



IRIS HOUGHTON

TINA HUMBURG

WIEBKE RIECK

HOME STAGING

WIE MAN MENSCHEN IN IMMOBILIEN VERLIEBT

Ein Praxishandbuch für Verkäufer von Immobilien



4. aktualisierte
Auflage!

HOME STAGING

WIE MAN MENSCHEN IN IMMOBILIEN VERLIEBT

Ein Praxishandbuch für Verkäufer von Immobilien



Barb Schwarz, der Erfinderin von Home Staging gewidmet
und allen, die in ihrem Sinne Home Staging anwenden.

IRIS HOUGHTON TINA HUMBURG WIEBKE RIECK

HOME STAGING

WIE MAN MENSCHEN IN IMMOBILIEN VERLIEBT

Ein Praxishandbuch für Verkäufer von Immobilien

 **BLOTTNER**
VERLAG

INHALTSVERZEICHNIS

VORWORT

- 6 Was Mode, Autos, Möbel und Immobilien gemeinsam haben

GEBRAUCHSANWEISUNG FÜR DIESES BUCH

- 8 Erst lesen, dann verkaufen!

1 WAS IST HOME STAGING?

- 10 Was es ist
- 11 Wieso dieser englische Begriff?
- 11 Warum es auch für Sie etwas ist
- 12 Was alles gehört zum Thema Immobilienpräsentation
- 13 Was es leisten kann...
- 14 ...und was nicht
- 14 Gibt es sonst noch Gründe, warum optimales Home Staging nicht funktionieren könnte?
- 15 Garantie?
- 17 Wie wir zu Home Staging kamen
- 18 Häufig gestellte Fragen zu Home Staging – die Autorinnen im Gespräch
- 22 Auf einen Blick: Was Home Staging leisten kann!

2 DIE HOME STAGING-PRINZIPIEN

- 25 Die Sache mit dem 1. Eindruck
- 28 Licht
- 36 Farbe
- 46 Ordnung
- 51 Platz
- 54 Sauberkeit
- 59 Kleine Reparaturen
- 61 Duft
- 67 Deko? Entpersonalisieren!
- 73 Garten, Balkon, Terrasse & Co.
- 77 Haustiere
- 81 Alte Möbel
- 85 Auf einen Blick: Home Staging überzeugt im Detail!



3 DREI VERSCHIEDENE IMMOBILIENTYPEN

- 86 Die geerbte Immobilie
- 94 Die leere Immobilie
- 100 Die bewohnte Immobilie

4 PRAXISBEISPIELE

- 107 Staging mit Mini-Budget: Geht doch!
- 112 Ein-Tages-Kur für Eilige: Was ein Tag ausmachen kann...
- 118 Staging einer leeren Immobilie: Tristesse oder Wohntraum

5 DIE WICHTIGSTEN RÄUME: HOME STAGING ZIMMER FÜR ZIMMER

- 127 Eingangsbereich / Flur
- 132 Wohnzimmer
- 138 Küche
- 144 Bad / Gästebad
- 150 Schlafzimmer
- 156 Kinderzimmer
- 162 Weitere Zimmer

6 BEI DEN EXPERTEN NACHGEFRAGT

- 167 Die Erfinderin: Barb Schwarz
- 169 Der Immobilienmakler: Gerd Menne
- 171 Der Visual Merchandising Experte: Joseph Johnson

7 DAS SERVICE-KAPITEL

- 174 Die Checklisten
- 186 Den richtigen Home Stager finden
- 187 Home Staging als Beruf
- 188 Mehr lesen und online finden
- 189 Danke



VORWORT

WAS MODE, AUTOS, EINRICHTUNG UND IMMOBILIEN GEMEINSAM HABEN

Alle haben einen hohen sozialen Wert und für solche Produkte gilt: Beim Kauf spielen Emotionen eine wichtige Rolle!

Kein Mensch verkauft seinen Gebrauchtwagen ungewaschen und voll mit persönlichen Dingen und eventuell noch mit dem Altpapier der letzten Wochen im Kofferraum. Auch Kekskrümel und Hundehaare werden entfernt. Und Ledergeruch aufgesprüht.

Jeder Autoverkäufer weiß, dass sein Auto dann bessere Chancen auf dem Gebrauchtwagenmarkt hat, wenn es möglichst neuwertig aussieht. Warum das so ist? Der Käufer eines Gebrauchtwagens erwirbt ein für ihn neues Auto

und es sollte deshalb möglichst auch diesen Eindruck machen. Schließlich will er auch auf dieses Auto stolz sein – obwohl es „nur“ ein gebrauchtes ist.

Kein Einrichtungs- bzw. Möbelhaus scheut die Mühe, Musterzimmer zu gestalten und die Kunden damit zu inspirieren. Ansprechend und gekonnt dekorierte Schaufenster wecken Sehnsüchte nach geschmackvollem Wohnen oder gutem Aussehen. Keiner fühlt sich übrigens getäuscht, wenn alle Schaufensterpuppen Größe 34 tragen. Ist ja auch klar, dass man mit Größe 40 anders aussieht, aber darum geht es gar nicht. Wir wollen halt einfach verführt werden!

Könnte das nicht beim Produkt „Immobilie“ genauso sein? Wieso müssen Immobiliensuchende – im Fall von unbewohnten Immobilien – kahle, unrenovierte und schlecht beleuchtete Räume oder – im Fall von noch bewohnten Immobilien – mit Schuhen zugestellte Flure, hochgeklappte Toiletten-Deckel, ungemachte Betten und die „persönlichen Vorlieben“ der Vorbesitzer in Kauf nehmen? Dafür gibt es doch wirklich keinen Grund, denn die in solchen Fällen erforderliche „Fantasie“, wie schön die Räume wirklich sind, haben die wenigsten Kaufinteressenten – und werden nicht zu Käufern.

Vor dem Hintergrund, welcher Aufwand in anderen Lebensbereichen betrieben wird, um Konsumenten für einen Kauf in Stimmung zu bringen, treten wir als Home Staging Professionals dafür ein, dass Kaufinteressenten von Immobilien mindestens das Gleiche bekommen wie die Käufer anderer Dinge.

Klingt das auch für Sie schlüssig? Dann haben Sie das richtige Buch in der Hand. Sie werden zahlreiche Tipps und Anregungen finden, die Sie selbst umsetzen können. Vielleicht merken Sie schon beim Lesen, wie viel Spaß es machen würde, Ihr jetziges Zuhause in das Produkt „Haus bzw. Wohnung“ zu verwandeln, das möglichst viele Kaufinteressenten begeistert.

Wir lieben die Magie, die Home Staging besitzt – und unsere Kunden auch, besonders wenn sie anschließend mit Stolz ihre Immobilie zeigen und Kaufinteressenten verzaubern!

Wir wünschen Ihnen genau diesen Spaß und gutes Gelingen bei Ihren eigenen Home Staging Projekten!

Ihre

Iris Houghton, Tina Humburg und Wiebke Rieck



ERST LESEN...

GEBRAUCHSANWEISUNG FÜR DIESES BUCH:

Dieses Buch ist für alle, die selbst etwas dazu beitragen wollen, dass sich ihr Haus oder ihre Wohnung einfach und profitabel verkauft. Und es ist ganz besonders für die Hausverkäufer, die dabei auch noch jede Menge Spaß haben wollen!

WIE ES IHNEN GEFÄLLT

Ist es nötig, diesen Ratgeber Seite für Seite zu studieren? Nein, absolut nicht! Dieses Buch ist wie eine reichhaltig bestückte Kuchentheke mit den unterschiedlichsten Sorten: Probieren Sie gerne alle oder wählen Sie nur einige Stücke aus. Sie können nichts falsch machen, sondern nur gewinnen. So oder so. Denn der Stolz, mit dem Sie am Ende Ihr gestagtes Haus zeigen oder einem Makler übergeben, wird ansteckend sein. Ansteckend erfolgreich!

SIE WOLLEN LIEBER EINE EMPFEHLUNG WIE WIR ES NUTZEN WÜRDEN?

Gerne: Lesen Sie Kapitel 2 (ab Seite 25) und 5 (ab Seite 126) komplett und springen Sie anschließend zu den Themen, die Sie für Ihren geplanten oder bereits gestarteten Immobilienverkauf brauchen.

LEERE, BEWOHNTE ODER GEERBTE IMMOBILIE?

Egal, welche Sorte Immobilie Sie zu verkaufen haben, unsere Tipps gelten für alle drei Ausgangssituationen. Sie werden Beispiele zu allen Fällen finden und auch, wenn sich Tipps scheinbar nur auf z. B. bewohnte Immobilien beziehen, so lassen sie sich doch leicht auf die anderen Fälle übertragen.

FÜR EILIGE

Sie haben wenig Zeit? Dann freuen Sie sich: Am Ende jedes Kapitels sind die wichtigsten Infos (markiert mit einem ►) auf einen Blick zusammengefasst. Blättern Sie sich durch den Fototeil – sowohl bei den Beispielen in Kapitel 3 (ab Seite 86) als auch bei den Schlüsselzimmern in Kapitel 5 (ab Seite 126).

FÜR KOSTENBEWUSSTE

Das Budget ist sehr wichtig für Sie? Freuen Sie sich! Sie finden im gesamten Buch sowie bei den Praxisbeispielen in Kapitel 4 (ab Seite 107) jede Menge Verkaufstipps die schnell umzusetzen sind und die nichts oder nur sehr wenig kosten.

SCHON FERTIG VORBEREITET ...

... sind Checklisten für Ihr ganz persönliches Home Staging-Projekt. Damit Ihnen die Umsetzung unserer zahlreichen Tipps noch leichter fällt.

MIT MAKLER ODER OHNE?

Egal, für welchen Weg Sie sich entscheiden Ihre Immobilie zu verkaufen: Home Staging ist unabhängig davon immer gleich wichtig. Das werden Sie im gesamten Buch immer wieder feststellen.

... DANN VERKAUFEN!

1 WAS IST HOME STAGING ?

Erst einmal eine Definition vorneweg: Home Staging ist die optimale Präsentation einer Immobilie für den Verkauf.

Es gehört damit zu den sogenannten verkaufsfördernden Maßnahmen (Visual Merchandising), wie sie auch in Form von Schaufensterdekoration, Laden- design und Musterzimmereinrichtung für andere Produkte genutzt werden. Das heißt, es ist eine dem eigentlichen Verkauf vorgeschaltete Stufe, die den Zweck hat, Kaufinteressenten in die bestmögliche Stimmung für eine Kaufentscheidung zu versetzen.



WIESO DIESER ENGLISCHE BEGRIFF?

Die US-amerikanische Maklerin Barb Schwarz hat 1972 das erste Mal eines ihrer Objekte vor dem Verkauf aufbereitet, weil sie das Gefühl hatte, dass die Art wie eine Immobilie für den Verkauf gezeigt wird, den Verkaufsablauf wesentlich beeinflussen würde. Der Erfolg gab ihr recht, sodass sie die Idee weiterverfolgte. Ihr fiel für ihr Tun als Parallele die Arbeit der Kulissenbauer im Theater ein: So wie ein Theaterstück ohne das passende Bühnenbild bei weitem nicht so stark wirken würde, so wirkt eine Immobilie nur zum Teil, wenn die entsprechende Präsentation fehlt. Der Name sagt also was es macht: Home (Heim, Zuhause) Staging (auf der Bühne): ein Heim auf die Verkaufsbühne stellen!

Wir verwenden den englischen Begriff übrigens konsequent im ganzen Buch. Dazu kommen Formulierungen wie „das gestagete Haus“ oder „vor dem Stagen sollten Sie ...“. Natürlich könnten wir diese englischen Begriffe übersetzen. Wir haben uns auch bemüht es zu tun. Doch das wurde dann sehr umständliches Deutsch und klang kein Stück besser. Darum bleiben wir beim Originalbegriff: Home Staging – das trifft es einfach perfekt. Sie werden sich schnell daran gewöhnen, versprochen!

WARUM ES AUCH FÜR SIE ETWAS IST?

Am Anfang steht der Verkaufswunsch. Ihre jetzige Immobilie ist Ihnen zu klein oder zu groß geworden, Sie werden versetzt oder Sie haben eine Immobilie geerbt: Die Gründe für einen Verkauf sind persönlich und vielfältig. Eines haben jedoch alle Fälle gemeinsam: das Umsetzen der neuen Lebensräume steht und fällt meistens mit dem Verkauf! Es steckt viel Geld drin, außerdem werden kein Haus und keine Wohnung besser, wenn sie leer stehen.

Das war schon immer so – stimmt.

Und dass der Verkauf einer Immobilie ein umfangreicher Prozess mit vielen ineinandergreifenden Schritten ist, bei dem es für Sie als Verkäufer viel zu bedenken und entscheiden gibt, auch. Eines ist jedoch seit einiger Zeit anders: Eine Vermarktung ohne Fotos ist so gut wie aussichtslos.

Der größte Teil der Kaufinteressenten hat heutzutage einfach zu wenig Zeit, um „blind“ zu Besichtigungen zu gehen. Fast alle Suchenden beginnen deshalb im Internet. Die wichtigsten Daten wie Lage, Quadratmeter, Zimmeranzahl, werden als Bedingung eingegeben und schon zeigt die Ergebnisliste 20, 30, ja manchmal 100 oder mehr Angebote.



Um da das Interesse eines Käufers zu wecken und vor allem um zu verhindern, dass er über Ihre Immobilie wegklickt, muss er auf den ersten Blick etwas sehen, das ihm gefällt. Das sind zunächst aussagekräftige Fotos. Immer häufiger finden sich aber auch z. B. Wohnclips oder 3D-Rundgänge. Die Käufer haben es leicht schon zuhause vorzusortieren. Sie entscheiden dann, ob sie sich die Mühe machen und mehr sehen wollen (siehe auch Kapitel 6, ab Seite 171: Interview mit Antje Reich, Vertriebsleiterin bei Immobilienscout24).

Wie ein Kaufinteressent Ihre Immobilie das erste Mal visuell erlebt ist also entscheidend dafür, ob es überhaupt zu einem weitergehenden Interesse an Ihrer Immobilie bzw. einem Besichtigungswunsch kommt. Damit hat das

Internet den Verkauf von Immobilien grundlegend verändert.

Wenn das Visuelle nicht erst bei der Besichtigung so wichtig ist, sondern schon um überhaupt erst einmal Interessenten zu bekommen, dann ist die Konsequenz daraus, dass eine optimale Präsentation den Verkauf von Anfang an wesentlich beeinflusst, ja sogar darüber entscheidet, ob er überhaupt in Gang kommt.

WAS ALLES GEHÖRT ZUM THEMA IMMOBILIENPRÄSENTATION?

Eine Immobilienpräsentation beginnt mit Fotos und deren Veröffentlichung im Internet. Häufig werden die gleichen Fotos weiterverwendet und für andere Formen, wie z. B. für 3D-Rundgänge, Wohnclips oder Exposés, eingesetzt.



Und für die Besichtigung? Da spielt die Art der Präsentation sowieso eine wichtige Rolle. Logisch – denn nach den im Internet geschaffenen Erwartungen darf die Immobilie „live“ nicht enttäuschen.

Zusammengefasst: Home Staging ist die Voraussetzung für alle Präsentationsformen von Immobilien und deshalb sollte kein Verkäufer darauf verzichten. Home Staging ist die Basis für Ihr Erfolgsrezept.

WAS HOME STAGING LEISTEN KANN...

Wie gerade beschrieben, steigt die Bereitschaft eine Immobilie besichtigen zu wollen mit der Art der Präsentation. Was ist aber, wenn Sie es geschafft haben, dass eine Besichtigung gewünscht wird und die Interessen-

ten nun gespannt durch die Tür treten? Dann ist es absolut notwendig, dass Käufer nicht enttäuscht werden. Im Gegenteil, die Stunde der Wahrheit ist sozusagen gekommen, denn zwei von drei Kaufentscheidungen werden vor Ort getroffen, also in der Immobilie!

Mit Home Staging können Kaufinteressenten erleben, wie sich eine Immobilie anfühlt und das Ergebnis dieses Praxistests ist kaufentscheidend. Home Staging verwandelt Räume in ein Gefühl, genauer gesagt in das „Wie für mich gemacht“-Gefühl, weil es die Möglichkeiten zeigt, wie darin gelebt werden kann.

Umfragen haben ergeben, dass eine Immobilie 87% der Frauen und 77% der Männer auf den ersten Blick und aus dem Bauch her-

aus gefallen muss, bevor sie überhaupt in die engere Wahl kommt. Home Staging trifft den Bauch, damit sich in den Köpfen etwas bewegt – und ist damit eine entscheidende Voraussetzung, dass aus Kaufinteressenten Käufer werden.

...UND WAS NICHT

Ganz einfach: Zaubern!

Z. B. beim Preis: Ihre Immobilie wird nicht mehr wert sein nur weil sie besser aussieht. Wir Home Staging Profis treffen manchmal auf Verkäufer die trotz Gutachten und/oder mehreren Aussagen von Experten davon überzeugt sind, dass ihr Haus oder ihre Wohnung einen wesentlich höheren Preis verdient hat. Unsere Erfahrungen zeigen: Durch Home Staging kann der bestmögliche realistische Preis erzielt werden. Damit meinen wir das obere Ende der sogenannten Preisspanne. Was nicht erreicht werden kann sind Preise, die erheblich darüber liegen, sogenannte „Mondpreise“.

Jede Immobilie hat Schwachstellen bis hin zu echtem Reparatur- bzw. Renovierungsbedarf. Genauso wenig wie Sie Schwachstellen „wegreden“ sollten, falls sie bestehen, kann Home Staging diese verschwinden lassen. Um es ganz klar auszudrücken: Kein professioneller Home Stager mit Berufsehre und -etikette wird Schwachstellen einer Immobilie verstecken oder gar überdecken. Das ist nicht

der Sinn von Home Staging. Home Staging zeigt die Möglichkeiten und das volle Potential einer Immobilie.

Gibt es noch etwas das Home Staging nicht kann? Es macht nicht alle anderen begleitenden Werbemaßnahmen überflüssig. Wenn niemand Ihre noch so optimal gestagte Immobilie sieht, ist Home Staging nicht effektiv. Das schönste Schaufenster nützt nichts, wenn keiner von der Existenz des Geschäfts weiß. Überlegen Sie, wie viele Anzeigen oder Zeitungsbeilagen Sie auf die Angebote von Kaufhäusern aufmerksam machen. Gäbe es die nicht, würden Sie vielleicht gar nicht daran denken, dort mal wieder reinzuschauen. Home Staging kann nicht sein ganzes Potential entfalten, wenn nicht genug Menschen von Ihren Verkaufsabsichten wissen.

Und zum Schluss: Im Mittelpunkt steht immer der Mensch. Home Staging kann Kaufinteressenten in die richtige Stimmung versetzen, aber es ersetzt das Verkaufsgespräch nicht.

GIBT ES SONST NOCH GRÜNDE, WARUM OPTIMALES HOME STAGING NICHT FUNKTIONIEREN KÖNNTE?

Ja, und zwar immer dann, wenn Gründe den Verkauf beeinflussen die nichts mit der eigentlichen Präsentation zu tun haben. Bodenverunreinigungen zählen zu solchen Gründen,

eine viel befahrene Strasse oder auch ein sozialer Brennpunkt in der unmittelbaren Umgebung vor dem Gartenzaun, genauso wie ein Rockerclub neben einem Einfamilienhaus für junge Familien etc. Auch der Verkauf von sanierungsbedürftigen Gebäuden wird durch Home Staging nicht positiv beeinflusst. Hier regelt sich ein Verkauf häufig nur über den Preis.

GARANTIE?

Statistiken aus England, den USA oder Schweden (Länder, in denen Home Staging schon lange praktiziert wird) bestätigen die Erfolge. Eine aktuelle Studie, in der 1.000 kanadische und US-Immobilien erfasst wurden, zeigt:

- Mit Home Staging sind 94% der Häuser in weniger als sechs Wochen verkauft.
- Mit Home Staging liegt der Verkaufspreis in den USA 15% höher, in Europa 10% höher als bei Immobilien, die nicht für den Verkauf aufbereitet wurden.

Erste Zahlen hier in Deutschland bestätigen die Studie: Die Verkaufszeit verkürzt sich durchschnittlich mindestens um die Hälfte und beim Preis wird das obere Ende – der bestmögliche realistische Verkaufspreis – erzielt. Egal wie der Markt gerade ist.

Verschiedene Kunden von uns boten ihre Immobilien aus den unterschiedlichsten Gründen erfolglos an. Nach einem Staging hat es oft nur Tage gedauert, bis diese zu einem guten Preis einen neuen Besitzer hatten. Interesse bekommen? Lesen Sie weiter und vor allem: Probieren Sie es aus!

Noch nicht überzeugt? Lesen Sie die Interviews mit unseren Experten in Kapitel 6 (ab Seite 166). Sie werden Ihre Meinung ändern.





WIE WIR ZUM HOME STAGING KAMEN

Wir drei Autorinnen waren zu unterschiedlichen Zeitpunkten auf der Suche nach einem neuen Zuhause – lange, bevor sich unsere Wege gekreuzt haben. Als wir uns dann später rückblickend darüber ausgetauscht haben, stellten wir erstaunliche Gemeinsamkeiten fest.

Etwa die Situation, dass ein euphorischer Makler anrief: „Ich habe die perfekte Immobilie für Sie. Am besten Sie kommen sofort – sonst ist sie weg!“ Es folgte eine aufgeregter Rapport beim Ehemann, die Arbeit wurde liegen gelassen, die Kinder zur Oma gebracht und los ging es voller Hoffnung und Erwartungen, gleich das perfekte neue Zuhause kennenzulernen.

Der Weg war – Sie ahnen es vielleicht schon – vielfach umsonst, denn meistens war bereits an der Bordsteinkante, spätestens jedoch im Flur klar: Das ist es nicht! Was folgte, waren Frust und Selbstzweifel: Und dafür jetzt der ganze Aufwand? Mal wieder verschwendete Zeit! Habe ich mich vielleicht nicht richtig ausgedrückt? Warum denkt der Makler, dies könnte meine Traumimmobilie sein? Liegt es an uns? Werden wir jemals unser neues Zuhause finden?

Doch jede von uns erlebte auch das: Wir fühlten uns auf Anhieb richtig wohl, obwohl durchaus einige unserer „das-muss-sein-Punkte“ nicht

erfüllt wurden. Das war übrigens auch in den Immobilien der Fall, die jeweils zu unserem späteren Zuhause wurden.

Was war da passiert? Auch hier wieder deckungsgleiche Erfahrungen: Wir hatten bei diesen Terminen erstmals nicht das Gefühl völlig umsonst gekommen zu sein. Und: Wir fühlten uns als Kaufinteressenten ernst genommen und wertgeschätzt.

So richtig erklären konnten wir uns die Sache nicht. Eigentlich fast banal: Diese Immobilien waren einfach „schön“, haben das „Wow“-Gefühl ausgelöst. Wir überlegten weiter: Woran lag das? Glück oder Zufall? Als wir unsere Erfahrungen verglichen, kam heraus: Wir mussten weder durch kahle, noch durch zugestellte Räume laufen, uns nicht durch dunkle oder un-aufgeräumte Zimmer quälen. Es lag also daran, dass wir direkt das Potential für uns erkennen und gedanklich selbst einziehen konnten. Damals hätten wir uns gewünscht, bei anderen Besichtigungen wäre es genauso gewesen. Das hätte uns viel Zeit und Nerven gespart.

Sie denken vielleicht: „Na ja, das hört sich alles ein bisschen übertrieben an...“, aber uns ließ der Gedanke nicht mehr los. Und so ist jede von uns auf Home Staging gestoßen und hat es vor lauter Begeisterung zum Beruf gemacht!

HÄUFIG GESTELLTE FRAGEN ZU HOME STAGING – IM GESPRÄCH MIT DEN EXPERTEN IRIS HOUGHTON, TINA HUMBURG UND WIEBKE RIECK

Bisher haben sich Immobilien in Deutschland doch auch ohne Home Staging verkauft. Wieso brauchen wir das jetzt?

Iris Houghton: Genutzt hätte es schon immer. Dadurch, dass wir heute vorrangig erst einmal Immobilien im Internet suchen, ist der erste Eindruck viel wichtiger geworden. Der Daumen geht schneller runter, wenn nicht sofort Interesse besteht. Ohne dass sofort die Lust auf eine Besichtigung geweckt wird kommt überhaupt niemand. Das liegt auch daran, dass die meisten Käufer einfach weniger Zeit haben. Sie wollen ihre Traumimmobilie nach wenigen Besichtigungen gefunden haben – und die wollen sie sehen und sich nicht vorstellen müssen.

Ist Home Staging das Gleiche wie Innenarchitektur?

Wiebke Rieck: Ganz klar: Nein! Das sind zwei völlig unterschiedliche Arbeitsweisen und Ziele. Denn bei der Innenarchitektur geht es nicht um den bestmöglichen Verkauf einer Immobilie und deshalb nicht darum, möglichst viele Interessenten zu überzeugen, sondern ausschließlich, dass sich ein Auftraggeber ganz individuell in seinem Wohnumfeld wiederfinden will.

Warum wird beim Home Staging ein leer stehendes Haus möbliert?

Tina Humburg: Weil die Wahrnehmung die Kaufdynamik bestimmt. Wenn alles leer ist, weiß ich nicht woran ich mich orientieren soll. Da fällt mir die Entscheidung nicht leicht, weshalb ich sie zunächst einmal hinauszögere oder gleich gar nicht treffe. Bei der Besichtigung einer leeren Immobilie ist das persönliche Empfinden zudem meist kein positives: zu kalt, zu dunkel, zu muffig. Auch nicht gerade hilfreich für die Entscheidungsfindung. Ganz anders ist die Situation, wenn ein Home Staging durchgeführt wurde: Es gibt etwas anzufassen, man kann sich sogar hinsetzen, es riecht angenehm und die Temperatur stimmt. Alles präsentiert sich hell und freundlich, das führt zur Verbesserung des „sich wohlfühlen“ der Kauf-Interessenten. Die Entscheidung fällt leichter. Fachleute sprechen in diesem Zusammenhang davon, dass der Belohnungswert größer ist als der Preisschmerz. Dieser Effekt ist übrigens nicht bewussteinsfähig, weshalb sich der Mythos von der rationalen Entscheidung hartnäckig hält.

Iris Houghton: Jeder weiß aus eigener Erfahrung: Kommt man in ein leeres Zimmer, schätzt man die Größe völlig falsch ein. Hinterher