

## M-INDUSTRIE

Die M-Industrie gehört mit 18 Unternehmen im Inland und 3 Betrieben im Ausland zur Migros-Gruppe. Sie stellt mehr als 20 000 Produkte her: von der Konfitüre bis zum Waschmittel. Mit über 11 000 Mitarbeitenden – darunter 415 Lernende in mehr als 20 Berufen – ist die M-Industrie eine der bedeutendsten Arbeitgeberinnen der Schweiz

und zählt weltweit zu den grössten Produzentinnen von Eigenmarken. Sie beliefert nicht nur die Migros, sondern exportiert Schweizer Qualitätsprodukte in mehr als 50 Länder. In einer losen Serie porträtiert das Migros-Magazin verschiedene Unternehmen der M-Industrie. Informationen unter: [www.mindustry.com](http://www.mindustry.com)

Mifa AG – Herstellerin von Wasch- und Reinigungsmitteln

# Total beliebt

Mit dem Allround-Waschmittel Total-1-for-all hat die zur Mibelle Group gehörende Mifa AG in Frenkendorf einen Hit auf einem hart umkämpften Markt gelandet.

**W**ie riecht saubere Wäsche? Nach frisch geschnittenen Blumen? Oder eher zitronig? Mit solchen Fragen setzt sich das Entwicklungsteam der Mibelle Group in Frenkendorf BL, das hinter Total, dem beliebtesten Waschmittel der Schweiz, steckt, täglich auseinander. «Das Parfüm trägt wesentlich zum Kaufentscheid bei», sagt Karin Hess (30), Produktentwicklerin Home Care in Frenkendorf. Der Duft weckt beim Käufer Emotionen. So denken die meisten Leute bei einer Zitronennote an Frische.

Doch nicht nur mit dem Duft der Wäsche beschäftigt sich das Entwicklungslabor, sondern primär mit der Leistungsfähigkeit des Waschmittels. Diese wird

mithilfe von standardisierten Schmutzflecken getestet. Das Ziel ist klar: Die Kleider sollen so lange wie möglich so bleiben wie am Tag, an dem man sie gekauft hat. «Besonders arge Flecken verursachen Motoröl, Randensaft und Rotwein», erklärt Karin Hess. «Aber auch Gras, Schokolade oder Eiscreme haben es in sich, wie Mütter bestens wissen.»

### Junge Leute greifen zum selben Waschmittel wie die Mutter

Im Labor werden zwischen 0,5 und 20 Liter einer neuen Entwicklung gemischt. Fällt der Kundentest positiv aus, wird die Zusammensetzung für Produktionsgrössen von einer bis zehn Tonnen entwickelt. Rund ein Jahr Entwicklungszeit



1

1) Produktentwicklerin Karin Hess fügt einer Waschmittelmischung ein wenig Farbe hinzu.

2) Danijel Milowitsch, Leiter Konfektionierung, kennt den gesamten Produktionsablauf von Total-1-for-all.

steckt in einer Neulancierung wie dem innovativen Total-1-for-all (one for all) – eines für alles. «Es gibt kein vergleichbares Produkt auf dem Markt», weiss Karin Hess, schliesslich wird die Konkurrenz stets im Auge behalten. «Mit diesem Waschmittel kann sowohl Farbiges als auch Weisses bei niedrigen Temperaturen sauber gewaschen werden. Das ist einmalig.» Das Tüpfelchen auf dem i ist dabei der Nachfüllbeutel, den die Mibelle Group bei ihren Waschmitteln als erstes Schweizer Unternehmen bereits in den 80er-Jahren eingeführt hat. Eine Erfolgsgeschichte, die heute aus den Regalen nicht mehr wegzudenken ist. Funktional, robust und platzsparend bei der Entsorgung.

Innovationen von dieser Grössenordnung sind im eher traditionellen Waschmittelmarkt aber selten. Bei der Wahl des Saubermachers nehmen die Mütter eine prägende Rolle ein. Gründen nämlich junge Leute einen eigenen Haushalt, kaufen sie meist das gleiche Waschmittel, das sie als Kind kennengelernt hatten. Auch bei neuen Anwendungsformen wie Tabs oder Gelkapseln braucht es Zeit und Geduld, bis sie ihre Kundschaft finden. Um ein Gefühl für die Bedürfnisse des Markts zu erhalten, scheut

### WUSSTEN SIE SCHON, DASS ...

- ... die Mifa 1980 das Flüssigwaschmittel im Nachfüllbeutel als Pionierin in der Schweiz einführte?
- ... die Marke Total mehrmals als das vertrauenswürdigste Waschmittel der Schweiz ausgezeichnet wurde?
- ... die Mifa die grösste Schweizer Waschmittelherstellerin ist, die aus der Schweiz und für die Schweiz produziert?



3) Der grosse Mischer hat seinen Namen verdient: Zehn Tonnen Waschmittel werden darin aufs Mal hergestellt.

4) Von jeder Charge werden laufend Proben genommen und auf ihre Qualität getestet.

5) In einer Vitrine stehen Muster der Mifa-Produkte zum Vergleich bereit.



## BERUFSBILD

## Anlagenführer Wolfgang Brändlin



**Wolfgang Brändlin** (49), der seit zwölf Jahren bei der Mibelle Group tätig ist, hat Automechaniker gelernt und mit der Meisterprüfung abgeschlossen.

«Technik hat mich von Kindesbeinen an fasziniert, aber ich wollte etwas anderes machen, als nur herumschrauben», erinnert sich der Deutsche. Von Kollegen hatte er von der Mifa gehört und wurde neugierig, wollte wissen, was in Frenkendorf genau gemacht wird. **Anlagenführer** ist ein neues Berufsfeld, inzwischen gibt es auch eine Ausbildung dazu. Noch aber ist typisch, dass Leute mit verschiedensten technischen Ausbildungen den Beruf ausüben.

Im Frühsommer ist der in Lörach gleich jenseits der Schweizer Grenze wohnhafte Brändlin zum Teamleiter befördert worden: «Ich bin nun für sämtliche Konfektionierungsanlagen verantwortlich.» **Sein Team umfasst elf Mitarbeitende und beschäftigt sich mit der Ab-**

**füllung der Wasch- und Geschirrspülmittel in Flaschen und Beutel.** Es gibt ziemliche Unterschiede zwischen den Abfüllanlagen, aber gerade das gefällt Wolfgang Brändlin, «das hält die Sache spannend». Als besondere Herausforderung bezeichnet er die Einführung eines neuen Flaschenformats: «Jede neue Form verlangt nach neuen Teilen, die zum Beispiel für den Transport während der Abfüllung benötigt werden», erklärt Brändlin. Auch bei der Konzeptionierung von neuen Produktionslinien spricht der Teamleiter mit, besonders, wenn es um die Funktionalität der Anlage geht. In diesem Bereich ist der Input des Teams entscheidend, schliesslich werden manche Handgriffe 100-mal pro Tag wiederholt, und eine kleine Nebensächlichlichkeit kann dann schnell unangenehm werden. Das zu vermeiden gehört auch ins Arbeitsfeld von Wolfgang Brändlin.



6) Die leeren Nachfüllbeutel werden auf dem Förderband gelegt...

7) ...und gefüllt.

8) Die Total-1-for-all-Beutel werden von einem Roboter in Transportschalen gelegt.

9) Andreas Altscher, zuständig für die Qualitätssicherung, nimmt eine Probe aus der letzten Produktionsserie.



man bei der Mibelle Group kaum einen Aufwand. Internen Tests mit bis zu 150 Teilnehmenden folgen externe Versuche, um die korrekte Positionierung im Markt festzulegen. So weiss die Marketingabteilung zum Beispiel, dass 70 Prozent der Schweizer Wäsche mit 40 Grad gewaschen wird.

Mit diesem Wissen über die Kunden und ihre Bedürfnisse wurde Total-1-for-all für Einsteiger und Singles entwickelt. Das Allroundwaschmittel, dessen waschaktive Substanzen zu 50–80 Prozent aus nachwachsenden Ressourcen gewonnen werden, dürfte aber wohl über seine Zielgruppe hinaus beliebt sein, denn die neue Produktvariante hat in kurzer Zeit viele Fans gefunden. Überhaupt ist die Marke Total in der Schweiz das meistverkaufte Waschmittel, wovon man bei der Mibelle Group besonders stolz ist. Warum? Diese Marktstellung ist weltweit einzigartig, teilen sich doch sonst drei international tätige Konzerne die Spitzenplätze im Waschmittelmarkt.

Hinter diesem Erfolg stecken 80 Jahre Erfahrung. 1933 wurde die Mifa – damals noch Gifa AG – in Basel gegründet

und stellt seither Wasch- und Reinigungsmittel sowie Margarinen und Fettprodukte her. 1980 zog die Firma nach Frenkendorf, heute beschäftigt sie rund 300 Mitarbeitende. Seit 2012 gehört die Mifa zusammen mit den beiden Kosmetikerherstellern Mibelle AG in Buchs und der Mibelle Ltd im englischen Bradford zur Mibelle Group, der Nummer drei bei den europäischen Eigenmarkenherstellern. Die Gruppe erwirtschaftete 2012 einen Umsatz von 318 Millionen Euro. Einen massgeblichen Teil hat die Mibelle Group Frenkendorf mit 136 Millionen Franken und ihren Spitzenplatzierten Produkten wie dem Automaten-geschirrspülmittel Handymatic, dem Abwaschmittel Handy und dem Reinigungsmittel Potz beigetragen.

### Bunte Fläschchen wie in einer Hexenküche

Die Nachfrage nach Waschmitteln ist gross, entsprechend gross ist auch das Produktionsvolumen. Der Mischer, in dem die Komponenten vermengt werden, hat ein Fassungsvermögen von zehn Tonnen. Danijel Milowitsch (36), Leiter Konfektionierung, erklärt: «In



tet, die Naht zusammengezogen und schliesslich verschweisst. Einmal verschlossen, flutscht der Flüssigwaschmittelbeutel auf ein zweites Förderband und wird gleich mal richtig gedrückt. «Diese Maschine testet die Dichte des Beutels», erklärt Anlagenführer Wolfgang Brändlin (49, siehe Berufsbild auf der linken Seite). Ist alles so, wie es sein sollte, schnappt sich ein Roboter zwei Beutel aufs Mal und verpackt diese in Transportkisten mit je einem halben Dutzend Nachfüllbeutel. Paletten mit je 48 Kisten gelangen durch ein Tor direkt zum Verlad auf die Eisenbahn. Insgesamt übernimmt die Bahn 98 Prozent des Transports der Mifa-Produkte.

Nur noch eine Stelle kann nun den Versand stoppen: Die Qualitätssicherung. «Wir kontrollieren den Wareneingang und führen die Endkontrolle durch», erklärt Andreas Alscher (55) und lässt von ungefähr einem Meter einen Beutel mit Total-1-for-all zu Boden fallen. Platsch! Nichts passiert. Nebst solchen Alltagstests führt die Qualitätsabteilung chemische Analysen von Produktproben durch. Gibt es keine Abweichungen vom Muster, steht einer Auslieferung nichts mehr im Weg. «Wir wollen nur einwandfreie Produkte liefern, die unsere Kunden begeistern», sagt Andreas Alscher mit einem zufriedenen Lächeln – und der Verkaufserfolg gibt ihm recht.

Text: Marc Bodmer  
Bilder: Nik Hunger

rund eineinhalb Stunden finden sämtliche Komponenten zu einer schaumigen Masse zusammen.» Dazu gehören exotisch klingende Stoffe wie Alkansulfonate, Marlonensäure oder Natrium Citrate.

Frische Proben, die bei jeder neuen Charge aus dem Mischer genommen werden, vergleicht der Teamleiter Produktion oder einer seiner Mitarbeiter mit Mustern aus einer Vitrine, die voller bunter Fläschchen ist, die auch gut in eine Hexenküche passen würden.

Fällt der Test positiv aus, geht es weiter in die Verpackung: «Braucht es für die Mischung gut 90 Minuten, so nimmt das Verpacken zwei Stunden in Anspruch», sagt Milowitsch und deutet auf eine kompakt konzipierte Maschine hin. Zuerst wird der mit Total-1-for-all bedruckte Nachfüllbeutel kurz erwärmt und aufgespannt. Danach wird das Füllgut über die offene Kopfnah in drei Schritten abgefüllt. Mithilfe von Fotozellen wird der Beutel korrekt ausgerich-

## DREI FRAGEN AN



Jürg Burkhalter,  
CEO Mifa AG

### «Wir sind uns unserer Verantwortung gegenüber der Gesellschaft sehr bewusst»

Jürg Burkhalter, was macht die Mifa einzigartig?

Die zur Mibelle Group gehörende Mifa spielte stets eine Pionierrolle in Bezug auf ökologische Wasch- und Reinigungsprodukte. Aber auch mit nachhaltigen Verpackungslösungen wie zum Beispiel dem Nachfüllbeutel zählt die Mifa zu den Vorreiterinnen sowohl in der Schweiz als auch in Europa.

Wo liegen Ihre grössten Herausforderungen?

Durch die wachsende Weltbevölkerung werden Rohstoffe immer knapper und die Preise langfristig höher. Wir sind stets aktiv daran, alternative Lösungen im Bereich der Rohstoffe zu erarbeiten und sind uns unserer Verantwortung gegenüber der Gesellschaft sehr bewusst.

Worauf sind Sie besonders stolz?

Die Produktion von Wasch- und Reinigungsmitteln wird weltweit von drei grossen Anbietern beherrscht. Mit unserer Migros-Marke Total sind wir Marktleader in der Schweiz und damit das einzige Land auf der Welt, in dem keiner der drei anderen Anbieter dominiert. Dies spricht für die einmalige Qualität und den Schweizer Ursprung, welche die Konsumenten anscheinend zu schätzen wissen. Das freut uns sehr.



Die M-Industrie stellt viele beliebte Migros-Produkte her.

## IM BILD

# Der fahrbare Konzertsaal

Ende August brachte das Migros-Kulturprozent zum zweiten Mal klassische Musik an Primarschulen. Der Classic Express ist ein 31 Tonnen schwerer Sattel-schlepper, der zum Konzertsaal umfunktioniert wird. Präsentiert wurden die Konzerte von Elena Graf, Violinistin und Gewinnerin des Instrumental-musik-Wettbewerbs des Migros-Kultur-prozents. Ziel ist es, Schülerinnen und Schüler jeglicher Herkunft an die klassische Musik heranzuführen.



**MIGROS**  
kulturprozent

www.migros-  
kulturprozent.ch

## Solidarisch punkten für den guten Zweck

Einkaufen, punkten, spenden: So einfach lassen sich Cumulus-Punkte online an wohltätige Organisationen überschreiben. Diese erhalten anstelle der Kartennutzer die blauen Cumulus-Bons und verteilen sie an Bedürftige, die damit in der Migros einkaufen können.

«Punkte spenden liegt im Trend», sagt Benedikt Zumsteg, Bereichsleiter Cumulus. «Es sind bereits über 140 000 Franken an Spenden zusammengekommen.» Besonders eifrig spenden die Unterstützer der sogenannten Solikarte. Die Idee hinter dieser privaten Initiative: Mehrere Leute benützen die gleiche Cumulus-Karte und sammeln so viele Punkte. Die technische Weiterentwicklung der Cumulus-Karte bedingt nun eine Änderung dieses Sammelsystems. «Die Cumulus-Karte wird in Zukunft immer mehr können», erklärt Zumsteg. «So wird künftig etwa die bargeldlose



**Cumulus-Karte zücken: Jeder kann seine gesammelten Punkte spenden.**

Zahlung mit dem Handy möglich sein.» Müsste man einzelne Karten ausschliessen, wäre der Mehraufwand fürs Programmieren der IT-Systeme enorm. «Die entstehenden Kosten stünden in keinem Verhältnis zu den gespendeten

Beträgen der Solikarte.» Dennoch möchte die Migros, dass mit der Solikarte weiterhin gespendet wird. Die Lösung: Sie wird auf der Cumulus-Website als offizielle Spendenempfängerin aufgeführt – genau wie renommierte Hilfswerke wie Heks, Glückskette und Pro Infirmis. Der Unterschied zu heute: Die Solikarten-Sammler müssen eine eigene Cumulus-Karte besitzen.

Seit einem Jahr verhandelt die Migros mit den Solikarten-Initianten über diese Lösung und bietet ihnen auch kommunikative Unterstützung, damit die Spender der Solikarte treu bleiben. «Leider akzeptieren sie diese Lösung nicht», bedauert Zumsteg. «So gefährden sie den Fortbestand ihres Projekts, was wir sehr schade finden.»

Infos zum Spenden: [www.migros.ch/cumulus](http://www.migros.ch/cumulus) in der Rubrik «Über Cumulus».