

Auch Häuser kann man schminken

Madeleine von Beckerath und Kirsten Schildt arbeiten als Immobilienkosmetiker

Makler empfehlen Eigentümern deshalb gern, bei Besichtigungen alle Lampen anzuknippen. Das allein reicht aber selten, um ein Objekt ins rechte Licht zu setzen. Eine neue Dienstleistung betreibt nun professionell, was Verkäufern selten gelingt: Wohnimmobilien für Interessenten-Augen so attraktiv wie möglich in Szene zu setzen. Das Ganze heißt auf Neudeutsch „Home Staging“ und stammt wie viele Neuerungen aus den Vereinigten Staaten. Die Schwedin Madeleine von Beckerath brachte das Erfolgskonzept nach Deutschland: Mit ihrer vormaligen Hamburger Agenturkollegin, der Betriebswirtin Kirsten Schildt, gründete die dreifache Mutter im August 2006 in Schildts Privatwohnung in Eimsbüttel die „Home Staging Schildt & von Beckerath GbR“. Neben Fachwissen aus England und Schweden wurden in die kleine-Firma zunächst nicht viel mehr als ein professioneller Medienauftritt sowie jeweils 15 bis 20 Arbeitsstunden je Woche investiert.

Seitdem bieten Schildt und von Beckerath privaten und gewerblichen Immobilienverkäufern ihre Dienstleistung an: Sie beraten, wo Veränderungen an einer Immobilie nötig sind und wie sich Räume ansprechend aufwerten lassen. Auf Wunsch übernehmen sie danach die Realisierung ihrer Lösungsvorschläge. Das kann vom Auf-, Um- und Leerräumen zentraler Quadratmeter und von der Platzierung passender, neuer Accessoires über kleine Schönheitsreparaturen bis zur kompletten Renovierung und Neumöblierung einer Immobilie reichen. Vor

Die Gründer

allem Schlangheitskuren für überladene Räume, der Verzicht auf persönlichen Kleinkram und frische Farbe auf den Wänden wirken optisch Wunder. Schon mit relativ bescheidenen Tricks lasse sich „Wohlfühlatmosphäre“ erzeugen: „Wir sprechen bewusst alle Sinne an“, sagt Kerstin Schildt, „und setzen dabei auf Helligkeit, properes Ambiente und angenehme Luft.“ Kaffeeduft und Hintergrundmusik gehören nicht zum Repertoire. Im Gegenteil, der individuelle Stil der angebotenen Immobilie soll letztlich weitgehend entpersonalisiert und neutralisiert werden, damit sich möglichst viele potentielle Käufer ohne Schwierigkeiten



Madeleine von Beckerath (links) und Kirsten Schildt

Foto privat

in die fremden Räume hineinversetzen können.

Bisher haben Schildt und von Beckerath etwa 35 Kunden beraten und in 20 Fällen ihre Ideen auch umgesetzt. Für eine zweistündige Ortsbegehung mit Analyse und Maßnahmenkatalog berechnen sie 290 Euro. Wenn sie Veränderungsvorschläge selbst in Angriff nehmen und dazu Handwerker und weitere Hilfskräfte organisieren, kostet das natürlich mehr. Ein ansprechendes Make-up für die Immobilie ist jedoch oft schon mit 500 Euro möglich. Wird ein ganzes Haus komplett überholt und leihweise aus dem Firmenkontingent möbliert, liegt der Richtwert bei 1 bis 1,5 Prozent des Verkaufspreises.

Kosten und Mühe lohnen sich: Studien der schwedischen Handelszeitung „Dagens Industri“ belegen, dass sich Häuser und Wohnungen nach Home Staging doppelt so schnell und um 15 Prozent teurer verkaufen lassen. Als Faustregel gilt: „Ein Euro Investition ergibt zehn Euro mehr im später erzielten Verkaufspreis“, sagt Madeleine von Beckerath.

Geschäftspartnerin Schildt bedauert, dass deutsche Immobilienverkäufer der Immobilienkosmetik, wie man Home Staging übersetzen könnte, bisher noch misstrauisch gegenüberstehen. „Ihre Autos polieren und richten sie vor dem Verkauf her. Bei Häusern und Wohnungen tun sich die meisten nach wie vor schwer.“ Immer mehr Anbieter merken allerdings, dass sich schon kleine Investitionen in eine attraktive Innengestaltung bei der Veräußerung zeitlich und finanziell rentieren. Entsprechend wächst das Reservoir an Immobilienkosmetikern in Großstädten wie Hamburg, Berlin, Düsseldorf und München. Über mangelnde Resonanz haben die beiden Gründerinnen in Hamburg nicht mehr zu klagen. Manchmal kommt der Erfolg sogar für sie schneller als erwartet. Wie kürzlich, als sie mit einem Foto-Shooting im aufpolierten Wohnzimmer einer Elbvorort-Villa deren ins Stocken geratene Vermarktung belebten. Der Interessent sah seine Hoffnung auf einen Preisverfall des Objektes zunichtegemacht und unterschrieb eilig den Kaufvertrag. ULLA FÖLSING