

HARIBO und LINKIN PARK gehen diesen Sommer gemeinsam auf Tour – mit einer limitierten Fruchtgummi-Edition

+++ Für Musik- und Nasch-Fans: HARIBO bringt für die weltweit gefeierte Rockband LINKIN PARK eine exklusive Sonderedition raus.

+++ Mit im Beutel sind das Band-Logo und personalisierte Produktstücke für jedes Bandmitglied: Beim Beutel- und Produktdesign haben die sechs Musiker:innen, die selbst HARIBO-Fans sind, persönlich kreativ mitgewirkt.

+++ Initiiert und bei der Umsetzung begleitet wurde die Kooperation vom deutschen Brand Partnership Team von Warner Music und Machine Shop Entertainment, dem Entertainment-Unternehmen von LINKIN PARK.

+++ Die „HARIBO LINKIN PARK“ Edition ist in Deutschland ab sofort exklusiv bei den Konzerten der „From Zero World Tour“ sowie beim begleitenden Pop-up-Merchandise-Bus der Band erhältlich.

Grafenschaft, 12. Juni 2025 – HARIBO und LINKIN PARK rocken diesen Sommer die größten Musikbühnen der Welt. Für ihre „From Zero World Tour“ haben sich die sechs Bandmitglieder etwas Besonderes einfallen lassen und eine eigene „HARIBO LINKIN PARK“ Limited Edition kreiert. Der musikalische Fruchtgummi-Mix ist exklusiv an den Merchandise-Ständen bei den diesjährigen Tour-Stopps in Deutschland, den USA, in Großbritannien, den Niederlanden, der Schweiz, in Italien und Frankreich erhältlich. In Deutschland wird der LINKIN PARK Mix zudem im LINKIN PARK Pop-up-Bus während dessen Tour-Stopps verfügbar sein. Weitere Informationen dazu gibt es unter www.linkinpark-bus.de.

„Alle unsere Familien lieben Haribo. Als sich die Gelegenheit bot, unser eigenes Fruchtgummi zu kreieren, konnten wir es kaum erwarten, Formen zu entwerfen und Geschmacksrichtungen auszuwählen, die uns sechs am besten repräsentieren“, sagt Gründungsmitglied Mike Shinoda stellvertretend für die Band. „Wir hoffen, dass unseren Fans der LINKIN PARK Mix genauso gut schmeckt wie uns.“

Auch Nina Schmidt, Director Marketing bei HARIBO Deutschland, freut sich: „So eine Weltstar-Anfrage ist auch für uns etwas ganz Besonderes. Es freut uns sehr, dass LINKIN PARK sich ihr eigenes Fruchtgummiprodukt von uns gewünscht hat. Mit dem LINKIN PARK Mix betritt der



Goldbär jetzt die Rockbühne – und wir sind stolz, dass wir damit der Band und den Fans das Konzerterlebnis versüßen dürfen.“

Das deutsche Brand Partnership Team von Warner Music sowie Machine Shop Entertainment, das Entertainment-Unternehmen von LINKIN PARK, haben die Kooperation zwischen HARIBO und LINKIN PARK initiiert und bei der Umsetzung begleitet. Bettina Dorn, Vice President Artist & Brands, Warner Music Central Europe, dazu: „LINKIN PARK und HARIBO verbindet etwas Besonderes: ihr ikonischer Status und die tiefe emotionale Bindung zu ihren Fans, über Generationen hinweg. Diese gemeinsame Kraft war der Ausgangspunkt für eine Kooperation, die weit über klassisches Co-Branding hinausgeht. Uns bei Warner Music Central Europe war es ein besonderes Anliegen, eine Partnerschaft zu gestalten, die sich authentisch anfühlt – für die Band und für die Fans.“

Eine Band – sechs Bühnenpersönlichkeiten, sechs Geschmäcker

Für die Entwicklung der süßen Fan-Überraschung haben sich Emily Armstrong, Mike Shinoda, Brad Delson, Joe Hahn, Dave “Phoenix” Farrell und Colin Brittain mit kindlicher Freude selbst in den Kreativprozess gestürzt. Nicht nur das Design und die Geschmacksrichtungen der Produktstücke tragen die persönliche Handschrift der einzelnen Bandmitglieder, auch in das gesamte Beuteldesign samt Goldbären-Illustration sind ihre Ideen mit eingeflossen.

Die streng limitierte Mischung enthält das Band-Logo in sechs fruchtigen Geschmacksrichtungen und Farben sowie sechs verschiedene, personalisierte Produktstücke, die jeweils ein Bandmitglied repräsentieren. Ob Emilys Mikrofon oder Daves Bass – die charakteristisch geformten Fruchtgummis in den Geschmacksrichtungen Orange, Pfirsich, Cola, Apfel, Himbeere und Kirsche sind der perfekte Konzert-Snack für alle LINKIN PARK-Fans.

Der limitierte HARIBO LINKIN PARK Mix ist ab Mitte Juni 2025 exklusiv und nur solange der Vorrat reicht im 160-Gramm-Beutel erhältlich: In Deutschland können Fans die Nascherei an den Merchandise-Ständen in den Konzert-Locations der „From Zero World Tour“ in Hannover (16.06.2025), Berlin (18.06.2025), Düsseldorf (01.07.2025) und Frankfurt (08.07.2025 und 09.07.2025) ergattern. Für alle Fans, die kein Konzert besuchen, gibt es auch außerhalb der Konzert-Venues die Chance, sich das begehrte Produkt zu sichern – beim mobilen Pop-up-



Merch-Bus der Band, der bereits ab 14.06.2025 begleitend zur Tour unterwegs ist. Wo der Pop-up-Merch-Bus hält, findet man auf www.linkinpark-bus.de.

Pressekontakte

HARIBO GmbH & Co. KG

Team Unternehmenskommunikation
Swaantje Lauenstein
Tel.: +49(0)2641 300 1378
E-Mail: cc@haribo.com
Web: www.haribo.com/presse

Kommunikationsagentur

LHLK Agentur für Kommunikation GmbH
Stefan Funcke
Tel.: +49(0)30 4000 652 15
E-Mail: haribo@lhlk.de

LINKIN PARK Pressekontakte

Laura Swanson: Laura.Swanson@warnerrecords.com
Ceri Roberts: Ceri.Roberts@warnerrecords.com

Warner Music Central Europe

Ricarda Tippkötter
Tel.: +49173 6335415
E-Mail: communications@warnermusic.com

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.

Über LINKIN PARK

LINKIN PARK haben sich als innovative musikalische Kraft etabliert und zählen zu den meistverkauften Künstlern der letzten zwanzig Jahre. Ihr RIAA Diamond-zertifiziertes Debütalbum "Hybrid Theory" sticht als "meistverkauftes Debüt des 21. Jahrhunderts" hervor, während das wegweisende zweite Album "Metemora" auf Platz 1 der Billboard Top 200 einstieg, bevor es in den USA 8-fach Platin erreichte.

Die weltweiten Verkaufszahlen der Band über den gesamten Katalog belaufen sich auf über 100 Millionen. Unter zahlreichen Auszeichnungen und Ehrungen haben sie 2 GRAMMY® Awards, 5 American Music Awards, 4 MTV VMA Awards, 10 MTV Europe Music Awards und 3 World Music Awards erhalten. Sie haben weltweit Stadien ausverkauft, die größten Festivals als



Headliner bespielt und bleiben die erste und einzige westliche Rockband, die eine Tour durch fünf Stadien in China absolvierte. "One More Light" aus dem Jahr 2017 markierte ihr fünftes Debüt auf Platz 1 der Billboard 200.

Im Jahr 2020 feierte die Band ihr bahnbrechendes Debütalbum "Hybrid Theory" mit der Veröffentlichung einer umfassenden 20th Anniversary Edition Super Deluxe Box Set, die ihre RIAA Diamond-zertifizierte Single "In The End" enthält. 2023 veröffentlichte die Band die "Metora 20th Anniversary Edition", die die Charts toppte und den neu entdeckten Song "Lost" enthielt. Die emotionsgeladene Single wurde ursprünglich während der Sessions für ihr zweites Studioalbum "Metora" (2003) aufgenommen und erreichte kurz nach ihrer Veröffentlichung 2023 Platz 1 im Alternative- und Rock-Radio. 2024 erschien ihr erstes Greatest-Hits-Album "Papercuts", das den unveröffentlichten Track "Friendly Fire" enthielt, der ebenfalls die Alternative- und Rock-Charts anführte.

Am 5. September kehrte die Band triumphierend an die Spitze der Charts zurück mit "The Emptiness Machine", der als #1 Rock-Song des Landes und größter Rock-Song des Jahres 2024 explodierte. Er erreichte schnell Platz 1 sowohl der Billboard Mainstream Rock Airplay Chart als auch der Alternative Airplay Chart. Insgesamt erzielte die Band sage und schreibe 13 #1-Platzierungen in letzterer Chart (die zweitmeisten in der Geschichte) mit drei in den letzten achtzehn Monaten.

LINKIN PARK veröffentlichten ihr achttes Studioalbum "From Zero" am 15. November auf Warner Records, das erneut weltweit die Charts anführte und über eine Milliarde Streams erreichte. Die Band hat sich stets für Wohltätigkeit und Gemeinwohl eingesetzt, um die Welt zu einem besseren Ort zu machen, und über die Jahre Millionen für Opfer von Naturkatastrophen gesammelt. Heute weitet sich der Einfluss von LINKIN PARK auf Musik und Kultur weiter aus und vergrößert sich.

LINKIN PARK IST AUF TOUR – TICKETS GIBT ES AUF [LINKINPARK.COM](https://www.linkinpark.com).

Über Warner Music Central Europe

Als Teil des börsennotierten Musikunternehmens Warner Music Group mit Hauptsitz in New York betreut Warner Music Central Europe mit Standorten in Berlin, Hamburg, Wien und Zürich ein beeindruckendsten Künstler:innen-Portfolio – von aufstrebenden lokalen Talenten und nationalen Stars wie Ayliva, Robin Schulz, Provinz, Vanessa Mai und Udo Lindenberg bis hin zu internationalen Weltstars wie Charli XCX, Ed Sheeran und LINKIN PARK. Zusätzlich umfasst der umfangreiche Katalog des Labels einige der einflussreichsten Aufnahmen der Musikgeschichte. Dabei verfolgen die global kollaborierenden Teams immer die Mission, Träume in internationale Karrieren zu verwandeln und die Musik der Talente zu Fans weltweit zu bringen. Mehr Informationen gibt es unter www.warnermusic.de.

