

„Die Braut schmücken“

FORTSETZUNG VON SEITE 11
mientung mit und ohne Staging gibt.“ Ein Unterschied sei aber deutlich: Konkrete Interessenten brauchen für eine Entscheidung weniger lang als bei unpräparierten Wohnräumen. „Diese Zeit ist bei gut in Szene gesetzten Immobilien um einiges kürzer.“ Das Wiener Maklerbüro zählt selbst zu den Pionieren des Immo-Stylings, wenngleich es früher noch keinen passenden Namen dafür gab. Bei ihnen wurde es einfach „Schmücken der Braut für die Hochzeit“ genannt, was die Sache aber durchaus gut beschreibt.

Leihmöbel statt Duschgel

Die Dienste der „Home Stager“ stehen allen offen, die verkaufen wollen, vom Bauträger bis zum Privaten. Die Voraussetzungen sehen dabei sehr verschieden aus: Die eine Kategorie steht zur Gänze leer und wird durch neue Farben, geliehene Möbel und ansprechende Accessoires „wohnlich“ gemacht, die „Wohn.fee“ etwa bietet auch professionelles Furniture Leasing an.

Die zweite Kategorie – in der die Verkäufer oft noch selbst leben – wird durch einen Maßnahmenkatalog eher „neutralisiert“. Denn Interessenten würden sich inmitten voll gestopfter Zimmer und allzu persönlicher Gebrauchsgegenstände wie Duschgel, Sockensammlung oder Familienporträts im Silberrahmen als Eindringlinge fühlen.

Claudia Tuchmann, Immobilien-Treuhänderin und Home-Staging-Expertin bei Normreal Immobilien spricht von vier elementaren Punkten im Procedere: „Zuerst wird ‚befreit‘, also entrümpelt, geputzt und entpersonalisiert, denn der Kunde kauft Platz. Danach wird beleuchtet.“ Das heißt Rollläden hoch und Leuchtkörper her, um eine angenehme Atmosphäre zu schaffen.



Soll die Entscheidung erleichtern: cooles statt kahles Ambiente. [Wohnfee]

„Drittens steht die Belüftung an, weil unangenehme Gerüche jeden Interessenten vertreiben. Erst zum Schluss geht es ans Visualisieren. Da wird allen Räumen eine Funktion gegeben, um die Fantasie des Interessenten zu wecken.“ Wobei, und hier kommt der „Ehrenkodex“ der professionellen Bühnengestalter für Wohnraum-Performance zum Tragen, niemals getarnt oder getäuscht werden darf. „Mängel werden nicht versteckt, sondern dem Verkäufer stets gezeigt“, betont auch Werginz. Oder optimalerweise im Vorfeld behoben. Immerhin lautet das Motto der DGHR „Immobilien in Bestform“. Und das funktioniert mit tropfenden Hähnen oder undichten Fenstern nicht.

WEITERE INFORMATIONEN UNTER
www.dghr-info.de

Impressum: Immobilien

Redaktion: Madeleine Napetschnig T: 01/51414-283
Nikola Gumhold T: 01/51414-303
Tanja Rudolf T: 01/51414-302
Anzeigen: Andrea Bruckner T: 01/51414-537
E-Mail: vorname.nachname@diepresse.com

Immobilien. Die Presse.com

Ihre Wahl, nicht immer sein Budget

Kaufentscheidung. Neun von zehn Frauen treffen die Wahl für eine Luxusimmobilie, die von Männern gekauft werden. Wonach wohlhabende, selbstbewusste Käuferinnen entscheiden.

VON CLAUDIA DABRINGER

Ein großer Whirlpool vor dem Schlafzimmer, ein Rosengarten mit Glashauss, eine halb automatische Küche mit Blick auf Pool, Pinien und Pazifik – Frauen sind oft Meisterinnen darin, ihre Wohnfantasien ständig hochzuschrauben. Frei nach dem Motto: Man gönnt sich ja sonst nichts. „Frauen wollen natürlich Luxusobjekte, aber Luxusobjekte, in denen man auch gut leben kann, und die nicht nur für Repräsentationszwecke da sind“, relativiert Margret Funk, Inhaberin des gleichnamigen Immobilienbüros und Professorin am Studiengang Immobilienmanagement der Fachhochschule Wiener Neustadt.

Wichtig sei, beim Thema „Frauen und Luxusimmobilien“ zwischen Frauen als Entscheiderinnen und Frauen als Käuferinnen zu unterscheiden. „Eine von zehn kauft sich selbst eine hochwertige Immobilien, neun von zehn spielen bei der Entscheidung für ein Luxusobjekt eine wichtige Rolle“, weiß Immobilienmaklerin Evelyn Hendrich. Das liege einfach daran, dass es unter den richtig Reichen dieser Welt immer noch viel zu wenige Frauen gebe. Reichtum ist immer noch männlich. Und weil Männer mitunter viel unterwegs sind, überlassen sie die (Erst-)Selektion der Wohnungen und Häuser meist ihren Partnerinnen.

Liquide Entscheiderinnen

Doch das scheint sich zusehends zu ändern, hat Immobilien-Treuhänderin Marlies Muhr beobachtet: „Der Anteil der Käuferinnen steigt merklich, da es viele erfolgreiche, selbstständige Frauen gibt, die viel Geld für hochwertiges Wohnen ausgeben – und sich das auch leisten können.“ Sie bemerkt auch dass „bei Frauen die Emotion eine große Rolle spielt, sie entscheiden meistens aus dem Bauch heraus. Der erste Eindruck ist entscheidend, manchmal auch die sogenannte Liebe auf den ersten Blick, da Frauen eine Art Rundumblick haben und sich nicht nur auf eine Sache konzentrieren.“ Während sich Männer eher auf technische Details einer Immobilie stürzen, sich in Garagen für ihren SUV verlieben können, bedenken Frau-



Kuschelkurs auf dem Weg zur Immobilie: Teure Objekte werden meist von Frauen ausgesucht.

[Istock-Photo/Bartosz Ostrowski]

en Anfahrtswege und einen eventuellen Schulwechsel für die Kinder. „Wichtig sind immer auch praktische Abläufe. Wo sind Schrankräume angesiedelt? Kann man eine Trennung von Wohn- und Schlafräumen haben? Kann man mit dem Lift direkt von der Garage zur Wohnung fahren? Wie ist der Sonnenstand?“, führt Margret Funk eine ganze Liste an Fragen auf.

Ob es bei der Käuferin auf den ersten Blick Klick macht, wird

Expertinnen, Kundinnen

Immobilien-Treuhänderinnen verzeichnen eine Zunahme von weiblichen Käufern im Luxussegment.

Links: www.muhr-immobilien.at
www.funk.at
www.hendrichrealestate.com
www.finest-homes.com

auch von der Innenausstattung beeinflusst: „Grundsätzlich lieben Frauen helle, freundliche Wohnräume, in denen sie sich ausbreiten und entfalten können. Ein begehbarer Schrankraum gilt als absolutes Highlight in der Damenwelt – im Idealfall kombiniert mit einem angrenzenden Wellnessbad“, erzählt Elisabeth Rauscher, Geschäftsführerin von Finest Homes Immobilien.

Sicherheit als starkes Argument

Die Entscheidung falle zuerst nach dem Kriterium, „ob es sich um einen Erst-, Zweit- oder Fünftwohnsitz handelt. Hat man schon mehrere Objekte in seinem Portfolio, ist die Wahrscheinlichkeit hoch, dass man eine Sonderimmobilie, also ein Schloss, ein Penthouse oder einen speziellen Landsitz wählt“, sagt Evelyn Hendrich. Weiters werde die Wahl durch die jeweilige Lebenssituation beeinflusst, in der sich die Frau befindet. Für ein alleinstehendes Ehepaar

sind Stadtnähe, soziale Kontakte und Kulturangebot wichtiger als für eine junge Familie. Die zieht vielleicht lieber aufs Land in eine schicke Villa, aber mit Blick auf die Nachbarn. Denn: „Das Thema Sicherheit ist ein ganz großes. Deshalb entscheiden sich Frauen auch für das Leben im Verband“, erklärt Hendrich. Es muss nicht gleich eine „Gated Community“ sein, auch ein klassisches Villenviertel, idealerweise von Freunden oder Familie empfohlen, kommt infrage.

Und besteht der Partner darauf, Burg-, Schloss- oder Landherr zu sein, sorgen Frauen dafür, dass mit Personal oder Familienangehörigen Sicherheit vermittelnde Gesellschaft vorhanden ist. Aber auch bei Wohnungen ist Käuferinnen der Aspekt wichtig, wie Elisabeth Rauscher bemerkt: „Die blickgeschützte Lage im obersten Stockwerk garantiert eine gewisse Privatheit und entspricht auch dem hohen Sicherheitsbedürfnis der Frauen generell.“

Die Fassade lebt, die Wand wandert

Smarte Bauten. Die IBA Internationale Bauausstellung zeigt in Hamburg Wohnhäuser der Zukunft. Flexible Wände. Wärme durch Algen. Baustoffe mit textilen Eigenschaften.

Man darf sich das Ganze nicht etwa grün und schleimig vorstellen, sondern licht und hell: das weltweit erste Haus mit einer Fassade, in der Algen leben. Vor Kurzem wurde der smarte Bau namens BIQ in Hamburg erstmals der Weltöffentlichkeit gezeigt.

Südost- und südwestseitig – wegen des Sonnenlichts für die Fotosynthese – sind in die Glaspaneele, die diesen Bau bekleiden, Mikroalgen eingesetzt. Sie vermehren sich darin und erzeugen Wärme, sorgen für Licht und Schatten. Die Bioreaktorfassade ist erstens das Resultat des Term-Projekts (Technologien zur Erschließung der Ressource Mikroalgen), an dem mehrere deutsche Universitäten und Unternehmen mitgearbeitet haben, und zweitens ein gestalterisches Element des Entwurfs des Grazer Architekturbüros Splitterwerk. Der Rahmen, in dem das clevere Haus mit der Algenfassade Aufmerksamkeit auf sich zieht, ist

ein experimenteller: Beispiele für „Smart Material Houses“ entstehen im Hamburger Stadtteil Wilhelmsburg im Rahmen der großen, mehrjährigen „IBA Internationale Bauausstellung“, die eine ganze Reihe von nachhaltigen, smarten und technisch innovativen Wohnbauten für die Zukunft durchexerziert.

Vier Modelle fürs Wohnen

Unter den Objekten auf den Elbinseln findet sich unter anderem ein „Hybrid House“, das als das modernste Gebäude Deutschlands gehandelt wird. Die Wände dieses von Nägeli Architekten geplanten Objekts lassen sich leicht verschieben, sodass sich immer neue Wohneinheiten darin erzeugen lassen. Einbaumöbel können schnell in ihrer Funktion mutieren. Umhüllt wird das flexible Raumsystem von einer Fassade mit größeren Glasflächen. Der nachhaltige Ansatz ist allen Projekten gemein, die auf dem Areal Platz gefunden ha-

ben. Auch dem „Soft House“, das sich durch weiche, textile Fassadenelemente auszeichnet, dessen Entwurf von Kennedy & Violic Architecture stammt. Es gehört in die Kategorie der „Smart Material Houses“, der auch das Algenhaus zugeordnet ist.

Weil innovatives Bauen nicht nur nachhaltig, sondern auch preiswert sein soll, hat man bei dieser „Bauausstellung in der Bauausstellung“ einen Sektor mit „Smart Pize Houses“ geschaffen. Zuletzt wird bei diesem IBA-Projekt auch mit dem Bauplatz selbst experimentiert – mit Architektur, die dem Wasser Land abtrötzt. Der Auftrag an ein „WaterHouse“ ging an Schenk + Waiblinger Architekten.

Diese vier Experimentierfelder sind nur ein kleiner Teil der IBA Hamburg, die mit vielen Veranstaltungen und Initiativen Antworten auf das Wohnen im 21. Jahrhundert liefert. Bis 2013 werden einige Bauiden umgesetzt sein. mad



„Hybrid House“ und Haus mit Algenfassade bei der IBA Hamburg [IBA-Splitterwerk]

Experimentierfeld

IBA Hamburg: Internationale Bauausstellung, mit Wohnbaumodellen der Zukunft, www.iba-hamburg.de

IBA wandert seit 1901 durch deutsche Städte, um urbane und bauliche Probleme mithilfe vieler mehrjähriger Projekte zu bearbeiten.