



MARKT

Chiquita Brands International, Inc. (NYSE: CQB) ist weltweit einer der führenden Anbieter von frischen und verarbeiteten Premium-Obst- und Gemüseprodukten. Das Unternehmen beschäftigt mehr als 23.000 Mitarbeiter in 80 Ländern und besitzt etwa 15.000 Hektar landwirtschaftliche Fläche – hauptsächlich in Panama, Costa Rica, Guatemala und Honduras.

Chiquita trägt mit seinen hochwertigen, frischen und natürlichen Produkten zu einer ausgewogenen Ernährung bei und bietet ein buntes Produktsortiment, das Spaß macht und für jeden Geschmack und Anlass den passenden Fruchtgenuss bietet.

Auf dem deutschen Markt umfasst das Chiquita Angebot unter anderem die bekannten Premium-Bananen, frische Früchte wie Ananas, sechs verschiedene Smoothie-Sorten sowie die neuen Superfruit Smoothies. Das gesamte Produktportfolio überzeugt dabei durch höchste Qualität, sorgfältige, nährstoffschonende Verarbeitung und größtmögliche Frische.

ERRUNGENSCHAFTEN

Die Chiquita Produkte sind in Obst- und Gemüseabteilungen in über 60 Ländern zu finden. Chiquita gehört zu den bekanntesten Marken der Welt. In den Ländern, in denen Chiquita Produkte erhältlich sind, kennen über 90 Prozent der Bevölkerung Chiquita – in Deutschland sind es sogar 95 Prozent!

Chiquita ist aber weit mehr als nur Vermarkter und Distributeur von frischen und verarbeiteten Obst- und Gemüseprodukten. Der Fruchtexperte setzt sich für verantwortungsvolle Landwirtschaft sowie umwelt- und sozialgerechte Lebensbedingungen auf den Bananenfarmen ein. Dabei orientieren sich alle Aktivitäten des Unternehmens an den vier Grundwerten Integrität, Respekt, Chancen und Verantwortung.

Bereits 1992 hat Chiquita begonnen, nach den strengen Zertifizierungsstandards für nachhaltige Erzeugung der Rainforest Alliance und ihrer lokalen



Partner im Sustainable Agriculture Network (SAN) zu arbeiten. Seit 2005 tragen alle Chiquita Bananen das Siegel „Rainforest Alliance Certified™“. Die Zertifizierung steht für gute Arbeits- und Lebensbedingungen auf den Plantagen sowie für eine verantwortungsvolle Landwirtschaft, in der Umweltschutz und Erhalt der Lebensräume für Tiere und Pflanzen im Fokus stehen. Als erstes Unternehmen der Branche bietet Chiquita seit 2009 auch Ananas von „Rainforest Alliance Certified™“-Farmen an.

Weiterhin verpflichtet sich Chiquita zu einem fairen Umgang mit seinen Angestellten und hat im Jahr 2000 die SA8000-Norm als Arbeitsstandard in den unternehmenseigenen Verhaltenskodex aufgenommen. Die Mehrzahl der Chiquita Mitarbeiter in der Bananenproduktion Mittelamerikas



sind zudem Gewerkschaftsmitglieder. Tarifverträge regeln Löhne, Gehälter, weitere Unternehmensleistungen und Arbeitsbedingungen. Auch der Lebensstandard der Chiquita Mitarbeiter hat sich durch einen weiteren wichtigen Aspekt verbessert: Seit einigen Jahren unterstützt Chiquita den Erwerb von Eigenheimen in der Nähe der Farmen. So wurden zum Beispiel rund 5.000 Chiquita Farmarbeiter in Mittelamerika zu Hauseigentümern.

GESCHICHTE

Die Geschichte von Chiquita und der Chiquita Premiumbanane führt zurück in die Siebziger Jahre des 18. Jahrhunderts, als zwei Industrielle die geschäftlichen Möglichkeiten witterten, die in der köstlichen gelben Frucht steckten. 1870 kaufte Captain Lorenzo Dow Baker in Jamaika 160 Bananenstauden und verschiffte sie nach Jersey City in New Jersey, wo er sie mit Gewinn verkaufte. 1885 gründete Baker die Boston Fruit Company.

1871 wurde Minor C. Keith vom Staat Costa Rica mit dem Bau einer staatlichen Eisenbahnstrecke beauftragt. Um Ein-

nahmen durch Fracht und Fahrgäste für die Eisenbahn sicherzustellen und die Kapazitäten der Bahn auf der Fahrt ins Landesinnere wie auch auf der Fahrt zurück an die Küste auszunutzen, pflanzte er Bananen entlang der Bahnstrecke. Am 30. März 1899 fusionierte Keiths Eisenbahngesellschaft mit der Boston Fruit Company. So entstand die United Fruit Company. Diese Fusion war der Anfang des Unternehmens, das heute unter dem Namen Chiquita Brands International bekannt ist.

Die Geschichte der Marke Chiquita beginnt in den Vierziger Jahren des 20. Jahrhunderts. Um dem Bananengeschäft neuen Auftrieb zu geben, führte Chiquita 1944 die inzwischen legendäre Figur „Miss Chiquita“ ein, begleitet von einem munteren Jingle. 1963 begann das Unternehmen, seine Bananen mit dem blauen Chiquita Label zu versehen. Miss Chiquita, der Chiquita Jingle und das Chiquita Emblem wurden zu den am stärksten wiedererkennbaren Elementen der Marke Chiquita und sind Generationen von Verbrauchern vertraut.

PRODUKT

Die Banane zählt nicht nur zu den beliebtesten Früchten bei Alt und Jung, sie ist auch wertvoller Bestandteil einer ausgewogenen Ernährung. Natürlich, unkompliziert in der Zubereitung, von höchster Qualität und köstlichem Geschmack eignen sich Chiquita Bananen ideal als gesunde Zwischenmahlzeit. Sie liefern viele wichtige Nährstoffe, die der menschliche Körper benötigt: Kohlenhydrate, Mineralien, Vitamine, Ballaststoffe und Wasser. Dabei überzeugen Chiquita Bananen seit Jahrzehnten mit ihrer verlässlichen Premium-Produktqualität.

Chiquita zählt seit der Einführung seiner Smoothie-Range zu den führenden Smoothie-Marken in Europa. Das vielseitige Angebot umfasst mittlerweile sechs Varianten, die das Geschmacksbarometer von süß bis sauer abdecken. Neben den Varianten Ananas-Banane, Erdbeer-Banane, Kokos-Mango, Mango-Passionsfrucht und Himbeer-Granatapfel gibt es seit 2009 auch die





exotisch-beerige Sorte Brombeere-Himbeere-Yangmei. Die klassischen Chiquita Smoothies eignen sich als geschmackvolle, natürliche Zwischenmahlzeit, da sie den Obstverzehr ohne komplizierte Zubereitung ergänzen und aufgrund der abwechslungsreichen Fruchtkombinationen vielfältig gestalten. Zudem stellen die Smoothies eine



perfekte Alternative zu ungesünderen Snacks dar und können eine der von der Deutschen Gesellschaft für Ernährung (DGE) empfohlenen täglichen zwei Portionen Obst liefern.

AKTUELLE ENTWICKLUNG

Seit April 2009 eröffnen die Chiquita Superfruit Smoothies eine neue Dimension der Smoothie-Kategorie. Denn die in den Smoothies enthaltenen Superfrüchte besitzen einen hohen Anteil an natürlichem Vitamin C beziehungsweise Antioxidantien – Vitalstoffe, die helfen, die antioxidative Abwehr zu unterstützen. Um besten Geschmack und optimalen Nutzen zu verknüpfen, hat Chiquita für die Entwicklung der Superfruit Smoothies intensiv mit einem Team von Experten aus unterschiedlichen Disziplinen geforscht. Dank seiner langjährigen Fruchterfahrung konnte Chiquita Superfrüchte mit einem hohen Zusatznutzen auswählen, die püriert und in Kombination mit anderen Früchten die köstlichen Superfruit Smoothies ausmachen.

Chiquita legt bei allen klassischen und Superfruit Smoothie-Varianten größten Wert auf Premium-Qualität. Das bestätigen auch die Aus-

zeichnungen durch Ökotest, Stiftung Warentest und den LifeCare Food Award, die Chiquita in den vergangenen zwei Jahren erhalten hat. Erstklassige Früchte und ein schonender Verarbeitungsprozess sowie der Verzicht auf industrialisierte Vorprodukte wie Fruchtsaftkonzentrate, Aromen oder Farbstoffe machen die äußerst bewährte Chiquita Qualität aus. Denn „echte“ Smoothies enthalten 100 Prozent pure Früchte – und sonst nichts!

WERBUNG

Miss Chiquita

Als eine der berühmtesten Markenfiguren aller Zeiten erlebte Miss Chiquita ihr Debüt als animierte Bananenfigur in der Kinowerbung der Vierziger Jahre. Seit 1963 zierte sie dann auch das Emblem der Premiummarke und kennzeichnete neben den Chiquita Bananen zahlreiche andere Produkte.

Mit der Zeit nahm Miss Chiquita viele verschiedene Formen an. Die Originalfigur war eine animierte Banane, erst 1986 bekam sie eine menschliche Form. Auch ihr Kostüm wandelte sich mit der Zeit, doch der unverwechselbare Hut in Form einer Obstschale blieb stets derselbe. Models und Prominenten wurden engagiert, um die „First Lady der Früchte“ zum Leben zu erwecken. So verkörperte *Patty Clayton* 1944 als Erste die Miss Chiquita. Obwohl Miss Chiquita 2009 ihren 65. Geburtstag feiert, ist sie immer noch eine der beliebtesten Figuren Amerikas.

Chiquita Jingle

Mit diesem lustigen, lebhaften und unterhaltsamen Jingle wurde Miss Chiquita der Welt vorgestellt. Inhaltlich informiert der Jingle die Verbraucher über



1963 werden Bananen in Pappkartons in einzelnen „Händen“ versendet. Zu dieser Zeit führte Chiquita das inzwischen berühmt gewordene blaue Emblem ein. Seit 2005 trägt die Premiumbanane zusätzlich das Siegel der Rainforest Alliance für umweltschonenden und sozialgerechten Banananbau. Dieses Siegel zeigt den Verbrauchern, dass alle Chiquita Bananenplantagen durch die unabhängige Umweltschutzorganisation zertifiziert sind.

MARKENWERT

Die Marke Chiquita steht für frische Früchte und natürliche, obstbasierte Produkte im Premiumsegment. Denn Chiquita ist längst viel mehr als nur Banane. In den letzten Jahren hat sich Chiquita von einer reinen Monomarkte zu einer Marke entwickelt, die für frische, natürliche und verbraucher-nahe Lösungen in Premium-Qualität steht.

www.Chiquita.de

Wussten Sie schon von Chiquita?

- Bananenstauden sind die größten Pflanzen der Erde ohne holzigen Stamm und sind somit auch keine Bäume. Es sind krautartige Pflanzen, die mit der Familie der Orchideen-, Lilien- und Palmengewächse verwandt sind. Die gewaltigen Blätter der Bananenpflanze erreichen eine Höhe von 914 Zentimetern.
- Die Blüte der Bananenpflanze ist essbar und wird häufig zum Aromatisieren von Suppen und Currys verwendet.
- Die Spieler und Helfer des Wimbledon Tennis Championship 2002 haben angeblich über 35.000 Bananen gegessen.
- Auch *Bugs Bunny* hat einmal den berühmten Chiquita Jingle gesungen.
- „Häger, der Schreckliche“ und das Original von Miss Chiquita sind verwandt. Denn beide entstammen der Feder von *Dik Browne*.
- In jedem Chiquita Smoothie befindet sich mindestens eine halbe Chiquita Banane. Alle unsere Bananen stammen von „Rainforest Alliance Certified™“-Farmen.

