

# Was hinter dem weichsten Schuh der Welt steckt

**Der Schweizer Funktionsschuh-Hersteller Joya stellt Produkte her, die unserer Gesundheit dienen. Das Magazin lauscht der Joya Erfolgsgeschichte von seinem Vorstandsvorsitzenden Karl Müller.**

Reporter: Oh Seung-il, Fotograf: Sin In-sub  
Karl Müller, Geschäftsführer von Joya

Alles begann 2006 in dem kleinen Dorf Roggwil in der Schweiz. Ein junger Mensch hat eine Idee. Er hat fortlaufend geforscht, um Schuhe zu entwickeln, die den Menschen helfen, bequemer zu gehen. Er glaubt daran, dass der wichtigste Faktor für das Gleichgewicht des menschlichen Körpers eine komfortable, aufrechte Haltung ist. Um dies zu ermöglichen, sind spezielle Schuhe erforderlich.

Nach drei Jahren Forschung und Versuchen gelingt es dem jungen Burschen schließlich seine Traumschuhe zu entwickeln, ausgestattet mit zusätzlichen Technologien wie PTX (Proof-Tex), SR (Slip Resistance) und ESD (Electrostatic Discharge). Joya, der Funktionsschuh-Hersteller, startet mit Schuhen, die Linderung bei Fuß-, Rücken- und Wirbelsäulenschmerzen bieten. Dieser Effekt basiert auf dem ergonomischen Design und dem hervorragenden Stoßdämpfer-Effekt. Zudem bieten Joya Schuhe auch ein erleichtertes, freudiges Geh-Gefühl.

"Joya ist der Name, den ich erschaffen habe. Es enthält eine besondere, kostbare Bedeutung im Lateinischen. So wie das Fundament die wichtigste Grundlage für ein Gebäude ist, spielt der Fuß diese Rolle für den menschlichen Körper. Ich entwickelte die Marke Joya mit dem Gedanken, dass Joya ein spezieller Schuh ist, der nicht nur dem Fuß, sondern auch dem Rücken und der Wirbelsäule hilft", sagte der Joya Gründer Karl Müller, 31, der sich an jene Tage der Entstehung erinnert.

Geschäftsführer Karl Müller ist ein junger Unternehmer. Sein Vater, Karl Müller Senior, Entwickler des Laufschuhs Masai Barefoot Technology (MBT), der als sensationeller Funktionsschuh geschätzt wurde. Seine Mutter ist Koreanerin. Karl Müller Junior entwickelte den weichsten Schuh der Welt, Joya. Basierend auf der Philosophie und dem Wissen, was er in seiner Kindheit gelernt hatte. Die Erfahrung, MBT beim Aufstieg zu einer populären Schuhmarke zu beobachten, die von Berühmtheiten und Hollywoodstars auf der ganzen Welt getragen wurden, war ein unbezahlbares Sprungbrett in der Entwicklung einer globalen Schuhmarke in einem verhältnismäßig jungen Alter.

"Ich erkannte die Bedeutung von Funktionsschuhen, nachdem ich Leute beobachtet hatte, die Zufriedenheit und Gesundheit durch die Schuhe meines Vaters gefunden hatten. Jedoch hatte ich einen etwas anderen Gedanken als den meines Vaters. Er entwickelt Schuhe, um den Kalorienverbrauch mit konstanter Muskelbewegung zu erhöhen, selbst wenn die Menschen still stehen. Ich glaube, dass Schuhe modisch und leicht sein sollten, natürlich bequem und den Gelenken Unterstützung beim Stehen bieten sollten. Meine Idee ist, dass jeder der Joya trägt sich von dem Moment an wohlfühlen sollte, sobald er den Fuß auf den Boden setzt. Das ist der Antrieb hinter meinen Bemühungen die Technologie und die Funktion von Joya möglichst gut zu entwickeln." erklärt Karl Müller.

Joya, gegründet in einem kleinen Dorf in der Schweiz, wurde eine globale Schuhmarke. Sie ist heute aufgrund ihrer innovativen Technologie und des anspruchsvollen Design in aller Munde, losgelöst vom wilden Design bestehender Funktionsschuhe.

Seit die erste Joya Kollektion in der Schweiz und in Deutschland erhältlich war, zeigte sie ein stetiges, weltweites Wachstum. Heute ist Joya in 2.500 Filialen in 27 Ländern wie Schweden, Norwegen, Italien, Japan, Australien, den Vereinigten Arabischen Emiraten und Kanada erhältlich. Joya wurde von der US-Zeitung "New York Times" in der Kategorie "Leserwahl" 2012 unter dem Namen "The best comfort shoe" von About.com ausgezeichnet. Die Marke erhielt auch unter den deutschen Schuhmarken 2014 die Auszeichnung als "Bester Komfortschuh".

### **Spezieller Schuh, der Verantwortung für Rückengesundheit übernimmt**

Ich war neugierig auf das Geheimnis dessen, was Joya in so kurzer Zeit erfolgreich gemacht hat. Dazu sagte Geschäftsführer Müller: "Wir hatten von Anfang an eine ungewöhnliche Philosophie im Vergleich zu anderen Funktionsschuh-Herstellern. Die Joya Philosophie war anders als die der anderen Marken. Das Unternehmen hat nicht als vorrangiges Ziel, Geld zu verdienen. Die Frage, wie unser Schuh die Gesundheit der Verbraucher unterstützen kann, steht an erster Stelle. Von Anfang an haben wir die positive Wirkung für den Träger in den Vordergrund gestellt. Die Verbraucher haben ein starkes Vertrauen in unser Produkt. Basierend auf diesem Vertrauen, kaufen die Verbraucher unser Produkt zu einem hohen Preis. Unser Produktpreis entspricht der Hälfte des Monatsgehalts eines Angestellten in einigen Ländern. Das nehmen wir auf und deshalb ist der wichtigste Faktor für uns Glaubwürdigkeit und Vertrauen. Um dieses Versprechen für unsere Konsumenten zu halten, investieren wir erneut unsere Gewinne, indem wir die besten Rohstoffe einsetzen, neue Technologien entwickeln und die besten Mitarbeiter beschäftigen. "

Joya Schuhe besitzen eine Polyurethan-Mittelsohle, die Schläge auf den Fuß absorbiert und den Druck verteilt, um der Ermüdung des Fußes vorzubeugen. Es zeichnet sich durch Langlebigkeit und Belastbarkeit aus. Eine biologische Studie der ETH Zürich bestätigt diese Technologie. Zudem erhielt Joya vor kurzem das AGR-Gütesiegel - das erste Mal, dass ein Schuhhersteller von der AGR, Aktion Gesunder Rücken, für das gesamte Sortiment ausgezeichnet wurde. CEO Karl Müller sagte: "Mit der AGR- Auszeichnung beweisen Joya Produkte ihre exzellente Wirkung für die Gesundheit. Ich bin glücklich und fühle mich bestätigt, dass sich unsere Bemühungen über mehrere Jahre gelohnt haben."

### **Langsame, aber lang anhaltende Leidenschaft für die Marke**

"Die AGR ist eine von Medizinern, Orthopäden, Ärzten und Physiotherapeuten gegründete Organisation. Das AGR-Gütesiegel zeichnet Produkte aus, welche die Prüfung einer strengen, unabhängigen Kommission bestanden haben. Zu den namhaften Produkten, die diese Zertifizierung erhalten, zählen hochwertige Automarken wie Mercedes-Benz und Volkswagen sowie die Autositze des Hyundai EQ900 und eine Microsoft-Tastatur."

Ein weiterer, zu schätzender Wert von Joya im Vergleich zu anderen Marken ist die Gründung der Fertigungsfabrik für Mittelsohlen in Busan im Jahr 2010. Es ist übliche Praxis der Industrie, einfache Arbeiten nach China oder Ostasien auszulagern, um die Kosten zu senken. Doch Joya baute seine Produktionsfabrik und das Forschungs- und Entwicklungszentrum in Busan zu relativ hohen Kosten aus. Dieser Schritt basiert auf der Überzeugung von Geschäftsführer Karl Müller, dass koreanische Produkte von bester Qualität sind. In Busan hergestellte Produkte werden zu 95% von Joyas globalen Märkten, einschließlich Korea exportiert.

Karl Müller schildert: "Busan war von 1970-1990 ein Schuhindustrie-Mekka. Daher gibt es viele erfahrene Schuhmacher, die ihr Handwerk verstehen. Ich wollte in Busan, der Heimatstadt meiner Mutter, eine Schuhproduktion erbauen, an die unsere innovative Technologie angeschlossen ist. Da Korea ein Freihandelsabkommen mit der EU und den USA unterzeichnet hat, erhalten wir eine Menge Vorteile aus dem operativen Geschäft und dem Export von Produkten über den Hafen von Busan. Wir verbessern die Qualität und senken die Arbeitskosten durch die Automatisierung der Produktionslinien. Der Markt in Korea macht 3 bis 4 % des weltweiten Umsatzes aus, und wir verkaufen jährlich 250.000 Paar Schuhe weltweit. Wir haben ein Wachstum von 15 bis 25 % in diesem Jahr, und ich glaube, dieses Wachstumsniveau ist gut für uns. Wenn die Wachstumsrate auf über 25 % steigt, beabsichtige ich, die Produktion in der Fabrik in Busan zu stoppen. Zu viel Produktion erschwert die Bedingungen für die Lieferanten und Arbeitskräften. Ich möchte eine gesunde und langsam wachsende, anstatt einer schnell wachsenden Firma."

Vor zwanzig Jahren lernte der elfjährige Junge in der Firma seines Vaters. Er reiste um die Welt, um sein eigenes Schuhunternehmen bekannt zu machen. "Kreative Unterbrechungen sind notwendig, um ein nachhaltiges Wachstum zu erreichen", sagte Karl Müller.

"Für die Zukunft sind die Aussichten der Funktionsschuh-Industrie sehr rosig. Wenn wir zur alternden Gesellschaft werden, wird Gesundheit im Alter ein wichtiges Thema. Um ein Unternehmen zu bleiben, das auch in 50 oder 100 Jahren noch Verantwortung für die Gesundheit der Menschen übernimmt, sollten wir das Unternehmen alle paar Jahre umkrempeln. Das bedeutet, Änderungen an den Prozessen im Unternehmen vorzunehmen. Wenn wir das Unternehmen weiterhin auf die gleiche Art und Weise verwalten, wird es ruiniert. Wir sollten das Unternehmen kontinuierlich verändern und weiterentwickeln, ohne still zu stehen. Ich bin davon überzeugt, dass eine leidenschaftliche Marke länger leben kann."

Karl Müller fügte hinzu: "Unternehmer zu sein ist meine Art und Weise des Lebens." Er scheint nicht zu denken, dass es darauf ankommt mehr zu verkaufen um mehr zu verdienen. Sein Ziel ist es, das Unternehmen zu sichern und an seine eigenen Kinder weiterzugeben. "Ich hoffe, dass viele Menschen sich glücklicher fühlen und sich von der Begegnung mit mir inspirieren lassen. Joya ist nur ein einzelner Baustein dafür. Ich hoffe, wie ich in meiner Kindheit tat, dass es so auch meine Kinder tun werden und so mehr über das Leben selbst lernen."