

Start-up: myVale in Homberg fertigt innovative Flip-Flop-Sandalen

# Jedes Stück ist ein Unikat

Wer besitzt nicht mindestens ein paar von ihnen? Schließlich sieht man sie nahezu überall, in Büros und in Badezimmern ebenso wie an Sandstränden und in Fußgängerzonen. Flip-Flops folgen einem, wenn man es genau betrachtet, auf Schritt und Tritt. Die spartanischen Zehensteigsandalen sind längst keine pure Modeerscheinung mehr, sondern treue Alltagsbegleiter. Das hat sich auch Markus Schott aus Homberg gedacht und daraus eine mittlerweile weltweit erfolgreiche Geschäftsidee entwickelt.

Aus dem Australienurlaub hat er sie mitgebracht und zehn Jahre mit sich herum getragen, bis sie im Jahr 2008 endlich ausgereift war: die Herstellung handgefertigter orthopädischer Sandalen mit individuellem Fußbett. Diese sollte nicht nur den Schuhmarkt revolutionieren, sondern auch eine einträgliche neue Sparte für Schotts Betrieb in Homberg werden.

Der einprägsame Name des neuen Labels: myVale. Nach zehn Jahren Entwicklungszeit ist die erste Vale-Sandale – ein Flip-Flop mit integrierter orthopädischer Einlage – im Jahr 2008 zum Hesttag auf den Markt gekommen. Die Idee hat der Schott Orthopädie-Schuhtechnik GmbH in Homberg acht neue Mitarbeiter und einen zweistelligen Umsatzanteil beschert. Den Namen myVale hat sich das Unternehmen weltweit schützen lassen.

## Den menschlichen Fuß als Vorbild

Die Vale-Sandale hat den menschlichen Fuß als Vorbild: „Der Name Vale kommt aus dem Englischen und steht für Mulde oder Tal“, sagt Orthopädienschuhtechnikermeister und Inhaber Markus Schott. „Vale steht bei uns für die Fußlandschaft, die wir mit der Sohle unseres Schuhs nachempfinden.“ Gesund und modisch auf gutem Fuß leben – das Konzept hat Erfolg: Im Jahr 2008 verzeichnete das Homberger Familienunternehmen mit der myVale-Sparte 500 verkaufte Schuhpaare, in diesem Jahr sind es bisher 2000 Paar. Gemeinsam mit Orthopädienschuhtechniker Henry Schmidt hat



Das erfolgreiche myVale-Team: Teja Habbishaw (von links), Henri Schmidt und Markus Schott, der stolz den trnd-online Award in der Hand hält. (Fotos: Kothe)

Markus Schott das Produkt im vergangenen Jahr ständig weiter entwickelt. Mehr als vierzig Vale-Modelle sind zu haben, seit diesem Jahr gibt es auch eine Exklusiv-Linie mit edlen Materialien. Know-how und Design stammen zu hundert Prozent aus dem Hause Schott. „Vale soll Qualitätsware bleiben. Das funktioniert nur hier“, sagt Markus Schott.

Qualität hat ihren Preis – auch bei myVale. 120 Euro kosten ein Paar Vale-Sandalen durchschnittlich. Dennoch ist die Resonanz der Kunden sehr gut. Insbesondere der Verkauf über den Onlineshop läuft hervorragend. „Siebzig Prozent werden online verkauft“, erklärt Marketingleiter Teja Habbishaw. „Der Kundenkreis von myVale ist weltweit angesiedelt – Europa, USA, Australien, Asien.“

An Internetkunden wird eine Schaumstoffbox für den Fußabdruck verschickt. „Diesen schicken die Kunden an uns zurück, er ist die Basis für unsere Arbeit. Nach etwa zwei bis vier Wochen hält der Kunde sein Wunschmodell in den Händen – auf seine Fußbedürfnisse zugeschnitten“, erklärt Henry Schmidt. Die Herstellung ist einfach: Der Fußabdruck

des Kunden wird von einem 3-D-Scanner erfasst, am Computer wird eine virtuelle Schablone für die künftige Sandale erstellt. „In dieser verschmelzen Schuh und Einlage zu einem Ganzen“, erläutert Henry Schmidt weiter. „Eine programmierte Fräse formt die Vale-Basis aus einem Einlagenmaterial, die anschließend in Handarbeit überzogen, mit Riemchen und Deko versehen wird.“

Die Perspektiven für das kommende Jahr sehen gut aus, ist sich Teja Habbishaw sicher: „5000 Sandalenpaare sind unser Ziel.“ Markus Schott ergänzt: „Für das Jahr 2011 streben wir mit unserem Produkt die Gewinnzone an. Wenn es sich weiter so positiv entwickelt, werden wir sicher unsere Mitarbeiterzahl weiter erhöhen müssen und auch eigenes Personal ausbilden, denn die Technologie ist einzigartig.“ Dass diese unternehmerischen Ziele erreicht werden, dafür sorgt Teja Habbishaw mit einem ausgeklügelten Marketingkonzept: myVale ist auf zahlreichen Messen, Lifestyle- und Sportevents mit Präsentationen vertreten, bundesweit interessieren sich die Medien für den innovativen Schuh.

Das Produkt und seine Vermarktung sind bislang nicht nur ökonomisch vom Erfolg gekrönt: Auf der Internationalen Sportmesse ISPO in München Anfang des Jahres wurde die Vale-Sandale als innovatives Start-up mit dem trnd-online Award ausgezeichnet, einem internen Preis, der von der Ispo-Brandnew vergeben wird. In der Jury sitzen Verbraucher, Einzelhändler und Fachfirmen.

Helga Kristina Kothe ■



Die Riemchen werden in Handarbeit gefertigt und an den Schuhen angebracht.