

Ökat intresse för Homestaging

Homestaging har som bekant blivit ett snabbt växande begrepp bland landets mäklare och även hos kunderna. Ett begrepp som i praktiken kan innebära allt från att man städar undan och plockar bort till att man gör en mer omfattande styling med nya möbler, målning, omtapetsering och renovering. Allt för att få bostaden mer attraktiv och inbjudande. För att få en uppfattning av i vilken omfattning Sveriges fastighetsmäklare använder sig av Homestaging i olika nivåer genomförde Hemnet i mitten av november en enkätundersökning. Enkätundersökningen skickades ut digitalt till 3 500 av landets fastighetsmäklare, som fick svara på en enda fråga:

Hur många procent av de bostäder som sålts under det senaste halvåret hade varit föremål för någon form av homestaging?

Frågan var definierad i fyra olika kategorier:

- Lätt (städning, ommöblering, plocka undan)
- Mellan (som liten + ta bort möbler och ersätt med nya tillfälligt)
- Stor (som mellan + hantverksarbete, målning, tapetsering)
- Inget alls

De som svarade fyllde även i sitt riktnummer samt en eventuell kommentar.

Intresset för att medverka i enkätundersökningen var högt. Under det dygn (?) som undersökningen var öppen svarade 1 270 mäklare, vilket kan anses ge en relativt god bild av mäklarnas uppfattning om än dock i en mycket begränsat omfång.

Resultat:

Homestaging (oavsett kategori) är en vanligt förekommande företeelse. Nästan 70 % av alla fastighetsmäklare som svarade uppger att man gör någon form av Homestaging jämfört med 80 % i Stockholm. Lätt Homestaging är vanligast förekommande. Tror man att intresset för att styla en bostad inför en försäljning är ett typiskt storstadsfenomen så upptäcker man att det stämmer bra i Stockholm och i Göteborg –men inte i Malmö! I Malmöområdet ligger resultatet till och med under riksgenomsnittet. Varför är det så? Beror det kanske på att bostäderna redan är stylade och klara eller är det så att man helt enkelt inte anser att åtgärder i denna form lönar sig? Man kan bara spekulera över orsakerna till detta fenomen.

För att få lite perspektiv på fastighetsmäklarnas åsikter när det gäller begreppet Homestaging har vi här samlat några kommentarer:

"Homestaging är inget som betalar sig lika bra ute i landet som i storstäderna"

"Vi gör all staging själva just nu... kunderna är skeptiska till annat!"

"Spekulanter börjar känna igen homestage-stilen och drar öronen åt sig när dom ser detta."

"Säljarna tycker att det är kul, men MÅNGA köpare är negativa."

"Grymt bra för att få iväg lägenheter smidigt."

"De som har hum om heminredning köper tjänsten, de som bor i ett rättbo (och absolut behöver detta) fattar inte vad vi pratar om!"

"En del kunder anser detta vara lurendrejeri (en vanligt återkommande kommentar numera)."

"Kalasbra att någon annan än mäklarna talar om för säljarna vad de bör göra."

"Storstadsfenomen från fjollträsk!"

"Kan ni inte höra konsumentens klagan i efterhand när det visade sig att det bara var "kosmetika" som "vilselett mig" vid visningen."

Åsikter av skiftande karaktär från några av de fastighetsmäklare som deltagit i enkäten.

Slutsatser:

- Homestaging har alltid förekommit i formen "ge säljaren tips och råd om vad som ska göras inför fotografering och visning". Detta är fortfarande den största formen.
- Homestaging ökar, och kommer fortsätta öka, samtidigt som det blir mer utformat som en tjänst och levereras av tredje part.
- Att snygga till en lägenhet i ett storstadsområde ger större effekten än att "homestaga" en villa på landet.
- En grupp spekulanter kan uppleva det negativt, och känna sig utsatta för lurendrejeri.
- En annan grupp beklagar att det inte längre går att göra fynd. Alla kan ju se vad som går att göra!
- Det ger bättre effekt när det är en utomstående (homestagingkonsulten) som talar om för säljaren vad som bör göras, än när mäklaren gör det.
- Homestaging i den omfattningen att man målar om m.m. är inte vanligt. Det sker bara i ca 2 % av alla bostadsaffärer mätt över hela landet. I Stockholm och Göteborg i ca 4 % av affärerna.