

Maggi : Tränen in der Suppe

Autor(en): **Honegger, Annegret**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Zeitlupe : für Menschen mit Lebenserfahrung**

Band (Jahr): **80 (2002)**

Heft 9

PDF erstellt am: **27.06.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-725734>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern. Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Maggi: Tränen in der Suppe

Der Nestlé-Konzern verlagert die Produktion des traditionellen Maggi-Sortiments auf Anfang nächsten Jahres ins Ausland. Ein Kapitel Schweizer Unternehmensgeschichte geht zu Ende.

VON ANNEGRET HONEGGER

Die Poesie ist die Würze des Lebens, der Witz die Würze der Unterhaltung, wie Maggi's Suppen- und Speisewürze diejenige eines jeden guten Mittagstisches.» So textet der spätere Dramatiker Franz Wedekind, der 1886 Leiter der Reclame-Abteilung der Firma Maggi war. Dank seinen poetischen Sprüchen und dem Erfindergeist des Gründers Julius Maggi waren die praktischen Fertigprodukte bald in aller Munde. Maggi und Kempththal gehörten fortan zusammen; «s'Maggi», die Flüssigwürze im braunen Fläschchen, wurde zur Legende. Heute produziert die Maggi-Fabrik, die seit dem Zusammengehen mit Nestlé 1947 offiziell «Nestlé, Fabrik Kempththal» heisst, allein für die Schweiz fast achtzig verschiedene Artikel.

Einer der Klassiker ist die Elf-Gemüse-Suppe. Aus grossen Säcken rinnen die Zutaten in die gewaltigen Mischbehälter und beginnen ihre Reise durch Pipelines und über Fliessbänder bis in den Suppenbeutel. Dampfende Töpfe sucht man allerdings vergebens – die Suppen werden ausschliesslich trocken gemischt, überwacht vom Computer und vom Fachmann. Von Kempththal (Gemeinde Lindau ZH) kommen die Lebensmittel mit dem vertrauten rot-gelben Logo in der Schweiz und weiteren 82 Ländern auf den Tisch.

Am 1. September 2002 stehen diese Maschinen still. Ab dem nächsten Jahr wird das Schweizer Maggi-Sortiment in

den Nestlé-Fabriken in Deutschland und Frankreich hergestellt. «Rohstoffe und Arbeitskräfte sind in der Schweiz einfach zu teuer», begründet Fabrikdirektor Ernst Lavater den Entscheid des Konzerns. Gleichzeitig hat das Unternehmen seine Tochter FIS (Food Ingredients Specialities) an die in Genf und Dübendorf ansässige Firma Givaudan verkauft. Für FIS produziert die Nestlé-Fabrik Kempththal seit 1994 so genannte Flavours und gehört auf dem Gebiet der salzigen Aromen zur Weltspitze. Givaudan, selbst stark bei den süssen Düften, erwirbt mit

der FIS viel Know-how und dringend benötigte Fabrikgebäude.

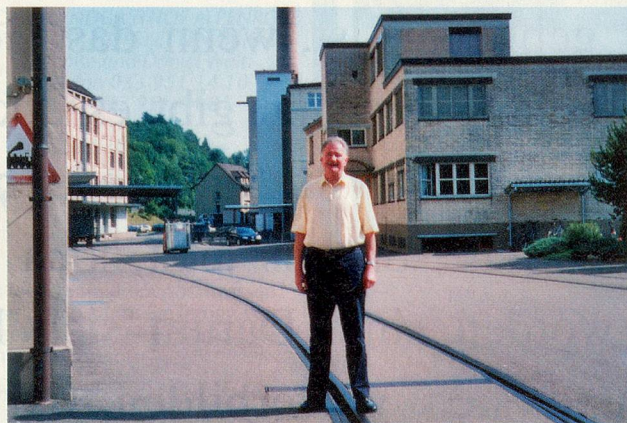
Für Kempththal geht damit ein Stück Geschichte zu Ende, das vor mehr als 130 Jahren begann. 1869 übernahm Julius Maggi von seinem Vater die Kempththaler Hammermühle. Doch der junge Unternehmer hatte weit mehr im Sinn, als Brotmehl zu mahlen. Zusammen mit dem Arzt Fridolin Schuler tüftelte er an Produkten zur Linderung der prekären Ernährungssituation der arbeitenden Bevölkerung. Denn die in den Fabriken tätigen Männer und Frauen hatten weder

Zeit noch Geld, um zu kochen und sich gesund zu ernähren. Lange Arbeitswege und kurze Essenspausen waren die Regel, Mangelernährung, Krankheiten und hohe Kindersterblichkeit die Folge.

Erfolg mit Fertigsuppen

Rasch, gesund und günstig waren also die Vorgaben für Maggis und Schulers Lebensmittel der Zukunft. Zunächst entwickelten die beiden die so genannten Leguminosen, Mehl aus Erbsen, Bohnen und Linsen. Der Durchbruch gelang ihnen schliesslich 1886 mit den Maggi-Fertigsuppen und wenig später mit der flüssigen Maggi-Würze und den Bouillonwürfeln.

Schritt für Schritt wurden das Angebot und die Technik verfeinert. Heute sind Maggi-Produkte die zweitwichtigste Marke im Konzern und werden in 45 Fabriken auf allen fünf Kontinenten hergestellt. Über einen Kilometer reihen sich auf dem Kempththaler Fabrikareal



Direktor Ernst Lavater auf dem Fabrikareal in Kempththal.



Diese Arbeit wird bald im Ausland ausgeführt.

BILDER AGH

die Gebäude aneinander, die pro Jahr total 30000 Tonnen Aromen, Suppen, Saucen, Bouillon, Würze, Polenta und Knöpfli produzieren. Davon entfallen neunzig Prozent auf den Export.

Global und doch regional

Trotz der weltweiten Verbreitung war es immer das Ziel, im Sortiment möglichst regional zu bleiben. «Nur schon ein Welscher hat ein anderes Geschmacksempfinden als ein Deutschschweizer oder Tessiner», weiss Fabrikdirektor Lavater. So schmeckt eine Suppe für die arabischen Ländern eher währschaft, die Deutschen bevorzugen deftige Saucen, die Schweizer konsumieren lieber «light». Allein für das Tessin stellt Maggi zwei exklusive Bouillonsorten her.

Doch dieser Lokalkolorit hat seinen Preis. «Wir produzieren zwar kun-

denspezifisch, aber teuer», sagt Ernst Lavater, für den die Verlagerung der Schweizer Maggi-Produktion ins Ausland unternehmerisch verständlich ist. Trotzdem musste der Patron die Tränen zurückhalten, als er seinen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern im letzten Februar diese tief greifenden Veränderungen bekannt gab. Da der Konzern im Juli auch das Nestlé-Forschungszentrum verkauft hat, verbleiben unter Givaudan nur die Produktion der Maggi-Flüssigwürze für Europa sowie die Flavourherstellung in Kemptthal.

Werden wir also in Zukunft auf unsere Lieblingssuppen und -saucen verzichten müssen? «Keineswegs», betont Ernst Lavater. «Der Schweizer Konsument wird von dieser grossen Umstellung nichts merken.» Seine Maggi-Produkte erhält er auch weiterhin im Laden – mit dem Vermerk made in Deutschland oder Frankreich.

Ungewisse Zukunft

Weit mehr betroffen sind die 305 Fabrikangestellten. 100 von ihnen kann die neue Besitzerin keine Stelle mehr anbieten. Gut die Hälfte wird frühpensioniert oder intern versetzt. 45 Personen müssen einen neuen Job suchen. Obwohl er den von Nestlé offerierten Sozialplan als sehr grosszügig bezeichnet, ist Fabrikdirektor Lavater dessen Bekanntgabe nicht leicht gefallen. «Die Menschen sind mir wichtig», sagt er und will die Entlassungen möglichst würdig abwickeln. Den Betroffenen steht ein Job-Center zur Verfügung, das ihnen bei der Stellensuche hilft. Doch auch Direktor Lavater weiss,

dass es in Einzelfällen schwierig werden kann.

Eine der Entlassenen ist Regula Pfister*, Vorarbeiterin in der Abteilung «Verpackung Bouillon». Ihrem ganzen Team wurde Anfang Jahr gekündigt. «Wir hätten nie an so etwas gedacht», schildert sie den Schock ihrer Arbeitskolleginnen und -kollegen. Von ihrer Equipe ist niemand weniger als zehn Jahre dabei, die meisten betrachteten ihre Arbeit bei

Maggi als Lebensstelle. «Die Firma hilft so gut wie möglich – trotzdem sind viele enttäuscht.» Als Chefin steht ihre Bürotür in dieser schweren Zeit offen für die Sorgen und Zukunftsängste der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. «Da kommt es schon vor, dass ein Mann auf einem Stuhl sitzt und einfach weint.» Auch sie selbst, seit 26 Jahren bei Nestlé, weiss noch nicht, wie es für sie weitergeht.

Bei der Gemeinde spricht man von einem «psychologischen Einschnitt» und hofft, dass die neue Besitzerin bald wieder Arbeitsplätze bringt. Noch ist aber unklar, was genau Givaudan mit den leer stehenden Fabrikbauten plant.

Direktor Ernst Lavater ist längerfristig für den Standort Kemptthal zuversichtlich. Er selber lässt sich auf Ende Jahr frühpensionieren und geht zwei Jahre auf Weltreise. Dies nicht ganz ohne Wehmut: Die Zeit in der Kemptthaler Fabrik waren für ihn die zehn schönsten Jahre seiner beruflichen Laufbahn. ■

* Name von der Redaktion geändert



JULIUS MAGGI (1846–1912) WAR EIN PIONIER



Als sozialer Unternehmer war Julius Maggi seiner Zeit weit voraus. Bereits 1892 richtet er eine Betriebskantine ein und

lässt für seine Arbeiter Wohnungen bauen. Drei Jahre später gründet er eine eigene Betriebskrankenkasse, bald darauf ein Arbeiter-Ferienheim. 1906 führt Maggi als einer der ersten Betriebe in der Schweiz den freien Samstagnachmittag ein, 1917 den 9-Stunden-Tag. Witwen- und Altersrenten, Kinderzulagen sowie Dienstaltersgeschenke werden früh institutionalisiert. Pionierhaft war auch der Abschluss des ersten Gesamtarbeitsvertrages zwischen der Firma und dem Arbeitnehmerverband. Bei Maggi gab es zudem einen Veloclub, einen Schachclub und ein firmeneigenes Orchester, in dem der Chef selber mitspielte.