

Smart, fit, in

Dr. Kathleen Wachowski über Marktchancen für adaptierte Mode

Behindertengerechte Bekleidung ist ein Spezialgebiet, mit dem sich in Deutschland bislang nur wenige Unternehmen auseinandersetzen“, sagt Kathleen Wachowski, Gründerin des Vereins *SmartFitIn* und Initiatorin vom Innovationsforum *Adapted Fashion*, einer Plattform für den Wissensaustausch und die Entwicklung einer adaptierten Vermarktung behindertengerechter Kleidung. Die Grundidee: Kleidung soll sich nicht nur mit Hilfe von technologischen Neuerungen an gesundheitliche Defizite anpassen, sondern darüber hinaus auch schick und modisch sein. WIR sprachen mit Dr. Kathleen Wachowski über die Chancen von adaptierter Mode, sich als Nischenmarkt in Deutschland zu etablieren.

Frau Wachowski, wofür steht der Name SmartFitIn?

Der Verein *SmartFitIn*, den wir 2014 als Verein gegründet haben, steht für intelligent gemachte Produkte, der Gesundheit dienende, schicke Produkte. Wir sind ein internationales, branchenübergreifendes Kommunikationsnetzwerk zwischen Forschern, Herstellern und Nutzern von innovativen adaptierten Produkten wie Kleidung, Schuhe, Möbel, Accessoires für Menschen mit und

ohne Bewegungseinschränkungen. Auf Mode bezogen können Schnittkonstruktionen so entwickelt werden, dass sie nach außen schick und gleichzeitig so clever gemacht sind, dass die Kleidung trotz behindernder Körperpartien gut getragen werden kann und dem Träger seine Autonomie erhalten oder zurückgeben.

Wie funktioniert das in der Praxis?

Wir planen eine internationale Kommunikationsplattform mit einem Onlineshop. Wenn ich z. B. als Prothesenträger einen schönen Pullover eines englischen Designers haben möchte, könnte ich über die Plattform anfragen und via Skype meine Maße für die Schnittmusterkonstruktion nehmen lassen. Meine Körpermaße werden in eine Software aufgenommen und Sie sehen sich dann in dem Pullover, den Sie gerade kaufen möchten und der entsprechend der Körperform angepasst ist. Im Unterschied zur Maßschneiderei gehen Sie nicht mehr persönlich zum Schneider und der Designer macht die Schnittkonstruktion nicht mehr wie früher mit Papier und Kreide, sondern über eine Software. Ihr Pullover sieht fertig aus wie für alle anderen, aber er ist angepasst an Ihre Angaben. Schnittkonstruktionen



Rollibasketballer für das inklusive Oettinger RSB Team tragen eine neue Kollektion adaptierter Rollibasketballkleidung, hergestellt mit dem Codesign-Prinzip von Bivolino.

on demand gibt es bereits, z. B. beim Online-Hemdenhersteller *Bivolino* oder bei *Gertsch Consulting* und *Mode Vision*, einem Schweizer Beratungs- und Vertriebsunternehmen für Software für die Modebranche. Beide beabsichtigen, ihre ersten Erfahrungen im Bereich adaptierte Mode zu vertiefen. (A.d.R.: *bivolino.com* fragt Größe, Alter und Gewicht ab, *gertsch.ch* entwickelt zurzeit eine 3D-Visualisierungssoftware).

Das Bedürfnis des Kunden, die Kleidung trotzdem mal anzufassen, ist natürlich vorhanden. Deswegen planen wir neben der virtuellen Plattform ein Showroom-Netzwerk, d.h. an verschiedenen Orten deutschland- und europaweit können Kunden die Modelle von Herstellern aus ganz Europa ausprobieren und nach dortiger Vermessung, die an die Hersteller weiter geleitet wird, auch bestellen. Die Kunden können so auch ihre persönlichen Erfahrungen mit dieser Kleidung, ihre Empfehlung an die Hersteller weitergeben und werden so zu Co-Designern. Dort kann der Kunde hinfahren und sich die Modelle in verschiedenen Größen anschauen. Ich habe so viele gute Ideen auf Modeschulen gesehen, die aber nicht zur Marktreife gelangen. In so einem Innovationsroom könnten sich Jungdesigner mit ihren adaptierten Ideen präsentieren. Es können auch adaptierte Möbel oder auch Kosmetika für z. B. blinde Menschen ausgestellt und ausprobiert werden.

Wie sehen die Markchancen für adaptierte Produkte aus?

Thüringen, dessen Wirtschaft zu über 80 Prozent von

Kleinunternehmen lebt, schien mir für solch eine Projektidee gut geeignet. Beim *Bundesministerium für Bildung und Forschung* gibt es im Rahmen von *Unternehmen Region* das Programm *Innovationsforen* mit der Aufgabe, regionale Netzwerke in ihrer Startphase zu unterstützen. Die Förderung hilft Initiativen, ihr Netzwerk zu bilden, ihr thematisches Profil zu schärfen und Kontakte und Kooperationen auf- und auszubauen. In diesem Rahmen konnte ich 2013 und 2014 drei große Konferenzen initiieren, wo Unternehmer, Behinderteneinrichtungen, Forschungsinstitute und Agenturen sich zum ersten Mal zum Thema Mode für Menschen mit Bewegungseinschränkungen trafen. Dort war eine große Vielfalt von den Mikrounternehmen adaptierter Mode vertreten, die sich z. B. auf Ponchos für Menschen mit Behinderung, Unterwäsche, adaptierte Jeans, Kleidung nur für Kinder mit Behinderung oder für spezielle Bewegungseinschränkungen spezialisiert haben. In gewisser Weise spiegeln diese Kleinstunternehmen die Vielfalt der Behinderungen wider und haben sich oft aus dem Bedürfnis heraus gegründet, passende Kleidung für ihre betroffenen Familienangehörigen und andere Menschen aus ihrer Region genau für deren spezifische Behinderung herzustellen. Ein Branchenriese, der Massenware herstellt, wie Adidas, ist darunter leider nicht zu finden.

Welche Möglichkeiten haben Menschen mit Behinderung mit kleinerem Geldbeutel, speziell für sie Angefertigtes zu kaufen?



Dr. Kathleen Wachowski auf dem „Fit auch mit Sehbehinderung“-Tag in Erfurt am 2. Juli 2015



Dr. Kathleen Wachowski (Mitte sitzend) erklärt Startup Unternehmen aus der Bekleidungsbranche das geplante Netzwerk SmartFitIn und die Vorteile, neue Arbeitsplätze für Menschen mit und ohne Handicap in adaptierter Mode zu schaffen.

Die genannten Kleinstunternehmen schneiden entweder individuell oder stellen nur ganz kleine und entsprechend teure Serien her. Die Krankenkassen bezahlen nichts oder nur einen ganz kleinen Teil dazu. Natürlich ist es illusorisch, sich über die Krankenkassen komplett einzukleiden, aber wenn ich als Mensch mit Behinderung nur eine kleine Rente beziehe, ist es natürlich ein Problem z. B. einen Poncho für 300 Euro zu kaufen, wengleich er so gut verarbeitet und an den Rollstuhl angepasst ist, dass man ihn auch zehn Jahre tragen kann. Aber auch Krankenkassen haben persönliche Entscheidungsmöglichkeiten. Meine Gespräche mit den Herstellern zeigen, dass es vom Grad seines Engagements abhängig ist, dass er sich bei den Krankenkassen vorstellt und sagt, dass er für seine Patienten/Kunden Unterstützung haben möchte. Dann kann es passieren, dass die Kasse die Hälfte des Ponchos mitträgt. Das ist auch ein Aspekt für die Gründung von *SmartFitIn*. Kleidung wird nicht als Hilfsmittel wahrgenommen. Ich habe im Netzwerk ca. 30 Kleinstunternehmer, die alle das gleiche Problem haben, dass ihre Kleidung adaptiert für Menschen mit speziellen Bedürfnissen nicht als Hilfsmittel anerkannt wird. Gemeinsam als Gruppe die Interessen der Hersteller und der Endnutzer zu vertreten könnte sicher auch bei den Krankenkassen zu mehr Verständnis führen.

Wie sehen die Rahmenbedingungen in anderen Ländern aus?

Designer in Europa arbeiten unter unterschiedlichen Bedingungen. Der französische Designer Chris Ambrais-

se Boston stellte in Paris seine erste Kollektion schicker adaptierter Mode für jungen Menschen bereits 2007 vor und fand große Unterstützung bei der zuständigen für Menschen mit Behinderungen der Stadt Paris. Hersteller von adaptierter Mode in Holland müssen nicht so extrem kämpfen wie in Deutschland, weil sie gar nicht auf dem normalen Textilmarkt sind. Die Krankenkassen dort beauftragen die Designer, Kleidung für Menschen mit Behinderung herzustellen und bezahlen sie auch. Intensive Unterstützung ist für einen Jungdesigner dort wohl weniger erforderlich, um sich eine

Existenz mit adaptierter Kleidung aufzubauen. Für unser Projekt in Deutschland schaue ich auch, was international gemacht wird und was man hier auch übernehmen kann.

Sie haben ganz schön dicke Bretter zu bohren ...

Deshalb haben wir auch den Verein gegründet, denn wir sehen reale Marktchancen für adaptierte Mode. Aber trotz vorhandener Marktkapazitäten gibt es noch viele Konkurrenzängste. Und es fehlt der selbstverständliche

Umgang mit adaptierter Mode, das Kommunizieren der Kunden über ihre Bekleidungsbedürfnisse, das auch Forscher und Hersteller motiviert, sich mehr damit zu beschäftigen. In der Zukunft sollte adaptierte Mode auch in normalen Modeläden und nicht nur in Sanitätshäusern angeboten werden können.

Der Schlüssel dazu ist personalisierte Kleidung für alle, die Funktionali-

tät mit Ästhetik verbindet. Heute denkt ja auch keiner mehr daran, dass die TV-Fernbedienung ursprünglich als ein adaptiertes Produkt für Menschen mit Behinderung entwickelt worden ist.

Viel Erfolg für SmartFitIn und vielen Dank für das Gespräch!

Ursula Rebenstorf

„Die Idee, ein Netzwerk für adaptierte Mode für Menschen mit Behinderung zu knüpfen, ist schwierig umzusetzen. Wer nicht direkt von Behinderung betroffen ist, kann sich dieses Anliegen nur schwer vorstellen.“

Kathleen Wachowski