



Happy Bärscopy: Die HARIBO Goldbären werden 100

+++ Das goldige Kultprodukt aus dem Hause HARIBO ist eine der bekanntesten Erfindungen „Made in Germany“.

+++ Liebe auf den ersten Biss: Seit 100 Jahren treffen die HARIBO Goldbären den Geschmack der Menschen.

+++ Mit bärenstarken Limited Editions und Geburtstagsaktionen sorgt HARIBO im Goldbären-Jubiläumsjahr 2022 für Partylaune.

Grafschaft, 10. Januar 2022 – HARIBO startet mit Konfettikanonen und Partytröten ins neue Jahr: 2022 werden die HARIBO Goldbären 100 Jahre jung und mit ihnen eine der bedeutendsten Erfindungen „Made in Germany“. Mit der Entwicklung der HARIBO Goldbären im Jahr 1922 gelang dem Bonner Bonbonkocher Hans Riegel ein Geniestreich. Als erstes Fruchtgummi-Produkt in Bärenform eröffneten die Goldbären einen Weltmarkt und legten schon früh den Grundstein für den internationalen Erfolg des jungen Unternehmens. Heute sind die HARIBO Goldbären als Kultprodukt in den Süßwarenregalen nicht mehr wegzudenken. Und auch bei HARIBO, dessen Produktpalette weltweit mittlerweile über 1.000 Produkte umfasst, haben die Goldbären nach wie vor eine ganz besondere Stellung inne. „Die Goldbären sind unser wertvollstes Familienerbstück“, so Hans Guido Riegel, Geschäftsführender Gesellschafter des Familienunternehmens. „Mein Großvater hat sie erfunden, und es ist die Aufgabe aller folgenden Generationen, dieses Vermächtnis zu pflegen und mit so viel Behutsamkeit weiterzuentwickeln, dass es Menschen auf der ganzen Welt noch viele Jahre und Jahrzehnte Freude bereitet.“

Die HARIBO Goldbären: unverkennbar ein Original

Inspiziert von der beliebten Jahrmarktattraktion des 19. Jahrhunderts entwickelte Hans Riegel mit den „Tanzbären“ 1922 den Urahn der Goldbären. Damals noch aus Gummi arabicum hergestellt, waren die Tanzbären ein wenig größer und schlanker als die heutigen Goldbären. Fröhliche, bunte Farben und fruchtige Geschmacksrichtungen gehörten aber bereits seit der ersten Generation zur DNA der HARIBO-Fruchtgummibären. In den 1960er Jahren lösten die etwas kleineren, aber auch runderen Goldbären die Tanzbären ab. Doch nicht nur das Produktstück selbst ging mit der Zeit: Auch ihre Verpackung wurde an den Zeitgeist der 1960er Jahre angepasst. So gibt es die HARIBO Goldbären seit 1961 nicht mehr nur als Stückartikel,



sondern gemeinsam in einer Tüte. Verpackungselemente wie die Goldglanz-Folie oder das Sichtfenster setzten schon damals Design-Maßstäbe, die bis heute charakteristisch sind. Nur eins fehlte den Fruchtgummibären kurz vor der Jahrtausendwende noch: ein Lächeln. 1995 schmuggelte HARIBO-Produktdesignerin Petra Wrede heimlich erste lächelnde Goldbären-Stempel in die Produktion. Schon wenige Jahre später, 1999, strahlten alle HARIBO Goldbären weltweit mit einem unwiderstehlichen Lächeln, das Groß und Klein zum Schmunzeln bringt. Vom Tanzbären bis zu ihrer heutigen Form – die Goldbären stehen wie kein anderes Produkt für HARIBO und sind sich dabei in ihrem Kern immer treu geblieben: Sie schmecken immer nach Kindheit und das auch noch in 100 Jahren. Dabei wird ihr Rezept ebenso streng bewacht wie die Goldreserven in Fort Knox. Die wichtigsten Zutaten hingegen sind kein Geheimnis: Leidenschaft und kindliche Freude.

Von Bonn in die Welt hinaus

Die Goldbären sind größte Freude in kleinster Form. Ob Asien, USA, Südamerika, Europa oder Australien: Die Goldbären sind heute weltweit zu Hause. Über Landesgrenzen hinweg werden pro Tag circa 160 Millionen HARIBO Goldbären produziert – stehend aneinandergereiht würde eine Jahresproduktion 10-mal die Erde umrunden. Egal wo auf der Welt, würde man zufällig Personen ansprechen und ihnen die Goldbären-Form zeigen, könnte im Durchschnitt jede und jeder Vierte sagen, dass es sich um die HARIBO Goldbären handelt¹. In Ländern wie Deutschland, Österreich, Dänemark oder Frankreich genießen die Goldbären sogar einen Bekanntheitsgrad von nahezu 100 Prozent. Form und Biss machen die HARIBO Goldbären unverkennbar und zur süßesten Stilikone der Welt. Sie stehen für eine bunte Welt, offen, friedlich, fröhlich; einfach süß. Und sie tragen ihre gute Laune bis in die entlegensten Winkel der Erde. Unter Hans Guido Riegel, der das Familienunternehmen in dritter Generation führt, sind die Goldbären endgültig Global Player geworden und stehen in den Süßwarenregalen von über 100 Ländern.

Ein buntes Jubiläumsjahr: Neue Limited Editions, TV-Spot & vieles mehr

Das Produktjubiläum feiert das Unternehmen zum Beispiel mit vielen über das Jahr verteilten Limited Editions. So können sich HARIBO-Fans direkt zum Jahresauftakt über die HARIBO Kindheitsknaller freuen: Eine neue Goldbären-Mischung mit Geschmacksrichtungen der 1980er, 1990er und 2000er-Jahre. Kirschlolly, Zuckerwatte, Brause, Cola Orange, Wackelpudding und Kaugummi laden zu einer Zeitreise in die eigene Kindheit ein.

¹ HARIBO Global Brand Tracking 2021, Shape Correct Brand Attribution, 22 Länder



„Ob 1922, 2022 oder 2122. Die Goldbären sind ein zeitloser Klassiker und sorgen jeden Tag für größte Freude in kleinster Form – und das generationsübergreifend in über 100 Ländern der Welt. Zu ihrem 100. Geburtstag wird es eine ganzjährige 360°-Kampagne geben, die Jung und Alt zum Mitfeiern einlädt – im TV, Online, im Handel, in Deutschland und international. HARIBO-Fans können sich auf viele Überraschungen freuen, die genauso sind wie die Goldbären: bunt und gespickt mit jeder Menge kindlicher Freude“, so Holger Lackhoff, Geschäftsführer Marketing, HARIBO D-A-CH. Dabei werden die Goldbären auch zentrales Element der TV-Werbung: In einem neuen Spot der Kids‘-Voices-Kampagne wird den Goldbären ein Geburtstagsständchen der ganz besonderen Art gesungen. Das sorgt direkt zu Beginn des Jahres für Unterhaltung in der Werbepause.

Eines der Erfolgsgeheimnisse der HARIBO Goldbären sind die sechs ikonischen Farben. Diese sollen im Jubiläumsjahr mit einem ganzjährigen Geburtstags-Gewinnspiel gefeiert werden. Auf www.haribo.com/geburtstag warten alle zwei Monate bärenstarke Gewinne in je einer der sechs Goldbären-Farben auf alle glücklichen Gewinnerinnen und Gewinner.

Passend zum Goldbären-Jubiläum erstrahlt auch das [HARIBO-Pressportal](#) in neuem Glanz. Hier finden Sie weitere spannende Fakten rund um die Goldbären und eine große Auswahl an hochauflösendem Bildmaterial für Ihre Veröffentlichung.

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 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.