

Auf göttliche Tore

Bier und Fussball: Das passt perfekt zusammen. Kein Wunder, dass sich zahlreiche Fans gewünscht haben, die Spiele des FC St.Gallen künftig im «Schützengarten» mitverfolgen zu können. Wer will schon permanent an einen Gesundheitsschuh erinnert werden? Nur passt «kybun» weit besser ins Umfeld des Fussballs, als es die AFG tat. Und auch Gott hat künftig seine Finger mit im Spiel.

Karl Müller drückt dem St.Galler Fussballstadion künftig seinen Stempel auf. Der Mann hat in seinem Leben schon viel erreicht – und auch viel verloren. Dass er sich nun eine ganze Arena «kauft» und diese zum Park «degradiert», passt perfekt in seinen Lebenslauf.

Hochs und Tiefs im Wechsel

Die Entwicklung des MBT-Schuhs machte Karl Müller zum Multimillionär: Von der Geburtsstunde des Schuhs ohne Absatz bis in Jahr 2006 wurden rund vier Millionen Paar abgesetzt. Die «Sonntagszeitung» führte das Produkt gar unter den wichtigsten Schweizer Erfindungen aller Zeiten auf. Kasse machte Müller schliesslich auch beim Verkauf seines Unternehmens im September 2006: Aufgrund unterschiedlicher Visionen mit seinen damaligen Geschäftspartnern entschloss er sich, noch einmal mit einem eigenen Konzept zu starten. Er entwickelte kybun, ein ganzheitliches Trainings- und Therapiekonzept für den Alltag.

Doch dann setzte der Unternehmer bei Bankgeschäften auf die falsche Karte und verlor weit mehr als 100 Millionen Franken. Ein Verlust, der ihn nicht einknicken liess – Müller ist sich Gegenwind gewohnt. Schon in jungen Jahren suchte er die Herausforderung und das Risiko: Mit 20 Jahren versuchte er sich als Unternehmer in Südkorea. Müller verkaufte dort Schweizer Produkte, eröffnete schliesslich mehrere Restaurants und Sportgeschäfte. So baute er damals bereits zwölf Firmen auf. Die Geschäfte florierten; Karl Müller war ein gemachter Mann, der hohes Ansehen genoss.

Mit sozialem Projekt gescheitert

«Mit dem grossen Geld und er Fokussierung auf die Arbeitswelt verschlechterte sich jedoch zunehmend meine Gesundheit», erklärt Müller 2009 in einem Interview mit dem LEADER. «Ich zog einen Schlussstrich und kehrte nach zwölf Jahren nach Roggwil im Thurgau zurück.» Dort wurde nach kurzer Zeit sein Interesse an der Bibel geweckt. Er begann, sich vertieft mit dem christlichen Glauben zu befassen. Geschäftlich begab er sich auf dünnes Eis: Sein ganzes Geld investierte er in ein soziales Projekt (ein Drogenheim in Arbon) – und scheiterte. Die finanzielle Situation war so prekär, dass Karl Müller gezwungen war, Holzspielzeug auf der Strasse zu verkaufen, um seine Familie zu ernähren.

Auch seine Werte veränderten sich: Orientierte er sich in den vergangenen Jahren noch hauptsächlich an Geld, Erfolg und Ansehen, so bildete fortan die Familie den Mittelpunkt. Das änderte sich auch nicht, als er 1997 die Idee des MBT realisierte – und damit weltweit Erfolgsgeschichte schrieb.

Ein Jahr früher als geplant

Dieser Mann holt sich nun also eines der Wahrzeichen der Ostschweiz – und das mindestens für die nächsten zehn Jahre. Die Heimspielstätte des FC St.Gallen 1879 trägt bereits ab der kommenden Saison – ein Jahr früher als allgemein erwartet – einen neuen Namen.

Mit der Firma kybun AG hat die FC St.Gallen Event AG einen langjährigen Partner aus dem Bereich Rehabilitation und Gesundheitsförderung gewinnen können, der nun sein Engage-

--	--	--	--

ment ausweitet. So gibt das Unternehmen um die Geschäftsleiter Karl Müller und Franz With dem Stadion für mindestens zehn Jahre den Namen – «kybunpark» wird das Schmuckstück der Region ab der Saison 2016/17 heissen. Im Rahmen eines umfassenden Gesamtpaketes wird die kybun AG zudem unter anderem auch auf den Hosen der FCSG-Tenues präsent sein.

Wahrzeichen der Ostschweiz

«Wir freuen uns enorm, dass wir mit der kybun AG einen Partner gewinnen konnten, mit dem wir schon lange zusammenarbeiten», so FCSG-Präsident Dölf Früh. Gemeinsam mit den Verantwortlichen der kybun AG habe man die Vision, den FC St.Gallen in den kommenden Jahren noch mehr in der Wirkungskraft als ein Wahrzeichen der Ostschweiz und in der Anwendung des kybun-Bewegungskonzepts im Spitzensport weiterzuentwickeln. «Wir reden von einer Partnerschaft, die weit über reine Geschäftsbeziehungen hinausgeht», sagt Früh.

Die erste Mannschaft des FC St.Gallen nutzt das kybun-Bewegungskonzept und die Produkte von kybun im Bereich Therapie, Rehabilitation und Regenerationen bereits seit über sechs Jahren.

Weitere Massnahmen mit Ausstrahlung

Karl Müller, gemeinsam mit Franz With Geschäftsleiter der kybun AG, führte anlässlich der Medienkonferenz von Mitte Mai aus: «Die sechsjährige Zusammenarbeit war die Basis für die Ausweitung unseres Engagements beim FC St.Gallen.» Innerhalb eines fachlichen Treffens sei vom FC St.Gallen schliesslich das Thema «Erweiterung der Partnerschaft» angesprochen worden. «Darum macht es für uns mehr als nur Sinn, denn ein Therapie- und Bewegungskonzept, das für den Profisportler gut ist, muss wohl auch für Hobbysportler und Nichtsportler gut sein. Und genau diese Botschaft möchten wir durch die Zusammenarbeit mit dem FCSG in die Welt hinaus tragen.»

Bezüglich der Namensgebung war man sich ebenfalls schnell einig, so wie die gesamten Gespräche unkompliziert und zügig verlaufen seien. «Es waren von Beginn an sehr konstruktive Gespräche. Die Verant-

wortlichen beider Unternehmen liegen auf der gleichen Wellenlänge. Bis jetzt haben wir vor allem auf die Mund-zu-Mund-Propaganda unserer weltweit mehreren Hunderttausend Stammkunden gesetzt. Jetzt, glauben wir, ist der Zeitpunkt gekommen, die Marke kybun zusätzlich zu stärken und mittels dem «kybunpark» bekannter zu machen», erklärte Franz With. Dies hier in der Region Ostschweiz beginnend, wo die Wurzeln des Unternehmens seien – und dann über die ganze Schweiz und weltweit ausbreitend. «Denn im September 2016 öffnen wir die Produktionsstätte des Schweizer Luftkissenschuhs kyBoot im st.gallischen Sennwald für Besucher aus dem In- und Ausland. Dies mit einer Erlebniswelt auf rund 9000 Quadratmetern und dem Thema «gesunde und aktive Bewegung». Daraus erwarten wir Synergien in inhaltlicher und werblicher Wirkung», ergänzt With.

Dankbarkeit statt Stolz

Für Pascal Kesseli, CEO der FC St.Gallen Event AG, ist es erfreulich, bereits nach so kurzer Zeit einen neuen Namensgeber gefunden zu haben: «Seit Oktober 2015 waren wir seitens der AFG darüber informiert worden, dass das 2018 auslaufende Namingright nicht verlängert werde.» Dass man bereits auf die kommende Saison einen neuen Namensgeber finden konnte, sei nicht selbstverständlich, zeige aber deutlich auf, dass der FC St.Gallen und kybun mehr als nur normale Geschäftspartner seien.

Karl Müller ist absolut kein Unternehmer, wie er im Buche steht. Was positiv ist: Genau wie der FC St.Gallen musste er sich nach Niederlagen wieder aufraffen und nach vorne schauen, sich motivieren und neue Ziele stecken. «Es hat alles gebraucht, um an diesen Punkt zu gelangen. Wenn sie etwas mit Bauklötzen bauen, können Sie auch nicht am Schluss einen der unteren entfernen. Alles würde zusammenstürzen», umschrieb er im erwähnten LEADER-Interview seine Lebenseinstellung. Stolz auf das bisher Erreichte sei er hingegen nicht. Wenn, dann sei es Dankbarkeit: «Ich habe das nicht selber gemacht. Ich bin ein gläubiger Mensch. Ich glaube an Gott und an die Bibel. Im Gegensatz dazu bin ich gar nichts. Um das zu erreichen, waren so viele Führungen nötig.

MetroComm AG
9014 St. Gallen
071/ 272 80 50
www.leaderonline.ch

Alleine hätte ich das gar nicht zustand gebracht. Die Ideen waren ein Geschenk.»

Text: Marcel Baumgartner

Bilder: FC SG

Die Heimspielstätte des FC St.Gallen 1879 trägt bereits ab der kommenden Saison – ein Jahr früher als erwartet – einen neuen Namen: kybunpark.

Karl Müller ist absolut kein Unternehmer, wie er im Buche steht. Was positiv ist.

Von links: Dölf Fröh (Verwaltungsratspräsident FC St. Gallen AG und FC St. Gallen Event AG), Franz With (Geschäftsführer kybun AG), Pascal Kesseli (CEO FC St. Gallen Event AG) und Karl Müller (Geschäftsführer kybun AG).

