

# HARIBO Color-Rado = 60 Jahre bunte Naschfreude

**+++ Seit sechs Jahrzehnten steht die Lakritz-Fruchtgummi-Mischung von HARIBO für Vielfalt und für Freude am gemeinsamen Naschen.**

**+++ Der ikonische Mix vereint Klassiker, exklusive Produktstücke und begehrte Raritäten in einem Beutel.**

**+++ Das 60. Jubiläum feiert HARIBO mit einer Limited Edition: Der HARIBO Color-Rado Farbmix rückt für kurze Zeit farbenfrohes Fruchtgummi in den Naschfokus.**

**Grafschaft, 4. September 2023** – HARIBO Color-Rado wird 60 Jahre jung! Seit 1963 verspricht die Lakritz-Fruchtgummi-Mischung einzigartige Vielfalt, einen unverwechselbaren Geschmack und eine Prise Wundertüten-Feeling – und trifft damals wie heute einen Nerv. HARIBO Color-Rado ist neben den HARIBO Goldbären das zweitbeliebteste Produkt des Süßwarenherstellers in Deutschland. „Mit dem 60. Geburtstag von HARIBO Color-Rado feiern wir ein Traditionsprodukt, das heute so beliebt ist wie eh und je. Viele unserer Fans berichten, dass die süße Mischung schon bei ihren Großeltern auf dem Tisch stand. HARIBO Color-Rado ist Kult und verbindet Groß und Klein in kindlicher Freude am Naschen. Bei Lakritz, Fröschen, Himbeeren und Co. ist für jede und jeden das Richtige dabei“, erzählt Holger Lackhoff, Chief Marketing Officer DACH bei HARIBO.

### Die Mischung macht's

Mit 40 verschiedenen Produktstücken in einem Beutel bietet HARIBO Color-Rado eine bunte Auswahl an Naschereien für jeden Geschmack. Feste Bestandteile sind die HARIBO Goldbären und das HARIBO Konfekt. Dazu gesellen sich exklusive Produktstücke wie Fruchtgummi-Früchte, würziges Lakritz und beliebte Klassiker wie Frösche, Vampire oder die allseits begehrte Himbeere. Für weitere Abwechslung im Beutel sorgt der Zauber des Zufalls: Denn HARIBO Color-Rado wird zufällig gemischt. Die genaue Anzahl von Goldbären, Fröschen, Lakritz und Co. variiert und lässt sich durch das Sichtfenster im Beutel erspähen. Zum Erfolgsrezept gehört, dass Fruchtgummi, Lakritz und Schaumzucker immer etwas Aroma voneinander annehmen. In HARIBO Color-Rado schmecken die Produktstücke einzigartig anders als separat verpackt.



## Von Anfang an für jeden was dabei

Die Idee hinter dem Kultprodukt war es, die gesamte Produktpalette in einen Beutel zu bringen: also Lakritz, Fruchtgummi und Schaumzucker als Querschnitt durch das damalige Sortiment. Die Frage, ob der Name Color-Rado nun in Anlehnung an die vielseitigen Landschaften des amerikanischen Bundesstaates Colorado entstanden ist, oder „Color“, die bunte Vielfalt, mit dem sagenhaften Goldland „Eldorado“ verbindet, lässt sich nicht mit Sicherheit beantworten. Unumstritten ist, dass sich HARIBO Color-Rado in den vergangenen 60 Jahren zum zweitbeliebtesten HARIBO-Artikel der Deutschen entwickelt hat und direkt hinter den HARIBO Goldbären rangiert.

## Für kurze Zeit in den Regalen: HARIBO Color-Rado Farbmix

Zum 60. Jubiläum greift HARIBO in die Fruchtgummi-Schublade und feiert das Geburtstagskind mit einer limitierten Edition: Im HARIBO Color-Rado Farbmix ist noch mehr Fruchtgummi als üblich. Cola-Flaschen sorgen für eine süße Erfrischung und knallige Zuckerdrops bringen zusätzliche Farbe ins Spiel. Auch das klassisch rote Beuteldesign erhält einen farbenfrohen Anstrich und sorgt so für Aufsehen im Süßwarenregal. HARIBO Color-Rado Farbmix ist ab September für kurze Zeit im klassischen Lebensmittelhandel, bei Süßwarenhändlern sowie im Convenience-Bereich oder direkt im HARIBO Online-Shop unter [www.haribo.shop](http://www.haribo.shop) erhältlich.

## Pressekontakt

HARIBO GmbH & Co. KG  
Unternehmenskommunikation  
Sarah Honsálek  
Tel.: +49(0)2641 300 1776  
E-Mail: [sarah.honsalek@haribo.com](mailto:sarah.honsalek@haribo.com)  
Web: [www.haribo.com/presse](http://www.haribo.com/presse)

Kommunikationsagentur  
LHLK Agentur für Kommunikation GmbH  
Eva-Maria Gose-Fehlisch  
Tel.: +49(0)89 720 187 224  
E-Mail: [haribo@lhlk.de](mailto:haribo@lhlk.de)



## Über HARIBO

Seit mehr als einem Jahrhundert begleiten die bunten Süßigkeiten von HARIBO Generationen von Menschen. Am 13. Dezember 1920 gründete Hans Riegel senior das Unternehmen in Bonn – heute ist es Weltmarktführer im Fruchtgummi- und Lakritzsegment. Seither steht HARIBO, ein Akronym für HAnS Riegel BOnn, für Freude, Vielfalt und Nasch-Momente bei Jung und Alt. Das von Hans Riegel im Jahre 1922 kreierte Fruchtgummi-Produkt „Tanzbär“ ist heute die Kultfigur von HARIBO und als Goldbär weltberühmt. Alleine 160 Millionen Goldbären werden täglich weltweit produziert. Die kontinuierliche Markenführung unter höchster Qualitätskontrolle sowie das Vertrauen der Verbraucherinnen und Verbraucher machen einen großen Teil der langjährigen Erfolgsgeschichte HARIBOs an 16 Produktionsstandorten in elf Ländern aus. Weltweit beschäftigt HARIBO über 7000 Mitarbeitende. Weitere Informationen gibt es unter [www.haribo.com/presse](http://www.haribo.com/presse).

