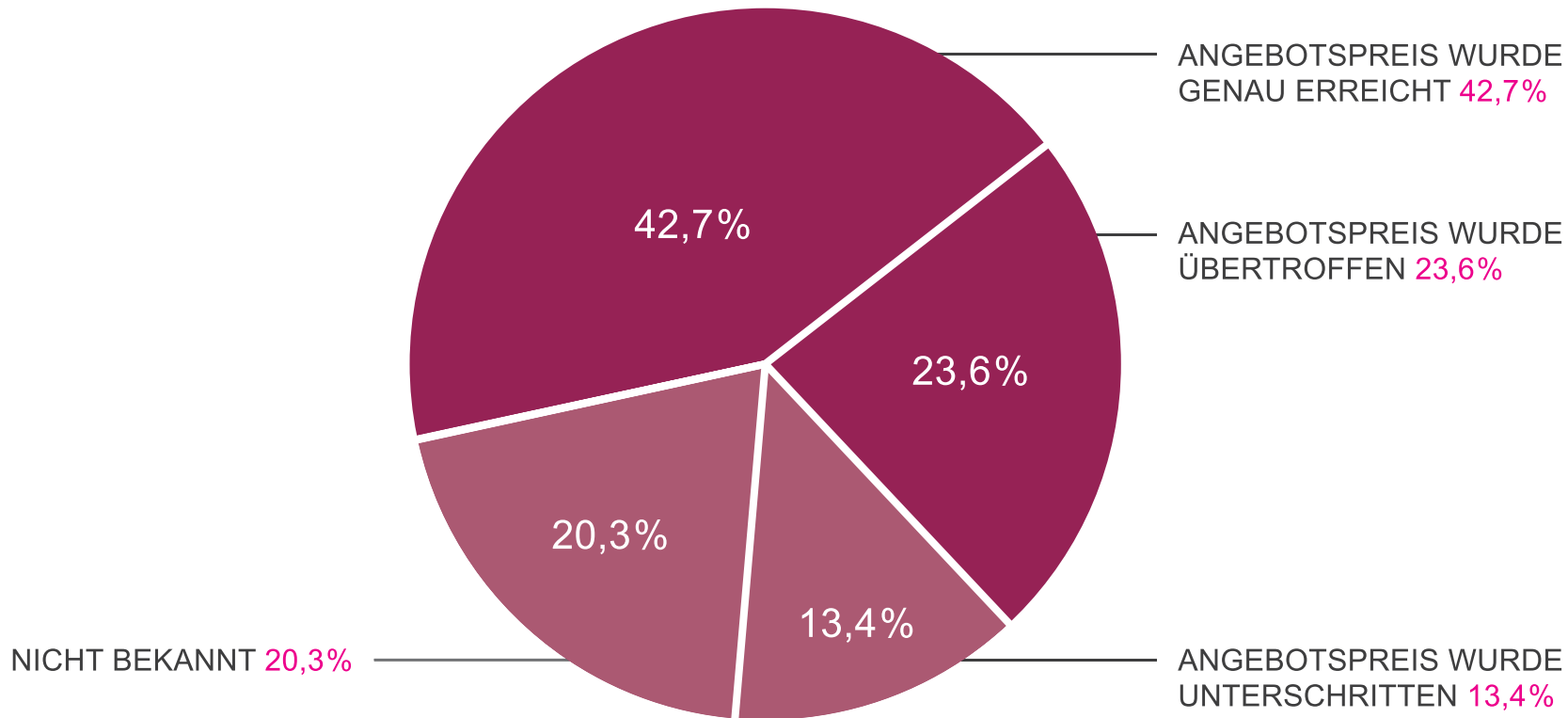

DGHR HOME STAGING IN ZAHLEN

Die neuesten Zahlen und Ergebnisse
zur Immobilienvermarktung mit Home Staging
in Deutschland – März 2016

ERZIELTE VERKAUFSPREISE MIT HOME STAGING

In mehr als 65% der Immobilienverkäufe wird der Angebotspreis mit Home Staging genau erzielt oder sogar übertroffen. Als Bezugsgröße wird hier der Angebotspreis zugrunde gelegt, der NACH einer Home-Staging-Maßnahme aufgerufen wird. Dieser Preis könnte vorher, z.B. bei erfolgloser Vorvertriebsgeschichte, sogar niedriger gewesen sein. Diese eventuelle Preissteigerung ist in dieser Statistik nicht erfasst. Ebenso nicht erfasst ist, ob der Angebotspreis marktgerecht oder außerhalb des Marktes war.



Quelle: DGHR Verbandsstatistik 2014/2015
Fallzahl: 454

DETAILBETRACHTUNG: ÜBERTROFFENER ANGEBOTSPREIS

Wurde der Angebotspreis übertroffen, so konnten in mehr als der Hälfte der Fälle Preissteigerungen zwischen 5% und 15% erzielt werden. Bei knapp einem Fünftel der Fälle liegt der durch Home-Staging-Maßnahmen erzielte Kaufpreis sogar über 15% des Angebotspreises.“ Auch hier gilt: Bezugsgröße ist die vom Eigentümer oder Makler festgesetzte Kaufpreisvorstellung NACH einer erfolgten Home-Staging-Maßnahme.

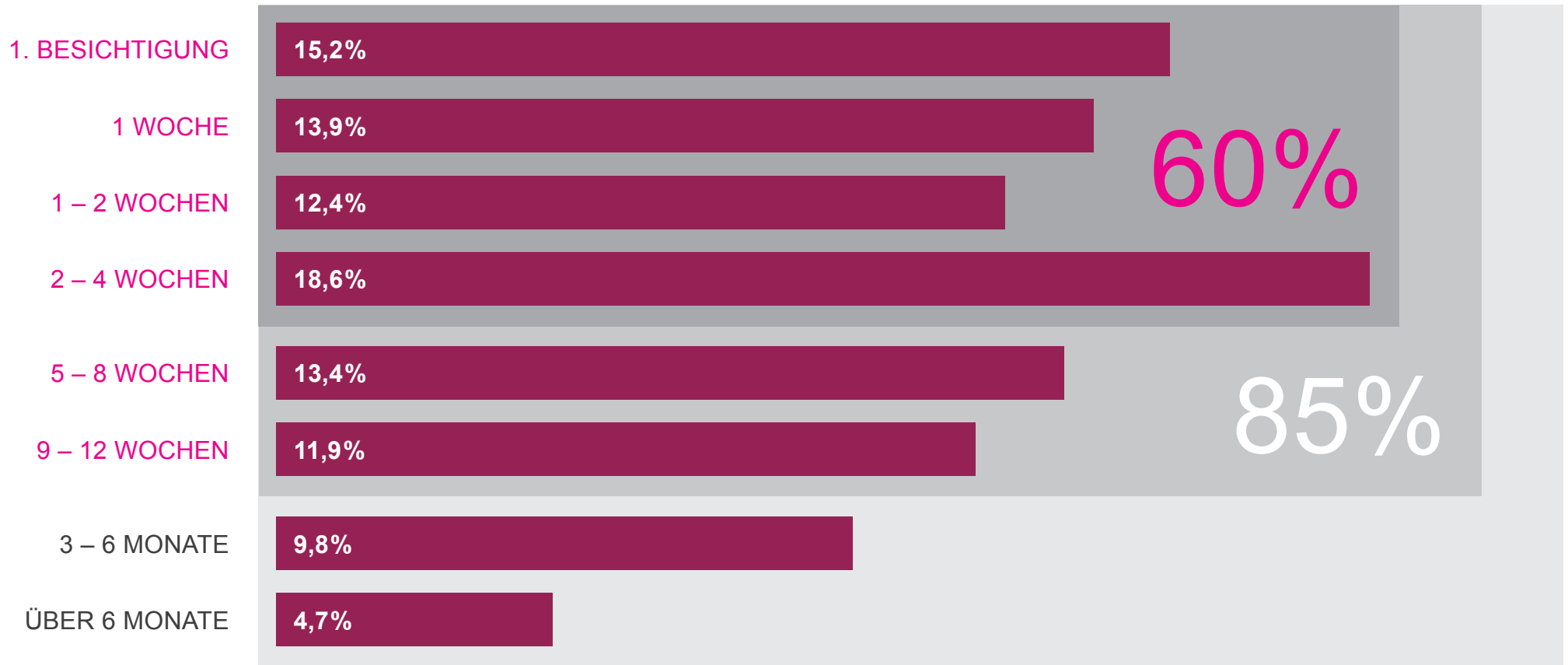


Quelle: DGHR Verbandsstatistik 2014/2015

Fallzahl: 107, Anzahl der Immobilienverkäufe, wo der Angebotspreis mit Home Staging übertroffen wurde

DAUER DER VERMARKTUNGSPHASE NACH HOME STAGING

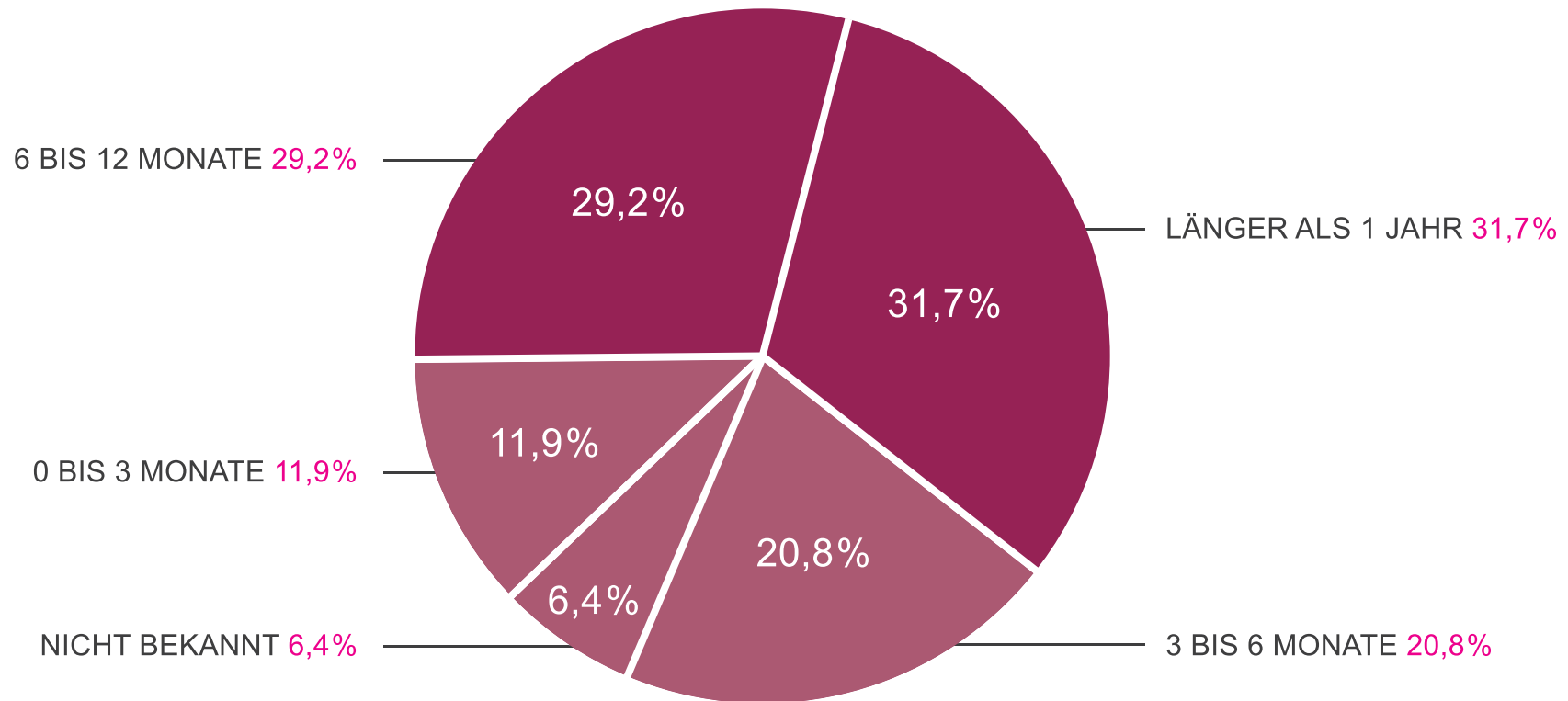
Knapp zwei Drittel der mit Home Staging vermarkteten Objekte sind innerhalb von maximal vier Wochen verkauft – davon 15,2% bereits nach der ersten Besichtigung. 85% der mit Home Staging vermarkteten Immobilien sind nach 12 Wochen verkauft.



Quelle: DGHR Verbandsstatistik 2014/2015
Fallzahl: 403, Gesamtanzahl abzüglich ‚nicht bekannt‘ Nennungen

DAUER DER VORVERTRIEBSZEIT OHNE HOME STAGING

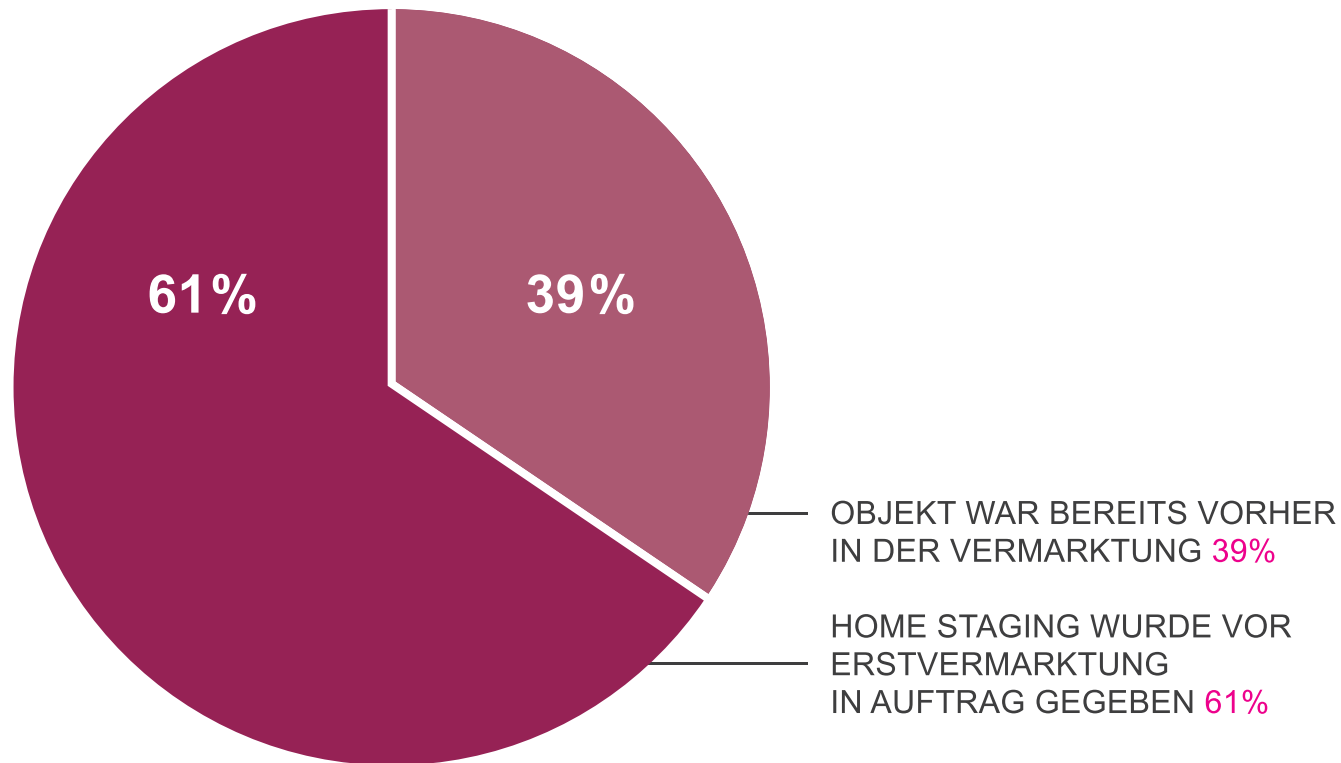
Über 60% der Objekte mit erfolgloser Vorvertriebsgeschichte werden bereits 6 Monate oder sogar länger als 1 Jahr am Markt angeboten, bis ein Experte für Home Staging hinzugezogen wird.



Quelle: DGHR Verbandsstatistik 2014/2015
Fallzahl: 202, Anzahl der Immobilien, die vorher bereits ohne Home Staging in der Vermarktung waren

ZEITPUNKT DER ENTSCHEIDUNG FÜR HOME STAGING

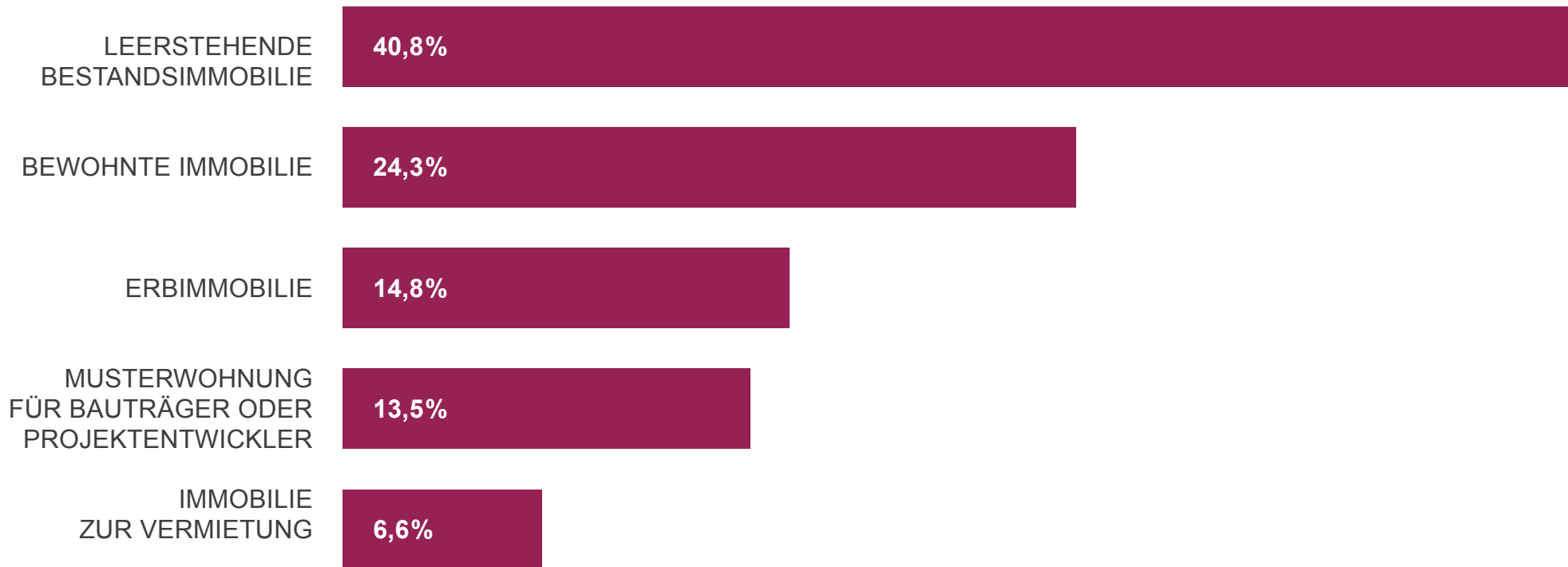
Home Staging wird überwiegend bereits in Auftrag gegeben, bevor eine Immobilie zum ersten Mal am Immobilienmarkt angeboten wird. Es ist somit eine vorbereitende Marketingmaßnahme, die der Aufnahme von Fotos oder Videos und der Erstellung von Exposés vorausgeht. In 39% der Fälle kommt Home Staging zum Einsatz, nachdem eine Immobilie vorher bereits erfolglos am Markt war.



Quelle: DGHR Verbandsstatistik 2014/2015
Fallzahl: 520

WELCHE IMMOBILIENKATEGORIE WIRD BEVORZUGT GESTAGED?

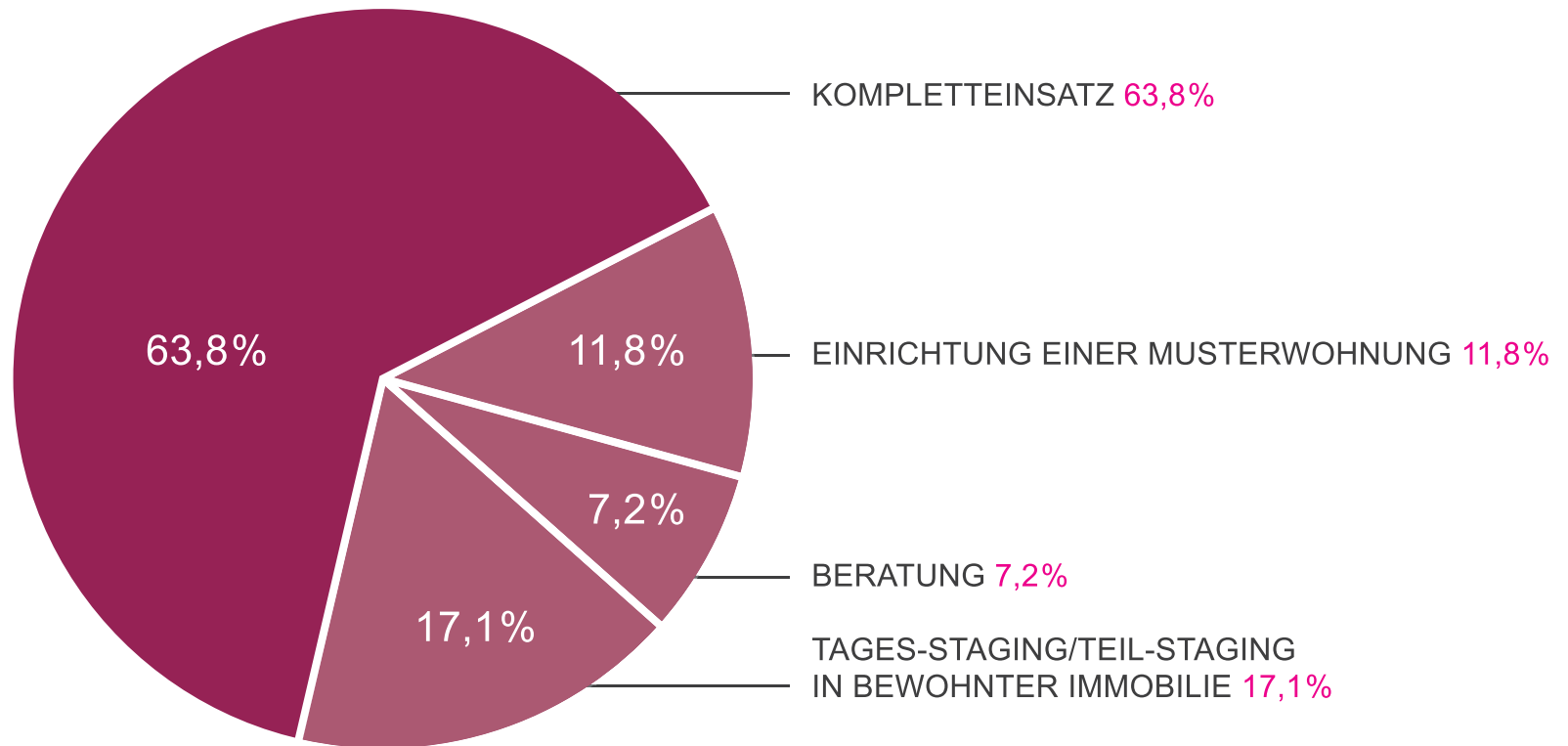
Home Staging wird als verkaufsfördernde Marketingmaßnahme überwiegend für leerstehende Bestandsimmobilien beauftragt; in über einem Fünftel der Fälle wird in einer noch bewohnten Immobilie Home Staging zur Verkaufsförderung durchgeführt.



Quelle: DGHR Verbandsstatistik 2014/2015
Fallzahl: 519

ART UND UMFANG DER HOME-STAGING-DIENSTLEISTUNG

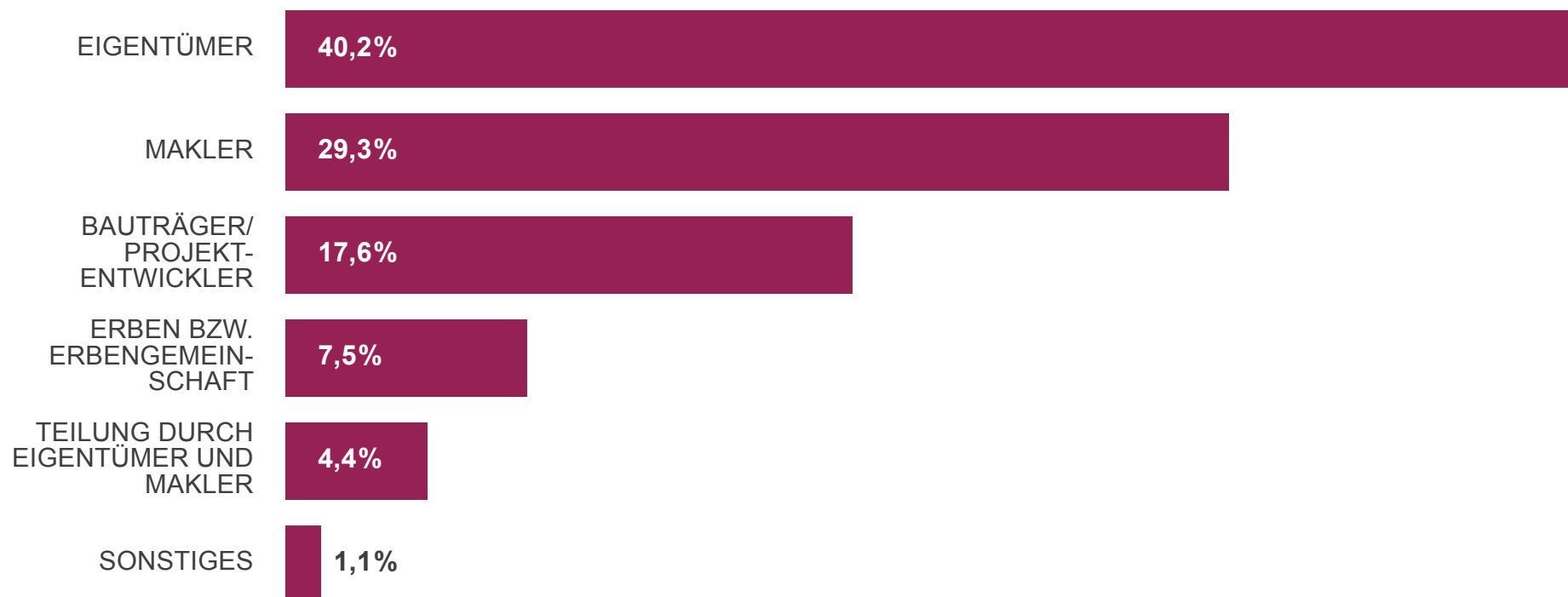
In mehr als der Hälfte der Fälle werden komplette Home-Staging-Einsätze, d.h. Möblierung und Gestaltung einer leeren Immobilie sowie eventuell kleinere Handwerker-Leistungen beauftragt. Knapp 20% der Aufträge erfolgen in Form von sogenannten ‚Tages- oder Teil-Stagings‘ in bewohnten Immobilien unter Einbeziehung des noch vorhandenen Mobiliars.



Quelle: DGHR Verbandsstatistik 2014/2015
Fallzahl: 525

ZAHLENDER AUFTRAGGEBER

Rund 40% der Eigentümer investieren selbst in Home Staging als verkaufsfördernde Maßnahme. Knapp 30% der Home-Staging-Einsätze wurden von Maklern als sinnvolle Vertriebsmaßnahme auf eigene Rechnung beauftragt. In 17% der Fälle sind es Bauträger und Projektentwickler, die Home Staging z.B. für die Gestaltung von Musterwohnungen und Verkaufsbüros in Auftrag geben.



Quelle: DGHR Verbandsstatistik 2014/2015
Fallzahl: 523

INFORMATIONEN ZUR DATENERHEBUNG

Studientyp: internetbasierte statistische Erhebung unter Mitgliedern der DGHR
Gesamtanzahl erfasster Immobilientransaktionen mit Home Staging: 527 (Stichtag 12.02.2016)
Erfassungszeitraum: 2014/2015 (Beginn der dynamischen Datenerfassung am 20.10.2015)

DGHR Ansprechpartner für Fragen oder weitere Informationen zur Statistik:
christina.wellhausen@dghr-info.de für den Bereich Presse
oder susanne.humbert@dghr-info.de für den Bereich Marketing