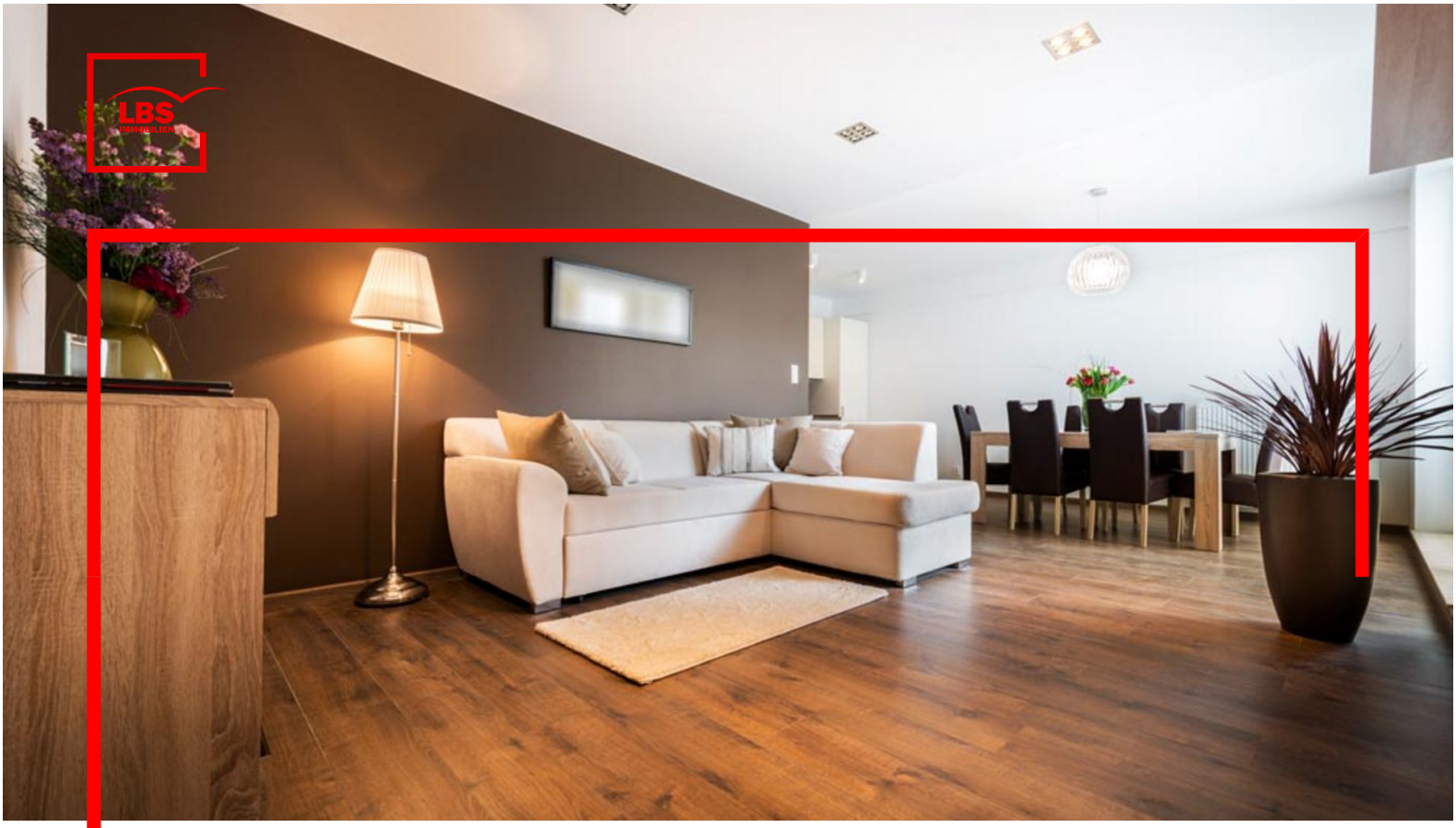


Home Staging: was das ist und warum es sich auszahlt

Ein wichtiges Ziel beim Immobilienverkauf ist es, Interessenten so sehr für die Immobilie zu begeistern, dass sie genau dort unbedingt selbst einziehen wollen. Mit Home Staging – also einer gezielten Inszenierung wie auf einer Bühne – präsentieren Verkäufer ihre Immobilie für Besichtigungen, aber auch bereits für Fotos, auf eine Weise, die nichts dem Zufall überlässt. Und das wirkt sich nachweislich positiv auf den Preis und die Verkaufsdauer aus.

In den USA ist Home Staging schon längst ein unverzichtbarer Bestandteil des Vermarktungsprozesses einer Immobilie. Inzwischen ist die Welle auch zu uns herübergeschwappt. Sogar eine neue Berufsbezeichnung findet damit Eingang in unsere Arbeitswelt: der „Home Stager“. Und nachdem ein solcher Hand an ein

Haus oder eine Wohnung angelegt hat, steigt das Käuferinteresse rapide. Außerdem neigt bei einer ansprechenden Immobilienpräsentation über ein Viertel der Kaufinteressenten eher dazu, über kleinere Makel der Immobilie hinwegzusehen.

Was macht den Unterschied bei einer Besichtigung mit oder ohne Home Staging?

Bei „normalen Besichtigungen“ ist es häufig so, dass eine Immobilie entweder im bewohnten oder im völlig leeren Zustand den Interessenten gezeigt wird. In beiden Fällen ist es für potenzielle Käufer eher schwierig, sich dort ihr eigenes zukünftiges Zuhause vorzustellen. Ihr Blick wird verstellt durch die aktuelle Überfrachtung mit fremden Gegenständen – oder eben auch durch die Leere der Räume und die kahlen Wände.

Mit Home Staging wird hingegen speziell für die Besichtigung die perfekte Atmosphäre geschaffen. Dazu werden zunächst persönliche Gegenstände des bisherigen Eigentümers entfernt. Der Raum erhält eine neutrale, aber dennoch freundliche Einrichtung, ohne jedoch überfrachtet zu sein. Um der Fantasie der Kaufinteressenten auf die Sprünge zu helfen, werden dezent Möbel, Farben, Licht und Dekorationen eingesetzt. Das hilft, Raumproportionen besser sichtbar zu machen und Besonderheiten der Immobilie hervorzuheben. Vor dem inneren Auge planen Interessenten dann schon, wie sie die Immobilie selbst einrichten würden.

Aber Home Staging zahlt sich nicht nur bei den Besichtigungen selbst, sondern auch bei Online-360-Grad-Rundgängen und bei den Fotos aus, die im Internet und im Exposé genutzt werden. Nicht unerheblich ist in diesem Zusammenhang die Tatsache, dass fast die Hälfte der Kaufinteressenten eher bereit ist, sich eine „gestagete“ Immobilie anzusehen, wenn ihnen diese vorher schon online sehr umfassend präsentiert wurde.

Gediegene Atmosphäre – dank Pappmöbeln und angenehmen Düften

Extra für das Home Staging gibt es bereits seit einigen Jahren günstige Requisiten im Angebot, wie beispielsweise Möbel aus Pappe, die eine schlichte Einrichtung für das Auge des Betrachters andeuten. Einige Interessenten haben bei der Besichtigung so ausgestatteter Immobilien sogar schon gefragt, ob die Möbel mit erworben werden können. In den USA hört die Inszenierung übrigens nicht bei der Einrichtung auf. Dort wird gelegentlich auch angenehmer Duft genutzt, um Kaufinteressenten bei der Besichtigung ein positives Gefühl für die Immobilie zu vermitteln. Ähnliches wird in Deutschland bisher allenfalls in Einkaufszentren eingesetzt.

Da es potenziellen Käufern dank Home Staging offensichtlich leichter fällt, die besichtigte Immobilie als die eigene zu sehen, entscheiden sich Interessenten schneller für den Kauf. Wer mit Home Staging seine Immobilie für die gewünschte Zielgruppe „herausputzt“, kann daher den Verkaufspreis steigern und die Verkaufsdauer verkürzen.

Haben Sie Fragen zur Vermarktung Ihrer Immobilie?

Kontaktieren Sie uns. Wir beraten Sie gern.