

Liebe MBT-Begeisterte

Zum Jahresende möchten wir Ihnen herzlich für das entgegengebrachte Vertrauen in uns und die Begeisterung für unser Produkt danken. Als Rückblick senden wir Ihnen ein Interview von unserem Firmengründer Karl Müller, das er mit Bruno Scheible geführt hat.

Diese Infos finden Sie auch als PDF (sehr lesefreundlich!) unter:
<http://www.swissmasai.com/newsbilder/CH/InterviewBS041217.pdf>

***** Kennedy und der millionste MBT *****

**Die Eroberung des US-Markts – Der wissenschaftliche Beweis –
Das Lifestyle Image: Ein Gespräch mit dem MBT-Erfinder zum
Jahresende**

Herr Müller, vor sechs Jahren begannen Sie auf sanften Sohlen erste Schuhpaare zu verkaufen. MBT: Eine Marke ist daraus gewachsen: Was bewegte Sie dieses Jahr?

Karl Müller: Sehr vieles! Seit diesem Jahr arbeiten wir hart daran, das Image unserer Marke trendiger zu gestalten: mehr Lifestyle für MBT.

MBT soll ein Modetrend werden?

Müller: Der MBT soll im Alltag getragen werden. Früher zogen ihn viele nur zu Hause an. Wer wollte schon auf der Strasse darauf angesprochen werden, ob er Beschwerden oder Schmerzen habe. MBT, der Gesundheitsschuh: In der Schweiz haftet uns dieses Image an.

Mehr Lifestyle, weniger Gesundheit: Wie passt das zu Ihnen? Einst entwarfen Sie den Schuh, um Ihre Rückenschmerzen loszuwerden.

Müller: Ich verstehe nichts von Marketing und wäre nie auf die Idee gekommen, am Image der Marke zu arbeiten. Das tun andere – und ich bin begeistert. Dabei denke ich nicht an wachsende Umsätze, sondern daran, dass Hemmschwellen abgebaut werden und die Menschen leichteren Zugang finden zu einem Produkt, das auch ihrer Gesundheit zugute kommt.

Mein Glücksgriff: Klaus Heidegger

Sie sprechen von anderen, die Einfluss auf das Markenimage nehmen. In diesem Jahr verkauften Sie Teile Ihres Unternehmens an Klaus Heidegger und seine Partner. „Alleinherrscher“ sind Sie nicht mehr.

Müller: Viele haben das nicht verstanden. „Bist du verrückt? Alles beginnt rasant zu wachsen und du verzichtest freiwillig auf Einfluss?“ Beirren liess ich mich nie. Wer Arbeit und Verantwortung übergeben kann, hat mehr Möglichkeiten – auch mit einem Unternehmen.

Vermehren durch Teilen?

Müller: Genau, mit den richtigen Leuten am richtigen Ort. Mein Glücksgriff in diesem Jahr ist Klaus Heidegger. Er lanciert MBT auf dem amerikanischen Markt als Qualitätsprodukt und baut strategisch einen Markennamen auf.

Was Ihnen nicht gelänge?

Müller: Bestimmt nicht. Ich verkaufte die MBTs jedem, der sie haben wollte; war froh, mit meiner Familie überleben zu können. Was also soll ich mit diesen Erfahrungen in den USA, deren Marktmechanismen mir fremd sind und wo mir die Beziehungsnetze fehlen.

Zu Gast in allen Talkshows

Eine erste Bilanz aus den USA

Müller: 15 000 MBTs werden monatlich verkauft. Die USA haben nach den ersten sechs Monaten unseren bisher grössten Absatzmarkt Deutschland bereits überholt: Ein perfekter Start.

Wie wird in den USA auf Lifestyle gesetzt?

Müller: Klaus Heidegger gewinnt Prominente für MBT. Mitglieder der Kennedy-Familie tragen den „Schuh“, Schauspieler und Top-Models. Wir waren dieses Jahr zu Gast in allen Talkshows der grossen amerikanischen Fernsehstationen. Die Botschaft: MBT verspricht ein sehr angenehmes Gehgefühl und macht zudem mit jedem Schritt fitter. Er verhilft zu einem aufrechten, eleganten Gang und deshalb zu einem besseren Aussehen.

Ein Institut mit Weltruf

Bleibt trotz Lifestyle der gesundheitliche Aspekt des Schuhs gegen Probleme von Rücken, Knie und Gelenken das Kerngeschäft des Unternehmens?

Müller: Selbstverständlich! Ein Meilenstein in diesem Jahr ist der wissenschaftliche Beweis: Der MBT entlastet Rücken und Gelenke erheblich. Professor Benno Nigg, Gründer des Biomechanischen Instituts der ETH Zürich und Leiter des Human

Performance Laboratory der Universität Calgary kommt in einer Studie zu sensationellen Ergebnissen. Sein Institut ist bekannt als das beste der Welt.

Empfinden Sie sein Urteil wie einen Ritterschlag für MBT?

Müller: Ich bin sehr zufrieden – lange habe ich darauf gewartet. Wie musste ich früher gegen Vorurteile angehen: einer meiner schwierigsten Kämpfe!

Ein Beispiel

Müller: Ich verkaufte den MBT an Menschen mit Beschwerden und schon nach kürzester Zeit ging es ihnen besser. Dann hörten Sie von ihrem Arzt, der „Schuh“ taugte nichts. Verunsichert nahm der eine oder andere wieder Schmerzen oder sogar eine Operation in Kauf, statt den MBT weiterhin zu tragen. Das mit ansehen zu müssen, tat weh.

Die MBT - Academy

Vorbehalte gegen MBT können Sie nun wissenschaftlich ausräumen. Wie entwickeln Sie das firmeneigene know how weiter?

Müller: Mein wichtiges Anliegen ist die neue MBT - Academy. In ihr wird nächstes Jahr das Ausbildungskonzept und Kursprogramm gestaltet – für die 1500 Physiotherapeuten beispielsweise, die mit uns zusammenarbeiten. Die Anwendungen des MBT sollen für weitere Bereiche wie Fitness, Walking und Sport ausgeweitet und vertieft werden.

Ist Laufen nicht gleich Laufen?

Müller: Wir wollen verfeinern. Wie unterscheidet sich die Anwendung bei Schulterbeschwerden von jener bei Rückenproblemen? Walking oder Joggen: wie benutze ich den MBT? Wie trage ich ihn im Fitnesszentrum? Die Academy wird das Wissen erarbeiten und weitergeben.

Verkauf und Marketing liegen heute in anderen Händen. Sie bleiben zuständig für die Produktion und werden das tun, was MBT gross macht: Erfinden! Sind Neuerungen vorgesehen?

Müller: Die Sohle soll biomechanisch weiter verbessert werden. An dieser Entwicklung weiter zu arbeiten, ist meine Hauptaufgabe. Die neue Sohle wird ausserdem ein wenig niedriger sein als die bisherige. Eine Verbesserung also auch im ästhetischen Sinn.

Eine Million Paar MBT

Eine symbolische Zahl in diesem Jahr: Der millionste MBT wurde verkauft. Ihre Prognose zum Wachstum?

Müller: Im Unternehmen mache ich keine Prognosen und keine Business-Pläne. Möglichweise war ich gegenüber Journalisten übermütig, als ich behauptete, eines

Tages werde die Swiss Masai bedeutender als Nike. Der millionste MBT zeigt: Wir sind auf dem richtigen Weg.

Das Wachstum ist rasant: Jedes Jahr verkauften Sie mehr MBTs als in allen vorangegangenen Jahren zusammen. Für 2005 hiesse dies eine Million Paar.

Müller: Das müssten wir schaffen. Wir produzierten im vergangenen Monat 80000 Paar. Neue Märkte wie jener in Japan kommen hinzu. Aller Voraussicht nach werden wir nächstes Jahr über eine Million produzieren.

Wie eng werden die Kapazitätsgrenzen sein?

Müller: Wir evaluieren neue Standorte in China und Vietnam. Unsere Produktion in Korea wird erweitert; dort werden neu verschiedene Einzelteile gefertigt, die wir bis anhin fremd vergeben haben. Die neuen Produktionsmaschinen, hergestellt in Italien, werden Ende Jahr nach Korea verschifft.

„Made in Asia“: Gilt das für die gesamte Produktion?

Müller: Wir möchten gerne auch in der Schweiz produzieren. Das habe ich öffentlich gesagt und stehe dazu. Einzelteile für die Sohle könnten in drei bis vier Jahren in der Schweiz gefertigt werden.

Ein Turm als Wahrzeichen

In der Schweiz, in Ihrem Heimatort, bleibt der Hauptsitz von MBT. Doch alles hing an einem seidenen Faden eines umstrittenen Baugesuchs.

Müller: Roggwil oder New York. Wäre das Gesuch für einen Umbau unseres alten Mühlturms in Roggwil nicht zügig bewilligt worden, hätten wir den Hauptsitz nach New York verlegt. Auf einen langen Rechtsstreit wollten wir uns nicht einlassen. In mehreren Aussprachen konnten wir uns mit Einsprechern einigen, die eine Beeinträchtigung des Ortsbildes durch den Ausbau befürchteten. Hilfreich war, dass Presse und Öffentlichkeit für MBT eingestanden sind.

Wann wird gebaut?

Müller: Alle Bewilligungen liegen vor. Die Arbeiten beginnen im Januar 2005. Der Turm, mit einem vollautomatischen Hochregallager im Innern, soll zu einem repräsentativen Wahrzeichen von MBT werden.

Verabschiedung des Spinners

Repräsentativ waren auch die Feiern zum millionsten MBT. Kaum zu zählen waren die Prominenten, die bei einem Gala-Abend von MBT dabei sein wollten. Was sagt dazu der Erfinder des MBTs, einst ein Aussenseiter, mitunter belächelt als Spinner?

Müller: Ich habe den Abend genossen. Eine Mischung von Dankbarkeit und Freude. Das Schönste, die Familie dabei zu haben. Einst wurde mit Fingern auf mich gezeigt. Heute feiern Prominente mit MBT: Bobby Kennedy jr., Franz Klammer, Hanni Wenzel und viele andere. Politiker loben und gratulieren uns in Ansprachen. Überschaue ich die letzten sechs Jahre, wird mir bewusst, in welche Dimensionen wir vorstossen.

Prominent sind Sie heute selbst: Stolz darauf?

Müller: Stolz empfinde ich keinen. Das Leben hat mich gelehrt, wie schnell man unten sein kann und wie unwichtig solche Anerkennung ist.

Wäre Genugtuung das trefflichere Wort?

Müller: Nein. Für mich hat Genugtuung einen negativen Aspekt. Sie drückt aus, zufrieden und gesättigt über das Erreichte zu sein und bremst. Ich glaube aber, dass es gut ist, in Dankbarkeit weiter bescheiden voran zu gehen.

Wir wünschen Ihnen frohe Festtage und alles erdenklich Gute im neuen Jahr.

Mit freundlichen Grüßen
Ihr MBT-Team

Diesen Newsletter erhalten Sie aufgrund Ihres Eintrages in unseren Daten.