

Mieszkaniowa kosmetyka dźwignią handlu

Mieszkanie od wystawienia oferty czeka na kupca średnio 4,5 miesiąca. Rynek znacznie spowolnił, a sprzedających jest więcej niż chętnych do zakupu nieruchomości. Ten zastój spowodował jednak w Polsce zjawisko znane na Zachodzie: home staging, czyli poprawianie mieszkania specjalnie z myślą o sprzedaży.

Praktycznie już w każdym większym mieście można znaleźć osoby, które specjalizują się w szybkiej kosmetyce mieszkaniowej. – *W czasie boomu mieszkaniowego szybko sprzedawało się praktycznie wszystko, co tylko pojawiło się na rynku. To eldorado już się jednak skończyło i klienci są znacznie bardziej wybredni przy poszukiwaniu mieszkania* – mówi Natalia Wolska z agencji Przed & Po z Wrocławia. – *Duża część mieszkań, które trafiają do sprzedaży, to rynek wtórny, często są to lokale urządzane przed kilkunastoma laty czy nawet przed kilkoma dekadami i nie prezentują się za dobrze* – dodaje.

Efektem tego spowolnienia jest rozwój firm świadczących usługi home stagingu. W Warszawie działają agencje Home2Sell i 2Atelier, w Łodzi Mirror, w Będzinie DoKaHome, a w Gdańsku Imperium Wnętrz. Jest już nawet pierwsza sieć takich agencji – Home Stagers Network Polska, która oferuje usługi w 14 miastach i szkoli kolejnych home stagerów, którzy mogą zakładać swoje własne firmy. Większość z nich wykonuje zlecenia bezpośrednio dla właścicieli mieszkań na sprzedaż, rzadziej są to mieszkania na wynajem lub sprzedawane przez agencje nieruchomości.

Wszystkie mają podobną ofertę: projekt zmian kosztuje 200–300 zł, drobne przeróbki, jak odświeżenie mebli, drzwi, odmalowanie lub tapetowanie ścian, to koszt od kilkuset do 2–3 tys. zł. Większe remonty, np. wymiana mebli kuchennych, naprawy w łazience, zamykają się w przypadku mieszkań w cenie do 10 tys. zł. – *Z zasady cena renowacji mieszkania nie powinna przekroczyć 1 proc. wartości nieruchomości. Dzięki temu to naprawdę jest inwestycja, a nie dodatkowy wydatek dla właściciela mieszkania* – mówi Anna Krzystowska z 2Atelier.

Pojawiają się również pierwsze oferty wynajmu mebli na czas szukania kupca, ale to wciąż są pojedyncze przypadki. Home stagerzy, którzy niemal w całości rekrutują się spośród architektów lub architektów wnętrz, przekonują, że często wystarczą drobne zmiany w mieszkaniu, by zachęcić kupca. – *Właściwie jest kilka podstawowych zasad* – opowiada Wolska. – *Po pierwsze, lokal powinien być zneutralizowany, czyli taki, by spodobał się potencjalnie każdemu: bez ostrych kolorów, kontrowersyjnych ozdób. Po drugie, jasne, dobrze oświetlone i niezagracone wnętrza dają efekt optycznego powiększenia* – dodaje architekt.

Ojczyzną home stagingu są Stany Zjednoczone, gdzie rozwinięty jest rynek sprzedaży i wynajmu nieruchomości. Według amerykańskich badań dzięki kosmetycznym zabiegom czas sprzedaży mieszkań skraca się przeciętnie o 40 proc., a cena zakupu nieruchomości rośnie o 10 proc. Te wyniki pochodzą jednak sprzed amerykańskiego kryzysu na rynku nieruchomości.