

JEDER MITARBEITER IST EIN GEWINN

Bei der NintegrA gGmbH schafft man mit Premium-Holzprodukten Arbeitsplätze für benachteiligte Menschen

NintegrA gGmbH

Gewerk: Schreinerarbeiten, Holzbauprodukte

Standort: Stuttgart, Baden-Württemberg

Gründungsjahr: 2004

Wirkungsraum: europaweit

Kundenstruktur: 90% privat
10% gewerblich

Mitarbeiter: 15 - 20

www.NintegrA.de

Erfolg muss in diesem Betrieb an anderen Maßstäben gemessen werden. „Unsere Produkte gibt es nicht um reich zu werden, sondern um Menschen in Arbeit zu bringen“, bringt Martin Tertelmann, Fachbereichsleiter Presse und Medien bei der NEUE ARBEIT gGmbH und verantwortlich für das Marketing der NintegrA, die Grundidee auf den Punkt. Die gemeinnützige Gesellschaft NintegrA gGmbH (eine Wortspiel aus „NEUE ARBEIT“ und Integration) wurde 2004 als hundertprozentige Tochter des Sozialunternehmens NEUE ARBEIT gegründet, das sich in diakonischer Trägerschaft befindet.

Vor dieser Ausgründung wurden die klassischen Produkte einer Werkstatt für behinderte Menschen gefertigt: Bauschreinerarbeiten oder Einrichtungen für lokale Kindergärten. Vor ca. zehn Jahren kam es dann durch eine Anfrage zu einer gänzlichen Neuausrichtung des Betriebs. Der Stuttgarter Architekt Werner Grosse hatte zusammen mit der Universität Stuttgart und dem Fraunhofer Institut ein modulares Holzbausystem entwickelt und war auf der Suche nach einer Schreinerei, die diese Produkte für ihn fertigen sollte. Diese Anfrage fiel in eine Zeit, in der durch politische Reformen die Fördergelder für öffentliche Einrichtungen drastisch abnahmen. Auch die NEUE ARBEIT war (und ist) immer mehr darauf angewiesen, unabhängig von staatlichen Hilfen zu wirtschaften. Und so entstand eine Kooperation, die das jetzige Profil von NintegrA bestimmt: Eine klare Konzentration auf drei hochwertige Kernprodukte. Das ist zum einen das Massivholzbausystem „Palisadio“, zwölfkantige Massivholz-Profilstangen aus Weichhölzern, aus welchen im Stecksystem Holzhäuser gebaut werden. Die zweite Marke, die ebenfalls in Zusammenarbeit mit Grosse entwickelt wurde, ist „Quadino“, ein Holzboden für den Außenbereich, der mit Steckverbindungen aus Kautschuk montiert wird. Das dritte Standbein von NintegrA sind hochwertige Bambusmöbel, die exklusiv für die „Gesellschaft für bessere Möbel“ (eine Möbelkollektion eines Berliner Architekturbüros) hergestellt werden.

Diese drei Produkte basieren auf der selben Idee. Sie haben weitgehend unbehandeltes Holz zur Grundlage, sie sind simpel im Aufbau, aber hochwertig in der Verarbeitung und schließlich, und das ist das Entscheidende für ihren Hersteller: Es sind Produkte, die in einfachen Arbeitsschritten produziert werden können.

Premium-Zielgruppe „LOHAS“

Fragt man Volker Kollek, Schreinermeister und Produktionsleiter bei NintegrA, was es für ihn bedeute, erfolgreich zu sein, antwortet er: „Der Erfolg für mich persönlich ist, mit diesen Menschen diese Klasse Produkte herzustellen.“ Denn darum geht es bei NintegrA. Menschen zu beschäftigen, die durch das Raster fallen – zu qualifiziert für die Behindertenwerkstatt, zu schwach für den ersten Arbeitsmarkt. Da bei NintegrA mehr als 40 Prozent der Mitarbeiter schwerbehindert sind und der Betrieb so als „gemeinnütziger Betrieb“ gilt, entsteht ihm dadurch ein steuerlicher Vorteil. Für die Minderleistung der schwerbehinderten Mitarbeiter erhält NintegrA einen Lohnkostenzuschuss in Höhe von 10 - 15%. Die Arbeit vermittelt den Mitarbeitern, die alle voll sozialversicherungspflichtig angestellt sind, Sicherheit und Selbstbewusstsein und ermöglicht es ihnen, mit einem kleinem Auskommen ein weitgehend unabhängiges Leben zu führen. So viel zum gesellschaftlichen Mehrwert des Betriebes.

Das Ziel, sich möglichst unabhängig von öffentlichen Fördergeldern aufzustellen und trotzdem weiter wachsen zu können, verfolgt die NintegrA mit einer klaren Markenstrategie. Der professionelle Auftritt der Marken in Werbebroschüren und Prospekten steht konträr zu dem „Almosenimage“, das integrativen Werkstätten gemeinhin anheftet. Mit seinen Produkten spricht der Betrieb eine ganz bestimmte Zielgruppe an: Besserverdiener, die Wert auf ökologisch und sozial nachhaltige Produkte legen, sogenannte LOHAS (Lifestyle of Sustainability and Health, zu deutsch: ein Lebensstil, der sich an Nachhaltigkeit und Gesundheit orientiert). Auf diese Zielgruppe sind auch die Werbemaßnahmen ausgerichtet.

Erfolgsfaktoren

- Aufbau von Premiummarken zur professionellen Positionierung auf dem Markt
- Ansprache einer konkreten Zielgruppe durch sozial und ökologisch nachhaltige Produkte
- Bündelung der Konzentration auf drei klar umrissene Produkte
- Flexibler Mitarbeiteraustausch zwischen den Abteilungen und anderen Betrieben der Neuen Arbeit um kurzfristig Kapazitäten zu erhöhen



Volker Kollek

Doch auch bei diesen Kunden gilt: „Zunächst müssen Qualität, Preis und Liefertermin stimmen und erst dann wird der soziale Aspekt zum Zünglein an der Waage“, so Kollek. „Wir haben leider kein Mediabudget“, sagt der gelernte Werber Tertelmann, „deshalb müssen wir unsere ganze Aktivität auf die klassische PR richten.“ Und so vermarktet NintegrA neben regelmäßigen Messebesuchen seine Produkte über Multiplikatoren wie Publikumszeitschriften (z. B. zum Thema Wohnen, Garten, etc.). Der Vertrieb von „Palisadio“ und „Quadino“ wird im Moment noch gänzlich über telefonische oder schriftliche Bestellungen in der Werkstatt in Stuttgart abgewickelt. Ein eigener Onlineshop ist als weiterer Vertriebskanal jedoch bereits angedacht. Über Quantur-Haus, einen Anbieter von Fertigholzhäusern, werden seit letztem Sommer Systemhäuser auf der Grundlage von „Palisadio“ vertrieben, um mit der Standardisierung des Produkts noch mehr Kundengruppen ansprechen zu können.

Erfolg besteht in wachsender Mitarbeiterbeschäftigung

Gerade im Bereich des Holzbausystems betreibt NintegrA gezielte Wettbewerbsbeobachtung mit dem Ergebnis: „Wir können uns sehen lassen.“ So bietet beispielsweise kein Wettbewerber eine rein handwerkliche Lösung der Eckverbindungen im Holzhausbau an. Bei den anderen beiden Produkten sei man weniger wettbewerbsorientiert, so Kollek. Denn auch wenn sie eine gemeinnützige Gesellschaft seien, könnten sie nicht gemeinnützig kalkulieren. Gerade beim Bodensystem könne und wolle man nicht mit günstigeren Anbietern – etwa Baumarktketten – konkurrieren. Mit dem so entstehenden Preisdruck sei mit der NintegrA-eigenen Produktphilosophie nicht mehr zu entsprechen: Der Wertigkeit des eingesetzten Materials und dem standardisierten Produktionsablauf, auf dem die Arbeitsplätze bei NintegrA basieren.

Die Personalführung unterscheidet sich in einigen Bereichen natürlich deutlich von jener anderer Betriebe. Entsteht durch einen zugesagten Liefertermin z. B. Zeitdruck, kann dieser nicht ohne weiteres an die Beschäftigten weitergegeben werden. Dafür ist man bei NintegrA flexibel: in Hochphasen können Mitarbeiter anderer Abteilungen oder auch aus anderen Werkstätten der NEUEN ARBEIT hinzugezogen werden, man hilft sich gegenseitig aus.

Bei NintegrA ist das Prinzip vieler anderer Handwerksbetriebe auf den Kopf gestellt: Mehr Mitarbeiter sind in Stuttgart nicht die Begleiterscheinung unternehmerischen Erfolges, sondern von Erfolg spricht man hier, wenn mehr Mitarbeiter beschäftigt werden können. Die Mitarbeiter sind in diesem Betrieb das Kapital, das es mit aller Anstrengung zu vermehren gilt.