

# Wenn die Wohnung zur Bühne wird

Home Staging Perfekte Präsentation für den Immobilienverkauf.

Das Doppelbett kann aus Papp sein, der Kleiderschrank nur gemalt, und in der Küche deuten Arbeitsplatten die Größe der Einbauküche an. Das Sofa und die Lampen sind echt. Aber das spielt beim

hen kann oder besser, wie er selbst darin wohnen könnte. Denn das, was vor dem Besichtigungstermin hier geschehen ist, dient einem einzigen Zweck: dem schnelleren Verkauf zu einem besseren Preis.

Home Staging nennt sich die Fertigkeit, Immobilien optimal und damit verkaufsfördernd zu präsentieren. Der Begriff spricht für sich: Home für Heim, Staging für Inszenierung oder Aufführung. Was in den 70er Jahren in den USA begann, hat sich mittlerweile auch in Deutschland etabliert. Denn die Mehrheit der Bevölkerung kann sich einen leeren Raum nicht wirklich eingerechnet vorstellen. Und: Wer sich in einer Immobilie wohlfühlt, kauft

sie eher als jemand, der beim Gang durch die Räume keine oder unangenehme Gefühle hat. Wenn dieser Kaufwunsch in mehr als einer Person entsteht, erhöht die Nachfrage den Preis. Eine angenehme Atmosphäre in dem angebotenen Objekt zu schaffen, ist daher eines der Home Stager-Ziele – gemäß dem Leitsatz: Den ersten Eindruck kann man nicht wiederholen.

Petra Rose aus Weiler nahe Bad Kreuznach ist Home Stagerin aus Leidenschaft. Vier Jahre lebte die gelernte Schreinermeisterin an verschiedenen Orten in den USA. Bei der dortigen Suche nach jeweils geeigneten Wohnungen und Häusern fiel ihr auf, dass die Objekte „wie aus dem Ei gepellt“ aussahen. Zurück in Deutschland hörte sie vom Home Staging und begeisterte sich sofort dafür. „Das ist eine sinnvolle Sache. Kleider und Autos werden für den Verkauf ja auch möglichst gut präsentiert, nur Wohnungen und Häuser werden in Deutschland oft stiefmütterlich behandelt.“ Außerdem hatte sie das Gefühl, ihre Fähigkeiten gut einbringen zu können. „Hier kann ich kreativ sein und improvisieren.“

Bevor der potenzielle Käufer die Wohnung betritt, wird sicher-

gestellt, dass die Wohnung oder das Haus sauber und ordentlich aussehen. Dafür wird auch schon mal eine Wand gestrichen, Löcher verputzt oder ein Boden neu verlegt. Aber eine Grundrenovierung ist das nicht, wie Petra Rose betont. Und ganz wichtig: Keinesfalls sollen eventuelle Mängel oder Schäden überdeckt werden. „Wenn ich in ein Haus mit feuchten Wänden komme, dann muss es erst einmal saniert werden. Sonst nehme ich den Auftrag nicht an.“

Licht ist wichtig! Die Räume werden möglichst hell und mit entsprechend aufeinander abgestimmten Farben gestrichen und eingerichtet. Und sie werden sparsam möbliert, gerade so, dass der mögliche Käufer sehen kann, wie viel Platz die Küche bietet, wie groß das Schlafzimmer mit Doppelbett wirkt oder wie viel Raum für eine Esstischgruppe da ist. Entsprechend groß ist das Möbellager von Petra Rose, die übrigens selten zu Papp- oder Styropormöbeln greift. „Mindestens drei Häuser kann ich parallel komplett einrichten“, schätzt sie.

Von Vorteil ist dabei ihr ursprünglicher Beruf: Als Schreinermeisterin hat sie ein gutes räumliches Vorstellungsver-

mögen, weiß Proportionen genau einzuschätzen und kann Ideen gut praktisch umsetzen. Und wenn einmal ihr eigenes Mobiliar nicht ausreicht – denn die Immobilien

„Kleider und Autos werden für den Verkauf ja auch möglichst gut präsentiert.“

Petra Rose, Home Stagerin

bleiben ja eingerichtet, bis sie verkauft sind – gibt es immer noch Leihmöbelfirmen, bei denen sie das ein oder andere nützliche Stück ausleihen kann.

Home Stagerin gehe es darum, die Schokoladenseite jeder Immobilie hervorzuheben, erklärt Petra Rose. So wie man sich eben schön anzieht und zurecht macht

erfolgs angeboten wurde – oft sechs Monate oder länger. Zwei Drittel der Immobilien, die professionell aufbereitet wurden, werden laut DGHR innerhalb von vier Wochen verkauft, mehr als 15 Prozent bereits nach der ersten Besichtigung.

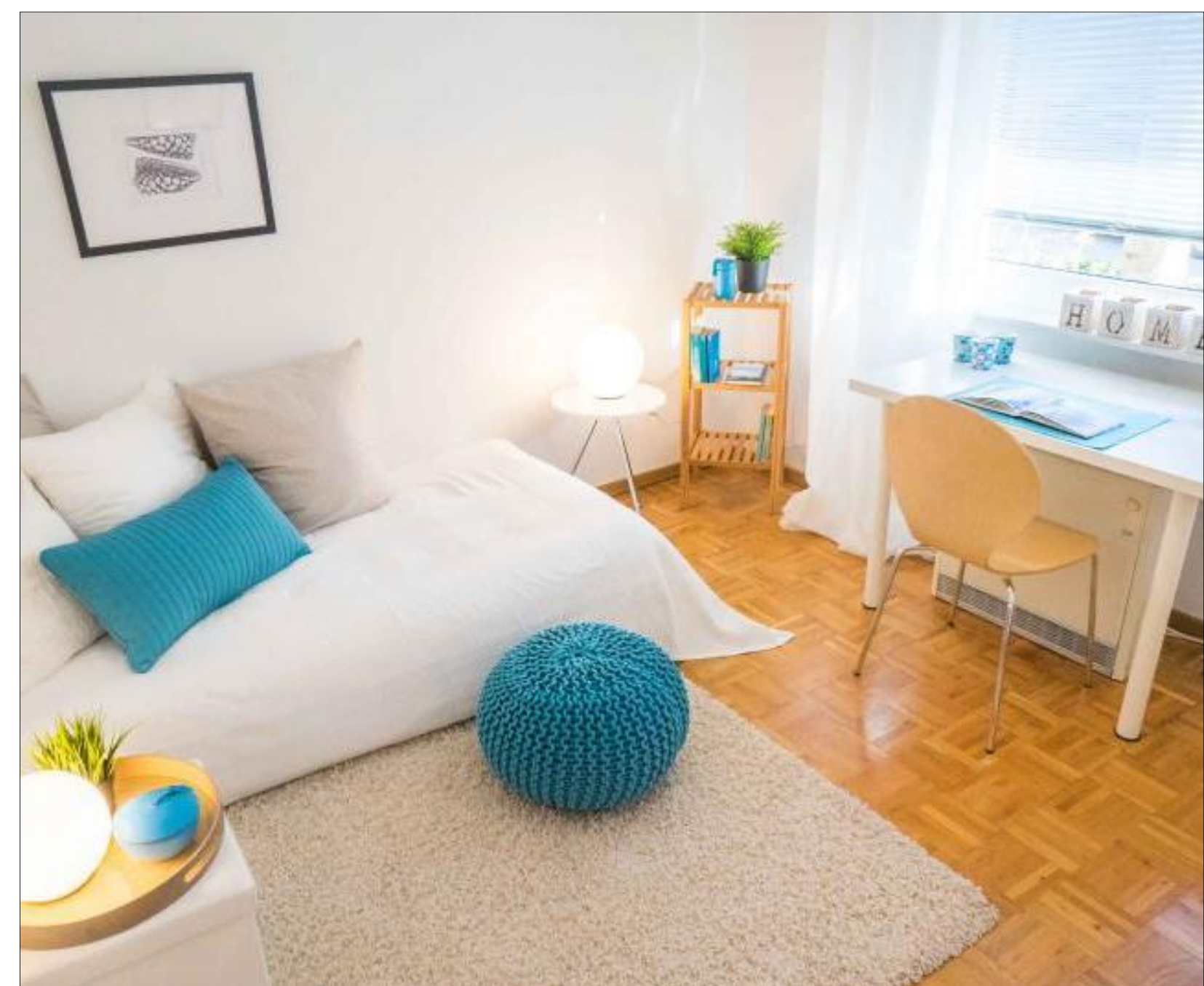
In 65 Prozent der Fälle wurde der Angebotspreis erzielt oder sogar übertroffen. Home Staging ist ein wirtschaftlicher Wachstumsfaktor in der Immobilienwirtschaft und verbessert das Erfolgspotenzial von privaten Hausverkäufern, Maklern und Bauträgern.

### ÖKONOMISCHER NUTZEN

Home Staging beschleunigt die Vertriebszeiten von Immobilien und trägt dazu bei, dass die Kaufpreisvorstellungen der Verkäufer erzielt oder übertroffen werden. Laut einer ersten statistischen Erhebung der Deutschen Gesellschaft für Home Staging und Redesign e.V. (DGHR), bei der 527 konkrete Immobilientransaktionen aus den Jahren 2014 und 2015 anonym erfasst und ausgewertet wurden, wird Home Staging überwiegend bereits vor dem ersten Marktauftritt einer Immobilie als gängige Verkaufsvorbereitung beauftragt, in 39 Prozent der Fälle aber erst, nachdem eine Immobilie längere Zeit



Home Stager gestalten Wohnungen und Häuser so, dass sie ansprechend aussehen und den potenziellen Käufer zum Kaufabschluss und zu einem höheren Preis bewegen. Hier ein Gästezimmer vor der Umgestaltung (linkes Bild) und danach.



Fotos: raum-atmosphaere

„Wenn ich in ein Haus mit feuchten Wänden komme, dann muss es erst einmal saniert werden. Sonst nehme ich den Auftrag nicht an.“

Petra Rose, Home Stagerin

Gang durch die Räume eigentlich keine Rolle. Wichtig ist vielmehr, dass der Besucher sieht, wie die Wohnung „eingrichtet“ aus-



Home Stagerin Petra Rose hebt die Schokoladenseiten einer Immobilie hervor. Foto: privat

und noch einmal in den Spiegel schaut, bevor man zur Cocktailparty aufbricht. Oder wie man seine Wohnung ordentlich aufräumt und sauber macht, bevor Gäste kommen. Der erste Eindruck ist entscheidend, das Flair muss stimmen – und zwar für möglichst viele Menschen. Persönliche Dinge haben da nichts zu suchen. Ne-

„Die Objekte sehen aus wie aus dem Ei gepellt.“

Petra Rose, Home Stagerin

ist, hängt von den Ansprüchen des Auftraggebers ab. Die günstigste Variante ist eine Analyse mit Beratung, wonach der Verkäufer die vorgeschlagenen Maßnahmen dann selber umsetzt. Dafür muss der Kunde je nach Objektgröße mit rund 300 bis 400 Euro rechnen. Teurer wird es, wenn der Home Stager vor Ort auch praktisch tätig werden soll und sich zunächst um Entrümpelung, Reinigung, Handwerkeraufträge sowie Gartenpflege kümmert und danach dann die Wohnung mit Möbeln und Accessoires „zielgruppengerecht“ und „verkaufsfördernd“ ausstattet. Für diese Leistungen erstellt der Home Stager ein individuelles Angebot, das normalerweise etwa ein bis zwei Pro-

zent der angestrebten Verkaufssumme entspricht.

Rund 13 Home Stager gibt es in Rheinland-Pfalz, die dem Verband DGHR (Deutsche Gesellschaft für Homestaging und Redesign e.V.) angehören. Die meisten von ihnen sind Frauen, die eine mehrtägige Ausbildung des Berufsverbandes absolviert und einen Ehrenkodex unterschrieben haben. Sie alle unterstützen übrigens nicht nur Immobilienbesitzer beim Verkauf, sondern auch Menschen, die ihr Zuhause, ihre Ferienwohnung oder ihre Hotelzimmer neu gestalten möchten. „ReDesign“ oder „Home Styling“ heißt das Prinzip, das zum harmonischen und funktionalen Raumkonzept führt. Im Gegensatz zur klassischen In-

nenarchitektur wird mit Home Styling ein möglichst großer Effekt mit wenigen Veränderungen angestrebt. Auch hier ist das Ziel: Wer die Räume betritt, soll sich sofort wohlfühlen.

Weitere Informationen: [www.raum-und-atmosphaere.de](http://www.raum-und-atmosphaere.de) und [www.dghr-info.de](http://www.dghr-info.de)

### ZUM VERBAND: DGHR

Die Idee kam in den 70er Jahren in USA auf, in den 80er Jahren fand sie Nachahmer zunächst in Skandinavien und Großbritannien, dann im übrigen Europa. 2006 wurde die erste Home Staging-Agentur in Deutschland gegründet, seit 2010 gibt es den Dachverband DGHR, Deutsche Gesellschaft für Home Staging und Redesign e.V. Aus den anfänglich zwölf Mitgliedern wurden innerhalb eines Jahres rund 100, inzwischen zählt der Verband über

280 aktive Mitglieder. Die DGHR mit Sitz in Wiesbaden ist heute der offizielle Berufsverband der Home Stager und Redesigner im deutschsprachigen Raum. Sie versteht sich als Marktpartner und Repräsentant ihrer Mitglieder gegenüber Immobilienwirtschaft, Verbrauchern, Kammern, Verbänden und Journalisten sowie als Aus- und Weiterbildungsorgan. Jedes Mitglied ist definierten Qualitätsstandards sowie einem Ehrenkodex verpflichtet.

