

## Neuer Studiengang Accessoire Design erfolgreich gestartet

# WAS HAT FRANZÖSISCHES STANGENWEISSBROT MIT MODETRENDS ZU TUN??

>> von **Johann Stockhammer** > Baguette, bei uns ursprünglich beliebt als länglich-knusprig-französisches Weißbrot, nannte Silvia Fendi 1999 eine Tasche – schmal und länglich wie ein Baguette – die sie für ihr Haus Fendi kreiert hatte. Im Nachhinein betrachtet war dies die Geburtsstunde der It-Bag und läutete einen Umschwung im Mode Business ein!

Die 90er Jahre fielen viel weniger durch geniale neue Mode oder innovative junge Designer auf als vielmehr durch Supermodels und Marketingkampagnen. Dadurch wurden Logos zum Symbol von Stil, Trend und Hippiess; der Wunsch, einen hippen Artikel zu besitzen, erreichte immer mehr Zielgruppen.

Die Modebranche erkannte schnell: Accessoires wie Taschen, Schuhe, Gürtel, Kleinlederteile, Tücher, Sonnenbrillen... sind nicht nur ein starker Markenbotschafter, sondern auch für eine weitaus breitere Zielgruppe erschwinglicher als die Mode selbst. Traditionelle Modeunternehmen fingen an, Lizenzen in den verschiedenen Bereichen zu vergeben, neue Accessoire Marken schossen aus dem Boden.

Mittlerweile ist der Accessoire Bereich oftmals zur „Cash Cow“ bei den Modelabels geworden. Die Trendfrage nach den richtigen Absätzen, Taschenformen, Gürteln oder Tüchern ist dabei heute mindestens genauso wichtig wie die Frage nach der Rocklänge oder Schulterbreite.

Während Studiengänge mit dem Thema Accessoire Design in Ländern wie Italien, Spanien oder England schon seit langem existieren, gab es bis jetzt in Deutschland keinen einzigen, dabei sind Accessoire Designer gefragt wie noch nie, und Unternehmen müssen entweder auf Absolventen von Studiengängen wie Mode- oder Industriedesign zurückgreifen, oder eben Absolventen aus dem Ausland rekrutieren. Während früher selbst bei großen Accessoire Marken der Creative Director meistens ein berühmter Modedesigner war, stehen heute immer mehr die Accessoire Designer an der kreativen Spitze von Unternehmen; so zum Beispiel Frida Giannini bei Gucci oder Maria Grazia Chiuri und Pierpaolo Piccioli bei Valentino.

Einen Studiengang für Accessoire Design zu gründen lag nah, und Pforzheim ist dazu prädestiniert: Die Stadt liegt im nahen Umfeld zu den Zentren der deutschen Lederwarenindustrie: Offenbach für den gesamten Bereich der Feintäschnerie und Pirmasens für Schuhe. Außerdem bietet die Fakultät für Gestaltung mit ihren bereits vorhandenen Studiengängen Mode, Schmuck und Objekte der Alltagskultur (SOdA), Industrial Design, Transportation Design und Visuelle Kommunikation den idealen Nährboden für diesen jungen Studiengang. Die vorhandenen Werkstätten decken viele Bereich des Arbeitens mit Accessoires bereits ab; einzig eine Werkstatt für Feintäschnerie war noch zu installieren. Im Bereich Schuhe wurde eine direkte Zusammenarbeit mit dem internationalen Schuhkompetenz-Center in Pirmasens vereinbart.

Im Wintersemester 2012/13 kommt der Studiengang Accessoire Design nun ins dritte Semester, und mit durchschnittlich 14 Studenten pro Semester liegt er gut 15% über den Planzahlen. Die Lehre im Studiengang Accessoire Design ist wie in allen anderen Studiengängen an der Fakultät für Gestaltung eine Synthese von Kunst, Design, Kreativität, Wissenschaft und Praxis. Schwerpunkte sind Themen wie soziale und kulturelle Einflüsse auf Accessoires und Mode sowie Ästhetik, Kompositions- und

Farbtheorie, die in Projektkonzepte und deren praktische Umsetzung einfließen.

Das Studium umfasst die Gestaltung von Accessoires vom Unikat bis zu seriellen Produkten. Dabei werden alle Bereiche der Damen- und Herren-Accessoires abgedeckt: Schuhe, Taschen und Gepäck, Gürtel und Kleinlederwaren, Brillen, Tücher, Schals, Hüte und dazugehörige Details wie Schließen, Knöpfe und andere schmückende Elemente. Hier wird auf verschiedenen Ebenen gearbeitet, vom Unikat über Designer- und Markenaccessoires bis hin zu Modellen mit funktioneller Ausprägung oder mit digitalen/interaktiven Eigenschaften. Hinzu kommen interdisziplinäre Projekte, die Gelegenheit zur Zusammenarbeit mit anderen Designfeldern wie zum Beispiel SOdA, Industrial Design oder Mode bieten.

Dabei gibt es eine besonders intensive Zusammenarbeit mit dem Studiengang SOdA; die Schmuck-Werkstätten bieten hier eine wunderbare Plattform für die Studenten. Genauso intensiv ist die Zusammenarbeit mit dem Studiengang Mode. Mode und Accessoires ergänzen sich; die Studenten arbeiten teilweise an gleichen Semesterthemen und präsentieren gemeinsam. Es war höchst interessant zu sehen, wie im Sommersemester 2012 das Thema Androgynität von Accessoire Designern doch ganz anders umgesetzt wurde als von den Modedesignern.

Der Enthusiasmus der Studenten ist groß; das „Pioniergefühl“ ist spürbar, und so begeistert der neue Studiengang nicht nur die Studierenden, sondern auch die Lehrenden.

Was es heißt, später dann einmal Accessoire Designer im Premium-Bereich zu sein, sahen die Studenten der ersten beiden Semester bei einer Exkursion nach Italien, dem Land der Accessoires. In Como, dem Zentrum für Seide und Drucke, konnten alle Prozesse der Druck- und Webtechniken besichtigt und verstanden werden an Beispielen von Tüchern und Schals von Häusern wie z.B. Chanel, Fendi oder Liberty; oder dem berühmten Logo von Louis Vuitton auf PVC für Taschen und Gepäck oder als Jacquard für Seidenschals. In Mailand wurde beim Store Check sichtbar, wie stark heute Kultmarken und Trendstores auf der Via Montenapoleone oder dem Corso Como durch Accessoires bestimmt werden. Die nächste Station war Florenz, wo das Unternehmen Braccialini Einblicke gewährte in den Designprozess der Taschen-Marken Braccialini, Gherardini, Francesco Biasia und der Taschen-Lizenz von Vivienne Westwood.

Im Produktions- und Entwicklungszentrum des Unternehmens Trend SRL konnte man den Verarbeitungsprozess hochwertigster Taschen wie z. B. von Burberry, Celine oder Tom Ford sehen.

Beim Besuch der Museen Gucci, Ferragamo und Capucci bekamen die Studenten einen Einblick in die Historie von Accessoires und Mode. Auf der Rückreise stand dann der Besuch der größten Messe für Lederwaren, der „Lineapelle“ in Bologna, auf dem Programm.

Spätestens nach dieser Reise war allen Studierenden klar, was für ein spannendes, kreatives Feld der Beruf des Accessoire Designers ist. Die Arbeiten der ersten Semester zeigen schon jetzt, dass hier ein viel versprechender neuer Studiengang heranwächst.

Professor Johann Stockhammer

ist Studiengangleiter Mode und Accessoire Design.