

## „Lebensgefühl ist ein Luxus, den man nicht kaufen kann“

**Marlies Muhr ist eine der bekanntesten Immobilienmaklerinnen des Landes. Im Gespräch verrät sie uns, was Wohnluxus wirklich ist, wo Golfer glücklich werden und was das TV-Format „Mieten, kaufen, wohnen“ so spannend macht.**

Interview: Jan-Christoph Poppe

### **F**rau Muhr, können Sie Luxus definieren?

Luxus hat für mich nichts damit zu tun, dass etwas teuer ist. Das zu definieren ist nicht einfach. Auch viele Marketingjongleure wissen nicht wirklich, wie sie mit Luxus umgehen. Gerade im Immobilienbereich bedeutet Luxus für den einen viel Raum, für den anderen viel Licht, für den nächsten ist ein goldener Wasserhahn Luxus, für den übernächsten die Lage. Luxus zu definieren ist also in der Immobilienbranche ganz schwer.

**Also kann man auch die Begriffe „Stil“ und „Luxus“ nicht gleichsetzen? Es kommt ja sicherlich vor, dass Sie persönlich ein 20-Millionen-Objekt ausgesprochen geschmacklos finden – verkaufen müssen Sie es trotzdem.**

Genau. Wobei der Kauf eines Luxusobjekts oft mit Liebhaberei zu tun hat. In der Autoindustrie beispielsweise kann man Luxus mit einem speziellen Modell viel deutlicher definieren, da weiß man genau, was einen erwartet. Bei der Immobilie steckt in der Definition viel mehr die Frage nach Lebensqualität und Lebenskultur. Jeder pflegt da seine eigenen Bedürfnisse. Deswegen bin ich immer sehr vorsichtig mit dem Thema Luxus.

**Aber eine Verbindung in die Golfszene lässt sich schon herstellen.**

Golf ist nunmal eine Sportart mit einem gewissen Lebensstil. Und dieser Lebensstil lässt sich natürlich präsentieren.

Viele Golfer legen Wert auf dieses Gefühl, eben weil sie gern mit Luxus in Verbindung gebracht werden – was auch immer der Einzelne darunter versteht.

**Gibt es Spezifika, die einen Golfer als Kunden maßgeblich auszeichnen?**

Golfer sind erst einmal Kunden wie alle anderen. Man hat allerdings heutzutage die Chance, sich schon vor dem Kaufprozess im Internet ausgiebig zu informieren. Dazu kommt, dass im Luxussegment viele internationale Kunden nach Österreich kommen. Wenn also jemand hierzulande eine Immobilie in Golfplatznähe sucht, hat er meist schon ein klares Bild davon im Kopf, was er will. Da ist nicht nur ausschlaggebend, wie weit die Wege zur nächsten Schule und zum Supermarkt sind. Ein ganz wichtiger Faktor ist dann eben die Erreichbarkeit möglichst vieler Golfplätze. Gerade für Kunden, die sich in Richtung Ferienimmobilie orientieren, ist es wichtig zu sehen: Wo ist mein Umfeld, in dem ich das gesamte sportliche Leben im Hintergrund präsent weiß? Da sind wir natürlich in Salzburg begnadet, weil wir die Seen, die Berge und die Golfplätze haben. Selbiges natürlich mittlerweile auch in Kitzbühel, denn das ist eine Jahresdestination geworden.

**Gerade in Kitzbühel gibt es die immer wieder formulierte Kritik, dass sich der originäre Kitzbüheler im Ort gar nicht mehr wiederfindet, weil dort so viele Immobilien verkauft worden sind. Wie sehen Sie diese Kritik?**

Das würde ich so überhaupt nicht unterschreiben. Ich unterschreibe eines: Kitzbühel hat einen ganz großen Vorteil gegenüber allen Wintersportorten, die man im Vergleich haben kann, ob in Österreich, der Schweiz oder Frankreich: Kitzbühel ist eine Bezirkshauptstadt. Eine Stadt, die lebt, auch unterm Jahr. Das ist keine Stadt, die tot ist, wo nur Touristen hinkommen. Es ist eine absolut lebende Stadt. Es hat das Lebensmittelgeschäft offen, es hat der Fleischer offen, das ganze Jahr über ist das authentisch. Das spricht für Kitzbühel. Es hat etwas Einzigartiges, das kann man mit nichts anderem vergleichen. Und für meine Kunden gilt: Letztlich kommt es schlicht und ergreifend darauf an, dass sie sich im Objekt wohlfühlen. Lebensgefühl ist ein Luxus, den man nicht kaufen kann.

**Sind TV-Formate wie „Mieten, kaufen, wohnen“ Wohlfühlsendungen? Wie sind Ihre Erfahrungen mit der Show, in der Sie in mehreren Staffeln auftreten?**

Im Prinzip geht es in der Sendung ja weniger um die Objekte selbst. Was das Format wirklich in die Wohnzimmer vermittelt, ist eine Version des „Habenwollens“. Sie liefert einen Einblick in den Wohnalltag anderer Menschen. Die häufig dann auch noch so leben, dass man sich als Zuschauer sagt: „Ich kann mir das zwar nicht leisten, will aber wenigstens einmal das Gefühl haben, involviert zu sein.“ Und das macht diese Sendung so spannend.

**Wie geht es denn Ihnen als Profi – entwickeln Sie manchmal eine so enge Bindung zu einem Objekt, dass sie eigentlich gar nicht verkaufen möchten?**

Das passiert immer wieder (*lacht*). Nachdem ich da nunmal gewisse Affinitäten habe, kaufe ich auch immer mal selbst wieder. Aber grundsätzlich spüre ich, wenn ich in ein Haus gehe, an wen ich es verkaufen kann. Das ist auch insofern wichtig, weil wir in Österreich ja mit der weltweiten Besonderheit leben, dass die Objekte sehr oft noch bewohnt sind, wenn sie zum Verkauf angeboten werden. Das gibt es in anderen Ländern ja überhaupt nicht. Die Objekte sind meist leer oder man verkauft beispielsweise auf Mallorca eine Immobilie, die fix eingerichtet ist.

**Mallorca wäre aus dem Grund auch eine Empfehlung an unsere Leser?**

Ja, vor allem in der Kombination Erreichbarkeit und Golf. Wenn es um den reinen Luxus geht, ist allerdings alles offen. Karibik, Seychellen, wo auch immer. Man spürt allerdings, dass der Luxus-Tourismus deutlich Richtung Golf tendiert. Er muss diesen Weg auch gehen, weil Menschen, die sich heute ein Boot vor die Villa stellen, genauso in der Früh eine Runde Golf spielen wollen.

**Das heißt, eine Luxusimmobilie braucht immer auch Erweiterungen?**

Luxus kann ja heißen, etwas zu besitzen, das durchaus teurer ist, das die Lebenskultur erweitert. Lebenskultur wiederum heißt in der Folge: Wenn ich schon schön wohne, möchte ich die sportlichen Bereiche, die Hightech-Bereiche und die Wohnkultur nicht missen. Allerdings, und das ist das interessante, sind das bisweilen sich widersprechende Bereiche. Der Trend in die Urbanisierung von Bauernhäusern ist sehr hoch, mittlerweile auch beim internationalen Publikum. Dort kann man autark leben. Das ist für viele eine Überlegung: Ein Bauernhaus zu besitzen, das eine eigene Quelle, das eine eigene Stromversorgung und meinetwegen auch einen großen Gemüsegarten hat, wo Kühe und Hühner zu versorgen sind: Das ist ein Trend, der nicht zu unterschätzen ist.



**Marlies Muhr** gilt als Spezialistin für Luxusimmobilien. In Sachen Wohnen ist sie unterwegs in ganz Österreich. Hauptsitz ihres Büros ist Salzburg, Dependancen gibt es in Wien und Kitzbühel, Objekte allerdings weltweit. Als passionierte Golferin mit viel zu wenig Zeit freut sich Marlies Muhr stets auf ihre Urlaubstage: „Die sind immer mit Golf verbunden. Wenn man so will, ist das mein persönlicher Luxus.“ [www.muhr-immobilien.com](http://www.muhr-immobilien.com)

**Also Landlust-Luxus, der weniger mit Füße hochlegen denn mit selbst anpacken zu tun hat?**

Richtig, da geht es in erster Linie darum, so etwas zu besitzen. Da sind wir wieder in einem ganz anderen Trend. Wer ein Bauernhaus kauft, weiß, dass er auflichtdurchflutete Räume verzichtet. Dass die Fenster klein sind, dass aber der Wohlfühlfaktor unglaublich hoch sein kann. Es ist ein Trend, der immer mehr auch Menschen betrifft, die sich heute von einem Stararchitekten auch eine grandiose Villa auf die grüne Wiese zaubern lassen könnten, die aber bewusst sagen: Nein, ich reduziere mich und gehe zurück in diese ländliche Form des Wohnens.

**Was war denn ihr gelungenster Verkauf?**

Ich habe ja schon viele Verkäufe durchführen dürfen (*lacht, überlegt dann lange*). Der gelungenste Verkauf waren Leute aus Deutschland, die sich für ein Penthouse interessiert haben. Es kam nur ein Penthouse in Frage, sie hatten ganz klare Vorstellungen. Und als sie bei mir zum Erstgespräch waren, habe ich einen Wunschzettel mit ihnen gemacht. Oft gehen gerade bei Paaren die Wünsche eigentlich auseinander. Und die Kunst ist es dann, das zusammenzuführen. Die Maßgabe war also etwas Modernes, sonnendurchflutet, mitten in der Stadt, Tiefgarage, Lift direkt ins Penthouse. Und was haben sie letztlich gekauft? Ein Forsthaus außerhalb von Salzburg am Berg. Zwar mit fantastischer Lage und unglaublichem Blick, aber im deutlichen Widerspruch zu den anfänglichen Idealen. Die Leute fühlen sich in dem Haus rundum wohl und würden nicht mehr tauschen. Sie haben das Penthouse auf den Berg verlegt. Das ist das Spannende an solchen Verkäufen, von denen man auch lange zehrt. Man sieht, dass die Wünsche und das, was man letztlich kaufen wird, sich deutlich unterscheiden können und ein Kompromiss nicht schlecht sein muss. Weil all das, was man wirklich im Herzen trägt, sich letztlich in der Entscheidung filtert. Und übrig bleiben soll der Wohlfühlfaktor. ■

Mallorca ist nach wie vor eine absolute Golf-Empfehlung

