

Leverkleuren en grijstinten werken echt het best.

Gigi Loman en Arlette Dinsbach More2Sell

Special Urban Living **Extra**

Was will das Weib?

#HuisKopen Uit onderzoek blijkt dat vrouwen in 91 procent van de gevallen de beslissing nemen over de koop van een huis, aldus psycholoog Maud Ebbekink. Voor alle mensen die hun huis maar niet kwijttraken: vergeet de man, hoe overtuig je háár?



Dat is nog eens een walk-in closet. Christina Aguilera weet wel 'what a girl wants'. TRUNKARCHIVE.COM

Nienke Ledegang
Den Haag

Het begint al bij de fotopresentatie. Of eigenlijk: het begint juist bij de fotopresentatie. De Haagse verkoopstijlistes Gigi Loman en Arlette Dinsbach van More2Sell zeggen: 'Wij merken dat vrouwen de voorselectie maken. Zij kijken op Funda.nl, zij bepalen wat leuk genoeg is om in het echt te gaan bekijken. De man krijgt alleen hun selectie te zien. Als jouw huis daar al niet tussenzit, kun je het wel vergeten.'

Loman en Dinsbach zijn zussen en doen de styling van te koop staande huizen, 'van driehoog-achter tot vrijstaand pand'. Ze zijn net bezig met de restyling van een Haagse kamerensuite in het Statenkwartier ('achterin maken we een thinkkamer met een knus en comfortabel zitje'). Hun ervaring is dat 73 procent van de hui-

zen die ze onder handen nemen, binnen vier maanden verkocht is. 'En dat zijn dan huizen die daarvoor al langere tijd te koop stonden'. Loman en Dinsbach hebben dus wel enige kijk op 'wat de vrouw wil'. Loman: 'Vrouwen zijn gevoeliger voor sfeer, waar mannen bijvoorbeeld de staat van het onderhoud zwaarder laten meewegen. Het huis moet absoluut 'goed aanvoelen'. Ook kijken ze goed naar de omgeving. Is de buurt leuk? Zijn er scholen?'

Man in kielzog

Een buurt leuker maken, dat gaat niet. Maar je kunt het ook omdraaien. 'Wij kijken gericht: waar staat de woning? Wat voor mensen wonen daar? En op basis daarvan kijken we voor wie de woning interessant kan zijn, en hoe die gestyled kan worden.' Hoera. Jouw huis is op de longlist van de kritische huizenzoekende vrouw

terechtgekomen en zij besluit, met haar man in haar kielzog, tot een bezichtiging. Het is al vaker gezegd: alles draait om de eerste indruk. Binnen acht seconden heeft de kijker zijn, of in dit geval haar, eerste mening al gevormd. Psycholoog Maud Ebbekink, die met haar bedrijf ConsumPsy vooral de psychologie achter consumentengedrag onderzoekt, zegt: 'Wanneer de eerste indruk positief is, zul je daarna het huis rooskleuriger bekijken dan wanneer je eerste indruk negatief was. Bij een negatieve eerste indruk wordt het bijna onmogelijk om het huis te verkopen.' De beslissing is dan eigenlijk al gevallen. Interessant is dat dit fenomeen zich vrijwel geheel in ons onderbewustzijn afspeelt. Het is dat vage begrip 'goed aanvoelen', waar Loman en Dinsbach het ook al over hadden. Ebbekink: 'Het is belangrijk om te beseffen dat we denken dat we bijna alle

beslissingen bewust maken, maar dat dit niet zo is. Ongeveer 80 tot 85 procent nemen we onbewust. Pas nadat het besluit is genomen seint ons onbewuste ons bewuste in. Om de beslissing voor onszelf te verantwoorden, verzinnen we redenen om dit besluit te bevestigen. Hoe onlogisch deze soms ook zijn.'

Hartstikke kritisch

Eén en één is twee, ook in de huizenbranche. De eerste indruk telt? De vrouw beslist? Dan richten we ons vanaf heden dus uitsluitend op de vrouw. Die man met zijn staat van onderhoud zoekt het maar even uit. *Was will das Weib?*

'Neutrale kleuren', zeggen de zussen van More2Sell. 'Leverkleuren en grijstinten werken toch echt het best. Deze week kwamen we in een bovenwoning in Den Haag met een lila keuken met rode mozaïekjes. Wij advise-

ren dan direct om de boel wit over te schilderen. Temeer omdat de keuken bij uitstek heel smaakgevoelig is. Vroeger keken mensen er nog wel doorheen. Of dachten ze: mooi, dan neem ik een nieuwe keuken. Maar in de huidige situatie financier je niet zomaar een keuken mee. Dan moet-ie dus wel goed zijn.'

Neutrale kleuren dus. En leuke accessoires, die zijn volgens Loman en Dinsbach ook onmisbaar. 'En wat supergoed werkt, is om de functie van een ruimte te benadrukken. Aha. Een walk-in-closet dus. Want dat is toch wat iedere vrouw wil?' Dinsbach: 'Ja, dat denk je maar. Vrouwen zijn daar hartstikke kritisch in. Het laatste dat een vrouw wil, is dat de kleren van een andere vrouw in haar toekomstige kast hangen. Zorg in elk geval dat, als jouw huis een inloopkast heeft, er geen kleren in hangen.' *Das will das Weib.* Zo moeilijk is het niet.

(Nog steeds) te koop

De gemiddelde Nederlandse koopwoning stond vorig jaar 213 dagen te koop. In de praktijk kunnen de verkooptijden per huis erg verschillen.



Doorslaggevend

Vrouwen hebben bij de aanschaf van een dienst of product in 80 procent van de gevallen een doorslaggevende stem, zo blijkt uit onderzoek.



Freud wist het ook niet

'Was will das Weib?' is een geveugelde uitspraak van Sigmund Freud. Zelfs na dertig jaar onderzoek had hij geen antwoord op de vraag.

