

Mit Balance zum Weltmarktführer

 [die-wirtschaft.at/die-wirtschaft/mit-balance-zum-weltmarktfuehrer-186151](https://www.die-wirtschaft.at/die-wirtschaft/mit-balance-zum-weltmarktfuehrer-186151)

Um an der globalen Spitze mitzumischen, braucht es nicht immer einen urbanen Firmensitz. Im Gegenteil: Nicht wenige der heimischen Weltmarktführer stammen aus der Provinz. So auch die Firma MFT Bodyteamwork, die von einer 5.000-Seelen-Gemeinde aus operiert. Möglicherweise sogar einzigartig ist es aber, ein international agierendes Unternehmen nur zu zweit zu führen – als Ehepaar, ganz ohne Mitarbeiter. Denn seit dem Jahr 2010 sind sämtliche anderen Leistungen outgesourct. Dass dieser Balanceakt gelingt, liegt wohl auch an der Kernkompetenz der MFT Bodyteamwork GmbH mit Sitz in Kirchberg in Tirol: Denn die Gründer, Claudia und Ewald Aigner, produzieren Trainingsgeräte, die für Koordination, Balance und Stabilität sorgen – die sogenannten Balance Boards. Allein im DACHRaum wurden davon schon mehr als 400.000 Stück verkauft. Und sogar heimische Skistars – von Hermann Maier bis Marcel Hirscher – setzen auf das innovative Trainingsgerät.

UNERKLÄRLICHER LEISTUNGSABFALL Dass der gelernte Maschinenbauer Aigner die Notwendigkeit von Körperstabilisationstraining erkannt hat, liegt nicht nur in seiner eigenen Vergangenheit als Leistungssportler im Skilauf. Als Mentaltrainer und Sportpsychologe beim Österreichischen Skiverband (ÖSV) hatte er mit Sportlern zu tun, die zwar die Technik perfekt beherrschen, aber an ihre bisherigen Leistungen nicht mehr anschließen konnten. „Die Gründe dafür können Verletzungen oder falsches Training sein“, erklärt Aigner. In der Psychologie kommt hier die Selbst- und die Bewegungsregulation ins Spiel – ein Sammelbegriff für jene Fähigkeiten, mit denen Menschen ihre Aufmerksamkeit, Emotionen, Impulse und Handlungen steuern, ob bewusst oder unbewusst. „Der Sportler sieht sich beispielsweise per Video und erkennt, dass seine Bewegungen falsch sind. Während des Sports fällt ihm das aber nicht auf. Er kann die Abläufe im Training noch korrigieren, im Rennen müssen sie aber automatisch ablaufen. Das ist der Punkt, an dem der Sportler nervös wird“, sagt der Unternehmer. Und genau hier kommen seine Trainingsgeräte ins Spiel, die unter der Marke MFT vertrieben werden: „Damit gelingt es, neues Bewegungsbewusstsein aufzubauen“. Wenig verwunderlich also, dass Physiotherapeuten eine der wesentlichsten Kundengruppen wurden. Rund 70 Prozent der verkauften Geräte werden heute in der Physiotherapie eingesetzt. In der Entwicklung setzt MFT deswegen auch auf wissenschaftliche Erkenntnisse und arbeitet eng mit Experten der Universität Innsbruck zusammen. „Asymmetrische Belastungen beim Sport, aber auch im Alltag, erhöhen das Risiko von Verletzungen. Durch spezifisches Koordinations- und Balancetraining mit geeigneten Geräten kann man diesen jedoch vorbeugen“, erläutert Prof. Dr. Christian Raschner vom Institut für Sportwissenschaft an der Universität Innsbruck. Diese wissenschaftliche Expertise mag auch ein Grund dafür sein, dass sich die Produkte des Unternehmens seit dem Markteintritt vor rund 20 Jahren „nicht wesentlich geändert“ haben, wie Aigner bestätigt.

Was sich sehr wohl geändert hat, sind die technischen Möglichkeiten, welche die Digitalisierung mit sich gebracht hat. „Die Digitalisierung ist längst auch in die Sport- und Gesundheitsbranche eingezogen. Fitness-Apps und Fitness-Gaming erleben geradezu einen Boom“, sagt der Geschäftsführer. Hier setzt das Unternehmen mit der Challenge Disc 2.0 auf Gamification. Mittels Sensortechnologie wird das Tracking der eigenen Bewegungen auf verschiedenen Endgeräten ermöglicht. Neben wissenschaftlich fundierten Trainings- und Therapieprogrammen bietet die Challenge Disc App auch Spiele, die zum regelmäßigen Trainieren motivieren sollen.

KOOPERATION MIT TOP-PROFIS Dass Aigner seit knapp zehn Jahren ohne einen einzigen Mitarbeiter auskommt – er führt das Unternehmen zusammen mit seiner Frau –, sieht er als wesentlichen Vorteil. „Durch das Outsourcing kann ich mit den besten Personen zusammenarbeiten, die ich mir sonst auch aufgrund der teuren Lohnkosten nicht leisten könnte“, so der ehemalige Sportprofi. Um Topexperten zu bekommen, ist laut Aigner auch eine gewisse Unternehmensgröße Voraussetzung: „Profis für das Onlinemarketing gehen eher zu großen Konzernen. Ich habe es outgesourct und würde es nie wieder anders machen“.

An den fehlenden Mitarbeitern liegt es auch nicht, dass MFT mit mehr als 20.000 verkauften Geräten pro Jahr vor allem in der DACH-Region aktiv ist. Der Grund dafür ist im Gesundheitsbewusstsein der Bevölkerung zu finden. „Das Verständnis, selber für die eigene Gesundheit aktiv werden zu müssen, ist hier viel ausgeprägter. Und die Menschen sind auch bereit, dafür Geld auszugeben. In Südeuropa ist das beispielsweise nicht so“, erklärt Aigner. Das Marktpotenzial in Europa ist für den Sportartikelhersteller jedoch bei Weitem nicht ausgeschöpft. Laut einer Marktstudie gibt es das Potenzial, bis zu 300.000 Balance Boards pro Jahr zu verkaufen.

ERFOLGREICHES CROWDFUNDING Dennoch arbeitet das Unternehmen auch daran, neue, entferntere Märkte zu erschließen. Auf dem Plan stehen Länder wie die USA, Indien, China und auch Japan. „Die Händler sind von unseren Produkten begeistert. Aber es geht nicht so schnell, wie man glaubt“, sagt der Unternehmer.

Den nächsten Expansionsschritt – vorerst in Europa und im November auch weltweit – setzt Aigner mit einer neuen „digital Line“, mit der auch Sitzbälle und Sitzkissen mit den MFT-Sensoren aufgerüstet werden können. Die Kofinanzierung dieser Expansion wurde bereits über Crowdfunding auf der Plattform Lion Rocket abgewickelt. Schon nach einer Woche war das Ziel von 75.000 Euro erreicht. Der Vorjahresumsatz von einer Million Euro soll sich mit den neuen Produkten ebenfalls erhöhen. Die Digitalisierung wird auch weiterhin die Zukunft des Unternehmens prägen, ist Aigner überzeugt: „In zwei bis drei Jahren werden digitale Produkte unser Hauptgeschäft sein.“

Autor/in:

MARKUS MITTERMÜLLER