

MOHO DESIGN Sp. z o.o., Katowice

Moho Design Sp. z o.o. została utworzona w 2004 r. przez Magdalенę Lubińską - dizajnerkę z zamiłowania i właścicielkę marki Moho i Michała Biernackiego – projektanta, absolwenta Wydziału Malarstwa na Uniwersytecie Śląskim i współpracownika Akademii Sztuk Pięknych w Katowicach. Firma znana jest już nie tylko w Polsce z produkcji oryginalnych dywanów. Ambicją założycieli firmy jest odkrywanie nowych kierunków w kreacji dywanów oraz realizowanie projektów z wykorzystaniem nowoczesnych technologii przy jednoczesnym czerpaniu z tradycji. Magda Lubińska odnowiła starą polską metodę tkania na krosnach sukna z grubej przędzy wełnianej. Produkty stworzonej od podstaw marki Moho są wykonywane na zamówienie i dostarczane zarówno klientom prywatnym, jak i kontraktowym.¹

Pomysł na biznes pojawił się zupełnie nieoczekiwanie – Magda Lubińska, niedoszła prawniczka, poszukiwała dywanu dla swojego pierwszego dziecka, jednak nie znalazła odpowiadającego jej produktu, ale trafiła do małej fabryczki na Podbeskidziu, gdzie tradycyjnymi metodami produkowano sukno wełniane na góralskie portki. Dostrzegła wtedy ogromny potencjał tego materiału i wytwórni. Przez rok przygotowywała skomercjalizowanie swojego pomysłu – we współpracy z projektantami (Michałem Kopaniszyńcem i Magdą Krauze) opracowywała produkty, planowała wizerunek i promocję marki, katalogi, dystrybucję itp. Miała własną wizję marki Moho, którą konsekwentnie realizowała, uznała, że aby zaistnieć na rynku produkty Moho muszą być bardzo przemyślane i wyjątkowe. W projektowanych wzorach wykorzystywała motywy ludowe, jednoznacznie kojarzone z Polską, co później zostało bardzo dobrze przyjęte i stało się źródłem sukcesu. Poznawała też technologię tkania sukna, mieszania kolorów, uczyła się budowania marki i zarządzania designem. Oprócz wartości estetycznych, wielką uwagę przywiązywała do cech użytkowych tworzonych dywanów.²

Dzięki wyteżonej i ciężkiej pracy powstała pierwsza kolekcja Moho Design - mohohej!, a w niej mohohej!Dia – dywanowa wycinanka o maksymalnej średnicy 320 cm i żywych kolorach. „Od początku wiedziałam, jak ma wyglądać mohohej!Dia. Szukając inspiracji w ludowych wzorach chciałam, żeby stał się gwiazdą kolekcji Moho. Od momentu doboru ludowej inspiracji poprzez szukanie materiału, technologii i koloru chciałam, żeby ta praca była akcentem polskich korzeni kosmopolitycznego Moho.”³ - mówiła Magda Lubińska.

Postanowiono zadebiutować w Londynie w 2004 r. podczas londyńskiego festiwalu 100 Percent Design. Od tego momentu zaczęła się międzynarodowa kariera produktów Moho. Dywan mohohej!Dia został dostrzeżony przez showroomy i agentów, m.in. z Hiszpanii, Austrii, Japonii, a także prestiżowy magazyn „Wallpaper”, który nominował mohohej!Dia do

¹ www.mohodesign.com, *Next_U Produktem Roku 2009*, www.meble.pl, 12.01.2009

[oraz:] *Magda Lubińska*, www.domo.pl, 31.10.2009

² *Magdalena Lubińska - kandydatka na Karolinę Marca*, www.tvs.pl, 02.03.2009 [oraz:] *Kontek A., MAGDALENA LUBIŃSKA - Wszystko, co robię, jest moją pasją*, www.slask.do-celu.eu, grudzień 2009

³ www.silesia-region.pl

nagrody w organizowanym przez siebie konkursie. Jury (w którym zasiadały m.in. takie sławy, jak Donna Karan, Sir Norman Foster i Mario Testino) konkursu Wallpaper Design Award wybierające najciekawsze produkty na światowym rynku, całkiem nieoczekiwanie dla twórców dywanu przyznało mu główną nagrodę w kategorii „tkanina”. Magda Lubińska wspominała: „[dywan mohohej!Dia] Zrobił furorę. Zdobył główną nagrodę w kategorii The Best Textile 2005. Na jego tle fotografowały się wszystkie osobistości świata designu. Pojawiły się kontakty. Swoje usługi projektowe zaproponował Moho sam Ross Lovegrove.”⁴, z którym firma współpracuje do dzisiaj.

Posypały się następne prestiżowe nagrody i wyróżnienia. W 2005 r. dywan mohohej!Dia wygrał konkurs „Śląska Rzecz” w kategorii „Produkt”, brytyjski „The Sunday Times” uznał mohohej!Dia za „najlepszy prezent bożonarodzeniowy dostępny na rynku wzornictwa”. Jako jedyna w historii polska firma Moho wystawiła swój dywan na wystawie sklepu Selfridges na Oxford Street w Londynie, o co latami zabiegają wielkie firmy dizajnerskie.

W 2006 r. firma otrzymała dofinansowanie projektu inwestycyjnego „Rozwój przedsiębiorstwa przez wprowadzenie na rynek innowacyjnej kolekcji dywanów.” z Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego (Regionalny Program Operacyjny Województwa Śląskiego na lata 2007–2013). W tym samym roku (2006) polski magazyn „2+3D” uznał Dię za jeden z dwudziestu najlepszych polskich projektów ostatnich pięciu lat, a w 2008 r. Moho Design - jako pierwsza w historii polska firma - została laureatem prestiżowej Red Dot Design Award, zwanej Oskarem designu. Moho Design również jako jedyna polska firma otrzymała nagrodę Design Management Europe Award, która jest częścią realizowanego przez Komisję Europejską programu Admire. Moho poznały europejskie galerie wnętrz reprezentujące najważniejsze światowe marki. Renomowane muzea sztuki nowoczesnej w Polsce i Europie mają w swoich zbiorach kolekcje Moho. Marka ta uznawana jest za ambasadora polskiego designu na rynkach międzynarodowych.⁵

Mimo niekwestionowanych sukcesów, wyrobienie na rynku mocnej pozycji marki Moho nie było łatwe i trwało dwa lata. Firma musiała przekonać prestiżowych dystrybutorów w kraju i zagranicą, że jest stabilna, dopiero wtedy zawarto kontrakty. Moho jest obecna na najbardziej wymagających i konkurencyjnych rynkach światowych: ma reprezentację w całej Europie, Stanach Zjednoczonych i Japonii, a sama marka warta jest 10 mln złotych.⁶

W marcu 2008 r. Magdalena Lubińska i Michał Biernacki wspólnie ze Stark Development S.A. utworzyli pracownię CODE Architecture & Design Sp z o.o. zajmującą się architekturą, projektowaniem wnętrz oraz wzornictwem przemysłowym.⁷ Stark Development objął 50% udziałów, natomiast resztę (po 25%) Lubińska oraz Biernacki. W październiku tego samego

⁴ Kontek A., op. cit.

⁵ www.domo.pl [oraz:] http://ec.europa.eu/enterprise/policies/entrepreneurship/sme-week/documents/portraits_of_entrepreneurs/pl/2010_smeweek_entrepreneurs_pl.pdf

⁶ Kontek A., op. cit.

⁷ więcej: www.codedesign.pl

roku założyciele Moho odkupili udziały Stark Development S.A. Nowa firma, podobnie, jak Moho Design, także uzyskała dofinansowanie z RPO dla Województwa Śląskiego w ramach Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego na „Rozwój przedsiębiorstwa i zwiększenie jego konkurencyjności poprzez zaoferowanie nowych usług w zakresie interdyscyplinarnego projektowania produktów, form przemysłowych i architektury”. Pracownia CODE współpracuje z największymi polskimi producentami, jak np.: Zelmer S.A, Amika Wronki, Armatura Kraków S.A, Nowy Styl Sp z o.o, MultiBank, Mbank, Vox Industrie S.A, Agnella S.A, BN Office Solutions Sp z o.o. i Nanotechnology Sp z o.o.⁸

Według Magdy Lubińskiej wzornictwo stanowi najważniejszy element strategii biznesowej Moho Desing. Ze względu na zintegrowane podejście do projektowania firma nie musi konkurować cenowo, jak inne przedsiębiorstwa. Dzięki temu nie odczuła wpływu ostatniego kryzysu. Firma oferuje pięć kolekcji: mohobox, mohometro, mohoplumm, mohopuls i sztandarową mohohej!⁹

Na sukces Moho Design złożyło się wiele czynników. Przede wszystkim pasją tworzenia będąca podstawową motywacją do działania dla twórców firmy. Ścieranie się różnych sposobów percepcji członków zespołu i ich indywidualnych dążeń przynosi unikalne rezultaty. Bardzo istotna była również świadomość marki i wiara Magdy Lubińskiej, że na świecie można wypromować produkt pod marką, która ma własną tożsamość.¹⁰

Innowacyjność i prostota pomysłu to kolejne czynniki sukcesu. Firma łączy perfekcyjną technologię i najwyższą jakość czystej wełny z Nowej Zelandii ze starannością wykonania ręcznego oraz dobrym wzornictwem odwołującym się do jego korzeni, czyli motywów ludowych. Dywan mohohej!Dia przypomina wielką wycinankę z papieru. Projektanci użyli znaną formę, ale zmienili jej funkcję, materiał i wielkość. „Przenieśliśmy na podłogę to, co zazwyczaj można zobaczyć na ścianie”¹¹ - mówił Michał Kopaniszyń (absolwent Wydziału Wzornictwa Przemysłowego ASP w Katowicach, współpracujący z Moho od początku), podkreślając, że był to rodzaj żartu. Tradycyjny wzór został również wykorzystany m.in. w dywanie „Koko” sygnowanym przez Kopaniszyńa i Lubińską, w którym czerwony zarys kształtu ptaka odcina się ostro od żółtego tła.¹² Innym przykładem innowacyjności produktów stworzonych w Moho jest kolekcja System 2D+ nawiązująca do zabawy w puzzle. Dywan tworzą w tym przypadku sześciokątne moduły o boku 65 cm łączone w dowolne konfiguracje. Dzięki temu w każdej chwili można łatwo dokonać zmian. Innowacyjny jest

⁸ www.mohodesign.com [oraz:] www.starkdev.pl.

⁹ http://ec.europa.eu/enterprise/policies/entrepreneurship/sme-week/documents/portraits_of_entrepreneurs/pl/2010_smeweek_entrepreneurs_pl.pdf [oraz:] www.silesia-region.pl

¹⁰ Kontek A., op. cit.

¹¹ Kosiewski P., Cepelia XXI wieku, Tygodnik Powszechny, 12.08.2009,

http://wiadomosci.onet.pl/1570282,2679,2,cepelia_xxi_wieku,kioskart.html

¹² Tamże

nawet sposób pakowania dywanu, ponieważ mieści się on w niewielkiej walizce, co znacznie ułatwia transport.¹³

Na sukces Moho wpływa również jakość produktów o której decyduje także materiał używany do ich wykonywania – m.in. trzywarstwowe sukno *mat* tkane na krosnach z wełny nowozelandzkiej, odporne na deformacje i ścieranie, nie absorbuje ono wody i kurzu.¹⁴ Odbiorcy mają do wyboru także kilka innych materiałów (*raf*, *leo*, *taf* oraz *fri*) w kilkudziesięciu kolorach. Na życzenie dywany mogą być barwione według Pantone's Colour System i mieć dowolny wymiar. Dzięki temu, że produkty Moho są wykonywane na zamówienie, firma oferuje nabywcy wrażenie bliskości i indywidualizmu.

Bardzo ważne w sukcesie firmy było przemyślane budowanie marki i kształtowanie wizerunku firmy i jej produktów. Na stronie internetowej firmy można znaleźć dziesiątki artykułów w prasie i magazynach krajowych i zagranicznych, co świadczy o wyjątkowo skutecznych działaniach *public relations*.

Magdalena Lubińska - młoda częstochowianka (rocznik 1979) - jest wspaniałym przykładem nowoczesnej, kreatywnej, podbijającej świat kobiety, która rozwijając firmę z wyjątkową determinacją ciągle podejmowała nowe wyzwania, jednocześnie pogłębiając umiejętności, wiedzę i zainteresowania. Proponując projekty na światowym poziomie, Magdalena Lubińska i jej marka Moho zdobywają międzynarodowe uznanie.¹⁵

¹³ Premiera nowej kolekcji MOHO DESIGN - SYSTEM 2D, www.emebel.pl, 16.10.2008

¹⁴ www.silesia-region.pl

¹⁵ Magdalena Lubińska - kandydatka na Karolinę Marca, op. cit.