

**Zeitschrift:** Schweizer Revue : die Zeitschrift für Auslandschweizer  
**Herausgeber:** Auslandschweizer-Organisation  
**Band:** 34 (2007)  
**Heft:** 2

**Artikel:** 100 Jahre Knorr Thayngen : Aromat und Stocki : so schmeckt die Schweiz  
**Autor:** Abt, Ueli  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-911616>

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

### **Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

### **Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 06.02.2026

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**

## Aromat und Stocki: So schmeckt die Schweiz

Aromat und Stocki sind der Inbegriff schweizerischer Küchenkultur. Doch den Schweizern gehörte die Marke «Knorr» nie alleine. Vor hundert Jahren entstand die Produktionsstätte in Thayngen. Von Ueli Abt

Im Jahr 2000 gelangte die Marke Knorr in den Besitz der holländisch-britischen Unilever. Ein weiteres Beispiel einer Schweizer Marke, die einem ausländischen Multi in die Hände gefallen war? Feldschlösschen wurde von den Dänen übernommen, die Ovomaltine ging an die Briten, die Toblerone und das Valser-Wasser an die Amerikaner. Doch bei Knorr war es anders. Weder haben die Schweizer Knorr erfunden, noch war die Marke je lange in ihrem Besitz, auch wenn Aromat, Knorr-Bouillonwürfel und Stocki als Inbegriff helvetischer Esskultur gelten. Knorr hat seine Ursprünge in Deutschland und blieb niemals nur auf die Schweiz beschränkt.

Der Deutsche Carl Heinrich Knorr gründete 1838 im baden-württembergischen Heilbronn ein «Specereiwarengeschäft». Um 1870 begann das Unternehmen, Mehl aus Erbsen, Linsen und Bohnen zu produzieren. Das Unternehmen wuchs und lieferte bald auch nach Österreich und in die Schweiz. Um die steigenden Zölle zu umgehen, eröffnete die Firma 1885 eine kleine Abpackstelle auf Schweizer Boden, in St. Margrethen am Bodensee. Von hier aus wurde der Schweizer Markt mit Mehl- und Suppenmischungen



beliefert. 1907 entstand im zentraler gelegenen Thayngen SH ein eigener Produktionsbetrieb für Suppen und Bouillonwürfel.

Damit stiess Knorr sowohl geografisch als auch unternehmerisch auf ein Territorium vor, das bisher Maggi beherrschte. Die Schweizer Firma mit Hauptsitz in Kemptthal hatte Ende des 19. Jahrhunderts die Fertigsuppe erfunden. «Maggisuppe», das war lange das Synonym für Beutelsuppen schlechthin. Und seit 1886 hatte Maggi mit der gleichnamigen braunen Würzflüssigkeit eine Alternative zu Salz und Pfeffer auf den Markt gebracht.

Doch dann landete Knorr 1952 mit «Aromat» einen Hit. 1953 verschenkte Knorr 30 000 Menages an Schweizer Restaurants, in denen die gelb-grün-rote Dose neben Salz-

und Pfefferstreuer Platz fand. Dies machte Aromat in kürzester Zeit landesweit bekannt. Nie erreichte «Fondor», das praktisch identische Konkurrenzprodukt aus Kemptthal, dieselbe Berühmtheit. Dennoch – Aromat konnte mit Maggi zwar gleichziehen, verdrängen konnte es die braune Sauce nicht. Sowohl Maggi als auch Aromat stehen denn auch bis heute gleichberechtigt im Supermarkregal nebeneinander.

Knorr begnügte sich nicht mit dem deutschen und Schweizer Markt. 1907 entstand eine Knorr-Fabrik im österreichischen Wels, 1909 eine Bouillonfabrik in Nancy, 1912 eine Suppenfabrik in Monza. Zwischen 1901 und 1932 entstanden zudem Niederlassungen in Paris, Berlin, Breslau, New York und Antwerpen.

Der Zweite Weltkrieg brachte die Produktion im Hauptsitz in Heilbronn zeitweise zum Erliegen. Beim Luftangriff auf Heilbronn im Dezember 1944 wurde das Werk zur Hälfte zerstört. Unmittelbar nach Kriegsende nahm es im Mai 1945 die Produktion jedoch sogleich wieder auf. Im September 1945 zählte der Betrieb bereits wieder 650 Mitarbeiter. Zur selben Zeit wurde der Schweizer Ableger von Knorr in eine Tochtergesellschaft umgewandelt.

Die Unabhängigkeit dauerte nur kurz. Denn mit dem unternehmerischen Erfolg wuchs der Übernahmeappetit fremder Konzerne. 1958 wurde Maizena, eine Tochter der amerikanischen Corn Products Company (CPC), Mehrheitsaktionärin. Zu dieser Zeit schied in Deutschland der letzte Knorr aus dem Vorstand aus. 1998 wurde die CPC zum

Die kluge Haus-Frau kauft nur **Knorr-Suppen-Würfel**

1 Würfel für 3-4 Teller 15 Rappen

Über 30 Sorten.

Unübertroffen im Geschmack.



Vor 100 Jahren starteten die Produkte von Knorr ihren Siegeszug um die ganze Welt. Aber Aromat ist nach wie vor nur in der Schweiz erhältlich.

**Knorr AROMAT**

für Ihren Salat



Konsumgüter-Unternehmen Bestfoods. Im Jahr 2000 wurde Bestfoods seinerseits von Unilever geschluckt.

Heute sind in mehr als 100 Ländern Knorr-Produkte erhältlich. Dass Knorr hier zu Lande trotz Globalisierung als «urschweizerisch» wahrgenommen wird, ist nicht zuletzt dem Schweizer Marken-Maskottchen, dem Knorrli, zu verdanken. Kurzfristig erlangte Knorrli internationale Berühmtheit. Langfristig populär blieb er aber nur in der Schweiz. Laut Knorr kennen ihn 98 Prozent aller Schweizer. In Deutschland war in den 60er Jahren die Werbefigur Knorri im Einsatz, ein auf zwei Beinen stehender Ochse mit einem Kochlöffel in der rechten Hand. Ihm stand die Figur Stocki zur Seite, eine Kartoffel mit Béret, die den gleichnamigen Kartoffelstock bewarb.

Seit 2004 gehört hier zu Lande die «Swissness» zum Markenimage. Knorrli, der zwischenzeitlich nur noch auf der Packungsrückseite erschien, wurde wieder zurück auf die Front geholt. Ihm stellten die Knorr-Grafiker zudem das Schweizerkreuz zur Seite. Auf den Packungen wird zudem explizit die «Schweizer Qualität» des Produkts ausgelobt. Nur: Nicht alle im Werk Thayngen verarbeiteten Zutaten stammen aus der Schweiz. Wie viel an Rohstoffen importiert wird, bleibt das Geheimnis von Unilever. Ausgerechnet bei jenen Beuteln und Packungen, die von Thayngen ins Ausland gehen, fehlt der Hinweis auf die Schweizer Qualität: Dass Knorr nicht immer aus heimischen Küchen stammt, hängt man nicht an die grosse Glocke.

## GLOBALE MARKE, LOKALER GESCHMACK

Was in über hundert Ländern unter derselben Marke «Knorr» verkauft wird, schmeckt je nach Land wieder anders. Der Blick ins Ausland zeigt, dass Knorr nicht gleich Knorr ist. Die deutschen Produkte «Fette Brühe», die historische Erbswurst sowie Linseneintopf sind in Schweizer Läden nicht erhältlich. In Österreich gibt es zudem unter Knorr eine süsse Linie «Sweety» mit Süssspeisen wie Kaiserschmarren und anderen, die laut Unilever-Sprecherin Anne Zwyssig in der Schweiz keinen Markt haben.

Umgekehrt sind die Bündner Gersten- und die Basler Mehlsuppe nicht in Deutschland erhältlich. In beiden Ländern gibt es aber ähnliche Produkte in lokalen Varianten: Der Schweizer «Hüttenlunch» heisst in Deutschland «Hüttenschmaus», Käsespätzli mit Schinken gibt es für die Schweizer, schwäbische Käse-Spätzle mit Röstzwiebeln für die Deutschen. Selbst bei identischen Varietäten gehen laut Zwyssig die Geschmäcker in den beiden Ländern stark auseinander: «Die Braten- und Rahmsaucen unterscheiden sich deutlich von jenen unserer deutschen Nachbarn. Generell lieben es die Schweizer eher würzig, während die Deutschen eher süsslich essen.» (ua)

[www.asn.ch](http://www.asn.ch)



## Internationale Kranken- und Unfallversicherung

- Privatversicherung bei Krankheit und Unfall
- Freie Wahl des Arztes und des Spitals
- Weltweiter und lebenslanger Versicherungsschutz
- Mehrsprachiger 24h-Telefonservice
- Alternative Heilmethoden

**Suchen Sie nach einer Krankenversicherung? Wir finden gerne den richtigen Versicherungsschutz für Sie: Kontaktieren Sie uns.**

ASN AG, Bederstrasse 51, CH-8002 Zürich  
Tel +41 43 399 89 89, Fax +41 43 399 89 88  
e-Mail [info@asn.ch](mailto:info@asn.ch), Internet [www.asn.ch](http://www.asn.ch)

## Weltweite Sicherheit für Auslandschweizer.

Mit dem International Health Plan der CSS Versicherung geniessen Sie weltweit umfassenden **Versicherungsschutz** und zwar sowohl privat wie geschäftlich, **bei Krankheit, Unfall und Mutterschaft**. Infos und Offerte unter:

[www.css.ch/ihp](http://www.css.ch/ihp)

Telefon: ++41 58 277 16 87/91

E-Mail: [ihp.info@css.ch](mailto:ihp.info@css.ch)

SR 2/07



Versicherung

