

Ist das noch zeitgemäß?

FASSUNGSBERATUNG NACH WALDMINGHAUS

Die 4-Jahreszeiten-Analyse

In den 1990ern war die Farbanalyse nach den vier Jahreszeiten der Renner und auch heute fühlen sich einige Augenoptiker mit ihrem erlangten Wissen von damals noch auf der sicheren Seite. Aufgepasst: dem ist leider nicht so!

Denn in der Zwischenzeit haben sich einige Analysesysteme in Stellung gebracht, die miteinander konkurrieren und versprechen, das Beste zu sein. Aber: Für den täglichen Einsatz im Brillenverkauf sind diese komplexen Systeme wenig geeignet. Für die Nutzung benötigen Sie eine umfassende Ausbildung und entsprechende Erfahrung – sonst wird mehr Schaden als Nutzen angerichtet.

Die gute Nachricht: Es geht sehr viel einfacher!

Denn die einzelnen Farb-Kriterien, die in den Farbsystemen zusammengefasst werden, lassen sich einzeln betrachten und individuell regeln. Dazu wirkt die Brille als persönliches Stilmerkmal mitten im Gesicht aber ganz anders als Bekleidungsfarben.

Crash-Kurs: Basiswissen Farbe für Optiker

Alle Farben und somit auch das gesamte farbliche Brillensortiment lassen sich im Wesentlichen in drei große Kategorien unterteilen.

1. KONTRAST - HELL, MITTEL, DUNKEL

Grundsätzlich gilt, dass dunklere Farben härter und professioneller wirken. Passen sie allerdings zum Kontrastlevel einer Person, empfinden wir dies als besonders ausdrucksstark. Bei helleren Farbtypen kann eine dunkle Fassung schon sehr hart und distanzierend wirken.

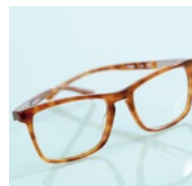


Die linke Brille nimmt vom Kontrast perfekt den natürlichen Kontrast von Naturhaarfarbe und Haut auf und passt sich sichtbar und dennoch unsichtbar ein. Die rechte Fassung dagegen lässt die Person blasser und farbloser wirken. Das liegt auch an dem in Punkt 2 vorgestellten Aspekt der Farbtemperatur.

Praxis-Tipp: Probieren Sie bei Ihren Kunden ganz konkret verschiedene Kontrastlevel – am besten im gleichen Material- und gleicher Materialstärke. Beschreiben Sie die Wirkung.

2. FARBTEMPERATUR - KALT, WARM, NEUTRAL

Oben eine warmtonige Fassung mit hohem Gelbanteil, unten mit einem dominierenden Blauanteil. Dazwischen gibt es auch neutrale Töne, ohne eindeutiger Zuordnung.



Bei der warmtonigen Frau im ersten Beispiel, ist der Effekt der eisig wirkenden klaren Fassung schön zu erkennen.

Praxis-Tipp: Probieren Sie verschiedene Farbtemperaturen bei Ihren Kunden und beschreiben diese.

Die Unterscheidung von warm und kalt ist herausfordernd und benötigt konkretes Wissen zu Farbe und Mensch, das unter Anleitung trainiert wird.

3. FARBSÄTTIGUNG UND INTENSITÄT

Glänzende leuchtende Farben (Materialien) sind die von uns empfundenen Knallfarben, schwache (matte) Farben wirken eher zurückhaltend – können aber auch je nach Person sehr edel wirken.



Intensive Farbe, mattes Material – die Wirkung einer Farbe zeigt sich erst im Gesicht. Wie nehmen Sie diese wahr? Versuchen Sie dies zu beschreiben und argumentieren auch die Brillenform, denn im nächsten Beitrag geht es um veraltete Proportions-Mythen.

Fazit: Wer auch beim Thema Farbe seine Kunden „sichtbar“ kompetent berät, erzielt messbaren Verkaufserfolg, ermutigt Kunden etwas Neues zu wagen und hebt sich von den Mitbewerbern ab.

PETRA WALDMINGHAUS

ist renommierte Wirkungsexpertin und Geschäftsführerin von CorporateColor. Regelmäßig veranstaltet sie Seminare und Inhouse-Schulungen, und mit eyebizz Webinare.

