

## HARIBO Tropifrutti feiert Geburtstag

**+++ Fruchtige Schale, weicher Kern: Einblicke in die Entstehungsgeschichte des beliebten Klassikers zeigen, wie aus Zufall ein Erfolgsprodukt wurde.**

**+++ Ab Mai im Handel: Zum Geburtstag ergänzen zwei sommerliche Limited Editions das Sortiment.**

**+++ Ganz neu dabei: HARIBO Tropifrutti mit Kokos-Note.**

**+++ Endlich wieder zurück: die begehrten HARIBO Tropifrutti Fruchtig spritzig mit saurer Schale und süßem Kern.**

**+++ Zum Jubiläum in Schale geworfen: Ein neues Verpackungsdesign und ein neuer TV-Spot der „Kids-Voices“-Kampagne begleiten den runden Geburtstag.**

**Grafschaft, 14. April 2021** – Der Sommer beginnt dieses Jahr bereits im Mai, denn HARIBO Tropifrutti feiert sein 40-jähriges Produktjubiläum mit zwei Limited Editions. Unter HARIBOs Top 5 beweist der Klassiker neben den HARIBO Goldbären, HARIBO Color-Rado, HARIBO Phantasia und HARIBO Pico-Balla große Beliebtheit – und schafft eine tropische Welt, die zum Entspannen und Genießen einlädt. Wie er das macht? Mit dem exotisch-fruchtigen Geschmack, den bekannten Formen vom Tukan bis zu Palmen und der einzigartigen Konsistenz. Doch nur wenige wissen: Entstanden ist der Nasch-Klassiker durch einen Zufall.

### Vom Zufall zu einer Lieblingssüßigkeit der Deutschen

Manchmal sind es Zufallsentdeckungen, die Großes hervorbringen. Die Geschwister Riegel hatten im Jahre 1981 bereits seit längerer Zeit den Wunsch, ein neues Produkt auf den Markt zu bringen. Das Besondere daran: Es sollte einen weichen Kern haben und von einer fruchtigen Schale überzogen sein. Der Zufall war die entscheidende Zutat, die das Rezept perfektionierte. Nach langem Ausprobieren des Werkleiters und Paul Riegel persönlich, wurde am Ende eines arbeitsreichen Tages versehentlich eine Charge der Fruchtgummimasse nicht in den Trockenraum gebracht. Als sie das Fruchtgummi am nächsten Tag probierten, waren alle von der neu entstandenen Konsistenz begeistert – und ein Kultprodukt war geboren. Seitdem sorgen die beliebten HARIBO Tropifrutti bei Jung und Alt für ein ganz besonderes Geschmackserlebnis.





# PRESSEMITTEILUNG

---

## Besonderer Naschspaß für die Sommertage

Anlässlich des runden Geburtstags erstrahlt nicht nur die Verpackung in einem neuen Design, die Welt des Tukans und der Palmen wird zusätzlich um zwei Limited Editions erweitert. Neu dabei: HARIBO Tropifrutti mit Kokos-Note. Umhüllt mit einer tropischen Kokos-Kandierung werden die Geschmacksrichtungen Passionsfrucht, Ananas, Banane, Mango-Mandarine, Granatapfel und Melone jetzt noch exotischer. Auch die sauer ummantelten HARIBO Tropifrutti Fruchtig spritzig kehren ab Mai wieder für kurze Zeit in den Handel zurück. Neben aufmerksamkeitsstarken POS-Aufstellern im tropischen Look gibt es zum Produktjubiläum nach fünf Jahren erstmals wieder einen neuen HARIBO Tropifrutti TV-Spot. Als Fortsetzung der erfolgreichen HARIBO „Kids-Voces“-Kampagne bringt dieser neben der bekannten kindlichen Freude auch das tropische Urlaubsgefühl direkt nach Hause.

Die beiden Tropifrutti Limited Editions sind ab Mai im 200-Gramm-Standardbeutel für 0,99 Euro im Handel erhältlich. Bei den Preisen handelt es sich um eine unverbindliche Preisempfehlung. Zu finden sind sie im klassischen Lebensmittelhandel, bei Süßwarenhändlern sowie im Convenience-Bereich oder direkt im HARIBO Online-Shop unter [www.haribo.shop](http://www.haribo.shop).

---

### Pressekontakt

HARIBO GmbH & Co. KG  
Unternehmenskommunikation  
Saskia Dehnert  
Tel.: + 49 (0)264 1300 1163  
E-Mail: [Saskia.Dehnert@Haribo.com](mailto:Saskia.Dehnert@Haribo.com)

Kommunikationsagentur  
LoeschHundLiepold Kommunikation  
Marcel Bahrenburg  
Tel.: +49(0)89 720 187 291  
E-Mail: [haribo@lhk.de](mailto:haribo@lhk.de)

### Über HARIBO

Seit einem Jahrhundert begleiten die bunten Süßigkeiten von HARIBO Generationen von Menschen. Das Familienunternehmen, das in dritter Generation geführt wird, feierte 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).

