

Nichts vorgaukeln, aber zeigen, was möglich ist

Home Staging. In vielen Ländern längst Standard, in Österreich immer noch selten.

Die große Liebe ist es noch nicht: Während in den USA kaum ein Heim ohne ansprechendes Home Staging verkauft und vermietet wird und diese Dienstleistung sich inzwischen auch in Deutschland großer Beliebtheit erfreut, bleiben die Österreicher eher zögerlich. „Es geht immer noch sehr langsam“, berichtet Elisabeth Schlicker, die mit ihrem Unternehmen „Raum und Seele“ im Jahr 2007 zu den Pionierinnen der Branche gehörte. „Nach wie vor werden wir häufig erst dann gerufen, wenn der Hut brennt.“

Und der brennt dann, wenn eine Immobilie sich über einen zu langen Zeitraum nicht vermarkten lässt. „Wir werden dann als letzte Möglichkeit gesehen – und die Kunden sind erstaunt, wie schnell es plötzlich geht.“ Diese Beobachtung hat auch Maklerin Elisabeth Rohr gemacht: „Am Anfang glauben immer alle, dass sie es nicht brauchen. Aber wenn man sich dann auf Home Staging einlässt, bringt es viel, und die Wohnungen werden wesentlich schneller verwertet.“

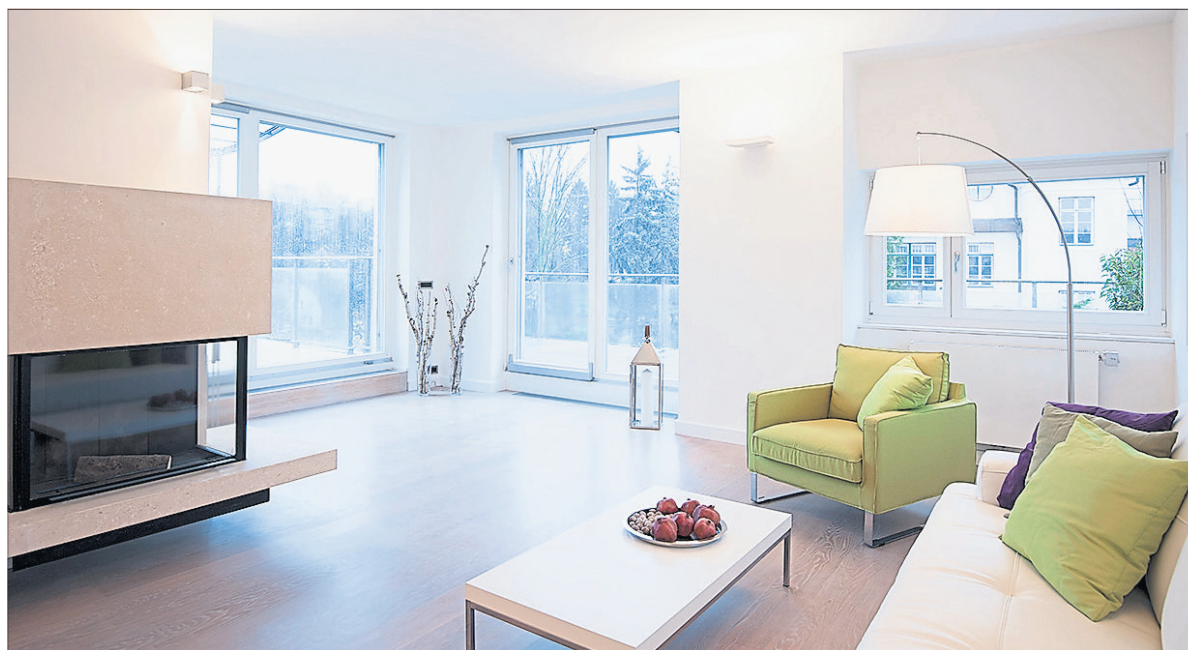
Beim Home Staging geht es nicht darum, Mängel zu verdecken

oder etwas vorzugaukeln, was nicht da ist. Sondern darum, Räume positiv zu inszenieren und deutlich zu machen, was geht: „Wir helfen dabei aufzuzeigen, wie groß welcher Bereich ist, wo ein Esstisch für sechs oder acht Personen hin passt und wie viel Platz dann davor noch für den Loungebereich ist“, gibt Jutta Wallner, Partnerin der gemeinsam mit Yvonne Werginz geführten „Wohnfee“, ein Beispiel.

Funktionen zuweisen

„Es geht nicht darum, jemanden hinter Licht zu führen, sondern anzudeuten, ‚so könnte man hier wohnen‘“, betont auch Schlicker. Dazu gehört bei kleineren Immobilien etwa zu zeigen, was sich vielleicht alles doch unter eine Schräge stellen lässt oder im Wohnbereich Platz findet; bei großen Luxusobjekten geht es dagegen darum, der Vielzahl von Zimmern Funktionen zuzuweisen.

Also ein Arbeits-, ein Gäste-, ein Kinderzimmer und den Fitnessraum andeutungsweise so einzurichten, dass die potenziellen Käufer sich in den Raumfluchten nicht verloren vorkommen. Und das alles schön neutral und in Far-



Ein paar schicke Möbel, einige Farbtupfer in der Einrichtung, und ein Verkaufsobjekt wirkt gleich viel einladender. [home-staging.at/Thomas Werk]

ben und Stilrichtungen, die allen gefallen und niemanden verprellen. Wobei dann mit den Farben doch ein bisschen getrickt werden darf, um eine Wohlfühlatmosphäre zu erzeugen: So greifen die Home Stager bei Objekten, die im Winter vermarktet werden, gern zu warmen Orange/Rot-Tönen, im Sommer wird mit blauen und grünen Farben optisch für Kühle gesorgt. Und das nicht nur in der Wohnung selbst, sondern auch auf den Fotos, die zum Service dazugehören und in Inseraten und im Internet für Eindruck sorgen.

Zu den treuesten Kunden gehören neben jenen, die nach der „Retentionsaktion“ einer schwer vermittelbaren Immobilie wiederkommen, vor allem die Bauträger. „Diese bilden den Großteil unserer Kunden“, so Wallner, „und das von

der Zwei-Zimmer-Musterwohnung bis zum Penthouse.“ Wobei ein Penthouse für mehrere Millionen natürlich deutlich aufwendiger präsentiert wird: Da finden dann auch Designerstücke einen temporären Aufenthaltsort unter edlen Beleuchtungselementen, und die Bewässerungsanlage auf der Dachterrasse sorgt dafür, dass aus üppigem Grün kein trockenes Gelb wird.

Verkraftbare Preise

Preislich unterscheiden sich die beiden Varianten allerdings weniger als gedacht: 40 bis 60 Euro pro Quadratmeter kostet ein „normales“ Staging inklusive der Leihmöbel, des Aufbaus, der Fotografien und des Abbaus; aber auch bei hochwertigen Immobilien bleiben die Quadratmeterpreise im zweistelligen Bereich. Was vielen im-

mer noch teuer vorkommt, zumal ja am Ende von der Pracht nichts übrig bleibt. Allerdings ist es bei Luxusobjekten, deren Preise bei 8000 bis 25.000 Euro pro Quadratmeter liegen, doch wiederum eine verschmerzbarere Investition. Zumal, wenn das Objekt deutlich kürzer auf dem Markt ist. (SMA)

HOME STAGING

Da die **Mehrheit der Menschen** sich damit schwertut, die Größe eines leeren Raumes einzuschätzen und sich die eigenen Möbel in einer fremden Umgebung vorzustellen, hilft Home Staging dabei, Proportionen zu verdeutlichen und Räumen Funktionen zuzuweisen. Die Kosten liegen im Schnitt bei 50 bis 60 Euro pro Quadratmeter, die Vermarktungsdauer wird nach Maklerangaben dadurch deutlich verkürzt.

AM KAISERFORUM
1010 Wien • seit 1870

Exklusiver Verkauf
Mag. Anna Steurer
Alexander Pluskota, M.A.

Tel: +43-1-512 1 512
wohnen@amkaiserforum.at
www.amkaiserforum.at

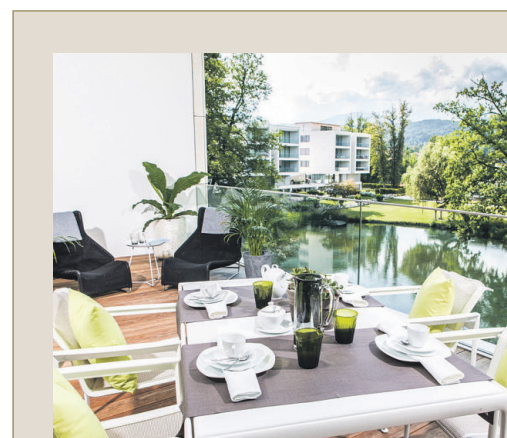


KLASSISCH RESIDIEREN.

Einst repräsentativer Wohnraum für die Aristokratie wird der Prachtbau neben dem Kunsthistorischen Museum behutsam renoviert und belebt die Tradition des Wiener Salons. In der Beletage und den darüber liegenden Altbauetagen entstehen zwölf erlesene Stadtdomizile ab 170 m². HWB 49,19

HOCH ÜBER WIEN.

Atemberaubende Ausblicke, lichtdurchflutete Räume und architektonische Finesse dienen glanzvollen Empfängen und bilden den Rahmen für einen höchst privaten Rückzugsort. Die drei Dachmaisonetten zwischen 210 m² und 320 m² bestechen mit individuellem Charme und Einzigartigkeit.



Luxuriöses Apartment im Resort Schloss Velden

140 m² Wohnfläche, großzügiger Wohn-Essbereich mit Loggia, 2 Schlaf- und Badezimmer, Hotelanbindung und Beach-Club, 2 Carports, HWB 44 kWh/m²a
Kaufpreis EUR 1,59 Mio.
Tel. +43 664 88 254 121
Kontakt: Mag. Heidrun Huber



Lichtdurchflutetes Penthouse im Auenhofresort am Wörthersee

170 m² Wohnfläche, 2 Terrassen mit Panorama-Seeblick, 4 Zimmer, 2 Bäder, großzügiger Badebereich, 2 Carports, HWB 53,83 kWh/m²a, fGEE 1,18
Kaufpreis EUR 1,67 Mio.
Tel. +43 664 88 254 120
Kontakt: Anna Meßner, MA



WÖRTHERSEE - WIEN - KITZBÜHEL
hl@livingdeluxe.com
www.livingdeluxe.com



Schloss Velden Residenz mit atemberaubendem Wörtherseeblick

150 m² Wohnfläche, Wohn-Essbereich mit Seeblick-Loggia, Schlafzimmer mit Loggia, Badezimmer, Tiefgaragenparkplatz, Hotelanbindung und Beach-Club, HWB 44 kWh/m²a
Kaufpreis EUR 2,5 Mio.
Tel. +43 664 53 15 300
Kontakt: Thomas Hopfgartner, MBA