

# HOME SWEET HOME

Bauträger und Makler nutzen bereits Home Staging für die Vermarktung ihrer Immobilien. Der größere Markt wäre aber bei privaten Verkäufern vorhanden. Die Wohn.Fee will in diesen Markt eindringen.

AUTOR: CHARLES STEINER



Statt nackter Wände regt Home Staging die Fantasie so an, dass man sich unter den künftigen vier Wänden etwas vorstellen kann.



Der Mensch ist ein visuelles Wesen: Bevor er etwas kauft, möchte er es sehen. Gerade wenn es um Immobilien geht, reicht die Fantasie für eine Kaufentscheidung (oder auch Miete, das gilt besonders für den Premium-Bereich) oft nicht mehr aus, es bedarf einer gewissen Inspiration. Schließlich sind das Entscheidungen, die man nicht aus der Hüfte schießt. Wie man sich bettet, so liegt man. Über Home Staging lassen sich entsprechende visuelle Reize herauskitzeln.

## Gut für Vorverwertung

Seit sieben Jahren ist bereits die Wohn.Fee auf dem Markt – einem Markt, den es in Österreich so noch nicht wirklich gegeben hat. Gründerin Yvonne Werginz erzählt: „Wir mussten Home Staging erklären. Heute ist es jedem Immobilienspezialisten – ob Bauträger oder Makler – ein Begriff.“ Da seien es vor allem große Bauträger, die Home Staging bereits am Beginn der Vermarktung einplanen und so zumindest eine Musterwohnung stagen lassen. Nicht verwunderlich: Die Vorverwertung muss immer frü-

her vonstatten gehen. Und da muss man den Endkunden schon ein bisschen über das Auge verführen.

Jutta Wallner, zuständig für Marketing und Vertrieb bei der Wohn.Fee, sieht aber noch ein ganz anderes Potenzial für das Aufmöbeln von Wohnungen. Nämlich für Wohnungen aus Zweit- oder gar Drittbezug oder für private Verkäufer, denn 95 Prozent der gestageten Wohnungen sind neue Immobilien: „Wo sind all die geerbten und abgewohnten Immobilien, deren Potenzial noch immer nicht für das Staging entdeckt wurde? Das ist nämlich eine viel größere Herausforderung für einen guten Stager, und hier kann man – anders als bei Erstbezügen – die zusätzlichen Renovierungsarbeiten, die vor dem Staging gemacht werden, natürlich auch noch in den Verkaufspreis einrechnen.“

## Keine Angst vor Digital

Allerdings stellt sich die Frage im Angesicht von Digitalisierung und 3D-Rendering, ob sich das Aufmöbeln von Wohnungen für Verkaufszwecke überhaupt rechnet. Wallner sagt ja, definitiv: „Die Digitalisierung ist natürlich für

alle eine Herausforderung – doch wie sagte vor Kurzem ein lieber Kunde zu uns, als wir auf das Thema Visualisierung contra echtem Staging kamen: ‚Ich kann ja auch keinen Fernsehabend mit einem Live-Konzert vergleichen – klar ist der Fernsehabend kostengünstiger!‘ Aber dieser Kunde erklärte auch, dass man die Haptik der Möbel, Teppiche und Accessoires eben nur in einer Immobilie fühlen kann und nicht über eine Brille. Und da läuft auch viel über die Zielgruppe. Yvonne Werginz: „Bei der Wohn.Fee wird mit dem Kunden vorab besprochen, wer die Zielgruppe für diese Immobilie ist und für welche Laufzeit das Staging gewünscht wird. Dann wird speziell für die Immobilie ein Mix aus Möbeln, Licht und Accessoires ausgewählt, um die Räume nicht einzurichten, sondern deren Vorzüge zu unterstreichen, die Funktionen anzudeuten und auch neugierig auf mehr zu machen.“ ■



Während bei Immobilien in Erstbezug Home Staging mittlerweile bekannt ist, gibt es bei Zweit- oder Drittbezug noch viel Marktpotenzial.

Credit: Wohn.Fee