

GRÜNDUNGSGESCHICHTEN (3)

» RAUS AUS DER KOMFORTZONE



Foto Jörg Sarbach

Modernes Immobilienmarketing für höhere Verkaufspreise und schnellere Kaufentscheidungen: Nicole Schütz hat sich vor gut einem Jahr als Home Staging Professional selbstständig gemacht.

Von NINA SVENSSON

Nicole Schütz wollte vor gut ein- einhalb Jahren ihr Haus verkaufen. Der Makler nannte ihr eine Preisspanne, und sie wollte natürlich den höchstmöglichen Preis erzielen. Also recherchierte sie, wie sie ihr Haus für Interessenten noch attraktiver präsentieren könnte. Im Internet wurde sie fündig: Mit Home Staging wird ein Haus oder eine Wohnung optimal für den Verkauf vorbereitet. Die Idee und das Konzept gefielen ihr so gut, dass sie sich zum Home Staging Professional ausbilden ließ, ihre Arbeit als Versicherungskauffrau aufgab und sich im Dezember 2014 selbstständig machte.

Seitdem berät sie Eigentümer, Makler und Bauträger, wie Immobilien gezielt aufbereitet und präsentiert werden können. „Beim Verkauf eines Ge-

brauchtwarens ist es beinahe selbstverständlich, ihn vorher gründlich zu reinigen und zu polieren, um einen höheren Verkaufspreis zu erzielen“, sagt Nicole Schütz. „Beim Immobilienverkauf geht es um viel höhere Summen, aber nur selten wird ein Haus oder eine Wohnung ebenso aufwändig vorbereitet wie ein gebrauchtes Auto.“ Dabei können solche Immobilien einen bis zu 15 Prozent höheren Marktpreis erzielen.

Beim Home Staging geht es darum, den kleinsten gemeinsamen Nenner einer ganzen Käuferschicht zu finden. Nicole Schütz entwickelt für jede Immobilie ein passendes Farb- und Dekorationskonzept. „Ich möbliere und dekoriere zum Beispiel leerstehende Wohnungen für die Dauer der Verkaufszeit so, dass sich die Interessenten gleichwohl fühlen, aber trotzdem das Gefühl haben, dass sie Raum und Platz gewinnen.“ Umgekehrt „entleert“ und entpersonalisiert Nicole Schütz noch bewohnte Immobilien. „Wer eine Wohnung besichtigt, möchte einfach keine Zahnbürsten im Bad, hochgeklappte Toiletendeckel oder Familienfotos im Regal sehen.“

Neben Farben und Licht spielen Sauberkeit und Geruch eine große Rolle – Nicole Schütz muss bei ihrer Arbeit fast alle Sinne und immer die Zielgrup-

pe bedenken. Sind es Familien, richtet sie ein Kinderzimmer ein. Ist die Wohnung eher für ein Paar gedacht, dekoriert sie ein Büro. Auch bei den Möbeln hat sie von günstig bis hochwertig alles vorrätig in ihrem Lagerraum am Bremer Kreuz. „Verkaufpsychologen haben herausgefunden, dass Kaufinteressenten sich innerhalb von zehn Sekunden für oder gegen ein Objekt entscheiden. Bei Häusern spielt darum schon der Garten eine entscheidende Rolle. Er muss gepflegt aussehen, aber darf auch nicht den Eindruck erwecken, dass viel Arbeit dahinter steckt.“

Home Staging bedeutet frei übersetzt: „Ein Haus auf die Bühne bringen“. Vor 30 Jahren wurde es in den USA entwickelt, auch in Skandinavien und in den Niederlanden wird es bereits häufig praktiziert. In Deutschland ist der Home Staging Professional ein vergleichsweise junger Beruf, im deutschen Verband sind etwa 250 Professionals registriert. Dort hat auch Nicole Schütz ihre Ausbildung absolviert. „Der Schritt in die Selbstständigkeit war auch ein Schritt raus aus der Komfortzone“, sagt die 47-Jährige. „Aber Home Staging macht mir großen Spaß, es ist spannend, immer wieder neue Immobilien zu gestalten.“ Die Kosten trägt der Immobilienverkäufer, durchschnittlich ein bis drei Prozent des Verkaufspreises.

Bislang wurde nur ein einziges von Nicole Schütz dekoriertes Haus nicht verkauft – und zwar ihr eigenes. Als sie das Home Staging für sich entdeckte und sich selbstständig machte, beschloss sie, ihr Büro dort zu eröffnen. Somit war ihr Haus auch nicht mehr zu groß und zudem so schön eingerichtet, dass sie es kurzerhand behielt. ■