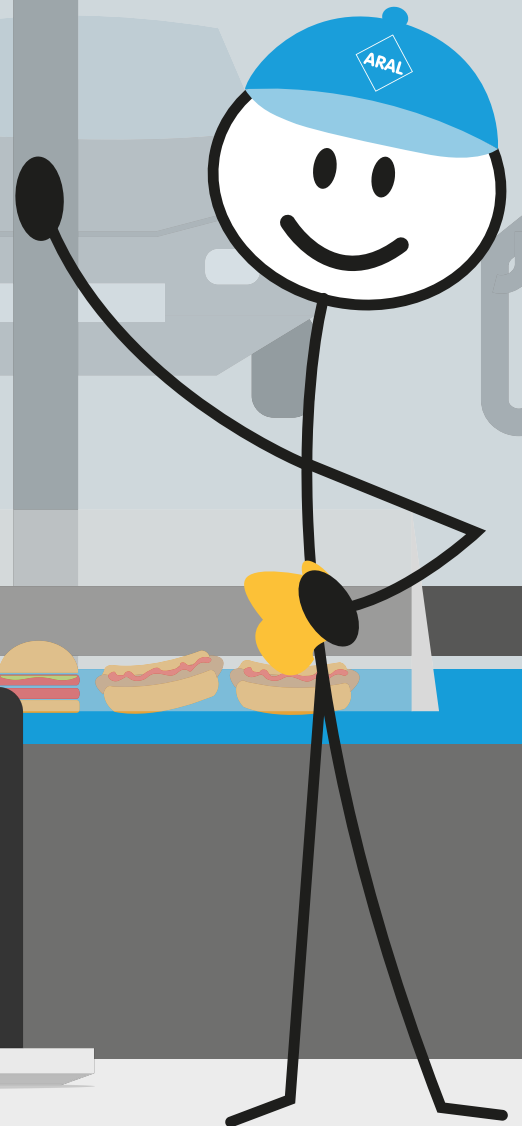
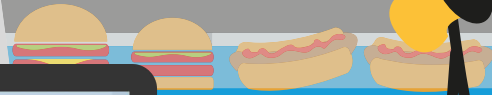
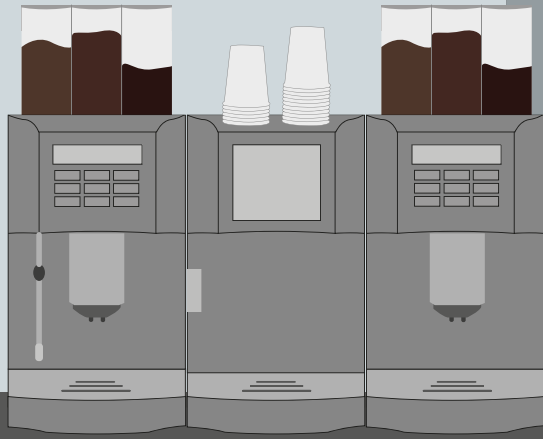




Zeichentrickfilme mit Bob.  
Bob arbeitet bei Aral.



## DIGITALE LERNKOMMUNIKATION FÜR BP- UND ARAL-TANKSTELLENMITARBEITER.

Der multinationale Öl- und Gas-Konzern BP verfügt über ca. 70.000 Tankstellen rund um den Globus. Allein in Deutschland gehören 2.500 Tankstellen zur BP-Marke Aral. Um die Tankstellenmitarbeiter auf die Wichtigkeit der täglichen Routinen aufmerksam zu machen, war BP auf der Suche nach einer einprägsamen und global-adaptiven Kommunikationskampagne. Canudo, Spezialist für digitale Lernformate und -kommunikation, lieferte dafür die zündende Idee. Die Agentur entwickelte in der hauseigenen Grafik- und Animationswerkstatt kurze Zeichentrickfilme mit den Strichmännchen Bob und Tim. Anhand der beiden Figuren wird gezeigt, welche essentielle Bedeutung tägliche Routinen haben.



8  
STICKER

Aufkleberbogen ergänzen  
Kommunikationskampagne

Konzept und Realisierung:



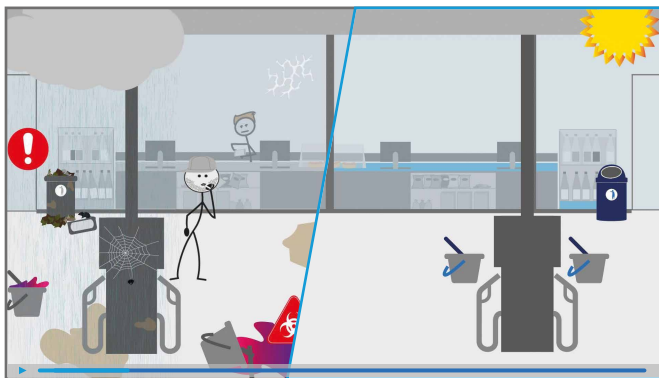
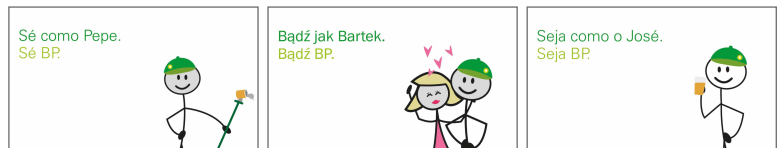
Wissen interaktivieren

[www.canudo.de](http://www.canudo.de)



## ZEICHENTRICKFILME IN 8 SPRACHEN

Bob ist ein globales Vorbild für zahlreiche BP- und Aral-Mitarbeiter.



## REFLEKTION DURCH GUTE UND SCHLECHTE VERHALTENSBEISPIELE.

In den kurzen Zeichentrickfilmen erfahren BP- und Aral-Mitarbeiter, wie Bob und Tim mit den täglichen Arbeitsroutinen umgehen und welchen Einfluss dies auf ihr Unternehmen und Leben hat. Entsprechend der Drehbücher, die von Canudo konzipiert wurden, thematisiert jeder Zeichentrickfilm eine Routine, die



von Bob und Tim ausgeführt wird – oder auch nicht. Dabei fällt auf, dass sich Bob an die vorgeschriebenen Abläufe hält und sein Leben ein außerordentlich glückliches ist. Tim hingegen ist ganz anders. Er nimmt die Routinen nicht ernst und muss mit den Konsequenzen leben. Durch die überspitzte Darstellung der Protagonisten, verbunden mit schwarzem Humor, ist der Inhalt einfach zugänglich für die Lerner und steigert ihre Motivation. Gleichzeitig regen die amüsanten Zeichentrickfilme aber auch zur Reflektion über das eigene Verhalten an.

## BOB EIN GLOBALES VORBILD FÜR BP- UND ARAL-MITARBEITER.

Insgesamt entwickelte Canudo sieben Zeichentrickfilme in acht Sprachen, die jeweils nur 30 Sekunden dauern. Für die deutsche BP-Marke Aral wurde die Gestaltung der Zeichentrickfilme extra angepasst. Bob ist somit ein globales Vorbild für zahlreiche BP- und Aral-Mitarbeiter. Er verkörpert die Unternehmensphilosophie, die darauf Wert legt, tägliche Routinen an Tankstellen zu beachten und durchzuführen. BP ist sich dabei allerdings auch bewusst, dass diese Routinen zu den eher unliebsamen Aufgaben zählen, weshalb sie auf humorvolle Weise präsentiert werden. Um die positive Wirkung der etwas untypischen Lernfilme zu verstärken, hat Canudo die Kommunikationskampagne durch einen Aufkleberbogen ergänzt. Bob kann somit am Arbeitsplatz angebracht werden, damit die Mitarbeiter immer wieder an die Wichtigkeit der täglichen Routinen erinnern. Getreu des Mottos: **Sei wie Bob. Sei Aral.**

