



## Case Study

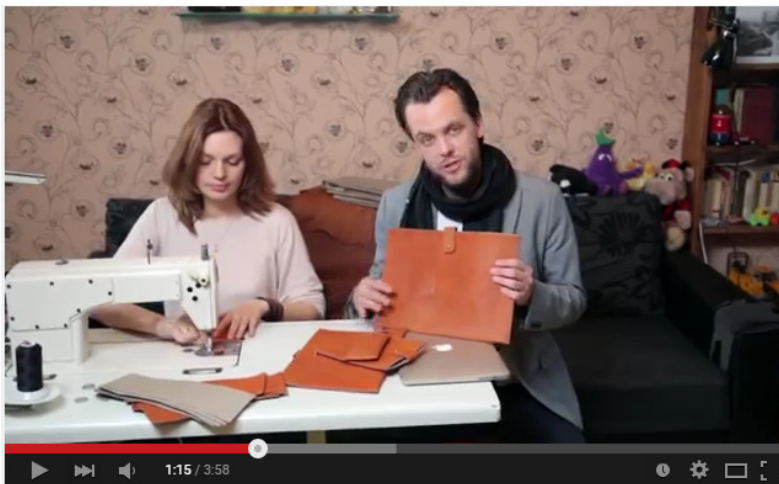
---

### MAMMU

---

### Na startovní čáře

Výrazy Lotyšsko, špičková móda a společenské změny nejsou obvykle používány v jedné větě. To se ale jeden muž s miliony nápady rozhodl změnit. Fionn Dobbin. Poloviční Ir vyrůstající v Německu a



momentálně žijící v Lotyšsku, propojuje své dlouholeté zkušenosti v oblasti designu se znalostmi podnikání, a přichází tak s novými a kreativními řešeními sociálních problémů.

Poté, co absolvoval magisterský program průmyslového designu na Univerzitě umění v Berlíně, navrhl, spolu se svými kolegy, toaletu (WC) pro 2,6 mld lidí po celém světě. Lidí, kteří neměli

přístup k hygienickým zařízením, ani povědomí o jejich nezbytnosti. Prostřednictvím tohoto projektu se Dobbin setkal s držitelem Nobelovy ceny za mír, doktorem Muhammedem Yunusem, spoluvůdcem mikroúvěřů a zakladatelem Grameen Bank. Poté začal Dobbin pracovat pro Grameen Creative Lab, kde vznikají nové nápady na sociální podnikání. Dobbinova vášeň pro využití designu k řešení sociálních problémů a jeho nadšení pro nové nápady ho vedly k založení MAMMU, módní společnosti úzce spolupracující s mladými lotyšskými **matkami v nouzi**.

### Příběh skrytý za jménem

Podnikatelé hledali název, který je spojen se sociálními problémy a byznysem, ale zároveň něco, co je v mezinárodním kontextu srozumitelné. Požadovali světové jméno. V Lotyštině znamená MAMMU zdrobnělinu pro označení matky.

## Sociální potřeba a sociální dopad

Celé to začalo díky jedné osobě. Blízká přítelkyně ovdověla poté, co její manžel tragicky zahynul při automobilové nehodě. Ze dne na den se ocitla sama. Sama se čtyřmi dětmi netušila, jak se s danou situací vypořádat, jelikož jí vláda neposkytovala dostatečnou finanční podporu. Navíc bylo velmi složité skloubit hledání práce s péčí o děti.



V dnešní době je mnoho matek na trhu práce hůře uplatnitelných právě kvůli tomu, že nemohou pracovat na plný úvazek s fixní pracovní dobou. Navíc tyto ženy mají mnohem častěji problém najít pro své děti volná místa ve školkách, jelikož je jich nedostatek. Pokud si tedy nemůžou dovolit najmout chůvu, práce na plný úvazek pro ně není možná. Státní sociální podpora je navíc tak malá, že tyto ženy prakticky musí vyžít z částky pod úrovní životního minima.

Zapojení takto znevýhodněných matek do podnikání MAMMU jim díky **flexibilní pracovní době** umožňuje získat finanční prostředky z podnikatelské činnosti této společensky prospěšné firmy. MAMMU pořádá **kurzy**, kde matky získávají dovednosti potřebné pro výrobu MAMMU módního zboží a znalosti k zakládání **vlastního podnikání** v oblasti výroby oblečení. Po ukončení vzdělávací etapy MAMMU těmto ženám poskytne materiály potřebné pro výrobu. Hotové výrobky potom MAMMU od matek odkoupí.

Hlavním cílem MAMMU není generovat zisk, ale spíše poskytnout sociální podporu matkám, za což jim ony na oplátku vytváří kreativní a vysoce kvalitní módní produkty.

## Jak probíhalo představení první kolekce?

Mladý podnikatel spolu se svým kamarádem začínali pouze s 500 eury, které musely stačit na financování první kolekce šátků, tvorby firemní identity, vizuální komunikace, webových stránek, na první výstavu a také první focení. Vše probíhalo samozřejmě s pomocí jejich přátel: kamarád fotograf pomohl s focením, modely dělali známí, návrháře se nápad líbil tak, že se prostě chtěla zapojit také. Takže to bylo opravdu jen o nákladech na materiál. MAMMU byl hned od začátku něco jako komunitní projekt.



## Jak obchodní model MAMMU funguje?

Společnost jako taková si zisk nenechává, ale používá ho ke svému rozvoji. Sociální byznys je mixem tradičního podnikání a neziskové organizace. Charitativní dolar má jeden život, ale dolar ze sociálního podnikání má životů mnoho, jelikož se sám násobí. Z tradičního podnikání vezmou sociální podnikatelé mechanismus založený na ekonomické udržitelnosti, který kombinují s hlavní myšlenkou celého projektu. To v praxi znamená, že pokud vyděláme 2 miliony dolarů během jednoho měsíce, nevidíte Fionna řídit Ferarri, protože tyto peníze použili na další rozvoj firmy. Navíc vzhledem k tomu, že společnost roste, může zaměstnávat čím dál více matek.

## Jak MAMMU spolupracuje s vládou?

Zakladatelé MAMMU věří, že je důležité být součástí celé společnosti, každopádně po vládě žádné speciální daňové úlevy nechtějí, jelikož jsou i oni navenek normální společností - mají vysoce kvalitní produkty, poskytují špičkové poradenství, tvoří návrhy a starají se také o samotnou produkci. Uvnitř se však liší. Uvnitř jsou sociální firmou, kterou žene kupředu především smysl jejich podnikání a ne zisk.

*"Nechci sedět před televizí, stěžovat si a rozčilovat se. Nechci čekat, až vláda pohne svým zadkem a něco udělá - chci to udělat sám. Nemám čas si stěžovat, chci si věci užívat a to se mi povede jen tehdy, pokud je budu dělat sám. Vláda mě úsměv na tváři vykouzlit nemůže, to dokážu jen já sám. Sociální podnikání je nástrojem, díky němuž můžeme něco udělat my sami." Fionn Dobinn, spoluzakladatel MAMMU.*



MAMMU zastává **7 Grameenových zásad sociálního podnikání**, které uvedl profesor Muhammad Yunus, nositel Nobelovy ceny míru:

- Naším podnikáním pomáháme řešit určitý problém, který ohrožuje celou společnost, její část nebo přírodu.
- Jsme ve své činnosti finančně soběstační.
- Naši investoři mohou dostat zpět maximálně své vklady, ale nemají nárok na žádné dividendy.
- Poté, co jsme vyplatili investory, veškerý zisk vracíme do zlepšování a rozšiřování podnikání; nepřivlastňujeme si zisk.
- Bereme ohled na životní prostředí.
- Naši zaměstnanci dostávají tržní mzdu a důstojné pracovní podmínky.
- Baví nás to.



Pokud se chcete dozvědět více o tom, co znamená být sociálním podnikatelem, poslechněte si Fionna Dobbina, který vypráví o své cestě, jak se z mladého podnikatele v době „Dot-com“ bubliny (internetová horečka) na konci devadesátých let v Berlíně, přes průmyslového designera s cílem bojovat proti nedostatečným hygienickým podmínkám v rozvojových zemích a sociálního podnikatele v módním odvětví, nakonec stane učitel designového myšlení a sociálního podnikání na Stockholmské škole ekonomie v Rize.

## Otázky k diskuzi ve třídě

1. Jakou změnu usiloval tento sociální podnikatel?
2. Jak začal?
3. Jaké překážky musel překonat?
4. V čem si myslíte, že je tento přístup podnikatelský?
5. Co byste tomuto sociálnímu podnikateli poradili?