

HARIBO

Haribo macht Kinder froh und Erwachsene ebenso!



Pressemitteilung

04/18



TITEL, TORE, UMSATZSTEIGERUNG: DIE HARIBO WM-PRODUKTE

DER SÜBWARENHERSTELLER PUNKTET MIT LIMITIERTEN WM-PRODUKTEN UND AUFMERKSAMKEITSSTARKEN POS-AKTIONEN

Bonn, 25. April 2018. Mit einem großen und bunten Aufschlag zur Fußball-Weltmeisterschaft am POS animiert HARIBO Verbraucher zu Impulskäufen und kurbelt so den Abverkauf im Markt an: Aktionsartikel im schwarz-rot-goldenen Look und attraktive Multibuy-Aktionen erzeugen nicht nur vorzeitig Fußball-Stimmung im Markt, sondern ziehen auch die Blicke der Verbraucher auf sich. Auch MAOAM punktet mit verkaufstarken Zweitplatzierungen am POS: Mit einem neu gestalteten Display laden beispielsweise die Schwarz-Rot-Gold Kracher echte Fußballfans auf der Aktionsfläche, im Hauptkundenlauf oder auch an der Kasse zu Impulskäufen ein.

Die HARIBO Goldbären: Charmanter Auftritt im neuen Trikot

Pünktlich zur WM 2018 präsentieren sich die HARIBO Goldbären im wiederverschließbaren Standbodenbeutel, die deutsche Nationalflagge auf der Verpackung rundet den Look ab. Der 250-Gramm-Beutel hält die Produktstücke länger frisch und erleichtert das Portionieren. So nominiert sich der Verbraucherliebling zum idealen Snack für den anstehenden Fußball-Sommer. Doch damit nicht genug: Am POS sorgt der Weltmarktführer im Fruchtgummi- und

Lakritz-Segment mit einer attraktiven Multibuy-Aktion für eine weitere Abverkaufssteigerung. Ab Ende April können Verbraucher beim Kauf der HARIBO Top-4-er-Kette bestehend aus den HARIBO Goldbären, Color-Rado, Phantasia und Tropifrutti die Gäste zu Hause nicht nur mit großer Vielfalt begeistern, sondern bekommen eine Gratis-Snack-Schale im passenden Fußball-Look dazu.

„Was wollt ihr denn?“ MAOAM überrascht mit Revival des beliebten Slogans

Auch die beliebte Kaubonbon-Marke MAOAM aus dem Hause HARIBO sorgt von Mitte April bis Ende August für Aufmerksamkeit: Eine neue TV-Kampagne lässt den beliebten Slogan „Was wollt ihr denn?“ wieder aufleben, positioniert die Marke erneut im Themenbereich Fußball und zeigt die begehrte Vielfalt. Zudem bietet sich das auffällig designte Aktionsprodukt MAOAM Kracher in schwarz-rot-gold und mit den Geschmacksrichtungen schwarze Johannisbeere, Kirsche und Zitrone als idealer Snack für alle Fußball-Fans an. Als optisches Highlight auf dem Wohnzimmer Tisch und ideales Mitbringsel für den Fußball-Abend rundet der MAOAM Football das Angebot ab. Von Ende April bis Mitte Juli begeistert er mit seiner Vielfalt an beliebten MAOAM-Produkten zum Anbieten und Teilen.

Bunte, aufwändig gestaltete Aktions-Displays und auffällige Palettendekorationen ziehen die Blicke der Verbraucher direkt am POS auf sich. In großen Mix-Displays präsentiert der Süßwarenhersteller seine Top-4-Produkte aus dem Bereich Fruchtgummi und setzt die Gratis-Snack-Schale groß in Szene. Auch MAOAM punktet mit originellem Design am POS: Mit einem im Fußball-Design gestalteten Display laden die Produkte auf der Aktionsfläche, im Hauptkundenlauf oder auch an der Kasse Verbraucher zu Impulskäufen ein.

Der wiederverschließbare HARIBO Goldbären 250-Gramm-Standbodenbeutel und die MAOAM Aktionsprodukte sind ab Ende April bis Mitte Juli zum unverbindlich empfohlenen Ladenverkaufspreis von 1,29 Euro (Goldbären Standbodenbeutel) bzw. 3,59 Euro (MAOAM Schwarz-Rot-Gold-Kracher) und 3,29 Euro (MAOAM Football) im klassischen Lebensmittelhandel, bei Süßwarenhändlern sowie im HARIBO Online-Shop unter www.haribo.shop erhältlich.

Pressekontakt

HARIBO GmbH & Co. KG
Sarah Honsálek
Unternehmenskommunikation

Fon: +49 (0)228-537-776
Fax: +49 (0)228-537-635
Mail: cc@haribo.com

HARIBO GmbH & Co. KG
Hans-Riegel-Straße 1
53129 Bonn

FAKTOR 3 AG
Anne Wiegel
Beratung

Fon: +49 (0)40-67 94 46-6133
Fax: +49 (0)40-67 94 46-11
Mail: a.wiegel@faktor3.de

FAKTOR 3 AG
Kattunbleiche 35
22041 Hamburg

HARIBO ist ein Familienunternehmen, das heute in der dritten Generation geführt wird. HARIBO steht als Akronym für HANS RIEGEL BONN. Das vom Gründer Hans Riegel kreierte Produkt „Tanzbär“ ist heute die Kultfigur von HARIBO und als Goldbär weltberühmt! Heute ist HARIBO Weltmarktführer im Fruchtgummi- und Lakritz-Segment. Alleine 100 Millionen GOLDBÄREN werden täglich weltweit produziert. Die kontinuierliche Markenführung unter höchster Qualitätskontrolle sowie das Vertrauen der Verbraucher machen einen großen Teil der Erfolgsgeschichte an 16 Produktionsstandorten in zehn Ländern aus. Weltweit sind rund 7.000 Mitarbeiter beschäftigt. Weitere Informationen gibt es unter www.haribo.com.

HARIBO

HARIBO.COM

MAOAM