

Alles nach Maß

WASNI ermöglicht jedes Modell für Mensch und Mode



02. September 2024 | Petra Mies | Textbeitrag

[Weiterentwicklung der beruflichen Teilhabe](#)

Das inklusive Team der preisgekrönten Textil-Manufaktur WASNI ist das erste anerkannte Inklusionsunternehmen in der deutschen Textilbranche. Das Textilunternehmen im süddeutschen Raum näht nachhaltige Hoodies und mehr nach Maß. Möglichst alles möglich zu machen, das erklärt den Erfolg der Firma in der hart umkämpften Bekleidungsbranche. "Wir haben ein cooles Betriebsklima, das auf die

Qualitäten und Bedürfnisse jedes Einzelnen setzt", sagt Geschäftsführer Daniel Kowalewski. "Ansonsten unterscheiden wir uns nicht viel von anderen Unternehmen."

"Wenn anders sein normal ist"

Ein Betrieb wie jeder andere sind Laden und Manufaktur unter einem Dach in der Esslinger Weststadt keinesfalls. Schon der Name transportiert den besonderen Geist, der bei der Bekleidungsfirma herrscht. WASNI, das steht abgekürzt für den Slogan "Wenn anders sein normal ist". Gehörlos wie Modeteilnäherin Yaprak Cukurova? Kleinwüchsig wie Modedesignerin und Maßschneiderin Nadine Feist, ebenfalls Mitarbeiterin der ersten Stunde? Gut und kreativ müssen sie wie auch die anderen zwölf KollegInnen mit und ohne Handicap sein. "Und als wir merkten, dass Yaprak in der Pause nicht mitlachte und wir ihre Laune nicht deuten konnten, weil sie als Gehörlose nicht unsere Sprache spricht, haben wir anderen eben Gebärdensprache gelernt", sagt der 48-jährige Chef. "Seither ist sie voll in den Pausensituationen dabei. Gute Kommunikation ist ein wesentlicher Part unserer offenen Betriebskultur."



Modeteilnäherin Yaprak Cukurova



Nadine Feist und Daniel Kowalewski

Sozial und ökologisch

Kowalewski hatte 13 Jahre in der freien Wirtschaft gearbeitet, als er trotz bester weiterer Karriere-Perspektiven eine Sinnkrise hatte und kündigte. Mit immerhin 38 Jahren absolvierte er einen einjährigen Bundesfreiwilligendienst in einer Schule für Kinder mit geistiger Behinderung. Die Erkenntnis, dass jeder Mensch besondere Fähigkeiten habe, die es zu erkennen und zu fördern gelte, beflügelte ihn ebenso wie die Lust auf lässige und fair produzierte Mode. Dass die Arbeitsabläufe flexibel und individuell auf die Menschen anzupassen seien, statt Menschen umgekehrt nur als konturlose Ausführende in diese zu pressen, war ihm dabei wesentlich. Und zudem der Wunsch, "sozial und ökologisch Kleidung herzustellen, die gut für die Natur und für die Menschen ist".

Leuchtturm-Projekt

Vor neun Jahren gründete Kowalewski die Textil-Manufaktur in Esslingen bei Stuttgart, längst neben anderen Preisen als bestes "Social Start-up" Baden-Württembergs ausgezeichnet. Das Sozialunternehmen sollte zeigen, dass der Leitgedanke auch wirtschaftlich funktioniert – und zudem Vorbild für andere Firmen sein. "Wir zeigen, dass das geht. Andere Unternehmer sollen das doch auch einmal probieren, ich habe zum Beispiel den bürokratischen Aufwand bei den Ämtern als weniger problematisch erlebt als befürchtet, die Hürden waren gar nicht so hoch. Man muss Inklusion nur wirklich wollen, sie braucht Berührung und Begegnung." Bezahlt werde in der Regel Mindestlohn, einige Beschäftigte lägen noch darüber. Von den anfangs drei Mitarbeitenden sind noch

alle dabei, der Geschäftsführer könnte das nunmehr zwölfköpfige Team locker aufstocken. "Es gibt dauernd so viele Anfragen von Menschen mit Behinderung, die Arbeitserprobung, Anstellung oder ein Praktikum bei uns wollen", sagt er. "Aber auch wir als Leuchtturm-Projekt können das Problem leider nicht für alle lösen, so leid mir das tut."

WASNI

Die Hoodie-Manufaktur



Kunden beim Manufakturverkauf

Made in Esslingen

Der Mode-Markt ist überschwemmt von Kapuzenpullis, Shirts, Sweatern und Jacken. Wie kann sich WASNI gegen die große Konkurrenz durchsetzen? Zumal die Hoodies, made in Esslingen, nicht ganz billig sind: 79 Euro kostet die Standard-Variante beispielsweise, von der es zwölf Modelle in 26 Basis-Farben gibt, 89 Euro die Standard-Jacke. "Aber sie ist natürlich handgemacht und besteht aus zertifizierter Bio-Baumwolle", sagt Kowalewski. "Jeder kann hier hinten im Laden die Nähmaschinen und die MitarbeiterInnen sehen, die Stofflager im ersten Stock sind auch vor Ort, oben machen wir auch den automatisierten Zuschnitt per CNC-Cutter." Und wenn der

Grundschnitt in den handelsüblichen Größen nicht passe, bekomme die Kundschaft eben ihren Hoodie nach Maß. Per Konfigurator kann sie sich außerdem auch direkt im Manufaktur-Verkauf im Hinterhof oder online die Farben, Stoffe und Modell-Variante für ihr ganz einzigartiges Stück zusammenstellen. "Online sind viele Menschen mutiger beim Konfigurator, das sieht man schon an den vielen Farben." Der Chef lacht. "Unser Baukasten-System ermöglicht zig Millionen Varianten."

Bunte Mischung

Die variantenreiche Idee zieht, "wir haben eine total bunte Mischung von Kundschaft, unsere Zielgruppe ist breit gefächert", sagt der Geschäftsführer. "Die Leute haben Bock auf einen nachhaltigen, einzigartigen Pullover." Der große Kunde etwa, dem der Sweater in der genormten Größe XL zwar passe, aber die Ärmel wie immer viel zu kurz seien, werde bei WASNI vermessen oder gebe seine Maße online an und bekomme den Pulli dann passgenau. "Diese Maßänderung ist im Preis inbegriffen, außerdem speichern wir die individuellen Maße unter dem jeweiligen Namen, so dass der Kunde das nächste Teil ohne weiteren Aufwand bestellen kann." 55 Prozent der Aufträge kämen online, 15 Prozent der Oberteile würden direkt im Laden gekauft oder bestellt – und 30 Prozent seien Sammelaufträge etwa von Vereinen wie jüngst der Volleyballmannschaft oder Firmen. Gerade habe Mercedes 250 gelbe WASNI-Pullis bestellt. Erfreulich, "denn seit zwei Jahren ist die gesamte Wirtschaftslage zunehmend angespannt. Da müssen wir noch mehr tun und erstmals auch Werbung machen und in den Sozialkanälen aktiv sein, um das Auftrags-Niveau zu halten."



wenn anders sein normal ist



Firmenbekleidung Teambekleidung

"Wir müssen Hoodies verkaufen"

Wie für alle Unternehmen mit sozialversicherungspflichtig Beschäftigten gelten Kowalski zufolge auch bei WASNI die Gesetze des Marktes. "Ganz klar, wir sind keine karitative Einrichtung. In der Summe decken Zuschüsse gerade mal sechs Prozent unserer Kosten, alles andere müssen wir selbst machen und durch das finanzieren, was wir herstellen und vertreiben." Kurzum: "Wir müssen Hoodies verkaufen." Bei den Förderungen seien die Lohnkostenzuschüsse des Integrationsamtes des Landes Baden-Württemberg wie auch Investitionszuschüsse nicht nur einem ausgewiesenen inklusiven Unternehmen vorbehalten. "Die können alle Firmen beantragen, wenn sie auch nur einen Menschen mit Handicap einstellen." Nur die dritte Säule sei exklusiv für Unternehmen wie WASNI mit einem sehr hohen Anteil von Menschen mit Behinderung bestimmt. Dieser Zuschuss für besonderen Aufwand, ebenfalls vom Landes-Integrationsamt, belaufe sich auf im Schnitt auf jeweils 150 Euro monatlich für einen schwerbehinderten Mitarbeitenden.

Vereinfachte Abläufe

Innerbetrieblich sieht der Gründer drei maßgebliche Punkte, die WASNI ausmachen. So individuell die bestellten Teile auch sein könnten, so einheitlich müsse das Herstellungsverfahren sein. "Wir haben eine hohe Standardisierung von Prozessen", betont er. "Auch wenn ich einen Nähschnitt ändere, muss der Ablauf immer der gleiche sein." Zweitens erleichterten mitunter Vereinfachungen bei Farb- und Zahlencodierungen die Arbeit. "Zum Beispiel umfassen die Bündchen, die auf Spannung angenäht werden, achtzig Prozent des Ärmelumfangs. Wenn das dann zum Beispiel 21,2 Zentimeter waren, kamen manche MitarbeiterInnen damit nicht zurecht. Also rundeten

wir das dann auf 20 Zentimeter ab." Ob Schablonen oder andere Hilfsmittel: "Prozesse zu optimieren und zu vereinfachen, ist etwas, das jedes Unternehmen machen kann. Man sollte nicht jeden Morgen überlegen müssen: Wie geht das?"





Modedesignerin und Maßschneiderin Nadine Feist

Sicherer Hafen

Das Herzstück und damit der dritte Punkt der Firmen-Kultur betrifft auch den Chef selbst: "Das hat selbst bei flachen Hierarchien immer mit Führung und Offenheit zu tun", befindet Kowalski. "Ich muss dafür sorgen, dass WASNI ein sicherer Hafen ist, also ein Ort, an dem jeder sich kreativ einbringen, aber auch als Mensch so sein kann, wie er ist." Er nennt als Beispiel eine schwer depressive Mitarbeiterin. Sie sei zwar sehr gut eingestellt, habe aber dennoch auch ihre schlechten Phasen. "Es ist erlaubt, dass sie dann rausgeht und weint und ich sie dann frage, wie wir sonst mit ihr umgehen können." Zudem könnten psychisch Erkrankte aufgrund der Medikation gegebenenfalls noch nicht um acht Uhr morgens fit sein: "Klar, da müssen wir auch mit den Arbeitszeiten flexibel und unterstützend sein." Einmal im Monat sei auch ein Teamtreffen, um Themen zu besprechen und zusammen abzustimmen. Das verstehe er auch als Betriebswirtschaftler unter einem "coolen Betriebsklima": "Jeder darf sagen, was er braucht, das tut keinem weh. Alle sollen sich hier bei der Arbeit wohlfühlen."

www.wasni.de

[Zurück zur Artikelübersicht](#)

Bleiben Sie informiert

Abonnieren Sie jetzt unseren Newsletter und bleiben Sie auf dem neusten Stand

[Jetzt abonnieren](#)

53° NORD wird gefördert durch:

53° NORD Agentur und Verlag

Ein Geschäftsbereich der GDW - [Genossenschaft der Werkstätten für behinderte Menschen Mitte eG](#)

[Frankfurter Straße 227b](#) | 34134 Kassel

Telefon: [+49 561 475966-53](#) · Telefax: +49 561 475966-75

E-Mail: info@53grad-nord.com