

UDVIKLINGSPROJEKT

”Udviklingstendenser på ejendomsmæglermarkedet”

(delrapport 1 – ”Ejendomsmæglernes syn på branchens udviklingstendenser”)



Udarbejdet af:

Kåre Stattau
Cphbusiness Academy

Gintautas Bloze
Cphbusiness Academy

Vinnie Kyrstein
UCL Erhvervsakademi og
Professionshøjskole

August 2018

Indholdsfortegnelse

Indholdsfortegnelse.....	2
Forord	3
Resume	3
1. Baggrund.....	4
2. Metode	6
2.1 Kvalitative interview	6
2.2 Online survey.....	6
3. Analyse	8
3.1 Faglighed og kompetencer	9
3.2 Tendenser i branchen.....	12
3.2.1 Brug af de sociale medier	12
3.2.2 Fysiske butikker	14
3.2.3 Købermæglerservice.....	16
3.3 Udfordringer og trusler.....	19
3.3.1 Selvsalg	19
3.3.2 Andre trusler og udfordringer	21
4. Konklusion	24
Referencer	27
Bilag 1. Skema til semistruktureret interview	27
Bilag 2. Spørgeskemaets opbygning	30

Forord

UCL Erhvervsakademi og Professionshøjskole og Cphbusiness Academy har i fællesskab lavet nærværende udviklingsprojekt, hvis hovedformål er at undersøge og belyse udviklingstendenser i den danske ejendomsmæglerbranche i et 5-7 årigt fremtidsperspektiv. Særligt fokus har været at undersøge, digitaliseringens hidtidige og fremtidige betydning for ejendomsmæglerbranchen.

Udviklingsprojektet består af 2 delrapporter, en "Ejendomsmæglernes syn på branchens udviklingstendenser" (august 2018) og en "Boligsælgerens syn på ejendomsmæglermarkedet og branchen" (oktober 2018). Delrapporterne kan læses uafhængigt af hinanden.

Det sammenfattende mål er således, at undersøgelsesmaterialet vil kunne medvirke til at udvikle indholdet af den teoretiske del af ejendomsmægleruddannelsen og blive brugt i relevante fag på erhvervsakademierne. Det er også håbet, at Dansk Ejendomsmæglerforening (DE)¹ og ejendomsmæglerbranchen vil kunne bruge projektet i forbindelse med branchens udvikling.

Forfatterne takker for samarbejdet og den service, der er ydet af Dansk Ejendomsmæglerforening, dens medlemmer og Boligsiden A/S.

Resume

Projektet består af to undersøgelser:

I første undersøgelse er der foretaget interview med 10 udvalgte ejendomsmæglere (repræsenterende Københavns forstæder og omegn, Nordsjælland, Lolland-Falster, Fyn, Jylland og Bornholm), og på baggrund af disse svar blev der udarbejdet et spørgeskema, som via Dansk Ejendomsmæglerforening (DE) blev udsendt til ejendomsmæglere i hele landet, hvoraf 220 besvarelser danner grundlag for det statistiske materiale, som blev indsamlet forår 2018.

Den anden undersøgelse foretages via et spørgeskema rettet mod boligsælgere, hvor disse er "fanget" via opmærksomhedsannoncering på Boligsiden.dk og sociale medier. Denne fremgår af delrapport 2 ("Boligsælgerens syn på ejendomsmæglermarkedet og branchen").

¹ Dansk Ejendomsmæglerforening er en brancheforening for ejendomsmæglere i Danmark

Denne første delrapport belyser ejendomsmæglerbranchen ud fra ejendomsmæglernes synspunkt. Vi har spurgt dem om de nyeste tendenser i branchen og hvilke udfordringer og trusler branchen står over for nu og ikke mindst i fremtiden.

Man kan ikke komme uden om, at digitalisering nævnes som den største trend, der har været i branchen. Som eksempel kan nævnes, at Facebook slet ikke blev brugt for fem år siden, og nu er mange mæglere med på de sociale medier for at lave målrettet markedsføring. De digitale kompetencer nævnes også som det, der får størst betydning i fremtiden. Når det er sagt, så nævnes personlig kommunikation også, som noget der får en større betydning i fremtiden. Det er trods alt værdier i millionstørrelsen, der handles og derfor efterspørger kunderne trykthed og tillid og det er svært at skabe igennem online kommunikation. Det er også en af årsagerne til, at mange ejendomsmæglere tror, at de fysiske butikker vil bestå i fremtiden. Dette er imod den trend, man oplever i bankverdenen, hvor de fysiske filialer lukker og kommunikationen bliver flyttet online.

Dog nævnes digitalisering også som en af de store udfordringer for branchen, fordi kunderne er meget mere velinformerede og forberedte til møder, hvilket stiller større krav til mæglernes faglighed. Der er en stor enighed blandt mæglerne om, at den største trussel mod branchen er det samarbejde, som visse banker og ejendomsmæglerkæder har. Det hæmmer konkurrencen i branchen.

Det man er mindst bange for i branchen, er at nye forretningsmodeller, inspireret fra udlandet, vil udfordre den måde man driver en mæglerforretning på i Danmark. Man ser heller ikke en trussel i, at den digitale udvikling en dag kan føre boligsælgere og boligkøbere direkte sammen og dermed vil gøre ejendomsmæglerne overflødige som mellemlid i bolighandel.

1. Baggrund

Ejendomsmæglermarkedet i Danmark handler primært om ejendomsmæglerservice. De primære aktører på markedet er boligsælgere og ejendomsmæglerne på den ene side og ejendomskøberne på den anden side. Ejendomsmæglerne konkurrerer om at få boligsælgere til at vælge dem i forbindelse med, at boligsælgere ønsker at sætte deres bolig til salg. Den service, som ejendomsmægleren tilbyder, er typisk markedsføring og fremvisning af ejendommen samt udarbejdelse af de nødvendige dokumenter i forbindelse med bolighandel, så som salgsopstilling, købsaftale, skøde m.m. Spørgsmålet er, om kunderne fortsat vil benytte sig af disse ydelser i samme omfang i fremtiden og betale så høje udgifter, som der sædvanligvis er forbundet med

ejendomssalg via ejendomsmægler. Hvis man ser bredt på den finansielle sektor, så har pengeinstitutterne været i udvikling, hvor mange filialer lukkede og forbrugerne fik mulighed for at klare de fleste bankopgaver elektronisk via netbank eller mobiltelefon. Man kan i dag aftale og ændre mange af bankkundens porteføljer digitalt og tendensen går mod kunstig intelligens.

Digitaliseringen har også ramt rejsebranchen hårdt. I stedet for at besøge et rejsebureau, kan man i dag selv finde de bedste og billigste rejser online igennem hjemmetider, f.eks. travel.com eller booking.com.

Forsikrings- og pensionsbranchen er også påbegyndt en voldsom digitalisering af kundebetjeningen og detailhandlen er ved at blive vendt på hoved pga. digitalisering, hvor fysiske butikker bliver udfordret af online sælgere og distributører som Amazon.com og nemlig.com m.fl.

Det ser ikke umiddelbart ud til at digitaliseringen (selvbetjeningen) i samme omfang har påvirket ejendomsmæglerbranchen. Branchen kendetegnes ved en hård konkurrence de enkelte mæglere imellem. I perioden 2007 til 2010 - under finanskrisen - faldt antallet af ejendomsmæglerforretninger fra 1545 til 1360², og i juni 2018 var tallet steget til 1403³.

Taget konkurrence og digitaludvikling i betragtning kunne man have forventet, at ejendomsmæglerne ville følge den finansielle sektors vej og lukke mange af de fysiske butikker og samle dem centrale steder for at spare omkostninger, fx lokaleomkostninger og lønninger. Men det er ikke tilfældet, man kan stadigvæk finde ejendomsmæglerbutikker mangfoldigt repræsenteret, også steder hvor kundebesøg næsten er ophørt. Ikke nok med det, selvom antallet af forretninger ikke er kommet på niveau med "de gyldne tider" før finanskrisen, er antallet af ejendomsmæglere vokset: I 2006 var der ca. 3.000 medlemmer af Dansk Ejendomsmæglerforening, mens der i 2009 var 2.653 medlemmer og antallet er herefter vokset til 3.075 i juni 2018⁴.

Digitaliseringen har forenklet arbejdsgangene og begrænset papirmængden og fysisk post betydeligt i butikkerne, men det har altså ikke begrænset antallet af ejendomsmæglere. Der er sket en skærpet konkurrence i de seneste år, hvor nye aktører i stigende omfang lancerer "selvsalgprodukter" for

² <http://www.business.dk/ejendomme/ejendomsmaeglere-lukker-paa-stribe-0>

³ <https://www.de.dk/statistik/medlemstal/medlemstal-i-dansk-ejendomsmaeglerforening?t=1dnnhtm46>

⁴ <https://www.de.dk/statistik/medlemstal/medlemstal-i-dansk-ejendomsmaeglerforening?t=1dnnhtm46>

boligsælgerne, men det er svært at se, at det har haft særlig indvirkning på det "traditionelle" ejendomsmæglervirksomhed. I stedet for at bukke under, har ejendomsmæglerne tilpasset sig de nye muligheder for at tilegne sig større markedsandele på ejendomsmæglermarkedet.

Det er derfor nærliggende at undersøge, hvad der kan være årsagen til den digitale "træghed" i ejendomsmæglerbranchen og de udviklingstendenser og udfordringer der kan forventes inden for en tidshorisont på 5 – 7 år.

2. Metode

Undersøgelsen af tendenserne i branchen og ejendomsmæglerenes forventninger til fremtiden er baseret på en række kvalitative og kvantitative data indsamlet i marts-april måned i 2018. Først blev der udført 10 kvalitative interviews med ejendomsmæglere fra forskellige dele af landet.

Efterfølgende blev der, på baggrund af den viden der blev indsamlet ved interviewene, gennemført en spørgeskemaundersøgelse, som via Dansk Ejendomsmæglerforening (DE) blev udsendt til deres medlemmer i hele i landet.

2.1 Kvalitative interview

Der blev indledningsvis gennemført 10 kvalitative interviews, der var eksplorative i deres karakter. De havde til formål at afdække tendenser og udfordringer i ejendomsmæglerbranchen samt afdække hvilke kernekompetencer/faglighed, man forventer, vil blive efterspurgt i nærmeste fremtid.

Målgruppen for interviewene var ejendomsmæglere udvalgt fra forskellige dele af landet, idet geografien kan spille en vis rolle i, hvordan man betragter ejendomsmæglermarkedet. Ved valget af respondenter blev der også taget hensyn til deres anciennitet som ejendomsmægler. Hvert interview varede ca. en time.⁵

2.2 Online survey

De kvalitative interviews gav værdifulde informationer om, hvilke tendenser der ses i branchen og hvilke kompetencer ejendomsmæglerne bør besidde i de kommende år. Samtidig blev det afdækket, hvilke udfordringer der har betydning for ejendomsmæglerbranchen. Disse anvendte vi til at formulere spørgsmål i en

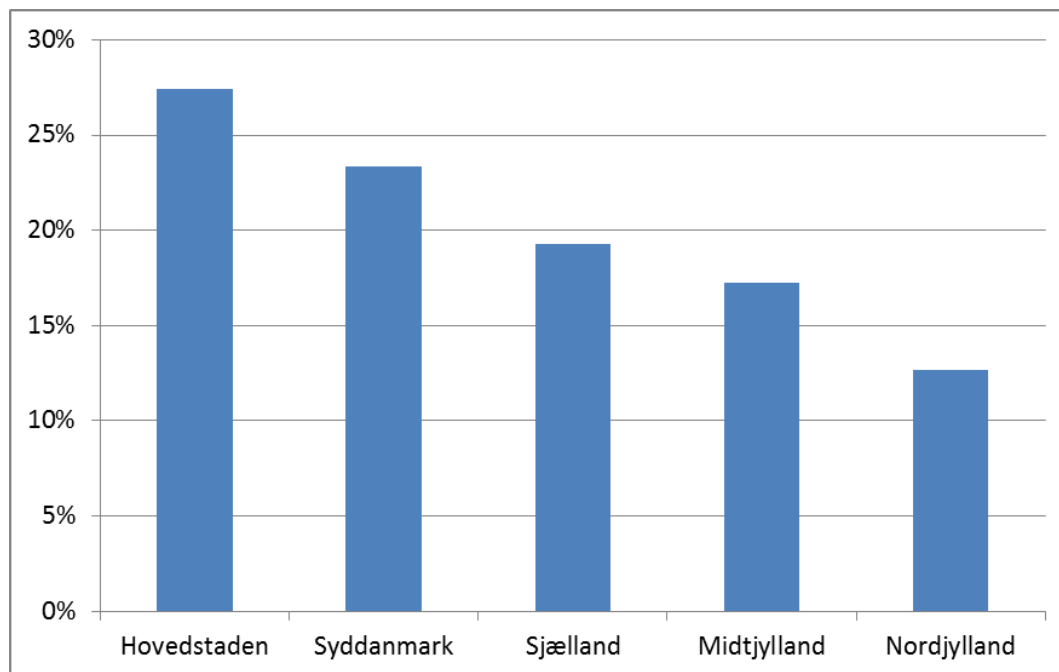
⁵ Skema er vedlagt. Bilag 1

online survey⁶ direkte målrettet alle ejendomsmæglerne i Danmark. Link til spørgeskemaet blev sendt ud til medlemmerne af Dansk Ejendomsmæglerforening.

Vi har fået 220 brugbare besvarelser. Brutto var der 228, men 8 af dem viste sig at være fra erhvervsmæglerne. 20 besvarelser var ikke besvaret til ende, men det var primært postnummer for ejendomsmæglerbutikken, som var udeladt, hvorfor vi besluttede at lade svarene indgå.

De afgivne svar repræsenterer hele landet, som illustreret i Figur 1 nedenfor. Der er ikke overraskende, at der er flest ejendomsmægler fra Hovedstadsregionen, som har besvaret spørgeskemaet.

Figur 1. Respondenterne fordelt efter region.



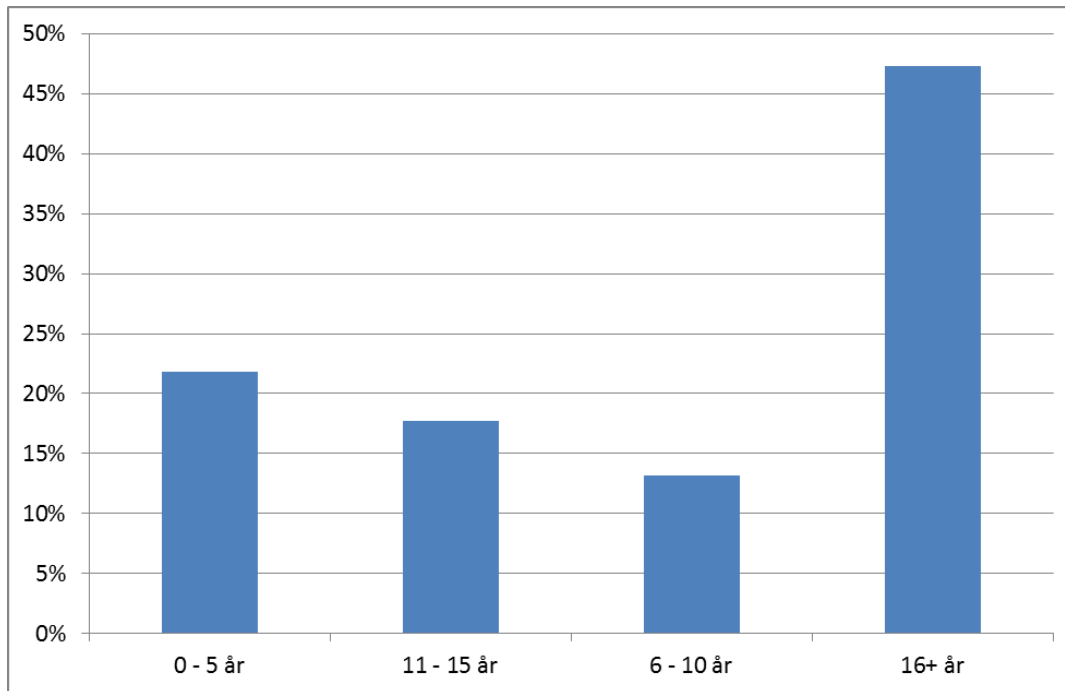
Kilde: Egne beregninger ud fra spørgeskemaundersøgelsen.

Vi har spurgt til størrelsen af ejendomsmæglerbutikken, som respondenteren er tilknyttet, samt til ca. antal solgte boliger de sidste tre måneder. Gennemsnittet her var på 20 boliger, med et gennemsnitligt antal ejendomsmægler i butikken på 3. Vi spurgte også om tilknytning til de fire store kæder (EDC, Nybolig, Danbolig og Home) og 62% af alle respondenter havde tilknytning til de fire store kæder.

⁶ Spørgsmål er vedlagt. Bilag 2

Figur 2 viser, hvor mange år respondenterne har været aktive som ejendomsmæglere. Man kan se, at dem med 16+ år erfaring udgør knap halvdelen af alle respondenter.

Figur 2. Antal år som aktiv ejendomsmægler.



Kilde: Egne beregninger ud fra spørgeskemaundersøgelsen.

3. Analyse

I det følgende præsenteres resultater af spørgeskemaundersøgelsen, hvor de indsamlede data giver et billede af ejendomsmæglernes syn på markedet. Baseret på svarene har vi valgt at inddele analysen i tre dele:

- 3.1 faglighed og kompetencer af fremtidige ejendomsmæglere,
- 3.2 tendenser i branchen og
- 3.3. udfordringer og trusler

3.1 Faglighed og kompetencer

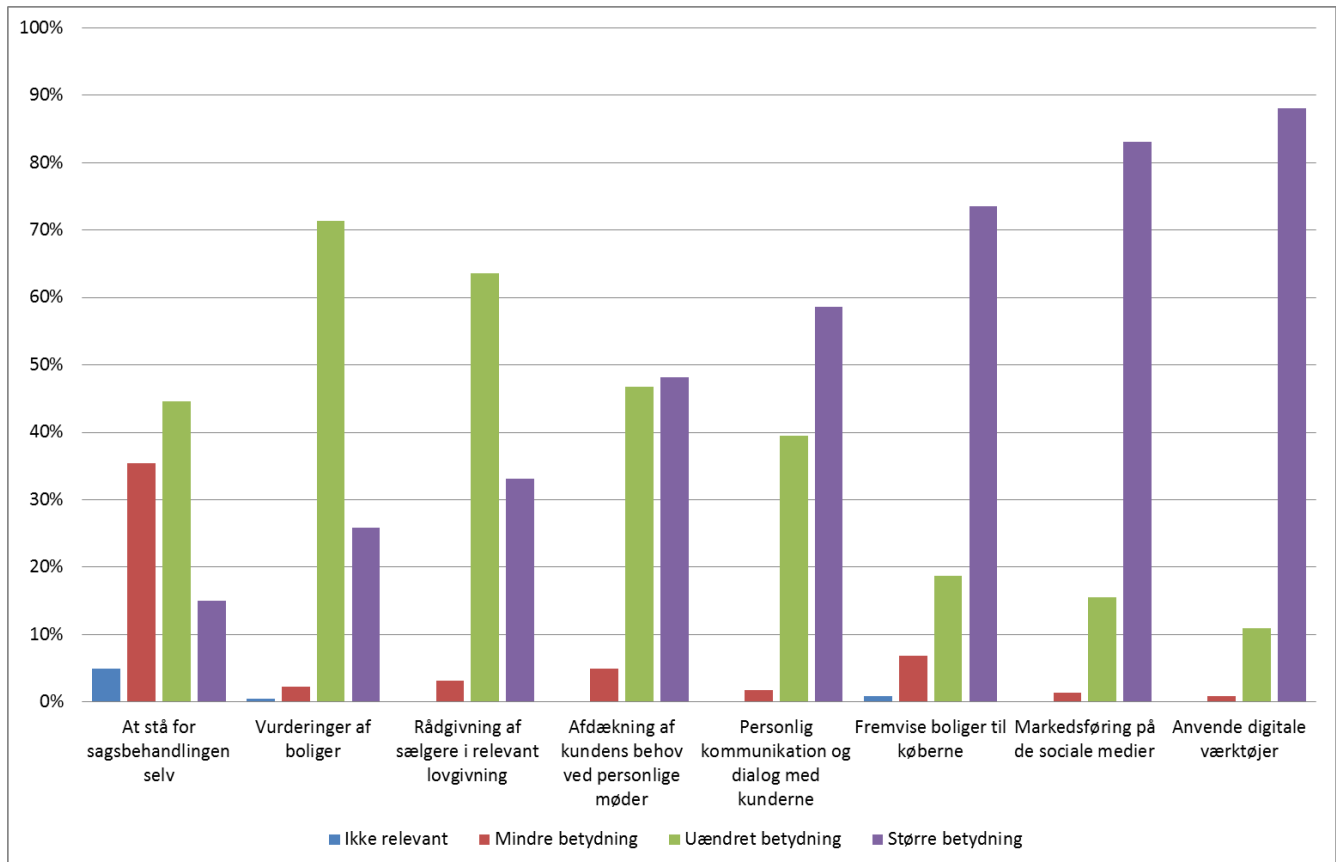
Vi har bedt ejendomsmæglerne vurdere om fagligheder og kompetencer vil få en større betydning i fremtiden. Resultaterne kan ses i figur 3.

Et stort flertal vurderer, at de digitale kompetencer får en større betydning i fremtiden, 83 % mener, at markedsføring på de sociale medier får en større betydning i fremtiden, mens 88 % mener, at anvendelsen af digitale værktøjer får en større betydning i fremtiden. Man kan også se at "direkte kontakt" i form af fremvisning af boliger og personlig kommunikation og dialog med kunderne bliver vurderet, som noget der vil få større betydning i fremtiden. Sælgerrådgivning i relevant lovgivning har også en stigende tendens.

Som en butiksindehaver sagde:

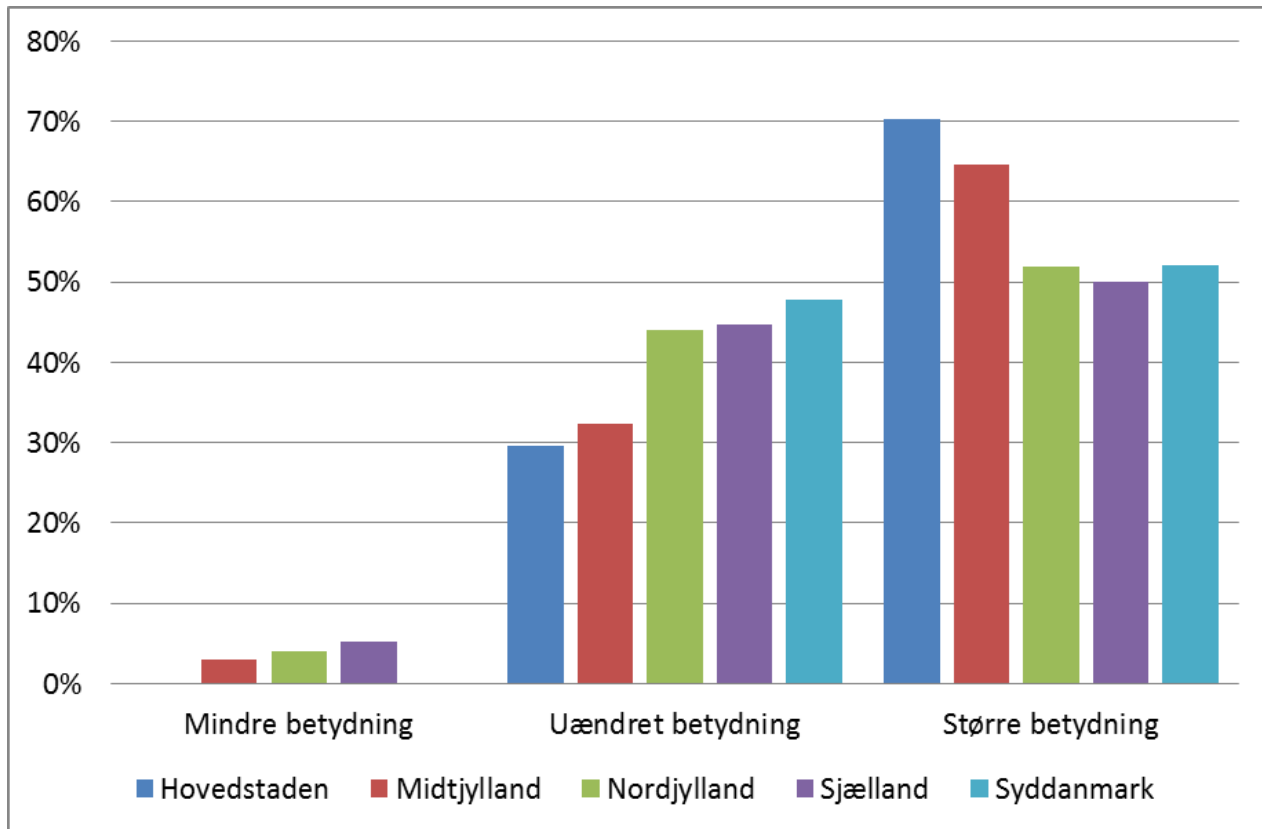
"Man skal have stor know-how i alt indenfor den digitaliserede verden, men frem for alt så tror jeg stadigvæk, at de klassiske gamle dyder som at være god menneskekender og god til at snakke med mennesker osv. vil være alt afgørende, fordi det er den menneskelige kontakt, man vil bibeholde og det er der man kan gøre en forskel. Vi kan alle sammen lave en masse smarte ting på nettet, men det er den menneskelige kontakt, der er alt afgørende, tror jeg."

I den anden ende finder vi sagsbehandlingen. Her mener godt 35 % af de adspurgte ejendomsmæglere, at denne kompetence får mindre betydning, da flere arbejdsrutiner foretages digitalt (tingbog, ejendomsdata m.m). Man forventer, at det vil være status quo mht. til vurdering af ejendomme.

Figur 3. Faglighed og kompetencer i fremtiden.

Kilde: Egne beregninger ud fra spørgeskemaundersøgelsen.

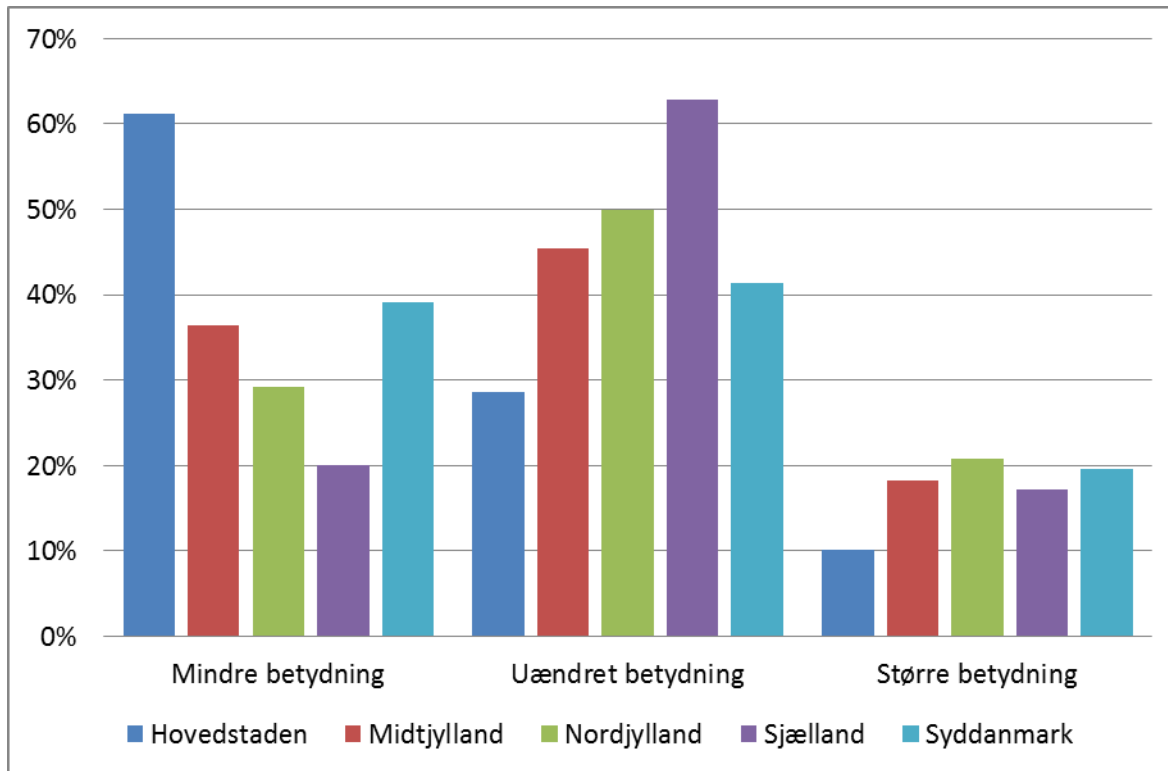
Det er også undersøgt, om der er geografiske forskelle på respondenternes vurdering af ejendomsmæglerens kompetencer. Der var en tydelig forskel et par gange. For det første vurderer ejendomsmæglerne fra hovedstadsområdet, at personlig kommunikation og dialog med kunderne får en større betydning i fremtiden end ejendomsmæglerne fra andre regioner, se figur 4.

Figur 4. Ejendomsmæglerens syn på personlig kommunikation fordelt efter region.

Kilde: Egne beregninger ud fra spørgeskemaundersøgelsen.

For det andet er der en tydelig regional forskel mht. spørgsmålet om ejendomsmæglerne selv kommer til at stå for sagsbehandlingen i fremtiden. Igen er det hovedstadsregionen, som skiller sig ud, da ejendomsmæglerne derfra i langt højere grad mener, at evnen til at stå for sagsbehandlingen bliver overflødig i fremtiden, mens ejendomsmæglerne fra region Sjælland i højere grad mener, at sagsbehandling ikke mister betydning i fremtiden.

Disse regionale forskelle kan delvis forklares med at ejendomsmæglerkæder og ejere af flere ejendomsmæglerbutikker etablerer servicecentre/enheder og en opfattelse af at den digitale udvikling bliver mere intelligent.

Figur 5. Ejendomsmæglernes svar om sagsbehandling fordelt efter region.

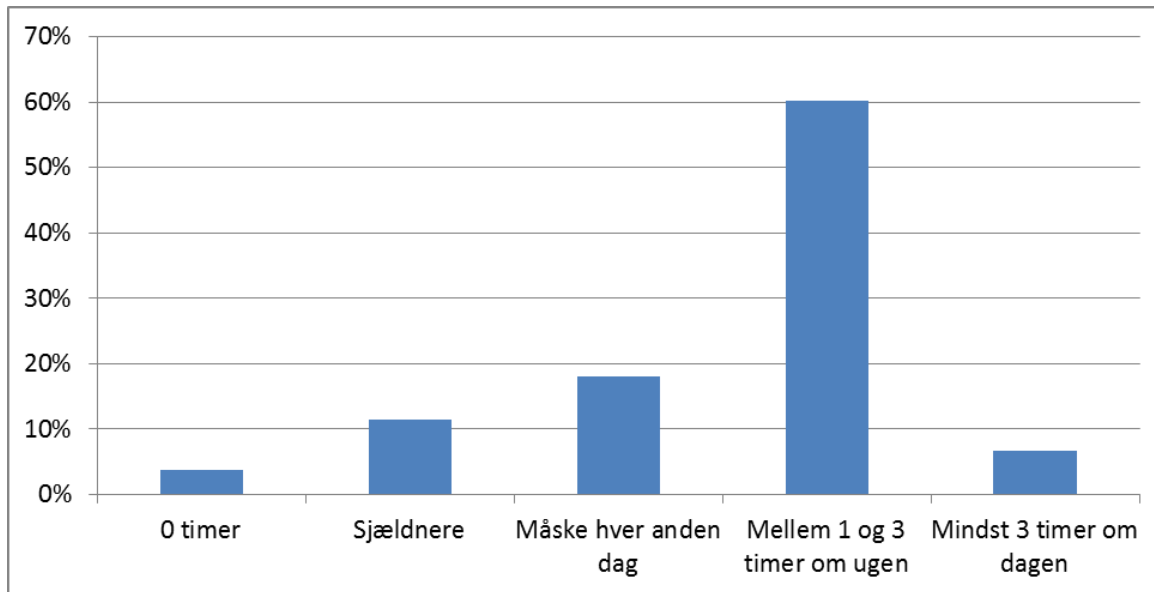
Kilde: Egne beregninger ud fra spørgeskemaundersøgelsen.

3.2 Tendenser i branchen

Samfundet bevæger sig mod mere digitalisering og det påvirker mange brancher. F.eks. har banker og forsikringselskaber erstattet kunderådgivere med robotter og der lukkes bankfilialer, da kundebetjeningen har ændret karakter. Vi har undersøgt nogle af tendenserne i ejendomsmæglerbranchen, herunder markedsføring på sociale medier, købermægler-service samt fysiske butikker.

3.2.1 Brug af de sociale medier

Vi har spurgt hvor mange timer ejendomsmæglerne bruger på markedsføring på sociale medier, Figur 6. 60 % af de adspurgte bruger mellem 1 og 3 timer om ugen på markedsføring på sociale medier. Kun 6,6 % af de adspurgte bruger mindst 3 timer på det. (Det bemærkes at ejendomsmæglerne ikke er bedt om at oplyse, om butikken betjener sig af et eksternt markedsføringsfirma). For blot 5 år siden blev annoncering på sociale medier slet ikke brugt.

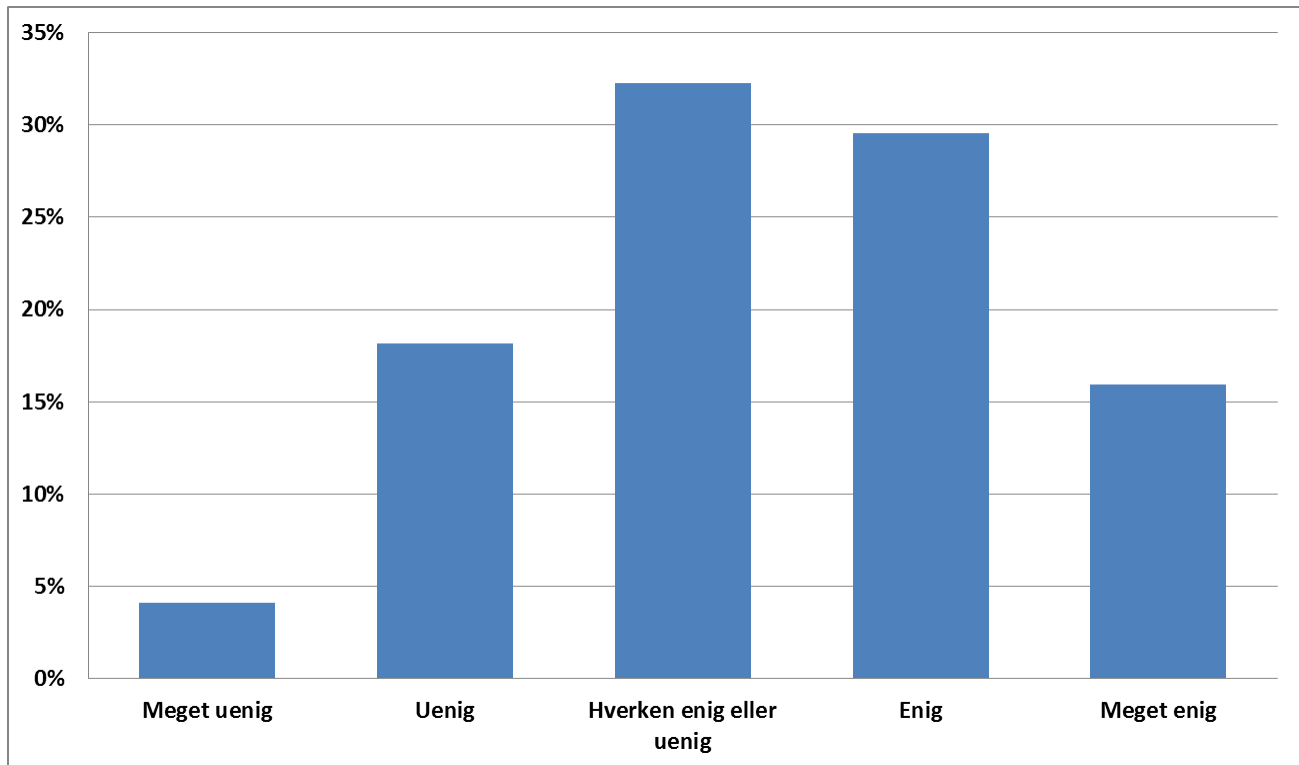
Figur 6. Brugen af sociale medier til markedsføring.

Kilde: Egne beregninger ud fra spørgeskemaundersøgelsen.

De digitale medier er fremtiden. De nye generationer af unge læser ikke papiraviser eller flyers. For dem findes virkeligheden i deres mobile enheder og sociale medier, og hvis man ikke findes der, så findes man ikke.

Vi har spurgt om ejendomsmæglerne føler sig godt rustet til at arbejde med sociale medier, se figur 7. 22 % svarer enten meget uenig eller uenig, mens ca. 46 % svarer enten, at de er enige eller meget enige.

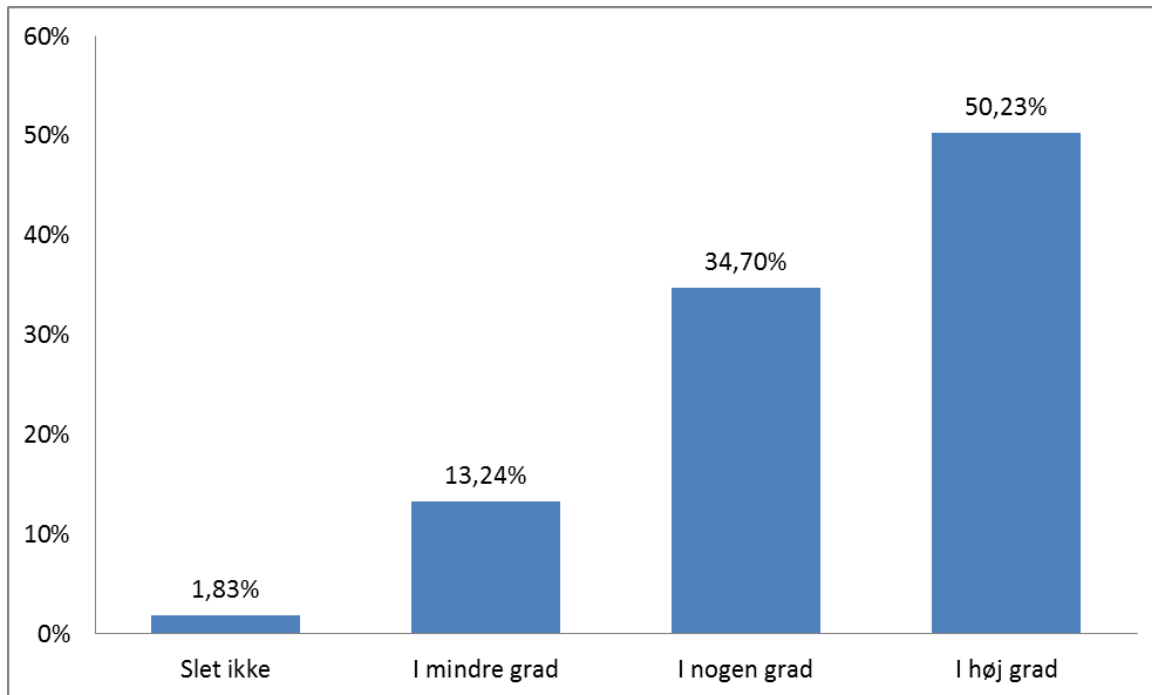
Det tyder på, at man er godt med på den digitale markedsføringsbølge, men stadigvæk føler hver femte ejendomsmægler, at de ikke er rustet nok i forhold til den digitale udvikling, så der er plads til forbedring/opgradering, hvis man ikke skal risikere at tabe kampen om fremtidens kunder.

Figur 7. Andel af ejendomsmæglere der føler sig godt rustet til at arbejde med de sociale medier.

Kilde: Egne beregninger ud fra spørgeskemaundersøgelsen.

3.2.2 Fysiske butikker

Selvom mange bankfilialer lukker, er det ikke en tendens i ejendomsmæglerbranchen. Vi har spurgt ejendomsmæglerne om, hvordan det kommer til at gå med udviklingen af de fysiske ejendomsmæglerbutikker.

Figur 8. Vil der stadig være fysiske ejendomsmæglerbutikker i fremtiden.

Kilde: Egne beregninger ud fra spørgeskemaundersøgelsen.

Figur 8 viser, at halvdelen af alle de spurgte ejendomsmæglerne i høj grad mener at fysiske butikker også vil findes i fremtiden. Det er lidt overraskende, at ejendomsmæglerne mener, at deres branche ikke rammes af samme udvikling som andre brancher, der betjener kunder fra butikker, når tendensen i andre brancher er, at flere og flere butikker lukkes. På den anden side mener en betydelig del af ejendomsmæglerne at personlig kommunikation også bliver vigtig i fremtiden (Figur 3), og der har man brug for fysiske butikker for at facilitere møderne.

De ejendomsmæglere, som har svaret, at de fysiske butikker i nogen grad eller i høj grad findes i fremtiden, tror i høj grad, at fysiske butikker hjælper med at tiltrække nye kunder, fordi man er synlig lokalt, se Tabel 1. Om det er dogmetænkning, som en ejendomsmægler har angivet, eller om det rent faktisk virker, er ikke nærmere undersøgt. Der er også fortalere for, at butikker er på vej væk, selv om det ikke ses endnu!

En ejendomsmægler har i et kommentarfelt skrevet:

"Jeg har selv en forretning uden fysisk butik, og jeg går formentlig glip af nogle kunder både købere og sælgere. Til gengæld "slipper" jeg for oserne i butikken, og jeg slipper for den negative oplevelse, det er for mine kunder,

at komme til en dør hvor der står "Er på fremvisning - kommer straks tilbage". Sidst men ikke mindst giver det mig en enorm fleksibilitet, både over for kunderne og familien. Jeg vælger at tro på, at hvis køberne og sælgerne virkelig vil noget, skal de nok finde mig, og at det er op til mig selv at bevise mine evner igennem salg. Derudover forsøger jeg at være synlig på andre måder, f.eks. ved messer, flyers, skilte, på Facebook osv."

Tabel 1. Hvorfor fysiske ejendomsmæglerbutikker vil også findes i fremtiden.

	Slet ikke	I mindre grad	I nogen grad	I høj grad
Kunderne vil fortsat efterspørge personlig kontakt i butikken	19,4%	32,3%	38,7%	9,7%
Det er vigtigt at være synlig lokalt for at tiltrække ejendomme til salg	3,1%	34,4%	31,3%	31,3%

Kilde: Egne beregninger ud fra spørgeskemaundersøgelsen.

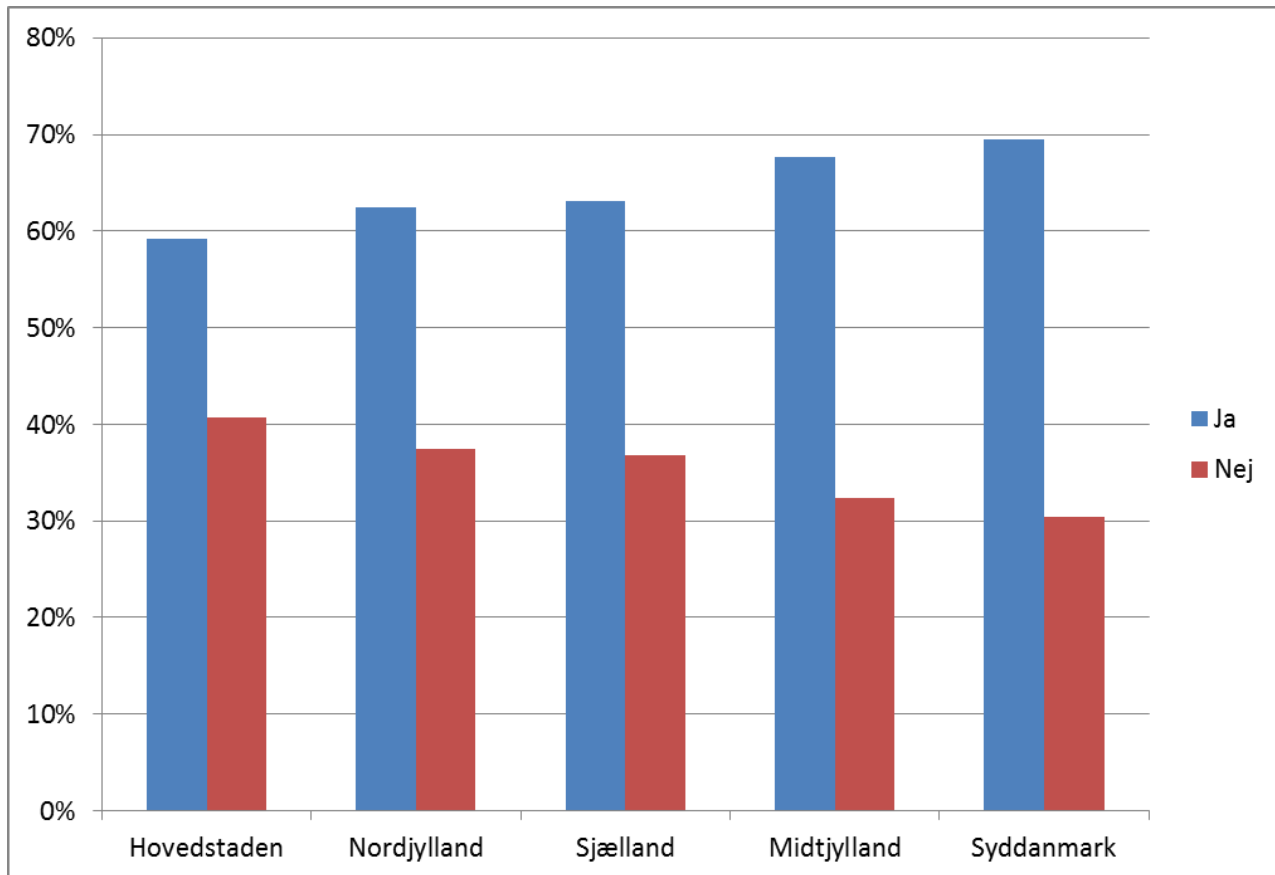
3.2.3 Købermægler-service

Købermæglerkoncepter har eksisteret i stykke tid, men er ikke så udbredt i Danmark som i andre lande, f.eks. i USA. I USA bruges købermæglerne til at finde passende huse for købere, hvilket giver god mening, hvis man skal flytte langt væk. I DK er det mindre udbredt, selv om antallet af udbydere er stigende. Den væsentligste grund er givetvis de forholdsvis små afstande i DK, samt eksistensen af søgeportaler så som Boligsiden.dk og Boliga m.fl. og ejendomsmæglernes egne informative hjemmesider.

Men en købermægler kan stadigvæk være en god ide for køber. Købermæglerens opgaver kan variere og tilpasses den enkelte kundes ønsker. Købermægleren er købers rådgiver (sælgers ejendomsmægler må i henhold til Lov om formidling af fast ejendom ikke rådgive køber), så der er ingen, der rådgiver køberen, hvis denne ikke selv antager egen rådgiver. Mange købere har tidligere traditionelt valgt at bruge en advokat, som juridisk rådgiver. De ydelser en købermægler yderligere kan tilbyde, som advokaten ikke tilbyder, er bl.a. at besigtige ejendommen og evt. gennemgå den på stedet med køberne (evt. også med en byggesagkyndig) samt prisforhandling. Køberne er ikke nødvendigvis de bedste til at forhandle pris, da de mange gange i forhandlingerne med sælgers ejendomsmægler, kommer til at "afsløre", at de rent faktisk godt vil betale mere for ejendommen end det, de har budt.

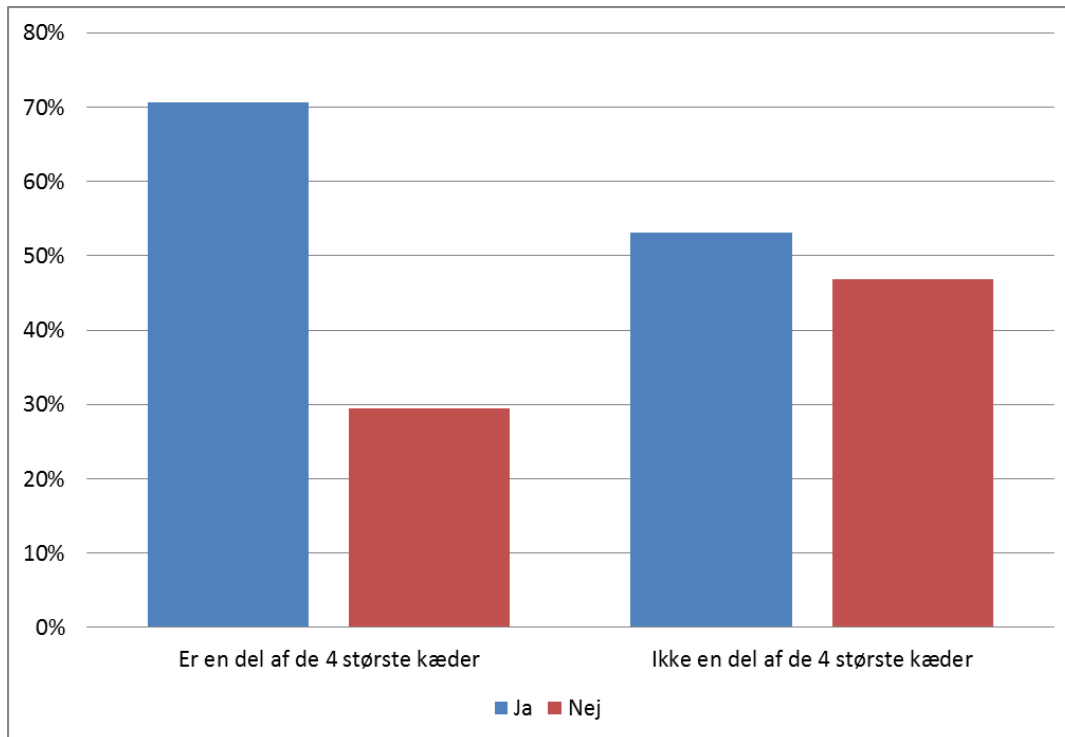
Vi har spurgt ejendomsmæglerne om de også udbyder købermægler-service, og 64 % har svaret, at det gør de. Hvis man kigger på regionale forskelle, så er købermægler-service mest udbredt i Syddanmark og mindst i Hovedstadsområdet, dog er der kun er 10 % forskel mellem disse to (Figur 9).

Figur 9. Udbud af købermægler-service ift. Region.



Kilde: Egne beregninger ud fra spørgeskemaundersøgelsen.

Figur 10 viser at det primært er ejendomsmæglerne inden for de 4 største kæder der udbyder købermægler-service.

Figur 10. Udbud af købermægler-service i forhold til om man er en del af de 4 største kæder.

Kilde: Egne beregninger ud fra spørgeskemaundersøgelsen.

Vi har også spurgt, om ejendomsmæglerne mærker fremgang i salget af købermæglerprodukter, og ca. halvdelen har svaret i nogen grad eller i høj grad. Det er tydeligt, at dem der mærker størst fremgang i salg af købermæglerydelse er region Hovedstad, mens dem som ikke oplever nævneværdig fremgang er region Midtjylland og Nordjylland.

Tabel 2. Fremgang i salget af købermæglerydelser fordelt efter region.

	Hovedstaden	Syddanmark	Sjælland	Nordjylland	Midtjylland
Slet ikke	10,2%	15,9%	13,5%	26,1%	33,3%
I mindre grad	26,5%	31,8%	29,7%	52,2%	50,0%
I nogen grad	46,9%	43,2%	51,4%	21,7%	16,7%
I høj grad	16,3%	9,1%	5,4%	0,0%	0,0%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Kilde: Egne beregninger ud fra spørgeskemaundersøgelsen.

En del af forklaringen kan være, at der i provinsen stadigvæk er en mere traditionel struktur i samarbejdet mellem lokale advokater og ejendomsmæglere, hvor ejendomsmæglere kan have visse interesser i ikke at konkurrere med lokale advokater, der traditionelt har varetaget køberrådgivningen. En forklaring kan også være, at det kræver ret store medarbejderressourcer og erfaring at kunne yde kvalificeret køberrådgivning, hvorfor provinsmæglere uden for de større byer ikke har prioriteret dette nyere omsætningsgrundlag, som købermægling er. Men der er ingen tvivl om, at salget af købermæglerydelser er stigende.

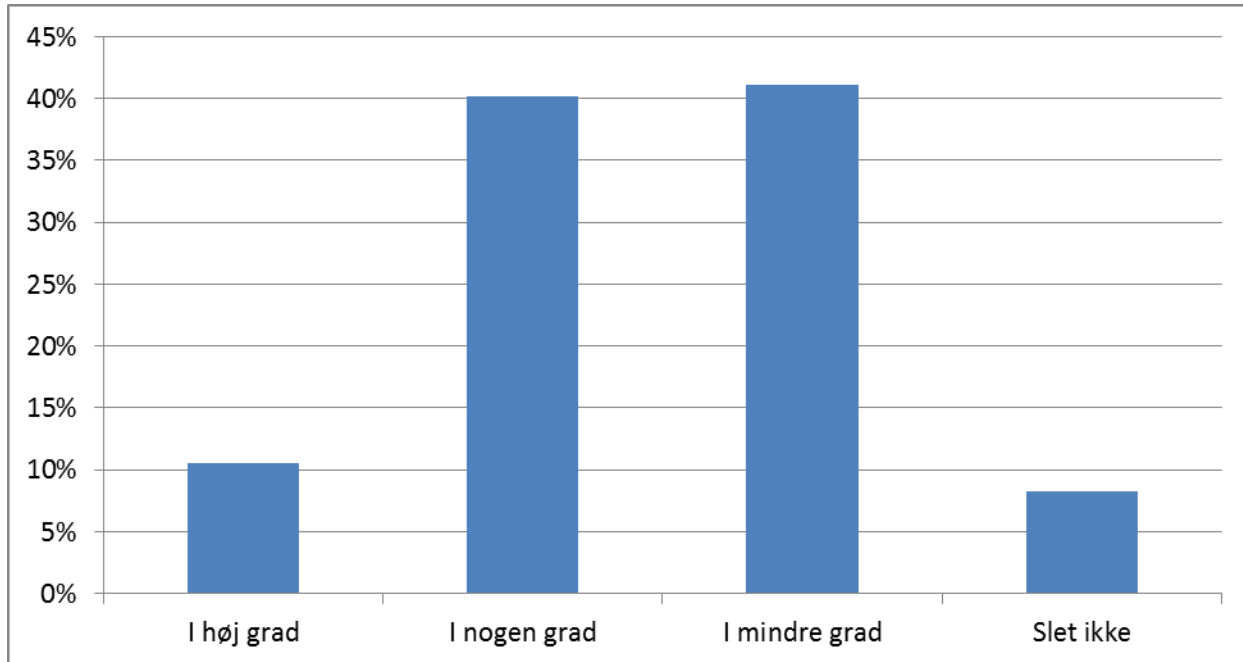
3.3 Udfordringer og trusler

Vi har også spurgt ejendomsmæglerne om, hvilke udfordringer og trusler der er i branchen. Spørgeskemaet blev bygget op på den viden, vi fik i de kvalitative interviews.

3.3.1 Selvsalg

Mange af de nødvendige informationer ved en bolighandel findes efterhånden online, så hvorfor ikke sælge boligen selv. Der findes ejendomsmæglere/ejendomsmæglerkæder som Robinhus, bolig-til-bolig, Bolig One, etc., som specialiserer sig i delvis selvsalg. Men markedet er, selv om det har eksisteret i ca. 15 år, ikke vokset så meget som den digitale udvikling ellers skulle give mulighed for.

Vi har spurgt ejendomsmæglerne, om de betragter selvsalg som en trussel. Det viser sig, at man er splittet i det spørgsmål, idet halvdelen mener, at det er en trussel, mens den anden halvdel ikke ser selvsalg som en trussel.

Figur 11. Betragtes selvsalg af ejendomsmæglere som en trussel.

Kilde: Egne beregninger ud fra spørgeskemaundersøgelsen.

Efterfølgende spurgte vi dem, som ikke synes at selvsalg er en trussel, hvilke årsager dette skyldes. Hvis vi ser på de svar, der scorer højest, så mener 83 % i høj grad, at boligsælgere vil have tryghed i handlen. 58 % tror i høj grad, at juridiske forhold er for komplicerede for sælgere, mens 56 % i høj grad mener, at sælgerne er bange for at lave fejl, så de kommer til at hæfte for disse (Tabel 3). Men det kunne også være noget med manglende vilje til at fremvise sin bolig for køberne, som en af ejendomsmæglerne sagde under interviewet:

” At man som sælger skal står foran og konfronteres en køber, det bryder man sig faktisk ikke om. Det er der rigtig mange, der siger, at de ikke har lyst til. Det er en kultur, som endnu ikke er implementeret så stærkt i os danskere.”

Tabel 3. Hvorfor synes ejendomsmæglerne ikke at selvsalg er en trussel.

	I mindre				Total
	Slet ikke	grad	I nogen grad	I høj grad	
Boligsælgere vil have tryghed i handlen	2%	2%	13%	83%	100%
Boligsælgere mener at selvsalg er for tidskrævende	5%	22%	48%	25%	100%
At juridiske forhold er for komplicerede for sælger	2%	5%	35%	58%	100%
Sælgere er bange for at lave fejl i processen, så de kommer til at hæfte økonomisk for disse fejl	3%	13%	29%	56%	100%

Kilde: Egne beregninger ud fra spørgeskemaundersøgelsen.

3.3.2 Andre trusler og udfordringer

På baggrund af kvalitative interviews og studier af andre undersøgelser, har vi spurgt om, hvilke udfordringer og trusler branchen står overfor i den nærmeste fremtid. Resultaterne ses i tabel 4.

Tabel 4. Ejendomsmæglerenes syn på udfordringer og trusler mod ejendomsmægler branchen.

	Meget uenig	Uenig	Hverken enig eller uenig	Enig	Meget enig	Total
Samarbejde med bankerne hæmmer konkurrencen på ejendomsmæglermarkedet	6,9%	17,9%	17,9%	23,4%	33,9%	100,0%
Den digitale udvikling gør, at ejendomsmægleren skal præstere mere, da både boligsælgere og boligkøbere stiller større krav	0,9%	3,2%	16,5%	55,0%	24,3%	100,0%
Tilgængelighed af online informationer til sælgerne har gjort det vanskeligere at opretholde salærniveauet	1,4%	20,2%	34,4%	35,3%	8,7%	100,0%
Ejendomsmæglerbranchen er så gennemreguleret, at det påvirker ejendomsmæglerenes indtjeningsmuligheder negativt	1,4%	14,7%	40,6%	35,5%	7,8%	100,0%
Den teknologiske udvikling gør, at en it-kyndig virksomhed på et tidspunkt vil kunne samle alle tråde i en bolighandel, så sælger bliver i stand til at gennemføre en bolighandel uden mægleren som mellemed	11,5%	35,5%	24,0%	24,9%	4,1%	100,0%
Forretningsmodeller inspireret fra udlandet for eksempel med flere ejendomsmæglerforretninger (ejendomsmæglerbutikker) på et salg vil vinde mere indpas?	5,5%	33,3%	34,7%	24,7%	1,8%	100,0%

Kilde: Egne beregninger ud fra spørgeskemaundersøgelsen.

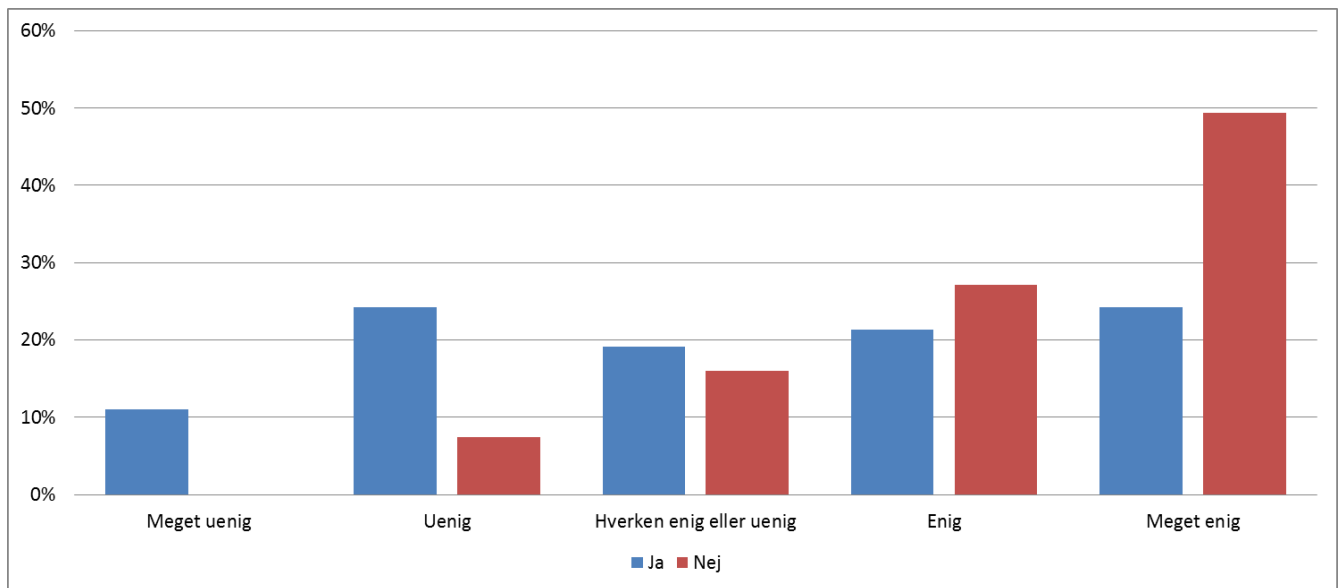
Tabel 4 afslører, at 34 % af ejendomsmæglerne er *Meget enige* i, at ejendomsmæglerkædernes samarbejde med bankerne hæmmer konkurrencen på markedet.

Som en ejendomsmægler i et interview sagde:

”Så kan jeg godt frygte lidt, at bankerne tager mere og mere over for det at skulle sælge boliger og der bliver mindre og mindre og antagelsesvis stadigvæk være, men det så bare en del af banken, kan jeg godt frygte lidt, men det håber vi jo ikke, vi håber stadigvæk på en eller anden måde holde det afskåret sådan at vi gør det vi er gode til og bankerne gør det de er gode til og på den måde at vi bliver med at være her.”

Det er en generel opfattelse, at der ikke er fri konkurrence, når et pengeinstitut på grund af koncernsammenhængen henviser kunder direkte til en ejendomsmægler, som er en del af koncernen.

Figur 12. Hvorvidt man mener, at samarbejde med bankerne er en trussel ift. om man er en del af de 4 største kæder. (Ja = med i en kæde).



Kilde: Egne beregninger ud fra spørgeskemaundersøgelsen.

Figur 12 viser, at det er de uafhængige ejendomsmæglerne, som mest er enige i at samarbejde med bankerne hæmmer konkurrencen, men overraskende nok er også en stor del af kædemæglerne enige i, at samarbejdet med bankerne er en trussel.

Efterfølgerne nævnes den digitale udvikling som en udfordring, hvor knap 80 % har svaret, at de enten er enige eller meget enige i udsagnet, fordi købere og sælgere i dag er klædt rigtig godt på og forberedt til mødet med ejendomsmægleren. For eksempel, som sælger kan man hurtigt undersøge online prisen på lignende boliger i området. På den måde er det ikke en reel trussel, men snarere et irritationsmoment.

Det, som ejendomsmæglere ikke betragter som udfordring, er forretningsmodeller inspireret fra udlandet, se tabel 4, selv om de kunne tilføre fornyelse til de ”de danske modeller”. Svarene er ikke overraskende, når vi i figur. 8 ser, hvor mange ejendomsmæglere der mener, at fysiske butikker fortsat vil eksistere i fremtiden. Heller ikke lovregulering af branchen betragtes som en alvorlig udfordring for branchen, hvilket forholder sig anderledes i USA, hvor man er meget mere bekymret for statens regulering af markedet og hvordan det mindsker indtjeningen.⁷

Vi har søgt efter eksisterende undersøgelser om ejendomsmæglerbranchen uden at kunne finde aktuelle eller nyere undersøgelser, der relaterer sig til netop ejendomsmæglerne. Ejendomsmæglermarkedet står i skyggen af boligmarkedet, som er meget mere undersøgt og veldokumenteret.

Af undersøgelser kan nævnes:

- Konkurrencens- og forbrugerstyrelsens undersøgelse af ejendomsmæglerbranchen fra 2012. Der blev undersøgt konkurrenceforhold på markedet og boligsælgers adfærd, når de køber ydelser hos ejendomsmæglerne.
- Brancheundersøgelsen fra USA, ”the D.A.N.G.E.R. report” fra 2015 bestilt af National Association og Realtors. I rapporten undersøges, hvilke trusler og udfordringer ejendomsmæglerbrancheren står over for i USA. Der er store forskelle mellem danske og amerikanske forhold, specielt når det gælder regulering og juridiske forhold i de to lande, men USA har nok det største boligmarked i verden og på nogle fronter er de ”firstmovers”.

4. Konklusion

Formålet med undersøgelsen var at belyse udviklingstendenser og udfordringer i ejendomsmæglerbranchen. Denne delrapport bygger på en række kvalitative interviews med ejendomsmæglerne, samt en spørgeskemaundersøgelse blandt medlemmer af Dansk Ejendomsmæglerforening.

⁷ The D.A.N.G.E.R. report (2015).

Ejendomsmæglernes fremtidige kompetencer:

Ikke overraskende forventes de digitale kompetencer at få endnu større betydning i fremtiden. Online annoncering har været støt stigende i seneste år og det er sket på bekostning af de traditionelle papirmedier som flyers og aviser. Det bekræftes bl.a. af, at en del af mæglerene allerede i dag bruger mindst et par timer om dagen på at markedsføre boliger på de sociale medier. Det tyder dog på, at "ældre" ejendomsmæglere finder, at der er behov for digital opkvalificering, når ca. 20 % af de adspurgte mener, at de ikke er klædt godt nok på til markedsføring på de sociale medier og alle adspurgte anser digitale kompetencer som noget af det vigtigste i fremtiden. Personlig kommunikation og afdækning af kunders behov er af afgørende betydning og vil stadigvæk være vigtige i fremtiden. Bolighandel handler i høj grad om tillid og god kemi mellem parterne, ikke mindst fordi der er mange penge og et stort ansvar involveret i en bolighandel.

Tendenser i ejendomsmæglerbranchen:

Den nødvendige personlige kontakt ved bolighandel er måske én af de vigtigste forklaringer/grunde til, at ejendomsmæglerbranchen ikke er blevet påvirket af digitalisering på samme måde som andre finansielle institutter, f.eks. bankerne, som har lukket mange fysiske bankfilialer. Antallet af fysiske ejendomsmæglerbutikker ligger på ca. 1.400 og er steget med ca. 140 siden 2010. Størstedelen af de adspurgte ejendomsmæglere mener, at de fysiske butikker også vil findes i fremtiden, dels fordi det signalerer lokalt kendskab og dels fordi kunderne stadigvæk vil efterspørge personlig kontakt med mæglerne i butikkerne. Synlighed og beliggenhed er vigtigere end sparede omkostninger. Det skal dog siges, at online tilgængelighed af diverse bolighandelsrelaterede informationer presser ejendomsmæglerne til at forberede sig bedre til møder og være mere vidende, da kunderne er meget bedre forberedte i dag, når de møder ejendomsmæglerne end man var tidligere.

Ejendomsmæglerne har igennem de senere år taget flere ydelser til sig, bl.a. købermæglerkonceptet, som i modsætning til sædvanlige ejendomsmæglerydelser kun henvender sig til køber. Ejendomsmæglerne forventer vækst inden for dette område.

Udfordringer i ejendomsmæglerbranchen:

Man skulle tro, at selvsalg er en oplagt trussel mod det traditionelle ejendomsmæglervirke, men den opfattelse deles ikke af de traditionelle ejendomsmæglere. Her mener man, at selvsalg ikke er slået igennem, fordi sælgerne gerne vil have tryk i handlen og er bange for at lave juridiske fejl. Heller ikke anderledes

forretningsmodeller inspireret fra udlandet, hvor flere ejendomsmæglerfirmaer samtidig antages på en salgscase, opfattes som en reel trussel mod den måde ejendomsmæglerne formidler boligsalget.

Digitaliseringen ses heller ikke som en trussel. Branchen har taget den til sig på den måde, at den har effektiviseret de administrative procedurer for indhentning af dokumenter, dokumentation og kommunikation med alle parter, der er involveret i en ejendomshandel. Hastigheden i informationsstrømmen og mængden af oplysninger der er tilgængelige på nettet, har udfordret mæglerne til at agere og reagere hurtigere og mere effektivt for at betjene og nå ud til kunderne, bl.a. via målrettet digital og online markedsføring på de sociale medier. Digitaliseringen har på ingen måde rystet/påvirket branchen så voldsomt, at den har eller begynder at tænke i nye og andreledes forretningsmodeller.

Den største trussel mod branchen, ifølge mæglerne selv, er samarbejdet mellem bankerne og visse ejendomsmæglerkæder. Det hæmmer konkurrencen på markedet og det opfatter branchen selv som et problem.

Forventninger til fremtidens ejendomsmæglere:

Det er ejendomsmæglernes opfattelse, at de primært bliver valgt på deres kommunikative og empatiske evner samt deres faglige kompetencer. Ejendomsmæglerne finder endvidere, at sælgerne har indset, at en ejendomshandel er så kompliceret, at de viger tilbage for selv at stå for salget. Derfor ser ejendomsmæglerne ikke selvsalgskonceptet som en trussel.

Vi kan konstatere, at ejendomsmæglerne har en forventning om, at det der i fremtiden skal tilføres virksomheden er de nødvendige digitale kompetencer, som skal være med til at udvikle den enkelte virksomhed, så den kan tilpasse sig og følge med i den digitale udvikling.

Den høje faglighed skal fortsat sikres i ejendomsmægleruddannelsen og herudover efterspørges mere fokus på fagdigital undervisning – som f.eks. digital markedsføring på sociale medier.

Referencer

- (1) Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen (2012), Forbrugerforhold for markedet for ejendomsmægling. *Rapport*. Oktober 2012.
- (2) National Association of Realtors (2015), D.A.N.G.E.R

Bilag 1. Skema til semistruktureret interview

Først briefing:		Det man skal sige til informanten:
Præsentation af interviewer og projektets formål	Hvem er vi?	Vi er tre adjunkter fra Cphbusiness og Erhvervsakademiet Lillebælt, som laver en projekt om fremtiden af ejendomsmæglerbranchen.
	Formålet med interviewet	Formålet med interviewet er at høre: hvordan du oplever de nyeste trends i branchen og hvordan fremtiden ser ud
Rammerne for interview	Tidsramme	Interviewet kommer til at tage ca. 30 minutter
	Gør opmærksom på at interview bliver optaget på mobil/diktofon	Jeg vil gøre dig opmærksom på at interview bliver optaget på mobil/diktofon. Optagelsen anvendes som støtte til vores hukommelse og vil indgå i vores projektarbejde.
	Anonymisering	Interviewet vil blive behandlet fortroligt og gemmes i 1 år og

		derefter bliver materialet destrueret. I opgaven vil dine udsagn blive anonymiseret, så det ikke kan ledes tilbage til dig.
	Redegørelse	Du må endelig spørge, hvis der er noget du er i tvivl om eller ikke forstår undervejs i interviewet Jeg vil gøre dig opmærksom på, at du deltager frivilligt i interviewet og at du altid kan trække dit samtykke om deltagelse tilbage.
Præsentation af respondenten/informanten	Informanten præsenterer sig selv	Vil du præsentere dig selv? Navn, alder, i hvilken ejendomsmægler butik er du ansat eller ejer og hvor længe har du være i branchen?

Selve Interview:

Undersøgelsesspørgsmål	Interview spørgsmål (det man stiller til informanten)
<u>Nye trends i branchen</u>	<p>1: Hvilke nye trends oplever du i mæglerbranchen? Kom gerne med eksempler. (En ny trend skal forstås som noget der ikke var der for 5 år siden.)</p>

	<p>1.1 Er der sket noget nyt med boligsælgerens adfærd? måske den måde de finder en ejendomsmægler og de krav de stiller til en ejendomsmægler?</p> <p>1.2 Har køberens adfærd ændret sig?</p> <p>1.3 Har der været en ændring i den måde ejendomsmæglerne arbejder? (her kan man komme med den bemærkning, at det udadtil ser ikke ud til at være sket store ændringer: kæderne har fysiske butikker i alle postnumre, selvom der ikke kommer kunder og der delles flyers ud og reklameres i ugeaviser)</p>
<p>Syn på ejendomsmæglerbranchens fremtid</p>	<p>1. Hvordan tror du ejendomsmæglerbranchen ser ud i nærmeste fremtid?</p> <p>2. Er digitalisering en trussel (bare se hvad der sket i bankbranchen) eller giver digitaliseringen flere muligheder til at udvikle forretningen? Uddyb gerne hvorfor du synes det.</p> <p>3. Hvilke kompetencer skal en nyuddannet ejendomsmægler besidde for at klare sig godt i fremtiden? Hvad skal han kunne og hvad bliver overflødig?</p>
<p>Afslutning</p>	<p>Har du noget at tilføje?</p>

<p>Debriefing</p>	<p>Tusind tak for din hjælp. Du er velkommen til at kontakte os, hvis du på et senere tidspunkt har spørgsmål.</p>
--------------------------	--

Bilag 2. Spørgeskemaets opbygning

Titel: Undersøgelse af udviklingstendenser i ejendomsmæglerbranchen

Beskrivelse: Erhvervsakademierne Cphbusiness og Lillebælt (EAL) gennemfører en undersøgelse af udviklingstendenser i ejendomsmæglerbranchen og ejendomsmæglerenes forventninger til fremtiden.

Den digitale udvikling de seneste år har påvirket mange brancher og det er med afsæt i det, vi vil undersøge, hvilke forventninger ejendomsmæglerne har til fremtiden samt hvilke kompetencer (eller egenskaber) en fremtidig ejendomsmægler skal besidde.

Besvarelser behandles fortroligt og vil blive brugt til udvikling/forbedring af de uddannelser på erhvervsakademierne, der vedrører ejendomsmæglerbranchen.

Fremtiden skal forstås som noget, der ligger 5 til 7 år frem i tiden.

Det tager højst 10 min. at besvare spørgsmålene.

A. Kompetencer i fremtiden

A.1 Hvilke fagligheder og kompetencer bliver vigtigere, forbliver uændrede eller bliver mindre vigtige i fremtiden i forhold til at være en succesfuld ejendomsmægler?

Evnen til at...

	Større betydning	Uændret betydning	Mindre betydning	Ikke relevant
...anvende digitale værktøjer (arbejde med systemer)				
...markedsføre sig på de sociale medier				
... personlig kommunikation og dialog med kunderne				
...analysere kundens				

behov ved personlige møder				
...lave sagsbehandling selv				
...rådgive sælgere i relevant lovgivning?				
...fremvise boliger til køberne				
...lave vurderinger af boliger				
...				

Andet, angiv venligst:

...

B. Markedsføring på digitale/socialt medier:

Beskrivelse: De sociale medier er svære at komme uden om, når vi taler kommunikation og forretning i dag. I det følgende spørgsmål skal du tage udgangspunkt i den butik som du har din dagligdag:

Spørgsmål	Svarmuligheder	Note:
B.1. Hvor mange timer om dagen bruges der i butikken til at markedsføre og kommunikere med kunderne på de sociale medier (Facebook, Instagram, Twitter o.l.)?	Mindst 3 timer om dagen Mellem 1 og 3 timer om dagen Under 1 time om dagen Måske hver anden dag Sjældnere Det ved jeg ikke	

Hvor enig eller uenig er du i følgende udsagn:

B.2. Jeg er føler, at jeg er godt rustet til at arbejde med de sociale medier (markedsføring og kommunikation)	Meget enig Enig Hverken enig eller uenig Uenig Meget Uenig	
---	--	--

C. Selvsalgsprodukter:

Beskrivelse: Digitaliseringsprocessen har gjort alle processer omkring bolighandel mere effektive og der er kommet en del selvsalgsprodukter på markedet (f.eks. Boliga Selvsalg).

Hvor enig eller uenig er du i følgende udsagn?

Spørgsmål	Svarmuligheder	Note:
C.1 I hvor høj grad er udbredelsen af selvsalgsprodukter indenfor bolighandel en trussel mod den traditionelle handel igennem en mægler:	I høj grad I nogen grad I mindre grad Slet ikke	Hvis man har svaret <i>I mindre grad</i> eller <i>Slet ikke</i> skal man svare på spørgsmål C.2 t.o.m. C.4. ellers hop videre til D.

Spørgsmål: I hvilken grad er følgende årsager skyld i, at du ikke betragter selvsalg som en reel trussel:

	I høj grad	I mindre grad	I nogen grad	Slet ikke
C.2 Sælgere vil have tryghed i handlen				
C.3 Sælger mener at selvsalg er for tidskrævende				
C.4 At juridiske forhold er for komplicerede for				

sælger				
C.5 Sælgere er bange for at lave fejl i processen, så de kommer til at hæfte økonomisk for disse fejl				

Tilføj hvis andet: _____

D. Købemægler:

Spørgsmål	Svarmuligheder	Note
D.1 Udbyder din butik købermæglerkonceptet?	Ja Nej Ikke relevant	Går til spørgsmål D.3 hvis nej
D.2 I hvor høj grad mærker du fremgang i salget af købemæglerprodukter i dit lokalområde?	I høj grad I nogen grad I mindre grad Slet ikke	

Spørgsmål	Svarmuligheder	Note
D.3 Har I planer om at tilbyde det i løbet af de kommende par år?	Ja Nej Måske	

E. Fysiske butikker/Personlig kontakt

Spørgsmål	Svarmuligheder	Note
E.1 I hvor høj grad tror du der i	I høj grad	Hvis man har svaret <i>I høj grad</i> eller

fremtiden stadigvæk vil være fysiske ejendomsmæglerbutikker i dit lokale område?	I nogen grad I mindre grad Slet ikke	<i>I nogen grad</i> bliver man ført videre til spørgsmål E2 og E4. Ellers hop til F.
--	--	--

Uddybende spørgsmål: I hvilken grad er følgende årsager skyld i, at du mener at fysiske butikker også vil findes i fremtiden:

	I høj grad	I mindre grad	I nogen grad	Slet ikke
E.2 Kunderne vil fortsat efterspørge personlig kontakt i butikken				
E.3 Lokalkendskab er vigtigt for sælgere				
E.4 Det er vigtigt at være synlig lokalt for at tiltrække ejendomme til salg				

Angiv hvis andet.....

F. Fornyelse/nye produkter

Hvor enig eller uenig er du i følgende udsagn?

Spørgsmål	Svarmuligheder	
F.1 Forretningsmodeller inspireret fra udlandet for eksempel med flere ejendomsmæglerforretninger	Meget enig Enig Hverken enig eller uenig	

(ejendomsmæglerbutikker) på et salg vil vinde mere indpas?	Uenig Meget uenig	
--	----------------------	--

G. Potentielle Udfordringer:

Hvor enig eller uenig er du i følgende udsagn?

Spørgsmål	Svarmuligheder	
G1. De bankejede ejendomsmæglerkæders samarbejde med ejerbanken/kreditforeningen hæmmer konkurrencen på ejendomsmæglermarkedet	Meget enig Enig Hverken enig eller uenig Uenig Meget uenig	
G2. Teknologier udvikler sig så hurtigt, at det på et tidspunkt bliver svært at følge med	Meget enig Enig Hverken enig eller uenig Uenig Meget uenig	
G3. En teknologisk udvikling gør, at en it-kyndig virksomhed på et tidspunkt vil kunne samle alle tråde i bolighandel så sælger bliver i stand til at gennemføre en bolighandel uden mægleren som mellemlid	Meget enig Enig Hverken enig eller uenig Uenig Meget uenig	
G4. Ejendomsmæglerbranchen er så gennemreguleret, at det påvirker ejendomsmæglernes indtjeningsmuligheder negativt	Meget enig Enig Hverken enig eller uenig Uenig Meget uenig	
G 5. Tilgængelighed af online	Meget enig	

informationer til sælgerne har gjort det vanskeligere at opretholde salærniveauet.	Enig Hverken enig eller uenig Uenig Meget uenig	
G 6. Den digitale udvikling gør, at ejendomsmægleren skal præstere mere da både boligsælgere og boligkøbere stiller større krav	Meget enig Enig Hverken enig eller uenig Uenig Meget uenig	

Angiv hvis andet:

Her kan du nævne andre udfordringer, som du finder relevante

H. Baggrundskarakteristika:

I det følgende spørger vi til din baggrund:

Spørgsmål	Svarmuligheder	
H.1 Hvor mange år har du været aktiv ejendomsmægler?	0 til 5 år 6 til 10 år 11 til 15 år 16 år +	
H.2 Hvad er postnummeret for din ejendomsmæglerbutik? (note: hvis du ejer flere butikker, angiv postnummer for den primære)	Skriv dit svar:	

H.3 Er du en del af de 4 største kæder? (EDC, Nybolig, DanBolig, Home)	Ja Nej	
H.4. Hvor mange ejendomsmæglere er til dagligt i butikken inklusive dig selv?	Skriv antal:	
H.5 Hvor mange boliger blev der solgt cirka de sidste tre måneder i butikken?	Skriv ca. antal:	