

*Leben*

*in die*

*Bude!*

**Full House**  
Gutes Home Staging verkauft  
Lifestyle und spricht Emotionen  
an. Mit cleveren Gestaltungs-  
konzepten verkaufen sich Immo-  
bilien schneller. Gute Adresse:  
**homestaging.wien**

Home Staging haucht leeren Immobilien neues Leben ein. In den USA macht man das schon lange. Jetzt verkürzt man auch hierzulande so Verwertungsphasen von Häusern, Wohnungen und Co. Aber was kann der Trend? **TEXT MANFRED GRAM**

Fotos: © ImmobilienFotos.net

**W**enn man Probleme hat, sich leere Räume möbliert vorzustellen, befindet man sich in guter Gesellschaft. Einschlägigen Studien zufolge kann das nämlich nur jeder Fünfte. Die Umkehrung – also sich Möbel wegdenken, die in Zimmern so herumstehen – können übrigens auch nicht viel mehr. Ergo sehen die meisten Menschen, denen Immobilien präsentiert werden, lediglich das, was da ist. Eher selten wird demnach ein mögliches eigenes neues Zuhause vor dem inneren Auge imaginiert. Wie auch, wenn man's nicht kann?

Das ist dann der Moment, in dem Home Staging auf den Plan treten sollte. Ein Trend, der aus den USA kommt und, grob gesagt, bedeutet, dass man eine Immobilie wie eine Bühne herrichtet. In den USA macht man das bereits seit den 1970er-Jahren, aber manchmal dauert es auch in einer globalisierten und supervernetzten Welt ein wenig länger, bis etwas über den großen Teich nach Europa schwappt. Warum eigentlich? »In den USA wird anders gewohnt und auch öfter umgezogen. Schön langsam kommt auch in



**High End**  
Immobilien, die Innenarchitekturstar Denis Košutić stagt, spielen in der Oberklasse mit. Luxus und Topdesign gehen hier Hand in Hand. [deniskosutic.com](http://deniskosutic.com)

Europa die Erkenntnis an, dass man nicht in einem einmal gekauften Eigenheim alt wird, sondern auch hier in Lebensabschnitten plant«, analysiert Jutta Wallner von der Wohn.Fee.

#### SCHÖN HERRICHTEN

Das Wiener Unternehmen war eines der ersten in Österreich, das sich intensiv mit Home Staging auseinandergesetzt hat. Mittlerweile hat man, vor allem für die Zielgruppe Expats, auch noch ein gut florierendes Leihmöbelservice etabliert. Kerngeschäft ist aber nach wie vor das Home Staging. »Wir inszenieren alte und neue Immobilien, entpersonalisieren aber auch bereits Möbliertes«, erzählt Wallner und

#### Geschmackvoll

Denis Košutić verrät, nach welchen Kriterien er gestaltet: »Ich versuche, einen individuellen und internationalen Stil zu kreieren, der keinen vorgegebenen Stilrichtungen unterliegt.«



ergänzt: »Besonders hilfreich ist ein gutes Staging bei geerbten Immobilien.« Denn: »Hier kann der Verkauf wesentlich schneller und besser erfolgen, wenn man vorab die Wohnung modern und luftig inszeniert.«

Es geht also beim Home Staging um einen schnelleren, profitableren Verkauf, indem man die Immobilie von ihrer schönsten Seite zeigt. Verkauft sich am Markt doch Gestagtes um bis zu 50 Prozent schneller, wie der Deutsche Berufsverband für Home Staging in einer Studie ermittelte. Allerdings: »Wir können natürlich keinen Handymasten vor dem Fenster wegzaubern und auch eine laute Einfahrtsstraße nicht leiser machen«, bleibt Wallner seriös und bremst vielleicht zu hoch gesteckte Staging-Erwartungen. »Was gutes Staging trotzdem kann, ist, Räume lebensnah zu inszenieren.« Erfolgreiche Home Stager, es ist übrigens ein freies Gewerbe, kennen sich demnach in Verkaufs- und Wahrnehmungspsychologie aus.

Gekonnt und professionell setzen sie dann maßgeschneiderte Schwerpunkte, wenn sie sich fremder Behausungen annehmen. Das Service lassen sich Immo-Besitzer:innen durchaus was kosten. Auch weil sich die Investition lohnt. Zwar hängt die Preisgestaltung von Parametern wie Wohnungsgröße oder Zielgruppe ab, aber es gibt mittlerweile gute Richt- bzw. Erfahrungswerte. Üblicherweise verlangen Stager zwischen 50 und 70 Euro pro Quadrat-



**Entstehungsprozess 1**  
Ein leerer Raum ist ein leerer Raum ist ein leerer Raum. Zumindest für 80 Prozent der Menschen. Gut, dass es Stager gibt ...

»Seit Beginn dieses Jahres spüren wir eine verstärkte Nachfrage beim Home Staging. Schwierigere Rahmenbedingungen erfordern auch mehr Marketingmaßnahmen seitens der Verkäufer:innen.«

JUTTA WALLNER Wohn.Fee



**Entstehungsprozess 2**  
... die aus leeren Räumen und mit Geschmack, auf den sich viele einigen können, was Herzeigbares zaubert und so den Leerstand verkürzt.

meter, da sind dann aber Kosten wie Transport oder Auf- und Abbau der Möbel inkludiert.

#### ÜBERNEHMEN SIE!

Die verkaufsbeschleunigenden Argumente von Home Staging kennt übrigens auch der gefeierte Innenarchitekt Denis Košutić. Er schafft Wohnbühnen im High-End-Segment für große und kleine Immo-Entwickler, nationale und internationale Unternehmen und auch Privatpersonen. Den Staging-Boom führt Košutić auf die Entwicklungen der letzten Jahre zurück: »Menschen haben immer stärker und bewusster realisiert, dass ihr Leben, ihre Arbeit, ihre Freizeit, einfach alles, was das Leben beinhaltet, auch stark von den Räumen, in denen es passiert, positiv oder negativ beeinflusst ist. Dadurch ist die Wichtigkeit der Gestaltung eine Tatsache geworden.« Wichtiger Nachsatz: »Design ermöglicht es, die Produkte besser zu vermarkten und zu verkaufen – Design wird so zu einem ganz wichtigen wirtschaftlichen Faktor.«



**Aufgemöbelt**

Seit 2011 hat sich die Wohn.Fee Home Staging verschrieben und vermietet mittlerweile auch Möbel. Wichtig ist: Aufmöbeln ja, aber die Immobilie bleibt der Star. [wohnfee.at](http://wohnfee.at)

> Bei Košutić geht das sogar so weit, dass bei einer Kaufentscheidung für eine Immobilie sein Staging meistens gleich mitgekauft wird.

Das ist eigentlich nicht so üblich, wie Jutta Wallner aus ihrer Staging-Praxis erzählt: »Die Käufer:innen der Immobilie interessieren sich aber oft für Einzelstücke oder die Beleuchtung.«

Gewissermaßen ist das auch nicht gewollt, denn es gibt durchaus Trennlinien zwischen Staging und Einrichten, wie Wallner zum Schluss noch einmal festhält: »Wir inszenieren die Immobilie. Nicht die Möbel, sondern die Immobilie steht im Vordergrund!« <

