

TRÄUME REAL WERDEN LASSEN



Professor Johann Stockhammer lehrt Modedesign

>> Für einen Designer ist der Charakter sehr wichtig, und natürlich kommt der zunächst einmal von Familie und Erziehung; davon wurde ich stark geprägt.

Mein Vater war Schuster, meine Mutter Modistin.

Schon früh schnupperte ich an Ledern und Stoffen, dekorierte meine Schwester mit Federn, Fransen oder Schleifen, und ich zeichnete und malte ständig.

Die Nähmaschine meiner Mutter übte eine magische Faszination aus auf mich.

Der Entschluss war schnell gefasst: Ich startete mit einer Ausbildung zum Damen- und Herrenschneider, es erschien mir die richtige Basis für meinen Traum, Modedesigner zu werden.

In München begann ich 1982 im Musteratelier der Firma Chamara als Schneider zu arbeiten, stieg aber schnell auf zum Kollektions-Assistenten.

4 Jahre lang blieb ich in dieser Position und habe in der Zeit einen wichtigen Teil meines Wissens erlernt: konzeptionell eine Kollektion zu entwickeln.

Und ich lernte die Mechanismen zwischen Kollektionsgestaltung, Vertrieb, Marketing, PR und dem Point of Sale kennen.

Ich sah zum ersten Mal meine Ideen und Entwürfe in Geschäften hängen.

Chamara war damals eine der wenigen deutschen Marken, die Modenschauen veranstaltete, die Kollektionen international vertrieb und die erste, die ihre Kollektion in Japan präsentierte.

So kam ich 1982 auch zum ersten Mal nach Japan, das für mich in jeder Phase meines Schaffens ein sehr wichtiger Markt blieb und eines der Länder ist, das mich nach wie vor fasziniert und inspiriert.

Um meine zeichnerischen Fähigkeiten zu verbessern, besuchte ich in dieser Zeit nebenbei die private Kunstschule Nymphenburg und machte bei Müller & Sohn eine Ausbildung zum Schnitt-Techniker.

Chamara bekam 1984 den Münchener Modepreis. Das war damit verbunden, die kreative Leitung der Meisterschule für Mode in München für ein Semester zu übernehmen.

Mir wurde die Aufgabe übertragen, und so lernte ich diese Modeschule, nicht wie ursprünglich geplant, als Schüler kennen, sondern für eine Saison als der kreative Leiter.

In dieser Zeit stellte mich eine gemeinsame Freundin dem Münchner Couturier Manfred Schneider vor. Er bot mir den Posten des 1. Assistenten an.

So beendete ich 1986 meine Mitarbeit bei Chamara, ging für einen Sommer nach Florenz, um die italienische Sprache zu studieren und startete dann meine Zeit bei Manfred Schneider.

Dort war Kontrastprogramm angesagt: Er arbeitete aus dem Bauch heraus, sehr kreativ, mit wenig konzeptioneller Organisation und einem kleinen Team.

Ich entwickelte hier meine Liebe für Details und eine feminine Handschrift.

Nach Jahren des streng-konzeptionellen Denkens lernte ich hier mit der Mode spielerisch umzugehen, zu drapieren, schräg oder halbschräg zuzuschneiden.

Hier wurde nicht designt, hier wurden Träume verwirklicht und verkauft.

Sieben Jahre blieb ich dabei, ab 1988 als Chefdesigner.

1993 war es dann soweit: ich startete meine eigene Linie "Johann Stockhammer", entsprechend meinem idealen Frauenbild: feminin, easy und modern.

Ich zeigte die Kollektion neben Deutschland und Japan auch in Paris.

Was dann kam, war mehr als erwartet: wichtige Modehäuser wie Theresa, München oder Barneys, New York kauften die Kollektion. Die Presse liebte die Show, und die vielen redaktionellen Beiträge führten dazu, dass in der nächsten Saison noch mehr Aufträge kamen. Ich wusste nicht mehr, wie ich die Aufträge vorfinanzieren sollte, musste mich um Kredite bei Banken kümmern; das Geld für Werbung oder Shows wurde eingefroren.

Ich schlug mich mit Lieferproblemen, schlechter Zahlungsmoral und Banken herum, bis ich im Jahr 1999 die Nase voll hatte. Ich war zu einem Unternehmer geworden, bei dem der kreative Prozess das letzte war, was er tat, und das wollte ich nicht.

Ich beschloss, alles aufzulösen und einen weiteren Traum in Realität umzusetzen.

Nach Italien zu gehen, besser gesagt in die Toskana. Es war für mich das Land des guten Geschmacks, der Designer, der Mode schlechthin.

Von dort aus wollte ich mich nach einem guten Produzenten umschaun und noch mal besser organisiert starten.

Aber kaum in Italien angekommen, wollte es der Zufall, dass ich mit einer deutschen Firma in Kontakt kam.

Die Firma Etienne Aigner mit Sitz in München fertigt seit Ende der 60iger Jahre ihre berühmten Produkte mit dem Hufeisen als Markenzeichen in der Toskana und hat eine Tochterfirma in Florenz.

Aigner war die erste Kultmarke, die ich kannte; keiner konnte in meiner Schulzeit ohne einen Gürtel oder eine Brieftasche auskommen.

Die Marke war etwas angestaubt in den letzten Jahren, und mir wurde die Aufgabe angeboten, als Creative Director den Marken-Relaunch zu steuern.

Ich nahm die Aufgabe im Mai 2000 an und wurde verantwortlich für das Design aller Produkte, inklusive derer der Lizenzpartner und somit auch zum ersten Mal in meiner Laufbahn für Accessoires und für Herrenmode, für Brillen, Uhren, Schmuck, Schreibgeräte und Duft.

Aigner ist ein weltweites Unternehmen mit mehr als 600 Verkaufspunkten.

Ich leitete dort die Designteams und arbeitete eng zusammen mit Marketing und Vorstand, entwickelte mit ihnen den kommunikativen Auftritt und die Markenstrategie.

Ab 2003 zeigte ich für Aigner die Kollektion bei den Shows in Mailand.

Modenschauen gehörten immer zu meiner Arbeit, und so war ich es gewohnt auf den Laufsteg hinauszugehen; aber Mailand war anders: als ich dort zum Finale den Applaus entgegen nahm, wusste ich: Mein Traum hatte sich erfüllt.

Das Wort Mode, kurz zusammengefasst, bedeutet:

„der einem schnellen Wechsel unterliegende Geschmack“

Und so hat jede Mode ihren Moment und ihre Zeit, genauso wie Menschen.

1994 hatte ich bereits zum zweiten Mal an der deutschen Meisterschule für Mode, München unterrichtet, dieses Mal für zwei Semester.

Die Zusammenarbeit mit den Studenten gefiel mir, und ich konnte mir sehr gut vorstellen, dass dies eines Tages zu einem festen Bestandteil meines Schaffens wird.

So zögerte ich keine Sekunde, als der Ruf nach Pforzheim kam.

Es ist wunderbar, mit der unverbrauchten Kreativität von jungen Menschen zu arbeiten.

Die Studierenden haben oftmals so viel davon, dass sie gar nicht wissen wohin damit.

Ich möchte sie ermutigen, ihren eigenen Stil zu finden, sie lehren, eine Vision zu entwickeln, die Persönlichkeit, den Charakter und die eigene Handschrift herauszuarbeiten. Und natürlich darüber hinaus, sich mit den Anforderungen des Marktes zu beschäftigen und auch die wichtigen Aspekte wie Marketing, CI, PR in ihre Arbeitsweise zu integrieren.

Über Geschmack lässt sich ja bekanntlich nicht streiten, aber trotzdem ist es wichtig, seinen Geschmack zu prägen und herauszuarbeiten.

Ich habe meinen nun mehr als 30 Jahre in der Mode-Branche und im Leben entwickelt und geschärft.

Ob daraus ein guter Geschmack geworden ist, das dürfen andere beurteilen.

Sollte ich ihn beschreiben, so tue ich es mit einem Zitat von Oscar Wilde:

„*Guter Geschmack ist der ständige Kampf gegen die Übertreibung!*“

