

## Runder Geburtstag einer Kultmarke: HARIBO wird 100 Jahre jung

**+++ Kennt fast jeder: HARIBO-Produkte verbinden Generationen und schenken „kleine Momente der Freude“**

**+++ In aller Welt in aller Munde: Mit Fokus auf höchste Qualität und ländertypische Konsumentenvorlieben trifft HARIBO seit 100 Jahren den Geschmack der Menschen**

**+++ HARIBO weltweit: Auf Vertriebsniederlassungen in 26 Ländern und Export in über 100 Nationen folgt zum Geburtstag der Spatenstich für die erste Produktionsstätte in den USA**

**Grafschaft, 13. Dezember 2020** – Im rheinischen Bonn fängt alles an. Vor 100 Jahren legt ein junger Mann den Grundstein für die Weltkarriere eines der berühmtesten deutschen Familienunternehmen. Am 13. Dezember 1920 gründet der gelernte Bonbonkocher Hans Riegel in Bonn das Unternehmen HARIBO (HAns Riegel BOnn). Ein Jahr nach Firmengründung stellt HARIBO die erste Mitarbeiterin an. Es ist Gertrud Riegel, die Ehefrau des Firmengründers. Sie liefert die Tagesproduktion in den nächsten Jahren persönlich aus – mit dem Fahrrad. Heute kommen die HARIBO-Naschereien auf etwas anderen Pfaden zu den Menschen. Fast lautlos und vollautomatisiert gleiten die sauber geordneten Paletten voller Fruchtgummi und Lakritz aus den modernen Hochregallagern und treten ihren Weg in die Supermarktregale der Welt an.

### **Mit Erfindergeist und Leidenschaft zum Weltmarktführer**

HARIBO beschäftigt heute international 7000 Mitarbeitende, davon allein 3000 in Deutschland. Mehr als 70 Prozent der Belegschaft arbeitet in einem der weltweit 16 Produktionsstandorte. Aktuell produziert HARIBO in zehn Ländern und exportiert die Ware von dort in über 100 Länder. Das Familienunternehmen hat seit 2018 seinen Stammsitz in Grafschaft (Rheinland-Pfalz) und ist Weltmarktführer im Fruchtgummi- und Lakritzsegment. Unter der Marke HARIBO werden weltweit rund 1000 und in Deutschland etwa 300 verschiedene Produkte vertrieben. Darunter sind viele Klassiker, wie beispielsweise die Goldbären, Color-Rado, Phantasia,



# PRESSEMITTEILUNG

---

Tropifruitti oder die Lakritz Schnecken, die bereits viele Generationen begleitet haben und noch heute Kindheitserinnerungen wecken. Aber auch saisonale Produkte, innovative Neuprodukte oder Sondereditionen ergänzen regelmäßig das bunte Sortiment. Jahr für Jahr kommen weltweit viele neue Produkte auf den Markt. Stehen bleiben und sich auf dem Erreichten ausruhen, passte aber noch nie zur Unternehmensphilosophie von HARIBO. Und immer steht HARIBO für bunte Vielfalt. Deshalb haben die Konsumenten stets die Wahl, zu den Klassikern, Neuprodukten – die manchmal zu Klassikern werden – oder auch vegetarischen, veganen sowie zuckerreduzierten Produkten zu greifen.

## **Ikonische Marke mit ikonischen Produkten**

„HARIBO macht Kinder froh und Erwachsene ebenso“. Erklingen die ersten Töne des weltberühmten Slogans, kann fast jeder in die fröhliche Melodie einstimmen. Zusammen mit dem Goldbären und einem unverkennbaren Design hat auch der Slogan, der seit 1965 unverändert geblieben ist, dafür gesorgt, dass HARIBO seit Jahrzehnten als Paradebeispiel einer ikonischen Kultmarke gilt. 98 Prozent der Deutschen kennen die Marke HARIBO<sup>1</sup>. HARIBO vertreibt mit den Goldbären nicht nur einen internationalen Verkaufsschlager. Eine große deutsche Wirtschaftszeitung hat diese Erfindung jüngst unter die Top 10 der berühmtesten Erfindungen „made in Germany“ eingereiht, die in ihren Augen „die Welt revolutioniert“ haben. Von den berühmten Goldbären laufen weltweit täglich 160 Millionen vom Band. Würde man sie stehend aneinanderreihen, ließe sich mit einer einzigen Tagesproduktion sieben Mal die Erde umrunden.

## **Mit Spatenstich in die nächsten 100 Jahre: HARIBO auf internationalem Wachstumskurs**

Auch nach 100 Jahren ist HARIBO zu einhundert Prozent in Familienbesitz. Heute lenkt Hans Guido Riegel als Vertreter der dritten Generation die Geschäfte des Familienunternehmens. Großes Potenzial gibt es neben den asiatischen Märkten vor allem auch in Nordamerika. In den USA ist HARIBO das am schnellsten wachsende Süßwarenunternehmen. Seit 2018 ist HARIBO dort Marktführer im Fruchtgummimarkt, seit 2020 Amerikas Nummer 1 in der Gesamtkategorie der Süßwaren (ohne Schokolade). Um die gestiegene Nachfrage in den USA zuverlässig und schnell beliefern zu können, und gleichzeitig neue Wachstumsimpulse zu

---

<sup>1</sup> Quelle: Institut mindline, Global Brand Tracking für HARIBO (2020)





# PRESSEMITTEILUNG

---

setzen, baut HARIBO eine der modernsten Süßwarenproduktionsanlagen Amerikas. Der Grundstein für das neue Werk im US-Bundesstaat Wisconsin wurde pünktlich zum Firmenjubiläum gelegt. Der erste Bauabschnitt für die Errichtung der rund 500.000 Quadratmeter großen Produktionsanlage, die auf einem 55 Hektar großen Baugrund entsteht, wird 2022 fertiggestellt. Die Investitionssumme beträgt etwa 300 Millionen US-Dollar (circa 250 Millionen Euro).

## Geschmackstalent seit 100 Jahren

HARIBO erkennt man am typischen HARIBO-Geschmack – und zwar weltweit. Denn ein wichtiger Baustein des internationalen Erfolgs besteht darin, die Produkte mit viel Trendgespür auf die landesspezifischen Geschmacksvorlieben abzustimmen. Die Franzosen beispielsweise bevorzugen Schaumprodukte wie „Tagada“ oder „Chamallows“ und Dragees wie „Dragibus“. In England ist die bunte Fruchtgummi-Mischung „Starmix“ die Nummer 1 bei Jung und Alt. Und in Skandinavien greift man am liebsten zu Lakritzprodukten. Bei allen Unterschieden bleibt eins jedoch immer gleich: In die berühmten HARIBO-Tüten kommen ausschließlich Produkte von höchster Qualität.

Ein Jahrhundert HARIBO. Davon hat HARIBOs Gründer in seiner Hinterhof-Waschküche in Bonn sicherlich noch nicht einmal zu träumen gewagt. Dieser Erfolg wäre jedoch nicht möglich gewesen ohne die Mitarbeitenden von HARIBO in den letzten 100 Jahren, die tagtäglich dafür sorgen, dass nicht nur die Qualität stimmt, sondern sie vor allem eins tun: Kinder und Erwachsene froh zu machen.

## Multimediales Pressematerial steht im Newsroom bereit

Weitere Informationen (u.a. Bewegtbild, Bilder und Klickstrecken), Fakten, Geschichten von Prominenten, Konsumenten und Mitarbeitenden (HARIBO-Momente) sowie Infografiken rund um das Jubiläum finden Sie im [HARIBO-Newsroom](#).

### Pressekontakt

HARIBO GmbH & Co. KG

Unternehmenskommunikation

Sarah Honsálek

Tel.: +49(0)2641 300 1776

E-Mail: [sarah.honsalek@haribo.com](mailto:sarah.honsalek@haribo.com)





# PRESSEMITTEILUNG

---

## 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](http://www.haribo.com).

