

Home-Staging

Ein Trend, der international Schule macht

Erst USA, dann England, Schweden und jetzt auch Deutschland – dort wo Home Staging Wurzeln schlägt, wächst schnell eine erfolgreiche Branche.



Vor dem Home Staging

Stockholm, Frühjahr 2004: Kaum ein Schwede weiß den Begriff „Home Staging“ zu deuten. Nur zwei Jahre später ergibt eine Umfrage der Internetseite „Hemnet“, dass 70 Prozent der schwedischen Immobilien-Makler Home Staging als Leistung begeistert für sich nutzen. In den Großstädten sind es weit über 80 Prozent.

„Das ist kein Wunder“, sagt die Schwedin Madeleine von Beckerath, Gründerin



der Hamburger Home Staging GbR, die mit ihrer Partnerin Kirsten Schildt die Erfolgsidee seit Januar 2007 in Deutschland anbietet. „Die Erfahrungswerte zeigen, dass Immobilienbesitzer ihr Verkaufsobjekt doppelt so schnell und um 15 Prozent wertiger verkaufen können, wenn es vorher professionell für den Verkauf vorbereitet und in Szene gesetzt wurde. Da gibt es wenig Gegenargumente, dieses nicht für sich zu nut-

zen. Wer es einmal ausprobiert hat, verzichtet nicht mehr darauf.“

Begonnen hat Home Staging in den USA. 1972 entwickelte die Amerikaner-



Danach



rin Barbara Schwarz die Idee, eine Immobilie wie eine Theater-Bühne für das Publikum vorzubereiten. Jedes Zimmer sollte nach seiner speziellen Funktion gestaltet und publikumsgerecht inszeniert sein: mit wenigen, kleineren Details, die die Botschaften transportieren und Emotionen wecken. Das erste professionell „gestagte“ Haus war schnell verkauft, und das zu einem deutlich höheren Preis. Die Branche wuchs innerhalb

weniger Monate. Heute ist es in den USA eine Selbstverständlichkeit, Immobilien „stagen“ zu lassen. In Großbritannien wird Home Staging seit zehn Jahren angeboten.

Auch hier ist mittlerweile eine ganze Industrie mit erfolgreichen Spezialisierungen rund um das Angebot entstanden: Buchreihen, ganze Fernsehserien, Möbelverleih-Ketten, Lageranbieter, speziell geschulte Fotografen: sie alle

widmen sich der Kunst der richtigen Immobilien-Inszenierung und feiern damit große Erfolge.

Seit Januar können jetzt erstmals auch deutsche Immobilienbesitzer und Makler die Vorteile des Home Stagings ausprobieren. „Wir bekommen von unseren Kunden sehr gutes Feedback“, sagt Kirsten Schildt. „Viele sagen, sie würden ihre Immobilie erstmals mit den Blicken eines Käufers betrachten können.“ Der deutsche Trend, bei der Inneneinrichtung der eigenen vier Wände auf das Urteil externer Experten zu vertrauen, zeige, dass auch der deutsche Markt längst für die Dienstleistung Home Staging bereit sei. „Die Ansprüche von Käufern an eine Immobilie sind deutlich gewachsen. Sie werden schnell enttäuscht, wenn ein Besichtigungsobjekt zu sehr von dem eigenen Lebensstil abweicht.“

Ausführliche Informationen unter www.home-staging.de