

Ein Schuh-Pionier kehrt zurück

MBT-Gründer Karl Müller lässt automatisiert produzieren

Die Schweizer Schuhhersteller lassen sich heute praktisch an einer Hand abzählen. Umso erstaunlicher ist das Projekt von Karl Müller, dem Geschäftsführer von Kybun. Der Thurgauer, der den Rund-Sohlen-Schuh MBT erfunden hat, will der Schuhindustrie in der Schweiz einen neuen Impuls verleihen. Dazu hat er die automatisierte Produktion eines Gesundheitsschuhs mit integriertem Luftkissen in Sennwald (SG) eröffnet. Die Sohlen werden dabei von einer automatischen Produktionslinie mit der Hilfe von zwei Mitarbeitern und Robotern hergestellt. Der Oberschuh wird darauf von Hand gefertigt.

Vier Jahre Entwicklung

Die Investitionen beliefen sich auf 6 Mio. Fr., sagt Müller. Dazu gehöre allerdings auch eine automatische Produktionslinie in der Fabrik im norditalienischen Montebelluna. Dort hat Müller während vier Jahren das neue Produktionsverfahren entwickelt. Zusätzlich ging es auch darum, das nötige Schuhmacher-Wissen für die Herstellung des Oberschuhs zu erarbeiten. Für 2012 schätzt Karl Müller die Produktion auf 100 000 Paar Schuhe, wovon 70 000 in der Schweiz und der Rest in der weiterhin betriebenen Fabrik in Italien hergestellt werden. Der Wertschöpfungsanteil in der Schweiz liegt

bei 70%. Die restlichen 30% betreffen in erster Linie Näharbeiten im Ausland, vor allem in China, Rumänien und Italien.

Er könnte die Roboter auch in China aufstellen und dort produzieren, sagt Müller. Sein bewegter Lebenslauf hat ihn bereits einmal beruflich nach Asien geführt. Mehrere Jahre war er als Geschäftsmann in Südkorea tätig. Er würde also die Kultur und die Gepflogenheiten kennen. Er wolle aber jetzt etwas «vor der Haustür» machen.

Für die automatisierte Produktion sprechen die Präzision und die Wiederholungsgenauigkeit. Bei der manuellen Produktion im Ausland hat man laut Müller Ausschussraten von bis zu 60% gehabt. Zudem seien die Schuhe zum Teil mit erheblichen Verzögerungen von bis zu vier Monaten ausgeliefert worden. Insgesamt seien aber die Herstellungskosten in der Schweiz trotz dem Einsatz von Robotern höher als bei einer Herstellung in Asien.

Ein neues Vertriebssystem

Damit gehört ebenfalls eine gute Portion Idealismus zum Projekt, auch wenn das Schuhunternehmen bereits einen kleinen Gewinn erwirft. Bis die Investitionen sich jedoch lohnen würden, vergehe noch geraume Zeit, sagt Müller. Anders als beim MBT könne er heute die Schuhe nicht mehr über den

Fachhandel vertreiben, weil in diesem Fall aufgrund der Zwischenhändler-Margen der Endpreis viel zu hoch wäre. Deshalb verkauft er den neuen Schuh über ein Franchising-System sowie über Drogerien und Apotheken. Damit nimmt Müller allerdings auch ein langsames Wachstum in Kauf. Trotzdem will er mittelfristig die Produktion in der Schweiz auf eine Million Paare ausdehnen. Drei Viertel der Schuhe setzt Kybun in der Schweiz ab, ein Viertel im Ausland, mit Deutschland als wichtigster Exportdestination. Dank genügend Eigenmitteln, die noch aus dem MBT-Verkauf stammten, könne er sich das langsame Wachstum leisten, sagt der Schuh-Pionier, der von sich behauptet, noch nie einen Businessplan aufgestellt zu haben.

Der Thurgauer studierte an der ETH Zürich Maschinenbau, brachte 1997 den Funktionsschuh MBT («Masai Barefoot Technology») auf den Markt und verkaufte 2006 die Markenrechte für einen tiefen dreistelligen Millionenbetrag an eine Investorengruppe um den ehemaligen Skifahrer Klaus Heidegger. Den grossen Teil des Verkaufserlöses verspekulierte er aber 2007 mit Devisen. Mit der automatisierten Produktion meldet sich somit ein altbekannter Schuhmacher im Geschäft zurück.