

Immobilien  
 Magazin

www.immobiliengazin.at € 6,50

GUTE AUSSICHTEN  
 FÜR INVESTOREN

Die Toprends im  
 aktuellen Wiener  
 Einzelhandelsmarkt.

www.ehl.at/Marktberichte



# 312 SKYSCRAPER

PROJECT-ID 07180507351R 071805004



R.I.C. ZONENKODEN  
 30375 30375 30375  
 30375 30375 30375



3040 3040 3040 3040 3040 3040 3040 3040  
 3040 3040 3040 3040 3040 3040 3040 3040  
 3040 3040 3040 3040 3040 3040 3040 3040



1-10-2013-010X MARKET OK  
 1-10-2013-010X MARKET OK  
 1-10-2013-010X MARKET OK

# DUE DILIGENCE

Immobilien auf dem Röntgenscirm.

**AUF SAND GEBAUT**

Die ungelieblichen Geschäfte mit dem Baustoff Sand

**AUF GELD GESETZT**

B.A. Immobilien-Marktreise zur „Kreditkrise“

**AUF SOZIAL BEDACHT**

Kosten-Werteblick und Ihre Immobilien

Plus Verlagsgesamt A-1000 Wien, Dg Nr. 30333/004

ImmobilienMagazin



# GUT EINGERICHTET

Professionelles Home Staging – das gekonnte In-Szene-Setzen von Mobiliar und Accessoires – wird auch für Österreichs Makler als Verkaufsförderungs-Tool immer interessanter.

Autorin: Erika Hoffauer



**W**as in den USA, in Großbritannien oder Skandinavien längst zu dem erfolgreich angewandten Standard-Tools beim Immobilienverkauf zählt, scheint sich nun auch Schritt für Schritt in Österreich zu etablieren: Professionelles Home Staging. Als Pionierin bezeichnet sich gerne Yvonne Werginz, die seit 2011 Home-Staging-Leistungen über ihr Unternehmen Wohn.Poo anbietet: „Die professionelle, verkaufsorientierte Aufbereitung von Immobilien ist eine maßgeschneiderte Dienstleistung, von der immer beide Seiten profitieren: Die Interessenten bekommen einen klaren Eindruck vom Objekt und können sich die Wohnung oder das Haus besser als ihr zukünftiges Heim vorstellen. Damit erhalten sie eine große Entscheidungshilfe – wodurch die Immobilie letztlich schneller verkauft wird.“ Denn die Immobilien, so Werginz, zeige erst durch das gekonnte Auslagern von ausgewählten Leihmobiliar, Accessoires, Farben und Beleuchtung ihr wahres Potenzial: „So werden die Raumproportionen veranschaulicht, ohne das gesamte Objekt voll auszustellen.“

Bei möblierten, manchmal auch schon in die Jahre gekommenen Objekten liegt die Kunst des Home Stagings dagegen im Abbildern des individuellen Stils der ehemaligen Bewohner und im Schaffen neutraler Strukturen – hauptsächlich durch die Reduktion aller persönlicher Elemente, erklärt Werginz die Home-Staging-Vorgehensweise. Eine gerade Tür

Milionierte Wohnungen lassen sich schneller und besser verkaufen – vor allem in Luxus-Objekten.

Makler immer wichtiger werdende Marketing-Schiene: „Das überzeugt auch Abgeber von der Sinnhaftigkeit eines Alleinvermittlungsauftrages: Eine gestagte Immobilie ist alleine

## Eine gestagte Immobilie lässt sich besser präsentieren und schneller verkaufen.

schon durch das neue Bildmaterial des Home Stagers perfekt zu bewerben und lässt sich natürlich auch vor Ort besser präsentieren und schneller verkaufen.“



Erfahrungsgemäß verkürzt sich nämlich die Vermittlungsdauer von gestagten Immobilien enorm, erzählt Werginz, die um Argumentationsprobleme zwischen Makler und Kunden Bescheid weiß: „Manche Abgeber erkennen oft nicht mehr die ‚Schwächen‘ ihrer Immobilie und möchten sich auch damit nicht mehr ausein-

dersetzen, vor dem Verkauf nochmals in ihre Immobilie zu investieren. Ein guter Makler kann aber gerade hier ansetzen und den Verkäufer überzeugen, dass sich die Investition in Home Staging auf jeden Fall rechnet.“ Dem internationalen Studien belegen, so Werginz, dass durch professionelles Home Staging – sofern die Immobilie markt-



gerecht bewertet ist und nicht überbetuert angeboten wird – ein bis zu 15 % höherer Verkaufspreis erzielt werden kann und die Immobilie doppelt so schnell den Besitzer wechselt. Ein guter Home Stager erkennt auch sofort, für welche Zielgruppe die Wohnung oder das Haus gestagt werden muss, so die Wohn.Fos-Gründerin.

#### Gestagter Luxus

Bei Makler JPI setzt man ebenfalls auf die neue Verkaufsförderungsmaßnahme, allerdings mit Einschränkungen, wie JPI-Geschäftsführer Martin Müller erklärt: „Home Staging ist nicht bei jedem Objekt möglich und oft auch gar nicht notwendig. Wichtig ist es bei sogenannten Luxusobjekten, bei denen der potenzielle Käufer berechtigt hohe Erwartungen hat, oder auch für Menschen, die entweder wenig Zeit haben und sich einen schnellen Eindruck machen wollen oder sich nicht recht vorstellen können, wie ein Objekt ausschauen könnte, wenn es eingerichtet ist.“ Man habe daher Home Staging bei einigen Objekten wie zum Beispiel beim Palais Herzmannsky bereits umgesetzt und auch gute Erfahrungen damit gemacht, so Müller.

Aber auf Home Staging alleine möchte sich der Makler nicht verlassen: „Man muss vor allem in seriöse Öffentlichkeitsarbeit investieren, um seine Objekte den Interessenten bestmöglich zu präsentieren. Wichtig ist auch, dass der erste Eindruck der Immobilie den Käufer positiv stimmen soll.“ Und das heißt: „Die Objek-

## WAS BEIM HOME STAGING BEACHTET WERDEN SOLLTE

- Die Immobilie muss professionell gereinigt (auch – wenn vorhanden – der Außenbereich), aufgeräumt, entpersönalisiert und modernisiert werden.
- „Problemfälle“ werden vorab gelöst – nicht erst nach zahlreichen Besichtigungsterminen.
- Es müssen alle Räume – passend für die Zielgruppe – gestagt werden, nicht nur ein oder zwei Räume.
- Es wird mit einem Farbkonzept, mit Leihmöbeln, Accessoires und Licht gearbeitet (nicht nur ein bisschen Deko).
- Kleine Mängel werden repariert, es dürfen bei Home Staging aber weder

- Mängel kaschiert noch verdeckt werden (Schimmel, kaputte Böden, etc.).
- Die Leihmöbel bleiben für die gesamte Verkaufszeit in der Immobilie – nicht nur für die Fotos.
- 85 Prozent der potenziellen Käufer geben an, dass ihnen vorab die Immobilie optisch gefallen muss, um für eine Kaufentscheidung überhaupt in Frage zu kommen, daher: professionelles Fotomaterial von Anfang an, um unnötige Besichtigungstermine zu sparen.
- Eine Investition in Home Staging (1–2 Prozent vom Verkaufspreis) ist immer günstiger als eine spätere Reduktion des Kaufpreises.

te müssen in erster Linie sauber sein und einen frischen Eindruck machen. Auch der Zugang zum Objekt sollte frei von jeglichem Schmutz oder Müll sein. Da sind beispielsweise alte Werbespots oder überquellende Mülltonnen ein absolutes No-Go.“ Ob sich

Home Staging als Trend durchsetzen wird, hängt für den IFS-Chef davon ab, ob der Abgeber das Objekt dafür extra ein Budget zur Verfügung stellt. „Bei großen, höherpreisigen Objekten ist das durchaus vorstellbar.“ Home Staging sollte aber immer damit sein –

möglichst neutral, selbst und keinesfalls verspielt, ist Müller überzeugt, denn: „Es soll damit je eine breite Zielgruppe angesprochen werden. Es geht darum, Fantasie zu wecken, ohne aber die verschiedenen Gestaltungsmöglichkeiten einzuschränken.“

**BILFINGER BERGER**  
Facility Services

**Wir. Die Möglichmacher.**

Property Management  
Total Facility Management | Technisches Facility Management | Kaufmännisches  
Facility Management | Infrastrukturelles Facility Management  
Service Center - Mobile Einsatztruppe

**HSG Zander**  
Europaweit und nah.

HSG Zander GmbH, Austria | Tel. +43 1 31147-43103 | www.hsgzander.at



Vorher-Nach-Mittel-  
Vergleich

Auch Wohn.Fee-Chefin Werginz setzt große Stücke auf den Trend und hofft auf ähnliche Wachstumsraten wie anderswo: „In den skandinavischen Ländern und auch in den USA ist Home Staging ja bereits ein unverzichtbares Marketing-Tool. Hier kommen rund 70 Prozent der Immobili-

en bereits gestagt auf den Markt.“ Es wäre aber kein Trost, wenn es nicht schon die ersten „Schwarzen Schafe“ geben würde. Werginz: „Leider gibt es bei Home Staging auch bereits einige Trittbrettfahrer, die den Maklern nicht wirklich professionelles Home Staging anbieten. Ein bisschen Deko

ist noch kein Home Staging.“ Aus diesem Grund bietet die Wohn.Fee auch extra Makler-Workshops an, wo die Immobilienverkäufer Argumente für den Einsatz von Home Staging erhalten und sie von der Wichtigkeit einer perfekten Präsentation der Immobilie überzeugt werden. »