

HARIBO gewinnt Effie und PR Report Award

+++ Geburtstagskampagne „Heavy Bärsday: HARIBO goes Wacken“ gewinnt silbernen Effie und PR Report Award.

+++ Die Jurys der renommierten Awards heben die hohe Wirksamkeit der Kampagne für positive Markenwahrnehmung, Absatzförderung und PR hervor.

+++ Mehrfacher Preisträger: Mit den Goldbären in Schwarz, einem Weltrekord und jeder Menge kindlicher Freude auf dem Wacken Open Air hat HARIBO bislang fünf Auszeichnungen erhalten.

Grafschaft, 17. November 2023 – In dieser Woche gewinnt HARIBO gleich zwei große Auszeichnungen für außergewöhnliche Leistungen in der Werbe- und Kommunikationsbranche. Für die Kampagne „Heavy Bärsday: HARIBO goes Wacken und ganz Deutschland feiert mit“ konnte das Familienunternehmen einen der renommiertesten Preise für Markenkommunikation für sich entscheiden: Den Effie in Silber in der Kategorie „Brand Experience & Partnerships“. In derselben Woche stand fest: HARIBO nimmt auch einen PR Report Award in der Kategorie „Event- und Livekommunikation“ mit nach Hause. Alle Auszeichnungen wurden von unabhängigen Jurys verliehen.

Entscheidend für den preiswürdigen Erfolg war eine hohe, messbare Wirksamkeit der Kampagne für positive Markenwahrnehmung, Absatzförderung und reichweitenstarke PR.

Ganz Deutschland feiert mit: Kommunikationsmaßnahmen für eine breite Zielgruppe

Die Kampagne „Heavy Bärsday: HARIBO goes Wacken und ganz Deutschland feiert mit“ war eine der zentralen Maßnahmen zum 100. Geburtstag der Goldbären. Die Grundidee: Den runden Geburtstag einer der bekanntesten deutschen Produktmarken nicht mit einem Fest zu feiern, sondern mit einem ganzen Festival.

Bereits die Ankündigung der ersten HARIBO Goldbären in Schwarz – einer Sonderedition, die nach Fassbrause schmeckte – verbreitete sich dank gut orchestrierter PR und digitaler Kommunikation wie ein Lauffeuer durch die Republik. Aktionen am HARIBO-NASCHE-Stand auf dem Festivalgelände, die HARIBO „DeFender of Frohsinn“ E-Gitarre in Goldbärenform



sowie die HARIBO Goldbären Wackeln Edition in Schwarz bildeten strategische Säulen der Kampagne. Enorme mediale Reichweite erreichte die Kampagne durch einen dokumentierten Weltrekord über dem Wackeln Open Air (W:O:A). In luftiger Höhe wurde der Weltrekord für das höchste jemals gespielte Luftgitarren-Solo der Welt aufgestellt.

Erfolgreiche Kampagne erreicht Millionen

Die Ergebnisse waren messbar erfolgreich: Die Geburtstagskampagne konnte die Markenwahrnehmung sichtbar verbessern. Weitere Erfolge sind über 20.000 Neukundinnen und Neukunden sowie ein sechsfacher Anstieg der Bestellungen im Online-Shop und eine Steigerung des Traffics auf der HARIBO-Website um 25 Prozent. On- und offline erreichte das Projekt knapp 20 Millionen Menschen über Presse und Social Media.

„Mit der Heavy-Bärsday-Kampagne wollten wir unserer Produkt-Ikone getreu unserem Markenkern, der kindlichen Freude, einen zeitgemäßen, unerwarteten Image- und Aufmerksamkeits-Push verleihen“, so Burkhard Zyber, Vice President Communications bei HARIBO Deutschland. „Das ist uns definitiv gelungen“, ergänzt Holger Lackhoff, Geschäftsführer Marketing bei HARIBO DACH. „Wir haben Neugier, Spannung, Faszination und Begeisterung auf verschiedenen Ebenen erzeugt. Alle, die das Projekt mitgerockt haben, sind Gewinner dieser Auszeichnungen. Wir sind unglaublich stolz auf die Ehrungen mit dem Effie und dem PR Award.“

Mit den jüngst gewonnen Awards kommt die Kampagne auf beachtliche fünf Siegerehrungen. Schon im Frühjahr wurde die Kampagne mit zwei Internationalen Deutschen PR-Preisen und dem Deutschen Mediapreis 2023 ausgezeichnet.

HARIBO x Wackeln: Erfolgreich dank starkem Teamwork

Die Kampagne ist das Ergebnis einer interdisziplinären Teamarbeit. Die Credits gehen an:

Das Team von HARIBO:

- Holger Lackhoff, Geschäftsführung Marketing DACH
- Burkhard Zyber, Vice President Communications
- Nina Schmidt, Director Marketing
- Juliane Matthaei, Head of Marketing, Online Marketing



PRESSEMITTEILUNG

- Leonie von Weichs, Senior Manager Brand Management
- Gianna Krolla, Senior Manager Marketing, Online Marketing
- Lisa Fiedler, Manager Brand Management
- Saskia Dehnert, Manager Communications
- Carolina Kessel, Career Integrated Student Marketing, Online Marketing

Mediaagentur HARIBO Media GmbH:

- Manuela Kluth, Senior Vice President Corporate Media, Geschäftsführung
- Ulrich Hoester, Senior Manager Corporate Media

Die Agenturen:

- Jung von Matt SPREE
- LHLK Agentur für Kommunikation

Pressekontakt

HARIBO GmbH & Co. KG
Unternehmenskommunikation
Saskia Dehnert
Tel.: +49(0)2641 300 1163
E-Mail: saskia.dehnert@haribo.com
Web: 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

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. Allein 200 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.

