



GEMEINSAME SHOPS FÜR KYBUN UND JOYA

Neues Joint-venture sorgt für kompetentes Gesundheitsschuh-Sortiment

Anfang November hatten die beiden Schweizer Gesundheitsschuhhersteller Kybun und Joya Einzelhandelspartner in die Firmenzentrale Roggwil am Bodensee eingeladen. Anlass war die Präsentation des neuen Kybun Joya Retail-Konzepts. Mit der Gründung des Joint-ventures Kybun Joya Retail AG rücken die beiden Marken näher aneinander.

Natürlich stammen die beiden Marken Joya und Kybun aus der gleichen Gedankenwelt: Karl Müller III hatte einst im Jahr 1997 MBT (Masai Barefoot Technology) entwickelt, ein Topunternehmen, über das er später die Kontrolle verloren hatte. Er sah stets in den Schuhen mit den „Wackelsohlen“ primär ein medizinisch vorteilhaftes Schuhwerk und ihm war die von seinen Geschäftspartnern betriebene Umwidmung von MBT zu einem Lifestyleprodukt ein Dorn im Auge. 2006 kam die Trennung von den Partnern – und damit von MBT. Doch schon 2007 ist Karl Müller III mit seinem neuen Schuh Kybun wieder auf dem Markt. Für ihn steht dabei Kybun nicht nur für den Schuh, sondern für ein

komplettes Bewegungskonzept. Alles spielt zusammen: Yoga, Bewegung, Faszientraining, Trampolin und gedämmte Matten. Und Kybun hat alles dazu im Angebot. Die Schuhe sind kompromisslos: Müller III denkt nicht in Kollektionen, die Funktion des Schuhs steht für ihm im Vordergrund. Jahrelang entwickelt er an der Perfektionierung seiner Sohle. Genauso kompromisslos die Qualität: Täglich rund 500

„Alles spielt zusammen: **Yoga, Bewegung, Faszientraining, Trampolin und gedämmte Matten.**“

Paar seiner Schuhe werden in zwei kleinen Fabriken im Schweizer Sennwald sowie im italienischen Montebelluna produziert. Die Preise der Kybun Schuhe bewegen sich um die 300 Euro.

Zur gleichen Zeit, als Karl Müller III Kybun launchte, entstand bei seinem Sohn Karl Müller IV und dem Medienfachmann Claudio

Minder die Idee für Joya. Mit einer neuartigen, patentierten Abrollsohle entwickelten sie die erste Joya-Kollektion, die allerdings zunächst nur aus acht schwarzen Modellen bestand. Doch die beiden Firmengründer wollten einen jüngeren, modischeren Auftritt – in konsumigeren Preislagen. Gefertigt werden die Schuhe dort, wo auch einst MBT und all die anderen Hersteller von Schuhen mit Abrollsohlen produzierten: In der Region Busan im Südosten der koreanischen Halbinsel.

Karl Müller IV und Claudio Minder setzen von Anbeginn an sehr stark auf den Schuhfachhandel, zunächst vor allem in Deutschland und der Schweiz. Doch rasch verbreitert sich die Basis, schon acht Jahre nach Firmengründung werden Kunden in 21 Ländern mit Joya-Schuhen beliefert. Beide Firmen, Joya und Kybun, haben ihren Sitz im idyllisch gelegenen Roggwil, Tür an Tür. Und schon in den vergangenen zwei Jahren startete man auf einigen Arbeitsgebieten mit einer Kooperation, so zum Beispiel bei der Logistik oder dem Reconditioning. Mit der Gründung des neuen Joint-ventures Kybun

Joya Retail AG, an dem die beiden beteiligten Firmen jeweils 50 Prozent halten, betritt man nun einen neuen Level der Kooperation. Geschäftsführer der neuen Firma ist dabei Mathias Müller, ebenfalls ein Sohn von Karl Müller III. Er hatte in den letzten Jahren den Kybun-Shop in Sankt Gallen geführt und steckt daher bereits mitten im Thema drin.

In der Schweiz hat man bereits erste Erfahrungen mit dem neuen Shopsystem gesammelt, das nun die Marken Joya und Kybun unter einem Dach vereint. Man betreibt hier ein Kybun Joya Center sowie zwei Kybun Joya Shops. Zudem gibt es in Spanien einen Shop sowie einen Compact Shop, ebenfalls einen Compact Shop in Italien. Anfang November hat man nun das Systemkonzept verschiedenen Fachhändlern präsentiert. Und mit Bernd Borgmann, der in seinen Geschäften in Düsseldorf und Köln nicht nur seit zehn Jahren Joya führt, sondern seit verganginem Jahr auch die Marke Kybun, hatte man dann auch gleich ein Testimonial geladen, der von seinen positiven Erfahrungen berichtete. Die beiden Marken hätten sich nicht kannibalisiert, wie er zunächst befürchtet hatte. Im Gegenteil habe er seitdem sogar seine Joya-Umsätze erhöhen können.

Mathias Müller stellte in Roggwil die verschiedenen Partnerschaftskonzepte vor:

- Kybun Joya Multibrand Partner – benötigt eine Ausstellungsfläche von 10 Quadratmetern und eine Gesamtinvestition von rund 39.000 Euro;

- Kybun Joya Premium Partner – hier wird eine Ausstellungsfläche von 35 Quadratmetern empfohlen, das Investitionsvolumen beläuft sich auf rund 62.000 Euro;
- Kybun Joya Compact Shop – auf einer Ausstellungsfläche von 45 Quadratmetern, Investitionsvolumen rund 66.000 Euro;
- Kybun Joya Shop – hier wird eine Fläche von 80 Quadratmetern bespielt, das Investitionsvolumen liegt bei zirka 142.000 Euro;
- Kybun Joya Center – auf einer Fläche von 120 Quadratmetern, das Gesamtinvestitionsvolumen beläuft sich auf rund 150.000 Euro.

In den verschiedenen Shopvarianten gibt es dabei nicht nur die Schuhe der Marken Joya und Kybun. Diagnosegeräte und ergänzende Dienstleistungen runden das Programm ab, ebenso wie Kurse, Vorträge und Sprechstunden. Schon über die Schaukasten werden Kunden mit Gehproblemen gezielt angesprochen und in den Laden gezogen. Viel Energie setzt man auch ins Thema Onlinewerbung, um die Menschen mit Fußproblemen in die Geschäfte zu locken.

Und für die Zweifler unter ihnen hat man ein besonderes Angebot: Die Kunden können für 25 Euro ein Paar Schuhe ausleihen und testen. Möchten Sie dabei bleiben, so werden ihnen die 25 Euro beim Kauf eines neuen Paares abgezogen.

Manfred Willsch



1.

In dem Kybun Joya Center in Arbon gibt es genügend Raum für Diagnose und Behandlungen. Neben den Schuhen sind unter anderem auch Trampoline mit im Angebot.

2.

Mathias Müller (rechts), der Geschäftsführer der Kybun Joya Retail AG, präsentierte den anwesenden Händlern das neue Vertriebskonzept.

3.

Kick-off in Sennwald in der Kybun World: Die Teilnehmer der Präsentation von Kybun und Joya.

4.

In der Kybun World in Sennwald kann man einen ganzen Tag verbringen. Interaktive Stationen bringen den Besuchern die Themen Gehen und Fußgesundheits näher. Dazu gehört auch eine gläserne Schuhfabrik: Die Kybun-Fertigung – hier werden rund 250 Paar Schuhe am Tag produziert – kann von jedermann besichtigt werden. Die Besucher wurden von den Chefs geführt (von links): Karl Müller IV, Karl Müller III und Claudio Minder.

Fotos: Kybun Joya (1),
Manfred Willsch