

## 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 Lernenden 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).

**Aproz Sources Minérales – der grösste Mineralwasserproduzent der Schweiz ist auch Marktführer beim Verkauf von Sirup.**

# Sirup-Quelle

**A**proz. Ein 689-Seelen-Dorf im Wallis, aber doch schweizweit bekannt. Nicht nur, weil es Teil der Gemeinde Nendaz und damit des renommierten Skigebiets der 4 Vallées ist, sondern auch als Ort der Quelle eines gleichnamigen Mineralwassers der Migros. Das 1947 gegründete Unternehmen Aproz Sources Minérales ist Marktführer für Mineralwasser in der Schweiz mit einem Marktanteil von rund 25 Prozent im Detailhandel und hat sich seit seiner Aufnahme in die Migros-Gruppe 1958 ständig weiterentwickelt.

200 Millionen Liter des kostbaren Nasses wurden im vergangenen Jahr aus einer der höchstgelegenen Quellen Europas gefasst. Mehr als 90 Prozent der Auslieferungen von Aproz Sources Minérales erfolgen über die Bahn. Möglich macht dies eine Eisenbahnbrücke, die eigens im Auftrag der Migros erstellt und am 4. Juli 1961 eingeweiht wurde. Doch der Hersteller der beliebten Mineralwasser Aproz und Aquella hat noch mehr zu bieten, nämlich – Sirup.

So wichtig Wasser in unserem Alltag ist, manchmal gelüstet es einen nach

etwas mehr Geschmack. Ein paar Tropfen Sirup machen aus einem kühlen Glas Mineralwasser im Nu ein erfrischendes Getränk. «Wir empfehlen ein Mischverhältnis von einem Teil Sirup zu sechs Teilen Wasser», sagt Nathalie Mayoraz (30, siehe Seite 50) von der Entwicklungsabteilung bei Aproz. «Aber natürlich ist es jedem freigestellt, einen mehr oder weniger süssen Sirup zu mixen.» In der Schweiz schmeckt dieser vorzugsweise nach Himbeer: «36 Prozent unseres Sirup-Umsatzes macht nach wie vor der Himbeersirup aus», sagt die Lebensmittelingenieurin.

Es ist ein eher konservativer Markt, der gerne an altbewährten Geschmacksrichtungen festhält. Wenig verwunderlich ist auch, dass es einen Sirup-Graben gibt, ein naher Verwandter des Röstigrabens. So wird Pfefferminzsirup, wie man ihn auch in Frankreich schätzt, praktisch ausschliesslich in der Romandie getrunken, während 80 Prozent der Bio-Sirup-Käufe von Deutschschweizern getätigt werden.

Trotzdem oder vielleicht gerade deshalb tüftelt die Entwicklungsabteilung

### WUSSTEN SIE SCHON, DASS ...

- ... die Aproz-Labors mehr als 50 000 Qualitätskontrollen pro Jahr durchführen?
- ... sich die Aproz-Quelle auf 1870 m ü. M. befindet?
- ... der Getränkeproduzent 35 verschiedene Sirupe produziert?
- ... Aproz auch Softdrinks und – in Lizenz – Pepsi, 7UP und Orangina herstellt?

Blutorangensirup auf dem Förderband: Bis zu 15 000 Flaschen Sirup können pro Stunde abgefüllt werden.





1) Frédéric Déléze saugt maschinell das Orangensaft-Konzentrat auf, das zusammen mit Fruchtsäften in den Mischtank kommt.

2) Nach der Pasteurisation bei 86 Grad Celsius fließt der süsse Bestseller in die Flasche.

3) Die PET-Flaschen werden beschriftet.

4) Maschinenführer Frédéric Fournier wirft einen Blick aufs Förderband.





## BERUFSBILD

## Nathalie Mayoraz, Lebensmittel- ingenieurin

Nathalie Mayoraz arbeitet seit sieben Jahren in der Abteilung Entwicklung und Qualitätssicherung bei Aproz Sources Minérales. «Ich mache aber nur Entwicklungsarbeit», grenzt sie ihr Tätigkeitsgebiet ein. Dieses bleibt für sie spannend, weil es neben technisch-biologischen auch rechtliche Aspekte umfasst. **«Es gibt klare Regelungen, wann man zum Beispiel von einem Sirup reden darf»**, sagt sie, während sie eine Flüssigkeitsprobe auf einen digitalen Refraktometer giesst. «Mit diesem Gerät kann ich den Zuckergehalt bestimmen. Das ist das gleiche Instrument, das ein wenig wie ein kleines Fernrohr aussieht und auch von Winzern benutzt wird, um den Zuckergehalt der Trauben zu messen.» Mindestens 60 Brix, die Masseneinheit für gelösten Zucker in

einer Flüssigkeit, müssen es sein, damit man von einem Sirup sprechen darf. Die Ideen für neue Geschmacksrichtungen erhalten die Entwickler in der Regel von der Marketingabteilung. «Wir stellen dann ein Muster her, das in einer internen Degustation von 20 Mitarbeitenden probiert wird», sagt Mayoraz. «Fällt das Feedback positiv aus, klären wir die Verfügbarkeit der Grundstoffe für die Herstellung ab. Anschliessend stellen wir die Mischung der Marketingabteilung der Migros zur weiteren Degustation zu», beschreibt sie den Entwicklungsprozess. «Fällt auch dieser Test zufriedenstellend aus, gehts in die Produktion im Bereich von 20 000 Litern.» Von der Idee bis zur fertigen Markteinführung dauert es üblicherweise fünf bis sechs Monate.

von Aproz laufend an neuen Geschmacksrichtungen und Produktverbesserungen: «Seit 2010 haben wir sämtliche künstlichen Farbstoffe durch natürliche ersetzt», erklärt Nathalie Mayoraz. «Das macht es nicht immer einfach, die gleiche Farbe hinzukriegen, denn optischen Abweichungen steht der Konsument kritisch gegenüber. Aber die verbesserte Qualität ist die Mühe wert.» Jedes Jahr werden zwei bis drei neue Sirupe in die Migros-Märkte gebracht. «Von der Idee bis zum Verkauf der Flaschen im Regal vergeht knapp ein halbes Jahr», sagt die Entwicklerin.

### Sogar ein Sirup mit Mojito-Aroma wurde entwickelt

In bester Erinnerung ist ihr eine der letzten Kreationen: der Mojito-Sirup. «Die Migros hatte auf Migipedia, der Online-Plattform für Migros-Kunden, einen Wettbewerb ausgeschrieben», erzählt Nathalie Mayoraz mit einem Schmunzeln. «Aus den 3000 eingesandten Ideen wählten wir die 10 besten aus und entwickelten die Sirupe.»

Nach einer Degustation mit Vertretern der Migros, von Aproz und Migipedia blieben noch drei Geschmacksrichtungen übrig, von denen sich schliesslich Mojito durchsetzte. «Ich fand die Zusammenarbeit mit den Migipedia-Nutzern sehr spannend. Der Mojito-Sirup ist «mein Baby»», sagt die Lebensmittelingenieurin. Doch halt, der geneigte Leser fragt sich: «Gibt es nicht schon eine Mojito-Zahnpasta?» Tatsächlich wurde eine solche vom M-Industrieunternehmen Mibelle kreiert, ebenfalls auf einen Vorschlag hin durch Migipedia-Nutzer. «Stimmt, aber das ist reiner Zufall. Unser Sirup wurde unabhängig davon entwickelt. Er verkauft sich übrigens besser als erwartet», korrigiert Mayoraz etwaige Missverständnisse.

Doch heute wird auf der Anlage von Aproz nicht Mojito-Sirup produziert, sondern der beliebte Blutorangensirup. Dafür sind Fässer voll mit Orangenkonzentrat notwendig. «1 Kilogramm Konzentrat entspricht 5,7 Kilo Saft», erklärt Frédéric Déleze (36), verantwortlich für die Mischerei, während er das Rohr der Pumpe ins Stahlfass hält. Die 260 Kilogramm Orangenkonzentrat verschwinden im Nu im Mischtank, zurück bleibt ein bitter-süsslicher Geruch. Zusammen mit Zucker, Zitronensäure und weiteren Zutaten werden so 8000 Liter Blutorangensirup hergestellt.

Aus dem Mischtank fliesst der Sirup in die Pasteurisation, wo er während



einer Minute auf 86 Grad Celsius erwärmt wird. Von da gehts in die Abfüllanlage. Bis zu 15 000 Flaschen können hier pro Stunde abgefüllt werden. Bevor der Sirup in die PET-Flasche gegossen wird, zischt aus einer Düse Wasser und spült den durchsichtigen Behälter aus. «Ist die Flasche abgefüllt, kommt der grüne Deckel mit integrierter Ausgussöffnung drauf», erklärt Maschinenführer Frédéric Fournier (35) den letzten Schritt. «Dieser raffinierte Verschluss wurde exklusiv für Aproz entwickelt. Er ermöglicht eine gute und saubere Dosierung und hält sehr dicht.»

Frédéric Fournier stellt sicher, dass auch genügend Etiketten und Leim für einen reibungslosen Ablauf bereitstehen. Einmal verschlossen und etikettiert, brennt ein Laser die Produktionsnummer und das Verfallsdatum auf den Flaschenhals. «Wir stellen nur ein Produkt pro Tag her. In der Nacht wird die Anlage gereinigt und mit 70 Grad heissem Wasser durchgespült», erklärt Frédéric Fournier und greift sich eine Flasche als Stichprobe: «Wir überprüfen immer wieder das Gewicht und den Zuckergehalt.»

Einen Schritt weiter geht die Abteilung für Chemie und Mikrobiologie: «Aus einer Tagesproduktion nehmen wir jeweils die erste, eine mittlere und die letzte Flasche, um ihre Qualität zu testen», erklärt Lehrling Yannick Sidler (21), im dritten Jahr seiner Ausbildung als Chemielaborant. Die Lernenden stellen sechs Prozent der insgesamt 124 Mitarbeitenden. Sidler misst unter anderem den Zucker- und den Säuregehalt sowie

Lehrling Yannick Sidler prüft den Zucker- und Säuregehalt der Sirupproben.



5) Die raffinierte Verschlusskappe wurde speziell im Auftrag der Aproz entwickelt.

6) Eingeschweisst in 9er-Packungen fahren die Flaschen Richtung Lager.

7) Auf dem Schienenweg gelangen die Aproz-Produkte in die Migros-Verteilzentralen: Jeder SBB-Wagen wird mit knapp 28 Tonnen beladen.



die Dichte. «Wichtig ist natürlich auch der Geschmack», fährt er fort. «Jeden Tag um 11 Uhr findet eine Degustationsrunde statt.»

Gleich neben dem Labor befindet sich ein Raum, in dem zehn Personen in separaten Boxen Platz nehmen können. Durch kleine Schiebetüren können Geschmacksmuster gereicht werden. So wird garantiert, dass die Meinungen unabhängig und «blind» gebildet werden.

### Eine Eisenbahnbrücke für Mineralwasser

Ist die Qualität einwandfrei, wandern die Flaschen in 9er-Packungen einen Stock tiefer und von dort in die gigantische Lagerhalle mit integriertem Gleisanschluss. Hier türmen sich Palette mit Tausenden von Litern Mineralwasser, Sirupe und Getränke in den unterschiedlichsten Packungsgrößen, denen etwas gemein ist: Sämtliche Flaschen

sind aus PET, über 30 Prozent gar aus rezykliertem PET-Material. «1991, im gleichen Jahr, als die Sirupproduktion aufgenommen wurde, begann Aproz auch mit der Einführung von PET. Sechs Jahre später waren die schweren Glasflaschen abgeschafft», sagt Nathalie Mayoraz.

6900 Cargo-Wagen der SBB brachten 2012 die Aproz-Produkte in die Migros-Verteilzentralen der ganzen Schweiz. Jeder Wagen wird mit knapp 28 Tonnen beladen, und zwar blitzschnell.

Auf der Laderampe geht es zu wie in einem Bienenhaus. Die gelben Hubstapler sausen rein und raus und sorgen so für eine speditive Versorgung. Pünktlich auf die Minute ist das letzte Wagentor geschlossen, und der Zug rollt an. Wenig später fährt er über die Brücke, die Aproz Sources Minérales mit dem Eisenbahnnetz der Schweiz verbindet.

Text: Marc Bodmer  
Bilder: Nik Hunger

### DREI FRAGEN AN



Michel Charbonnet, Unternehmensleiter der Aproz Sources Minérales

### «Über 90 Prozent der Produktion verlassen unser Unternehmen auf dem Schienenweg»

Michel Charbonnet, was macht Aproz so einzigartig?

Aproz ist der grösste Mineralwasserabfüller der Schweiz und erfrischt seine Kunden mit mehr als 150 verschiedenen Produkten hoher Qualität. Auch die Umwelt wird geschont: Seit über 52 Jahren verlassen mehr als 90 Prozent der Produktion unser Unternehmen auf dem Schienenweg.

Wo liegen Ihre grössten Herausforderungen? Unser Ziel ist es, die Reinheit unserer Mineralwasserquellen durch unser Know-how und unsere Technologie zu bewahren, damit das Aproz-Wasser in seiner natürlichen Qualität aus den Bergen direkt in die Gläser unserer Kunden sprudeln kann.

Wo sehen Sie Aproz in zehn Jahren?

Wir möchten unsere Führungsposition auf dem schweizerischen Mineralwassermarkt beibehalten und Aproz zusätzlich zum führenden Durststiller in den Schweizer Haushalten machen. Bei unseren Innovationen setzen wir daher verstärkt auf die Entwicklung anderer Getränkearten, mit denen wir immer auch einen Beitrag zur Gesundheit leisten und darüber hinaus die Umwelt schonen wollen.



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