



BRONZE

KATEGORIE: Konsumgüter Food/Beverages

BEWORBENES PRODUKT:
Chiquita Smoothies

CREDITS
Auftraggeber:

Chiquita Banana Company BV

Kommunikationsleitung:

Patricia Hajek

Agentur: Combera GmbH/Division

Werbeagentur GWA

Kontakt: Sebastian Herbst (Foto)

Kreation: Barbara Krug

Mediaagentur: Initiative Media

Werbemittlung GesmbH

Kontakt: Alexandra Fellner


①



②



③



④

TV-Spot

Freche Früchtchen

Der Daumen, der schüttelt die Pflaumen, der hebt sie auf, der bringt sie nach Haus ... und Chiquita macht dann Smoothies draus.

FACTS
Komm.budget: 424.000 Euro

Schaltzeitraum: 3-8/2008

Zielgruppe: Frauen 25-49 Jahre,
urban, mobil, Schicht A ...

Mediamix: Print, TV, Andere, Sales
Promotion/POS/Events

Marktanteil: +10 %
(von 20 % 2007 auf 30 % 2008)

Werbewirksamkeit: +19 %
gestützte Markenbekanntheit

Kaufbereitschaft: +4 % (43 % 2008)

Die Werbung verrät das Rezept der Chiquita Smoothies: „Dafür brauche ich wunderbare frische Früchte und sonst ... nichts“, erklärt der Koch im Bild. Im kurz darauf aufkommenden Sturm kann er nur die Früchte beschützen. Der Gedanke an Zusatzstoffe ist plötzlich wie „weggeblasen“.

100 Prozent frische Früchte

Aus den frischen Früchten im Mixer entstehen cremig zarte Fruchtsakes. Das ist ein Smoothie. Sprich Smussie. Das Rezept kommt aus Amerika, doch auch bei uns beginnen sich die gesunden Getränke langsam durchzusetzen. Der Markt der gekühlten Früchte wächst unaufhörlich und seit Anfang 2008 drängt eine Vielzahl von neuen Produkten auf den Markt. Chiquita konnte sich mit seinem Versprechen von 100 Prozent Frucht ohne Zu-

satz von Zucker, Aromaverstärkern und Konservierungsstoffen dennoch klar positionieren.

Mehr als nur Bananen

Bisher eher für Bananen und andere exotische Früchte bekannt, wollte sich Chiquita mit Einführung seines Smoothie-Sortiments auf einem neuen Markt etablieren und gleichzeitig seine Kernwerte wie Premiumqualität und Fruchtexpertise auf das neue Produkt übertragen. Das ist durchaus gelungen. Chiquita konnte seinen Marktanteil von 20 Prozent 2007 auf 30 Prozent 2008 steigern, ist somit Marktführer bei den Smoothies. Die Bekanntheit ist im Vergleich zum Vorjahr um 19 Prozent gestiegen und die Kaufbereitschaft kletterte innerhalb eines Jahres von 39 auf 43 Prozent. Chiquita ist eben Österreichs Fruchtexperte.