



Maggi-Werbung in Afrika ist leicht modifiziert

MAGGI

Wie die Suppe in den Würfel kam

Die Schweiz gilt als Erfinder-Land. Nirgendwo sonst werden pro Kopf der Bevölkerung mehr Patente angemeldet, als hier in diesem kleinen Binnenstaat. Aber wie und weshalb macht man eine Erfindung? Dank welchen Umständen, Strategien und Ereignissen wird eine solche Erfindung dann auch ein Erfolgsprodukt? Und was für Menschen sind Erfinder? Sind das wirklich alles verrückte Düsentriebs oder eher Menschen wie du und ich? Genau diesen Fragen sind wir auf der Spur und versuchen sie anhand einer ausgewählten Erfindung, dieses Mal ist es der Maggi-Suppen-Würfel, aufzuschlüsseln.

Von Irmgard Dubler

Die Erfolgsstory der Marke „Maggi“ begann ganz unscheinbar und unverhofft in einer Aula im Jahr 1882. Die schweizerische „Gemeinnützige Gesellschaft“ hatte nämlich eine

Tagung einberufen. Nebst vielen anderen sass auch Julius Michael Johannes Maggi im Saal. Maggi war Unternehmer, er führte eine Mehlmühle. Dann trat Dr. Fridolin Schuler auf. Er war Arzt und Fabrikinspektor. Schulers Vortrag sollte Maggis Leben fundamental ändern.

Schuler hatte im Kanton Glarus als Kinderarzt gearbeitet. 1864 wurde er kantonal Fabrikinspektor in Glarus, nachdem der Kanton in einer Volksabstimmung eine Arbeitszeitbeschränkung auf zwölf Stunden täglich eingeführt hatte. In der Folge war er massgeblich an der Ausarbeitung des schweizerischen Fabrikgesetzes beteiligt und fun-

gierte 1877-1902 als erster Fabrikinspektor der Schweiz. Dieses Gesetz entstand in Reaktion auf eine Untersuchung der Arbeits- und Lebensverhältnisse der Fabrikarbeiter, die katastrophale Zustände gezeigt hatte. Das Gesetz führte einen Normalarbeitstag von elf Stunden ein, verbot Kinderarbeit und regelte die Haftpflicht der Unternehmer bei Unfällen und Berufskrankheiten. Als Arzt sorgte sich Schuler um die Gesundheit der Bevölkerung.

Eiweisshaltige Hülsenfrüchte statt billigen Alkohol

In seinem Vortrag im Jahr 1882 wies Schuler auf die schlechte Ernährung der Arbeiterschaft hin, die er als Hauptursache für die zahlreichen Krankheiten erkannte. Zu geringe Einkommen sowie mangelnde Zeit und Bildung verhinderten eine gesunde Ernährung. Bei den Fabrikarbeitern arbeiteten oft Mann und Frau bis zu 11 Stunden am Tag, sechs Tage die Woche. Oft war Schnaps die einzige Kalorienquelle. Aber Schuler zeigte den Anwesenden nicht nur die harten Realitäten, er hatte auch einen Lösungsansatz. Schuler war überzeugt, dass, wenn es gelingen würde, einfach und schnell zu zubereitende Nahrungsmittel aus billigen aber nahrhaften und eiweissreichen Hülsenfrüchten herzustellen, sich Situation die rasch und radikal ändern würde.

Tief bewegt

Der Vortrag des Kinderarztes bewegte Maggi zu tiefst, gleichzeitig aber entfachte er auch seine Fantasie. Maggi suchte länger schon einen Weg, wie er das etwas dümpelnde Kornmehlbusiness seines Vaters wieder in Schwung bringen könnte.

Julius Maggi experimentierte zwei Jahre lang mit verschiedenen Methoden. Er versuchte die Hülsenfrüchte über mechanische und chemische Bearbeitung so zu verändern, dass sie den Anforderungen von Schuler entsprachen. Auch an der Rezeptur wurde gefeilt und schliesslich präsentierte Maggi seine Ergebnisse der „Gemeinnützigen Gesellschaft“ 1884.

Die Prüfkommision war begeistert und verpflichtete sich, über drei Jahre ausschliesslich Maggis Leguminosen zu empfehlen. Maggi seinerseits garantierte für den



Maggi-Anzeige aus dem Jahr 1903

Verkauf einen Festpreis und regelmässige Produktkontrolle. Maggi verwendete Erbsen, Bohnen und Linsen für seine Billigsuppen und verpackte sie Portionengerecht in Rollen.

Von der faden Suppe zur Würzmischung

Einen ersten Erfolg erzielte er damit 1885, er erhielt auf der schweizerischen Kochkunst-Ausstellung in Zürich das „Diplom erster

Klasse“ für seine Suppen. Schon ein Jahr später gründete Julius Maggi Niederlassungen in Paris, Berlin, Singen, Wien, Bregenz, London und eine Vertretung in den USA. Weil das Leguminosenmehl nicht besonders gut schmeckte, es war eher langweilig und fad, erfand Julius Maggi die Maggi-Würze. Da er Zeit seines Lebens nie mit Entwicklungen aufhörte, präsentierte er 1908 den berühmten Maggi-Brühwürfel am Markt. So wurde, was als einfache Problemlösung begann, zum Ernährungserfolgsrezept.

Aussergewöhnliches Unternehmertum

Nebst Erfinder- und Pioniergeist hatte Julius Maggi weitere Stärken, die seinem Unternehmen nachhaltig zum Erfolg verhalfen. Das war sein Unternehmertum, er verwandelte die Firma schon 1889 in eine Aktiengesellschaft und konnte mit dem durch den Aktienverkauf gewonnenen Geld die Expansion vorantreiben. Er selber wurde Generalsekretär seiner Firma und blieb in dieser Verantwortung bis zu seinem Tod im Jahre 1912.

Er war nicht nur findiger Unternehmer, er zeigte auch aussergewöhnliche Sozialkompetenz und -Verantwortung. Maggi errichtete in seinen Fabriken für seine Zeit ungewöhnliche, umfangreiche Sozialleistungen. Es gab Kantinen, Arbeiterwohnungen, Betriebskrankenkassen, Witwen- und Altersrenten und ab 1906 als erster Betrieb in

Julius Maggi

Julius Michael Johannes Maggi wurde am 9. Oktober 1846 in Frauenfeld geboren. Er war das jüngste von insgesamt fünf Kindern. Sein Vater war ein aus Italien stammender, erfolgreicher Unternehmer, seine Mutter war Schweizerin. Julius Maggi war kein besonders guter Schüler er brach auch seine kaufmännische Lehre vorzeitig ab. Das unstete Leben änderte sich erst, als er zunächst als Praktikant bei der Ersten Ofen-Pester Dampfmühle AG in Budapest arbeitete. Da stieg er innert kürzester Zeit vom Praktikanten zum Vizedirektor auf. Im Alter von 23 Jahren übernahm Julius Maggi die Mühle seines Vaters in Kempptal. Doch der Mehlhandel geriet zusehends in eine Krise. 1884 entwickelt Maggi neue auf Leguminose basierende Suppenmehle und beginnt den weltweiten Siegeszug der Maggi-Produkte. Julius Maggi war zweimal verheiratet und hatte vier Töchter und zwei Söhne. 1912 starb Julius Maggi im Alter von 66 Jahren in Küsnacht.



Frühe Beispiele gelungener Maggi-Plakat-Werbung

der Schweiz den freien Samstagnachmittag. Man kann also sagen, dass seine Geschäftsführung von Beginn an global, sozial und nachhaltig war.

Faszination Werbung

Die dritte Maggi-Stärke war sein Faible für Kommunikation und Werbung. Am Anfang waren seine Produktverpackungen sehr schlicht und funktional, aber bereits 1886 richtete Maggi ein firmeneigenes Reklame- und Pressebüro ein. Als Leiter für die Abteilung engagierte er den damals noch völlig unbekannt, später berühmten Schriftsteller Frank Wedekind.



Wedekind arbeitete ein Jahr für Maggi und schrieb in dieser Zeit 150 Werbetexte, die das neue Gesicht von Maggi-Produkten prägten. Die handschriftlichen Originale der Werbetexte, die Wedekind 1886 bis 1887 für Maggi geschrieben hat, befinden sich in einer Sondersammlung der Aargauer Kantonsbibliothek.

Auch nach Wedekinds Abgang setzte Maggi die intensive Werbetätigkeit fort. Seine Werbestrategie basierte auf Inseraten



und Plakaten. Einige der damals entwickelten Sujets sind erhalten geblieben und zeigen Designqualität erster Güte.

Globalplayer

Im Jahre 1947 fusioniert die Maggi Holding mit der Nestlé Group. Die Fusion der beiden Ernährungsspezialisten ermöglichte weitere Expansion und den globalen Siegeszug ver-

schiedener Markenprodukte. Die Maggi-Produkte, die ursprünglich populär und preiswert waren, wurden im neuen Firmenkonstrukt vielfältiger, raffinierter und konnten sich stets den wandelnden Bedürfnissen der Konsumenten anpassen. Deshalb dauert die Schweizer Maggi-Erfolgsstory seit über 127 Jahren an, ein Ende ist noch nicht ab zu sehen.

