

Przerób sobie rządek

– Nie spodziewałam się, że pójdzie aż tak dobrze – mówi właścicielka sklepu z włóczką. Na e-dziwiarka.pl nie tylko się kupuje, ale również udziela porad, głosuje na pracę miesiąca, gawędzi, nawiązuje kontakty

Aneta Augustyn

Mariola ma na sobie obcisłą turkusową sukienkę, którą sama wydziergała, i kolorowy szal własnej roboty. – Pozwolisz – wyciąga z torebki klębek moheru. Odtąd cała rozmowa toczy się w rytmie śmigających drutów.

Przez kilkanaście lat pracowała jako analityk mediów w dużej korporacji, cztery lata temu została zwolniona podczas restrukturyzacji firmy.

– Spodziewałam się, że będę musiała odejść. Już wcześniej mówiło się o tym i nieraz żartowałam w pracy, że jak mnie zwolnią, to założę sklep z włóczką. Sama w to nie wierzyłam, ot babskie gadanie przy kawie. Było marzenie, ale brakowało odwagi – mówi Mariola Rychel.

Bez pracy była przez trzy miesiące. Któregoś dnia siadła przed komputerem i zaczęła szukać w internecie włóczki. Dobrej jakości, w rozsądnej cenie, takiej, jakiej w Polsce jeszcze nie było. Znalazła producenta w Stambule, wysłała maila. Odparł, że chętnie, tylko musi zamówić minimum 300 kilogramów. – Nie mieliśmy żadnych oszczędności, więc wspólnie z mężem wzięliśmy kredyt na 20 tysięcy, tyle, ile kosztowała ta pierwsza partia. Z duszą na ramieniu czekaliśmy na tira. Dotarł, wyładował wełnę na obrzeżach Wrocławia i stamtąd matizem zrobiliśmy kilka kursów do domu. Motki zajęły cały pokój – wspomina.

Mąż, grafik komputerowy, opracował stronę i oprogramowanie systemu. Dokładnie cztery lata temu, 17 października 2009 r. pierwsza klientka z Gdańska zamówiła na e-dziwiarka.pl pierwszy motek. To był moher classic. – Nie mogłam uwierzyć, że pierwszy raz coś sama sprzedalam – śmieje się właścicielka firmy.



Mariola Rychel: – Dzierganie się opłaca, bo sweter z alpaki potrafi kosztować 900 zł, a sama włóczka – tylko 250 zł

Na początku raz dziennie zanosila na pocztę rzeczy do wysłania. Zwykle było nie więcej niż 10 zamówień dziennie. Dziś jest kilkadziesiąt przesyłek dziennie, po które przyjeżdża kurier pocztowy.

Druty z kryształkami

Dziś dzierganie przeżywa renesans. Z trzech powodów: bo ludzie chcą mieć rzeczy niepowtarzalne, bo mają frajdę, kiedy zrobią coś sami, i ze względów ekonomicznych. – Sweter z alpaki potrafi kosztować 900 zł, a sama włóczka tylko 250 – tłumaczy Mariola.

Wyjątkowo ciepła, lekka i miękka alpaka jest najbardziej ekskluzywną wełną. W e-dziwiarka.pl można kupić także inne szlachetne wełny: wielbłądzia, z merynosów, jedwabną, kaszmirową. Oprócz tego włóczki z lnu, bawełny, bambusa, wiskozy, futrzane pompony do czapek, zapinki do szali, rączki do toreb, guziki... Druty mogą być metalowe, drewniane, z włókna węglowego, w przekroju okrągłe lub kwadratowe, gładkie lub nabijane kryształkami Swarovskiego. Plus mar-

kery do zaznaczania liczby nabranych oczek, szydelka dwustronne, o różnych rozmiarach, torebki na druty, całe systemy żyłek i drutów, które można łączyć w różne kombinacje.

Mariola szuka nowości przede wszystkim na Handarbeit und Hobby w Kolonii. – To największe takie targi w Europie. Kiedy widzę, ile osób jest ogarniętych szalem robótek ręcznych, tym bardziej utwierdzam się w tym, że to, co robię, ma sens – uważa.

Ma dostawców w USA, we Włoszech, w Słowenii, Urugwaju (włóczki ręcznie farbowane), w Chinach (włóczka jedwabna), Japonii (wielobarwne Noro, o cieniowanych kolorach). Szczególnie ceni sobie kontakt z pewnym 70-letnim Niemcem, właścicielem niewielkiej rodzinnej firmy produkującej włóczkę. Zaczęło się od jej maila z propozycją współpracy. „Moja włóczka jest inna niż wszystkie”, odpisał chłodno Marioli. Napisła ponownie, odparł, że aby komuś sprzedać swoje motki, musi go najpierw osobiście poznać. Przejechała 900 kilometrów, żeby się przedstawić. Najpierw był test: zgadywała, ja-

Jak założyć taką firmę

- **Ile trzeba zainwestować.** Na początek ok. 30 tys. zł na zakup włóczki, do tego koszt strony ok. 2-6 tys. zł, miesięczny koszt serwera od 10 do 600 zł.
- **Ile można zarobić.** Przeciętne zamówienie to ok. 100 zł, a jest ich dziennie kilkadziesiąt. W ciągu trzech lat można otworzyć sklep stacjonarny.
- **Jak się reklamować.** Na forach hobbyistycznych, w pismach dziewiarskich, poprzez newslettery, pocztą pantoflową.

ARCHIWUM PRYWATNE

kich włóczek dotyka. Z uznaniem obejrzał sweter, który miała na sobie: ręcznie robiony, z wielbłądziej wełny. Rozgadali się, opowiedział jej o maszynie dziewiarskiej z lat 30. z zakładów w Łodzi. Była na złom, odkupił ją, ale nikt nie potrafił jej uruchomić. – W końcu dotarł do dwóch starszych Polaków, którzy dali sobie radę. Kiedy maszyna zaczęła pracować, ponoć poplakali się ze wzruszenia – opowiada Mariola.

Odwiedza pana Klemensa Zitrona co roku, zwykle ubierając się w coś zrobionego z jego włóczek. Są już w takiej zażyłości, że ostatnio zadarł nogawkę: „Testuję nowe skarpetki z kaszmiru”.

W wirtualu i w realu

„Pani Mariolu, a baby merino będzie jeszcze uzupełnione w czasie promocji?”. „Madziu, na pewno nie gryzie malabrigo sock”.

Na e-dziwiarka.pl przez cały dzień trwają dyskusje okołowłóczkowe. Zaczynają około szóstej rano, kończą po północy.

– Chciałam, żeby to był sklep inny niż te, które znalazłam – mówi Mariola.

Dlatego na e-dziwiarka.pl nie tylko się kupuje, ale również udziela wzajemnie porad, ocenia swoje czapki, swetry, poncza, oczywiście z włóczki tutaj kupionej (w archiwum jest już kilka tysięcy prac nadesłanych przez dziwiarki), jest praca miesiąca, na którą głosują internautki, jest tablica ogłoszeń, system do obliczania ilości wełny potrzebnej do wydziergania szala czy skarpet. Niektóre przysyłają w kopercie nitkę, żeby dosłać im taką samą wełnę albo kawałek skóry wycięty z języka w bucie, żeby dobrać identyczny odcień na szal. Kupują także Włoszki, Hiszpanki, Irlandki, Greczynki.

To miejsce kontaktów wirtualnych (10 tys. aktywnych klientek) i realnych, bo wełnę można kupić także w stacjonarnym sklepie we Wrocławiu, który Mariola uruchomiła dwa lata po starcie firmy. Wszystkiego można tam dotknąć, wypróbować. Ogarnięte włóczkomania kobiety raz w miesiącu zjeżdżają się z całej Polski. Sklep zamienia się w improwizowaną kawiarnię, wykładają domowe ciasta, robią na drutach i gadają, sięgając po kolejne motki ze sklepowych półek. Wbrew stereotypom dziergają nie tylko emerytki, ale także studentki. Osoby w różnym wieku, o różnym statusie, średnio sytuowane i zamożne. Kiedy ktoś ma problem, w grupie pada rytualne: „Przerób sobie rządek”.

Logo spod wiśni

– Nie spodziewałam się, że pójdzie aż tak dobrze – mówi Mariola. Zatrudnia dwie kobiety, w grudniu otwiera kolejny, większy sklep we Wrocławiu.

Przyznaje, że kiedy startowała, było kilka znaczących internetowych sklepów z wełną, a teraz jest kilkanaście. – Teraz byłoby znacznie trudniej, trzeba by szukać nowych pomysłów. Trafiłam na dobry czas. Właściwie trafiliśmy, bo mąż cały czas mi pomaga – opowiada. ●