

Zeitschrift: Schweizer Revue : die Zeitschrift für Auslandschweizer
Herausgeber: Auslandschweizer-Organisation
Band: 49 (2022)
Heft: 1

Artikel: Wie Julius Maggi die Küchen eroberte
Autor: Peter, Theodora
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1052157>

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: 03.02.2026

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

Wie Julius Maggi die Küchen eroberte

Ob als Flüssigwürze, Bouillonwürfel oder Suppenpulver: Die Marke Maggi ist eine Erfolgsgeschichte, die vor über 150 Jahren im Kanton Zürich ihren Anfang nahm. Die Würze revolutionierte die Essgewohnheiten weltweit.

THEODORA PETER

Als der 23-jährige Julius Maggi 1869 die väterliche Getreidemühle im zürcherischen Kemptthal übernahm, steckte die Müllereibranche in der Krise. Mit der Industrialisierung, dem Bau von Dampfschiffen und Eisenbahnen gelangte immer mehr günstiges Getreide aus dem Ausland in die Schweiz. Maggi musste sich etwas Neues einfallen lassen und erfand zunächst die «Leguminose»: ein Suppenmehl aus eiweisreichen Hülsenfrüchten, welches die Volksernährung verbessern und den Fabrikarbeitern eine nahrhafte Mahlzeit bieten sollte. Die neuartigen «Kunstsuppen» fanden beim Zielpublikum aber wenig Zuspruch. Die Unterschicht blieb vorerst bei Kartoffeln und Kaffee-Ersatz. Das Bürgertum wiederum rümpfte die Nase über die fade Armenmahlzeit mit dem kuriosen Namen.

Der Durchbruch kam 1886 mit der Erfindung eines Bouillon-Extrakts, das als Maggi-Würze weltberühmt werden sollte. Dank der Würze, die auf pflanzlicher Basis einen Fleischgeschmack erzeugte, verkauften sich auch die Suppen deutlich besser. Julius Maggi war nicht nur ein leidenschaftlicher Tüftler: «Er erkannte auch die Wichtigkeit der Vermarktung», unterstreicht die Historikerin Annatina Tam-Seifert, welche die Anfänge der Schweizer Lebensmittelindustrie erforscht hat. «Weil die Kundinnen und Kunden Fertigprodukte nicht mehr berühren und daran riechen konnten, spielte die Verpackung eine wichtige Rolle bei der Vermittlung.» Maggi war diesbezüglich ein Pionier. Die Flasche für die Flüssigwürze mit dem gelb-

roten Etikett entwarf er gleich selbst. An deren Design wurde bis heute nur wenig verändert.

Ein Dichter als Werbetexter

Maggi richtete als einer der Ersten eine eigene Werbeabteilung ein und

setzte auf neue Formen wie Plakate, Schilder, Punktesammelsysteme mit Prämien, Sammelbildchen oder Degustationen. Anfangs textete der Firmenchef auch die Reklamebotschaften noch selber. Ende 1886 stellte er dafür den damals noch unbekannten Dichter Frank Wedekind ein. Dieser

Bis heute die Ikone eines Produkts: Die Maggi-Würze ist ohne die Maggi-Flasche nicht denkbar.

Foto Archives Historiques Nestlé, Vevey





Julius Maggi, um 1890.

Foto Archives Historiques
Nestlé, Vevey



lieferte die verlangten Reime ab – so zum Beispiel: «Das wissen selbst die Kinderlein: Mit Würze wird die Suppe fein. Darum holt das Gretchen munter, die Maggi-Flasche runter.» Doch der junge Lohndichter gab den Job nach acht Monaten wieder auf, weil er sich «mit Leib und Seele verschachert» fühlte, wie er in einem Brief an seine Mutter schrieb. Die gesammelten Originalmanuskripte von Wedekinds Maggi-Werbetexten finden sich heute in der Aargauer Kantonsbibliothek.

«Influencer» als Werbeträger gab es schon damals: Die Empfehlung für das Würzen mit Maggi fand bald Eingang in Kochrezepte – darunter in die Standardwerke der deutschen Kochbuchikone Henriette Davidis. Das Rezept der Würze selbst bleibt hingegen bis heute ein gut gehütetes Betriebsgeheimnis. Grundzutaten sind pflanzliches Eiweiss, Wasser, Salz und Zucker, dazu kommen Aromen und Hefeextrakt. Nicht enthalten ist Liebstöckel, das viele mit dem Geschmack der Maggi-Würze in Verbindung bringen. Das Gewürzkraut wird deshalb im Volksmund oft auch «Maggi-Kraut» genannt.

Maggi inspirierte auch Künstler: So verwendete Joseph Beuys die Flasche mit dem Flüssiggewürz 1972 für

sein Objekt «Ich kenne kein Weekend». Der Maler Pablo Picasso wiederum verewigte den ikonischen Bouillonwürfel 1912 in seinem Bild «Paysage aux affiches». Den Würfel hatte Maggi 1908 auf den Markt gebracht, und auch er entwickelte sich zum weltweiten Verkaufsschlager.

Grösster Schweizer Gutsbesitzer

Überzeugen von seinen Fertigprodukten musste Maggi nicht nur die Konsumentinnen, sondern auch die Bauern – und zwar als Rohstofflieferanten. «Julius Maggi hatte Schwierigkeiten, in der Region genügend Gemüse für seine Produkte zu finden», erzählt die Historikerin. Die Bauern mussten zuerst von den neuen, mechanisierten Anbaumethoden überzeugt werden und standen der Lebensmittelindustrie skeptisch gegenüber. Schliesslich nahm Maggi den Anbau der Rohstoffe selber an die Hand. Er kaufte Land von Kleinbauern auf, denen er oft gleich eine Stelle in der rasch wachsenden Fabrikstadt in Kemptthal verschaffte. Mit über 400 Hektaren Agrarfläche war Maggi Anfang des 20. Jahrhunderts gar der grösste private Gutsbesitzer der Schweiz. Gleichzeitig entstanden eigenständige Fabriken und

Links:
Fabrikarbeiterinnen wickeln die Maggi-Flaschen vor der Auslieferung in weisses Papier ein.

Rechts:
Arbeiterinnen pflanzen bei Kemptthal Gemüsesetzlinge. Julius Maggi war einer der grössten Landbesitzer seiner Zeit.

Foto Archives Historiques
Nestlé, Vevey

Verteilnetze in Deutschland, Österreich, Italien und Frankreich.

Julius Maggi starb 1912 im Alter von 66 Jahren. Nach seinem Tod wurde die Firma zu einer Holding mit Niederlassungen in verschiedenen Ländern umgebaut. Die deutsche Tochtergesellschaft war während des Zweiten Weltkriegs die grösste Lebensmittelproduzentin des «Reichs» und Grosslieferantin von Hitlers Armee. Als «nationalsozialistischer Musterbetrieb» setzte das Werk in Singen auch Zwangsarbeiter ein.

Seit 1947 gehört Maggi zum Nahrungsmittelkonzern Nestlé. Die Maggi-Würze wird mittlerweile in 21 Ländern rund um den Globus exportiert. Produktionswerke stehen auch in China, Polen, Kamerun, der Elfenbeinküste und Mexiko.

Buchhinweise:

– Annatina Seifert: Dosenmilch und Pulversuppen. Die Anfänge der Schweizer Lebensmittelindustrie. Verlag Hier und Jetzt, 2008.

– Alex Capus: Patriarchen. Über Bally, Lindt, Nestlé und andere Pioniere. Verlag dtv, 2007