



HARIBO

HARIBO MACHT KINDER FROH UND ERWACHSENE EBENSO

90 Jahre HARIBO – ein familiengeführtes Traditionsunternehmen mit einer einzigartigen Erfolgsgeschichte!

„HARIBO macht Kinder froh und Erwachsene ebenso“. Wer kennt ihn nicht, diesen weltberühmten, vertrauten Werbeslogan? 90 Jahre jung wird das mittlerweile global agierende Unternehmen HARIBO am 13. Dezember 2010.

Rückblick auf eine einmalige Erfolgsgeschichte ...

Der Gründer Hans Riegel sen. ließ die Firma HARIBO GmbH & Co. KG am 13. Dezember 1920 ins Bonner Handelsregister eintragen. HARIBO steht als Akronym für HAnS Riegel BOnn. Nach dem Tod des Vaters im Jahre 1945 übernehmen seine Söhne Dr. Hans Riegel und Paul Riegel im Jahre 1946 die Leitung der Firma. Mitte der 30er Jahre führt die Firma HARIBO den einfachen wie genial einprägsamen Werbeslogan „HARIBO macht Kinder froh“ ein. Um den Zusatz „und Erwachsene ebenso“ wurde dieser Traditionsslogan Mitte der 60er Jahre erfolgreich ergänzt und schaffte eine Erweiterung der Zielgruppenansprache. Das vom Gründer Hans Riegel sen. kreierte Produkt „Tanzbär“ ist heute die Kultfigur von HARIBO und als Goldbär weltberühmt! 100 Millionen „GOLDBÄREN“ werden weltweit täglich produziert. Dr. Hans Riegel ist für den kaufmännischen Bereich einschließlich Marketing und Vertrieb verantwortlich, sein Bruder Paul leitete bis zu seinem unerwarteten Tod im August 2009 den Produktionsbereich. Heute ist HARIBO der führende Hersteller von „Fruchtgummi und Lakritz“ und beschäftigt über 6.000 Mitarbeiter an 15 Produktionsstandorten weltweit.

Die HARIBO-Produkte hatten schon immer ihre Liebhaber. Natürlich konnten auch viele Prominente der süßen Verführung nicht widerstehen. So wird dem letzten deutschen Kaiser Wilhelm II. die Äußerung zugeschrieben, die Gummibärchen aus Bonn seien das Beste, was die Weimarer Republik hervorgebracht habe. Aber auch Schriftsteller Erich Kästner, Nobelpreisträger Albert Einstein, Schauspieler Heinz Rühmann und der erste Bundeskanzler Konrad Adenauer liebten die Leckereien.

Heute sind es Prominente wie Schauspielerin Sandra Bullock, Rennwagenfahrer Nico Rosberg und der englische Kronprinz William, die sich bereits öffentlich zu den süßen HARIBO-Leckereien bekennen. Nicht zu vergessen auch seit 1991 TV-Entertainer und HARIBO-Werbepartner Thomas Gottschalk, der den süßen Bärchen verfallen ist. Diese erfolgreiche und vielversprechende Zusammenarbeit erzielte sogar im Jahre 2005 einen Eintrag ins Guinness Buch der Rekorde als weltweit längste Werbepartnerschaft zwischen einem Unternehmen und einem Testimonial.

International bunte Produktvielfalt bis ins 21. Jahrhundert

Die Geschichte der Firma HARIBO ist eine einmalige Erfolgsbilanz. Was in einer Hinterhof-Waschküche in einem Bonner Vorort mit einem Sack Zucker begann, entwickelte sich über die Jahrzehnte zu einer der beliebtesten und bekanntesten Qualitätsmarken in der Süßwarenbranche. Besonders die beliebten „GOLDBÄREN“ sind mittlerweile ein internationaler Top-Seller.

Das HARIBO Weltmarktführer im „Fruchtgummi- und Lakritzbereich“ ist, geht aber nicht allein auf die garantierte Produktqualität, sondern auch auf ein seit Gründungstagen konsequentes, engmaschiges Vertriebs- und Produktionsnetz zurück. Bereits Ende der 20er Jahre nimmt HARIBO die erste ausländische Geschäftsbeziehung mit der Firma Sukkervarenfabrikker Danmark auf. Gemeinsam mit Dr. Hans Riegel wird die Firma HARIBO LAKRIDS A/S KOPENHAGEN gegründet.

Es folgen weitere Firmenübernahmen und somit Produktions- und Vertriebsorganisationen von Anfang der 60er Jahre bis zum Ende der 90er Jahre in Deutschland (Bonn Bad Godesberg, Solingen, Mainbernheim, Neuss und Wilkau-Haßlau) sowie in den Niederlanden, Belgien, Frankreich, England, Schweden, Österreich, USA, Italien, Finnland, Norwegen, Spanien, Tschechien und in Ungarn.

Alleine in den letzten 10 Jahren baute HARIBO sein internationales Netzwerk von Vertrieb und Herstellung weiter kontinuierlich aus. Im Jahr 2000 fand der Kauf des niederländischen Süßwarenherstellers Hoepmann aus Hoogezand statt, 2001 übernahm HARIBO den türkischen Fruchtgummi- und Schaumzuckerhersteller Pamir Gida Sanayi A. S. und eröffnete bis 2005 fünf weitere Vertriebsniederlassungen und – organisationen in Polen (2002), Russland (2003), Slowakischen Republik (2004), Australien (2005) und in Portugal (2005).

Ein Erfolgskonzern mit legendärer Kundenbindung und ausgezeichneter Produktqualität

Generationen sind mit HARIBO-Produkten groß geworden, die auch in Zukunft der Renner im Süßwarenregal des Handels sein werden. Im Laufe der Zeit haben auf Wunsch der Verbraucher Produktrelaunchs an den HARIBO-Klassikern stattgefunden!

Oberste Priorität ist es, stets diesen hohen Qualitätsansprüchen der Verbraucher gerecht zu werden und dies beweist HARIBO eindeutig mit dem Erwerb der fortwährend zahlreichen Auszeichnungen wie zum Beispiel:

- zum achten Mal in Folge „vertrauenswürdigste Süßwarenmarke in Deutschland“ von Reader`s Digest,
- die Auszeichnung als „Marke des Jahrhunderts“ von Deutsche Standards im Jahr 2007,
- zahlreiche DLG-Goldmedaillen für HARIBO und MAOAM-Produkte und somit das zweite Mal in Folge der „Landesehrenpreis für Lebensmittel NRW“
- und sogar kürzlich erhielt das sympathische Unternehmen den begehrten Branchen-Oskar der Lebensmittel Zeitung den „Goldenen Zuckerhut 2010“ für hervorragende Leistungen in der Ernährungswirtschaft, um hier nur einige der vielen Ehrungen aufzuführen.

Für alle HARIBO-Fans gibt es heutzutage nicht nur die süßen Naschereien, sondern viele interessante und sehenswerte Highlights wie das HARIBO-Museum „Musée du Bonbon“ in Uzès / Frankreich, die HARIBO-Wanderausstellung, die legendäre HARIBO-Kastanienaktion, die jährliche HARIBO-Deutschland Truck Tour, die beiden HARIBO-Rennfahrzeuge (Porsche 911 GT3 R und 911 GT3 Cup S) im exklusiven HARIBO-Design sowie die fliegenden Botschafter der Lüfte – die HARIBO „GoldbAIR“ Boeing 737-800 sowie die HARIBO „HaribAIR“ Boeing 737-800 der TUfly. Auf dem iPhone und dem iPod Touch kann man seine Freizeit mit den Klassikerprodukten „GOLDBÄREN“ und „COLOR-RADO“ spielerisch verbringen und sogar in den sozialen Netzwerken Facebook und SchülerVZ steht die Lieblingsmarke seinen Fans zur Verfügung. Natürlich gibt es auch jede Menge Fanartikel rund um die bunte Welt von HARIBO, Goldbär und Co. Weitere Infos unter www.haribo.com.

Eine wahrhaftige Erfolgsgeschichte, die bestimmt auch im 21. Jahrhundert mit zahlreichen Überraschungen und Neuheiten auf sich warten lässt!