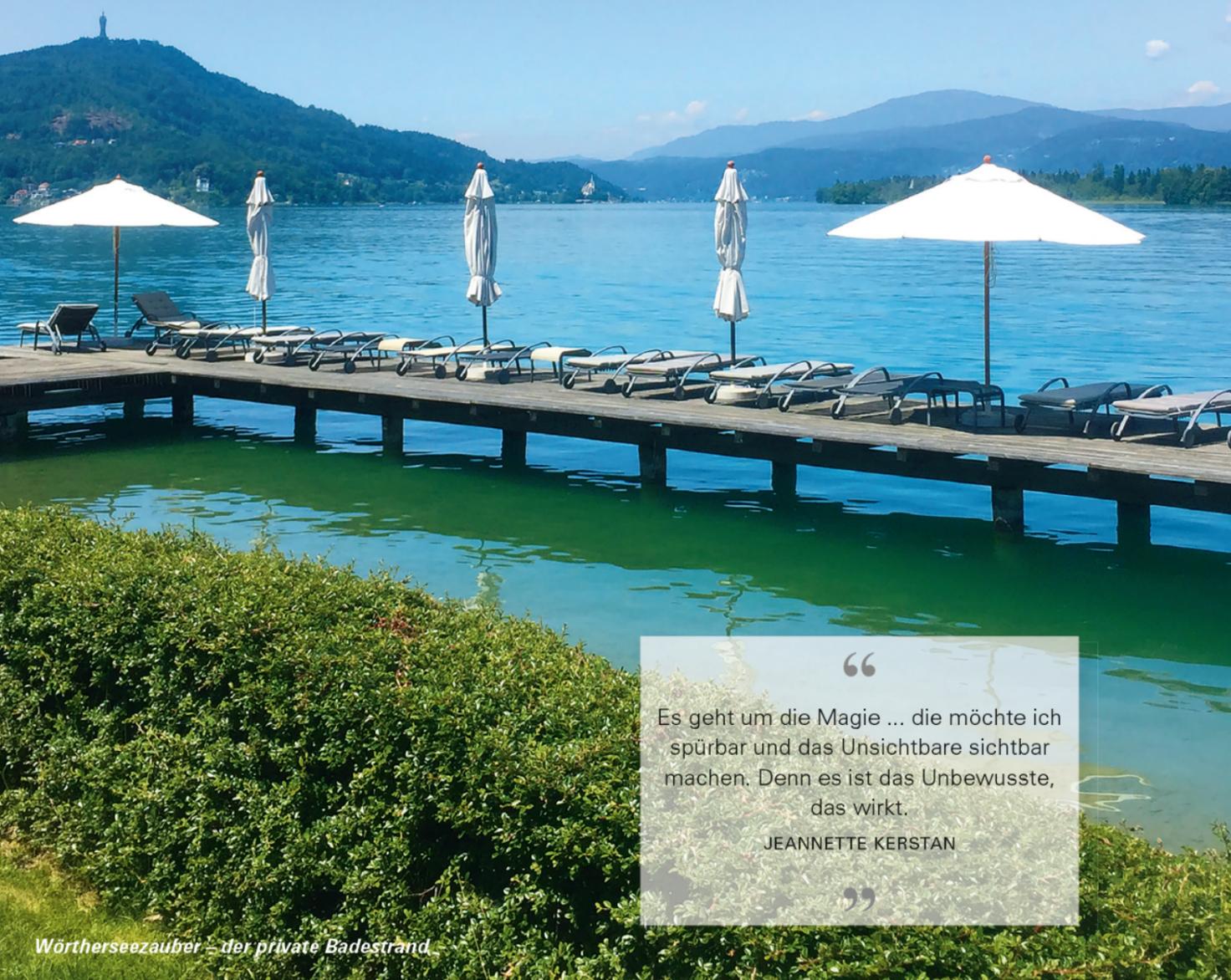


Immobilien ...

die wie ein Seelenpartner glücklich machen

Mit „design for the soul“ entwickelt Jeannette Kerstan Immobilienprojekte und vermarktet Bestandsimmobilien mit dem Ziel, deren Seele erlebbar zu machen. Ihre Motivation: werthaltige Orte und Lebensräume der Harmonie und des Wohlbefindens für den Menschen und eine Synergie mit dem Umfeld zu erschaffen.

Interview: Stephanie Gawlitta | Photos: beigestellt



Wörtherseezauber – der private Badestrand

“

Es geht um die Magie ... die möchte ich spürbar und das Unsichtbare sichtbar machen. Denn es ist das Unbewusste, das wirkt.

JEANNETTE KERSTAN

”

Frau Kerstan, im Mittelpunkt Ihrer Arbeit steht die Seele, wenn man Ihr Unternehmen „design for the soul“ wörtlich nehmen darf...

Ja, es geht mir darum den Kern, die Einzigartigkeit eines Projektes zu entwickeln und für die Zielgruppe erlebbar zu machen.

Was bedeutet dies für Sie in Bezug auf Immobilien?

Wie jeder Mensch hat auch jede Immobilie eine Seele oder einen inneren Ton. Wenn diese in Harmonie miteinander klingen, entsteht Wohlbefinden. Sie kennen dieses Gefühl sicher, wenn Sie einem Menschen begegnen, mit dem Sie sich im Einklang befinden. Der Volksmund nennt das „Seelenpartner“.

Mit „Marina Home“ und „Seezauber“ vermarkten Sie zwei ganz unterschiedliche Immobilienprojekte am Wörthersee. Wie machen Sie deren Seele sichtbar?

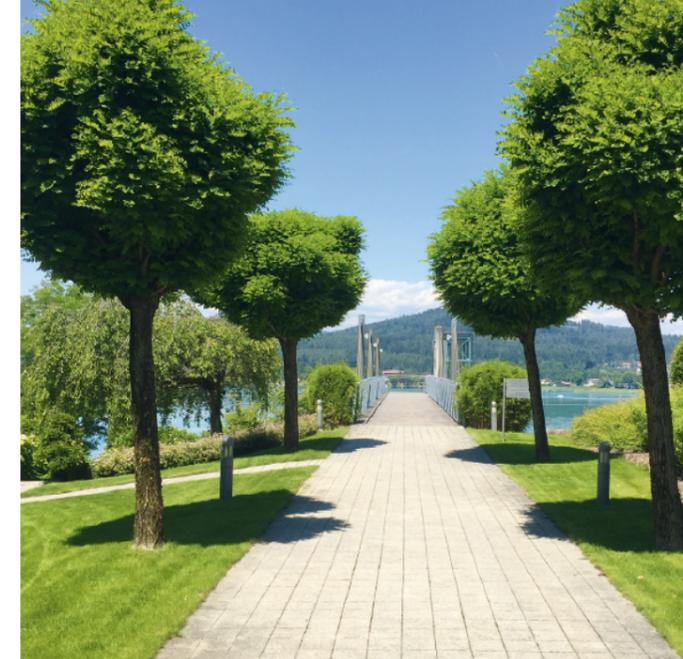
Bei der Vermarktung einer Bestandsimmobilie wie Seezauber oder eines bereits entwickelten Projektes besteht mein Wirken darin, die Einzigartigkeit in Bezug auf Lage, Architektur, Umfeld, Grundrisse, Umpfungsmöglichkeiten, etc. wahrzunehmen und zu entwickeln. Oft ist dies nicht auf den ersten Blick zu erkennen. Denn wie wir ja spätestens seit dem kleinen Prinzen wissen, ist das Wesentliche nur mit dem Herzen zu sehen. Bei einem Neubauprojekt, wie es bei Marina Home der Fall ist, kommt dazu, zu diesem eine Vision zu erschaffen und dem Projekt eine Seele zu schenken. Ich lasse deren Emotion über Wort, Bild, Corporate Design, Namen, Logo für die Zielgruppe sichtbar werden. Im Bereich der Projektentwicklung bedeutet das, ein Grundstück mit einem Projekt zu „beplanen“, so dass eine Synergie zum Umfeld und in jeder Hinsicht Werthaltigkeit schenkt: in Bezug auf die Idee, die Architektur, Baukunst, Grundrisse, Besonderheiten der Fassaden oder auch Innenwandgestaltungen, Wohngefühl, etc. In beiden Fällen gilt es für mich das Projekt entsprechend am Markt zu positionieren und für den Kunden eine Vision zu erschaffen, die ihn in seinem Herzen berührt.

Was bedeutet für Sie Kärnten im Allgemeinen und der Wörthersee im Besonderen – persönlich und aus Immobilien-Sicht?

“

Am Wörthersee finden sich für mich drei magische Komponenten zum Glücklich-sein: Vertrauen, Lebensfreude und Sicherheit.

”



Kärnten verbinde ich vor allem mit Heiterkeit und Lebensfreude. Ganz besonders den Wörthersee. Er ist mein Herzensplatz! Sein in allen Türkis- und Grüntönen schillerndes Wasser, das mediterrane Klima, die Lebensart der Menschen dort und die ihn schützend und gleichzeitig in einem raumschenkenden Abstand umarmende Bergwelt.

Wie kam es zu der Vielseitigkeit Ihrer Leistungen, die Herr Schmalzl angesprochen hat?

Grundsätzlich ist mein Blick auf das Leben, dass jeder Mensch Talente und Gaben mitbekommen hat, die er im Laufe seines Lebens entwickeln und zum Wohle des Gesamten einbringen darf. Ich glaube, dass Glück erwächst, wenn man dies mit dem ganzen Herzen tut. Zunächst hat mich meine Herkunft aus einer Architektenfamilie bis zum Großvater sicher entscheidend geprägt. Schon als junges Mädchen habe ich von meinem Vater gelernt, ein Gebäude immer im Zusammenhang mit dem Umfeld zu sehen, und nie losgelöst davon. Mein Vater hat auf dem Autodach am Grundstück auf einem Blatt Papier den ersten Entwurf gezeichnet und der traf den Kern. Auf diese Weise lernte ich Gebäude als Teil einer Landschaft zu sehen. Auch lernte ich durch ihn das Grundrisse-Entwickeln mit dem Blick auf den Bedarf des Menschen, natürliche Lebens- oder Arbeitsabläufe, die Himmelsrichtungen und die entsprechenden Tagesstimmungen. Ganz besonders das Loslassen, Umdrehen und sofort Neuentwickeln, das Limonade-machen aus Zitronen... Nicht zuletzt Kreativität und eine hohe Wahrnehmungsfähigkeit. Die habe ich in den letzten 20 Jahren intensiv trainiert. So fällt es mir heute leicht, in Verbindung mit den Kenntnissen, Erkenntnissen und Erfahrungsschätzen der letzten 20 Jahre design for the soul das Wesen eines Projektes zu erfassen, das passende Corporate Identity zu entwickeln und es angemessen am Markt zu positionieren.



Gartenoase und Seezugang



„
Ich tue, was ich kann, und folge dabei
meinem Herzen.

JEANNETTE KERSTAN

“

Über das architektonische Wissen und die Ausdrucksform des Innendesigns hinaus fußt Design for the soul auf einem branchenübergreifenden Marketing Know-how. Dazu kommt mein tiefes Interesse, stets den „Kern“ finden zu wollen. Dies hat mich vom Feng Shui über die Geomantie, dem Selbststudium der Psychologie über unterschiedlichste philosophische Ansätze, die Wirkungsweise von Farben, Formen, Materialien, die Etymologie der Sprache mit der Wirkung des gesprochenen und geschriebenen Wortes bis hin zu den modernen Erkenntnissen der Neurowissenschaften geführt. Dies verbunden ist heute „design for the soul“ in stetiger Weiterentwicklung.

Können Sie unseren Lesern einen lebendigen Überblick über Projekte die den Erfahrungsschatz von design for the soul ausmachen geben?

Mein Hauptfokus lag immer darauf, den Wesenskern und die Kernkompetenzen meiner privaten und gewerblichen Auftraggeber in deren Lebens- und Arbeitsräumen für sich und deren Kunden als nonverbale Botschaften erlebbar zu machen. Vom Entwurf des Grundrisses, des Innendesigns, über den Möbelentwurf bis zum Corporate Design, deren Umsetzung und Vermarktung. Anfang 2000, als ich damit begann, war der Markt noch nicht offen dafür, innere Welten bewusst in der äußeren Umgebung zu gestalten oder gar eine Botschaft auch über Design zu transportieren. Somit waren meine Kunden hauptsächlich Privatkunden, die ihr Heim für ihre Seele von mir entwickelt haben wollten. Umso spannender fand ich es, parallel mit „begreif-

baren Produkten“ unterschiedliche Branchen für eine neue Sichtweise zu öffnen. Eines dieser Projekte war z.B. „Magie der Mode“, das ich für die Modewelt entwickelt habe. Es war eine Neubetrachtung der Mode vor dem Hintergrund der Wirkungsweise der verwendeten Stoffe, Farben, Muster, Strukturen auf ihre Trägerin und deren Umfeld.

2005 entwickelte ich meine eigene Schmuckmarke, die in Amuletten, Arm- und aufwendigen Halscolliers aus Halbedelsteinen, Perlen, Perlmutter, Silber und Gold Botschaften für ihre Träger/Trägerinnen in sich trug. Ich komponierte Themen, die den Menschen berührten, entwickelte und positionierte Jahresamulette, die das Zeitgeschehen aufnahmen und durfte für führende Modelabel deren Botschaften in Schmuckstücke umsetzen und damit deren eigene Positionierung oder Aufmerksamkeit am Markt unterstützen.

Auch aufgrund dieses Erfolges konnte ich 2007 einen großen Schlafmöbelhersteller als Kunden gewinnen. Er bat mich, eine Gegenmaßnahme zur „Geiz ist Geil-Mentalität“ für ihn zu entwickeln. Damals verkaufte man noch nicht über emotionale, innere Welten, was mittlerweile gang und gebe ist. So entwickelte ich die „Wohnwelten“ als neues Verkaufsinstrument für ihn. Dazu passend durfte ich seine 6000 qm große Ausstellungsfläche neu planen und sein Design- und Verkaufsteam auf die neue Unternehmensstrategie schulen. Mit diesem Auftrag, der über den Hersteller in die großen Möbelhäuser getragen wurde, war mir ein großer Schritt geglückt – nämlich über Raumdesign bewusst den passenden inneren Ton des Menschen zum Klingen anzusprechen.

Neben der Marina Village/„Marina Home“ in Velden haben Sie noch ein weiteres Juwel am Wörthersee in der Vermarktung, das wir heute vorstellen dürfen: Wodurch unterscheidet sich die „Seezauber Wohnung“ von anderen Luxusimmobilien, bspw. der Marina Village?

Die Wohnung „Seezauber“ ist eine Oase in einer Oase. Während „Marina Home“ Bewegung, den unkomplizierten Luxus des Marina Lifestyle, Bootsleben, sowie die Lebendigkeit am und mit dem Hot Spot Velden anspricht, so verzaubert „Seezauber“ mit der Ruhe der Farbe Grün. Wohin das Auge sieht, wird es abwechslungsreich gestreichelt von sanften und strukturgebenden Formen der unterschiedlichsten Pflanzen und Blüten, verbunden mit dem Farbzauber des Wörthersees. Die fünf Gebäude mit Luxus-Apartments fügen sich architektonisch gelungen in die Landschaft ein. Sie sind in weiten Abständen voneinander in einen Park oberhalb des Sees eingebettet, zu dessen wunderbaren Badestrand mit weiten Liegewiesen man mit einem Glasaufzug hinunter schwebt. Die Anlage ist darüber hinaus mit allem erdenklichen Luxus ausgestattet, den man vom Aufenthalt in einem 5-Sterne Hotel kennt. Vom Pool über den Fitnessraum mit Seeblick bis zum Tennisplatz ist alles vorhanden.

Was macht diese Luxus-Wohnung in Maria Wörth so einzigartig?

Mit einem eigenen ca. 500 qm großen, liebevoll angelegten Gartenrefugium bildet die Wohnung das Lebensgefühl der Anlage in sich ab. Der Blick aus dem Wohnzimmer über die Terrasse auf den See ist wie

ein wunderschönes Bild, in dem lautlos die Boote zwischen den Hortensien und Buchsbäumen vorbeigleiten, bis man sie aus dem Auge verliert. Die Seele dieser Immobilie ist Friedlichkeit – smaragdschillernde Sanftmut von Natur, Wasser und Weite.

Wir danken für das Interview!

design for the soul

Jeannette Kerstan

Ferdinandstraße 19

61348 Bad Homburg

Mobil: +49 (0)177 / 3000 665

Mail: mail@designforthesoul.com

Web: www.designforthesoul.com

