

Interview mit Ruedi Lieberherr

# MORGA – Reformprodukte im Wandel

Die unabhängige, mittelgrosse MORGA AG im toggenburgischen Ebnat-Kappel verkörpert erfolgreiche Familientradition. Als Vertreter der 3. Generation leitet Ruedi Lieberherr den kerngesunden Betrieb, der seit der Gründung mit hochwertigen Reformprodukten einen wichtigen Beitrag zur gesunden Ernährung leistet.



## Herr Lieberherr, was hat es mit den «indischen Wurzeln» der MORGA auf sich?

Ruedi Lieberherr: Mein Grossvater, Ernst Lieberherr-Hemmeler, war von 1910 bis 1930 für eine schweizerische Handelsfirma in Bombay tätig. In Indien lernte er nicht nur Tee und Soja kennen – sie stellen noch heute wichtige Grundstoffe für viele unserer Produkte dar – sondern wurde auch sensibilisiert für die vegetarische Ernährung und die Problematik der Ernährung bei Diabetes. In die Schweiz zurückgekehrt gründete er 1930 die MORGA.

## Woher stammt der Name «MORGA»?

Mein Grossvater konnte in den 30er-Jahren die Firma «Morgenthaler & Schneebeli» in Zürich erwerben; MORGA stellt ein Kürzel dieses Namens dar.

In den über 70 Jahren seit der Gründung der MORGA AG hat sich der Geschäftsbereich stark verschoben. Wurden im Anfang hauptsächlich Gewürze und Tee importiert und Soja-Produkte hergestellt, bieten wir heute eine überaus breite Palette an Produkten und Dienstleistungen an: Wir entwickeln, produzieren, fungieren als Importeur und stellen auch logistische Dienstleistungen zur Verfügung für den Biofachhandel, Reformhäuser und Pharma-Grossisten.

Tee macht heute nur noch rund 10% des Umsatzes aus; die restlichen 90% entfallen auf Spezialitäten für die neuzeitliche Ernährung. Wir beschäftigen rund 90 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, hier in Ebnat-Kappel und in unserem Aussenbetrieb in Hallwil, wo Gewürze und Tees konfektioniert werden.

Die MORGA zählt heute rund 3500 Kunden, die sich je nach Bedarf aus unseren 1500 bis 2000 Produkten ihr eigenes Sortiment zusammenstellen. Wir liefern direkt an Reform- und Bio-Läden, den Lebensmittelhandel und das Gastgewerbe, oder indirekt über den Lebensmittel-, Gastro- und Pharma-Grosshandel. Erstaunlich ist, dass die drei grössten Pharma-Grosshändler fast das ganze MORGA-Sortiment führen.

## Wie lassen sich die vielen Produkte gruppieren?

Die Hauptschwerpunkte sind: Teigwaren, vegetabile Suppen, Würzprodukte, Müesli, Tees, Dessertprodukte in Pulverform, Konfitüren, Honige, Sirupe, Frühstücks- und Kaffeeersatz-Getränke, Trockenfrüchte und Nüsse und spezielle Ernährung. Als Marken zu nennen wären: Holle (Kur- und Nahrungsmittel), Kriti (Spezialitäten aus Kreta), Pionier (Frucht- und Getreidekaffee), Issro (Dörrfrüchte und Nüsse), Kentaur (Müesli, Apéro-Snacks und Riegel), Parot (Desserts) und Val Farella (Teigwaren).



## Ihre neueste Errungenschaft?

Paidol. Um 1880 in Kappel im Toggenburg entwickelte ein Oberfeldarzt der Schweizer Armee den schnellverdaubaren Kinderbrei. Heute wird Paidol – ein Naturprodukt aus Weizengriess, Hirse und Weizenkeimen – nicht nur als Kindernahrungsmittel verwendet, sondern auch als Bindemittel für Backwaren eingesetzt.

## Zu den Neuerungen gehört auch das vorgestellte neue Logo, ein neues Erscheinungsbild, sowie weitere neue Präparate: Holle-Wellnessdrinks, kaltgepresste Öle, vegetabile Saucen, Bio-Saucen ohne Ei, Bio-Sirupe und -Puddings. Wie könnte die Zielsetzung definiert werden?

Alle MORGA-Produkte muss etwas Besonderes auszeichnen – etwas, das der Gesundheit dient. Beispielsweise enthalten unsere Spaghetti zusätzlich Weizenkeime, Ballaststoffe und Sojabestandteile. Wo immer möglich bieten wir unsere Produkte in Bio-Qualität an mit den Signeten «Demeter», «Knospe» (1982 eingeführte Schutzmarke der Schweizer Bio-Bauern) und unserem «MORGA-Bio-Logo», das Produkte tragen, die den gesetzlichen Richtlinien in der Schweiz und der EU für biologische Produkte entsprechen.



## Gibt es Produkte, die nur über Drogerien und Apotheken vertrieben werden?

Drogerien, die ein Ernährungsprogramm führen, stellen ihr Sortiment individuell zusammen. Leider hat der Bereich «Ernährung» in den letzten Jahren an Bedeutung verloren. Wo ein breites Sortiment gepflegt wird, sollte unseres Erachtens die Ernährung nicht fehlen. Gerade hochwertige Grundnahrungsmittel können – beim Verkauf spielt die fundierte Beratung eine zentrale Rolle – die Kundenfrequenz erhöhen und mithelfen, andere Präparate zu verkaufen. Gefordert wäre vermehrt auch der Drogistenverband, dessen Drive in diesem Bereich in den letzten Jahren spürbar nachgelassen hat.

Auch Apothekerinnen und Apotheker interessieren sich immer mehr für eine hochwertige Grundernährung. Besonders interessant in diesem Segment ist unsere Dr. Schär-Vertretung: die Produkte für Zöliakie-Patienten runden unser Sortiment ideal ab. Viele Dermatologinnen und Dermatologen setzen bei schwer diagnostizierbaren Allergien auf eine glutenfreie Diät, um eine stabile Grundlage für weitere Untersuchungen zu schaffen.

## Wie ernährungsbewusst ist die Schweizer Bevölkerung?

Dieses wichtige Thema scheint auch in einem alten Sprichwort auf: «Gesundheit ist nicht alles, aber ohne Gesundheit ist alles nichts.» Das Problem liegt darin: Leute zwischen 20 und 40, die kerngesund sind, denken nicht an Prävention. Wenn sich später aufgrund der falschen und übermässigen Ernährung Zivilisationskrankheiten zeigen, ist es in der Regel zu spät, mit einer Ernährungsumstellung eine Wende herbeiführen zu können. Hier sind Apotheker und Drogisten gefordert, ihre Kundinnen und Kunden vermehrt für Themen wie «Prävention» und «Vollwerternährung» zu sensibilisieren.

Jürg Lendenmann

MORGA AG, CH-9642 Ebnat-Kappel, [www.morga.ch](http://www.morga.ch)