

„Voll goldbärig“: Neue HARIBO-TV-Kampagne zeigt, wie Unverwechselbarkeit schmeckt

+++ Ab dem 15. Mai 2023 bringt HARIBO mit einer neuen TV-Kampagne im beliebten Kids'-Voices-Stil wieder kindliche Freude auf den Bildschirm.

+++ Bei einer ikonischen Schwanen-Tretbootfahrt einigen sich die beiden Protagonisten des Spots darauf, was die HARIBO Goldbären so einzigartig macht.

+++ Für den TV-Spot zeichnen die Agentur Jung von Matt SPREE und Regisseur Max Millies verantwortlich.

Grafschaft, 15. Mai 2023 – Nach dem Jahrhundert-Jubiläum der HARIBO Goldbären im letzten Jahr kehren sie ab dem 15. Mai mit einer neuen integrierten Bewegtbildkampagne zurück auf Deutschlands TV- und Online-Bühne. Der humorvolle 25-Sekünder geht ab diesem Zeitpunkt bundesweit auf reichweitenstarken deutschen Fernsehsendern on air. Varianten des Spots laufen zudem in den Online-Medien. Der neue Spot folgt der national wie international sehr erfolgreichen Mechanik der Kids'-Voices-Reihe: Die Zuschauer:innen sehen erwachsene Protagonisten, zu hören sind jedoch Kinderstimmen. Aufbauend auf diesem Konzept inszeniert der neue TV-Spot die Einzigartigkeit der HARIBO Goldbären. Denn das Original erkennt jede:r seit über 100 Jahren nicht nur an der ikonischen Form und den Farben, sondern auch an ihrem unverwechselbaren Geschmack und Geruch.

Goldbäriger Wiedererkennungswert

Auf gewohnt kreative, humorvolle Art und Weise setzt der Spot diese Besonderheit gekonnt in Szene. Der Plot spielt auf einem Badesee. Zwei Protagonisten gönnen sich zu ihrer Schwanen-Tretboot-Tour den genussvollen Griff in die HARIBO Goldbären-Tüte. Die Freunde sind sich einig: HARIBO Goldbären kann man nur lieben! Woran das liegt, stellen sie rasch fest: Natürlich am ganz besonderen Goldbären-Geschmack. Denn auch wenn man sich die Nase zuhält, schmeckt man die Goldbären heraus. „Voll goldbärig“ eben.



„Tretbootfahren oder mit dem Hinterteil zuerst vom Steg ins Wasser springen, all das steht für pure, unbekümmerte Momente kindlicher Freude und macht – wie unsere bunten Produkte – Kinder und Erwachsene froh“, sagt Holger Lackhoff, Geschäftsführer Marketing DACH bei HARIBO. „Auf der Metaebene drückt sich das in unseren preisgekrönten Kids'-Voices-Spots aus, in denen die Erwachsenen mit Kinderstimmen sprechen. So auch in unserer neuesten Goldbären-Bewegtbildkampagne – schwanenseegleich.“ Idee und Umsetzung zur neuen Werbekampagne stammen von Jung von Matt SPREE, die bei der Umsetzung eng mit dem vielfach preisgekrönten Regisseur Max Millies zusammengearbeitet haben.

Die wichtigsten Fakten zum TV-Spot:

- Agentur: Jung von Matt SPREE
- HARIBO: Holger Lackhoff, Geschäftsführer Marketing DACH, Nina Schmidt, Leiterin Brand Management und Juliane Matthaei, Leiterin Online Marketing
- Produktion: Zauberberg Productions GmbH
- Regie: Max Millies

Pressekontakt

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

Kommunikationsagentur
LHLK Agentur für Kommunikation GmbH
Carolin Frey
Tel.: +49(0)89 720 187 270
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 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.

