



Yvonne Werginz, Gründerin der Wohn.Fee, brachte Home-Staging nach Österreich. Jutta Wallner, verantwortlich für Vertrieb und Marketing, ist die rechte Hand der Gründerin.

AUF EINEN BLICK

Die Zukunft des Home Stagings in Österreich

Home Staging ist Erlebnismarketing. Das Immobilienmarketing ist in den letzten Jahren deutlich besser geworden und die Kunden sind mittlerweile bereit zu investieren. Ein neues Segment sind Büro-Immobilien. Als Vision stellen wir uns vor, auch Hausboote zu stagen.

Artverwandte Trends mit Potenzial auf dem Immo-Markt

Wohn.Fee Furniture Leasing ist ein Service, bei dem Einrichtungsgegenstände gemietet werden können. Optimal für Personen, internationale Firmen oder Botschaften, die zeitlich begrenzt an einem Standort bleiben. Im Unterschied zu Service Apartments kann sich der Kunde die Möbel aussuchen.

ZUM UNTERNEHMEN

Über 400 Immobilien hat die Wohn.Fee in den letzten acht Jahren gestaged – Neubauwohnungen, Häuser, Villenetagen und Dachgeschoßwohnungen jeder Preislage und Größe.

Die Kunst, den Blick des Käufers zu lenken

Home-Staging. Yvonne Werginz und Jutta Wallner von Wohn.Fee erklären, warum leere Räume eine Funktion brauchen und Immobilien durch Inszenierung schneller Abnehmer finden.

Home-Staging ist Inszenierung. Fühlen Sie sich als Schauspieler in der Immobilienbranche?

Yvonne Werginz: Wenn Sie so wollen, dann ist die Immobilie die Bühne, unsere Möbel sind die Schauspieler und wir sind die Regisseure, die das optimale Setting finden.

Wer bucht Home Staging?

Jutta Wallner: Als wir vor acht Jahren als Pioniere dieser jungen Profession in Österreich starteten, erwarteten wir, dass uns zuerst Private buchen, aber mittlerweile zählen namhafte Bauträger, große Maklerbüros und Wohnentwickler zu unseren Hauptkunden.

Rauben inszenierte Räume dem potenziellen Käufer nicht die Vorstellungskraft, wie der Raum mit seinen Möbeln aussehen könnte?

Yvonne Werginz: Nein, weil wir versuchen sehr neutral zu sein. Es bleibt genügend Raum für eigene Ideen. Wir sind keine Einrichter, erstellen keine Einrichtungspläne, sondern wir geben dem Raum eine Funktion und lassen den Raum für sich sprechen.

Welche Objekte benötigen Home Staging und ab wann eignet sich die Investition ins Staging?

Jutta Wallner: Dachgeschoße, größere Wohnungen mit ungewöhnlichen Grundrissen oder in die Jahre gekommene Immobilien profitieren am meisten von einer guten Inszenierung. Auch Musterwohnungen in neuen Wohnanlagen kurbeln den Verkauf nachweislich an. An der steigenden Nachfrage zeigt sich der Trend zum Home Staging. Momentan sind 30 von uns gestagte Immobilien zeitgleich am Markt. Nur wünschen wir uns, dass die Abgeber gleich zu Beginn der Vermarktung kommen, denn dann rechnet sich die Investition in ein gutes Home Staging am meisten.

Gibt es eine Statistik, die beweist, dass durch Home Staging Immobilien tatsächlich rascher verkauft wurden?

Yvonne Werginz: Bei 400 Projekten in den letzten acht Jahren wurden 80 Prozent deutlich rascher verkauft – bei den restlichen 20 Prozent war entweder der Kaufpreis zu hoch oder es gab andere Faktoren, die man mit einem Staging nicht wegdiskutieren kann. Mit einem guten Staging hebt man sich von der Konkurrenz ab und die Immobilie bleibt in Erinnerung.

Warum verkaufen sich inszenierte Wohnungen leichter?

Jutta Wallner: Wir sind wie Psychologen und lenken den Blick auf die Vorzüge der Wohnung. Es kam schon vor dass eine Immobilie nur wegen dem Ausblick noch nicht verkauft war. Nachdem wir die Räume inszeniert haben, war der Ausblick überhaupt kein Thema mehr, weil die Wohnung eine angenehme Ausstrahlung hatte.