

color

03 08

Fachzeitschrift für das Maler- und Anstreichergewerbe & den Farbenfachhandel



SCHAFFT BESTE VERBINDUNGEN

GORI

RINGER
Gerüste - Baugeräte - Schalungen



Sefra



SYNTHESA



KREATIV Fassadenwettbewerb
WINKELSCHLEIFER Produkttest
AUSTROFARBE 2008 Messekatalog

Das Ergebnis überzeugt: Die ursprünglich kühl und etwas dunkel wirkende Studentenwohnung (siehe Bild unten) verwandelte sich durch Farbe und Licht und Kontraste zu einem einladenden Ort. Dabei ist das Mobiliar das gleiche geblieben.



Symbiosen

Das schwierige am Wohnen ist nicht die Handlung an sich sondern die Entscheidung, wie man leben möchte.

Text: Cecile M. Lederer
Fotos: Eva Kelety, Mag. Andrea Schmidt, Cecile M. Lederer

Unsere Umgebung hat bewiesenermaßen großen Einfluss auf unser allgemeines Wohlbefinden. Jedoch nehmen wir das nur auf einer sehr subtilen Ebene wahr. Das kann dazu führen, dass wir unsere Lebensräume vernachlässigen, sei es aus Geldmangel oder aus Entscheidungsangst, oft auch weil einfach der Blick für die gestalterischen Möglichkeiten fehlt. Hinzu kommt, dass der Homo Sapiens ein Rudeltier ist und die modernen Wohnhöhlen meist von mehr als einem Siedler besetzt sind. Jeder einzelne davon schleppt Dinge mit sich herum von denen er sich aus Erinnerungsgründen unmöglich trennen kann. Die Folge ist, dass bei einer Übersiedlung versucht wird, die Erinnerungslücken mit funktionaler Standardware aus großen Einrichtungshäusern zu füllen und die Wandfarbe ein Kompromiss bleibt, also Weiß.

Ist die Wohnung erst einmal bezogen und eingerichtet, geht auch leicht der Blick für das Potential eines Raumes verloren. Also bleiben die Dinge wie sie sind. Zudem tut sich der Mensch wesentlich leichter, eine Meinung über

etwas Vorhandenes zu bilden, als sich etwas Nichtvorhandenes zu visualisieren. Hier kann der Farb- und Wohnberater ins Spiel kommen, der einen objektiven Standpunkt einnimmt und dem Kunden dabei mit einem möglichst umfangreichen Fachwissen über Farbe, Licht und Raumgestaltung Visionen anbietet, um das

Maximale aus einem Raum herauszuholen. Dabei wird er dem Kunden nicht seinen eigenen Geschmack aufzwingen und nur den neuesten Trends nacheifern, sondern aus der gegebenen Situation unter Zuhilfenahme von ausgewählten Stilmitteln das Beste machen. Ein bestimmender Faktor ist dabei das Budget. Denn was hilft es, schön zu wohnen, wenn nach der Beratung die Delogierung folgt? Der Farbberater dient sozusagen als „Katalysator“ im Entscheidungsprozess mit dem Kunden.

Ein grundsätzliches Gestaltungsmittel ist die Wandfarbe, da man schon mit wenigen Farbschattierungen große Wirkung in einem Raum erzielen kann. An diesem Punkt überschneiden sich jedoch zwei Berufsgruppen, bei denen man meinen möchte, dass Konflikte vorprogrammiert



Mag. Andrea Schmidt

FRAGEN AN DIE FARB- & WOHNBERATERIN

Color: Welche Qualitäten muss eine gute Farbberaterin vorweisen können?

Mag. Andrea Schmidt: Wichtig ist vor allem das Einfühlungsvermögen in den Kunden, um mit ihm gemeinsam Ansprüche und Wünsche ausformulieren zu können. Zudem muss man den Blick haben, einen Raum und die Möbelsituation ganzheitlich zu betrachten. Außerdem ist Geschmack, Kreativität und das Wissen um die Wirkung der Farben und der Wohnstile wichtig. Das erfordert sowohl Gespür für Trends als auch den Sinn für Klassik und langfristige, wertbeständige Lösungen.

Color: Arbeiten Sie mit verschiedenen Malerbetrieben zusammen oder haben Sie Ihren Favoriten gefunden, mit dem Sie alle Ihre Projekte umsetzen?

Mag. Andrea Schmidt: Hier bin ich immer offen für Kooperationen, habe aber einen Betrieb mit dem ich gut und sehr gerne zusammenarbeite und bei dem Leistung und Arbeitsweise einfach stimmen. Ich bekam bisher immer ein tolles Kundenfeedback zu dem Betrieb.

Color: Wie läuft diese Zusammenarbeit und Projektaufteilung mit den Malern genau ab?

Mag. Andrea Schmidt: Manche Kunden rufen bei mir an und möchten „nur“ einen Farbvorschlag und eine harmonische Abstimmung, um dann selbst auszumalen. Nach einem unverbindlichen Offert entscheiden sich die Kunden oftmals doch für die Expertenlösung. Trotzdem erhält der Kunde genauso Unterstützung, wenn er selbst Hand anlegen will.

Color: Wie gehen Sie mit Spezialwünschen Ihrer Kunden um? Stoßen Sie dabei manchmal an technische Grenzen?

Mag. Andrea Schmidt: Bisher war die Umsetzung fast alle Wünsche möglich. Einmal war das Ziel der Farbwahl „Ruhe im Raum“, die Wohnung war aber so vollgeräumt, dass als erste Maßnahme eine Entrümpelung notwendig gewesen wäre, um als Endergebnis mehr, als bloß die selbe Unordnung vor neuer Hintergrundfarbe präsentieren zu können. Das ursprüngliche Ziel wäre also klar verfehlt

worden. In diesem Fall überlegt der Kunde immer noch. Tatsache ist aber: Ich liebe Herausforderungen und individuelle Lösungen.

Color: Geben Sie Ihre Kunden nach der Beratung an den Malerbetrieb ab oder begleiten Sie diese bis zur kompletten Fertigstellung?

Mag. Andrea Schmidt: Das hängt völlig vom Kunden ab, jedoch bevorzuge ich grundsätzlich die Betreuung bis zum Schluss.

Color: Welche Anforderungen haben sie an einen Malerbetrieb, um mit Ihnen ein perfektes Team zu bilden?

Sehr wichtig ist mir genaues und sauberes Arbeiten, Zuverlässigkeit und ein offenes Ohr für Ideen. Für eine optimale Kundenbetreuung muss man flexibel sein und sich dauernd mit dem Partner abstimmen.

Color: Läuft zwischen Ihnen und dem ausführendem Malerbetrieb auch ein kreatives Wechselspiel ab, oder treffen Sie alleine die Farbwahl?

Mag. Andrea Schmidt: Teilweise ist die Farbe mit dem Kunden schon im Vorhinein festgelegt, manchmal wird jedoch vor Ort noch nuancenweise abgetönt.

Color: Greifen Sie auch in die Grundstruktur von Räumen ein oder setzen Sie Ihre Ideen ausschließlich mit Farben, Stoffen, Licht und dem Arrangement der Möbel um?

Mag. Andrea Schmidt: Ich arbeite unter anderem auch mit Architekten und Wohnstudios zusammen und unterstütze den Kunden direkt beim Möbel- und Accessoireskauf (von Beleuchtung über Vasen, Plaids bis zum Geschirr) bzw. auch beim Abspecken und Entrümpeln der Wohnung. Je nach Budget bediene ich mich vom Diskonter über Flohmarkt bis zum Top-Designer.

Color: Ihre eigenen Vorstellungen und der Geschmack des Kunden stimmen wahrscheinlich nicht immer überein. Wie verhindern Sie, dass die Kunden Ihren Geschmack übernehmen?



Mag. Andrea Schmidt: Um dem vorzubeugen ist das Gespräch mit dem Kunden extrem wichtig. Ich versuche mich in die Wohnsituation und die Wünsche aller Personen im Haushalt einzufühlen. Zum Beispiel soll für jeden Mitbewohner Raum vorhanden sein bzw. geschaffen werden um die diversen Bedürfnisse und die unterschiedlichen Tagesabläufe optimal in die Wohneinheit zu integrieren. Meine Vorschläge berücksichtigen die Menschen, ihre Umgebung und das Budget. Eine Stadtwohnung hat andere Ansprüche und bedarf anderer Stimmungen als ein Haus am Land

Color: Über welche Wege werden Sie von Ihren Kunden gefunden?

Mag. Andrea Schmidt: Viele finden über meine Website www.farbebewegt.at zu mir, Mundpropaganda und Presseartikel haben aber ähnlich große Wirkung.

Color: Wo holen Sie sich Ihre Ideen?

Mag. Andrea Schmidt: Ich besuche für meine Kunden seit Jahren internationale Fachmessen, wie zum Beispiel den Möbelsalon in Mailand und die Immo in Köln. Manchmal auch die Life & Style in Frankfurt und die Messe in Verona; natürlich auch österreichische Messen wie Bauen & Wohnen, das Semperdepot, diverse Gartenmessen und aktuelle Ausstellungen. Damit bleibe ich immer auf dem Laufenden.

Mag. Andrea Schmidt, Huglgasse 11/19, 1150 Wien
Tel.: 0699/19248008, E-Mail: schmidt@farbebewegt.at
www.farbebewegt.at

sind. Hat nicht der Maler aus Erfahrung ein viel besseres Verständnis für die Wandgestaltung? Rät der Farbberater vielleicht zum selbst ausmalen, nachdem er mit dem Kunden die Wandfarbe definiert hat?

Bei unserer Recherche sind wir auf ein bemerkenswertes symbiotisches Berufsverhältnis zwischen dem Maler Thomas Schaschl und der Farb- und Wohnberaterin Mag. Andrea Schmidt gestoßen,

das uns vom Vorteil einer solchen Zusammenarbeit überzeugen konnte. Schaschl und Schmidt arbeiten seit einigen Jahren erfolgreich mit ihren gemeinsamen Kunden und bündeln dadurch ihr Fachwissen, was das schon fast totgeschlagene Schlagwort „Networking“ wiederum begreifbarer macht. Hier profitiert nicht nur der Kunde. Die beiden Interviews geben Aufschluss darüber, wie so etwas funktionieren kann. ●

**AUSTROFARBE
WIESELBURG
13.–15.3.2008**

Sefra MESSESTAND
Halle 4 – Stand 403

www.sefra.at

