

## **HARIBO Pop-up-Museum gewinnt German Brand Award**

**+++ HARIBO erhält Auszeichnung für herausragende Markenkommunikation im öffentlichen Raum.**

**+++ Marke für alle Sinne: Das mobile Pop-up-Museum verband auf besonders kreative Weise Markengeschichte und Produkterlebnis.**

**Grafschaft, 16. Juni 2023** – Das Familienunternehmen HARIBO hat am 15. Juni 2023 den German Brand Award für herausragende Markenarbeit erhalten. Das außergewöhnliche Pop-up-Museum, das anlässlich des 100. Geburtstags der HARIBO Goldbären durch die Bundesrepublik tourte, überzeugte die neunköpfige Fachjury. Das vermutlich süßeste Pop-up-Museum wurde im Rahmen der German Brand Award Zeremonie in Berlin in der Disziplin „Excellence in Brand Strategy and Creation – Brand Communication“ ausgezeichnet. Von den Experten:innen besonders gelobt wurde dabei die Idee der Traditionsmarke, die Markengeschichte der HARIBO Goldbären gleichsam kreativ, multimedial und zukunftsgerichtet zu inszenieren – und im öffentlichen Raum für jedermann zugänglich zu machen.

### **Markengeschichte für alle Sinne – rund um Deutschlands erste „Goldbären-Maschine“**

Im Jahr 2022 hatten die HARIBO Goldbären ein besonderes Jubiläum zu feiern, denn die Markenkönigin wurde 100 Jahre jung. Gefeierte hat HARIBO diesen Geburtstag mit vielen Aktionen. Ein wichtiger Baustein der integrierten Marken- und PR-Kommunikation bildete dabei das erste Pop-up-Museum von HARIBO. An 56 Aktionstagen an fünf Standorten in Deutschland konnten alle Generationen in die Marken- und Produktwelt der HARIBO Goldbären eintauchen. Um Markengeschichte erlebbar zu machen, setzte HARIBO auf mehrere Elemente. Ein historischer HARIBO Oldtimer-Bus wurde zum Museum ausgebaut und zeigte eine spannend aufgemachte Ausstellung mit historischen Exponaten. Daneben boten zwei umgebaute Überseecontainer und die von ihnen eingerahmte, überdachte Plaza Raum für weitere, multimediale Markenmomente – darunter beispielsweise ein Kunstwerk des zeitgenössischen Künstlers SAXA, eine Hörstation und Video-Screens.



Das konzeptionelle Herzstück des Pop-up-Museums bildete die eigens entwickelte „Goldbären-Maschine“: Besucher:innen erlebten beim Blick in die Maschine nicht nur live die Herstellung der HARIBO Goldbären, sondern konnten diese nach Knopfdruck auch gleich genießen. Im Aktionszeitraum vom 20. Juni bis 20. September 2022 tourte das Pop-up-Museum durch ganz Deutschland. Rund 50.000 Fans besuchten das Museum in Bonn, Grafschaft, München, Leutkirch im Allgäu und in Hamburg.

Burkhard Zyber, Leiter Unternehmenskommunikation HARIBO Deutschland, sagt dazu: „Das Pop-up-Museum als mobile Ausstellung ermöglichte den Besucher:innen einen Einblick in die Tradition und Historie hin zum Markenerlebnis der Jetztzeit. Wir haben so die Markengeschichte der HARIBO Goldbären im Raum inszeniert und die faszinierende Geschichte für Jung und Alt erlebbar gemacht – und das alles perfekt abgestimmt auf unseren Markenkern ‚kindliche Freude‘. Wir freuen uns sehr, für diese Aktion nun mit einem so renommierten Preis ausgezeichnet worden zu sein.“

### 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@lhk.de](mailto:haribo@lhk.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 zehn Ländern aus. Weltweit beschäftigt HARIBO über 7000 Mitarbeitende. Weitere Informationen gibt es unter [www.haribo.com/presse](http://www.haribo.com/presse).

