

Zeitschrift:	Panorama suizo : revista para los Suizos en el extranjero
Herausgeber:	Organización de los Suizos en el extranjero
Band:	34 (2007)
Heft:	2
 Artikel:	Primer centenario de Knorr Thayngen : Aromat y Stocki : el sabor de Suiza
Autor:	Abt, Ueli
DOI:	https://doi.org/10.5169/seals-908610

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: 10.01.2026

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

Aromat y Stocki: el sabor de Suiza

Aromat y Stocki personifican la gastronomía suiza. Y sin embargo, la marca «Knorr» nunca fue exclusivamente suiza. Hace cien años abrió sus puertas la fábrica de Thayngen.

Por Ueli Abt

En 2000, la marca Knorr pasó a pertenecer a la empresa británico-holandesa Unilever. ¿Otro ejemplo de una marca suiza que acaba en manos de una multinacional extranjera? Los daneses compraron Feldschlösschen, los británicos adquirieron Ovomaltine, y ahora Toblerone y el agua mineral Valser son americanos. Sí, pero el caso de Knorr es distinto. Ni los suizos han inventado Knorr, ni la marca les perteneció mucho tiempo, aunque tanto Aromat como los cubitos de caldo Knorr y el puré de patatas Stocki se consideren la quintaesencia de la gastronomía helvética. Knorr procede de Alemania y nunca se limitó únicamente al territorio suizo.

El alemán Carl Heinrich Knorr abrió en 1838 una tienda de ultramarinos en Heilbronn, en la región de Baden-Württemberg. Hacia 1870, la empresa empezó a producir harina de guisantes, lentejas y judías. Siguió creciendo y, pronto, amplió su círculo de ventas a Austria y Suiza. Para evitar el pago de los crecientes aranceles, la empresa abrió en 1885 una pequeña planta envasadora en territorio suizo, concretamente en Sankt Margrethen, junto al lago de Constanza. Desde allí se abastecía el mercado suizo con



harina y mezclas para sopas. En 1907 se construyó una fábrica propia de sopas y cubitos de caldo en el céntrico Thayngen (cantón de Schaffhausen).

Con ello, Knorr se adentró en un territorio hasta entonces dominado geográfica y empresarialmente por Maggi. La empresa suiza con sede en Kemptthal había inventado la sopa instantánea a finales del siglo XIX. Las «sopas Maggi» fueron durante mucho tiempo sinónimo por excelencia de sopas de sobre. Desde 1886, Maggi también ofrecía una alternativa a la sal y la pimienta con su aderezo líquido marrón que llevaba el mismo nombre.

Pero entonces, en 1952, Knorr lanzó el «Aromat», que resultó un verdadero éxito. En 1953, Knorr regaló 30 000 especieros a

restaurantes suizos, los cuales, además de sal y pimienta, tenían el bote amarillo, verde y rojo de Aromat. En poco tiempo, esta campaña popularizó el Aromat en todo el país. «Fondor», el producto prácticamente idéntico lanzado por la competencia de Kemptthal, nunca llegó a ser tan famoso. Aun así, Aromat logró empatar con Maggi, pero nunca desbancó a la salsa marrón. Tanto Maggi como Aromat siguen estando juntos en los estantes de los supermercados.

Knorr no se conformó con los mercados alemán y suizo. En 1907, Knorr abrió una fábrica en la localidad austriaca de Wels, en 1909 una fábrica de caldo en Nancy, y en 1912 una fábrica de sopas en Monza. Entre 1901 y 1932 se abrieron además filiales en París, Berlín, Breslavia, Nueva York y Amberes.

La Segunda Guerra Mundial paralizó por un tiempo la producción en la sede de Heilbronn, y el bombardeo aéreo sobre esta ciudad, en diciembre de 1944, destrozó la mitad de la fábrica. Sin embargo, la producción se reanudó en mayo de 1945, nada más acabar la guerra. En septiembre de 1945, la plantilla de la empresa volvía a ser de 650 trabajadores, mientras la sucursal suiza de Knorr era transformada en una filial.

La independencia duró poco, porque con el éxito empresarial creció el apetito de los consorcios extranjeros por comprar la empresa. En 1958, Maizena, una filial de la empresa estadounidense Corn Products Company (CPC), se convirtió en accionista mayoritaria. Paralelamente, el último Knorr se retiró en Alemania del Consejo de Admi-

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

1 Würfel für 3-4 Celler 15 Rappen
Über 30 Sorten.

Unübertroffen im Geschmack.



Hace 100 años, los productos Knorr iniciaron su triunfal andadura internacional, pero Aromat sólo se vende en Suiza.

Knorr
AROMAT

für Ihren
Salat

nistración. En 1998, la CPC pasó a ser la empresa de bienes de consumo Bestfoods. Por su parte, Bestfoods fue absorbida por Unilever en 2000.

Hoy se venden productos Knorr en más de 100 países. El hecho de que, pese a la globalización, aquí se considere a Knorr «típicamente suiza» se debe en gran parte a la mascota de la marca, Knorlli. Durante un breve espacio de tiempo, Knorlli fue famoso en el mundo entero, pero a largo plazo sólo mantuvo su popularidad en Suiza. Según Knorr, un 98% de los suizos lo conocen. En los años 60, la figura publicitaria difundida en Alemania era Knorri, un buey sobre dos patas con un cucharón en la mano derecha. Junto a él estaba la figura de Stocki, una patata con boina, publicidad del puré de patatas del mismo nombre.

Desde 2004, la «identidad suiza» forma parte aquí de la imagen de marca. Knorlli, que entre tanto sólo aparecía al dorso de la caja, se volvió a colocar en la parte de delante, junto a una cruz suiza añadida por los diseñadores gráficos de Knorr. En el embalaje se alaba además explícitamente la «calidad suiza» del producto. Pero lo cierto es que no todos los ingredientes procesados en la fábrica de Thayngen son suizos. Cuántas materias primas se importan sigue siendo un secreto muy bien guardado por Unilever. Y precisamente los sobres exportados al extranjero desde Thayngen no llevan la denominación de calidad suiza: no se proclama el hecho de que los productos Knorr no siempre proceden de la cocina del país.



MARCA INTERNACIONAL, SABOR LOCAL

Lo que en más de 100 países se vende bajo la marca «Knorr» tiene un sabor diferente en cada país. Observando la situación en el extranjero, se aprecia que Knorr no es lo mismo en todas partes. Los productos alemanes «Fette Brühe» (caldos enriquecidos), la histórica «salchicha de guisantes» y el potaje de lentejas no se venden en Suiza. En Austria, Knorr ofrece además una línea de productos dulces, «Sweety», con dulces como la torta imperial y otros, que según la portavoz de Unilever, Anne Zwyssig, no se vendían en Suiza.

Al revés, las sopas de cebada de los Grisones y la sopa de harina de Basilea no se venden en Alemania. No obstante, en ambos países hay productos similares en variantes locales: El suizo «Hüttenlunch» se llama «Hüttenschmaus» en Alemania, en Suiza tenemos spätzli de queso con jamón, y algo muy similar se llama en Alemania spätzle suabo con queso y cebollas asadas. Incluso en productos idénticos, según Zwyssig, los gustos varián mucho de Alemania a Suiza: «Nuestras salsas para asados y a base de nata se diferencian claramente de las de nuestros vecinos alemanes. Por lo general, a los suizos les gusta la comida bien sazonada, mientras que los alemanes prefieren los sabores dulces.» (ua)

www.asn.ch



International Health Insurance

- Private medical treatment due to accident and sickness
- Free choice of doctor and clinic worldwide
- Lifelong guaranteed cover on a worldwide basis
- Multilingual 24-hour hotline service
- Benefits for alternative medicine

Are you looking for a health insurance? We'll gladly help you find the best possible insurance protection: contact us.

**ASN AG, Bederstrasse 51, CH-8002 Zurich
Tel +41 43 399 89 89, Fax +41 43 399 89 88
e-Mail info@asn.ch, Internet www.asn.ch**

Totalmente asegurado en todo el mundo como suizo en el extranjero.

Con el International Health Plan del seguro CSS, Ud. disfrutará de **una cobertura de seguros** completa en todo el mundo tanto privada como profesional en caso de **enfermedad, accidente y maternidad**. Informaciones y oferta aquí:

www.css.ch/ihp

Telefono: ++41 58 277 16 87/91
E-Mail: ihp.info@css.ch

SR 2/07



CSS