

MBT, CH-Winterthur

Konkurs statt schnellem Wachstum

Im Mai stellte die Masai Group International beim Bezirksgericht Winterthur das Gesuch um Konkurseröffnung. Warum musste die einstige MBT-Erfolgsgeschichte so enden? Wie geht es weiter?



D

Die Studie der Universität Genf sollte auch den letzten Kritiker überzeugen, dass MBT ein wirkungsvolles Trainingsgerät ist, das die Gelenke entlastet und Rückenschmerzen er-

wiesenermaßen lindern kann. Trotz dieser guten Nachrichten musste die Masai Group International (MGI) sowie die Masai Marketing & Trading AG (MMT) wegen Überschuldung für beide Unternehmen beim Bezirksgericht Winterthur Anfang Mai das Gesuch um Konkurseröffnung stellen. Das Aus des internationalen Firmengebildes mit Tochtergesellschaften und Partnern in rund 50 Ländern weltweit bedeutet allerdings nicht das Aus für die Marke.

MBT Schweiz mit der Swiss Masai Vertrieb AG (SMV) ist solvent und führt die Geschäfte weiter, wie SMV-Geschäftsführer Andy Stadler betont. „Zusammen mit den schweizerischen MBT Shops und den MBT-Händlern verfügen wir über ein Lager, mit dem wir die nächsten Monate überbrücken können.“ Allerdings musste der Mitarbeiterstab von 13 auf 10 reduziert werden, weil die SMV stark mit der internationalen Gesellschaft verflochten war.

Schnelles statt nachhaltiges Wachstum

Für Detaillisten wie auch für die Kunden stellt sich die Frage, wie es zum Aus dieses Innovators im Bereich des neuen Marktsegments der physiologischen Schuhtechnologie kommen konnte. Verschiedene Faktoren haben gemäß Andy Stadler zu dieser heutigen Situation geführt: „Nach dem Verkauf des Unternehmens von Karl Müller an Investoren sind die finanziellen Erwartungen stark gestiegen, unter anderem durch den Zuzug einer Investorengesellschaft, die große Geldmittel in das Unternehmen brachte“, schildert Andy Stadler. Die neuen Investoren strebten offenbar ein schnelles statt ein nachhaltiges Wachstum an. Hinzu kamen zahlreiche personelle Wechsel im Management – im Ein-Jahres-Takt wechselten die CEOs. „Diese Entwicklungen führten zu einer Unruhe, aber auch zu einer Unstetigkeit im Unternehmen. Darunter litt unter anderem das Marketing von MBT“, erklärt Andy Stadler. Ein weiterer Grund für den Konkurs von MBT sei der Strategiewechsel hin zu Lifestyle-Schuhen. Dies wird auch von Firmengründer Karl Müller – der inzwischen mit dem Luftkissenschuh kyBoot ein neues Unternehmen ins Leben gerufen hat und auch an der Lancierung des Schweizer Wohlfühlschuhs „Joya“ beteiligt war – bemängelt. Für Andy Stadler steht fest: „Der MBT ist kein Mode-, sondern ein Funktionsschuh mit patentierter Sohle.“

Kopien und Fälschungen

Mittlerweile wurde das MBT-Prinzip von verschiedenen Herstellern kopiert. Dies ist sicher ein weiterer Grund für den Untergang des internationalen Unternehmens. Viele Kunden fallen auf Fälschungen herein. Selbst harmlos erscheinende Websites entpuppen sich laut SMV als Anbieter von Fälschungen; darunter gehört zum Beispiel auch die Homepage www.mbt-schuhe-schweiz.com – eine Fälscherseite aus China, die Vorauszahlung verlangt. Die Original MBTs werden in der Schweiz nicht über das Internet verkauft. Karl Müller

kritisiert, dass nach 2006 nicht mehr in der eigenen, geschützten Fabrik in Korea produziert wurde; stattdessen ließ man die MBT auswärts in Billiglohnländern wie Indonesien und China herstellen, wo MBT schnell einmal in großen Massen billig kopiert wurde. Für Andy Stadler war die Verlagerung des Produktionsstandortes allerdings nicht der Hauptgrund für die Zunahme der MBT-Kopien, sondern der weltweite Erfolg: „Wenn man will, kann man ein Produkt kopieren, egal, wo es hergestellt wird.“

Schaden hängt von der Verfügbarkeit ab

Die Negativmeldungen rund um MBT haben beim Handel wie auch bei den Konsumenten Verunsicherung ausgelöst. Kurzfristig sei die Nachfrage nach MBT-Modellen sogar gestiegen, berichtet Andy Stadler. Dabei habe der Handel in der Schweiz die Nachfrage stets abdecken können. In anderen Ländern ist die Verfügbarkeit durch den Konkurs eingeschränkt. Wie stark die Marke MBT durch den Konkurs Schaden nimmt, hängt laut den Angaben des SMV-Geschäftsführers von der künftigen Verfügbarkeit der Modelle ab. „Je schneller MBT wieder international erhältlich ist, desto weniger hoch ist der Schaden, der mit dem Konkurs entstanden ist. In der Schweiz hat der Konkurs von MBT sicher die höchsten Wellen geworfen.“



Andy Stadler, Geschäftsführer der Swiss Masai Vertriebs AG, glaubt an die Zukunft der Marke MBT.

Verhandlungen mit Investoren

Derzeit laufen Verhandlungen mit interessierten Investoren. Dass die SMV solvent und handlungsfähig ist, dürfte dabei von Vorteil sein, ist Andy Stadler überzeugt. Bereits in einigen Wochen soll klar sein, wie es mit MBT weitergeht. „MBT als Marke wird mit großer Sicherheit überleben. Die Herbstkollektion ist in Produktion und die Frühlingkollektion befindet sich in der Planungsphase.“ www.mbt.com □

Fabrice Müller

