

Exkluzív interjú Spilák Gergellyel, a Spilgery márka megalkotójával

Annak ellenére, hogy a SPILGERY Lifestyle egy fiatal márka, a legnépszerűbb hazai designermárkák közt szerepel. Mesélnél egy picit az indulásról?

Azért ez ebben a formában nem igaz, persze számomra azért a legnépszerűbb, mert a saját bébim, és az egész brendet évek óta roppant aprólékosan rakosgatom egyre jobban össze, a dizájnok, az arculat és az egész projekt egészében én vagyok, de nyilván ez is egy selfbrand-nek a lényege, hogy az emberek azzal azonosítsák, aki az egésznek megalkotója. Nemrég sikerült elindítani a webshopot, de még rengeteg részlet van, amelyeket csak az idő haladtával látok, hogy az úgy jó ahogyan van, vagy majd másképp kell csinálnom, stb.. Igazából a SPILGERY amúgy sem csak egy divatmárka, ez inkább egy Lifestyle brend, amely nem csak az öltözködésről, hanem egy életérzés átadásáról szól. Az írásaim, és a követőim a személyemet, a gondolatokat is látják benne, és majd idővel sokkal inkább látszódni fog a SPILGERY teljes egésze. Amúgy soha sem a hazai piac az, ami inspirált, vagy legalábbis nem mérem senkihez magamat, megfelelni sem akarok egy hazai márkának, vagy celeb divatgurunak, mert én csak én akarok lenni, és nem is akarnék versenyezni mással, vagy más márkákkal, vagy jobb lenni náluk. Én csak őszintén adni akarok az embereknek egy kis mást, pozitívát és egy vidám életérzést...



A divat számodra egy kommunikációs eszköz. Mi vonzott a divatszakma felé?

Én azért nem mondanám magamra, hogy a divatszakmába soroljanak, mert bár ez egy divat brend is egyben, de számomra ez valahol az íráson kívül egy másik olyan terület, ahol kiélem a saját inspirációm. Én igazából csak adni akarok ezzel valami plusz érzést, és persze, hogy ez egyre nagyobb legyen, nyilván üzleti alapon kell gondolkodnom benne, mert azért csak hobbinak kicsit drága lenne. A lényeg, hogy a saját inspirációm és szórakozásom mellett ez egy kihívás is egyben. Építeni valamit, alkotni valami újat és adni másoknak. Amúgy én a „divat” szó helyett inkább a stílusra helyezném a hangsúlyt, mert egy korábbi híres ember szavait használva én is azt mondom, hogy „divatos holmit bárki megvehet, akinek pénze van rá, de a stílusosságot azt soha nem kaphatsz pénzért.” A stílus szerintem egy összkép eredménye, amely szerintem összhangban van az ember lelkületével is, és ezért is olyan megfoghatatlan néha az, amikor valakit olyan stílusosnak látunk, mert pont ez az a ritka érzés, amely valakiben meg van, más valakiben meg nincs. És nyilván a stílus valóban egy fontos kommunikáció is egyben, hiszen egy ember stílusa, kisugárzása igen sokat elárul az adott személyről. És persze nem feltétlen egy stílus lehet csak ami jó, de azt gondolom a saját stílusunknak ön-azonosnak

kell lennie, valahol azt kell visszatükröznie, akik mi magunk vagyunk. Én például soha nem tudom magamat rockerként elképzelni, de attól még rengeteg rocker stílusú ember lehet, akiknek meg pont az a stílus az, ami hozzájuk illik.

Mi jellemző az SPILGERY Lifestyle márkára?

Az SPILGERY több, mint egy sima divat- vagy ruházati márka. Az SPILGERY ötlete eléggé összetett, ezért is kellett sokkal több idő a megvalósításához, és még mindig nem állt össze a teljes kép. A SPILGERY-vel egy fajta életérzést közvetítünk, egy fajta pozitív többletet, vidámságot, amellyel ez a brand egy kis „crazy” színtöltő akar lenni a Világnak. Szóval egy olyan szórakoztató életérzést, inspirációt akarnék átadni az embereknek vele, mint ami abszolút rám is jellemző, amilyenek engem is sokan ismernek. Mert valójában a korábbi sikereim itthon, majd Bécsben is nagyrészt annak voltak köszönhetőek, hogy valamiért nagyon sokak akartak velem együtt dolgozni, követni, olvasni az írásaimat, vagy bármit is, de a lényeg mindig a személyiségemen volt, amit valamiért a legtöbben egyből inspirálónak találnak. Szóval a SPILGERY az valahol egy stílusváltó, egy változást hozó brand akar lenni. Nem csak a ruházati stílus értelmében, hanem gondolkodásmódban is, mert a brand próbál jó hatással lenni arra, ahogyan mások gondolkodjanak vagy tegyenek meg dolgokat...



Mi az, amiből inspirálsz a tervezéskor?

Igazából, ez az inspiráció valahol lehet, hogy egy született adottság is, amiért amúgy nagyon hálás is vagyok, de mind az írásaimnál, mint pedig a brand-el kapcsolatosan is csak úgy jönnek a dolgok maguktól. Ez pont attól jó, hogy spontán és akár váratlanul is kaphat az ember egy ötletet, amit még aznap reggel nem is gondolt volna. És tényleg volt olyan, amikor egy éjszaka nem tudtam a napi teendőim után azonnal elaludni, és hirtelen jött egy villanás, egy pár gondolat, ami elindítja az embert, és amikor aztán például a kevés szabadidőmben a gép előtt néha belemélyülök a dizájnba, ott akkor aztán minden jön spontán. Valamiért rá tudok érezni arra, hogy mi az ami tetszik majd az embereknek, amit persze előre nem tudhatok, de minden esetben nekem minden egyes dolog tetszik, amit összehozok, mert amivel nem így lennék, azt nem is hagynám jóvá, és nem is tenném ki a webshopba. De ezen kívül az üzleti dolgaim és a sok éves értékesítési-, valamint Network tapasztalatom is (ahol rengeteg embert vezettem és motiváltam) mind megtanított engem arra, hogy még a nehezebb helyzetekben is motivált tudjak maradni, és ezt a motivációt valamiért mindig könnyen is tudtam közvetíteni mások felé. Szóval az a legjobb, hogy amit a saját inspirációból alkotok, azzal másokat is inspirálni tudok, és látva a pozitív élményeket én újabb inspirációkat kapok, és így tovább...

A különleges logó nem egyszerű arculati elem az üzleti kommunikációban, hanem az általad tervezett anyagokra és kiegészítőkre is rákerül mintaként. Hol készülnek a kollektióidhoz tervezett rendkívül finom, egyedi ruhaanyagok?

Az én esetemben egyelőre inkább a dizájnban van a hangsúly, mert a ruhákat és az egyéb termékeket is nagyrészt Amerikában, vagy egyéb más országban gyártják. Mivel én alaptól a dizájnra fókuszáltam, mert pont az ihletett arra, hogy valamit alkossak, így soha sem maga a gyártási technológia, vagy az anyagok milyensége volt az, amiből elindultam. Mondom ezt úgy, hogy a klasszikus divatszakra meg sokszor pont az anyagok milyenségéről szól. Ez lehet baj, az is lehet, hogy nem, de nálam ez így adódott. És ugye attól még, hogy kreativitásban és ötletekben jónak tartom magamat, attól még én szakmailag nem vagyok az a profi, mint amilyen például egy Náray Tamás. Én az erősségemet a dizájnhoz való érzékemben és a kreativitásomban látom, és ez jól is van így, mert nem is akarnék a többi részében elmélyedni. Kis túlzással én a dizájnjaimat és az elképzeléseimet ugyanúgy rátehetem egy egérrpadra is, mint egy pólóra, szóval a lényeg nálam mindig „csak” a feeling és az inspiráció átadása. Ez persze nem azt jelenti, hogy gagyi minőséget akarok adni...



Szerinted mennyire képes tükrözni a személyiségünket egy ruhadarab?

Erre már fentebb a stílus kapcsán is válaszoltam, hogy szerintem mindenképpen tükrözi, legalábbis tükröznie kellene. Az is lehet, hogy pont azt tükrözi belőlünk, amire vágnánk, vagy akik valójában lenni szeretnénk. A mai kissé rideg világban, ahol mindenki még inkább szeretetre és elismerésre vágyik, azt gondolom még inkább érvényesül az öltözködés iránti vágy, sokan talán ebben próbálják kiélni jobban magukat, és ezt a jelenlegi életünket uraló online média világa még inkább csak erősíti, mert kevesebb a személyes emberi kapcsolat, és így élőben is mindenki még szebbnek akar tűnni, talán sokszor többnek is akar látszani annál, mint aki valójában. Szerintem a mai világban az öltözködés néha egy fajta „kárpótló” szerepet is jelenthet, mert feltölthet bennünket, egy szép ruhát megvenni, felvenni és azt akarni, hogy jobban nézzünk ki általa. Így ez sok esetben még plusz önbizalmat is adhat az embernek. Mind emellett ha valaki tisztában van önmagával, akkor gyakorlatilag „bármiben” képes jól mutatni, hiszen jól érzi magát a bőrében, és ez adja mindig azt a „pluszt”, amelyet egy ruhával sem lehetne csak úgy kompenzálni...

A te darabjaid mit üzennek a külvilágnak?

Vidámságot, pozitív életérzést és némi örültséget! Azt is, hogy merj változni és változtatni!

Nagyon nehéz tervezőként elismertté válni. Szerinted mire van a legnagyobb szükség a tehetségen kívül az érvényesüléshez?

Nem tudom, mert ez soha nem is foglalkoztatott, én nem is akarok tervező lenni. Én nekem csak tetszik szép dolgokat megalkotnom, és ennyi. Nekem ez az egész egy hobbi. A saját vállalkozásom és az egyéb üzleti tevékenységeim mellett ez nekem egy olyan hobbi, mint másnak a sport, vagy moziba járni. Nekem ez egy hobbi, amivel alkotok, önmegvalósítók, és talán pozitív dolgokat is adhatok másoknak mi közben még örömet is lelem benne. Szóval tök jó. Ha az idők során ez az egész még nagyobbra kiforrja magát akkor nyilván meglátom mennyire mélyülök el benne, de semmiképp nem az volt a célom, hogy Spilák Gergely, mint „divattervező” legyen valahol bemutatva...



Szerinted mik a jólöltözöttség kritériumai?

Ez helyzet és adottságfüggő. Nyilván szerencsés az, akinek alpból jól áll az öltöny, de neki sem mindegy, hogy hová veszi azt fel. Az embernek figyelembe kell vennie a saját adottságait, és valahogyan úgy tudni felöltözni, hogy „ne legyen se túl sok, se kevés.” Ugyan olyan jól kell éreznie magát a bőrében, akkor is ha elegánsnak kell lennie, és akkor is ha „csak” sima hétköznapi van. Na és a pénzzel ennek tényleg semmi összefüggése nincs, mert a stílus az tényleg nem pénzfüggő, de akarni annál inkább lehet jól kinézni...

Szerinted milyen a divatcultúra Magyarországon?

Ez egy elég kényes kérdés, mert az ember nem akar általánosítani, főleg mert egy ilyen téma esetében szerintem igen sok kritérium lehet ami alapján véleményt lehetne mondani. Éltem ugye 8 évet Bécsben is, és én ott is, meg itthon is mindig szerettem az egyéniségeket, a karaktereket, akik valamiért úgy „egyben” voltak, szóval akiknek meg volt az a stílusa, amely nem utánozható, hanem egyszerűen úgy jó, ahogyan van. Nagyon sokak szerintem eleve másokat majmolva öltözködnek, mert valakihez hasonlítani akarnak, vagy a másik szempont, amikor valaki csak a márkás dolgokat veszi fel, és az alapján akar stílusos lenni. Ahogyan említettem is, a stílus vagy van, vagy nincs, de venni azt nem lehet. Tanácsot persze lehet adni ha kérnek, feltéve ha az illető elfogadja, de szerencsére ez nem az én feladatom. Vannak itt az országban ugyanis elegenden azok a „megmondó” emberek akik szerintem a papír, vagy tényleges végzettségük végett úgyis mindig jól tudják, hogy „kinek mi kell, hogy tetszen...”



Számodra mit jelent a siker?

Gyors lereagálva a kérdést, anno meg megírtam ugye a SIKER Grammatika könyvemben is ezt, hogy valahol a siker mindenkiben benne van, de mindenkinek a saját kihívása is az, hogy mindezt életre keltse magában. És a másik dolog, hogy a siker fogalma mindig is egy relatív dolog, mert mindenkinek más jelent a sikert, ami jól is van így. Mindenkinek más a prioritása, más amit el akar érni, valamint mindenben nem lehet senki sem sikeres. Ha az ember rájön arra, hogy mit is akar valójában az élettől, és megtalálja azt a dolgot, amiben ki szeretne teljesedni, akkor munkával és alázattal nyilván elérheti azt, amit ezzel szeretne. Az persze egy másik kérdés, hogy ez őt mennyire teszi boldoggá. Mert szerintem a siker sokkal inkább kellene a saját magunk boldogságát jelentse, mint a rengeteg külső elismerést és mázat, amit esetleg a külvilág reflektál arra, ha minket sikeresnek ítélnék meg. Ha én magam elégedett vagyok azzal amit elértem, akármilyen legyen az, az már számomra siker. És ha ez valami apró dolog akkor sem baj, csak legyen az ember boldog. És a másik a közbenes út, ameddig elérheted az adott dolgot, valahol annak is élvezetesnek kell lennie, és nem lehet a sikert csak a végeredményre helyezni, mert ha netán mégsem éred el az adott dolgot, akkor meg csak csalódott lennél. Szóval fontosak a részsikerek is, a folyamatos fejlődés, és haladni a vágyaink felé.

Milyen jövőbeni tervek megvalósításán törd most a fejed? Van olyan álmod a márkával kapcsolatban, amit mindenképp el szeretnél érni?

Én mindig is terveztem, vagy ötleteltem valamin, de az egész életemet ez jellemzi. Mindig is szerettem menni, tenni, haladni egy cél felé, és megvalósítani azt az adott dolgot. Az idők persze néha átírják a lehetőségeket, és van amikor egy adott üzlet nem úgy alakul, de előre ezt sosem látni. Jelenleg is több üzletben vagyok és nemzetközi projekteket is csinállok, vagy csinálunk közösen pár barátommal. A márká az a saját gyermekem, és jelenleg talán a legkedvesebb dolog a szívemnek, hogy egy igazi brand legyen. Valahol ez egy olyan önmegvalósítás és kihívás egyben, hogy nem feltétlen a pénzt nézem benne, hanem csak élvezni akarom, hogy egyre jobb legyen. Aztán ha idővel alakul, akkor a többi üzleti dolgot fokozatosan leépíteném, hogy még több energiával erre tudjak koncentrálni. De majd ez úgyis alakul, sok olyan lehetőséget előre nem is lát az ember, amely majd útközben adódik, én valahol ezekkel is mindig számolok. Minél jobban beleélem magamat egy dologba, annál több segítség is érkezik útközben, legyen szó kapcsolatokról, vagy bármilyen olyan plusz segítségről, amely az egészet előrébb viszi.

Köszönjük az interjút és további sok sikert kívánunk!