

Neue TV-Spots zum Jubiläum: HARIBO erweckt kleine Momente der Freude zum Leben

+++ Mit zwei neuen TV-Spots startet HARIBO die Außenkommunikation anlässlich des 100. Unternehmensjubiläums

+++ In emotionalen Bildern und Alltagssituationen zieht sich das Motto „Gemeinsam 100 Jahre Freude“ durch die Spots

+++ Die Werbefilme sind Teil einer großen crossmedialen Kampagne, die sich über das gesamte Jahr erstreckt

Grafschaft, 13. Januar 2020 – Seit dem Neujahrstag 2020 sind die neuen Jubiläums-TV-Spots von HARIBO im deutschen Fernsehen zu sehen. Die Werbefilme läuten offiziell das Jubiläumsjahr ein und laden das bekannte Markenversprechen „Haribo macht Kinder froh und Erwachsene ebenso“ mit neuen, bunten Bildern und Geschichten auf.

HARIBO feiert „Gemeinsam 100 Jahre Freude“

Seit der Gründung am 13. Dezember 1920 sorgt HARIBO mit seinen süßen Leckereien für kleine Momente der Freude im Alltag. Das Unternehmen verbindet damit seit 100 Jahren Generationen von Menschen, die die Marke und die bunten Süßwaren kennen, lieben und teilen.

Diese Momente der geteilten Freude greift das Unternehmen in den neuen TV-Spots auf, die reichweitenstarke deutsche Fernsehsender zeigen, natürlich auch zur Primetime. Unter dem Motto „Gemeinsam 100 Jahre Freude“ inszeniert HARIBO zusammen mit dem Münchner Standort der Agenturgruppe thjnk zwei 25-Sekünder. Regie führte dabei Max Millies, der bereits für den zweiten Flight der bekannten Kids-Voices-Spots verantwortlich war.

Die emotionalen Bilder zeigen HARIBO-Fans aller Altersklassen und schaffen damit generationenübergreifende HARIBO-Momente. Die einzelnen Themenbilder der Spots werden im Vignetten-Stil aneinandergereiht und ergeben so einen dynamischen Film. Neben





PRESSEMITTEILUNG

diesen zwei Werbefilmen für das Fernsehen, die in einem ersten Flight zwischen Januar und April ausgestrahlt werden, hat das Unternehmen noch diverse Marketing-Aktivitäten mit dem Motto „Gemeinsam 100 Jahre Freude“ geplant.

„Die TV-Spots verbinden unsere spannende Unternehmensgeschichte mit der kindlichen Freude, die wir uns bei HARIBO immer bewahren möchten. HARIBO wird dieses Jahr 100 Jahre jung. Das bedeutet auch ein Jahrhundert voller kleiner Momente der Freude im Alltag, die wir im gesamten Jahr, aber auch speziell in diesen ersten TV-Spots zeigen wollen. Mit Liebe zum Detail konnten wir gemeinsam mit thjnk aus München unsere Kampagnenidee ‚Gemeinsam 100 Jahre Freude‘ in eindrucksvolle Bilder übersetzen und viele kleine HARIBO-Momente zum Leben erwecken. Ich freue mich, dass wir diese Jubiläumskampagne so umsetzen können. Man wird schließlich nicht oft gemeinsam 100 Jahre jung“, erklärt Marcin Piaseczny, Leiter Marketing HARIBO Deutschland.

Pressekontakt

HARIBO GmbH & Co. KG
Unternehmenskommunikation
Sarah Honsálek
Tel.: +49(0)2641 300 1776
E-Mail: sarah.honsalek@haribo.com

Kommunikationsagentur
LoeschHundLiepold Kommunikation
Sabina Howacker
Tel.: +49(0)89 720 187 18
E-Mail: haribo@lhk.de

Über HARIBO

Seit fast einem Jahrhundert begleiten die bunten Süßigkeiten von HARIBO Generationen von Menschen. Das Familienunternehmen, das in dritter Generation geführt wird, feiert im Jahr 2020 sein 100-jähriges Jubiläum. 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 Verbraucher machen einen großen Teil der langjährigen Erfolgsgeschichte an 16 Produktionsstandorten in zehn Ländern aus. Weltweit beschäftigt HARIBO über 7000 Mitarbeitende. Weitere Informationen gibt es unter www.haribo.com.

