



Das enorme Potenzial von Home Staging

Bei Besichtigungen versucht man sich vorzustellen, wie man die Räume nutzen kann und welches Potenzial in einer Immobilie steckt. Bei leeren Wohnräumen ist es zuweilen schwierig, sich ein Leben darin vorzustellen. Mit Home Staging kann man Interessierten die Möglichkeiten besser aufzeigen und die Fantasie befähigen.

TEXT KEVIN MEIER

Die Technik des Home Stagings wird in den USA bereits seit den 1970er-Jahren eingesetzt. In Schweden und Deutschland hat sich das Vorgehen mittlerweile ebenso etabliert. Der Begriff sei aber in der Schweiz noch erklärungsbedürftig, sagt die unabhängige Home Stagerin Stefanie Hitz. Gemeint ist mit dem Begriff die professionelle Präsentation eines Immobilienobjekts. Durch den Einsatz von Möbeln, Accessoires, Licht- und Farbkonzepten werden Wohnungen und Häuser optimal in Szene gesetzt. Egal ob Alt- oder Neubau: Für den ersten Eindruck gibt es nur eine Chance. Das Ziel ist, bei den Interessenten Emotionen zu wecken und ein heimeliges Gefühl hervorzurufen. So lässt sich darstellen, welches Potenzial im Objekt steckt, was die Verkaufszeit verringert und den Umsatz steigert.

Auch Privatpersonen profitieren

Home Staging mag zwar ähnlich wie Innenarchitektur klingen, ist aber im Grundsatz etwas anderes. Hitz erklärt: «Es ist für die Vermarktung gedacht.» Die komplette Einrichtung des Objekts ist nicht das Ziel. «Die Wohnungen werden «nur» zu etwa 80 Prozent eingerichtet», unterscheidet die Expertin. Wenn es vorrangig um Platzverhältnisse geht, können teilweise auch Kartonmöbel zum Einsatz kommen. Laut Hitz können auch Privatpersonen mit einfachen Tipps ihre Wohnung erfolgreicher potenziellen Abnehmern präsentieren: «Entrümpeln, putzen und entpersönalisieren.» Zudem sollten auch Haustiernmöbel und

gegenstände während der Besichtigung im Keller verstaut werden. «Schliesslich möchte die potenzielle Kundschaft ein neues Leben beginnen, kein altes übernehmen», so Hitz.

Aufmöbeln für alle Objekte

Jede Art von Immobilienobjekt kann von Home Staging profitieren. Von alten Häusern bis zu Neubauwohnungen lässt sich jeder Raum an die Zielgruppe anpassen. Ebenso können Musterwohnungen in das beste Licht gerückt werden. Abseits von privaten Wohnflächen, kann man mittels Home Staging auch Büro- und Gewerbeflächen auf eine Besichtigung vorbereiten. Vor allem bei grossen Räumen hilft Büro staging dabei, die Anzahl Arbeitsplätze, die Raumverhältnisse und dessen Aufteilung aufzuzeigen. So können sich Interessierte ein besseres Bild der Gewerbefläche und deren Möglichkeiten machen.

Die virtuelle Welt hält Einzug

Wie in allen Branchen macht sich die Digitalisierung auch im Home Staging bemerkbar. Beispielsweise können Bilder der Objekte digital bearbeitet werden, um so die gewünschte Wirkung zu erzielen. Für Profis ist es ein leichtes, Möbel und Einrichtungen massstabgetreu in ein Bild einzufügen. Die Möglichkeiten werden auch auf diese Weise auf hervorragenden Bildern ersichtlich. Hitz mahnt aber, dass die Interessenten natürlich trotzdem noch eine Besichtigung vor Ort wünschen: «Wenn man dann eine leere Wohnung

betritt, wird man leider enttäuscht.» Eine andere Option ist es, ein reales Home Staging vor Ort zu machen und dieses auf digitalem Weg zugänglich zu machen. Immobilienvideos und Drohnenaufnahmen können einen guten ersten Eindruck vermitteln. Mit VR und Besichtigungsrobotern können die Objekte auch in einem 360-Grad-Rundgang besichtigt werden. Gerade in Zeiten der Coronapandemie und im Falle, dass die Immobilie weit weg von den Interessenten liegt, kann eine Besichtigung dieser Art eine Alternative zu Reisen bieten. Dennoch kann auch ein 360-Grad-Rundgang den Eindruck der realen Immobilie nicht ersetzen. «Wer ein Haus kauft, will bestimmt mindestens einmal selbst drin gewesen sein», erklärt die Home Stagerin.

Neue Fokuspunkte

Während Technologien die Immobilienbranche ergänzen, scheint die Krise auch einen Einfluss auf die Bedürfnisse der Kundschaft selbst zu haben. Hitz beobachtet, dass Objekte auf dem Land derzeit sehr gefragt seien. Zudem verlangen Homeoffice und etwaige Quarantänefälle nach mehr Platz im eigenen Zuhause. Ebenso haben aus denselben Gründen Balkone und Terrassen an Bedeutung gewonnen. «Momentan baue ich beim Home Staging immer eine Homeoffice-Ecke ein – auch wenn der Platz dafür oft beschränkt ist», erläutert Hitz. Schliesslich möchte man den Interessenten zeigen, dass auch bei wenig Platz Telearbeit möglich ist.

Professionelles Home Staging

Im Home Staging geht es um die professionelle Inszenierung einer Immobilie mit den passenden Mitteln. Wie bei jeder Art von Vermarktung wird hier auch oft mit Zielgruppen gearbeitet. Je spezifischer diese definiert wird, desto zielgerichteter kann man eine Wohnung oder ein Haus inszenieren. Da ist oft der Vorwurf der Kundentäuschung nicht weit. Diesen Vorwurf entkräftet Hitz entschieden: «Home Stager setzen Fokuspunkte, aber verstecken keine Mängel.» Im Gegenteil, viele Home-Staging-Anbieter übernehmen kleinere Renovationsarbeiten, um den gewünschten Effekt zu erzielen. Die Suche nach professionellen Home Stagern wird beispielsweise durch Verbände erleichtert, weiss Hitz: «Durch die strengen Zugangsbedingungen sowie Kontrolle der Arbeit, wird der Spreu vom Weizen getrennt.» Unlauteren Methoden und unseriösen Anbietern kann man so vorbeugen.

Der Durchbruch kommt noch

Anders als in den USA und Teilen Europas ist das Home Staging in der Schweiz noch nicht sehr verbreitet. Die Effizienz des Home Stagings ist hier noch nicht in das Bewusstsein der Immobilieninhaber gedrungen. «Wenn man sich die Fotos auf Immobilienportalen ansieht, dann erkennt man noch einiges an Potenzial», summiert Hitz. Auf dem Schweizer Immobilienmarkt sei das Potenzial noch beinahe unendlich. Deswegen ist es auch ein Wunsch von Hitz, dass die Immobilienbranche die Vorteile des Home Stagings anerkennt.

BRANDREPORT PANOSWISS

Immobilienmarketing auf der Überholspur

Wer sich gut präsentiert, verkauft sich auch gut! Das bedeutet schnellere Verkaufszyklen und höhere Erträge. Digital ist dies auf einfachste Art und Weise zu erreichen.

Computergenerierte 360°-Rundgänge von Immobilien, welche noch gar nicht existieren, Möblierung von leeren Wohnungen und Häusern mittels eines virtuellen Home Stagings, virtuell begehbare Bauobjekte zur Dokumentation des Baufortschritts ... Panoswiss unterstützt seine Kunden mit kosteneffektiven Visualisierungen, welche den Erfolg und Arbeitsablauf bei der Vermarktung von Objekten

für Verkauf und Vermietung wesentlich verbessern sowie vereinfachen.

Spätestens seit Corona wird ein virtueller 360°-Rundgang bei einer Immobilie erwartet. Egal, ob in der Freizeit zu Hause oder in der Pause am Arbeitsplatz, wer sein künftiges Daheim sucht, will dieses direkt auf dem persönlichen digitalen Gerät besichtigen. Er will

Angebote vergleichen und sie mit seinem Umfeld besprechen. Ohne Einschränkung von Zeit oder Entfernung trifft er hier seine Vorauswahl und setzt Prioritäten für die persönliche Besichtigung.

Computergenerierte Visualisierungen während der Planungs- und Bauphase

Der Interessent muss sich nicht auf eine Beschreibung und wenige Visualisierungsbilder verlassen, sondern kann mit einem real wirkenden 360°-Rundgang die Immobilie direkt begehen. So werden Musterwohnungen gezeigt, bevor auch nur ein Stein auf dem anderen steht. Die Praxis beweist, dass auf diese Weise bei Bauabschluss der grösste Teil oder gar die ganze Immobilie verkauft respektive vermietet wurde.

Fotografische 360°-Rundgänge und virtuelles Home Staging bei bestehenden Immobilien

Optimale Präsentation bedeutet nicht leere Räume, sondern ein visuell attraktives Ambiente zu zeigen. Hier fühlt man sich wohl und wird in seiner Vorstellungskraft stimuliert. Das gilt für einzelne Standbilder wie auch für einen 360°-Rundgang, welche zu einem Bruchteil der Kosten einer realen Mustereinrichtung erstellt werden.

Weniger Aufwand und schnellerer Erfolg

Mit ansprechendem und interaktivem Präsentationsmaterial lässt sich das Objekt für den Betrachter nicht nur an die Spitze der breiten Masse an Angeboten setzen, sondern verringert auch den eigenen Arbeitsaufwand. Denn kommt der Besucher nach der virtuellen Besichtigung auch real zum Anbieter, hat er Interesse am Objekt. Gerade auch in der Zeit von Social Distancing konzentrieren sich damit direkte Kontakte auf Verkaufsgespräche, die von Beginn an Erfolgsaussichten bieten. Aber auch nach dem persönlichen Termin kann die Immobilie immer wieder online besichtigt werden.

Weniger Aufwand und schnellerer Erfolg

Panoswiss bietet eine umfangreiche Palette an Dienstleistungen, welche die Marketingarbeit wesentlich verbessern. Für die Kunden bedeutet dies kein Aufwand, sondern eine Investition in ihren Erfolg.

