

130 JAHRE DISTILLERIE MORAND



Morand
1889

DIE DISTILLERIE LOUIS MORAND & CIE IN MARTIGNY

CARINE CORNAZ BAYS



Titelseite: Lagerung der Karaffen mit der Williamsbirne vor dem Abfüllen der *Williamine*. Die Flaschen werden direkt an den Bäumen so befestigt, dass die Birnen darin wachsen können.¹

Oben: das Herz der Distillerie 1940. Noch immer werden die Pflanzen für den Absinth und den Genepi, den *Bon Valaisan*, die *Liqueurs du Cervin* und *du Grand St-Bernard* und die Rinden von Früchten wie Zitronen, Orangen und Mandarinen im selben Raum und in denselben Alambiks destilliert, ebenso der Kaffee und der Kakao.²

Die Distillerie Louis Morand & Cie in Martigny (1889–2019): 130 Jahre Savoir-faire eines Familienbetriebs

Seit ihrer Gründung 1889 ist die Distillerie Morand lokal stark verankert. Enge Verbundenheit mit dem Terroir, das Savoir-faire eines Familienbetriebs und kontinuierliche Forschung sind nur einige Elemente, die dem Unternehmen erlaubt haben, so viele Jahre erfolgreich zu bleiben und sich dabei neuen Konsumgewohnheiten anzupassen, speziell was den Genuss von Alkohol betrifft.

Die Distillerie entwickelt Liköre, Limonaden, Sirups, Treischerbrände und Eaux-de-vie, darunter die berühmte *Williamine*, das Eau-de-vie aus Williamsbirnen. Nebst seinen eigenen Produkten vertreibt das Familienunternehmen im Wallis weitere Getränke an Hotels, Cafés, Restaurants und Geschäfte. So ist das Getränkeangebot des Unternehmens ab dem 20. Jahrhundert erweitert worden mit Bier, Apéritifs und Schweizer Mineralwasser.

Doch die Distillerie Morand ist weniger die Geschichte von Produkten als jene einer Familie, von vier Generationen Frauen und Männern, die stets bestrebt waren, ihr Savoir-faire zu bewahren und weiterzugeben. Die Persönlichkeiten, die sich in der Führung des Unternehmens gefolgt sind, haben dessen Namen weit über das Wallis hinaus bekannt gemacht, in der ganzen Schweiz und im Ausland. Das Produktangebot der Distillerie Morand umfasst nach wie vor Liköre, deren Rezepte von ihrem Gründer Ende des 19. Jahrhunderts entwickelt worden waren. Unabhängigkeit, Loyalität, Pragmatismus, Selbstsicherheit und der Wille, das Familienkulturerbe zu erhalten und weiterzugeben, sind die Stärken, die die Distillerie befähigen, gleichzeitig innovativ zu sein und der Tradition verpflichtet zu bleiben.



Limonadenflaschen, 1950er- und 1960-Jahre.³



Etikette des Grenadine-Sirups, zwischen 1950 und 1955.⁴

Louis Morand: die Entwicklung des Unternehmens, der Rezepte und des Geschäftssitzes (1889-1921)

Als der erst 22-jährige Louis Morand 1889 in Martigny-Combe eine Distillerie eröffnet, ist die Destillation im Wallis bereits weit verbreitet. Zu Beginn ist sein Bruder Auguste Teilhaber, ein Jahr später übernimmt er den Betrieb in seinem Namen.

Inmitten einer Weinbauregion, zwischen Martigny-Croix, Plan-Cerisier und dem Sommet-des-Vignes destilliert er Trester und Produkte auf der Basis lokaler Pflanzen wie den Absinth und den Genepi.



Louis und Mathilde Morand.⁵

Louis Morand entwickelt eigene Rezepte wie den *Bon Valaisan*, auch *Elixir du Cervin* genannt (auf Basis von Wacholder und Enzian) und verfeinert das Rezept für den *Liqueur du Grand St-Bernard*, das ihm der Kanoniker Tavernier des Hospizes anvertraut hat. Um den Restaurantbetreibern des Oberwallis gefällig zu sein, wird der Likör auch *Liqueur du Simplon* genannt. Tatsächlich handelt es sich aber um dasselbe Rezept aus Alpenkräutern und -honig.



Die Etikette der Originalflasche des *Liqueur du Simplon*.⁶

Ein 1894 im *L'Écho de Genève et du Léman* erschienener Artikel umschreibt die Arbeit von Louis Morand: «Als ich kürzlich in Martigny vorbeikam, habe ich die Gelegenheit genutzt für einen Besuch der Distillerie von Herrn Louis Morand, Erfinder und Produzent des *Liqueur du Simplon*. Ich wollte gerne mehr wissen über die Herstellung dieses ausgezeichneten Likörs, dessen Qualität und einzigartigen Eigenschaften ich schon oft genießen durfte.»



Louis Morand wird für seine Produkte mehrfach ausgezeichnet. Oben: das Diplom der Bronzemedaille, die ihm an der Weltausstellung in Bordeaux von 1895 verliehen wurde.⁷

Dank seiner Rezepte wird Louis Morand bald weit über die Kantonsgrenze hinaus bekannt, denn seine Produkte gewinnen Medaillen an der Weltausstellung in

Bordeaux 1895, an der Weltausstellung in Paris 1900, an der Weltausstellung in Mailand 1906 und an der Schweizerischen Landesausstellung in Bern 1914.



Etikette des *Elixir du Bon Valaisan*.⁸

Der Verkauf konzentriert sich allerdings vorwiegend auf den Absinth. Denn das Getränk ist in Mode und das Rezept von Louis Morand findet im Wallis und in der ganzen Romandie grossen Anklang.

Als 1910 der Absinth verboten wird, ist die Firma nicht sonderlich betroffen, denn sie verfügt über ein genügend grosses Lager und kann weiterhin auch zahlreiche andere Produkte vom Genepi bis zum *Parfait Amour* liefern.

1900 zieht die Distillerie nach Martigny in die heutigen Räumlichkeiten ein. Immer mit Unterstützung seiner Frau Mathilde entwickelt Louis Morand zahlreiche Rezepte, erntet Früchte und destilliert, füllt Limonaden und andere Spezialitäten in Flaschen ab, etikettiert, besucht Kunden, liefert aus und ist zudem in der Politik

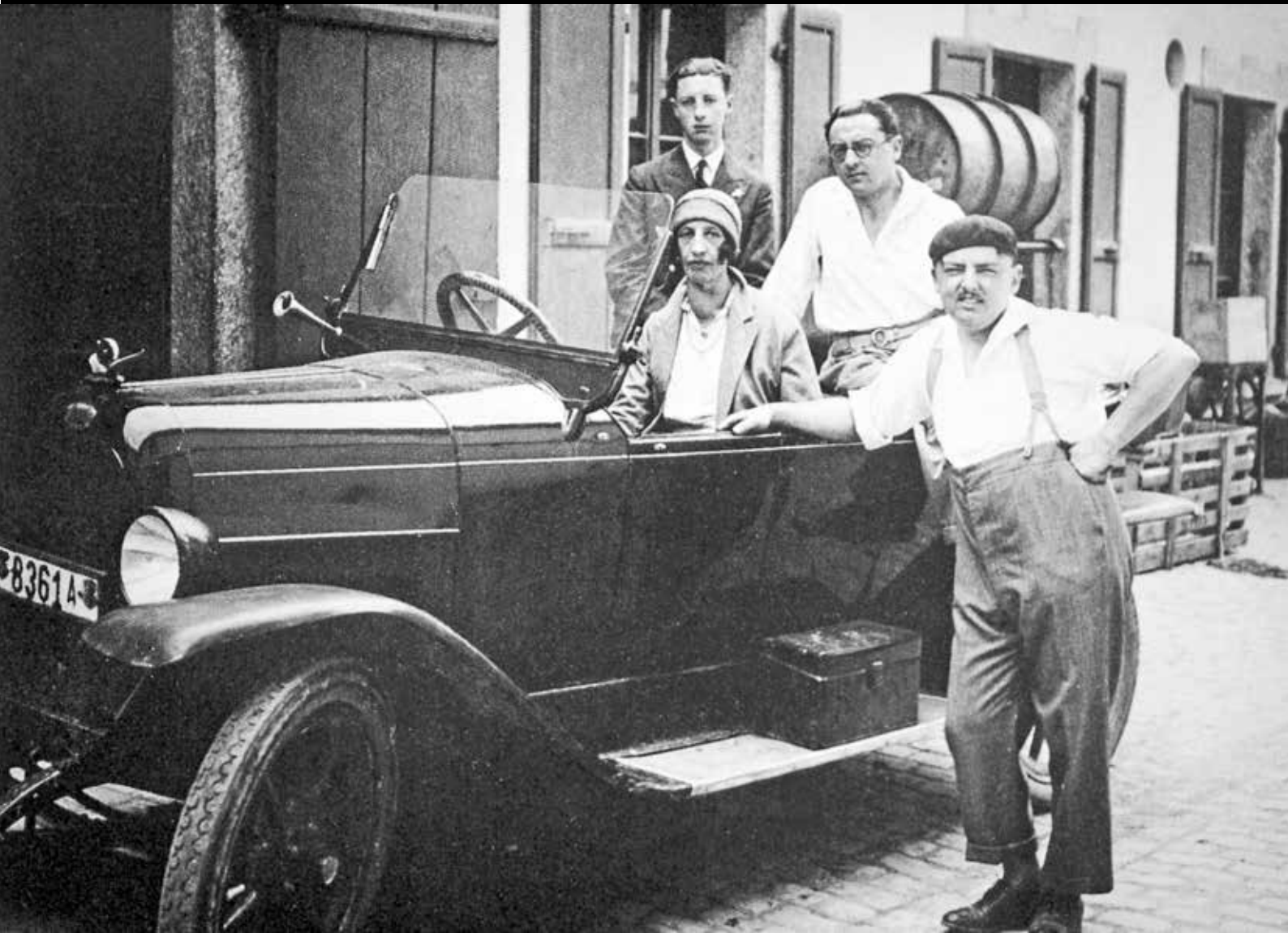


Lohnbrennerei: der Alambik der Familie Bompard aus Martigny, 1912.⁹

aktiv ... er ist überall präsent. Louis Morand hat die Distillerie gegründet und ausgebaut, er hat Rezepte entwickelt, ein Verteilnetz aufgebaut und seinen Produkten zu Ruhm verholfen. Sein Werk prägt die Distillerie bis heute. Nach seinem frühzeitigen Tod 1921 übernimmt sein Sohn André mit 26 Jahren die Leitung des Unternehmens.



Der in St-Maurice in einen Verkehrsunfall verwickelte Lastwagen der Distillerie Morand, 1920er-/1930er-Jahre.¹⁰



Im Vordergrund stehend: André Morand. Im Auto sitzend: Georges Morand, Andrés Bruder, «Tante Adèle», eine Verwandte, und ein Unbekannter im Hintergrund.¹¹

André Morand: der Ausbau der Distribution und die Industrialisierung (1921-1958)

Der Übergang von einem Handwerksbetrieb zu einem Industrieunternehmen wird unter der Leitung von André Morand vollzogen. Er erweitert die Linien der Liköre, Sirups und Limonaden und baut die Getränkedistribution aus, indem er die Produkte des Unternehmens kommerzialisiert und auch Fremdprodukte aufnimmt. Das Sortiment enthält alle Getränke mit Ausnahme von Wein.



Liqueur *Framboisie*, Liqueur *Mirabelle*, Fine à l'Orange, Eau-de-vie de Framboise und Liqueur *Griottine*, 1950er-Jahre.¹²

Die Distillerie Morand übernimmt die Vertretung zahlreicher Schweizer Getränkemarken, zum Beispiel den Apéritif *Bitter des Diablerets*, die Mineralwasser *Aigle-Lithinée* und *Henniez-Lithinée*, die Limonaden *Romanette* oder die Biersorten der Brauereien *Beauregard* und *Cardinal*. Zum Angebot gehören auch ausländische Produkte wie der Champagner *Moët*, der Apéritif *Byrrh* oder *Coca-Cola*, dessen Vertretung André Morand ab 1950 für das Unterwallis übernimmt.



Die Distillerie Morand verkauft diverse Produkte, darunter das Mineralwasser *Henniez-Lithinée*, wie die Werbung im *Le Confédéré* vom 22. Mai 1931 zeigt.¹³



Korrespondenz von 1962 zwischen der F. Leyvraz SA in Aigle und der Distillerie Morand betreffend eine Zusammenarbeit; seit 1948 ist Morand Depositär des *Bitter des Diablerets*.¹⁴



Die Firma Morand ist seit 1932 Depositär der Brasserie *Beauregard*. 1970 wird die Brauerei durch *Cardinal* übernommen, doch die Zusammenarbeit geht weiter.¹⁵



1936 wird Coca-Cola in der Schweiz eingeführt; die Distillerie Morand übernimmt die Exklusivvertretung für das Rhonetal, von St-Maurice bis Riddes.¹⁶

Ab den 1920er-Jahren beginnen Nachahmungen des *Marc de Dôle*, der *Liqueurs du Simplon* und du *Grand St-Bernard* oder des *Elixir du Bon Valaisan* auf dem Markt aufzutauchen. Weil es sich um eingetragene Marken handelt, informiert das Unternehmen die Konsumenten, diese Liköre nur zu kaufen, wenn sie in der Originalflasche mit der Etikette angeboten werden.



Im *Le Confédéré* vom 31. Juli 1922 warnt die Distillerie Morand ihre Kunden vor Fälschungen ihrer eingetragenen Marken.¹⁷



Plakat für den *Liqueur du Grand St-Bernard*.¹⁸

André Morand baut den Betrieb um, um grössere Mengen produzieren zu können. Sukzessive erweitert er die Gebäude und Keller, erneuert Einrichtung und Installationen und sichert so dem Unternehmen, sich weiterentwickeln und im Wallis und der ganzen Schweiz neue Märkte erschliessen zu können. Zu den Standardprodukten kommen Limonaden mit Fruchtaroma hinzu wie *Oranjo* und *Abricolo* oder der anisierte Apéritif *Morandine*.



Dank des Ausbaus des Betriebs bleibt die Distillerie Morand leistungsstark. Oben: die Brennkessel in den Jahren 1950, 1970 und 1980.^{19, 20, 21}

Wie während des Ersten Weltkriegs gehört Zucker zu den rationalisierten Lebensmitteln. Die Distillerie muss den Zuckergehalt ihrer Getränke senken. Es wird auch schwierig, Glas zu beschaffen. Seit das Bundesgesetz über die gebrannten Wasser (Alkoholgesetz) von 1932 in Kraft ist, müssen professionelle Brennereien eine Konzession besitzen, die Preise für alkoholische Getränke verdoppeln sich. Der Lagerbestand von Morand erlaubt es, während mehrerer Monate Produkte noch zum halben Preis anzubieten.

Des Cadeaux
appréciés...
et de plus, sans carte !

Vous les trouverez à la
Distillerie MORAND
Martigny

qui, reprenant une vieille coutume, met à la disposition de sa fidèle clientèle une gamme complète de liqueurs extra fines, qualité d'avant-guerre.

Est tout particulièrement recommandé
„un Triple-Sec“
dont les qualités supérieures sont rehaussées par un élégant habillage.

Prix très raisonnables. Consultez-nous. Tél. 6 10 36

☆ ● ═ } ● ★ ↻ ★ ● ☆

Wer sich vor Weihnachten mit Likör eindecken will, braucht keine Rationierungskarten, wie diese Werbung während des Zweiten Weltkriegs betont (*Le Confédéré*, 21. Dezember 1942).²²



Reproduktion der Originaletikette für die Williamine der Distillerie de Saconnex-d'Arve (GE).²³

Ende der 1940er-Jahre beginnt André Morand ein Eau-de-vie aus Williamsbirnen zu destillieren. Dessen delikates, fruchtiges Aroma überzeugt die Kenner und den Markt. Die *Williamine* entsteht. André Morand kauft den Namen einer Genfer Brennerei, die die Denomination bisher benützt hatte. Er lässt die Marke 1953 eintragen und sichert dem Unternehmen das Exklusivrecht des Namens, der ab 1956 international geschützt ist, und die *Williamine* wird europaweit rasch das Referenzprodukt für Eaux-de-vie aus Williamsbirnen. Bald ist das Produkt in der Schweiz und im Ausland äusserst erfolgreich. Die *Williamine* bedeutet einen Aufschwung für



Werbepostkarte aus den 1960er-Jahren.²⁴

den Walliser Obstbau: Die Obstgärten für Williamsbirnen werden ausgedehnt und die Obstsorte wird bald zu einer der wichtigsten im Wallis.

Die Mitarbeitenden der Distillerie bleiben André Morand treu, der enge Verbindungen zu Walliser Café- und Restaurantbetreibern pflegt. Er ist im lokalen Geschehen eingebunden, ist Mitglied des Fasnachtskomitees von Martigny und die Distillerie baut jedes Jahr einen Wagen für den Fasnachtsumzug. André Morand ist weiter Gründungsmitglied des FC Martigny und der SAC-Sektion Monte-Rosa von Martigny und ein grosszügiger Mensch. Er denkt sozial fortschrittlich, sieht die Einführung des BVG voraus und richtet einen Vorsorgefonds ein. Mit Unterstützung seiner Frau Anne-Marie bietet er wenn immer nötig von Unglück oder Krankheit benachteiligten Menschen Hilfe zu einer Zeit, zu der die Sozialleistungen noch sehr beschränkt sind. Der Tod seiner Ehefrau 1958 trifft ihn schwer. Er verliert die Energie zum Weiterarbeiten und übergibt die Geschäftsführung an seine beiden Kinder, Louis Morand als Direktor und Colette Vocat als Teilhaberin und Mitglied des Verwaltungsrats.



Louis Morand (im Vordergrund rechts) und seine Schwester Colette (weisse Bluse) schälen mit Mitarbeitern Orangen und Zitronen, 1950er-Jahre.²⁵



Ansicht der Distillerie im Winter, 1950er-Jahre.²⁶



Ein Lastwagen der Distillerie braucht auf der Strasse von La Forclaz Pannenhilfe, 1930er-/1940er-Jahre.²⁷

Geschichte eines Welterfolgs: die *Williamine*®

Das Eau-de-vie aus Birnen wird im Wallis anfangs des 20. Jahrhunderts gebrannt. Es ist charakteristisch für die Distillerie Morand, nur die Sorte Williams zu verwenden und das Produkt in grossen Mengen auf qualitativ höchstem Niveau herzustellen.

Ab den 1940er-Jahren versuchen mehrere Produzenten, die Williamsbirne zu destillieren, unter anderen der Walliser Weinbauer und -händler Francis Germanier. Was die Distillerie Morand anbelangt, sind die durchgeführten Tests so vielversprechend, dass sich André Morand zur Produktion entscheidet. Die Distillerie kauft daher tonnenweise Walliser Williamsbirnen und sorgt so für die rasche Verwertung der empfindlichen Früchte. Bis dahin wurde die Williamsbirne vorwiegend als Tafelfrucht oder als Konserve konsumiert. Die Auswirkungen auf den Walliser Obstbau lassen nicht auf sich warten: Die Landwirte pflanzen mehr und mehr Williamsbirnbäume an.



Abfüllen in Flaschen und Etikettieren der Eaux-de-vie in den Räumlichkeiten der Distillerie Morand, 1960er-Jahre.²⁸



Werbung für die *Williamine* anfangs 1980er-Jahre mit dem Turm von Bâtiâz in Martigny, der bis 2012 auf der Etikette zu sehen war.²⁹

Die *Williamine* setzt sich durch, das Unternehmen erzielt mit ihr die Hälfte des Umsatzes. Mit Unterstützung seines Bruders Aloys Morand, der später Kantonsrichter wird, schützen André Morand und sein Sohn Louis ihre Marke, deren Name so bekannt geworden ist, dass er zum Gattungsbegriff zu werden droht.

Drei Faktoren haben der *Williamine* zu weltweitem Erfolg verholfen: die Qualität des Produkts, das *Savoir-faire* des Unternehmens in Sachen Kommerzialisierung sowie der Schutz der Marke.



Lastwagen vor der Distillerie Morand liefern Birnen an, anfangs 1960er-Jahre.³⁰

Louis Morand: die *Williamine* und das Credo der Qualität (1958-2004)

Louis Morand führt die von seinem Vater eingeleiteten Veränderungen fort, die Distilliererei nimmt Aufschwung. Er entwickelt Märkte und baut das Netz ausländischer Vertreter weiter aus, die bald zu Vertrauten der Familie werden. Die *Williamine* wird in grösseren Mengen vertrieben, ohne dass die anderen Produkte des Unternehmens vernachlässigt werden. Louis Morand ist wie geschaffen für seinen Beruf. Während seiner ganzen Karriere legt er grössten Wert auf die Qualität sowohl der verarbeiteten Früchte wie der Endprodukte. In seinen Notizbüchern hält er minutiös fest, wie die Ernten ausfallen, wie viele Kilos Früchte eingekellert werden, welchen Ertrag sie bringen und welche geschmacklichen Eigenschaften das Endprodukt aufweist.



Anlieferung und Aussortieren der Birnen, um 1960, mit André Morand und Olivier Vocat vor dem Sortierband.³¹

Der Unternehmer ist auch stark engagiert im kulturellen und sportlichen Leben in der Region. Er pflegt Partnerschaften mit bekannten Unternehmen wie Schokolade Suchard. Auf kantonalem und nationalem Niveau



Louis Morand vor den historischen Alambiks.³²



Die mit *Williamine* gefüllte Schokolade wird ab 1957 verkauft, die Zusammenarbeit mit Suchard dauert bis in die 1990er-Jahre.³³

spielt er innerhalb der Branche eine bedeutende Rolle, die Qualität seiner Produkte bleibt konstant hoch. Ab Ende der 1960er-Jahre kreiert er in Zusammenarbeit mit der Firma Germanier in Vétroz – dem Hersteller des Likörs Bon Père William – ein gemeinsames Label für

das Birnen-Eau-de-vie. Als typisches Produkt des Terroirs zeichnet es sich aus durch die erstklassige Qualität der Früchte, es wird auf Walliser Boden gebrannt und das Kantonslabor nimmt die chemische Analyse und organoleptische Prüfung vor. Die zukünftige AOP (Appellation d'origine protégée) zeichnet sich bereits ab. Die Firma Morand spielt eine bedeutende Rolle bei der Definition der Anforderungen für den Erhalt des Qualitätszeichens AOP für das *Walliser Birnen-Eau-de-vie* (2001) und für die *Abricotine* (2003).

Louis Morand ist bestrebt, faire Anstellungsbedingungen zu bieten und nimmt ab Mitte der 1960er-Jahre an Arbeitgeberversammlungen teil. Die Geschäftsleitungen verschiedener Unternehmen in Martigny (Louis Morand & Cie SA, Caves Orsat SA, Marti Matériaux SA und Veuthey & Cie SA, Migros Wallis) treffen sich regelmässig zur Besprechung der Arbeits- und Anstellungsbedingungen, der Sozialleistungen und Weiterbildung ihrer Mitarbeitenden.



Verwandtschaftliche Bindungen sind in der Distillerie alltäglich. Oben: Vater und Sohn Monnet in der Limonaderie beim Abfüllen in Flaschen von Limonaden, November 1987.³⁴

Ab den 1990er-Jahren schwächt sich die Konjunktur ab, doch Morand gelingt es dank starker Marktpräsenz, der Wirtschaftslage vorerst zu trotzen. Doch die Verkäufe gehen zurück und die Lager wachsen an. Die Eaux-de-vie und Liköre gelten nicht als lebenswichtige Produkte und sind daher die ersten, die unter der Rezession leiden. Auch die Distribution wird schwächer, denn je länger je mehr kaufen die Konsumenten bei den Grossverteilern ein.



Louis Morand vor der Distillerie anlässlich des 100-Jahr-Jubiläums des Unternehmens, 1989.³⁵



Die Alambiks der Destillerie Morand, 1989.³⁶



37



38



39



40



41



42



43



44

2015 übernimmt die Distillerie Morand das Unternehmen Rostal Herbes Aromatiques Grand-St-Bernard SA.



45



46



47



48



49



50

Die Produkte der Herbes Aromatiques Grand-St-Bernard sind aus Pflanzen hergestellt, die im Wallis angebaut werden. Oben: Genepi⁴⁶, Melisse⁴⁸, Thymian⁴⁹ und Kamille⁵⁰. Seit 2015 wird das Verpacken der Kräuter durch Menschen mit geistiger Behinderung in einem integrierten Atelier durchgeführt.



Unter der Leitung der vierten Generation hat die Distillerie Morand ihre Produktpalette stark erweitert.⁵¹⁻⁵⁸



Mit dem Ziel, neue Produkte zu entwickeln, wurden zahlreiche Partnerschaften eingegangen.⁵⁹⁻⁶⁶

Die vierte Generation und die neue strategische Ausrichtung des Unternehmens (2004-)

Seit den 2000er-Jahren muss sich die vierte Generation in einem schwierigen wirtschaftlichen Umfeld bewähren: die schwache Wirtschaftslage, der Rückgang des Alkoholkonsums, eine neue Reglementierung der Alkoholsteuern, die in- und ausländische Produkte gleichstellt. Nur wenige mittelgroße Brennereien überleben. 2004 wird die 0,5-Promille-Grenze für Automobilisten eingeführt, der Digestif gerät aus der Mode und die Eaux-de-vie sind weniger gefragt. Das Unternehmen muss umstrukturieren und neue Märkte gewinnen. 2008 wird eine externe Geschäftsleitung eingesetzt, die Familie Morand bleibt jedoch im operativen Geschäft und im Verwaltungsrat präsent.

2015 wird der Distributionsbereich aufgegeben, um die Aktivitäten auf die Morand-Produkte und deren Weiterentwicklung zu konzentrieren: Sirups, Cocktails, Eaux-de-vie und Liköre mit auf 30% reduziertem Alkoholgehalt oder Eaux-de-vie in Form von Emulsion.



Zum 130-Jahr-Jubiläum hat die Firma Morand acht Spitzenköche eingeladen, die in der Distillerie für ein kulinarisches Erlebnis sorgten.

Von links nach rechts: Mathieu Bruno, Mathieu Biolaz, Julien Gaussares, der Mitarbeiter von Christophe Rod, Franck Reynaud, Christophe Rod, Damien Germanier, Jacques Bovier und Stéphane Decotterd.⁶⁷



Marian Beke, bekannter Londoner Barman und Botschafter der Mixologie-Linie.⁶⁸

2015 bedeutet einen weiteren Wendepunkt, Morand übernimmt die Rostal Herbes Aromatiques Grand-St-Bernard SA und knüpft damit an eines der traditionellen Produkte des Unternehmens an: den *Liqueur du Grand St-Bernard*.

Die Entwicklung neuer Produkte ist wichtig und geschieht nicht nur im Unternehmen selber, sondern auch in Zusammenarbeit mit regionalen Partnern, zum Beispiel für Speiseeis mit *Williamine* oder den Walliser Gin mit Birnenaroma. Nebst der Herstellung seiner Produkte will das Unternehmen auch sein Wissen und seine Leidenschaft weitergeben und bietet rund um die Themen Spirituosen und Sirups Kurse, Besichtigungen, private und Firmenanlässe an. Synergien mit dem Gastgewerbe führen zu exklusiven Rezepten auf Basis von Produkten der Distillerie.

Die Distillerie Morand entwickelt sich stetig weiter und bewahrt dabei die traditionellen Werte, die zu ihrer erfolgreichen und über 100-jährigen Geschichte geführt haben: Qualität der Produkte, starke lokale Verankerung, langjährige Partnerschaften und Engagement für die Gemeinschaft.



Die Rezepte werden von Generation zu Generation weitergegeben und im geheimen Rezeptbuch der Distillerie notiert, das «an einem sicheren Ort aufbewahrt und konsultiert werden muss», wie es der Firmengründer auf der ersten Seite vorschreibt.⁶⁹

Die Firma Morand: in jeder Epoche dieselben dynamischen Prozesse

Die Firma Morand verdankt ihr langjähriges Bestehen verschiedenen Faktoren. Jeder Geschäftsführer hat es auf seine Art verstanden, die Arbeit der früheren Generationen fortzusetzen, das Savoir-faire und die traditionellen Rezepte zu bewahren und sich zugleich den Anforderungen seiner Zeit zu stellen. Die Mitglieder der Familie Morand nehmen am wirtschaftlichen, politischen, kulturellen und sozialen Leben in Martigny und der Region teil, sei es als Mitglieder von Organisationen, als Sponsoren oder Mäzene. Der Fussballklub, der Hockeyklub, die Fasnacht, die Fondation Gianadda oder das Verbier Festival – all diese Projekte sind über die Jahre von Mitgliedern der Familie Morand unterstützt worden.

Ein starkes soziales Engagement ist für das Unternehmen selbstverständlich und die Treue der Mitarbeitenden der Distillerie wird belohnt, wie zum Beispiel mit dem goldenen Chronographen, der Herrn Kittel 1943 zu seinem 20-jährigen Dienstjubiläum überreicht wurde, oder durch die Unterstützung der Familie von Léonce Guex, der 1949 während der Arbeit unerwartet starb. Auch Gemeinschaften profitieren von finanzieller Unterstützung, wie zum Beispiel das Dorf Lourtier nach der Feuersbrunst von 1929 oder dem Erdbeben von 1937. Als polnische Arbeiter der Eisenmine von Mont Chemin zu Weihnachten 1941 nicht nach Hause fahren können, werden sie dafür von der Firma Morand beschenkt. 2004 stellt das Unternehmen jugendlichen Erwerbslosen im Motivationssemester Räumlichkeiten zur Verfügung. Und seit 2015 werden Menschen mit geistiger Behinderung in einer integrierten Werkstatt in der Verpackung und Etikettierung beschäftigt, ein Projekt, das in Partnerschaft mit der FOVAHM (Fondation valaisanne en faveur des personnes handicapées mentales/Walliser Stiftung zur Unterstützung von

Menschen mit geistiger Behinderung) durchgeführt wird. Zu jeder Zeit nimmt die Firma Morand ihre soziale Verantwortung ernst.

Die Walliser Bevölkerung fühlt sich dem über 100-jährigen Unternehmen, das an der Wirtschaftsgeschichte des Kantons wesentlich beteiligt war, sehr verbunden. Seinen Bekanntheitsgrad in der Schweiz und im Ausland verdankt das Unternehmen der Qualität seiner Produkte. Seit Beginn seines Bestehens ist es dafür mehrfach ausgezeichnet worden. Es hat zahlreiche Destillationsprozesse computerisiert und optimiert, doch noch geschehen gewisse Schritte wie die Etikettierung von Hand. Die Rezepte und das Savoir-faire des Familienbetriebs sind stets gewissenhaft – und als Betriebsgeheimnisse – an die nächsten Generationen weitergegeben worden.

Es sind diese dynamischen Prozesse, wie sie auch in anderen Schweizer Familienbetrieben vor sich gehen, die das Fortbestehen der Distillerie Morand sichern.



Die Pfeiler der Distillerie Morand: ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter am Weihnachts-Apéro, 2019.⁷⁰

Die Familie MORAND

Das Unternehmen wird seit 130 Jahren von der Familie Morand geführt. Über all die Jahre ist die Nachfolge in direkter Linie erfolgt.

Der Gründer Louis Morand (1867-1091) wird von seiner Frau Mathilde Chappellet unterstützt. Nach dem Tod 1921 des leidenschaftlichen Unternehmers übernimmt einer seiner Söhne, André Morand (1895-1984), die Geschäftsleitung. Seine Frau Anne-Marie Moret (1903-1958) ist nicht nur im Unternehmen aktiv, sondern

engagiert sich auch für benachteiligte Menschen. Die dritte Generation ist vertreten durch zwei ihrer Kinder: Louis Morand (1928-) als Direktor, unterstützt von seiner Frau Mireille Meunier (1935-), und Colette Morand (1932-), verheiratet mit André Vocat (1924-1991), Mitinhaberin und Mitglied des Verwaltungsrats.

Die fünf Kinder der vierten Generation – Olivier Vocat, Bruno Vocat, André Morand, Jean-Pierre Morand und Julien Morand – sind im Unternehmen involviert. Julien



Louis und Mathilde Morand (1. Generation).⁷¹



André und Anne-Marie Morand (2. Generation).⁷²



Louis und Mireille Morand (3. Generation).⁷³



Colette und André Vocat (3. Generation).⁷⁴



Oben: Colette Vocat, Louis Morand, Mireille Morand (3. Generation).⁷⁵⁻⁷⁷

Unten: Olivier Vocat, Bruno Vocat, André Morand, Jean-Pierre Morand, Julien Morand (4. Generation).⁷⁸⁻⁸²

Morand und Bruno Vocat sind operativ tätig, während Olivier Vocat, Jean-Pierre Morand und André Morand Verwaltungsratsmitglieder sind respektive Präsident, VR-Delegierter und Mitglied. Die vierte Generation nimmt die Interessen des Unternehmens wahr und initiiert einen grossen Teil der Innovationen (insbesondere *Douce de*, *COEUR*, *sWiss Cocktails*, *sWiss Rock*, *Mousse de*).

In der Familie Morand gab es immer talentierte Destillateure, Geschäftsleiter, aktive Ehefrauen, aber auch Mitglieder mit Erfahrung in Handel oder Recht. Diese kümmern sich vorwiegend um den Schutz der Marken (zum Beispiel der *Williamine*), des *Savoir-faire* und der

Produkte (zum Beispiel der *Abricotine* AOP). Die Familienmitglieder, die das Unternehmen geleitet haben, waren legendäre Persönlichkeiten. Das Weitergeben des *Savoir-faire*, ein Gespür für den Umgang mit Menschen und Seriosität sind Werte, die Kultur und Identität der Destillerie geprägt haben und immer noch prägen.



Die Konfitüren von Mireille Morand sind beinahe ebenso bekannt geworden wie die Spirituosen in der Boutique.⁸³

Die wichtigsten Daten

1889: Louis gründet zusammen mit seinem Bruder die Distillerie Morand.

1900: Das Unternehmen zieht an den heutigen Geschäftssitz um.

1921: Tod von Louis Morand und Übernahme durch seinen Sohn André Morand.

1940er-Jahre: Die Anlagen werden modernisiert und professionalisiert.

1953: Die Marke *Williamine* wird in der Schweiz eingetragen.

1958: Louis Morand übernimmt das Unternehmen, das in eine Kollektivgesellschaft umgewandelt wird; seine Schwester Colette Vocat wird Teilhaberin.

1970er-Jahre: Der internationale Markt wird erschlossen.

1980er-Jahre: Goldenes Zeitalter des Unternehmens.

1990: Feuersbrunst in der Distillerie, zwei Gebäude werden zerstört.

1992: Louis Morand & Cie wird in eine Aktiengesellschaft umgewandelt.

2004: Louis Morand übergibt das Szepter an die vierte Generation. Bruno Vocat und Julien Morand sind operativ tätig, während Olivier Vocat und Jean-Pierre Morand im Verwaltungsrat Einsitz nehmen.

2008: Ein familienexterner Geschäftsleiter wird eingesetzt.

2015: Übernahme der Rostal Herbes Aromatiques Grand-St-Bernard SA. Aufgabe der Distribution. Fabrice Haenni (2. Generation Rostal) wird Geschäftsführer. Die Familie bleibt weiterhin aktiv in der Geschäftsleitung und im Verwaltungsrat.



Bericht über die Feuersbrunst in der Distillerie 1990 (*Le Nouvelliste*, 17. September 1990).⁸⁴



Fabrice Haenni, seit 2015 Geschäftsführer der Distillerie Morand.⁸⁵



Die Distillerie Morand 2014, mit dem Haus der Familie im Vordergrund.⁸⁶

Text: Carine Cornaz Bays, in Zusammenarbeit mit Julien Morand, Fabrice Haenni und Jean-Pierre Morand.

Übersetzung: Ruth Rybi

Gestaltung: Graphem, Guillaume Faisant

Fotos: Archiv der Distillerie Louis Morand & Cie SA: 2, 5, 8, 9, 11, 12, 14, 16, 18, 19, 20, 21, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 71, 72, 74, 84, 87.

e-newspaperarchives.ch: 13, 17, 22.

Fabrice Haenni: 67, 70.

Robert Hofer: 1, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 85, 86.

Magali Koenig: 36.

Thomas Masotti: 3, 4, 6, 7, 63, 65, 69.

Fred Merz: 68.

Julien Morand: 15, 73.

Coll. Georges Pillet, Médiathèque Valais – Martigny: 10.

Mediplant: 46.

Photoval: 45, 47, 62.

Rostal: 37, 38, 39, 41, 42, 43, 44.

Valplantes: 48, 49, 50.

Villars graphic: 40, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 64, 66.



Die Distillerie Louis Morand & Cie SA und das Haus der Familie auf dem heutigen Grundstück, um 1900. Louis Morand, links, ist begleitet von seiner Frau Mathilde und ihren Kindern André, Germaine und Georges.⁸⁷

Die Distillerie Morand dankt dem Staatsarchiv Wallis und der Médiathèque Valais für ihre Unterstützung bei den Recherchen. ©2020, Distillerie Louis Morand & Cie SA, Martigny



MORAND

— 1889 —

DISTILLATEUR À MARTIGNY

LOUIS MORAND & CIE SA
RUE DE PLAISANCE 2 · 1920 MARTIGNY · SUISSE
T +41 27 722 20 36 · WWW.MORAND.CH