



Markenikone mit weltweiter Bekanntheit: HARIBO Goldbären werden mit „Verpackung des Jahres“ ausgezeichnet

+++ Die Auszeichnung als „Verpackung des Jahres“ des Deutschen Verpackungs-Museums geht 2022 an die HARIBO Goldbären.

+++ Im Jubiläumsjahr der HARIBO Goldbären wird das kontinuierliche und ikonische Beuteldesign ausgezeichnet.

Grafschaft, 03. November 2022 – Wer an HARIBO denkt, der ist gedanklich schnell auch bei den Goldbären. Ihre Erfolgsstory hängt unmittelbar mit dem Produkt, aber genauso mit der Produktmarke und der Markenführung zusammen. Die Geschichte des Familienunternehmens, das heute in dritter Generation geführt wird, lässt sich durchaus über die Goldbären erzählen – sie sind sozusagen „HARIBO im Kleinformat“. Unverwechselbaren Wiedererkennungswert liefert dabei unter anderem das ikonische Beuteldesign der HARIBO Goldbären. Nun wurde dieses als „Verpackung des Jahres“ ausgezeichnet, die Verleihung fand während des 25. Verpackungsdialogs im Deutschen Verpackungs-Museum Heidelberg statt.

Ein Verpackungsdesign so ikonisch wie die Goldbären selbst

In den 1960er Jahren ebneten die Söhne des Unternehmensgründers, Dr. Hans und Paul Riegel, den Weg zum Durchbruch der Goldbären, die heute weltweit geliebt werden. Die etwas kleineren, aber auch runderen Goldbären lösten die Tanzbären ab. Aber nicht nur das Produktstück selbst ging mit der Zeit: Die Verpackung der Goldbären wurde an den Zeitgeist der 1960er Jahre angepasst. Seither sind die verschiedenen Geschmacksrichtungen der HARIBO Goldbären als bunte Mischung in einer Tüte erhältlich. Ein wichtiges Kapitel der Erfolgsgeschichte Goldbären wurde in dieser Zeit geschrieben: 1961 kam erstmals das ikonische Verpackungsdesign auf den Markt, dessen Kernelemente bis heute nicht aus den Süßwarenregalen wegzudenken sind. So erstrahlte die Goldbärentüte in goldenem Glanz und das Sichtfenster weckt seitdem Naschlust bei Groß und Klein. Eine stilprägende Designidee in einer Zeit, in der die Pop Art und ihre Protagonisten wie Andy Warhol Verpackungen als Kunst feierten.

Verpackungselemente wie die Goldglanz-Folie oder das Sichtfenster setzten schon damals Designmaßstäbe, die bis heute charakteristisch für die Goldbären sind. Das Sichtfenster ist



ein geniales Spiel mit der Assoziation. Ob im Supermarktregal, an der Tankstelle oder wie beim Kiosk – das Sichtfenster verlockt, in einen Moment kindlicher Freude einzutauchen.

Die Auszeichnung als „Verpackung des Jahres“ im 100. Jubiläumsjahr der HARIBO Goldbären bestätigt die Qualität und die Kontinuität in der Markenführung und begründet ihre Entscheidung damit, indem sie „vom Mut zur Weiterführung des historischen Markenkerns der Goldbären“ überzeugt sind. „Beeindruckend ist die beständige Gültigkeit der Formensprache, die ohne Abstriche weiter zum Einsatz kommt. In Würdigung ihrer Rolle als Klassiker des internationalen Verpackungsdesigns und zugleich als Anerkennung für den bewiesenen Mut zur Selbstständigkeit“, so die Jury.

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
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/presse.