

Homestaging Interview Simone Kunz

„Das Zuhause in ein Produkt verwandeln“

Der erste Eindruck ist oft der entscheidende. Das gilt in der Liebe und im Job ebenso wie...beim Hauskauf! Ob eine Immobilie gefällt oder nicht entscheidet meist der Bauch, nicht der Kopf. Aber nur wenige Menschen können sich leere Räume möbliert vorstellen. In den angelsächsischen Ländern ebenso wie in Skandinavien oder in den Niederlanden werden Häuser und Wohnungen deswegen vor dem Verkauf „aufgemöbelt“. *Homestaging* nennt sich diese Branche, die inzwischen auch in Deutschland Fuß fasst – bisher allerdings noch recht zaghaft, wie Simone Kunz, Raumgestalterin und Homestagerin aus Reilingen bei Hockenheim berichtet.

Nicole: Frau Kunz, weshalb sollte ich Sie engagieren, wenn ich vorhätte, mein Haus zu verkaufen? Wer eine Immobilie anbietet, will schließlich Geld einnehmen und nicht ausgeben...

Simone Kunz: Stimmt. Aber wenn Sie Ihr Auto verkaufen wollen, polieren Sie es ja auch vorher und zeigen es von seiner besten Seite. Eine Investition, die sich lohnt. Sinn des Homestaging ist es, die Immobilie schnellstmöglich und zum besten Preis zu verkaufen. Das gelingt durch eine optimale Objektinszenierung, die den Kaufinteressenten das Potenzial der Räume aufzeigt. Eine Faustregel lautet: Jeder ins Immobilienstyling investierte Euro steigert den Verkaufspreis um zehn Euro.

Aber saugen und nass durchwischen kann ich doch auch selbst.

Klar können Sie das und Sie sollten es auch tun. Auch aufgeräumt sollte eine Wohnung sein, wenn Kaufinteressenten kommen. Aber Homestaging ist noch mehr.

Und zwar...?

Bei leeren Wohnung geht es vor allem darum, mit Hilfe einiger Möbel zu zeigen: Wie viel Platz ist vorhanden, was ist möglich? Wenn ein Haus während der Verkaufsphase noch bewohnt wird, ist es besonders wichtig zu entpersonalisieren. Zum Beispiel im Bad: Man will hier nicht die Zahnbürste des Noch-Eigentümers sehen. Solche persönlichen Gegenstände vermitteln den Eindruck ‚Hier kann ich nicht einziehen, das gehört jemand anderem‘. Deshalb versuchen wir eine neutrale ansprechende Atmosphäre zu schaffen – wohnlich, sauber und einladend.

Aber unter Wohnlichkeit versteht doch jeder etwas anderes?

Deshalb ist es wichtig, die Zielgruppe zu kennen. An wen soll die Immobilie verkauft werden: An ein kinderloses Paar? Oder eher an eine junge Familie? Dann sollte mindestens ein Zimmer als Spielzimmer hergerichtet werden. Wichtig ist auch: Wo steht das Haus? Welcher Verkaufspreis wird angestrebt? In eine Villa in bester Lage kann ich keine Press-Span-Möbel stellen – die Einrichtung muss passen. Generell sollte man darauf achten, dass jeder Raum hell ist. Deshalb nutzen wir auch gerne helle Möbel – damit kann man gut zeigen, wie sich der Platz nutzen lässt.

Und wo bleiben die „alten“ Möbel und die persönlichen Dinge in der Zwischenzeit?

Es werden nicht alle Möbel ausgetauscht. Und da die Bewohner ja ohnehin ausziehen wollen, kann schon in der Verkaufsphase einiges verpackt und eingelagert werden. Andere Sachen wie Toilettenartikel werden vor jeder Besichtigung weg- und danach wieder

ausgepackt. Wichtig für die Bewohner ist dabei, gedanklich zu akzeptieren, dass das eigene Zuhause in ein Produkt verwandelt wird, das zu einem guten Preis verkauft werden soll.

Was, wenn Sie eine Immobilie stylen sollen, die offenkundige Mängel aufweist – nicht nur bei der Einrichtung und Raumaufteilung?

Natürlich gehört es auch zu unserem Aufgabengebiet, kleinere Reparaturen zu veranlassen oder Rodungsarbeiten im Garten vorzunehmen. Wenn es sich um schwerwiegendere Probleme handelt, muss man aber auch darüber nachdenken, mal einen Auftrag abzulehnen. Auf keinen Fall dürfen Mängel beim Homestaging verdeckt werden. Da gibt es einen Ehrenkodex: Wer etwas auf sich hält, tut das nicht.

In Deutschland kommt das Immobilienstyling erst langsam in Schwung. Weshalb tut man sich hierzulande schwer mit dem Thema?

Gute Frage. Es handelt sich ja um ein Mittel der klassischen Verkaufsförderung. Bei IKEA gibt den Kaufanreiz schließlich auch nicht die SB-Halle, sondern die ansprechend gestaltete Wohnwelt, durch die man vorher schlendert. Diesen Effekt sollte man auch nutzen für das wohl Teuerste, was man im Leben kauft oder verkauft: das eigene Haus. Deshalb bin ich sicher, dass Homestaging in Zukunft auch in Deutschland immer wichtiger werden wird. Dabei ist auch die Arbeit des Dachverbandes, der Deutschen Gesellschaft für Homestaging und Redesign, wichtig, der zum Beispiel in Maklerschulungen auf die Bedeutung von Homestaging hinweist.

Mehr zum Thema Homestaging unter:

www.kunz3.de

www.dghr-info.de