

15. APRIL 2005

## Karl Müller - MBT-Hauspost

Inhalt:

[Nike springt auf MBT-Barfusszug](#)

[Produktion mit eigenen Maschinen](#)

[MBT made in China](#)

## Nike springt auf MBT-Barfusszug

„Begriffe machen bewusst und Worte schaffen Wirklichkeit.“  
Ernest Hemingway

### Der Barfussschuh

In einer nationalen Sonntagszeitung der Schweiz wird beschrieben, worin Konzept und Philosophie des Barfussshuhes liegen. Erstmals wird mit diesem Wort ausgedrückt, wie ein neuer Markt entsteht, zu wachsen beginnt und sich etabliert.

Die Zeitung schreibt: „Nun bringt auch der Sportartikelgigant Nike einen Barfussschuh auf den Markt, den Nike Free, und konkurrenziert damit den Schweizer Barfussschuh MBT.“ Der Trend habe mit dem MBT begonnen, dem Original, schreibt die Zeitung und zitiert Xaver Kälin von der Praxisklinik Rennbahn in Muttens: „Wir Biomechaniker fordern schon lange, die Bewegungsabläufe dem Barfusslaufen anzugleichen.“

Das Credo der grossen Schuhhersteller wie Adidas, Nike oder Reebok dagegen war über die Jahre stets, wie gesund es sei, in gut gedämpften und gestützten Schuhen zu laufen. Dieser Entwicklung setzt Karl Müller seine Masai-Barfuss-Technologie schon lange entgegen.

### Konkurrenz kopiert Erfolg

Barfusslaufen erlebe eine Renaissance, schreibt die Sonntagszeitung und sie zieht wissenschaftliche Studien heran: Benno Nigg, Direktor des Human Performance Lab an der University of Calgary habe zeigen können, dass der MBT beim Gehen die Fuss-, Knie- und Hüftgelenke entlaste. Und eine Studie von Xaver Kälin komme zum Schluss, durch das Tragen

des MBT würden diejenigen Muskeln an der Fussinnenseite besonders trainiert und gestärkt, die dem Einknicken entgegenwirkten.

Möglicherweise sei es der MBT-Erfolg, der Nike auf die Idee gebracht habe, ebenfalls einen Barfussschuh zu entwickeln, schreibt die Sonntagszeitung. Ein Ende des Booms sei jedenfalls nicht in Sicht. Im Gegenteil. Der Beitrag endet mit einem Fazit über die Konkurrenz in der Schuhbranche: „Sie wird wohl auch auf den Barfusszug aufspringen.“

## **MBT bleibt Lokomotive**

Der Beitrag wurde auf der Wissenschaftsseite der Zeitung publiziert und Karl Müller bezeichnet ihn nach Lektüre als „Riesenchance“ für MBT: „Erstmals wird mit einem Begriff wie Barfussschuh klar deklariert, dass Bedürfnis und Markt vorhanden sind. Vor Jahren war das noch anders. „Keiner sprach oder schrieb von einem Trend oder gar von einem Markt für Barfusschuhe“, sagt Karl Müller. „Wir waren die Ersten, wurden kritisiert und ausgelacht, und wer MBT trug, mag sich mitunter wie ein Aussenseiter gefühlt haben.“

Heute gilt MBT als innovativer Schrittmacher. Grösser kann wohl kein Kompliment an Swiss Masai sein, als dass ein Branchenriese wie Nike das Barfusslaufen auch entdeckt und ein Modell lanciert hat. Weitere Unternehmen werden sicher folgen.

Muss sich Swiss Masai vor dieser Konkurrenz fürchten? Wird sie eines Tages übermächtig? „Bestimmt nicht“, sagt Karl Müller. „Wir sind sicher, dass wir mit unseren Entwicklungen und unserem Know How weit voraus sind.“ Und die Zeitungsmetapher über den Barfusszug ergänzt der Erfinder des MBT selbstbewusst: „Wer auch immer auf diesen Zug aufspringt, mehr als ein Waggon wird er nicht sein. Die Lokomotive bleibt MBT!“

[zurück zum Index](#)

## **Produktion mit eigenen Maschinen**

Gummisohle, Mittelsohle, Fersentaster: Die Maschine giesst Teile des MBT. Neu daran? Alles!

In Korea haben bis anhin ein Dutzend Unterlieferanten die einzelnen Sohlenteile hergestellt. Swiss masai hat alle Aufträge fremd vergeben und nur die Montage in eigener Regie betrieben. „Die Produktion der Sohlen geht nach und nach in unsere Hände“: Diesen Grundsatzentscheid fällte Karl Müller vor zwei Jahren.

Noch fehlte die Technologie für eine Maschine, auf der die meisten Sohlenteile produziert werden können. Swiss Masai beauftragte die norditalienische Main-Group. Sie entwarf und baute, zog in die Entwicklung den Lieferanten der Rohmaterialien mit ein. Die neue Maschine musste auch auf die chemische Zusammensetzung der Rohstoffe abgestimmt werden.

Eigene Maschinen für die Herstellung! Dieses Ergebnis der Zusammenarbeit von Main-Group und Swiss Masai über die vergangenen zwei Jahre darf sich heute sehen lassen. „Auf einen Schlag können wir beinahe alle Sohlenteile des MBT selbst produzieren“, freut sich Karl Müller. „Wir haben einen grossen Schritt getan.“

Zwei Maschinen wurden im Dezember nach Korea verschifft. Sie werden gegenwärtig installiert. Erste Probeläufe folgen. Die volle Produktionsleistung der Maschinen soll in zwei Monaten erreicht sein. Der Ausstoss? Karl Müller rechnet mit 500'000 Stück pro Jahr.

Die neue Technologie mit eigenen Maschinen wird das schnell wachsende Unternehmen auch aus der Abhängigkeit lösen, weltweit nur über den Produktionsstandort in Korea zu verfügen. Mehr Märkte, mehr Standorte: Die Vision von Karl Müller, den MBT in wenigen Jahren auch in der Schweiz zu produzieren, nimmt Konturen an.

[zurück zum Index](#)

## **MBT made in China**

Kosten und Qualität: Alle gehen nach China, alle sind dort. Das Land ist für Schuhunternehmen heute die unbestrittene Nummer 1.

Für den MBT sind in China bis anhin Oberteile gefertigt worden. Sie wurden für die Endmontage nach Korea geliefert. Jetzt wird auch getauscht: In Korea produzierte Sohlen sollen nach China exportiert und dort mit den Oberteilen zum Endprodukt montiert werden.

„Wir wollen diversifizieren“, sagt Karl Müller. Swiss Masai hat in China ein Büro eröffnet. Vier Techniker aus Korea, Mitarbeiter des Unternehmens, haben dort ihren Stützpunkt. Die Aufgabe? Sie geben das Know How für die Endmontage des MBT an Chinesen weiter. Die Werkhallen dieser Schuhfabrik sind in Tianjin. Die Stadt ist eine der grössten des Landes und liegt am Meer, eine Autostunde von Beijing entfernt.

Was die Wirtschaftssprache als Wissenstransfer bezeichnet, ist gelungen. Die Endmontage für ein Modell des MBT läuft an: *made in China!*

Produktion der Oberteile und Endmontage werden nach und nach anwachsen. Das Land der Mitte soll jedoch nicht bloss ein Fertigungsstandort sein. Die Chinesen sollen die Vorzüge des MBT auch kennen lernen und ihn tragen. Das Land will erobert werden. Karl Müller ist überzeugt: „China wird ein grosser und bedeutender Markt.“

[zurück zum Index](#)

**Mit freundlichen Grüssen**

**Karl Müller**

Wenn Sie den Newsletter abbestellen wollen, verwenden Sie bitte folgende URL: