



100 and still rocking: neue TV-Kampagne zum Jubiläum der HARIBO Goldbären

+++ Zum 100. Geburtstag der HARIBO Goldbären widmet das Familienunternehmen seiner Produktikone unter dem Motto „Happy Bärday“ eine internationale TV-Kampagne.

+++ Verantwortlich für den TV-Spot sind die Agentur Jung von Matt SPREE und Regisseur Peter Harton.

+++ Zu sehen und zu hören gibt es ein überraschend rockiges Geburtstagsständchen im beliebten „Kids‘-Voices“-Stil.

+++ Die Werbefilme sind Teil einer internationalen crossmedialen Kampagne, die sich über das gesamte Jubiläumsjahr erstreckt.

Grafschaft, 3. Januar 2022 – 2022 werden die HARIBO Goldbären 100 Jahre jung – den Auftakt ins Jubiläumsjahr machen die neuen Jubiläums-TV-Spots, die ab dem 3. Januar 2022 im deutschen Fernsehen zu sehen sind. Zum runden Geburtstag spendiert HARIBO seiner Produktikone unter dem Motto „Happy Bärday“ eine von Jung von Matt SPREE kreierte TV-Kampagne. Zusammen mit Star-Regisseur Peter Harton haben sich die kreativen Köpfe der Werbeagentur dazu entschieden, an das beliebte Format „Kids‘ Voices“ anzuknüpfen und haben einen TV-Spot nach bekannter Mechanik für den internationalen Markt entwickelt. Neben Deutschland wird der Spot in synchronisierter Fassung unter anderem in der Türkei und Spanien ausgestrahlt.

„Happy Bärday“ begeistert mit kindlicher Freude – ganz im Stil von HARIBO

Die international beliebte und erfolgreiche „Kids‘-Voices“-Kampagne macht HARIBO nicht umsonst immer wieder zu Deutschlands Werbeliebling. Deshalb bekommt sie im 100. Geburtstagsjahr der HARIBO Goldbären einen extra großen Auftritt: Für das Jubiläum bringt HARIBO das Format auf ein neues Level und macht daraus Kids-Singers: Ein überraschend anderes Geburtstagsständchen für die Goldbären – gesungen vom Frontmann einer Rock-Band wird der wohl bekannteste Song der Welt erfrischend neu und mit viel kindlicher Freude interpretiert. In seiner kreativen Umsetzung verzichtet der Spot abseits dieses Settings bewusst auf weitere Protagonisten oder Special Effects und setzt auf eine moderne Kameraführung. Für einen großen Überraschungseffekt sorgt die rockige Optik der Musiker im Kontrast zur Kinderstimme und Tonalität des HARIBO-Werbejingles. Damit die Spots so authentisch wie möglich umgesetzt werden konnten, setzten die Macher auf waschechte



Musiker mit reichlich Bühnenerfahrung. Dass das funktioniert, zeigt das Ergebnis des 25-Sekünders. „Wir freuen uns, mit diesem TV-Spot den ‚Kids‘ Voices‘ eine neue, emotionale Facette beschert zu haben. Wir blicken mit kindlicher Vorfreude auf das Goldbären-Jubiläumjahr, das noch einiges zu bieten hat“, verrät Holger Lackhoff, Geschäftsführer Marketing, HARIBO D-A-CH. Henning Lisson, Executive Creative Director und Mitglied der Geschäftsleitung bei Jung von Matt SPREE ergänzt: „100 wird man genau einmal im Leben. Umso schöner, dass wir der Ikone Goldbären zum 100. auch international ein Ständchen bescheren durften.“

Die wichtigsten Fakten zum TV-Spot:

- Kampagnenstart: 3. Januar 2022
- Crossmediale Verbreitung: Reichweitenstarke TV-Sender und Social Media
- Länge: 25 Sekunden
- HARIBO Marketing: Nina Schmidt und Holger Lackhoff
- Agentur: Jung von Matt SPREE
- Produktion TV: Zauberberg Productions GmbH
- Regie: Peter Harton
- DOP: Niels Thastum
- Musikproduktion: BLUT Audio GmbH

Pressekontakt

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

Kommunikationsagentur
LHLK Agentur für Kommunikation GmbH
Sarah Glas
Tel.: +49(0)89 720 187 28
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. 2022 feiern die HARIBO Goldbären 100-jähriges Jubiläum und gehören als Kultprodukt zu den größten Erfindungen „Made in Germany“. Die kontinuierliche Markenführung unter höchster Qualitätskontrolle sowie das Vertrauen der 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.