



PRESSEMITTEILUNG

Mit Rückenwind in ein besonderes Jahr 2020:

HARIBO wird 100 Jahre jung

+++ Gemeinsam 100 Jahre Freude feiern: HARIBO fährt bis zum Geburtstag am 13. Dezember 2020 eine crossmediale, bundesweite Kampagne in mehreren Wellen

+++ Seit einem Jahrhundert in Familienbesitz: HARIBO ist und bleibt ein unabhängiges Familienunternehmen

+++ Mit klarer Strategie und Ambition ins Jubiläumsjahr: Fokus auf Kernprodukte und groß angelegte Jubiläumskampagne

Grafschaft, 08. Januar 2020 – Der Countdown bis zum 13. Dezember 2020 läuft: Pünktlich zum neuen Jahr ist der Startschuss für den 100. Geburtstag gefallen. In all dieser Zeit hat das Familienunternehmen Jung und Alt über Generationen hinweg begleitet. Kein Wunder, dass die Marke HARIBO 100 Jahre „jung“ und nicht „alt“ wird. Seit der Unternehmensgründung stehen HARIBO-Produkte nicht nur für den süßen Genuss zwischendurch, sondern stiften kleine Momente der Freude. Besondere, einzigartige Momente, die Menschen ein Lächeln ins Gesicht zaubern. So entstehen gemeinsame, geteilte Erlebnisse: HARIBO-Momente, die sich tief und positiv ins Gedächtnis einprägen, und von Generation an Generation weitergetragen werden. Zeiten und Lebenssituationen mögen sich ändern, aber das Markenversprechen des Familienunternehmens hat Bestand: Haribo macht Kinder froh und Erwachsene ebenso.

Weltmarke im Fruchtgummi- und Lakritzsegment

Wirtschaftlich betrachtet ist die 100-jährige Historie von HARIBO eine echte Erfolgsgeschichte, die untrennbar mit der Unternehmerfamilie Riegel verbunden ist. Das Familienunternehmen, heute in dritter Generation geführt von Hans Guido Riegel, ist weltweiter Marktführer im Fruchtgummi- und Lakritzsegment. Nach zwei wirtschaftlich herausfordernden Jahren in Deutschland hat HARIBO im abgelaufenen Geschäftsjahr 2019 den Umsatz wieder gesteigert, und seine Position festigen und ausbauen können.



PRESSEMITTEILUNG

„Die Neuausrichtung der Unternehmensstrategie bringt den erwarteten Erfolg. HARIBO ist wieder in der Erfolgsspur“, sagt Andreas Patz, Sprecher der deutschen Geschäftsführung von HARIBO, in der er für Strategie und Vertrieb zuständig ist. „Wir fahren einen Wachstumskurs und sind nicht zuletzt wegen unserer einzigartigen Marke gleichsam selbstbewusst wie erfolgshungrig, was die Zukunft anbelangt.“ Die Wachstumsstrategie hat eine klare Essenz: Voller Fokus auf Markenführung und Erlebarmachen des Markenversprechens in Kombination mit der strategischen Vertriebsausrichtung auf die Kernprodukte.

HARIBO fährt crossmediale Jubiläumskampagne „Gemeinsam 100 Jahre Freude“

Zum Jahresstart 2020 hat HARIBO eine breit angelegte Jubiläumskampagne gestartet. Sie knüpft an die faszinierende HARIBO-Geschichte an, blickt aber vor allem nach vorne und feiert mit ganz Deutschland „Gemeinsam 100 Jahre Freude“. Über das ganze Jahr hinweg steuert die crossmediale Kampagne auf den runden Geburtstag des Familienunternehmens zu, das statistisch betrachtet in fast jedem deutschen Haushalt bekannt ist. Im Kleinen und Großen, intern wie extern – überall soll und wird HARIBO im Jubiläumsjahr präsent sein. Ein erster Baustein der Kampagne ist der TV-Flight, der seit 1. Januar 2020 bundesweit auf reichweitenstarken Fernsehsendern zu sehen ist. Die Spots nehmen den Zuschauer mit auf eine emotionale Zeitreise unterschiedlichster Lebens- und Alltagssituationen und stellen dabei bewusst die Top-Produkte in den Fokus. „Als eine der ganz wenigen deutschen Verbrauchermarken mit weltweiter Bekanntheit profitieren wir nach wie vor von der Kraft und Reichweite des Fernsehens“, sagt Holger Lackhoff, Geschäftsführer bei HARIBO für das Marketing in Deutschland. „Aber nicht nur im Fernsehen wird man HARIBO 2020 begegnen. Wir wollen und werden mit der Jubiläumskampagne neue HARIBO-Momente schaffen. Momente, in denen alle Generationen aktiv in Kontakt mit der Marke kommen können, sie erleben und dadurch besondere Momente der Freude erfahren. Lassen Sie sich überraschen!“

Ein stolzes Familienunternehmen wird 100 Jahre jung

Seit der Gründung am 13. Dezember 1920 ist HARIBO ununterbrochen in Familienbesitz der Familie Riegel und wirtschaftlich unabhängig von Dritten. HARIBO zählt zu den





PRESSEMITTEILUNG

bekanntesten deutschen Verbrauchermarken. Rund 99 Prozent aller Deutschen kennen die sympathische Marke. In der Jahrhundertgeschichte ist Hans Guido Riegel erst der dritte Chef. Unter seiner Führung hat HARIBO seine internationale Präsenz stark ausgeweitet. An 16 Produktionsstandorten in zehn Ländern werden über 1000 verschiedene Produkte hergestellt. HARIBO beschäftigt international über 7000 Mitarbeitende, in Deutschland sind es etwa 3000. Seit 2016 produziert HARIBO auch in Brasilien und unterhält dort die erste Produktionsstätte außerhalb von Europa. In Nordamerika wächst die deutsche Weltmarke ebenfalls schnell. Seit 2018 ist HARIBO dort die Fruchtgummimärke Nummer 1. Um die hohe Nachfrage in den USA besser bedienen zu können, baut HARIBO derzeit ein Werk in Wisconsin.

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.

