

## **Weltweite Erfolgsgeschichte: HARIBO feiert zehn Jahre Kids'-Voices-Kampagne**

**+++ Die Kampagne zeigt auf humorvolle Weise, wie HARIBO das innere Kind in uns weckt.**

**+++ Global erfolgreich, lokal kreierte und preisgekrönt: Seit 2014 sind weltweit rund 40 Kids'-Voices-Spots in 19 Ländern entstanden.**

**+++ In Deutschland bringt ab sofort ein neuer Spot die HARIBO Goldbären und ihr Lächeln im Fernsehen und online auf den Gipfel.**

**Grafschaft, 18. Juni 2024** – Seit zehn Jahren bringt HARIBO mit der Kids'-Voices-Kampagne kindliche Fantasie auf die TV-Bildschirme rund um den Globus. Das Herzstück der Kampagne sind authentische Kinderdialoge: In den Spots sind Kinderstimmen zu hören, während erwachsene Protagonisten in typisch erwachsenen Settings zu sehen sind. „Der Kerngedanke der Kids' Voices ist, dass wenn man eine Tüte HARIBO öffnet, das innere Kind in einem zum Vorschein kommt. Es kommt zu einem Moment der kindlichen Freude. Ganz gleich, wie hektisch unser Tag ist oder wie stressig er auch sein mag“, erklärt Herwig Vennekens, Chief Commercial Officer der HARIBO-Gruppe. Die Idee stammt von der Londoner Agentur Quiet Storm. In den letzten Jahren hat HARIBO die Mechanik weltweit für unterschiedliche Märkte adaptiert, sodass eine globale Kampagne entstanden ist. Ob in Europa, in den USA, in Japan oder Südkorea: Seit dem Auftakt der Kids' Voices 2014 in Großbritannien hat HARIBO bereits rund 40 Spots in 19 Ländern und ihren jeweiligen Landessprachen gedreht.

Die Produktion der Spots beginnt mit dem Dialog. Für den gibt es keine vorgefertigten Texte, sondern die Tonaufnahmen entstehen frei in einer passend gestalteten Kulisse. Inspiriert von bunten Requisiten und HARIBO-Naschereien darf eine kleine Gruppe Kinder gemeinsam experimentieren und Spaß haben. „Es braucht echte Kinderstimmen und authentische kindliche Fantasie, um zu transportieren, was unbekümmerte kindliche Freude ausmacht“, sagt Trevor Robinson, OBE, Creative Director und Gründer der Agentur Quiet Storm. „Wenn diese dann in einer Erwachsenenumgebung zur Geltung kommt, ist das der positive Bruch, der alle zum Lachen bringt.“



Mehr zu zehn Jahren Kids' Voices erfahren Sie im Video-Interview mit Herwig Vennekens und Trevor Robinson hier auf [www.haribo.com](http://www.haribo.com).

Die Kampagne ist weltweit beliebt und gewinnt regelmäßig nationale Preise für die TV-Spots in den jeweiligen Ländern, so beispielsweise in Japan oder in der Türkei. Das Erfolgsgeheimnis ist die lokale Umsetzung der Spots, die den individuellen Humor und die lokalen Eigenheiten des Landes einbezieht: „Wie wir alle wissen, sind Kultur und Humor von Land zu Land sehr unterschiedlich. Es ist genau diese Präzision, die den Unterschied bei der Kampagne ausmacht“, so Herwig Vennekens. In Deutschland landet HARIBO mit der Kids'-Voices-Reihe regelmäßig auf Platz 1 der Langzeitstudie „Deutschlands Werbeliebte“ von Spikes und YouGov – so auch in der neuesten Auswertung von März bis Mai 2024.

## **HARIBO Goldbären lächeln in neuem TV-Spot über alle Berge**

Der jüngste Kids'-Voices-Spot ist ab sofort in Deutschland zu sehen. Für HARIBOs Top-Seller, die HARIBO Goldbären, geht es hoch hinaus: Der Spot, der auf reichweitenstarken TV-Sendern und Online-Plattformen wie YouTube, Facebook und Instagram ausgestrahlt wird, wurde auf über 2000 Höhenmetern gedreht. Hier oben auf den Bergspitzen dreht sich bei einer Wandergruppe alles um die Frage, warum die Goldbären eigentlich lächeln. „Unser neuester TV-Spot aus der preisgekrönten Kids'-Voices-Reihe zeigt mit einem verschmitzten Lächeln, was echtes Gipfelglück bedeutet“, freut sich Holger Lackhoff, Chief Marketing Officer HARIBO DACH. Der Spot in den Bergen ist bereits der 13. deutsche Werbespot der Reihe sowie der fünfte für die HARIBO Goldbären nach dem Büro-Meeting, dem Farmer-Spot mit dem roten Goldbären-Baum, dem rockigen Ständchen zum 100. Geburtstag der Stilikone und dem Tretboot. Idee und Umsetzung des neuen Spots stammen von Jung von Matt SPREE.

## **Die wichtigsten Fakten zum neuen TV-Spot**

- Hier geht es zum neuen Spot bei YouTube: [Warum lächeln die Goldbären eigentlich?](#)
- Agentur: Jung von Matt SPREE
- HARIBO: Holger Lackhoff, Chief Marketing Officer HARIBO DACH, Nina Schmidt, Director Marketing, Burkhard Zyber, Vice President Communications, Juliane Matthaei, Head of Online Marketing, Lisa Honert, Manager Brand Management und Manuel Helpenstein, Head of Market Research
- Produktion: Zauberberg Productions GmbH
- Kamera: Carlo Jelavic



## Pressekontakt

HARIBO GmbH & Co. KG  
Unternehmenskommunikation  
Sarah Honsálek  
Tel.: +49(0)2641 300 1776  
E-Mail: [cc@haribo.com](mailto:cc@haribo.com)  
Web: [www.haribo.com/presse](http://www.haribo.com/presse)

Kommunikationsagentur  
LHLK Agentur für Kommunikation GmbH  
Stefan Funcke  
Tel.: +49(0)30 400 065 215  
E-Mail: [haribo@lhlk.de](mailto: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 200 Millionen Goldbären werden täglich weltweit produziert. 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 elf Ländern aus. Weltweit beschäftigt HARIBO über 7000 Mitarbeitende. Weitere Informationen gibt es unter [www.haribo.com/presse](http://www.haribo.com/presse).

