

## «Wir waren Bio, bevor es Bio gab»

### Meilensteine

**1930** Ernst Lieberherr-Hemmeler kehrt nach 20 Jahren in Indien in die Schweiz zurück, kauft die Zürcher Firma Morgenthaler & Schneebeli aus dem Konkurs auf und beginnt mit dem Verkauf von Tee und Sojaprodukten.

**1935** Das Geschäft wird nach Ebnat-Kappel umgesiedelt, Beginn der Produktion von Teebeutel und Soja-Vollkorn-Teigwaren.

**1936** Namensänderung in Morgia AG.

**1938** Kauf eines Fabrikgebäudes an der Hauptstrasse in Ebnat-Kappel (heutiger Firmensitz).

**1950ff** Die Morgia AG etabliert sich als Marktführerin in der Produktion von Doppelkammerteebeutel.

**1980ff** Bau eines Hochregallagers und stetige Erweiterung des Produktespektrums. Dazu gehört unter anderem der Kauf von Marken wie Pionier (Handel mit Reformprodukten), ISSRO-Dörrfrüchte, Paidol (Griessprodukt) oder Lindol Husten-Sirup (ein Heilmittel).

**2012** Ausbau und Erneuerung der Sirup-Produktionsanlagen, Erweiterung der Mischerei und Investitionen in eine Grundwasserwärmepumpe sowie in eine Fotovoltaikanlage.

**2013** Akquisition einer deutschen Bio-Teebeutelproduktionsfirma in Kirchgangern im Bundesland Thüringen.

Von Konfitüre, Tee und Teigwaren bis zu Heilmitteln und Spezialitäten: Natürliche, vegetarische Lebensmittel sind das Kerngeschäft der 1930 gegründeten Morgia AG. Kontinuität in den Geschäftsbeziehungen, aber auch eine solide Eigenfinanzierung gehören zu den Grundpfeilern des lokal verankerten, international tätigen Familienunternehmens mit Sitz in Ebnat-Kappel.

2019 kaufen bereits jeder vierte Konsument und jede vierte Konsumentin mehrmals monatlich Bio-Lebensmittel ein. Bei 377 Franken pro Kopf und Jahr ist deren Marktanteil auf über zehn Prozent gestiegen, was einem Einkaufswert von 3,2 Milliarden Franken entspricht. Das sind eine Milliarde Franken mehr als noch fünf Jahre zuvor.

Lange bevor dieser Markt solche Dimensionen angenommen hat, trat ein Ostschweizer Unternehmen an, die Bevölkerung mit gesunden und möglichst naturbelassenen Nahrungsmitteln zu versorgen. Die 1930 gegründete Morgia AG startete als Import- und Handelsorganisation für Reformprodukte, um bald eigene Rezepte und Produkte zu entwickeln, zu produzieren und zu vertreiben.

### Inspirationen und Ideen aus Indien

«Wir waren Bio, bevor es Bio gab», illustriert Ruedi Lieberherr, Geschäftsführer, Verwaltungsratspräsident und Vertreter der bereits dritten Familiengeneration die Herkunft der Morgia AG. Den Grundstein gelegt hatte sein Grossvater, Ernst Lieberherr. Als ältestes von zwei Kindern des Fergen (Fährmanns) Josef Lieberherr in Ebnat im Toggenburg geboren, beschritt er eine Laufbahn als Kaufmann. Seine Anstellung bei der Winterthurer Import- und Exportfirma Gebrüder Volkart führte ihn 1909 im Alter von erst 21 Jahren nach Indien. Während seines 20-jährigen Aufenthalts kam Ernst Lieberherr auf den Geschmack vegetarischer Ernährung und lernte bis dahin in der Schweiz unbekannt, spannende Produkte und Ernährungsformen kennen.

Mit vielen Eindrücken und einer Vielzahl beeindruckender Fotografien kehrte der tüchtige Toggenburger, er war ab 1927 auch als schweizerischer Honorarkonsul in Bombay tätig gewesen, in seine Heimat zurück und wurde zum Unter-

nehmer. Er kaufte die Zürcher Firma Morgenthaler & Schneebeli aus dem Konkurs auf und begann mit dem Verkauf von Tee und Sojaprodukten. Später kamen Diabetikerprodukte und die Herstellung von Teebeuteln hinzu.

1935 zog das Unternehmen nach Ebnat ins Toggenburg und firmierte bald in Morgia AG um. 1938 bot sich die Gelegenheit, in Kappel an der Hauptstrasse ein Fabrikgebäude zu erwerben. An diesem Standort hat sich die Morgia AG stetig weiterentwickelt. Über drei Generationen hinweg ist ein komplexes Gebilde entstanden, mit 120 Mitarbeitenden am Hauptsitz in Ebnat-Kappel und 30 weiteren Arbeitsplätzen bei einer deutschen Bio-Teebeutelproduktionsfirma in Kirchgangern im Bundesland Thüringen.

### Kochen, trocknen, flocken, backen, extrahieren

Das Sortiment umfasst mittlerweile über 1500 aktive Verkaufsartikel aus 25 verschiedenen Produktgruppen, die hauptsächlich in Bio-Qualität angeboten werden. Dazu gehören Suppen und Bouillons, Nahrungsergänzung, Tee, Getreideprodukte, Konfitüren, aber auch Öle und vieles mehr. Kernanliegen ist es, dabei möglichst naturbelassene, gesunde Lebensmittel anzubieten, wie Ruedi Lieberherr unterstreicht. Ohne Konservierungsstoffe und ohne Pestizide sollen diese Produkte der Gesundheit einen Dienst erweisen. Hinzugekommen sind Spezialitäten betreffend Allergien und Unverträglichkeiten wie Zöliakie. Produziert werden viele Free-from-Produkte wie gluten- oder zuckerfreie Erzeugnisse, und auch halal- oder kosher zertifizierte Lebensmittel gehen in den Export.

Ein breites Sortiment an eigenen Produkten wird vor allem in der Schweiz abgesetzt, während circa zehn Prozent in den Export gehen, und zwar in 20 verschiedene Länder bis nach



**Bild 1:** Hier wird Gemüsebouillon abgefüllt, eines von 1500 natürlichen Produkten der Morgia AG. **Bild 2:** Die Morgia setzt in der Produktion auf moderne Maschinen, schonende Verarbeitung und auf die Liebe zum Detail. **Bild 3:** Schneller und unkomplizierter Vertrieb: Jeder Laden in der Schweiz wird einmal wöchentlich beliefert. (Bilder: Morgia AG)

Japan und Mexiko. Zudem vermarktet die Morgia AG Import- und Handelsprodukte aus dem Ausland in der Schweiz, und drittens kommt die Lohnfertigung hinzu. Modernste Teemaschinen und Abfüllanlagen sowie diverse Spezialmaschinen für kleine und mittlere Serien werden dazu in Ebnat-Kappel betrieben. Kochen, trocknen, flocken, backen, extrahieren und mischen gehören zu den Kernkompetenzen.

### Über 50-jährige Kontinuität mit der Provida

Bis in die 1990er wurde nur der Fachhandel beliefert, das heisst Drogerien, Reformhäuser oder direkt an den Detailhandel. Danach kamen Grossisten hinzu, die den Gesundheitsfachhandel (Apotheken und Drogerien) und den Detailhandel beliefern. Aber auch Einzelhandelskanäle wie Aldi und Lidl werden bedient. Das sorgt für ausreichendes Volumen, um Maschinenanlagen und eine rationelle Produktion zu sichern, räumt der Verwaltungsratspräsident ein. Das grosse Sortiment wiederum sorgt dafür, dass Einkauf und Logistikooperationen Sinn machen.

Ein organisches Wachstum und gezielte Investitionsschritte – in gewissen Jahren werden Anlagen und Maschinen erneuert, im anderen die Gebäude – haben zur stetigen und massvollen Fortentwicklung beigetragen. Einen Revisionspartner, der die Komplexität des Unternehmens versteht und dieses kontinuierlich begleitet, hat die Morgia AG in der Provida AG gefunden. Tatsächlich war es Provida-Gründer Willi Hirt gewesen, der in den 1960er-Jahren das Mandat betreut hatte. Vier oder fünf Beraterwechsel haben während der bereits über 50-jährigen Zusammenarbeit für Kontinuität gesorgt, würdigt Ruedi Lieberherr das Engagement der Provida AG. «Die gute Zusammenarbeit und Beratung schätzen wir sehr.»

### Lokale Verankerung, gute Eigenfinanzierung

Die Herstellung natürlich-vegetarischer Lebensmittel hängt nicht nur vom Produktions-Know-how und von einer ausgeklügelten Logistik ab, sondern auch von der Fähigkeit, Trends zu erkennen. Neue, schonende Verfahren, neue Entdeckungen, vor allem aber Essgewohnheiten und Ansprüche der Kunden müssen stets erkannt, bewertet und an die Morgia-Philosophie adaptiert werden, weiss Ruedi Lieberherr, der in jüngeren Jahren internationale Erfahrungen in den Bereichen Aussendienst und Verkauf sammeln durfte.

Ein stabiles Qualitätsmanagement, Erkenntnisse des Aussendienstes sowie internationale Kontakte in der Branche lieferten hier wesentliche Informationen. Die Bandbreite neuer Trends sei gross und reiche von nur gerade halbjährigen Erscheinungen bis zu längerfristigen Trends, zum Beispiel in Richtung Zuckerersatz. «Als wir Mitte der 70er-Jahre Sojamilch und Tofu produzieren wollten, waren wir wiederum 20 Jahre zu früh», schildert der Geschäftsführer die Herausforderungen.

Inzwischen sieht sich die Morgia AG einer stärkeren Konzentration im Detailhandel gegenüber, doch die grössten Probleme zeigten sich derzeit bei der Beschaffung qualitativ guter Rohstoffe aus dem Ausland, aber auch bei Lieferengpässen, die auf mangelnde Transportkapazitäten im Zeichen der Corona-Massnahmen zurückzuführen seien.

Mit starker, lokaler Verankerung, gutem Arbeitgeberimage und gesunder Eigenfinanzierung packt das traditionsreiche Familienunternehmen seine Zukunft an. Dafür engagiert sich auch Karin Anderegg. Seit fünf Jahren im Betrieb tätig, bestimmt sie als betriebswirtschaftlich, technisch und im Handel ausgebildetes neues Geschäftsleitungsmitglied seit Sommer 2020 auch im Verwaltungsrat die Geschicke der Morgia AG mit.



Ruedi Lieberherr  
Geschäftsführer/  
Verwaltungsratspräsident

### Morgia AG

Kapplerstrasse 60  
9642 Ebnat-Kappel

T +41 71 992 60 40  
r.lieberherr@morgia.ch  
www.morgia.ch