

Der Bionier

Er hatte die Nase ganz vorn im Online-Geschäft. Mit seiner Firma baute er das weltweit grösste digitale Kartenarchiv. Daraus entstand Google Earth. Jetzt ist Bruno Muff mit seinem Biohof in Weggis auf Erfolgskurs.

Text: David Coulin / Bild: Thomas Baumann

Am Morgen nimmt sich die Sonne Zeit, bis sie zum Haldhof vorgedrungen ist. Schattenseitig lehnt er sich an den steilen Grashang, der eine wundervolle Sicht freigibt über die Haldinsel von Weggis und Hertenstein und über das Kissmacher Seebecken des Vierwaldstättersees bis zum Pilatus.

Mit der Sonne kommen die ersten Gäste vorbei: Wanderer, die sich nach einem Waldspaziergang entlang des Seeufers auf den lieblich hergerichteten Plattformen zu einem Kaffee mit hausgemachtem Kuchen niederlassen oder sich im alten, putzig zurechtgemachten Obstkeller ein Glas Most genehmigen. Kunden, die zielstrebig dem kleinen Selbstbedienstungsladen zusteuern. Dort decken sie sich mit Bio-Obst ein oder kaufen als Geschenk eine Flasche Rotweibalsamico oder «pommes moussesux demi-sec». Familien bestaunen die Lamas und Alpakas. «Sie sind pflegeleicht, finden sich in den steilen Böschungen gut zurecht und hinterlassen keine Trampelpfade», sagt Bruno Muff, ein drahtiger Mann

mit schnellen Beinen und einem unruhigen Flackern in den Augen.

Innert fünf Jahren hat der 47-jährige zusammen mit seiner Frau Rebecca diese Oase praktisch aus dem Nichts aufgebaut. Das ist erstaunlich. Denn Bruno Muff ist eigentlich studierter Landschaftsplaner. Und als solcher hat er in einem ganz anderen Gebiet Bedeutendes geleistet.

Online-Firma an Google verkauft

Mit 20 Jahren begann er zusammen mit seinem Bruder, einem Raumplaner, geografische Informationen zu digitalisieren. Bald schon zählte seine Firma 60 hoch qualifizierte Mitarbeiter. Sie erfassten als Erste 200 Stadtpläne auf CD-ROM, und mit ihnen erfanden sie das Geomarketing. So optimierte seine Firma zum Beispiel mit Verkehrsflussstudien die Verteilstandorte für eine Zeitung – mit durchschlagendem Erfolg. Vor allem aber entwickelten seine Leute Programme, um Luftbilder rechnerisch zu

entzerrern, und programmierten die ersten geografischen Suchsysteme im Internet. Prompt klopften im Jahr 2005 die Chefs von Google bei Bruno Muff an. Sie brauchten das Know-how seiner Firma, um Google Map und Google Earth weiterzuentwickeln, und boten ihm den Kauf der Internetsparte seiner Firma an. «Für mich war klar: Wenn nicht mit uns, dann wird Google mit andern Partnern ein Angebot zur geografischen Suche im Internet entwickeln und damit unseren Markt konkurrenzieren», sagt Bruno Muff. Also verkauften die Brüder Muff diesen Teil ihres Geschäfts, und ihre Firma wurde aufgespalten.

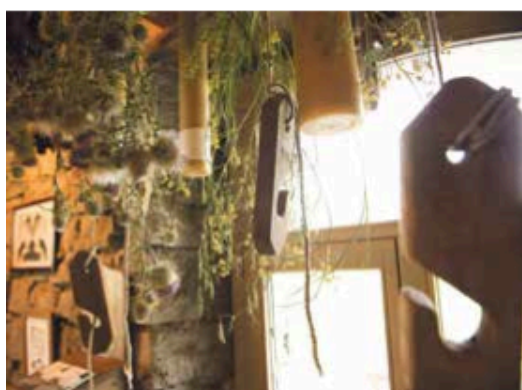
Seither entwickelt sein Bruder mit dem Restunternehmen Mappus unter anderem 3D-Landkarten für den Tourismus. Bruno Muff hingegen machte sich auf die Suche nach einer neuen Mission – und kaufte 2005 den Haldhof. «Ich spürte sofort: Dieser Ort hat Potenzial.» Und Bruno Muff eine neue Vision. Schon als Jugendlicher war er im Naturschutz engagiert, handelte als junger

«Ich spürte sofort: Dieser Ort hat Potenzial!»: Haldhof-Besitzer Bruno Muff





Vom edlen Hofschnaps bis zur Biokosmetik-Linie: Auf dem Haldihof in Weggis wird weit mehr als nur Obst produziert.



Landschaftsplaner Naturschutzverträge mit Bauern aus und koordinierte für Pro Natura die Nutzungsansprüche des Baldeggersees. Dazu machten er und seine Frau Rebecca auch eine landwirtschaftliche Nebenerwerbsausbildung – «um die Sprache der Bauern zu lernen».

Seine Herausforderung jetzt: Aus einem kleinen Biohof ein erfolgreiches Unternehmen zu machen, entgegen der Schulmeinung, dass das in dieser Betriebsgrösse gar nicht möglich sei. Sein Erfolgsrezept: Professionalität, Exklusivität, gutes Design und Qualität. «Vor allem aber erzählen wir mit unseren Produkten eine ehrliche und authentische Geschichte», sagt Bruno Muff. Es ist die Geschichte einer kompromisslos ökologischen Ausrichtung des gesamten Betriebs. Mittlerweile 400 Hochstamm-Obstbäume und naturbelassene Waldflächen haben seltene Vogelarten wie den Gartenrotschwanz angezogen. Alte Pro-Specie-Rara-Obstsorten wie die Elsbeere und der Speierling werden ebenso kultiviert wie Kornelkirschen oder die Mispel. Letztere gerinnt unter den Händen von Bruno Muff und seinen Helfern zu einem der begehrten Haldihof-Schnäpse.



Erfolgreiches Betriebskonzept

Eines ist für Bruno Muff klar: «Wir haben nur eine Chance, wenn wir vom Anbau über die Veredelung bis zur Vermarktung alles selber machen.» Sogar gewisse Etiketten werden selber gedruckt – mit Bleilettern auf einer uralten Druckerpresse. Klar ist aber auch, dass die Obstproduktion allein nicht genügt. Deshalb haben er und seine Frau Rebecca zusätzlich eine Biokosmetik-

linie entwickelt – zertifiziert mit einem strengen Naturlabel, «dem einzigen Label, das 100 Prozent Bio vom Anbau bis zur Produktion verlangt». Das ätherische Minzenöl wird in einem aufwändigen Verfahren mit Wasserdampfdestillation hergestellt; fünfzig Kilo Minze und ein Tag Arbeit ergeben zwei kleine Fläschchen davon. Die «Rigiseifen» gibt es in über einem Dutzend Duftvarianten, darunter Apfel, Kaffee (geröstet mit Peelingeffekt) und – in Zusammenarbeit mit einem Rigi-Älpler – als Molkeseifen. Badekugeln, Hautbalsame und Raumsprays runden das Sortiment ab.

«Alle Geräte, die wir brauchen, sind zusammen billiger als ein Traktor.»

Verkauft wird fast alles direkt ab Hof, an Märkten und über die lokale Vermarktungsorganisation Naturigi. Kein Wunder, dass das Treiben von Bruno Muff von den Bauernkollegen interessiert beobachtet wird. Gewiss, den baulichen Investitionen sieht man den Google-Verkauf schon an. «Aber rein aus der Produktion heraus werden wir nächstes Jahr den «Break even» erreichen», sagt Bruno Muff. «Denn alle Geräte, die wir brauchen, sind zusammen billiger als ein einziger Traktor.» Mit den schwarzen Zahlen wird er eine weitere Vision umgesetzt haben – die Vision, dass es möglich ist, in der Landwirtschaft Ökologie und Wirtschaftlichkeit unter einen Hut zu bringen.