

Keuzedeel mbo

Interieurstyling

gekoppeld aan één of
meerdere kwalificaties mbo

Code

K0156

Penvoerder: Sectorkamer handel
Gevalideerd door: Sectorkamer handel
Op: 10-11-2015

1. Algemene informatie

D1: Interieurstyling

Studielast

480

Beroepsvereisten

Nee

Certificaten

Nee

Gekoppeld aan kwalificatie(s)

Zie bijlage op www.s-bb.nl/kwalificatiedossiers

Toelichting

Het keuzedeel is ontwikkeld als verbreding en verdieping bij het kwalificatiedossier Interieuradvies en bestaat uit één (omvangrijke) kerntaak 'Verzorgt de styling van het interieur'. De interieurstylist ontwerpt en realiseert interieurs en/of de 'finishing touch' van interieurs op aanvraag van de klant, maar doet dit vanuit een ander, onafhankelijker, creatiever en persoonlijker perspectief dan de interieuradviseur. Daarnaast gaat de interieurstylist - in tegenstelling tot de interieuradviseur - altijd uit van een bestaand concept/interieurontwerp. De interieurstylist werkt vanuit emotie en gevoel, verplaatst zich in de klant en maakt daar een op de persoon en/of het doel gestyled interieur voor, waarin zijn eigen 'handtekening' zichtbaar is. Hij maakt gebruik van de vier stylingselementen (vorm, kleur, dessin, materiaal) en creëert daarmee een sfeerbeeld, dat een gevoel opwekt bij de waarnemer/gebruiker van het interieur. Via dit sfeerbeeld en gevoel wordt een boodschap gecommuniceerd. Het doel van de styling van het interieur – en daarmee de boodschap – kan verschillen (bijv. verkoop/overtuigen, herkennen/onderscheiden, kunst/esthetiek). De verdieping ten op zichte van het dossier Interieuradvies zit dus met name in de ontwerpfase (het maken van een stylingsplan voor het interieur). De onderdelen met betrekking tot de realisatie van het ontwerp komen in het dossier Interieuradvies voldoende aan bod.

De beginnend beroepsbeoefenaar is werkzaam als werknemer of zelfstandige (zzp'er). De interieurstylist is meestal niet verbonden aan een woonwinkel, maar werkt wel samen met verschillende woonwinkels (zakelijke afspraken met verschillende detaillisten). Doordat hij niet gebonden is aan een woonwinkel heeft hij een grote mate van vrijheid in de woonartikelen die hij zijn klant adviseert, een bredere kijk op verschillende merken en is hij onafhankelijk in het advies. Zijn klanten/opdrachtgevers zijn particulieren, individuele professionals (makelaar, fotograaf, architect) of bedrijven, zoals een (woon)winkel of bedrijf gespecialiseerd in interieur-/projectinrichting, zakelijke dienstverlening en/of cultuur & recreatie. Afhankelijk van doel en context van de stylingsopdracht kan de interieurstylist zich binnen verschillende stylingsrichtingen bewegen, zoals verkoop/vastgoedstyling (restyling van woningen voor de verkoop), retailstyling (winkelstyling en etalagestyling), productstyling, fotostyling, imagostyling (bijv. bedrijfspanden stylen in hun huisstijl), evenementenstyling (stylen van bijv. beursstands, grote bijeenkomsten), outdoor styling (tuinen en buitenruimten), ontwerpstyling (bedenken en realiseren van een product (bijv. een meubel) ter ondersteuning van het stylingconcept), conceptstyling (basis voor een goed stylingplan), prognosestyling (trendwatching).

Dit keuzedeel is ontwikkeld door KCH in samenwerking met de werkgroep Wonen (afvaardiging van onderwijs en bedrijfsleven uit de woonbranche). Voor de ontwikkeling van dit keuzedeel zijn WoonWerk (branchevereniging voor de woonbranche) en CRISP (beroepsvereniging voor stylisten interieur en vastgoed) geconsulteerd. Zowel WoonWerk als CRISP kunnen zich vinden in de inhoud van dit keuzedeel

Relevantie van het keuzedeel

In de woon- en interieurbranche zijn steeds vaker interieurstylisten werkzaam. Zij zijn onder meer verantwoordelijk voor de styling van de (woon)winkel zelf, maar werken ook voor de klant, met name in het hogere segment. Daarnaast wordt interieurstyling ook in andere segmenten van de markt belangrijker, zoals in de vastgoedmarkt, in reclame en marketing, bij evenementenorganisatie en bij productontwikkeling. De interieurstylist kan dan ook op verschillende manieren op de arbeidsmarkt terecht, als zelfstandige of in loondienst en zowel in de woonbranche als bij andersoortige bedrijven.

Beschrijving van het keuzedeel

D1: Interieurstyling

Het keuzedeel bestaat uit één (omvangrijke) kerntaak 'Verzorgt de styling van het interieur'. De interieurstylist ontwerpt en realiseert interieurs en/of de 'finishing touch' van interieurs op aanvraag van de klant. Hij doet dit vanuit een onafhankelijk, creatief en persoonlijk perspectief. De interieurstylist gaat altijd uit van een bestaand concept/interieurontwerp. Het doel van de styling van het interieur – en daarmee de boodschap – kan verschillen (bijv. verkoop/overtuigen, herkennen/onderscheiden, kunst/esthetiek). Afhankelijk van doel en context van de stylingsopdracht kan de interieurstylist zich binnen verschillende stylingsrichtingen bewegen.

Branchevereisten

Nee

Aard van keuzedeel

Verdiepend

Verbredend

2. Uitwerking

D1-K1: Verzorgt de styling van het interieur

Complexiteit

De beginnend beroepsbeoefenaar werkt vanuit een concept of interieurontwerp dat hem wordt aangereikt. Dit kan een bestaand concept/ontwerp zijn (bijvoorbeeld, een al ingerichte ruimte of een huisstijl van een bedrijf) of een nieuw concept/ontwerp van een ontwikkelaar/ontwerper. Hij moet zich dit concept/ontwerp eigenmaken om van daaruit iets specifiek, eigens, aan het interieur toe te voegen met behulp van de stylingaspecten vorm, kleur, dessin, materiaal – zonder dat doel, functie en herkenbaarheid van het concept verloren gaan en waardoor – via beeldcommunicatie – een bepaald doel bereikt wordt, de persoonlijkheid van de klant/opdrachtgever wordt uitgedrukt of een bepaald gevoel wordt opgeroepen bij de waarnemer/gebruiker van het interieur. De beginnend beroepsbeoefenaar kan werkzaam zijn binnen diverse contexten en ook het doel waarvoor hij de styling verricht kan verschillen (verkoop/overtuigen, herkennen/onderscheiden, kunst/esthetiek). Hij kan zich specialiseren in een type interieurstyling, sector of branche, stylingsaspect, -periode of -element (bijv. kleur, verlichting, accessoires), gebruik van bepaalde beeldelementen, doelgroep, type boodschap of zelfs bedrijf. De veelheid aan mogelijkheden in de beroepsuitoefening maakt het complex voor hem om een bepaalde richting te kiezen of zich als (flexibele) generalist te presenteren. Daarbij is het van belang om als interieurstylist zowel trend-, stijl- en sfeergevoelig als onderscheidend te zijn. De beroepsbeoefenaar heeft brede en specialisatiekennis en vaardigheden nodig en een creatieve, onafhankelijke maar oplossingsgerichte geest. Hij heeft kennis van trends, (interieur)ontwerpprojecten en interieurartikelen en koppelt dit aan gevoel voor tijdgeest, sfeer, esthetiek en functie van het interieur. Complicerende factor is dat de interieurstylist het lef moet hebben om een verrassingseffect te durven creëren. Van belang is dat hij gaandeweg zijn eigen stijl en beeldtaal ontwikkelt.

Verantwoordelijkheid en zelfstandigheid

De beginnend beroepsbeoefenaar is veelal als zelfstandige werkzaam, maar kan ook in loondienst zijn, bijvoorbeeld van een (woon)winkel. Ook dan voert hij zijn werkzaamheden grotendeels zelfstandig uit, maar wel op aanwijzing van en/of in nauwe samenwerking met de conceptontwikkelaar (architect, art director, interieuradviseur, productontwerper, etc.), de opdrachtgever (reclamebureau, winkel, bedrijf, particulier, etc.) en eventuele andere deskundigen (fotograaf, lichttechnicus, tentoonstellingenmaker, etc.). Hij is verantwoordelijk voor het tot stand komen van een uitgewerkt stylingsplan waar de klant/opdrachtgever akkoord op wil geven.

Vakkennis en vaardigheden

De beginnend beroepsbeoefenaar:

- Bezit basiskennis van fotografie
- Bezit brede en specialistische kennis van assortimenten, merken en materialen in de woon- en interieur(stylings)branche
- Bezit brede en specialistische kennis van interieurs en interieurstijlen
- Bezit brede kennis van (woon)mode en (maatschappelijke) trends, trendsetting en trendontwikkeling
- Bezit brede kennis van kunst- en cultuurgeschiedenis in relatie tot styling en ruimtelijke vormgeving
- Bezit brede kennis van retailmarketing, visual merchandising en beeldcommunicatie
- Bezit specialistische kennis van de psychologische en fysiek-technische effecten van het gebruik van vormen, kleuren, licht, dessins en materialen in relatie tot het doel van de ruimte en het concept
- Bezit specialistische kennis van interieurbeelden en stylingselementen (vorm, kleur, dessin en materiaal)
- Bezit specialistische kennis van markt, doelgroep(en) en marktaanbod (producten en dienstverlening m.b.t. de interieurstylingsbranche)
- Kan basistechnieken interieurinrichting toepassen (schilderen, decoreren, verven, behangen, stofferen)
- Kan kritisch naar eigen werk en gedrag kijken en omgaan met feedback
- Kan overtuigingstechnieken en -methoden in (beeld)communicatie en gedrag toepassen
- Kan presentatievaardigheden en -technieken toepassen en de daarvoor relevante gereedschappen hanteren
- Kan technieken en methoden voor conceptanalyse toepassen
- Kan technieken, materialen en methoden voor het maken van stylingsplannen en idee-impressies toepassen (2D en 3D)

D1-K1-W1: Onderzoekt de stylingsvraag

Omschrijving

De beginnend beroepsbeoefenaar gaat na – in een gesprek met de klant/opdrachtgever, conceptontwikkelaar en/of interieurontwerper, -vormgever of -adviseur – wat het concept/ontwerp is dat de basis moet vormen voor de styling van het interieur. Hij onderzoekt het doel en de doelgroep van het concept/ontwerp, op welke principes het is gestoeld, wat de boodschap is. Hij ontfaelt het concept/ontwerp in vorm-, kleur-, dessin- en materiaalbeelden, en vertaalt deze naar sfeerbeeld- en stylingselementen waarmee de stylingsvraag ingevuld kan worden.

D1-K1-W1: Onderzoekt de stylingsvraag

Hij analyseert het concept/ontwerp op deze elementen, hoe deze zich tot elkaar verhouden en tot het doel, de doelgroep en de boodschap. Hij onderzoekt en analyseert het bestaande interieur en identificeert elementen in en/of eigenschappen van het interieur die hij kan gebruiken om de boodschap van het concept/ontwerp in het interieur te versterken.

Resultaat

Doel, doelgroep en boodschap van het concept/ontwerp zijn duidelijk en sfeerbeeld- en stylingselementen zijn geanalyseerd en bepaald.

Gedrag

- Heeft een 'open mind', luistert goed naar klant/opdrachtgever, conceptontwikkelaar en/of interieurontwerper, -vormgever of -adviseur, kijkt goed rond en stelt gerichte vragen om voldoende relevante informatie te achterhalen.
- Vormt zich gemakkelijk een beeld van doel, boodschap en principes van het concept/ontwerp.
- Maakt gebruik van informatie uit diverse richtingen en bronnen, kijkt verder dan de grenzen van zijn eigen vakgebied.
- Let bij de analyse van het concept/ontwerp op details om daarin patronen te ontdekken, kent deze via associaties en emoties betekenis toe, vertaalt deze creatief naar sfeerbeeld- en stylingelementen die bruikbaar zijn binnen het concept/ontwerp.

De onderliggende competenties zijn: Samenwerken en overleggen, Vakdeskundigheid toepassen, Analyseren, Onderzoeken, Leren, Op de behoeften en verwachtingen van de "klant" richten

D1-K1-W2: Maakt een plan voor de styling van het interieur

Omschrijving

De beginnend beroepsbeoefenaar maakt een plan voor styling van het interieur, uitgaande van het onderzochte concept/ontwerp. Hij past daarvoor de door hem bepaalde stylingselementen (bestaande uit de vier stylingsaspecten vorm, kleur, dessin, materiaal) toe, binnen het concept/ontwerp, en benadrukt daarmee elementen in en/of eigenschappen van het interieur. Ook gebruikt hij zijn kennis van assortimenten, doel- en smaakgroepen, merken, beeldcommunicatie en visual merchandising, trends en ontwikkelingen om zijn stylingsplan verder in te vullen en vorm te geven. Hij maakt impressies van zijn ideeën en plannen met behulp van verschillende technieken en materialen, in een sfeerbeeld, in schetsen, moodboards of in 3D-presentaties. Hij kan uitleggen welke keuzes hij maakt en waarom. Afhankelijk van de grootte van de opdracht, voert hij tussentijds overleg over zijn keuzes en (tussen)producten met de klant/opdrachtgever en eventuele andere betrokkenen (professionals, eindgebruikers).

Resultaat

Een volledig en onderbouwd plan voor de styling van het interieur, verwerkt met behulp van passende middelen en materialen.

Gedrag

- Sluit aan bij het bestaande, gegeven concept/ontwerp, maar probeert er bovenuit te stijgen: geeft het interieur iets extra's waardoor de boodschap van het concept/ontwerp versterkt wordt; weet met behulp van de sfeerbeeld- en stylingselementen een bepaald, gewenst gevoel op te roepen.
- Is kritisch ten aanzien van de kwaliteit van het eigen werk, reflecteert en evalueert het regelmatig en doet er alles aan de kwaliteit hoog te houden.
- Is creatief en innovatief en zoekt evenwicht, toepasbaarheid én originaliteit in het gebruik van de stylingselementen.
- Heeft gevoel voor details, maar houdt de grote lijn in het oog.
- Durft mensen (klant, publiek) te verrassen, zelfs te schokken, door af te wijken van het geijkte pad.
- Verwerkt zijn ideeën voor de styling van het interieur met behulp van verschillende technieken en materialen, zowel in 2D als 3D.
- Neemt adviezen met betrekking tot gebruik en uitvoering van (tussen)producten ter harte, maar weet de gekozen richting consequent te handhaven.
- Maakt kosteneffectief gebruik van materialen en middelen, zowel voor zijn stylingsplan als voor de presentatiemiddelen.

De onderliggende competenties zijn: Vakdeskundigheid toepassen, Materialen en middelen inzetten, Analyseren, Onderzoeken, Creëren en innoveren, Samenwerken en overleggen, Ondernemend en commercieel handelen, Bedrijfsmatig handelen, Kwaliteit leveren

D1-K1-W3: Maakt via beeldcommunicatie het stylingsplan duidelijk

Omschrijving

De beginnend beroepsbeoefenaar communiceert zijn stylingsplan en zijn toegevoegde waarde aan de klant/opdrachtgever, bijvoorbeeld in een gesprek, presentatie of 'elevator pitch'. Hij maakt hierbij gebruik van in zijn planfase ontwikkelde producten en/of ontwikkelt specifiek voor de presentatie bedoelde producten, zoals modellen en/of digitale 2D- of 3D-presentaties. Hij licht zijn plan toe: hij benadrukt zijn creativiteit, innovatief vermogen, sfeer- en stijlkenis; hij gaat in op de emotiebeleving en de (psychologische) betekenis van zijn plan en op de persoonlijke betrokkenheid van de klant/opdrachtgever. Hij beantwoordt eventuele vragen van de klant/opdrachtgever.

Resultaat

Een enthousiasmerende presentatie van het plan voor de styling van het interieur met als doel om akkoord voor uitvoering te verkrijgen.

Gedrag

- Presenteert zijn ideeën voor de styling van het interieur met overtuiging; stemt zijn presentatie af op type klant/opdrachtgever, gebruiksfunctie van het interieur, etc.
 - Brengt de 'eigen' stijl van zijn stylingsplan duidelijk naar voren; weet het verband te benoemen tussen de gebruikte stylingselementen en het bestaande concept.
 - Speelt op verschillende manieren in op de emotie van de klant; probeert de klant als het ware 'in' het stylingsplan te trekken.
 - Maakt in zijn presentatie gebruik van verschillende materialen, methoden en technieken, om zowel zijn stylingsplan als de ideeën erachter en/of het denk/werkproces te verhelderen.
 - Gaat constructief om met verkregen feedback op zijn werk en gebruikt het om zijn werk te verbeteren.
 - Werkt met behulp van vraag-, presentatie- en gesprekstechnieken toe naar een akkoord/overeenkomst.
- De onderliggende competenties zijn: Overtuigen en beïnvloeden, Presenteren, Vakdeskundigheid toepassen, Materialen en middelen inzetten, Op de behoeften en verwachtingen van de "klant" richten, Ondernemend en commercieel handelen, Kwaliteit leveren