



HARIBO

HARIBO MACHT KINDER FROH UND ERWACHSENE EBENSO

HARIBO SAFT GOLDBÄREN 2013 **Jetzt größer, saftiger und softer!**

Der Bruder des klassischen HARIBO GOLDBÄREN zeigt seine goldigen Stärken und Qualitäten noch deutlicher! Seit 2009 als starker Zuwachs in der GOLDBÄREN-Familie eingeführt, werden sich ab sofort die HARIBO SAFT GOLDBÄREN noch größer, saftiger und softer präsentieren. Kampagnenzeitraum ist vom 02. September 2013 bis 24. November 2013.

Unter dem Motto: „größer – saftiger – softer“ geht es bärenstark in den Herbst! Die neuen SAFT GOLDBÄREN präsentieren sich ab Anfang September in einer stattlichen Produktgröße von ca. 2,5 cm. Zukünftig wird es das beliebte Nascherlebnis mit bemerkenswerten 25% Fruchtsaft-Anteil geben, was die SAFT GOLDBÄREN zum „saftigsten“ Produkt von HARIBO machen. Die sechs bekannten und beliebten Geschmacksrichtungen Apfel (grün), Birne (weiß), Himbeere (rot), Pfirsich (orange), Limette (gelb) und schwarze Johannisbeere (dunkel-rot) bleiben natürlich bestehen. Durch die größeren Fruchtgummibären und den erhöhten Fruchtsaftanteil wird eine noch softig weichere Konsistenz erzielt, die die SAFT GOLDBÄREN vom Geschmack her noch köstlicher und unvergleichlich fruchtiger machen – als sie es ohnehin schon waren – einfach absolute Spitzenqualität!

Die Beutelabpackung zeigt das bekannte, schwarze Logo der GOLDBÄREN-Familie – nur die Goldbären-Illustration auf der Beutelvorderseite wurde modernisiert und fotorealistischer dargestellt. Ab sofort ist der Schriftzug „Saft“ klar und deutlich zu erkennen.

Die Produktoptimierung „größer, saftiger, softer“ wird bei den Partnern im Handel durch einen großen, gelben Störer auf den 175 g-Beuteln kommuniziert.

Massive Media-Unterstützung und hohe Abverkaufswirkung. Als weiterer Blickfang im Handel dienen aktionsspezifische Displays sowie eine mit dem Slogan der Kampagne gebrandete Kartonage. Massive Media-Unterstützung durch TV- und Online-Kampagne kommt unterstützend hinzu. Werbepartner Thomas Gottschalk wird die neuen SAFT GOLDBÄREN in einem neuen TV-Spot aktiv bewerben.

Parallel wird eine Online-Kampagne inklusive attraktivem Gewinnspiel, bestehend aus einer eigenen Microsite, einer Bannerkampagne sowie einer eigenen Facebook Applikation für alle SAFT GOLDBÄREN-Liebhaber zur weiteren Unterstützung stattfinden. Selbst für alle Smartphone-Besitzer – und jetzt ganz neu auch für alle Tablet-Nutzer wird diese Kampagne bestimmt zu einem goldigen Erlebnis!

Anzeigen in der Fachpresse wurden bereits im Juli 2013 geschaltet.

Für großes öffentliches Interesse ist bestens gesorgt!