

HARIBO schenkt Viertligist Todesfelde Familienloge

+++ HARIBO übergibt Familienloge im Pico-Balla-Design an Fußball-Regionalliga-Debütant SV Todesfelde bei Rückrundenspiel gegen HSV II.

+++ Leidenschaft, Zusammenhalt und ganz viel geteilte Freude – all das verbindet den norddeutschen Verein mit dem Süßwarenunternehmen.

+++ Peter Lohmeyer, Schauspieler und seit Jahren auch für den Fußball aktiv, lobte HARIBOs kreative Unterstützung.

Todesfelde, 7. April 2025 – Es ist eine dieser Geschichten, die Fußballromantiker träumen lässt: Mit unendlicher Leidenschaft und Herz, das größer ist als die norddeutsche Tiefebene, haben sich die Kicker des SV Todesfelde im letzten Jahr bis in die Regionalliga geschossen. Am vergangenen Sonntag spielte die Mannschaft in einem aufregenden Spiel um den Klassenerhalt gegen den HSV II. Auch HARIBO war vor Ort, um die Spieler des 1.000-Einwohnerortes zu unterstützen. Denn bei allem Fußball-Enthusiasmus stellt das Regionalliga-Debüt den Verein mit fast 100-jähriger Vereinsgeschichte vor Herausforderungen: Der örtliche Joda-Sportpark ist als Bühne für großen Fußball mit 1.500 Plätzen recht überschaubar. Begeistert vom Mut, der Leidenschaft und dem ehrenamtlichen Einsatz der Menschen im Verein, hat sich der Süßwarenhersteller kurzerhand entschieden, dieses Fußballmärchen zu unterstützen – und zwar auf HARIBO-Art. Deshalb übergab Burkhard Zyber, Vice President Communications bei HARIBO Deutschland, dem Verein vor Anpfiff des Spiels am 6. April 2025 eine bunte Familienloge im HARIBO Pico-Balla-Design. Nachdem diese ihren Platz neben der Tribüne gefunden hatte, wurde sie beim Rückrundenspiel gegen den HSV II eingeweiht. Das Spiel endete 0:1.

Hoher Besuch am Eröffnungstag

Neben rund 1.000 begeisterten Fußball-Fans war auch Schauspieler Peter Lohmeyer auf Einladung des SV Todesfelde vor Ort. Bekannt durch seine Rolle in „Das Wunder von Bern“ (2003) und viele weitere erfolgreiche Fernsehproduktionen, engagiert sich Lohmeyer neben seiner Schauspielkarriere schon seit Jahren für den Fußball. An der Seite von Holger Böhm, dem Präsidenten des SV Todesfelde, verfolgte er das Spiel in der neuen Loge und zeigte sich



begeistert von der familienfreundlichen Tribünenerweiterung. „Der Sprung in die Regionalliga ist für kleine Vereine finanziell und strukturell oft schwer zu stemmen. Klasse, dass Todesfelde eine so tolle Unterstützung von HARIBO bekommt. Die Familienloge zeigt, dass dieser Support auch unkonventionell und charmant sein kann“, sagt Lohmeyer. Holger Böhm ergänzt: „Wirklich eine geniale Aktion von HARIBO. Völlig verrückt! Die Region, das Dorf, wir alle sind begeistert und freuen uns auf viele spannende Spieltage und gute Stimmung in der neuen Pico-Balla-Familienloge. Welcher Verein hat das schon? Gerade den Familien, die uns an Wochenenden und darüber hinaus so tatkräftig unterstützen, können wir jetzt ein echtes Highlight bieten.“ Für die neue Funktion als Familienloge mit angebundenem Kiosk für Fan-Artikel ließ HARIBO zwei Übersee-Container eigens von einem Architekturbüro umbauen und mit dem einzigartigen Pico-Balla-Look versehen. Sie bieten ab sofort großen und kleinen SV-Fans einen Ort zum Mitfiebern.

Kleiner bunter Snack, kleiner bunter Klub – das matcht!

Die runden Pico-Ballas mit dem unbeschreiblich leckeren Geschmack passen perfekt in das Heimstadion des SV Todesfelde. Der fast 100 Jahre junge Klub lebt und pflegt familiäre Werte – auch deshalb geht es bei der ungewöhnlichen Aktion zwischen HARIBO und dem SV eher um kulturelle Gemeinsamkeiten und weniger um klassisches Sportsponsoring. „Aus der Hinterhofwaschküche zum Fruchtgummi-Weltmarktführer, vom Dorfverein in die vierte Liga, das matcht! Als wir zum ersten Mal von der Geschichte des SV gehört haben, dachten wir sofort, die müssen wir auf HARIBO-Art überraschen“, sagt Burkhard Zyber, Vice President Communications bei HARIBO Deutschland. „Der Verein und wir teilen denselben Spirit – das ist das gemeinsame Erlebnis, die Fröhlichkeit und auch das gewisse Augenzwinkern. Bandenwerbung kann jeder, wir wollten mit der Aktion kindliche Freude in den hohen Norden transportieren. Wir teilen die Überzeugung, dass aus etwas Kleinem etwas ganz Großes werden kann.“

HARIBO Pico-Balla feiert in diesem Jahr 25-jähriges Jubiläum. Seit einem viertel Jahrhundert vereinen die fröhlich-bunten Fruchtgummi-Konfektstücke unterschiedliche Konsistenzen zu einem einzigartigen Nascherlebnis. Sie entwickelten sich zu Deutschlands erfolgreichstem vegetarischen Fruchtgummi und zählen zu den fünf meistverkauften HARIBO-Produkten in Deutschland.



Pressekontakt

HARIBO GmbH & Co. KG
Unternehmenskommunikation
Tel.: +49(0)2641 300 1776
E-Mail: cc@haribo.com
Web: www.haribo.com/presse

Kommunikationsagentur
LHLK Agentur für Kommunikation GmbH
Stefan Funcke
Tel.: +49 30 400 0652 15
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. Alleine 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 rund 8.500 Mitarbeitende. Weitere Informationen gibt es unter www.haribo.com/presse.

