

Den upplevda konkurrensen på fastighetsmäklarmarknaden – har lightmäklare tagit marknadsandelar från traditionella fastighetsmäklare?

Abstrakt

Denna uppsats handlar om den upplevda konkurrensen på fastighetsmäklarmarknaden sedan uppkomsten av så kallade lightmäklare. Syftet var att ta reda på hur de traditionella fastighetsmäklarna upplever konkurrensen på dagens marknad och de källor som använts i huvudsak är intervjuer med verksamma traditionella fastighetsmäklare samt en branschorganisation. Det vi kom fram till under vår studie är att lightmäklare inte tagit några marknadsandelar från de traditionella fastighetsmäklarna som media förutspådde samt att de traditionella fastighetsmäklarna tycker att konkurrensen är hård men sund.

Innehållsförteckning

1 INLEDNING	4
1.1 BAKGRUND OCH PROBLEMFORMULERING	4
1.2 SYFTE	4
1.3 AVGRÄNSNING	4
1.4 UPPSATSI I FÖRETAGSEKONOMI	4
1.5 UPPSATSENS DISPOSITION	5
2 METOD	6
2.1 VAL AV METOD	6
2.2 LITTERATURSÖKNING	6
2.3 TEORI/MODELL	6
2.4 URVALSPROCESS SAMT INTERVJUFRAMFÖRANDE	7
2.5 KÄLLKRITIK	7
3 TEORETISK REFERENSRAM	8
3.1 DEFINITIONER	8
3.1.1 Fullt mäklaransvar	8
3.1.2 Förtroenderubbade sidoverksamheter	8
3.1.3 Lightmäklare	8
3.1.4 Lockpris	8
3.2 LAG OCH MYNDIGHET	8
3.2.1 Fastighetsmäklarlagen (1995:400)	8
3.2.2 Fastighetsmäklarnämnden	9
3.3 BRANSCHORGANISATIONER FÖR FASTIGHETSMÄKLARE	9
3.3.1 Mäklarsamfundet	9
3.3.2 Fastighetsmäklarförbundet (FMF)	10
3.3 TRADITIONELLA FASTIGHETSMÄKLARE	11
3.3.1 Exempel på verksamma traditionella fastighetsmäklare	12
3.4 LIGHTMÄKLARE	15
3.4.1 Exempel på verksamma lightmäklare	15
3.5 MEDIESTORMEN KRING UPPKOMSTEN AV LIGHTMÄKLARE	16
3.6 STRATEGIER OCH KONKURRENS	17
4 EMPIRI	18
4.1 INTERVJU MED CLAUDIA WÖRMANN, MÄKLARSAMFUNDET, STOCKHOLM	18
4.2 INTERVJU MED MATZ ÅGEHÄLL, ERA, KROKEK	19
4.3 INTERVJU MED MARITHA WIKNER, SVENSK FASTIGHETSFÖRMEDLING, HALMSTAD	20
4.4 INTERVJU MED JONAS BERGLUND, FASTIGHETSBYRÅN, GÖTEBORG	21
5 ANALYS	24
5.1 KOPPLING MELLAN DE BERÖRDA I TEORETISK REFERENSRAM	24
5.2 SAMMANFATTNING AV SAMTLIGA INTERVJUER	25
5.2.1 Personlig bakgrund	25
5.2.2 Marknaden	25
5.2.3 Internet	25
5.2.4 Konkurrens	25
5.3 KOPPLING MELLAN TEORI OCH EMPIRI	26
6 SLUTSATS	27
6.1 FÖRSLAG TILL VIDARE FORSKNING	28
7 REFERENSER	29
7.1 LITTERATUR	29
7.2 ARTIKLAR	29
7.3 WEBBSIDOR	29
7.4 UPPSATSER OCH RAPPORTER	30
7.5 INTERVJUER	30

7.6 BILDER OCH FIGURER	31
BILAGA	32
BILAGA 1 – INTERVJUMALL	32

Figurförteckning

FIGUR 1. MODELL ÖVER UPPSATSENS VALDA DISPOSITION	5
FIGUR 2. TVÅ TYPSTRATEGIER.....	17
FIGUR 3. DEN UTVIDGADE KONKURRENSEN.....	17
FIGUR 4. FÖRENKLAD BILD ÖVER KOPPLINGEN MELLAN DE BERÖRDA PARTERNA I TEORETISK REFERENSRAM.....	24

1 Inledning

I följande kapitel kommer vi att behandla bakgrunden till vårt problemområde som sedan följs av en problemdiskussion. Vidare preciseras detta i ett syfte och därefter presenterar vi val av avgränsningar, kopplingen till företagsekonomi samt uppsatsen disposition.

1.1 Bakgrund och problemformulering

Då den tekniska utvecklingen går framåt i Sverige ändras förutsättningarna för fastighetsmäklare. Användandet av Internet i samhället har ökat vilket resulterat i att Internet som mediekanal också ökat som marknadsplats. Som exempel kan nämnas hemsidan Hemnet.se som startades för sex år sedan och som kan uppvisa imponerande besökssiffror.

Studier visar att överlåtelser som sker med hjälp av en mäklare har ökat. År 2003 visar siffror att i genomsnitt 80,4 % av alla villaöverlåtelser förmedlats via en fastighetsmäklare. Under 2004 kunde man se en ökning på 2,1 % och under 2005 ytterligare en ökning till 84 % av villaöverlåtelserna.¹

Då stor del av fastighetsmäklaruppdraget ligger i den personliga kontakten har vår nyfikenhet väckts för allmänhetens intresse av fastighetsmäklartjänster över Internet. Lightmäklarnas inträde på marknaden har lett till många spekulationer om konkurrensen på bostadsmarknaden. Flera medier har hävdats att lightmäklare skulle komma att bli traditionella mäklares främsta konkurrenter. Utifrån dessa påståenden har vi sedan kommit fram till följande problemställning:

Hur upplever den traditionella fastighetsmäklaren konkurrensen sedan lightmäklarens inträde på den svenska marknaden?

1.2 Syfte

Syftet med uppsatsen är att studera den upplevda konkurrensen på marknaden mellan traditionella fastighetsmäklare och lightmäklare.

1.3 Avgränsning

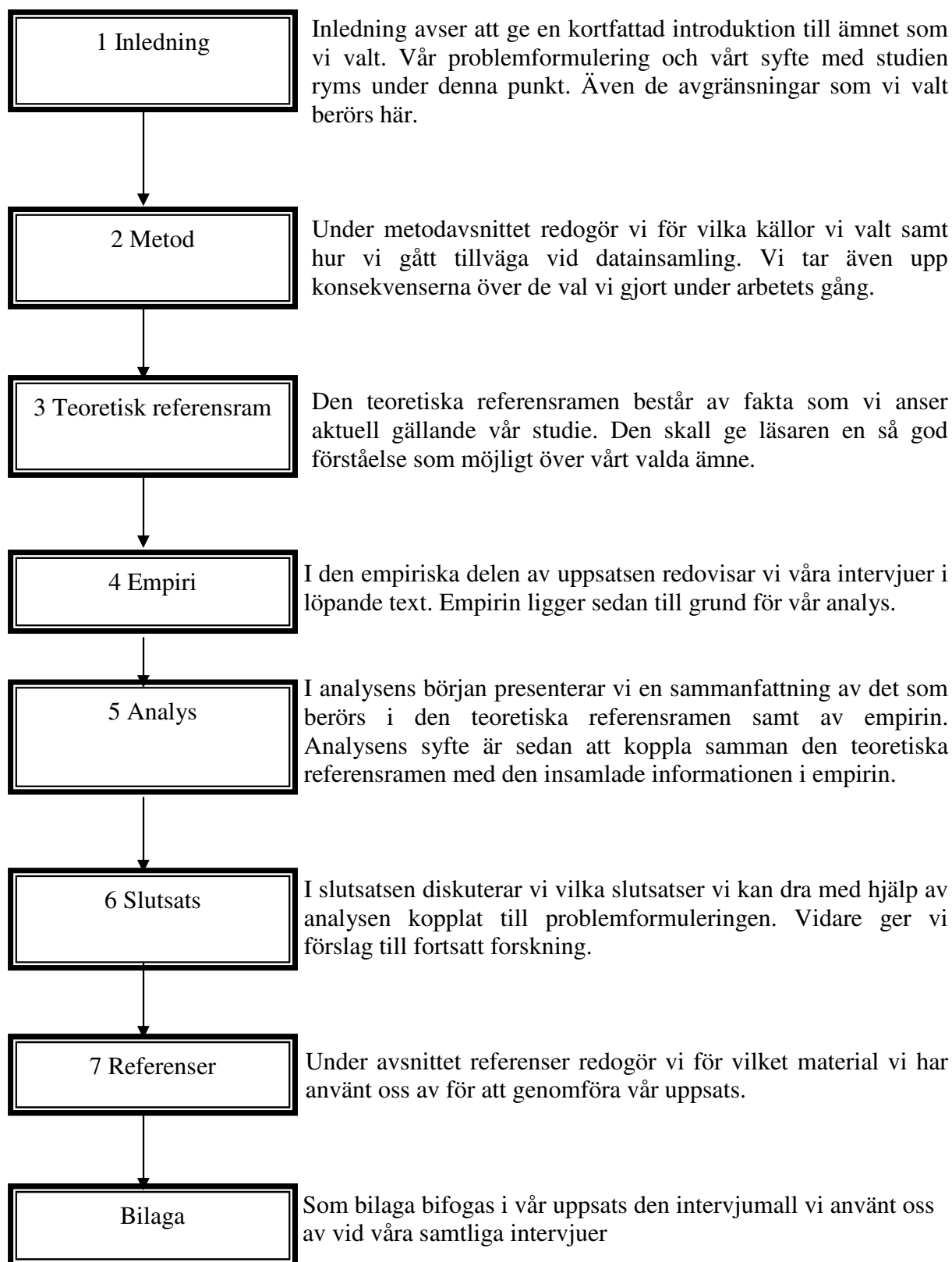
Geografiskt sett har vi avgränsat oss till Sverige som marknad. Då vi inte fått den respons som vi hoppats på från tillfrågade lightmäklare har vi valt att inrikta vår studie mot den traditionella fastighetsmäklarbranschen. I övrigt anser vi hos ha en relativt snäv problemformulering och att vidare avgränsning ej är nödvändig. Tidsperspektivet är de senaste tio åren för att få så relevant fakta som möjligt.

1.4 Uppsats i företagsekonomi

Då denna uppsats är vår avhandling inför vår filosofie kandidatexamen i företagsekonomi skall den vara kopplad till något av de berörda ämnena inom företagsekonomi. Den kopplingen har vi valt att inrikta mot marknadsföring, mer exakt mot konkurrensen och strategierna som råder på fastighetsmäklarmarknaden idag.

¹ C. Wörmann (2006)

1.5 Uppsatsens disposition



Figur 1. Modell över uppsatsens valda disposition

2 Metod

I följande metodkapitel kommer vi att beskriva hur uppsatsen genomförts. Vi kommer även att ge förklaring till vårt val av metod, hur vi gått till väga vid litteratursökning, vår urvalsprocess och källkritik.

2.1 Val av metod

Innan vi kunde börja med vår uppsats var vi tvungna att välja om vi skulle göra en kvalitativ eller kvantitativ uppsats. En kvalitativ uppsats kännetecknas av att den bygger på det skrivna eller talade i ord, inte i siffror. En kvantitativ uppsats däremot kännetecknas av numeriska observationer såsom exempelvis enkäter och experiment.²

Den problemställning vi har valt att beakta grundar sig i verbala uttryckssätt varav vår uppsats kommer att utmynna i en kvalitativ uppsats.

2.2 Litteratursökning

Då vi formulerade vårt problem kom vi fram till att undersöka konkurrensen mellan traditionella fastighetsmäklare och så kallade lightmäklare nationellt. I och med det nationella valet sökte vi i den svenska databasen Artikelsök. I Artikelsök fann vi inte några artiklar publicerade om konkurrensen mellan dessa former av fastighetsmäklare vilket avsmalnade vår litteratursökning. Vad vi däremot fann var allmänna artiklar om traditionella fastighetsmäklare som vi läste i syfte att lära oss mer om fastighetsmäklarbranschen.

Vi har även sökt i databaserna ABI/Inform samt Emerald för att se om vi kunde hitta någon internationell modell. Sökorden som vi använde oss av var bland annat competition, estate agent, model och service management. De modeller vi fick fram behandlar kundernas syn på tjänsteresultat och hur kunderna upplever själva processerna som sådana.³ Detta innebär att de inte var lämpliga för vårt ändamål.

Vidare har vi sökt på olika sökmotorer på Internet med varierande resultat. Sökorden som vi använde oss av var bland annat konkurrens, marknadsförning, fastighetsmäklare och organisation.

För att få information om olika aktörer samt organisationer på marknaden har vi använt oss av deras respektive webbsida.

2.3 Teori/Modell

Då vårt område är utforskat finns det inte några befintliga teorier/modeller som berör vårt ändamål. Trots det har vi valt att ta oss an området. Allt eftersom vi läst in oss på området har vi istället valt ut det fakta som vi anser vara betydande för vår studie. Utifrån dessa fakta har vi sedan på bästa sätt försökt ge läsaren en röd tråd att följa.

² J. Backman (1998)

³ C. Grönroos (2002)

2.4 Urvalsprocess samt intervjuframförande

Vi har valt att göra fyra intervjuer som grund för vår uppsats. Vid val av intervjupersoner ville vi få en spridning så väl geografiskt som i olika företag. En av intervjuerna är med Mäklarsamfundet som är en branschorganisation medan de resterande tre är med traditionella fastighetsmäklare från olika organisationer. Vi har valt spridning geografiskt för att få en liten inblick i huruvida lightmäklare kan ha tagit marknadsandelar enbart i storstäderna, mellanstäderna, på landsbygden, överallt eller ingenstans. Anledningen till att vi valt olika organisationer är att vi inte vill begränsa oss till att enbart få utlåtanden från en och samma. En organisation ger endast ett intryck medan flera kan ha uppfattat situationen på marknaden annorlunda.

För att samla in kvalitativ data använde vi oss av individuella intervjuer, vilka gav oss adekvat information. Samtliga intervjuer har skett genom ett personligt möte vilket gav en flytande konversation samt möjlighet till följdfrågor. För att få en så konsekvent empiri som möjligt valde vi enbart de tillfrågade som hade möjlighet att träffa oss personligen. De som ville fick även ta del av intervjumallen via e-post innan intervjutillfället.⁴

Frågorna i vår intervjumall är indelade i följande olika ämnen: personlig bakgrund, marknad, Internet och konkurrens. Indelningen gjordes för att på bästa sätt ringa in och begränsa respondenten till vårt problemområde. Frågor som består av två eller flera frågor har undvikits. Det samma gäller frågor av karaktären ja eller nej. Vid de tillfällen då vi upplevt att den intervjuade inte uppfattat vår fråga har vi använt oss av exemplifieringsfrågor. Detta för att ge den intervjuade en ny insikt.⁵

För att få en naturlig samtalskontakt med de intervjuade har vi använt oss av en diktafon. Fördelen med att använda en diktafon är att man som intervjuare slipper anteckna vart enda ord som sägs. Utöver de frågorna i intervjumallen ställdes även i vissa fall följdfrågor för att försäkra oss om att vi uppfattat svaren korrekt.⁶

2.5 Källkritik

De främsta källorna vi använt oss av är de fyra intervjuerna vi genomfört under mars månad. Då vår slutsats baseras på enbart dessa intervjuer är vi medvetna om att den är hastigt dragen. Vi är även medvetna om att lokala företeelser hos de intervjuade kan komma att påverka. Men för att kunna dra en mer generell slutsats hade vi behövt mer tid och resurser än vi hade tillgång till.

Ett annat problem med våra källor är bristen på det skrivna. Vi har valt att granska ett nytt ämne som det inte publicerats något om.

Vi är medvetna om att de artiklar som vi tagit upp under rubriken ”Mediestormen kring uppkomsten av lightmäklare” är tagna från mindre trovärdiga källor. Anledningen till att de använts är för att visa vad det är för information som sänds ut till allmänheten och därmed en fastighetsmäklares kunder. Vi är även medvetna om att den information som tagits från aktörernas och organisationernas egna respektive webbsidor kan vara vinklad för att vara till de omskrivnas fördel. Vi har ändå valt att använda oss av dessa då den inhämtade informationen inte direkt ligger till grund för vår slutsats.

⁴ D I. Jacobsen (2002)

⁵ D I. Jacobsen (2002)

⁶ D I. Jacobsen (2002)

3 Teoretisk referensram

I kapitel 3 redogör vi för traditionella fastighetsmäklare och lightmäklare. Vidare kommer vi att belysa fastighetsmäklarlagen, fastighetsmäklarnämnden samt beröra branschorganisationerna. Vi kommer även att kort presentera mediestormen kring uppkomsten av lightmäklare samt strategier och konkurrens.

3.1 Definitioner

3.1.1 Fullt mäklaransvar

Enligt 16 § fastighetsmäklarlagen skall en fastighetsmäklare, i den mån god fastighetsmäklarsed sträcker sig, ge köpare och säljare råd och upplysningar gällande fastigheten och andra förhållanden som har samband med överlåtelsen av objektet.⁷

3.1.2 Förtroenderubbade sidoverksamheter

När en fastighetsmäklare ägnar sig åt en annan verksamhet som kan påverka hans förtroende som fastighetsförmedlare gentemot köpare och/eller säljare.⁸

3.1.3 Lightmäklare

Vår definition av ordet lightmäklare har sitt ursprung i att aktörer på fastighetsmäklarmarknaden, som främst är verksamma via Internet, i många fall erbjuder olika klasser av förmedling av objekt. Säljaren kan välja att köpa allt ifrån de handlingar som behövs till en mäklartjänst med fullt mäklaransvar.

3.1.4 Lockpris

För att locka köpare till ett objekt anger fastighetsmäklaren ett pris som väsentligt skiljer sig från det marknadsmässiga priset.⁹

3.2 Lag och myndighet

3.2.1 Fastighetsmäklarlagen (1995:400)

Fastighetsmäklarlagen reglerar vem som får arbeta som fastighetsmäklare samt vad fastighetsmäklaren måste utföra i sitt uppdrag. Lagen utgörs främst av allmänna formuleringar men viss precisering förekommer. Kontroll av inteckningar, förbud mot självinträde samt boendekostnads kalkyl och objektsbeskrivning för köpare som är konsument är några exempel på precisering i lagtexten. Fastighetsmäklaren skall enligt lagen utföra sitt uppdrag omsorgsfullt och med god fastighetsmäklarsed. Därutöver skall även fastighetsmäklaren tillgodose köpare och säljare med råd och upplysningar som är av vikt för de båda parterna. Närmare utveckling av kraven är överlämnat på domstolarna, konsumentverket och branschen.¹⁰

Lagen består av 23 paragrafer och är indelad i följande fyra rubriker:

- Allmänna bestämmelser

⁷ <http://www.accim.se/maklaransvar.htm>

⁸ Mäklarsamfundet (2006)

⁹ <http://www.maklarsamfundet.se/>

¹⁰ <http://www.maklarsamfundet.se/>

- Registrering av fastighetsmäklare
- Fastighetsmäklarens uppdrag
- Ersättning för fastighetsmäklarens uppdrag¹¹

Den nuvarande fastighetsmäklarlagen tillkom genom ett riksdagsbeslut 1995.¹² Under flera år har en uppdatering utav lagen diskuterats. Den främsta anledningen beror på att den nuvarande lagen inte är anpassad till de förhållanden som i dag råder på marknaden. Många konsumenter samt fastighetsmäklare upplever även att reglerna är väldigt diffusa. Ökad internationalisering, användning av IT och kundernas efterfrågan på service kräver en förändring av lagstiftningen. Som exempel kan nämnas förbudet mot förtroenderubbande sidoverksamheter vilket hindrar fastighetsmäklarna från att ge den typ av stöd och service som många kunder efterfrågar. Detta leder i sin tur till att konkurrensen påverkas och bidrar till att skapa olika förutsättningar för enskilda fastighetsmäklares verksamhet.¹³

3.2.2 Fastighetsmäklarnämnden

Fastighetsmäklarnämnden är sedan 1995 den förvaltningsmyndighet som ansvarar för registrering och tillsyn av fastighetsmäklare. Nämnden består av en ordförande, en vice ordförande samt ytterligare sex ledamöter och fyra ersättare. Chef för myndigheten är nämndens ordförande som även är jurist och har domarerfarenhet.¹⁴

Om en person är registrerad som fastighetsmäklare eller om tillsynsmyndigheten tilldelat personen i fråga en varning framgår av det register som fastighetsmäklarnämnden för över fastighetsmäklare. I samband med att en person ansöker om registrering sker även en prövning, vilken skall förhindra personer med otillfredsställande kunskaper eller i övrigt är olämplig att ägna sig åt fastighetsmäklarverksamhet.¹⁵

Det finns två typer av registreringar. Dels fullständig registrering som innebär att fastighetsmäklaren får förmedla alla typer av objekt. Dels registrering för hyresförmedlare som endast gäller för förmedling av hyresrätter.¹⁶

Som nämns ovan ansvarar nämnden även för den tillsyn som har till uppgift att se till att fastighetsmäklarna lever upp till sina skyldigheter enligt fastighetsmäklarlagen. I de flesta fall startar ett tillsynsärende efter det en anmälan gjorts från en säljare, köpare eller på initiativ av nämnden själva. Tillsynen kan leda till att mäklarens registrering återkallas eller att mäklaren får en varning. Dock skrivs ett tillsynsärende i de flesta fall av utan att någon anmärkning gjorts mot mäklaren.¹⁷

3.3 Branschorganisationer för fastighetsmäklare

3.3.1 Mäklarsamfundet

Mäklarsamfundet är en ideell organisation och startades 1919. Organisationens främsta uppgift är att förbättra och utveckla mäklartjänsten samt upplysa om förutsättningarna för

¹¹ <http://www.notisum.se>

¹² Mäklarsamfundet (2006)

¹³ <http://www.maklarsamfundet.se/>

¹⁴ <http://www.fastighetsmaklarnamnden.se/>

¹⁵ <http://www.fastighetsmaklarnamnden.se/>

¹⁶ <http://www.fastighetsmaklarnamnden.se/>

¹⁷ <http://www.fastighetsmaklarnamnden.se/>

fastighetsmäklarens arbete. Då 70 % av mäklarkåren är ansluten till Mäklarsamfundet samlas kunskaper och erfarenheter av förmedlingsuppdrag hos Mäklarsamfundet.¹⁸

Inom Mäklarsamfundet finns två separata bolag. Dels Mäklarsamfundet Bransch som koncentrerar sig på att företräda fastighetsmäklarna utåt samt utveckla och driva medlemmarnas intressefrågor. Att genomföra analyser, föra statistik samt ha massmediekontakt är bara några av de arbetsuppgifter som branschverksamheten utför. Det andra bolaget är Mäklarsamfundet Service som lägger vikt vid medlemsnytta och affärsverksamhet. Mäklarsamfundet Service är uppdelat i tre enheter: service, juridik samt utbildning. Serviceenheten behandlar först och främst mäklarnas medlemsfrågor, auktorisation, rådgivning och försäkringar. Utöver detta ansvarar enheten även för tidningen Fastighetsmäklaren. Juristavdelningen är den enhet som besitter erfarenhet och kompetens och som kan ge medlemmarna stöd och hjälp. Den tredje enheten utbildning tillhandahåller ett omfattande fort- och vidareutbildningsprogram för verksamma fastighetsmäklare och utbildar fastighetsmäklarassistenter.¹⁹

Mäklarsamfundet består även av ett flertal organ. Ansvarsnämnden är det organ som har till uppgift att avgöra om en ledamot agerat felaktigt i sin yrkesutövning samt utgöra skiljenämnd vid tvister mellan fastighetsmäklare. Dessutom skall nämnden uttala sig om god mäklarsed. Det organ som har till uppgift att anta och auktorisera fastighetsmäklare kallas auktorisationsnämnden. Disciplinnämnden är ett annat organ som bl.a. skall besluta beträffande disciplinära åtgärder som överlämnats från auktorisationsnämnden eller ansvarsnämnden.²⁰

På lokal nivå finns även kretsföreningar som utgörs av mäklarsamfundets medlemmar. Kretsföreningen har som mål att skapa samarbete och enighet mellan kretsföreningens medlemmar inom sitt verksamhetsområde. För att höja medlemmarnas kvalifikationer ges även information, föredrag och kursverksamhet.²¹

3.3.2 Fastighetsmäklarförbundet (FMF)

FMF bildades 1957 och har 1100 medlemmar i hela landet. Förbundet arbetar med att bevaka medlemmarnas intressen. Som exempel arrangerar förbundet fortbildnings- och auktorisationskurser samt informationsmöten gällande frågor som är av stor betydelse för medlemmarna. Medlemmar kan även ansöka om auktorisation hos FMF:s auktorisationsnämnd. Beroende på yrkeserfarenhet och utbildning måste medlemmarna genomgå olika kurser för att kunna ansöka om auktorisation. Kurserna omfattar fastighetsjuridik, plan- och byggnadsjuridik, ekonomi samt etik.²²

Medlemmarna är ansvarsförsäkrade upp till två miljoner kronor för varje skadetillfälle. Till en förmånlig premie kan även den obligatoriska så kallade ansvars-, rättsskydds- och ekonomisk rådgivningsförsäkringen tecknas.²³

Aktiv Mäklare som är förbundets egen tidning ges ut sex gånger per år. Tidningen är en viktig kanal till och från medlemmarna samt till opinionsbildare och beslutsfattare. Via Internet har

¹⁸ <http://www.maklarsamfundet.se/>

¹⁹ <http://www.maklarsamfundet.se/>

²⁰ <http://www.maklarsamfundet.se/>

²¹ <http://www.maklarsamfundet.se/>

²² <http://www.fmf.net/fmf.html>

²³ <http://www.fmf.net/fmf.html>

även medlemmarna tillgång till en informationsdatabas, FMFnätet. Databasen innehåller bl.a. lagtexter, fall från fastighetsmäklarnämnden, förbundets stadgar och etiska regler samt statistik.²⁴

Förbundets etiska regler faller under följande rubriker:

- **Yrkesmässig verksamhet** - medlemmarna skall utföra sitt uppdrag omsorgsfullt och verka för god fastighetsmäklarsed mot så väl kunder, kollegor som mot allmänhet.
- **Yrkesutövning** - medlemmarna skall uppträda hederligt och korrekt.
- **Utbildning, fortbildning** - medlemmarna skall ha den kunskap som krävs för att genomföra sina mäklaruppdrag på ett kompetent sätt.
- **Marknadsföring** - den information som medlemmarna anger i sin marknadsföring skall vara relevant för utövandet av fastighetsmäklaryrket.²⁵

3.3 Traditionella fastighetsmäklare

Redan under 1600-talet fanns nordiska regler gällande fastighetsmäklare. Sedan dess har ordningar, författningar och lagar kommit till och förändrats.²⁶ Den lag som idag reglerar fastighetsmäklarens verksamhet är fastighetsmäklarlagen (1995:400). I första paragrafen definieras begreppet fastighetsmäklare enligt följande:

*Med fastighetsmäklare avses i denna lag fysiska personer som yrkesmässigt förmedlar fastigheter, delar av fastigheter, byggnader på annans mark, tomträtter, bostadsrätter, andelsrätter avseende lägenhet, arrenderätter eller hyresrätter.*²⁷

En fastighetsmäklare har även till uppgift att skapa kontakter mellan köpare och säljare och att hjälpa parterna till ett avtal som har en skälig avvägning mellan partsintressena. En fastighetsmäklare ska alltid vara opartisk i sin relation mellan köpare och säljare. Med detta menas att fastighetsmäklaren skall tillgodose båda parterna med den information och rådgivning som var och en behöver.²⁸ Ovanstående uppgifter kan sammanfattas i fyra punkter:

- **Kontakt**- mäklarens primära uppgift är att förmedla kontakt, det vill säga att hitta och kommunicera med spekulanter.²⁹
- **Intag och avtal** - intag ingår i förarbetet och omfattar inhämtning av objektsdata, upplysning till uppdragsgivaren om dennes rättigheter och skyldigheter vid överlåtelse samt förhandling om uppdragets form och provision. Även utformning och undertecknandet av handlingar faller under denna punkt. ”Om inte annat har avtalats, skall mäklaren hjälpa köparen och säljaren med att upprätta de handlingar som behövs för överlåtelsen”.³⁰ Som exempel kan nämnas köpekontrakt, köpebrev och likvida räkningar.
- **Pris** - enligt en artikel som företaget Värderingsdata publicerat, framgår att överlåtelser som förmedlas av mäklare i genomsnitt ger ett 20 % högre pris.³¹ Detta beror dels på den erfarenhet och kunskap som fastighetsmäklaren besitter samt på de

²⁴ <http://www.fmf.net/fmf.html>

²⁵ <http://www.fmf.net/fmf.html>

²⁶ C. Zacharias (2001)

²⁷ C. Zacharias (2001) s.37

²⁸ <http://www.maklarsamfundet.se/>

²⁹ C. Zacharias (2001)

³⁰ Fastighetsmäklarlagen, Rubrik 3 § 19

³¹ <http://www.varderingsdata.se/artiklar/Lonar%20det%20sig%20att%20anlita%20en%20maklare.pdf>

marknadskanaler och resurser som en mäklare har att tillgå vid annonsering, skyltning, kalkylering med mera.

- **Trygghet** - då ett fastighetsköp för många innebär sitt livs största investering är det av stor vikt att mäklaren inger förtroende. När man pratar om trygghet i detta sammanhang kan ordet delas in i abstrakt och konkret trygghet. Konkret trygghet innebär att fastighetsmäklaren är utbildad, registrerad, auktoriserad samt reglerad av lagar. Den abstrakta tryggheten består av det intryck som fastighetsmäklaren ger till uppdragsgivaren eller anbudsgivaren samt ryktesspridningen från mun till mun.³²

3.3.1 Exempel på verksamma traditionella fastighetsmäklare

Fastighetsbyrån

Fastighetsbyrån är en kedja av eget ägda och franchisade kontor och har ca 800 medarbetare utspridd på 190 orter i Sverige. Då byrån ingår i Swedbank-koncernen arbetar de i samråd med det lokala Swedbank-kontoret eller det lokala fristående sparbankskontoret.³³

För att kunna möta framtida behov och vara ett mäklarföretag som attraherar både kunder och anställda satsar Fastighetsbyrån på kontinuerlig utveckling av produkter, tjänster och system samt intern utbildning.³⁴

Bud-on-line och värde-on-line är två exempel på kostnadsfria tjänster som Fastighetsbyrån erbjuder sina kunder. Tjänsterna innebär att kunden fortlöpande kan få information angående budgivningen respektive värdeutvecklingen på sin bostad via Internet eller sms. Vidare erbjuder Fastighetsbyrån förmånliga finansiella tjänster samt försäkringar till sina kunder.³⁵

Gällande priset så finns det inget fast pris utan i likhet med andra mäklare erhålls en provision baserat på försäljningspriset. Provisionens storlek beror i sin tur bland annat på vilken typ av objekt försäljningen gäller.³⁶

Svensk Fastighetsförmedling

Svensk Fastighetsförmedlings vision lyder: *"Vi ska vara det självklara valet för människors boendefrågor i alla livssituationer."*³⁷

Svensk Fastighetsförmedling har 200 bobutiker i Sverige. Sedan starten 1937 har hundratusentals villor, fritidshus och bostadsrätter förmedlas och under senare år har även förmedling av kommersiella fastigheter och lantbruk tillkommit som tjänst.³⁸

Med konkurrenskraftiga villkor erbjuder Svensk Fastighetsförmedling, tillsammans med Nordea, bolån för både villa, bostadsrätt och fritidshus. Vidare erbjuds ekonomisk rådgivning samt skydd för såväl köpare som säljare genom deras olika försäkringar som kan ses nedan:

- **Varudeklarerat** - Varudeklarerat är en försäkring och ett bevis för att huset är besiktigt. Genom Varudeklarerat är både säljaren och köparen garaderad mot så kallade dolda fel och brister som kan upptäckas efter försäljningen.

³² C. Zacharias (2001)

³³ <http://www.fastighetsbyran.se/>

³⁴ <http://www.fastighetsbyran.se/>

³⁵ <http://www.fastighetsbyran.se/>

³⁶ <http://www.fastighetsbyran.se/>

³⁷ http://www.svenskfast.se/Templates/Page____558.aspx

³⁸ http://www.svenskfast.se/Default____332.aspx

- Bosäkrat - Bosäkrat är en "märkning" och en garanti för att bostaden håller ett visst bestämt skick och säljare och köpare undviker diskussioner om eventuella fuktskador efter köpet.
- Boförsäkring – Boförsäkring är en boendeförsäkring med förmånliga villkor.³⁹

Svensk Fastighetsförmedling erhåller en provision baserat på försäljningspriset.⁴⁰

Electronic Realty Association (ERA)

ERA har runt om i världen 3 000 kontor och 32 000 sälj- och mäklarepresentanter, varav 150 personer är verksamma i Sverige. Samtliga mäklarkontor ägs och drivs självständigt i ett franchisekoncept. ERA grundades 1972 och är ett av de ledande företagen i fastighetsmäklarbranschen. Huvudkontoret ligger i Stockholm och VD är Peter Yllmark.⁴¹

Alla bostäder som förmedlas via ERA är försäkrade. De har till exempel en 30 dagars försäkring för vitvaror. Om exempelvis diskmaskinen skulle gå sönder i det nyinköpta huset täcks den av försäkringen. Detsamma gäller den tidigare bostaden om även den förmedlas via ERA. I den tidigare bostaden skyddar försäkringen vitvarorna fram till tillträdesdagen för säljaren. ERA innehar även en dolda-försäkring samt en förlängd köptrygghetsförsäkring i sitt försäkringsortiment.⁴²

ERA ger alla sina säljare ett garantiåtagande som enklast kan förklaras som en nöjd-kundgaranti. Garantin är ett skrivet avtal som lovar att säljaren exempelvis får tillgång till ERA:s marknadsförings- och säljprogram samt att den ansvariga fastighetsmäklaren har regelbunden kontakt med säljaren om hur försäljningen går. Åtagandet består av 11 punkter och bryter ERA mot någon av dessa punkter har säljaren rätt att säga upp avtalet med ERA om felet inte rättats till på 10 dagar. Garantin har en räckvidd på 90 dagar i samband med rätten att sälja objektet.⁴³

ERA tar ut en provision som är baserad på vilken typ av objekt det är, vilket område fastigheten ligger i samt vilka verktyg som ska ingå. Olika verktyg som kan ingå är bland annat fotografering och annonser. ERA tar även hänsyn till den risk som medföljer samtliga objekt.⁴⁴

Skandia Mäklarna

Skandia Mäklarna startades 1980 i Stockholm och expanderade kraftigt mellan åren 1985-1990. Idag är Skandia Mäklarna ett av Sveriges största fastighetsmäklarföretag med 350 medarbetare på 75 kontor. Endast ett av dessa kontor är ägt av Skandia Mäklarna själva medan resterande är franchisekontor.⁴⁵

I september 2005 förvärvades Skandia Mäklarna av Danske Bank som genom sitt samarbete erbjuder en rad olika finansieringsprodukter såsom lånelöfte, handpenninglån, överbrygningslån, bokapitalkonto och duoflex. Ett lånelöfte är ett löfte från banken att man får låna en viss bestämd summa för att köpa ett objekt. Handpenninglån hjälper köpare, som inte hunnit sälja sin tidigare bostad, att täcka den handpenning som oftast krävs vid köp av objekt. Överbrygningslån hjälper köpare som inte hunnit sälja sitt tidigare boende genom

³⁹ http://www.svenskfast.se/Default____332.aspx

⁴⁰ http://www.svenskfast.se/Default____332.aspx

⁴¹ <http://www.erasweden.se/>

⁴² <http://www.erasweden.se/>

⁴³ <http://www.erasweden.se/>

⁴⁴ Samtal med Karl-Johan Svensson på ERA Norra Station, Halmstad den 21 maj 2007

⁴⁵ <http://www.skandiamaklarna.se/>

finansiering av det nya huset i väntan på att det gamla ska bli sålt. På bokapitalkontot kan en säljare placera det frigjorda kapitalet vid en försäljning. Duoflex är en unik tjänst som underlättar för personer med bolån då man får samma ränta på sitt sparande i banken som på bolånet.⁴⁶

Via Skandia Mäklarna får man som säljare tillgång till försäkringar som täcker de flesta problem som kan uppstå när man säljer sitt hem. De har olika trygghetsförsäkringar för villa och bostadsrätt då bostadsrätter oftast säljs till ett pris per kvadratmeter och det då är viktigt att arealen är rätt mätt. I trygghetsförsäkringen för bostadsrätt ingår även ett trygghetsavtal med Anticimex.⁴⁷

Skandia Mäklarna samarbetar med inredare som hjälper till att ge förslag för att snygga till objektet inför visningar och fotografering, så kallad homestyling. Som säljare får du tillgång till en inredare som lägger upp en bild över vilka förändringar som bör göras samt ger ett kostnadsförslag på eventuella förändringar.⁴⁸

De grundläggande kriterierna som Skandia Mäklarna går efter när de ska erhålla provision är vilken typ av fastighet det är, vilket område fastigheten är belägen i samt vilket utgångspris fastigheten har. Men även den mänskliga faktorn kan tillkomma, exempelvis om säljaren tar in offerter från flera olika fastighetsmäklare sätts mäklaren i en konkurrenssituation som den tar hänsyn till. Det spannet en mäklare på Skandia Mäklarna arbetar med gällande provisionen ligger mellan 2-5 % av försäljningspriset.⁴⁹

Allmänt om traditionella fastighetsmäklare

Utöver vad de enskilda mäklarfirmorna har att erbjuda sina kunder, kostnadsfritt eller inte, står de traditionella fastighetsmäklarna för följande saker beroende på om man är köpare eller säljare:

Värdering - mäklaren värderar objektet.

Objektsbeskrivning - mäklaren beskriver objektet med basfakta.

Marknadsföring - mäklaren sprider information om objektet genom bland annat Internet, dagstidningar samt skyltfönster.

Visning - mäklaren håller i visningen av objektet.

Finansiering - mäklaren hjälper till med upprättandet av en kalkyl över nuvarande och kommande boendekostnader.

Budgivning - mäklaren ser till att köpare och säljare kommer överens om pris, betalningsvillkor, tillträdesdag samt vad som ingår i köpet.

Köpeavtal - mäklare ser till att köpekontraktet är korrekt upprättat.

⁴⁶ <http://www.skandiamaklarna.se/>

⁴⁷ <http://www.skandiamaklarna.se/>

⁴⁸ <http://www.skandiamaklarna.se/>

⁴⁹ Telefonsamtal med Skandia Mäklarna den 21 maj 2007

Tillträde - mäklaren tar kontakt med myndigheter och låneinstitut och ser till att alla kontroller är gjorda och att alla papper är i ordning såsom till exempel köpebrev, lagfart och lånehandlingar.⁵⁰

3.4 Lightmäklare

Lightmäklare är ett brett begrepp som är svårt att definiera. Ska de webbsidor som annonserar ut fastigheter kallas lightmäklare? Tycker aktörerna själva att uttrycket lightmäklare är vagt, inte lika tydligt och klart som ordet fastighetsmäklare? Vad är en lightmäklare? När vi betraktat de olika aktörernas webbsidor finns det många olika benämningar på vad vi i vår uppsats kallar lightmäklare. Vissa kallar sig fastighetsmäklare på distans eller framtidens mäklare och i media omnämns de ofta som nätmäklare eller lågprismäklare.⁵¹ I folkmun kallas även fastighetsmäklare som är verksamma på Internet Internetmäklare.⁵² Vad vi syftar på när vi använder ordet lightmäklare är fastighetsmäklare som erbjuder olika klasser av förmedling av objekt. Säljare kan genom lightmäklare välja från att bara köpa de handlingar som krävs vid en försäljning av ett objekt till en mäklartjänst med fullt ansvar.

Den främsta anledningen till uppkomsten av lightmäklare är, enligt företagen själva, det dyra arvudet för traditionella fastighetsmäklare. En annan anledning är att förenkla processen utan mellanhänder med rätt verktyg. Vissa lightmäklare tycker att mycket av det som en traditionell fastighetsmäklare gör går att automatisera eller att man som säljare kan göra delar av processen själv såsom exempelvis visning av objektet.⁵³

Lightmäklare började etablera sig på marknaden under sent 1990-tal. Adirekta som startades 1997 var bland de första aktörerna.⁵⁴ Andra etablerade lightmäklare är relativt nystartade och de flesta vi har undersökt startades under sommaren och hösten 2006.

Lightmäklare kan fungera på en rad olika sätt och har därför olika utbud av tjänster att tillhandahålla en säljare. Exempel på vilka aktörer som finns på marknaden och vad de erbjuder beskrivs mer detaljerat nedan.

3.4.1 Exempel på verksamma lightmäklare

Adirekta

Adirekta har varit verksamma på marknaden sedan 1997 och erbjuder sina kunder en mäklartjänst med fullt mäklaransvar för 1,5 % av köpesumman (inklusive moms) men dock med ett minimiarvode på 19 500 SEK. Adirekta står för allt förutom visningen av objektet och de kräver att få ha ensamrätt på objektet i tre månader. Objektet marknadsförs på Hemnet, Bovision samt Adirekta.⁵⁵

Hemverket.se

Hemverket.se bildades under hösten 2006 och har sedan dess förmedlat över 400 bostadsaffärer. För 1 950 SEK får säljare tillgång till all hjälp de kan behöva för en trygg och säker bostadsförsäljning. Filosofin för Hemverket.se är att säljaren är den person som kan sin bostad bäst och är därför bäst lämpad som säljare av bostaden. Hemverket.se kommer in i

⁵⁰ <http://www.maklarsamfundet.se/>

⁵¹ <http://www.adirekta.se/>, <http://nylya.nu/>

⁵² Samtal med Claudia Wörmann på Mäklarsamfundet den 19 mars 2007

⁵³ <http://www.adirekta.se/>, <http://www.amaklarna.se/>, <http://www.hemonline.se/>, <http://www.hemverket.se/>

⁵⁴ Telefonsamtal med Adirekta den 18 april 2007

⁵⁵ <http://www.adirekta.se/>

bilden genom att de bistår med de tjänster som behövs kring bostadsaffären såsom ekonomisk och juridisk rådgivning.⁵⁶

Genom att ha tagit kontakt med ett utländskt försäkringsbolag kan Hemverket.se erbjuda en doldafelförsäkring för 5 500 SEK, vilken skyddar säljaren i tio år mot dolda fel. Anledningen till ett samarbete med ett utländskt försäkringsbolag är att de svenska försäkringsbolagen enbart tecknar doldafelförsäkringar med etablerade traditionella fastighetsmäklare.⁵⁷

Annonsering av objektet om man anlitar Hemverket.se sker på den egna hemsidan, Blocket.se, Alltombostad.se, Allaannonser.se, Leta.se, Boplatssverige.se, Metromarknad, Annonsguiden, Annonssynd.se och Hus.se.⁵⁸

Hemonline

Hemonline har varit verksamma sedan augusti 2006. De erbjuder fullt mäklaransvar samt tillhandahåller all experthjälp en säljare behöver.

Om en säljare väljer att anlita Hemonline kostar det 18 000 SEK i fast pris. Annonsering av objektet sker på Hemnet.se samt Bovision.se. Visningen står dock säljaren själv för. Skulle säljaren däremot vilja annonsera i en annan kanal, exempelvis dagstidningar, kostar det extra samt om man vill att Hemonline ska stå för visningen kostar det 5 000 SEK utöver de tidigare nämnda 18 000 SEK.⁵⁹

A-mäklarna.se

A-mäklarna.se har varit verksamma på markanden sen hösten 2006.⁶⁰ De har tre olika kategorier med olika priser för att säljaren av ett objekt lätt skall kunna välja själv vad man anser sig behöva hjälp med. Dessa kategorier indelas i large, medium och small och kostar 30 000 SEK, 20 000 SEK respektive 10 000 SEK. Väljer man large får man en komplett mäklartjänst med fullt mäklaransvar. Om man bestämmer sig för medium ingår inte visningen utav objektet, utan man ansvarar själv för den delen av försäljningen. Sen kan man även välja tjänsten small där man enbart köper handlingarna som behövs vid en husförsäljning, man visar objektet och slutför själva affären själv. A-mäklarna.se samarbetar med Hemnet.se, Bovision.se samt Ebud där objekten även marknadsförs.⁶¹

3.5 Mediestormen kring uppkomsten av lightmäklare

Efter att flera av de idag verksamma lightmäklarna uppkom på marknaden under sommaren och hösten 2006 blev det vid samma tidpunkt en storm av skrivelser i massmedia. Det skrevs bland annat om hur de nya nätmäklarna skulle ta över bostadsmarknaden då de hade så låga provisioner, att lågprismäklarna skulle hjälpa säljarna att spara tusenlappar på fastighetsmäklararvode och så vidare. Exempel på artiklar är "Nätet utmanar mäklarna" som publicerades den 29 augusti 2006 av Metro. Artikeln förklarar att det är många nya lightmäklare som lanserats på Internet och att de kommer att vara konkurrenter till de traditionella fastighetsmäklarna.⁶² Även Aftonbladet har presenterat en artikel den 18 september 2006 med rubriken "Skitta mäklaren – tjäna tusenlappar". Den artikeln för på tal hur man kan få hjälp att spara in fastighetsmäklararvodet genom att ta hjälp av lightmäklare

⁵⁶ <http://www.hemverket.se/>

⁵⁷ <http://www.hemverket.se/>

⁵⁸ <http://www.hemverket.se/>

⁵⁹ <http://www.hemonline.se/>

⁶⁰ Telefonsamtal med Lars Eneland på A-mäklarna.se den 27 mars 2007

⁶¹ <http://www.amaklarna.se/>

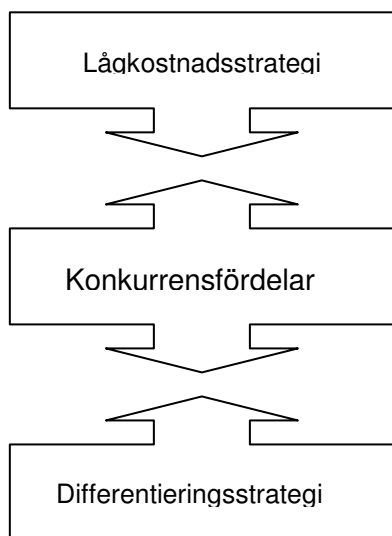
⁶² T. Lundin (2006-08-29)

med handlingar.⁶³ På Sveriges radios hemsida kan man läsa artikeln ”Ökad konkurrens oroar nybliven mäklare” som publicerades den 5 oktober 2006. I artikeln spekuleras det i hur svårt det kommer att bli för de nytexaminerade fastighetsmäklarna att slåss rent arvodesmässigt med lightmäklarna.⁶⁴

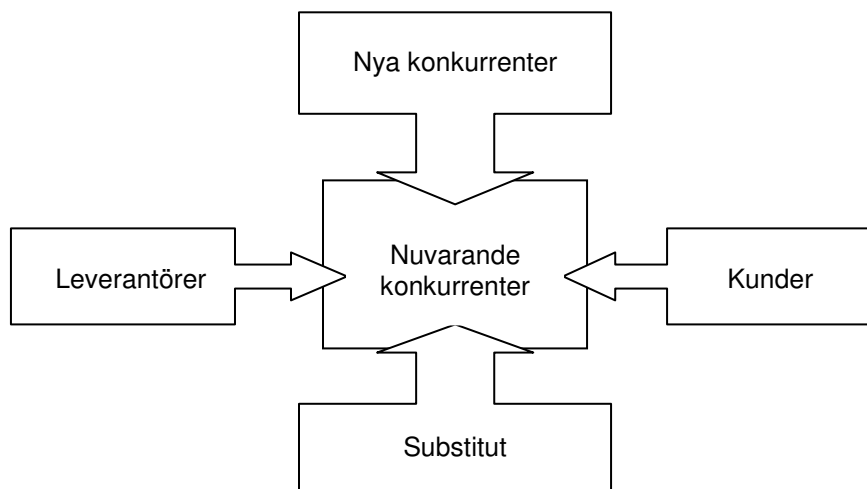
3.6 Strategier och konkurrens

”Strategi i generell mening är konsten att utnyttja de samlade resurserna för att nå uppsatta mål.”⁶⁵ Det finns en rad olika strategier för ett företag att skapa och upprätthålla konkurrensfördelar, men man kan dock urskilja två typstrategier; lågkostnadsstrategi samt differentieringsstrategi. Vid en lågkostnadsstrategi vill företaget skapa konkurrensfördelar genom att erbjuda lägre priser för köpare. När ett företag använder sig utav en differentieringsstrategi vill de upprätthålla konkurrensfördelar genom att erbjuda köpare produkter med unika egenskaper som ingen annan konkurrent kan erbjuda.⁶⁶

Konkurrens uppstår på en marknad när leverantörer av en vara eller tjänst rivaliserar om köparens efterfrågan. Konkurrens uppstår inte endast mellan befintliga aktörer på marknaden utan även när nya aktörer eller substitut tar sig in på marknaden, så kallad utvidgad konkurrens. Med substitut menas företag med andra tjänster eller produkter än de befintliga konkurrenternas men som tillfredsställer samma behov.⁶⁷



Figur 2. Två typstrategier⁶⁸



Figur 3. Den utvidgade konkurrensen⁶⁹

⁶³ J. Balksjö (2006-09-18)

⁶⁴ L-E. Backman (2006-10-05)

⁶⁵ P-H. Skärvad, J. Olsson. (2007) s 22

⁶⁶ P-H. Skärvad, J. Olsson. (2007)

⁶⁷ P-H. Skärvad, J. Olsson. (2007)

⁶⁸ P-H. Skärvad, J. Olsson. (2007)

⁶⁹ P-H. Skärvad, J. Olsson. (2007)

4 Empiri

I empirikapitlet redovisar vi den information som vi samlat in under våra utförda intervjuer i löpande text.

När vi skrev vår intervjumall hade vi inte infört begreppet lightmäklare i vår uppsats utan använde oss av begreppet Internetmäklare. Då de intervjuade personerna svarat på frågorna när begreppet Internetmäklare användes har vi valt att inte byta ut begreppet i sammanfattningen av empirin.

4.1 Intervju med Claudia Wörmann, Mäklarsamfundet, Stockholm

Claudia har jobbat som utredare hos Mäklarsamfundet sedan 2001. Dessförinnan arbetade hon med att göra samhällsutredningar beträffande tågtrafik med mera. I dagens arbetsuppgifter ingår kontakt med media, föra fram mäklarsamfundets ståndpunkter, prisstatistik samt utredning och rapporter. Utredning och rapporter, som är Claudias primära uppgift, kan ske antingen i samarbete eller på eget bevåg men alltid med fastighetsmäklarens bästa i åtanke. Oftast handlar det om att det finns ett behov av att sammanställa befintlig fakta. Gällande utbildning har hon läst europaprogrammet och innehar en filosofie kandidatexamen med kulturgeografi som huvudämne.

Claudia anser att det hänt mycket på fastighetsmäklarmarknaden de senaste 10 åren, allt ifrån ökad användning av Internet vid marknadsföring och säljkanal till fler kvinnor inom yrket. Claudia påpekar att fastighetsmäklarlagen måste uppdateras då mycket har hänt som inte regleras i lagen. Vidare berättar hon att fastighetsmäklaren gått från informationsbärare till mer serviceinriktad, detta eftersom kunden idag är mer påläst när det gäller fastighetsmäklarlagen, konsumentskydd, räntor och objektet ifråga. Det har varit gynnsamma år genom att omsättningen varit god och en anledning till den goda omsättningen är att ombildningar från hyresrätt till bostadsrätt har lett till nya objekt på marknaden.

Avgörande faktorer för val av säljkanal tror Claudia beror på den personliga läggningen. Oftast förknippas en fastighetsaffär med starka känslor vilket gör att det kan vara skönt att lämna över till en fastighetsmäklare. Claudia anger även tiden och objektets pris som andra faktorer. Ju högre pris desto mer angelägen är man att anlita en fastighetsmäklare samt det som blir en engångsföreteelse för många gör mäklare varje dag. Mäklarsamfundet välkomnar diskussioner gällande bland annat lockpriser och verkar för att oseriösa mäklare försvinner från marknaden.

Claudia använder sig dagligen av Internet på grund av hennes tjänst. Hon har inte känt av att Internetmäklare uppstått på marknaden, mer än att det kanske har påskyndat traditionella mäklare att spetsa till sig. Den skillnaden som Claudia kan se mellan traditionella mäklare och Internetmäklare är att säljare och köpare möts direkt utan mellanhand. Vidare tror hon att Internetmäklare kan fungera bra för rätt personer och kan vara ett bra komplement till att sälja själv.

Enligt Claudia är den främsta konkurrenten till traditionella mäklare en stillastående marknad. Därefter kommer dem som väljer att sälja själva och Internetmäklare. Genom media och direktkontakt med allmänheten informeras hon och Mäklarsamfundet om marknaden. Konkurrensen är mycket hårdare i dag än för några år sedan, då främst mellan de traditionella mäklarna. För att möta denna hårdnande konkurrens tror Claudia att tjänsten kommer att ändras genom ändrad attityd. Mer humana arbetsförhållanden som att exempelvis avskaffa visning på helger samt att det finns möjlighet till vidare utbildning för personalen. Även

poolsystem, det vill säga då man jobbar i ett team och delar på provisionen och ej knyter den egna prestationen till den enskilda, tror hon kommer att bli mer vanligt.

4.2 Intervju med Matz Ågehäll, ERA, Krokek

Matz Ågehäll äger och driver ERA-kontoret i Krokek, Kolmården ett par mil utanför Norrköping. Han har arbetat som traditionell fastighetsmäklare sedan 1990 och varit egen företagare de senaste elva åren. För fyra år sedan gick han med i ERA och startade det nuvarande franchisekontoret. Den utbildning Matz har förutom grundskolan är en gymnasieutbildning inom ekonomi och marknadsföring och sedan en tvåårig utbildning på Statens skola för vuxna för att bli fastighetsmäklare.

Matz anser att det har hänt stora förändringar på hussäljarmarknaden de senaste tio åren. Köpare har blivit mer uppmärksamma på skyldigheter samtidigt som säljare förbereder försäljningen mer med bland annat besiktning. Sedan har även de tekniska förutsättningarna förbättrats vilket bland annat lett till andra möjligheter inom marknadsföring tack vare Internet samt lättare kommunikation med kunder.

Enligt Matz är man som säljare ute efter trygghet när man väljer säljkanal. Man vill att all information om objektet skall bli rätt, få all formalia rätt och så vidare. Men en annan orsak som kan vara avgörande som Matz nämner är att man vill få så bra betalt som möjligt för sitt objekt.

Fastighetsmäklaryrket har enligt Matz förändrats på ett sådant sätt att det har blivit mer relationsrelaterat, man har blivit duktigare på att skapa en relation med kunden och att värna om den även efter köpet eller försäljningen är över. Han och hans anställda försöker själva på kontoret att hålla kontakten med gamla kunder genom att till exempel gratulera dem när de har årsdag med huset, ha en liten sammankomst eller middag någon gång per år samt utdelning av julgranar utanför kontoret när säsongen äger rum. Den viktigaste åtgärden som man som fastighetsmäklare behöver ta till sig enligt Matz är att hänga med i tekniken och dess utveckling.

På kontoret i Krokek använder man sig av Internet, främst genom kontakt med kunder, bokning av visningar, marknadsföring av objekten och det egna företaget. Användningen av Internet har enligt Matz påverkat arbetet som fastighetsmäklare i och med att man har mindre telefonkontakt med kunderna, mycket beroende på att kunderna själva söker den information man tidigare ville ha genom fastighetsmäklaren på Internet. Kontakten med fastighetsmäklare tas idag oftast inte förrän man vill boka in en visning eller i vissa fall redan bestämt sig för att köpa objektet. Därmed får fastighetsmäklare lägga ner mer tid per objekt idag än förut, till exempel måste man fokusera mer på bilder, priset som sätts och hur man formulerar texten som beskriver objektet.

Matz har inte riktigt satt sig in i Internetmäklares tjänster men av det han vet anser han att en traditionell fastighetsmäklare lägger ner mer tid på sina kunder. De som kontor har inte märkt av uppkomsten av Internetmäklare men de har observerat att de har kommit in på marknaden och han anser att de kan vara ett bra komplement om de gör ett bra jobb.

De främsta konkurrenterna på marknaden som Matz ser är de närliggande traditionella fastighetsmäklarkontoren, framför allt då inne i Norrköping. I dagsläget ser han inte att de som väljer att sälja sitt hus på egen hand är några konkurrenter, men om marknaden skulle vända och börja gå neråt skulle situationen bli en annan. Då finns möjligheten att de som väljer att

anlita en fastighetsmäklare för att få ut det högsta priset säljer själva då priserna generellt sett sjunker och då även marginalen som en fastighetsmäklare kan pressa upp priserna på. De håller sig uppdaterade om konkurrenterna inne i Norrköping men lägger inte stor möda på det. De sakerna de gör är att kolla deras presentationer på Internet samt läser deras direktreklam.

Matz bedömer att konkurrensen på fastighetsmäklarmarknaden är sund. Den finns absolut där och ger en bättre valmöjlighet för dem som ska välja att anlita en fastighetsmäklare. Skillnaden på konkurrensen idag än för tio år sedan är först och främst att dem som ska sälja är mer upplysta. De tar exempelvis kontakt med fler fastighetsmäklare för värdering av huset och tar in fler offerter än tidigare.

Den största förändring Matz har gjort för att möta konkurrensen är att gå med i ERA och bli franchisetagare. Detta har han gjort för att lättare hänga med i den tekniska utvecklingen, få ett större försäkringsutbud och erhålla en bra hemsida samt marknadsföring. Han har även fått lägga ner mer tid och resurser på fotografering än innan.

4.3 Intervju med Maritha Wikner, Svensk Fastighetsförmedling, Halmstad

Maritha startade Svensk Fastighetsförmedling i Halmstad, till vilken hon även är ägare, för 11 år sedan. Hon har lång erfarenhet inom fastighetsmäklarbranschen då hon jobbat som mäklare i 20 år. Utöver gymnasiekompetens har Maritha även en fastighetsmäklarutbildning, vilken hon erhöll genom att läsa fyra ämnen på distans under ett halvår. Dessutom har hon Sparbankens interna utbildning eftersom hon tidigare har jobbat där.

Utvecklingen på fastighetsmäklarmarknaden har gått som tåget de senaste 10 åren tycker Maritha. 1990-talets lågkonjunktur drabbade inte Halmstad lika hårt som på många andra ställen i landet. Detta beror på att Halmstad kom in i krisen ganska sent och kom ur den ganska tidigt och är en attraktiv bostadsort.

Maritha anser att referenser och relationer är den främsta faktorn till val av säljkanal. Även marknadsföring och butiksläge spelar roll men referenser kan vara avgörande. Vidare berättar hon att om hon gjort en dålig affär får 20 människor veta det och om hon gjort en bra affär får kanske bara 10 stycken reda på det. Detta på grund av att man som kund är mer benägen att berätta om det dåliga än det bra.

Fastighetsmäklaryrket har förändrats till det bättre under den tid som Maritha varit verksam. Tidigare gjordes ingen besiktning innan huset såldes till skillnad från idag. Även biprodukter så som förmedling av lån, styling med mera har tillkommit. Både kunden och köparen har blivit mer medvetna, vilket både är på gott och ont. Många är idag rädda för att ta beslut gällande köp eller försäljning av hus. För att vara konkurrenskraftiga och kunna sticka ut hakan har mäklarna själva skapat dagens marknad, menar Maritha. Någon mäklare är föregångare till en biprodukt och sedan följer andra mäklare efter. Som exempel kan nämnas samarbete med bank angående bolån och varudeklarerade försäkringar mot dolda fel.

Maritha använder Internet dagligen i sitt arbete. Dels för saluförande på den egna hemsidan samt Hemnet.se och dels för att vara tillgänglig för kunderna. Internet har gjort kommunikationen lättare men det är inte alltid på gott då man alltid måste vara tillgänglig. Maritha berättar att om hon inte svarat på ett e-post inom två timmar undrar folk vad som hänt. Utöver e-posten ska hon även vara tillgänglig på mobilen och kontoret. Maritha kan inte påstå att hon känt av Internetmäklarnas inträde på marknaden, varken genom minskad försäljning

eller ökad konkurrens. Men hon tror att det kanske kommer att komma mer och mer i takt med den yngre generationens fallenhet för teknik.

Maritha anser att skillnaden är stor mellan traditionella mäklares tjänster och de tjänster som en Internetmäklare erbjuder. Det handlar om att skapa ett förtroende, vilket Maritha poängterar flera gånger. Mäklaren blir någon slags borådgivare som delar med sig av goda råd. Som exempel tittar man på köparens fallenhet för att renovera eller antal familjemedlemmar och därefter ger råd för vilket objekt som skulle kunna passa eller inte passa just dem. Förutom att mäklaren är köparens bollplank är även köparen mäklarens nästa säljare. Marithas allmänna uppfattning är att man inte ska kasta sten på Internetmäklare. Det finns ett berättigande men det kommer att ta lång tid innan vi är där. Kanske kommer traditionella mäklare i framtiden se en affärsmöjlighet att erbjuda sina kunder ett totalt paket eller enbart en Internettjänst. Då det handlar om att tillgodose kunders olika behov berättar Maritha att det inte är en omöjlighet att hennes förmedling i framtiden kommer att använda sig utav Internettjänster.

Förmedlingens främsta konkurrenter är Fastighetsbyrån men även mindre mäklarbyråer som är belägna i Halmstad med omnejd. Just nu är det en överetablering på marknaden där de stora byråerna blir större och de små blir mindre. Detta därför att kostnaderna blir för höga för de allra minsta byråerna. Konkurrensen idag är större än för 10 år sedan, fler mäklare finns på marknaden och de är dessutom mer hungriga. Maritha nämner exempel på saker som har tillkommit för att möta den hårda konkurrensen såsom försäkringsutbud, styling och flyttstädning.

4.4 Intervju med Jonas Berglund, Fastighetsbyrån, Göteborg

Jonas Berglund arbetar som försäljningschef på Fastighetsbyrån i centrala Göteborg. Han driver sju mäklare plus han själv samt har delat budgetansvar tillsammans med en kollega. Han ansvarar för budgeten på försäljningssidan medan hans kollega ansvarar för kontorssidan. Jonas har arbetat tre år på Fastighetsbyrån men varit verksam fastighetsmäklare i sex år. Tidigare har han arbetat på företaget Erik Olsson Fastighetsförmedling i Stockholm. Han har gått en tvåårig fastighetsmäklarutbildning i Gävle där han studerade åren 1999-2001.

Det Jonas anser om utvecklingen på marknaden de senaste sex åren är att det varit gynnsamma tider och att de har följts av att provisionen släpar lite kontra prisökningen på objekten. Med det menar han att procentsatsen en fastighetsmäklare tar ut i provision går neråt men att den enskilda provisionen ändå går uppåt beroende på att prisökningarna på objekten är så stora. För en fastighetsmäklare går det inte att hålla de höga arvoden när priserna går uppåt.

Jonas tror att avgörandet av val av säljkanal när man ska sälja ett objekt är kunskap samt bristen av kunskap. Eftersom att anlita en fastighetsmäklare är en "sällan-köp-tjänst" tror han att många anlitar en fastighetsmäklare för att få ta del av dennes kunskap.

Jonas tycker att en fastighetsmäklare idag är mer kundanpassad än tidigare. Den nya generationen idag vill ha mycket detaljer, veta allt och vara delaktig. Det är skillnad om man jämför med den gamla generationen som bara ger fastighetsmäklaren en nyckel. Ofta är det på ont att den nya generationen vill vara så delaktig då de oftast inte kan området samt att de har svårt att erkänna när de har fel.

Jonas anser att fastighetsmäklarlagen måste göras om och förbättras. Fastighetsmäklare arbetar med privatpersoner som inte besitter kunskapen att förmedla objekt som en fastighetsmäklare

gör. I dagsläget finns det inga strikta regler om hur en fastighetsmäklare ska sköta de mest viktiga sakerna som exempelvis budgivning, annonsering och utgångspriser.

Jonas berättar att man använder sig dagligen av Internet på kontoret. På Hemnet.se använder man sig av annonsering och budgivning, mer e-post användande samt att allt som tidigare skickades via fax idag skickas via Internet. Internet har förändrat arbetet för fastighetsmäklare genom att effektivisera det. Kunder sällas bort automatiskt redan på Internet idag om man jämför med tidigare då kunden endast hade tillgång till den knapphändiga information som stod skriven i några rader i tidningsannonser. En stor del av en fastighetsmäklares tid gick då åt till att ta emot kundbesök och även hålla i flera visningar.

Jonas har intryck av att Internetmäklare inte tagit någon andel av marknaden från de traditionella fastighetsmäklarna. Enbart ett fåtal kunder har valt att sälja själva med hjälp av Internetmäklare istället för med traditionell fastighetsmäklare. Han tror att Internetmäklare plockar kunder främst från sidor som Blocket.se och inte från de traditionella fastighetsmäklarföretagen. Han berättar vidare om att det skrevs mycket om Internetmäklarens uppkomst i media för drygt ett år sedan och att de skulle plocka mycket andelar från traditionella fastighetsmäklare men mycket mer än så var det inte.

Jonas anser att man inte rakt av kan jämföra en traditionell fastighetsmäklares tjänst med en Internetmäklares då de sistnämnda erbjuder en alternativform av "själv säljar-tjänst". Han har bara tittat snabbt på vad Internetmäklare erbjuder för tjänster och får då intrycket av att de i stort sett egentligen bara hjälper en säljare med handlingar. Han menar att de som startat hemsidorna på Internet är gamla traditionella fastighetsmäklare som blivit trötta på sitt arbete och vill tjäna pengar på ett annat effektivare sätt. Han menar också att Internetmäklare är ett bra komplement till självsäljare då de som inte kan något om förmedling kan få lite hjälp. Tidigare gick självsäljare från Blocket.se till Akademibokhandeln och köpte handlingar. Jonas menar att de som väljer att anlita Internetmäklare oftast är kalkylpersoner, de räknar på vad de förlorar genom att anlita en traditionell fastighetsmäklare men ej vad de kan vinna på det. De som anlitar traditionella fastighetsmäklare är framåtriktade personer och som själva ser nyttan i det.

De största konkurrenterna till Fastighetsbyrån i centrala Göteborg som Jonas ser är de andra aktörerna i innerstaden så som Svensk Fastighetsförmedling, m2, Ahre Fastighetsbyrå och Lundin Fastighetsbyrå. Som han själv säger så har han hjärnkoll på de andra aktiva fastighetsmäklarna och informerar sig om deras verksamheter bland annat genom Internet och kontakter. Exempelvis kan information om en konkurrent fås genom vänner som anlitar någon av de andra konkurrerande aktörerna.

Konkurrensen på fastighetsmäklarmarknaden blir bara tuffare och tuffare enligt Jonas. Han ser tydligt att fastighetsmäklare som arbetat i 5-7 år på marknaden inte orkar längre och anlitar nyutexaminerade fastighetsmäklare på en tuff marknad. Denna utveckling resulterar i att det enda man som fastighetsmäklare kan göra ur konkurrenssynpunkt är att sänka sitt arvode. Det finns även taktisk konkurrens och exempel på det är efter semestern då man bara vill få in nya objekt. Då kan fastighetsmäklare på marknaden gå under sin normala provision under en tid för att vinna marknadsandelar.

Jonas anser att tjänsten som en fastighetsmäklare erbjuder har förändrats sedan tidigare. Han nämner krav på att ha professionella fotografer, trender som homestyling och så vidare. Han

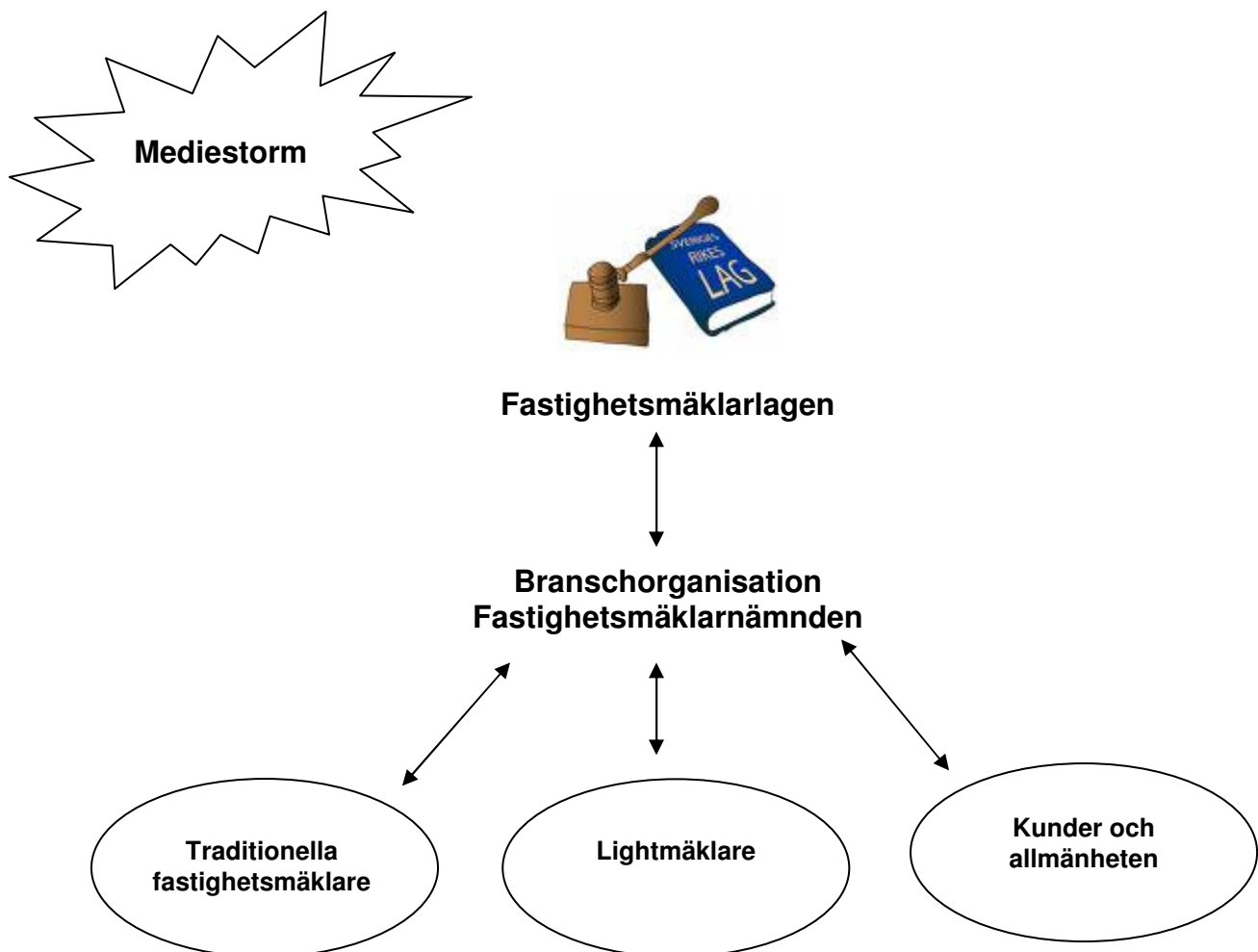
tror att den nya trenden för sommaren kan komma att bli så kallad trädgårds-styling för objekt med trädgård. Byråerna på marknaden får även hela tiden arbeta med produktutveckling.

5 Analys

I analysavsnittet kopplar vi det skrivna i den teoretiska referensramen med den empiriska datan som vi fått fram genom intervjuer. Analysen ligger sedan till grund för vår slutsats.

5.1 Koppling mellan de berörda i teoretisk referensram

Fastighetsmäklarlagen styr över fastighetsmäklarens rättigheter och skyldigheter gentemot sina kunder och allmänheten. Fastighetsmäklarnämnden ansvarar för kontrollen över hur lagen efterföljs och får in synpunkter från de traditionella fastighetsmäklarna, lightmäklarna samt allmänheten. Branschorganisationerna kan påverka lagen genom att framföra de önskade ändringarna från sina medlemmar och allmänheten. Mediastormen påverkar i sin tur samtliga aktörer på marknaden.



Figur 4. Förenklad bild över kopplingen mellan de berörda parterna i teoretisk referensram.

5.2 Sammanfattning av samtliga intervjuer

5.2.1 Personlig bakgrund

Även då de intervjuade personerna hade olika förutsättningar beträffande utbildning, ålder, erfarenhet och så vidare kan vi se förvånansvärt lika uppfattningar om utvecklingen på marknaden och konkurrensen som sådan. Jonas på Fastighetsbyrån som varit i branschen i sex år har en snarlik uppfattning om fastighetsmarknaden som Maritha på Svensk Fastighetsförmedling som varit verksam i närmare 20 år. Trots de olika lokala marknaderna samt den geografiska placeringen så har samtliga intervjuade personer en väldigt likartad helhetsbild över situationen för fastighetsmäklare.

5.2.2 Marknaden

Alla intervjuade personer tycker att utvecklingen på fastighetsmäklarmarknaden de senaste åren har varit gynnsam. De nämner även kundernas ökade medvetenhet gällande deras rättigheter och skyldigheter vid fastighetsköp/försäljning.

Det alla nämnde var även det stora behovet av en uppdatering av fastighetsmäklarlagen. Senaste revideringen av lagen gjordes 1995 och på grund av utveckling och de förändringar som skett på marknaden täcker inte fastighetsmäklarlagen de nya behoven. Som exempel kan nämnas att lagen reglerar inte vad som sker på Internet samt ökandet av kringtjänster.

De intervjuade anser överlag att yrket fastighetsmäklare gått från att vara informationsbärare till att vara mer serviceinriktat. Denna förändring beror på ökad medvetenhet hos kunderna och tvingar fastighetsmäklare att uppdatera sig vid förändringar för att bibehålla sin marknadsandel och tillgodose kundernas behov.

Vi har fått varierande svar från de intervjuade angående vad som är de avgörande faktorerna för val av säljkanal. Det framkommer att en faktor kan vara den personliga läggningen, vilken fallenhet kunden har för att sälja själv eller inte. De ytterligare faktorer som nämns är bristen på kunskap, tryggheten som eftersträvas samt tidigare referenser och relationer.

5.2.3 Internet

Samtliga tillfrågade använder sig dagligen av Internet i utförandet av sitt arbete. Internet har förändrat samtligas arbete främst genom förenklad kommunikation av flera olika slag, exempelvis genom annonsering av objekt samt effektivare kundbemötande via e-post.

De tillfrågade har inte märkt av lightmäklarens uppkomst på marknaden. De ser ingen förändring varken då det gäller ökad konkurrens eller ändrad kundgrupp. Kunskapen bland de intervjuade om vad en lightmäklare gör och erbjuder sina kunder var varierande. Men utifrån den kunskap som de hade tyckte de tillfrågade att de traditionella fastighetsmäklarnas tjänster skiljde sig från lightmäklare. Främst genom den personliga kontakten och därmed tryggheten som den medför samt ansvaret. Den allmänna uppfattningen av lightmäklare är att de kan vara ett bra komplement, dels mot de traditionella fastighetsmäklarna men framförallt mot självsäljarprofilen som kan få mer hjälp med korrekta handlingar än tidigare.

5.2.4 Konkurrens

Branschorganisationen Mäklarsamfundet nämner en stillastående marknad som den främsta konkurrenten medan de traditionella fastighetsmäklarna nämner de övriga lokala fastighetsmäklarkontoren. Hur de inhämtar information om sina konkurrenter skiljde sig åt.

Där de fanns fler aktörer och därmed hårdare konkurrens såg man en tydlig angelägenhet att informera sig om konkurrenternas verksamhet än där det fanns färre aktörer. Inhämtning av information sker genom bland annat konkurrenternas hemsidor och deras direktreklam, men även genom kontakter. Mäklarsamfundet informerar sig om marknaden via media och direktkontakt med allmänheten.

Den upplevda konkurrensen på fastighetsmäklarmarknaden idag upplevs hård men sund. Det är fler aktörer på dagens marknad samt att de verksamma hela tiden måste arbeta aktivt för att skilja sig från mängden. Exempelvis krävs det ett aktivt arbete med produktutveckling, professionella fotografer samt anamma nya trender så som homestyling.

5.3 Koppling mellan teori och empiri

I den teoretiska referensramen har vi beskrivit ingående om fastighetsmäklarmarknaden och de olika aktörerna. Vi har även tagit upp allmänt om fastighetsmäklarlagen, fastighetsmäklarnämnden, branschorganisationer och mediestormen kring lightmäklares uppkomst. Vidare har vi diskuterat strategier och konkurrens ur en företagsekonomisk synvinkel. I empirin har vi redovisat för våra utförda intervjuer.

Vid analys av de utförda intervjuerna kan man se ett tydligt missnöje med dagens fastighetsmäklarlag. De verksamma fastighetsmäklarna samt Mäklarsamfundet anser att lagen omgående måste anpassas till dagens marknad och konkurrens. Det ökade användandet av Internet och de olika trender som uppstår hindras av dagens utformning av fastighetsmäklarlagen. Exempelvis kan en fastighetsmäklare ej personligen erbjuda homestyling då det enligt lagen är förbjudet att syssla med förtroenderubbande sidoverksamheter.

Beträffande skrivierna kring uppkomsten av lightmäklare under hösten 2006 i massmedia ser vi i analysen av empirin att de traditionella fastighetsmäklarna inte blivit berörda i den utsträckning som förutspåddes. I empirin framgår att lightmäklarna tar markandsandelar från de säljare som väljer att sälja själva genom exempelvis Blocket.se och inte från de traditionella fastighetsmäklarna som media lyste fram.

Samtliga intervjuade personer var eniga om att en traditionell fastighetsmäklares tjänster inte var jämförbara med en lightmäklares. Främsta orsaken som nämndes var bristen av den personliga kontakten i en lightmäklares arbete. En annan är det annorlunda utbud en lightmäklare erbjuder sina kunder och där av varierande prisnivåer.

De tillfrågade traditionella fastighetsmäklarna anser inte att lightmäklare är en ny konkurrent eller substitut på marknaden idag. Men då framtiden på marknaden är oviss nämns det att man inte kan utesluta konkurrens från lightmäklare eller att de kommer att påverka marknadens utformning av tjänster.

6 Slutsats

Nedan presenterar vi de slutsatser vi kommit fram till och som är kopplade till vår problemformulering. Vidare presenterar vi områden som vi funnit under vår forskning som skulle kunna vara tänkvärda för en fortsatt forskning.

Efter att ha studerat hur den svenska fastighetsmäklarmarknaden ser ut i dagsläget, både ur en teoretisk samt ur en empirisk utgångspunkt, anser vi oss kunna svara på vårt tidigare formulerat problem som såg ut som följande:

Hur upplever den traditionella fastighetsmäklaren konkurrensen sedan lightmäklarens inträde på den svenska marknaden?

Genom att analysera den insamlade empirin får vi en klar och tydlig bild över den upplevda konkurrensen på marknaden idag och vi anser inte att de traditionella fastighetsmäklarna upplever någon konkurrens från lightmäklarna. Vi har kommit fram till att deras främsta konkurrenter istället är de närliggande fastighetsmäklarkontoren.

En lightmäklares och en traditionell mäklares tjänster skiljer sig åt när det gäller kundkontakt. En lightmäklare jobbar på distans och träffar sällan sina kunder face-to-face medan en traditionell fastighetsmäklare lägger ner mycket tid och energi på kundbemötande. Beroende på de högre arvoden som de traditionella fastighetsmäklarna tar ut anser vi att lightmäklare kan vara ett bra komplement för de säljare som känner att de kan klara av vissa delar vid en försäljning själva samt för de självsäljare som behöver hjälp med att få alla handlingar korrekta.

Vi anser att den gynnsamma utvecklingen för de traditionella fastighetsmäklarna på fastighetsmäklarmarknaden de senaste åren inte har påverkats av lightmäklarnas uppkomst. Om man tittar på siffror från Värderingsdata så ser man en tydlig trend av att fler och fler väljer att sälja sina villor via en traditionell fastighetsmäklare än att sälja själv. De traditionella fastighetsmäklarna har under den senaste tiden haft en årlig ökning av antal objekt som säljs.

Yrket traditionell fastighetsmäklare har behövt vidta åtgärder för att anpassa sig till dagens marknad, dock inte beroende på att lightmäklare trätt in på marknaden. Det är den lokala konkurrensen bland de traditionella fastighetsmäklarna samt de mer upplysta kunderna som tvingat yrket att ändra sig från att vara informationsbärare till serviceinriktat. Inte heller har vi sett någon konkurrens från lightmäklare vid val av säljkanal, tendensen har istället visat att lightmäklare tagit marknadsandelar från självsäljarmarknaden.

En traditionell fastighetsmäklares spelrum för att få ut högsta möjliga pris, tror vi, minskas om fastighetsmäklarmarknaden skulle börja gå nedåt. Fler och fler säljare skulle då välja att sälja på egen hand än tidigare. Därmed finns det en möjlighet för lightmäklare att ta marknadsandelar från de traditionella fastighetsmäklarna då lightmäklare tar andelar från självsäljarmarknaden.

Avslutningsvis drar vi slutsatsen att det inte blev som media förutspådde. Media trodde att nätmäklarna, genom lågkostnadsstrategi, skulle utmana de traditionella fastighetsmäklarna. Snarare ser vi en strategi liknande en differentiering då tjänsterna ej är jämförbara. Lightmäklarna har inte tagit marknadsandelar från de traditionella fastighetsmäklarna. Då det

är en het bransch med stor omsättning får påtryckning från media stora konsekvenser. Media har en förmåga att förstora upp nyheter på marknaden, både på gott och ont.

6.1 Förslag till vidare forskning

Under vårt arbete med denna uppsats har vi stött på en del frågeställningar som vi ansett vara lämpliga frågor att ta upp för vidare forskning. Dessa frågeställningar är:

- Vilka faktorer har skapat lightmäklare?
- Har media framställt traditionella fastighetsmäklare i dålig dager genom att utse dem som vinnare på den heta bostadsmarknaden?
- Hur ser samarbetet ut mellan försäkringsbolagen i Sverige och de olika franchiseorganisationerna verksamma på fastighetsmäklarmarknaden? Varför är det svårt för mindre etablerade fastighetsmäklarfirmor att få samma utbud bland försäkringar? Varför måste lightmäklare söka sig utomlands för att få likvärdiga försäkringar?
- Vad händer om fastighetsmäklarmarknaden skulle börja gå uppåt respektive nedåt? Hur fördelas marknadsandelarna mellan de respektive aktörerna på marknaden då?
- Hur har fastighetsmäklarmarknaden påverkats av olika konjunkturer historiskt? Ökade de traditionella fastighetsmäklarnas försäljning mer procentuellt under förra högkonjunkturen än vad den gjort nu?

7 Referenser

7.1 Litteratur

Backman, J. (1998). *Rapporter och uppsatser*. Lund: Studentlitteratur.

Grönroos, C. (2002). *Service Management och marknadsföring- en crm ansats*. Liber AB

Jacobsen, D I. (2002), *Vad, hur och varför?* Lund: Studentlitteratur.

Mäklarsamfundet. (2006). *Lärobok i Fastighetsförmedling*. Göteborg: Mäklarsamfundet Service i Sverige AB.

Skärvad, P-H, Olsson, J. (2007). *Företagsekonomi – en introduktion*. Slovenien: Liber AB

Zacharias, C. (2001). *Fastighetsmäklarlagen i praktisk tillämpning*. Stockholm: Norstedts juridik AB

7.2 Artiklar

Backman, L-E. (2006-10-05). *Ökad konkurrens oroar nybliven mäklare*. Sveriges Radio – Ekot. Tillgänglig: <http://www.sr.se/cgi-bin/ekot/artikel.asp?Artikel=960884>

Balksjö, J. (2006-09-18). *Skippa mäklaren – tjäna tusenlappar*. Aftonbladet. Tillgänglig: <http://www.aftonbladet.se/vss/stockholm/story/0,2789,889394,00.html>

Lundin, T. (2006-08-29). *Nätet utmanar mäklarna*. Metro. Tillgänglig: <http://www.metro.se/se/article/2006/08/29/07/3540-22/index.xml>

Ullman, J. (2004-11-04). *Lönar det sig att anlita en mäklare?* Värderingsdata. Tillgänglig: <http://www.varderingsdata.se/artiklar/Lonar%20det%20sig%20att%20anlita%20en%20maklar%20e.pdf>

7.3 Webbsidor

<http://www.accim.se/maklaransvar.htm>

Accent Advokatbyrå (före detta Accim Advokatbyrå), besökt 2007-02-07

<http://www.amaklarna.se/>

A-mäklarna.se, besökt 2007-02-09

<http://www.adirekta.se/>

Adirekta, besökt 2007-02-09

<http://www.erasweden.se/>

ERA Sverige, besökt 2007-03-28

<http://www.fastighetsbyran.se/>

Fastighetsbyrån, besökt 2007-03-27

<http://www.fmf.net/fmf.html>
Fastighetsmäklarförbundet, besökt 2007-02-19

<http://www.fastighetsmaklarnamnden.se/>
Fastighetsmäklarnämnden, besökt 2007-02-20

<http://www.hemonline.se/>
Hemonline, besökt 2007-02-09

<http://www.hemverket.se/>
Hemverket.se, besökt 2007-02-09

<http://www.maklarsamfundet.se/>
Mäklarsamfundet, besökt 2007-02-19

<http://www.notisum.se>
Notisum AB, besökt 2007-02-20

<http://nylya.nu/>
NyLya.nu, besökt 2007-02-09

<http://www.skandiamaklarna.se/>
Skandia Mäklarna, besökt 2007-03-28

http://www.svenskfast.se/Default____332.aspx
Svensk Fastighetsförmedling, besökt 2007-03-27

7.4 Uppsatser och rapporter

Amedro, B., Bjerström, T., Borojevic, A., Manolescu, M. (2002-12-16). *Internet och Fastighetsmäklare, en lyckad kombination?* Tillgänglig:
http://www.uppsatser.se/uppsats_f/f26fafb252.php

Wörmann, C. (2006-11). *Konkurrens, utveckling och förändring – Rapport om den svenska fastighetsmäklarmarknaden.* Tillgänglig:
<http://www.maklarsamfundet.se/upload/Start/Pdf/Fakta%20&%20Publikationer/branschen2006.pdf>

7.5 Intervjuer

- Intervju med Claudia Wörmann, Mäklarsamfundet i Stockholm (2007-03-19)
- Intervju med Matz Ågehäll, ERA Bråviken i Krokek (2007-03-20)
- Intervju med Maritha Wikner, Svensk Fastighetsförmedling i Halmstad (2007-03-27)
- Intervju med Jonas Berglund, Fastighetsbyrån i Göteborg (2007-03-29)

7.6 Bilder och figurer

Skärvad, P-H, Olsson, J. (2007). *Företagsekonomi – en introduktion*. Slovenien: Liber AB.
Figur 2:4: *Två typstrategier*.

Skärvad, P-H, Olsson, J. (2007). *Företagsekonomi – en introduktion*. Slovenien: Liber AB.
Figur 4:6: *Den utvidgade konkurrensen (källa M Porter: "Competative strategy", The Free Press, 1980)*

Lagboks bilden i figur 2. Tillgänglig:

<http://images.google.se/images?hl=sv&q=lagbok&btnG=S%C3%B6k+bilder&gbv=2>

Bilaga

Bilaga 1 – Intervjumall

Personlig bakgrund

1. Vilken är er uppgift/position inom företaget?
2. Hur länge har ni arbetat på företaget/byrån?
3. Har ni någon erfarenhet från andra företag/byråer?
4. Hur länge har ni jobbat inom branschen?
5. Vad har ni för utbildning?

Marknaden

6. Hur har utvecklingen, i stora drag, sett ut på fastighetsmäklarmarknaden de senaste tio åren?
7. Vilka tror ni är de avgörande faktorerna för val av säljkanal (sälja själv, Internetmäklare, traditionell fastighetsmäklare)?
8. Anser ni att fastighetsmäklaryrket har förändrats under den tid ni varit verksam? Om ja, på vilket sätt?
9. Har fastighetsmäklaryrket behövt vidta några åtgärder för att anpassa sig till dagens marknad?

Internet

10. Använder ni Internet i utförandet av ert arbete? Om ja, hur?
11. På vilket sätt har uppkomsten av Internet påverkat ert arbete som företag/byrå?
12. Har ni som traditionella mäklare känt av att Internetmäklare uppstått på marknaden?
Exempel genom:
 - Minskad efterfrågan?
 - Ändrad kundgrupp?
 - Ökad konkurrens?
13. Anser ni att er tjänst skiljer sig från Internetmäklares tjänster?
14. Vad är er uppfattning om Internetmäklare?

Konkurrens

15. Vilka anser ni vara era främsta konkurrenter?
16. Informerar ni er om deras verksamhet/verksamheter? Om ja, på vilket sätt?
17. Hur upplever ni konkurrensen på fastighetsmäklarmarknaden idag?
18. Hur tycker ni att konkurrensen ser ut på fastighetsmäklarmarknaden idag om man jämför från tio år tillbaka?
19. Har ni som företag behövt ändra era tjänster för att kunna möta konkurrensen?