

# Erst bei Google, jetzt Jäger und Sammler

**Infopuls** Stefan Muff war Mitbesitzer der Geodaten-Firma Endoxon, die Google aufkaufte. Dort wurde er nicht glücklich. Jetzt ist er wieder Jungunternehmer.

**M**it erst 45 Jahren hat Stefan Muff mehr riskiert als die meisten Menschen in ihrem Leben. Er hat auch mehr erhalten: Die Geodaten-Spezialistin Endoxon wurde im Dezember 2006 an Google verkauft. Aktionäre waren neben dem Management Stefan Muff und sein Bruder Bruno sowie die Credit Suisse. Letztere hatte im Jahr 2000 kräftig investiert. Der Kaufpreis soll gegen 40 Millionen Franken betragen haben, was weder Google noch Muff kommentieren wollen.

Fünf Monate ging er zu Google, danach wars Zeit für etwas Neues: Muff hat vor Kurzem die Infopuls AG in Luzern gegründet. Das Geschäft besteht hauptsächlich darin, aus vielen Quellen Daten zu sammeln, zu verdichten und zu prägnieren.

«Wir begreifen uns als Informationsbroker», erklärt Muff. Die intelligente Verknüpfung eigener und externer Datenpools, zu denen «exklusive Zu-



Ex-Endoxon-Mitbesitzer Stefan Muff hat Neues vor.

satzdaten» kämen, sei für die Infopuls-Kunden ein deutlicher Mehrwert. Sein Team stellt Muff in der Firmenbroschüre sinnig als «Jäger und Sammler» vor.

## Wie sich Unternehmen vor Verlust schützen

Unternehmen sollen Forderungsausfälle gar nicht entstehen lassen. Deshalb müssten sie nach Muffs Meinung frühzeitig über Bonität, Kaufkraft, Zahlungsfähigkeit und andere

Daten von Personen und Firmen informiert sein, bevor sie diesen ihre Direct Mails schicken, spätestens jedoch dann, bevor sie mit ihnen eine Geschäftsbeziehung eingehen. Dank neuer Technologien können die Infopuls-Kunden jederzeit online abfragen, was sie interessiert, unter anderem auch, wo im Lebenszyklus ihre potentiellen Kunden stehen, wo sie wohnen oder welche Sicherheiten

sie neben jenen zu bieten haben, die man ohnehin prüft. Wichtig sei auch das Monitoring, sagt Muff. Die Bonität könne sich ändern, auch zum Guten. Der gesperrte Kunde könne wieder zahlungsfähig werden.

Das Business, in das Muff eingestiegen ist, wird immer mehr gefragt sein, da Mail-Order-Angebote und Kreditgeschäfte noch zunehmen. «Ich finde es positiv», sagt Muff, «wenn wir helfen können, Kreditrisiken zu vermeiden.» In nur fünf Jahren will er mit Infopuls etwas erreicht haben. Bis dahin tut er das, was er schon immer gemacht hat: sich einsetzen.

So haben sein Bruder Bruno und er mit Hilfe der Familie vor über zehn Jahren das historische Schlösschen Schöneegg, hoch über Luzern, zum Teil selber umgebaut und daraus einen reizenden Sitz für die Firmen der beiden geschaffen.

Ruedi Arnold

Visite bei Stefan Muff auf [www.cashdaily.ch](http://www.cashdaily.ch)

## Massgeschneiderte Kleidungsstücke aus Gold und Palladium



Sandro Gheno, CEO ad interim Il tocco divino GmbH, [sandro.gheno@bluewin.ch](mailto:sandro.gheno@bluewin.ch)  
[www.iltoccodivino.ch](http://www.iltoccodivino.ch)

### Erklären Sie bitte, was Ihre Firma, Il tocco divino, den Kunden verkauft oder ermöglicht.

Wir wollen massgeschneiderte Kleidungsstücke ganz aus Gold oder Palladium in einer bisher nie da gewesenen Qualität herstellen.

### Warum haben Sie sich selbstständig gemacht?

Als Start-up-Firma sind wir nicht selbsttragend, sondern versuchen, mit Partnern auf den Markt zu kommen. Die Freude am Produkt und daran, die Wünsche der Kunden umzusetzen, sind wichtige Gründe, mich einmal nur noch diesem Projekt zu widmen. Zurzeit arbeite ich als Betriebswirt im Anstellungsverhältnis.

### Was sind und waren für Sie die grössten Schwierigkeiten?

Unter anderem die Technik: Ich habe ein neues Gewebe entwickelt. Dafür musste ich einen Webstuhl mit neuem Webprozess entwickeln. Die Mechanisierung erfolgt zusammen mit Studenten der HTA Luzern.

### Wie haben Sie die Firma finanziert?

Zurzeit zu 100 Prozent mit Eigenfinanzierung. Investoren mit Branchenzugang werden noch gesucht.

## Die nackten Zahlen kriegen Gesellschaft

**ISG Institut** Eine St. Galler Firma will den Firmen neue Kennzahlen liefern und weiche Faktoren wie Mitarbeiter- oder Kundenzufriedenheit messbar machen.

**P**räsentiert ein Unternehmen sein Geschäftsergebnis, ist das nichts anderes als ein Blick in den Rückspiegel. Um die nachhaltige Entwicklung beurteilen zu können, bedarf es aber mehr als bloss der nackten Zahlen. Dieser Ansicht ist Oliver Fiechter, Gründer und Inhaber des ISG Instituts in St. Gallen. Er will die nicht finanziellen Werte einer Firma messbar

machen und deren Einfluss auf die Erfolgsrechnung abbilden.

«Die Soft Facts einer Firma, wie Kunden- oder Mitarbeiterzufriedenheit, haben Frühwarncharakter. Sind diese Werte quantifizierbar, kann eine Firma ihre Strategie, ihre Preis- oder Mitarbeiterpolitik rechtzeitig anpassen», so Fiechter. Manager müssten je länger je mehr auch die menschlichen

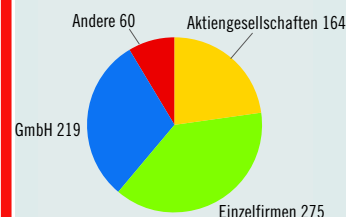
Potenziale in ihren Entscheidungen berücksichtigen. Bloss – wie lassen sich nicht finanzielle Aspekte in Zahlen ausdrücken?

Um beim Beispiel der Mitarbeiterzufriedenheit zu bleiben: Zuerst wird ermittelt, was die Präferenzen einzelner Mitarbeiter sind und inwiefern diese erfüllt sind. Diese Daten lassen sich dann in Beziehung setzen zum Beitrag,

den ein Mitarbeiter zum finanziellen Unternehmenserfolg beisteuert. So wird für ein Unternehmen ersichtlich, wo es etwas verändern kann. Das ISG Institut ist eine private Forschungs- und Entwicklungsorganisation, welche die entsprechenden Software-Tools mit Fachexperten und Praxispartnern realisiert. Mitte 2008 sollen sie vorgestellt werden. **MSP**

## NEUE SCHWEIZER FIRMAN

GRÜNDUNGEN 12.11. BIS 16.11.



Total: 718

Powered by

**ofwi** Orell Füssli  
Wirtschaftsinformationen