

Was Immobilienmakler über Fotografie wissen sollten



Für Immobilienmakler, Hausverkäufer & Fotografen

von Larry Lohrman Ausgabe 5.0, 2018

Lizenziert unter [Creative Commons Namensnennung 3.0](https://creativecommons.org/licenses/by/3.0/).

Ein E-Book von **PR** Media LLC

PhotographyForRealEstate.net

Aus dem Englischen übertragen von Oliver M. Zielinski

PrimePhoto.de

SO FUNKTIONIEREN IMMOBILIENFOTOS

Potenzielle Hauskäufer suchen Online

Wenn man vor zehn oder fünfzehn Jahren ein Haus suchte, engagierte man zunächst einen Immobilienmakler, erklärte ihm, welche Gegend man bevorzugt und wie das Haus ausgestattet zu sein hat. Der Makler hat dann in der Internet-Datenbank der Immobilienwirtschaft (Multiple Listing Service - MLS) gesucht, um anschließend eine Liste zu erstellen, nach der man dann die Objekte besichtigen konnte.

Heute nutzen fast alle Hauskäufer selbst das Internet, um nach einem geeigneten Objekt zu suchen – sortiert nach Wohngebiet, Preis, Zimmerzahl, Nutzfläche etc. Sie engen die Auswahl soweit ein, bis die Liste kurz genug ist, um eine Besichtigungstour zu starten. Manche übergeben diese Liste ihrem Makler mit dem Hinweis: „Diese Häuser möchten wir besichtigen.“ Während der Online-Suche kann ein potenzieller Hauskäufer auf hunderte Objekte stoßen, wenn das Angebot in der gewünschten Umgebung entsprechend groß ist. Man benennt auf der Suchseite die Kriterien und erhält dann typischerweise eine Liste mit Kurzbeschreibungen der Objekte und einem kleinen Vorschaubild von der Frontansicht des jeweiligen Hauses. Dieses Foto ist der entscheidende Auslöser für den Suchenden, zu klicken, um weitere Informationen zu sehen. Das Vorschaubild Foto hat eine






besondere Bedeutung, denn es funktioniert wie eine Art „Köder“ am „Haken“ des Hausverkäufers. Für die maximale Wirkung, soll es hell, farbig und formatfüllend sein. Auch ein strahlend blauer Himmel ist für diese Frontaufnahme hilfreich. Den Käufer dazu zu bringen, für weitere Informationen und mehr Fotos auf das Vorschaubild zu klicken, ist so, als würde der Angler dem Fisch einen blinkenden Köder vorsetzen.

Nach dem Klick auf das Vorschaubild folgen 15 bis 20 weitere Fotos und etwas Text, die die Vorzüge des Hauses beschreiben. Ob es das Haus auf die Besichtigungsliste des Käufers schafft, hängt davon ab, wie erfolgreich diese Bilder das Objekt präsentieren.

Die Grundlagen visueller Psychologie

Es gibt einige einfache Regeln, die dafür sorgen, dass Immobilienfotos ansprechend auf Käufer wirken. Das ist weder Raketenwissenschaft, noch höhere Psychologie. Die notwendigen Schritte kann man selbst unternehmen.

1. **Hell und strahlend** – Dunkle und trübe Szenarien wirken einfach nicht anziehend auf Menschen.
2. **Verwirrende Inneneinrichtung** – Wir verbringen den größten Teil des Tages in Gebäuden. Im Ergebnis dessen verfügen wir über ein gut entwickeltes Gedankenmodell über die Wirkung von Innenräumen. Wenn die Inneneinrichtung zu sehr von diesem Denkmodell in puncto Farbigkeit, Perspektiven, Vertikalen und Horizontalen abweicht, werden wir verunsichert. Und das behindert die wirksame Präsentation der Inneneinrichtung.

	5047 240th Place Se Price: \$634,950 Bed/Bath: 4/3.75 ♥ 📄
Listing Courtesy of: Northwest MLS / COLDWELL BANKER BAIN	
	4646 225th Ave Se Price: \$629,500 Bed/Bath: 3/2.5 ♥ 📄
Listing Courtesy of: Northwest MLS / TOP FLOOR REAL ESTATE	
	4642 229th Place Se Price: \$625,000 Bed/Bath: 3/2.5 ♥ 📄
Listing Courtesy of: Northwest MLS / Windemere Real Estate/SCA Inc / Jodi Stull	
	1528 24th Ave Ne Price: \$625,000 Bed/Bath: 4/2.5 ♥ 📄
Listing Courtesy of: Northwest MLS / THE CASCADE TEAM	
	1474 26th Ave Ne Price: \$524,950 Bed/Bath: 3/2.5 ♥ 📄
Listing Courtesy of: Northwest MLS / JOHN L. SCOTT BELLEVUE NORTH	

SO FUNKTIONIEREN IMMOBILIENFOTOS

- Bildgestaltung** – Bei der Darstellung einer Einrichtung bestimmt der Bildinhalt – also das Einbeziehen und auch das Weglassen – die Wirkung. Die meisten Menschen erkennen intuitiv, ob ein Foto funktioniert. Andere sind gegenüber der Bildkomposition weniger sensibel, können aber darauf trainiert werden.
- Störendes** – Entfernen Sie alles Störende aus dem Bildfeld – alles, was die erwähnenswerten Eigenschaften des Hauses nicht unterstützt. Dazu gehören Menschen, Hunde, Katzen und nebensächliches Zeug.

So funktionieren Fotos für Hausverkäufer

Mehrfach haben Studien gezeigt, dass Häuser, die mit professionellen Fotos beworben werden, öfter angezeigt und deshalb schneller und teurer verkauft werden. Die eindrucksvollste Studie stammt von der amerikanischen Immobilienagentur Redfin aus dem Jahr 2010. (Link: [A Picture is Worth a Thousand Dollars. True or False?](#)) Sie verweist auf Steigerungen zwischen 900 und 116.000 USD.

Die Infografik auf der rechten Seite stammt von Robert Preville, einem Makler aus Wilmington, NC. Sie illustriert, wie wichtig gute Werbefotografie für den Hausverkauf ist.

So profitiert der Immobilienmakler

Für Immobilienmakler gibt es überzeugende Gründe, tolle Fotos für die Präsentation in einem Exposé zu verwenden:

- Ihre Kunden werden begeistert sein, wie sie deren Eigentum präsentieren.
- Tolle Fotos und Werbematerialien führen zu weiteren Aufträgen. Die Nachbarn beobachten genau, wie eine Immobilie



vermarktet wird. Wenn ihnen gefällt, was sie sehen, werden auch sie diesen Makler bitten, ihr Objekt bei einem anstehenden Verkauf zu betreuen.

- Ein Auftrag kommt eher zustande, wenn der Kunde weiß, dass professionelle Fotografien eingesetzt werden.

Als Immobilienvermarktungs-Profi, der die Objekte seiner Kunden verkaufen will, muss man verstehen, wie Werbefotos funktionieren. So kann die Fotografie maximal genutzt werden, egal ob man selbst fotografiert oder einen professionellen Fotografen engagiert.

GRUNDLAGEN DER IMMOBILIENFOTOGRAFIE

Zehn Grundlagen

Es gibt zehn grundlegende Prinzipien, mit denen sich die Wirkung von Werbeaufnahmen maximieren lässt.

- 1. Vorrangiges Ziel der Werbefotos für Immobilien ist die Vorstellung der Merkmale eines Objektes.** Stellen Sie sicher, dass jedes Foto diesen Zweck verfolgt. Jede visuelle Störung, die die Aufmerksamkeit des Betrachters von diesem Ziel ablenkt, muss entfernt werden. Die Punkte 3 bis 9 dieser Aufstellung betreffen die häufigsten Fehler, die dazu führen können. Auch die Bildkomposition ist bedeutsam, weil sie die Aufmerksamkeit des Betrachters auf den Bildzweck lenkt. Die beiden folgenden Fotos zeigen, wie

der Aufnahmewinkel die Aufmerksamkeit auf die wichtigsten Eigenschaften des Raumes lenkt. Im oberen Bild wird nicht klar, welches die wichtigsten Merkmale des Raumes sind. Im Bild unten liegt das Augenmerk auf dem Kamin und dem großen Fenster.

- 2. Verwenden sie ein Weitwinkelobjektiv, um die Inneneinrichtung zu fotografieren.** Weitwinkelobjektive erzeugen einen Eindruck von Tiefe. Für Innenaufnahmen sollte das Objektiv eine Brennweite zwischen 14 und 24 mm (vergleichbar mit dem Kleinbildformat) haben. Objektive von Einsteigerpaketen oder von Kompaktkameras haben gewöhnlich keinen ausreichend großen Bildwinkel.



GRUNDLAGEN DER IMMOBILIENFOTOGRAFIE

3. **Räumen Sie auf, und inszenieren Sie die Inneneinrichtung (Homestaging) für beste Ergebnisse.** Es gilt als erwiesen, dass sich Homestaging auszahlt. Die meisten bewohnten Häuser sind zu verkrampft. Fotos sehen besser aus und zeigen mehr vom Raum, wenn Überflüssiges entfernt und die Möbel von einem professionellen Homestager aufgestellt wurden.



4. **Das Hauptbild der Außenansicht ist DAS wichtigste Foto.** Es lohnt sich, besonders viel Zeit, Geld und Anstrengungen zu investieren, um ein beeindruckendes Foto der Hausfront anzufertigen, denn es wird von zukünftigen Käufern zuerst und auch am häufigsten angesehen. Online-Vorschaubilder dieses Fotos müssen den Käufer einladen, sich dem Objekt näher zu widmen. Viele Immobilien profitieren von einer auf 3 bis 6 Meter erhöhten Aufnahmeposition für das Frontfoto.



GRUNDLAGEN DER IMMOBILIENFOTOGRAFIE

5. Lassen Sie die Einrichtung strahlen.

Eine helle Einrichtung wirkt freundlich und übt auf den zukünftigen Käufer einen positiven Eindruck aus. Amateurkameras neigen oft zur Unterbelichtung. Es muss spezielle Lichttechnik und Bildbearbeitung zum Einsatz kommen, wenn helle und strahlende Bilder entstehen sollen. Die Beleuchtung im Zusammenhang mit der Kontrolle der Fensterhelligkeit ist die größte Herausforderung der Immobilienfotografie. Es gibt zwei Ansätze dazu: Entweder man fotografiert Belichtungsreihen oder man leuchtet die Einrichtung mit individuellen Kompaktblitzen aus.



6. Senkrechte Linien müssen perfekt ausgerichtet sein.

Wir leben in einer Welt, in der wir unbewusst davon ausgehen, dass alle Wände genau senkrecht stehen. Betrachtet man ein Foto, bei dem die Wände nicht parallel zu den Bildkanten verlaufen, fühlen wir uns irregeführt. Die Stimme im Kopf sagt: „Da stimmt was nicht.“ Senkrechte, die nicht an den Bildkanten ausgerichtet sind, sind ein erstes Anzeichen, dass das Bild von einem Laienfotografen angefertigt wurde. Vergleicht man die beiden folgenden Fotos, sieht man die visuelle Spannung im ersten Bild, bei dem die Wände nicht senkrecht und die horizontale Deckenlinie nicht waagrecht sind.



GRUNDLAGEN DER IMMOBILIENFOTOGRAFIE

7. **Senkrechte und waagerechte Linien müssen gerade verlaufen.** Weitwinkel-Objektive neigen dazu, Linien an den Bildkanten gebogen darzustellen. Besondere Anstrengungen und Software sind erforderlich, um diese Verzerrungen zu entfernen.



8. **Überstrahlende Fenster lenken ab.** Wenn keine extra Beleuchtung oder Bildbearbeitungssoftware eingesetzt wird, neigen Fenster dazu, zu hell zu strahlen, so dass der Blick nach draußen nicht möglich ist. Der Fensterblick sollte immer ermöglicht werden, wenn diese Aussicht ein wichtiges Verkaufsargument ist. Also muss der Fotograf eingreifen, um den Blick nach außen klar darzustellen. Überstrahlte Fenster beeinflussen die Aufmerksamkeit des Betrachters, weil das Auge automatisch den hellsten Punkt in einem Foto sucht. Manchmal ist der Blick nach draußen nicht wichtig, hingegen kann bei Objekten in exponierter Lage die Sicht von innen nach außen entscheidend sein.



GRUNDLAGEN DER IMMOBILIENFOTOGRAFIE

9. **Farbstiche können ablenken.** Starke Farbstiche, insbesondere wenn es in Richtung Orange geht, beeinflussen die Aufmerksamkeit des Betrachters.



10. **Die Art der Online-Präsentation von Fotos hat einen großen Einfluss auf die Gesamtwirkung bei der Vermarktung eines Objektes.** Fotos wirken am besten, wenn sie in großen Formaten (800 x 600 Pixel oder größer) und in einer Diashow mit sanften Übergängen und einfacher Steuerung präsentiert werden. Immobilienportale ermöglichen leider nicht immer eine tatsächlich wirksame Darstellung. Eine virtuelle Tour oder eine Diashow verschafft den Werbefotos maximale Wirkung.

Man kann einen Fotografen engagieren, der diesen Grundsätzen folgt oder man nutzt diese Prinzipien selbst, wenn man technisch versiert ist und fotografiert oder Mitarbeiter hat, die diese Fotografien anfertigen. In jedem Fall muss man als Makler, der mit der Vermarktung eines Objekts beauftragt ist, diese Regeln anwenden, um Werbefotos mit maximaler Wirkung anzufertigen, auszuwählen und zu präsentieren.

Dies sind allgemein anerkannte fotografische Grundsätze, die von den erfahrensten Immobilienfotografen ohne zu überlegen angewendet werden. Immer wieder gibt es Fotografen, die sie jedoch vernachlässigen. Sie mögen glauben, dass man, nur weil man eine digitale Kamera besitzt, professionell fotografieren könne. Doch sollte man als Marketingexperte immer bedenken, dass die wirksame Vermarktung im Vordergrund steht – zur Not muss man eben fragen.

WICHTIGE ARTIKEL ÜBER IMMOBILIENFOTOGRAFIE

Im Folgenden finden Sie die wichtigsten Artikel zum Thema Immobilienfotografie aus den vergangenen Jahren. Sie verdeutlichen, dass Immobilienfotos bei der Vermarktung von Objekten wachsende Bedeutung beigemessen wird. **In blauer Farbe sind die Links zu den Originalartikeln.**

1. Für Immobilien ist ein Bild 1000 Dollar wert – oder mehr. ([In Real Estate, A Picture Is Worth \\$1,000 or More.](#))

Oktober 2010: Dieser Artikel ist eine Zusammenfassung und Analyse der unten stehenden Originalstunde von Redfin.

2. Ein Foto ist Tausend Dollar wert. ([A Photo is Worth a Thousand Dollars.](#))

September 2010: Das Unternehmensblog von Redfin stellt eine Studie vor, nach der in der Gegend von Seattle Häuser ab 300.000 Dollar durch professionelle Fotos einen Verkaufspreis erzielen, der zwischen 938 und 116.076 Dollar höher lag.

3. Scharfe Bilder: Professionelle Immobilienfotos verkaufen für mehr Geld. ([Look Sharp: Professional Listing Photos Sell For More Money.](#)) Dezember

2013: Ob Instagram, Pinterest oder Snapchat - digitale Fotos sind ein eigenständiges Werkzeug für mobile und Online-Kommunikation geworden. Da 92 Prozent der Hauskäufer das Internet für die Haussuche verwenden, sind Immobilienfotos ein entscheidender Faktor für den Verkaufspreis Ihres Hauses, die Zeit bis zum Verkauf und die generelle Verkaufbarkeit.