

HARIBO

Haribo macht Kinder froh und Erwachsene ebenso!



Pressemitteilung

09/17



HARIBO DRAMA-LAMA: NEUES HIGHLIGHT-PRODUKT AM POS

HARIBO sorgt mit innovativem Aktionsprodukt für Abverkaufssteigerung

Bonn, 26. September 2017. Das Traditionsunternehmen HARIBO erweitert sein Sortiment für kurze Zeit und bedient den Wunsch der Verbraucher nach originellen Produkten. Ab Oktober ergänzt der Aktionsartikel HARIBO Drama-Lama in den trendigen Geschmackskombinationen Kaktusfeige und Marshmallow, Himbeere und Vanille, Rote Grütze und Vanille sowie Zitrone und Biscuit das vielseitige Fruchtgummiangebot von HARIBO.

Absolute Neuheit: Lama-Fruchtgummi lädt zu Impulskäufen ein

Vor allem trendorientierte Teenager und probierfreudige junge Erwachsene greifen gern zu ausgefallenen Produkten. Mit dem Lama als Aufhänger für das Aktionsprodukt greift HARIBO ein bisher unbesetztes Thema im Fruchtgummibereich auf. Besonders das moderne Beuteldesign mit einem Sichtfenster auf die ausgefallenen, bunten Produktstücke im Lama-Look zieht die Blicke der Verbraucher auf sich und lädt die jüngere Zielgruppe zu spontanen Impulskäufen ein. Die besonderen Geschmacksrichtungen des trendorientierten Neuproduktes runden HARIBO Drama-Lama ab und bieten Konsumenten ein modernes und außergewöhnliches Nascherlebnis.

Konsumentenaktivierung mit Trend-Potenzial

Für die junge und Social Media affine Zielgruppe hat sich HARIBO eine weitere Besonderheit einfallen lassen. Auf der Beutel-Rückseite von Drama-Lama werden verschiedene Hashtags zu den einzelnen Produktstücken aufgeführt. Mit unterhaltsamen Hashtags wie zum Beispiel #dramaqueen oder #noproblama lädt HARIBO Konsumenten ein, zu dem Trendprodukt passende Bilder in den sozialen Netzwerken hochzuladen und schafft somit einen potenziellen neuen Trend.

Bunter Aufschlag am PoS

Dank einem farbenfrohen, auffälligen Pappsockeldisplay erhält Drama-Lama eine prominente Platzierung im Markt. Für zusätzliche Aufmerksamkeit sorgt die Präsentation im Mix-Display mit den HARIBO Flamingos. Ein bunt gestaltetes Schild über dem Display zieht zusätzlich das Interesse der Verbraucher auf sich.

Vertrieben wird der Artikel ab Oktober im 175-Gramm-Beutel zum unverbindlich empfohlenen Ladenverkaufspreis von 0,95 Euro im klassischen Lebensmittelhandel, bei Süßwarenhändlern sowie im Convenience-Bereich und direkt im HARIBO Online-Shop unter www.haribo.shop.

Pressekontakt

HARIBO GmbH & Co. KG
Simone Lethert/Sarah Honsálek
Unternehmenskommunikation

Fon: +49 (0)228-537-248/+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. Der Gründer Hans Riegel ließ die Firma HARIBO GmbH & Co. KG am 13. Dezember 1920 ins Bonner Handelsregister eintragen. 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 nun fast 7.000 Mitarbeiter beschäftigt. Weitere Informationen gibt es unter www.haribo.com.



HARIBO.COM

