Decorganizing

ao



DECORGANIZING

Verschmelzung von Dekorieren & Organisieren

- Begriff geht zurück auf Isabella Franke
- Haus soll nicht nur funktional sein, sondern auch schön, ästhetisch und ein Wohlgefühl vermitteln
- Form, Haptik, Material und Aussehen spielen eine Rolle
- Auswahl von Produkten nicht nur nach Zweck, sondern auch schön aussehen, leicht zu greifen sein, Platz für ein Label bieten, einfach zu reinigen, ein Hingucker fürs Auge sein und sich in den Rest des Wohnbildes einfügen
- Decorganizing oft nur subjektiv wahrgenommen, schwer messbar, abstrakt & schwierig zu vermitteln

ao

Wichtig

- Auswahl an Farben, Materialien, Anordnungen, Gruppierungen und Akzenten sollen die Persönlichkeit deines Kunden widerspiegeln
- Beim Betrachten erzeugen sie gewisse Emotionen, die die DNA deines Kunden tragen
- Die Ausstattung und Anordnung dieser, die Lichtquellen im Raum sowie die Platzierung der einzelnen Gegenstände beeinflussen das Verhalten
- Eindrücke eines Raumes werden durch unsere Sinne wahrgenommen und sind wichtiger Bestandteil unseres Alltags.
- Oberflächen können glatt oder rau sein, Formen und Farben beruhigen oder beleben, die Verwendung von Gegenständen kann lautlos oder unangenehm sein, ein Möbelstück kann gemütlich oder unkomfortabel sein