



2003

Globus Luzern:
Nach der
Lancierung von
Bodarto, 1999,
konnten Anfang der
Jahrtausendwende
verschiedene grosse
Aufträge realisiert
werden.



ROLF MURI gründete 1985 die Muri+Partner AG. Durch seine Affinität zu zeitgenössischer Architektur beobachtete er gegen Mitte der 90er-Jahre die steigende Tendenz hin zu fugenlosen Boden- und Wandbelägen. Die Vision eines natürlichen, hochwertigen Bodenbelags sollte ihn nicht mehr loslassen. 1999 wurde dann der Bodenbelag Bodarto lanciert.

2015

Edel & exklusiv:
Über 90 Prozent der
Bodarto-Böden kom-
men in gehobenen
Wohnobjekten zum
Einsatz. Dafür
wurde der Boden
auch entwickelt.



30 Jahre Muri+Partner AG

Mit dem fugenlosen Bodenbelag
«Bodarto» hat die Muri+Partner AG
eines der innovativsten und langlebigsten
Bauprodukte auf den Markt gebracht.

Bodarto ist ein fugenloser Wand- und Bodenbelag, der aus natürlichen Rohstoffen besteht und durch seine Haptik und Wärme bereits viele Kunden überzeugt hat. Sein Erfinder, Rolf Muri, kann nun auf eine 30-jährige Firmengeschichte zurückblicken. Wir haben ihn zu Herausforderungen und Höhepunkten befragt.

Was war der Höhepunkt in der Bodarto-Geschichte?

ROLF MURI: Es gab in der Vergangenheit, es gibt aber auch heute noch viele Höhepunkte mit Bodarto. Einen immer wiederkehrenden können wir an den Gesichtern glücklicher Kunden bei der Übergabe ablesen. Der ultimative Höhepunkt, man könnte sagen die Grundsteinlegung zu Bodarto, war der Tag, als ich die perfekte Materialkomposition aus Natursteinen, Zementen usw. mit den Prüfergebnissen vorliegen hatte. Nur auf einem soliden Fundament lässt sich etwas Langlebiges bauen.

Welches ist Ihr aktuelles Lieblings-Referenzobjekt?

RM: Bodarto wird zu über 90 Prozent in gehobenen Wohnobjekten eingesetzt. Dafür wurde das Material entwickelt, und dort haben wir tolle Referenzobjekte. Mein Lieblingsobjekt ist jedoch der Globus Luzern. Dies, weil Bodarto dort seit nun 12 Jahren viele Füße über sich ergehen lassen musste und immer noch gut aussieht.

Hätten Sie, als Sie mit Bodarto auf den Markt kamen, einen solchen Erfolg des fugenlosen, mineralischen Bodenbelags vorausgesagt?

RM: Bereits zu Beginn der Forschung und Entwicklung habe ich parallel dazu Marktforschung nach betriebswirtschaftlichen Grundsätzen betrieben, viele Gespräche geführt, und so ein gewisses Marktpotenzial erkannt. Vom tatsächlichen Erfolg, in Form der Auftragsanzahl, waren wir dann doch angenehm überrascht.

Wie soll sich Bodarto in den nächsten 30 Jahren weiterentwickeln?

RM: Zurzeit sind wir an der Lancierung eines neuen schnellen Boden- und Wandproduktes, auch für den Modernisierungsbereich. Mittel- bis langfristig soll die Firma zukunftsgerichtet aufgestellt und verjüngt werden. Ein erster Schritt dazu war die Teamergänzung mit dem jungen Sales Manager, Rico Bernardi, der für Beratungen auch vor Ort, den Bodarto-Interessenten gerne zur Verfügung steht. AS