



Norges miljø- og  
biovitenskapelige  
universitet

## **Masteroppgave 2019 30 stp**

Norges miljø- og biovitenskapelige universitet  
Handelshøyskolen

# **Belønning og adferd i eiendomsmeglingsbransjen.**

## **Er megler motivert til å ivareta selgers interesser?**

Martin Guddahl Halvorsen

Master i Økonomi og Administrasjon

Handelshøyskolen NMBU

## **Sammendrag**

Denne studien utforsker om eiendomsmegler ivaretar selger på en god måte. Studien forsøker å finne drivere og fenomener som kan forklare eiendomsmeglers motivasjon og adferd. Studien ser på om megler er motivert til å bruke sin kompetanse til å fremme selgers interesser.

Det teoretiske rammeverket i studien er prinsippal agent modellen. Problemstillingen i oppgaven er blitt løst ved å bruke kvalitativ metode. Hovedinformasjonen i studien kommer fra semistrukturerte intervjuer utført på selgere og meglere.

Studien har avdekket drivere og fenomener. Eiendomsmeglers marginalavkastning peker på volum som driver. Funnene yrkesstolthet og omdømme påvirker hvordan megler vil ivareta selger. Studien har oppdaget "timing" som en viktig del av meglers kompetanse. Eiendomsmegler har erfaring, teft og kunnskap og må kunne "time" bruken av ekspert kompetanse.

## Innhold

<b>FORORD</b> .....	<b>4</b>
<b>INNLEDNING</b> .....	<b>5</b>
RAMMEVILKÅR .....	6
PRAKTISK OG TEORETISK BETYDNING .....	7
DATA, ANALYSEMETODER OG GANGEN I OPPGAVEN .....	7
<b>TEORI</b> .....	<b>8</b>
AKTØRENE .....	9
KONTRAKT .....	10
ADFERDSMESSIGE ANTAGELSER, RASJONALITET .....	12
ASYMMETRISK INFORMASJON .....	13
SKJEVT UTVALG .....	14
MORALSK HASARD .....	14
VERIFISERING .....	16
OPPSUMMERING .....	17
<b>METODE</b> .....	<b>20</b>
FORSKNINGSDESIGN .....	20
CASESTUDIE .....	22
STUDIENS DATA .....	23
INTERVJU .....	26
ANALYSEMETODE .....	27
VALIDITET OG RELABILITET .....	29
ETISKE AVVEININGER .....	30
RELEVANS .....	31
<b>ANALYSE</b> .....	<b>32</b>
INTERVJUDATA .....	33
<b>DISKUSJON</b> .....	<b>56</b>
<b>LITTERATUR</b> .....	<b>70</b>

## Forord

Under studien av prinsipal-agent-modellen fikk jeg ideen om å skrive en masteroppgave om eiendomsmegling med agentteori som rammeverk. Jeg ønsket å bruke mitt komparative fortrinn som eiendomsmeglerfullmektig til å fokusere på agentrelasjonen, beskrive situasjonen og utvide og kaste nytt lys over fenomenet.

Ideen tok jeg med meg inn i et metodekurs. Etter hvert som jeg leste meg opp på emnet og utviklet temaer, snevret jeg fokuset mitt inn og forsøkte å finne temaer som kunne passe til tidsrammen og ressursbruken en masteroppgave tillater. Jeg brukte god tid på å utforske hva som var gjort på feltet tidligere og på å studere litteratur. Det er skrevet oppgaver med prinsipal-agent-modellen som rammeverk, men jeg oppdaget ingen med fokus på eiendomsmejlere.

Jeg vil takke de informantene som har stilt opp i studien. Tusen takk til Marie for konstruktive tilbake meldinger og gjennomlesninger. Prosjektet hadde ikke vært mulig å gjennomføre uten veileder. Takk for gode tilbakemeldinger, tålmodighet og oppløftene kommentarer når det gikk sakte fremover. En stor takk til studieadministrasjon. Dere har vært velvillige og fine å samarbeide med.

## Innledning

Et boligsalg involverer mange penger, og kan være en tidkrevende og vanskelig prosess. Bruk av eiendomsmegler i en slik prosess er derfor basert på tillit<sup>1</sup>. Denne masteroppgaven borer i relasjonen mellom selger og megler ved et boligsalg, med bruk av prinsippal-agent-teori som teoretisk rammeverk.

Ved et boligsalg ønsker selger å oppnå best mulig pris, og samtidig få en sikker og trygg overføring av råderetten<sup>2</sup>. Megleren har ansvaret for å administrere og gjennomføre transaksjonen på en sikker, ordnet og effektiv måte<sup>3</sup>, og samtidig sikre partene og samfunnets interesser<sup>4</sup>.

I forarbeidene til eiendomsmeglingsloven skilles det mellom meglers lojalitet og nøytralitet. Megler skal være nøytral mot kjøper og lojal mot selger<sup>5</sup>. Lojaliteten mot selger innebærer blant annet at megler skal forsøke å oppnå best mulig pris<sup>6</sup>.

Megler ønsker, slik som selger, en trygg og sikker overføring av råderetten. Men der selger har et ønske om høyest mulig pris, har megler også andre interesser å ivareta som kan gå ut over sluttresultatet. En slik konkurrerende interesse kan være ønsket om en høy omsetningstakt, i en situasjon hvor tid er penger for megleren. I tillegg må megler forholde seg til legale og moralske krav, slik som kanskje å måtte legge frem prisdempende informasjon. Megler vil ofte veie hensynet til omtale og omdømme tyngre enn selgers ønske om høyest mulig pris. Denne studien utforsker dobbeltheten som oppstår for eiendomsmegler ved et boligsalg. Megler skal sikre partene i handelen og være lojal mot selger, men hva med meglers egne interesser?

Det er svært mange forhold og teorier som påvirker sammenhengene mellom partene i en eiendomshandel. I denne masteroppgaven vil jeg ha fokus på selger og megler, og

---

<sup>1</sup> Bråten T. Røse Solli M. 2008. Eiendomsmegling i praksis del 2 s15, Norgeseiendomsmeglingsforbund.

<sup>2</sup> Bråten T. Røse Solli M. 2008. Eiendomsmegling i praksis del 2 s13, Norgeseiendomsmeglingsforbund.

<sup>3</sup> Eiendomsmeglingsloven § 1-1

<sup>4</sup> NOU 2006:1 Eiendomsmegling. s85 (Finansdepartementet, ed.).

<sup>5</sup> NOU 2006:1 Eiendomsmegling. s114-115(Finansdepartementet, ed.).

<sup>6</sup> NOU 2006:1 Eiendomsmegling. s115 (Finansdepartementet, ed.).

belyse i hvilken grad de har sammenfallende mål om best mulig pris. Jeg vil bruke prinsipal-agent-teori og eksempler for å redegjøre for hvordan dette kan påvirke relasjonen mellom dem. Det innebærer å se på meglers motivasjon i et boligsalg, hvorvidt det finnes ulike meglertyper, og hvilken erfaring selger har med bruk av megler.

Problemstillingene i oppgaven er:

- I hvor stor grad ivaretar megler selgers interesser?
- Hvordan kan relasjonen mellom megler og selger korrigeres, så handlingene samsvarer best mulig med selgers interesser.

De følgende forskningsspørsmålene skal tydeliggjøre hva jeg ønsker å finne svar på:

1. På hvilken måte er bruk av eiendomsmegler nyttig for å sikre selgers interesser?
2. Hvilke ulike meglertyper finnes?
3. Hvilke fordeler og ulemper har bruk av eiendomsmegler?

### Rammevilkår

Å kjøpe bolig er for mange den største investeringen i løpet av livet, og i velfungerende økonomier er trygge eiendomstransaksjoner sentralt. I en slik transaksjon er det som regel en eiendomsmegler som skal være med å sikre handelen<sup>7</sup>. *"Eiendomsmegling i Norge er organisert slik at det skal være tilstrekkelig med en eiendomsmegler. Kjøper og selger skal kunne stole på at megler som er engasjert av selger, ivaretar begge parters interesser"*<sup>8</sup>. Eiendomsmeglingsloven gir klare føringer for hvordan meglertjenester skal utføres. Eiendomsmegler skal opptre som mellommann<sup>9</sup> og *"opptre i samsvar med god meglerskikk med omsorg for begge parters interesser"*. I tillegg skal megler ikke opptre på noen måte som svekker integriteten eller meglers uavhengighet.

---

<sup>7</sup> NOU 2006:1 Eiendomsmegling. s 85 (Finansdepartementet, ed.).

<sup>8</sup> Bråten T. Røse Solli M. 2008. Eiendomsmegling i praksis del 2 s15, Norgeseiendomsmeglingsforbund.

<sup>9</sup> jmf Semgll 1-1

Eiendomsmeglingsloven gir meglere monopol på eiendomsmeglingstjenester<sup>10</sup>. For å kunne arbeide som megler må en ha fullført bachelorgrad og ha 2 års relevant arbeidserfaring. Finanstilsynet fører tilsyn av megler og meglerkjedene. I Oslo er konkurransen hard blant meglere<sup>11</sup>. Meglere har ulike typer arbeidskontrakter og lønnsordninger, men de fleste har et innslag av provisjon i arbeidskontraktene.<sup>12,13</sup> *”Avlønningsformen i eiendomsmeglerbransjen har gått i retningen av helt eller delvis provisjonsbasert for eiendomsmeglerne.”*<sup>14</sup>. I takt med digitaliseringen er det også naturlig å anta økt anbudspress.

### Praktisk og teoretisk betydning

Meglers vanskelige dobbelthet innebærer at megler på den ene siden er profesjonell eiendomsmegler, og på den andre siden en vanlig borger med bolig, bil og lån. Oppgaven vil berøre i om megler representerer selger på en god måte ved å undersøke meglers skjulte motiver, forstå relasjonen mellom selger og megler, synliggjøre kontraster og vise frem hvorfor de oppstår. Eiendomsmeglere skal opptre i tråd med god meglerskikk<sup>15</sup> som er en rettslig standard. Kunnskapen fra oppgaven kan fagfolk bruke til å utvikle megleryrket og begrepet god meglerskikk. Til slutt vil oppgaven komme med forslag til hvordan man kan forbedre relasjonene mellom selger og megler.

### Data, analysemetoder og gangen i oppgaven

Først redegjør jeg for relevant teori. Prinsipal-agent-teorien er rammeverket for studien. Videre redegjør oppgaven for de metodiske valgene. Jeg har gjennomført en kvalitativ studie og har gjennomført intervjuer. Deretter viser jeg frem funn i analysekapittelet. Jeg har gjort funn og observasjoner som jeg har brukt til å utvikle kategorier. Til slutt diskuterer jeg funn og teori med prinsipal-agent-teorien som rammeverk.

---

<sup>10</sup> Eiendomsmeglingsloven §4-5

<sup>11</sup> <http://www.nef.no/nyheter/nefs-styreleder-toff-konkurranse-blant-fullmektiger-truer-trygge-bolighandelen/> (lest 2017-11-20)

<sup>12</sup> <https://www.nrk.no/dokumentar/xl/ekstreme-arbeidsforhold-for-unge-meglere-1.13752071> (lest 2017-11-10)

<sup>13</sup> <http://www.nef.no/nyheter/opplaering-rammevilkar-fullmektigtiden/> lest 2017-11-20

<sup>14</sup> NOU 2006:1 Eiendomsmegling, s 19 (Finansdepartementet, ed.).

<sup>15</sup> jmf § eiendomsmeglingsloven § 6-3

## Teori

Prinsipal-agent-teori (P/A) er rammeverket i denne studien. En prinsipal-agent-relasjon oppstår når en prinsipal bruker en agent til å handle på sine vegne <sup>16</sup>. *"When a house owner contracts with a real-estate agent to sell her house, the owner is the principal and the real-estate salesperson the agent"* <sup>17</sup>.

Denne oppgaven fokuserer på situasjonen som oppstår når prinsipalen ikke kan være sikker på at agenten handler i prinsipalens beste interesse. En slik situasjon blir til når det er usikkerhet rundt agentens handlinger og når handlingene ikke er observerbare <sup>18</sup>. Den tekniske og administrative delen av megleroppdraget kan observeres og kontrolleres, men detaljkontroll er kostbart. Meglers handlinger innenfor salg, service og rådgivning er vanskelig å kontrollere og observere. Her vil meglers personlige motiv kunne komme i spill. Megler er den informerte parten i prinsipal-agent-forholdet og kan opptre opportunistisk.

I prinsipal-agent-modellen oppstår det problemer *"når målsettingene til aktørene ikke sammenfaller, agenten har betydningsfull informasjon prinsipalen ikke har, og når agenten handler på vegne av prinsipalen"*.<sup>19</sup> Modellen bruker insentiver for å samle prinsipalens og agentens interesser. Ved hjelp av belønning forsøker prinsipalen å motivere agenten til å utføre handlinger som er i prinsipalens interesse<sup>20</sup>.

Agentteori utforsker vanskeligheter ved delegering. Ved delegering oppstår det problemer i prinsipal-agent-relasjonen på grunn av informasjonssvikt og motivasjonssvikt <sup>21</sup> *På grunn av asymmetrisk informasjon har disse vanskelighetene ingen*

---

<sup>16</sup> Petersen, T. (1993). The Economics of Organization: The Principal-Agent Relationship. *Acta Sociologica* **36**. S 277

<sup>17</sup> Petersen, T. (1993). The Economics of Organization: The Principal-Agent Relationship. *Acta Sociologica* **36**. S 277

<sup>18</sup> Petersen, T. (1993). The Economics of Organization: The Principal-Agent Relationship. *Acta Sociologica* **36**. S 277

<sup>19</sup> Andresen, Martin Eckhoff & Idsø, Johannes. (2016, 15. desember). prinsipal-agent-teori. I Store norske leksikon. Hentet 20.11 2017 fra <https://snl.no/prinsipal-agent-teori>

<sup>20</sup> Andresen, Martin Eckhoff & Idsø, Johannes. (2016, 15. desember). prinsipal-agent-teori. I Store norske leksikon. Hentet 20.11 2017 fra <https://snl.no/prinsipal-agent-teori>

<sup>21</sup> Husted, B. (2006) Agency, Information and the Structure of Moral Problems in Business. Sage publications. S 179 og s 184.



*enkel og grei løsning*"<sup>22</sup>. Vanskelighetene som oppstår i relasjonen mellom prinsipal og agent kan vi summere opp i agentkostnader<sup>23</sup>. Det oppstår avvikskostnader når agenten ikke handler slik som prinsipalen vil og systemkostnader når prinsipalen forsøker å redusere avvikskostnadene<sup>24</sup>. Systemkostnader og avvikskostnader er kostnadskomponenter av agentkostnader. Avvikskostnader kommer jeg nærmere inn på under moralsk hasard og skjult informasjon. Systemkostnader handler om kostnader prinsipalen har til organisering, lønn og overvåkning og kontroll<sup>25</sup>. Organisering for en selger av et hus kan for eksempel handle om å bruke eiendomsmegler, en gjør det selv-tjeneste eller en advokat. Kontroll og overvåkningskostnader handler om de utfordringene selger har med å detaljovervåke en hver vurdering og en hver handling agenten utfører. Kostnader knyttet til lønn handler om hvordan prinsipalen kan bruke lønn som et insentiv for å påvirke hvor hardt for eksempel megler jobber<sup>26</sup>. Lønn vil påvirke hvor hardt det jobbes, hvilke oppgaver som prioriteres, hva slags beslutninger som tas, hvem som søker seg til jobben og hvem som slutter<sup>27</sup>. *"Slik sett kan insentivene påvirke hvem som jobber i bedriften, og hvordan de gjør jobben sin"*<sup>28</sup>.

## Aktørene

*Prinsipal-agent-teorien har to aktører, prinsipalen og agenten*<sup>29</sup>. Prinsipalen delegerer til agenten, som handler eller utøver på vegne av prinsipalen<sup>30</sup>. Typiske prinsipal-agent-relasjoner kan være mellom: lege og pasient, forsikringsselskap og forbruker, kaptein og hjelperytter i et sykkellag og mellom generalforsamling og styret i et AS. Agenten er den informerte parten, prinsipalen den uinformerte<sup>31</sup>. Prinsipalen delegerer til agenten som

---

<sup>22</sup>Grønn, E. (2008) Anvendt Mikroøkonomi. Cappelen Akademiske Forlag. S 617

<sup>23</sup> Hoff, K. G. (2009). Strategisk Økonomistyring. Universitetsforlaget. s 429

<sup>24</sup> Hoff, K. G. (2009). Strategisk Økonomistyring. Universitetsforlaget. s 430

<sup>25</sup> Hoff, K. G. (2009). Strategisk Økonomistyring. Universitetsforlaget. s 430

<sup>26</sup> Hoff, K. G. (2009). Strategisk Økonomistyring. Universitetsforlaget. s 430

<sup>27</sup> Hoff, K. G. (2009). Strategisk Økonomistyring. Universitetsforlaget. s 43

<sup>28</sup> Hoff, K. G. (2009). Strategisk Økonomistyring. Universitetsforlaget. s 430

<sup>29</sup> Husted, B. (2006) Agency, Information and the Structure of Moral Problems in Business. Sage publications. s 179

<sup>30</sup> Husted, B. (2006) Agency, Information and the Structure of Moral Problems in Business. Sage publications. S 179

<sup>31</sup> Husted, B. (2006) Agency, Information and the Structure of Moral Problems in Business. Sage publications. S 187

kan ha ferdigheter prinsipalen mangler, agenten kan være mer effektiv eller agenten kan gjøre det mulig for prinsipalen å bruke tiden sin bedre på andre ting<sup>32</sup>. Når prinsipalen har valgt agent, tar agenten beslutninger på vegne av prinsipalen<sup>33</sup>.

Beslutningene som agenten tar på vegne av prinsipalen, avhenger av den informasjonen agenten har om omverden ved beslutningstidspunktet<sup>34</sup>. Agentens læring og utvikling av ny kunnskap er en kontinuerlig prosess. Agenten har ekspertinformasjon og agenten tilegner seg kunnskap om prinsipal og omverden kontinuerlig.

## Kontrakt

Prinsipal-agent-modellen peker på prinsipalens uløselige problem, det er umulig å skrive en fullstendig juridisk bindende kontrakt<sup>35</sup>. Det er svært vanskelig å forutse alle mulige eventualiteter<sup>36</sup>. En kontrakt vil derfor alltid være ufullstendig<sup>37</sup>. Det betyr at vi får friksjoner mellom parter som inngår avtaler. En god kontrakt forsøker å samle interessene til partene slik at agenten gjør det som er til det beste for prinsipalen.

Teorien peker på at det er nyttig for prinsipalen å konstruere kontrakter som gir prinsipalen et godt resultat og som agenten aksepterer<sup>38</sup>. Prinsipalen bør også forsøke å utforme kontrakter som siler ut de udyktige agentene og som de dyktige agentene aksepterer. Et eksempel på en slik kontrakt kan være å benytte seg av fastlønn med en bonus. Bonusen kan utformes til å være progressiv og øke i takt med prinsipalens økonomiske resultat. Udyktige agenter vil unngå slike kontrakter fordi de ikke vil klare å oppfylle kravene til bonus. Dyktige agenter vil akseptere fordi de tror de kan oppnå et økonomisk resultat som utløser bonus.

Det er et poeng for selger av en bolig å forsøke å utforme et belønningssystem som gjør at megler bruker sin ekspertkompetanse på å få en best mulig pris. *"Incentivene må være*

---

<sup>32</sup> Petersen, T. (1993). The Economics of Organization: The Principal-Agent Relationship. *Acta Sociologica* 36. S 278

<sup>33</sup> Hoff, K. G. ( 2009). Strategisk Økonomistyring. Universitetsforlaget. s 397

<sup>34</sup> Hoff, K. G. ( 2009). Strategisk Økonomistyring. Universitetsforlaget. s 397

<sup>35</sup> Grønn, E. ( 2008) Anvendt Mikroøkonomi. Cappelen Akademiske Forlag. S618

<sup>36</sup> Husted, B. (2006) Agency, Information and the Structure of Moral Problems in Business. Sage publications. S 180

<sup>37</sup> Grønn, E. ( 2008) Anvendt Mikroøkonomi. Cappelen Akademiske Forlag. S619

<sup>38</sup> Grønn, E. ( 2008) Anvendt Mikroøkonomi. Cappelen Akademiske Forlag. S586

*utformet slik at agenten opptrer som prinsipalen ønsker, også når han ikke observerer*<sup>39</sup>. Det er umulig å detaljkontrollere og styre megler hele tiden. Incentivene må derfor vær utformet slik at megler blir motivert til å stå på også når selger ikke kan se hva megler gjør.

*"Ofte vil agenten ha en bonus knyttet til den fortjenesten han er i stand til å skape".* For eksempel vil en hjelperytter som bidrar til at lagets kaptein vinner et race få en belønning for sin innsats. Om belønningen er riktig utformet, vil hjelperytteren velge beslutninger og handlinger som maksimerer muligheten for at lagets kaptein lykkes. Et problem som oppstår er at agenten kan forutse hvilken belønning han kan motta<sup>40</sup>. Agenten har informasjonsovertaket, og kan påvirke eller manipulere utfallet opportunistisk til sin egen vinning. Om belønningen da ikke er riktig utformet kan hjelperytteren velge å utføre "unyttige" handlinger som ikke påvirker lagets sjanse for å vinne, men som i stede fyller hjelperytterens lommebok.

I mange situasjoner er det avtalefrihet og man kan konstruere de kontraktene man ønsker. I noen situasjoner blir man pålagt å følge spesielle regler og fremgangsmåter. Slik som i en situasjon mellom en utleier og en leietaker. I en relasjon mellom selger og eiendomsmegler har lovgiver valgt spesifikt å regulere hvordan selger kan belønne megler. *"Det kan ikke avtales et provisjonsbasert vederlag hvor den proresentsats som skal betales av kjøpesummen øker med kjøpesummens størrelse"*<sup>41</sup>. Dette betyr at selger ikke kan utforme et belønningssystem som maksimerer meglers incentiver for å arbeide for en høyest mulig pris. Fastpris, timepris, degressiv provisjon og provisjon er tillatt. Progressiv provisjon er ikke tillat.

Det er megler som utarbeider forslag til oppdragsavtale. Deler av denne kan være fravikelig. Selger må selv gå igjennom oppdragsavtalen og foreslå endringer. For eksempel kan selger foreslå at megler kun får godtgjørelse om en eiendom blir solgt. En slik kontrakt er det som kalles "no cure, no pay". En slik klausul kan sile ut de udyktige agentene. Megler kan avtale å få betalt fullt ut om selger avslår et bud på prisantydning,

---

<sup>39</sup> Hoff, K. G. ( 2009). Strategisk Økonomistyring. Universitetsforlaget. s 396

<sup>40</sup> Hoff, K. G. ( 2009). Strategisk Økonomistyring. Universitetsforlaget. s 397

<sup>41</sup> Eiendomsmeglingsloven § 7-2

eller å få delvis betalt om en eiendom ikke blir solgt. Her har partene avtalefrihet og selger kan utforme en kontrakt som påvirker hva slags typer agenter han tiltrekker seg.

### Adferdsmessige antagelser, rasjonalitet

Prinsipal-agent-modellen forutsetter rasjonelle aktører og at disse aktørene forfølger egeninteresse svikefullt<sup>42</sup>. Det betyr at eiendomsmegleren vil oppfylle sine egeninteresser på bekostning av selgers interesser. Teorien sier at megler vil velge å forfølge egeninteresse selv når megler vet at det vil føre til et dårligere resultat for selger. P/A modellen forutsetter hyperrasjonalt, som betyr at aktørene *"are able to make very difficult deliberations and computations very fast"*<sup>43</sup>. Megler er rasjonell og vet hva som lønner seg å gjøre til enhver tid. Aktørenes forfølgelse av egeninteresse gjør det vanskelig å sikre partenes velferd<sup>44</sup>. Modellen studerer hva som skjer når partene opptrer opportunistisk. Problemene som særlig blinker seg ut er aktørenes sannhetsfortelling og løfteholding<sup>45</sup>. Når agenten forfølger egeninteresse, setter agenten sin egen velferd foran prinsipalens velferd. Det kan agenten gjøre ved å skjule hva slags type han er. Problemstillingen er at selger ikke kan vite om megler er dyktig eller udyktig. Megler på sin side vet om han er kompetent, har teft, timing og kunnskap som kan utgjøre en forskjell for selger. Megler kan forfølge egeninteresse ved å skjule betydningsfull informasjon om for eksempel sine økonomiske insentiver. Megler kan forfølge egeninteresse etter kontraktinngåelse ved å utføre handlinger og gi råd som er til nytte for seg selv.

Når agenten kan forutse sin egen belønning får vi problemer med opportunisme. *"Den forventede belønningen for agenten må være minst like god som den avlønningen andre arbeidsgivere er villig til å gi"*<sup>46</sup>. Dette er meglers alternativkostnad. Problemet for selger er at det er forbudt å utarbeide insentiver som gir megler en høyere provisjon samtidig

---

<sup>42</sup> Petersen, T. (1993). The Economics of Organization: The Principal-Agent Relationship. *Acta Sociologica* 36. S 279

<sup>43</sup> Petersen, T. (1993). The Economics of Organization: The Principal-Agent Relationship. *Acta Sociologica* 36. S 279

<sup>44</sup> Petersen, T. (1993). The Economics of Organization: The Principal-Agent Relationship. *Acta Sociologica* 36. S 279

<sup>45</sup> Husted, B. (2006) Agency, Information and the Structure of Moral Problems in Business. Sage publications. S 181

<sup>46</sup> Hoff, K. G. ( 2009). Strategisk Økonomistyring. Universitetsforlaget. s 396

som kjøpesummen går opp. Utrekningen som følger illustrer meglers økonomiske insentiver. Tallene som brukes kommer fra et innhentet tilbud til oppdragsavtale. Jeg har gjort noen endringer i tallmaterialet slik at selger ikke kan indentifiseres.

### 1. Meglers alternativkostnad selger en ekstra dyr bolig

Eksempel a: Megler selger 1 ekstra bolig til 17 000 000

$17\,000\,000 * 1\%$  (provisjon) = 170 000 kr

Eksempel b: Jobber for prisøkning med 400 000

$400\,000 * 1\%$  (provisjon) = 4000 kr

$$170\,000 > 4000$$

Megler disponerer sine ressurser. Megler bør tjene like mye på x timers arbeid med å skaffe nye oppdrag som x timers arbeid med prisøkning. Det er der marginalkostnaden er lik.

Økt kundestrøm for megler og best mulig pris for selger er ikke motstridene. Det er strategier som kan eksistere side ved side, de er ikke gjensidig utelukkende. Poenget er at i et marked vil ressursene allokteres dit hvor den marginale avkastningen er størst. Fordi rasjonelle agenter som svikefullt forfølger egeninteresse vil bruke sine ressurser der hvor de får mest igjen. Regneeksemplet peker derfor mot volum som en driver for megler.

### Asymmetrisk informasjon

Vi har asymmetrisk informasjon når den ene siden av markedet vet noe som den andre siden ikke vet eller kan observere<sup>47</sup>. Agenten og prinsipalen er klar over denne informasjonsasymmetrien<sup>48</sup>. Det er to typer informasjonsasymmetrier, skjult informasjon og moralsk hasard<sup>49</sup>. Sammen med ikke verifiserbar informasjon utgjør de modellens tre grunnleggende problemer. De grunnleggende problemene er komplekse

<sup>47</sup> Grønn, E. (2008) Anvendt Mikroøkonomi. Cappelen Akademiske Forlag. S207

<sup>48</sup> Grønn, E. (2008) Anvendt Mikroøkonomi. Cappelen Akademiske Forlag. S586

<sup>49</sup> Grønn, E. (2008) Anvendt Mikroøkonomi. Cappelen Akademiske Forlag. S587

og gir mange typer andrerunde-effekter. Ofte kombineres de og det øker kompleksiteten.

### Skjevt utvalg

*"Skjult informasjon er når prinsipalen ikke kan observere hva slags type agenten er, og når agenten holder informasjon skjult for prinsipalen"<sup>50</sup>. Skjevt utvalg er skjult informasjon om megler for selger. Å observere agentens type er å avsløre agentens kapasitet til å utføre arbeidet som blir delegert bort<sup>51</sup>. Prinsipalen ønsker at megler skal være kapabel, tillitsfull og ærlig<sup>52</sup>. Problemet er at det er vanskelig å avgjøre om agenten er dyktig, ærlig, og arbeidsom. Megler må kunne utføre arbeidet korrekt og uten å bruke unødvendig mye tid<sup>53</sup>. Skult informasjon om megler, er når selger ikke sikkert kan avdekke motivene og intensjonene til megler<sup>54</sup>. Det kan for eksempel handle om å avdekke meglers økonomiske insentiver. Selger vet ikke om megler har insentiver til å arbeide for en høy pris eller om megler vil arbeide lojalt for selger om salget går trått.*

### Moralsk Hasard

*"Moral hazard is characterized by hidden action or hidden effort"<sup>55</sup>. Moralsk hasard handler om at meglers handlinger og vurderinger er skjult for selger. Det er forskjellen mellom handlingene, den handlingen som gir best resultat for prinsipalen og den handlingen som er best for agenten, som kalles for moralsk hasard<sup>56</sup>. Moralsk hasard problematiserer muligheten for at agenten gjør vurderinger og handlinger som er best*

---

<sup>50</sup> Grønn, E. (2008) Anvendt Mikroøkonomi. Cappelen Akademiske Forlag. S589

<sup>51</sup> Petersen, T. (1993). The Economics of Organization: The Principal-Agent Relationship. *Acta Sociologica* **36**. S 278

<sup>52</sup> Petersen, T. (1993). The Economics of Organization: The Principal-Agent Relationship. *Acta Sociologica* **36**. S 278

<sup>53</sup> Petersen, T. (1993). The Economics of Organization: The Principal-Agent Relationship. *Acta Sociologica* **36**. S 278

<sup>54</sup> Husted, B. (2006) Agency, Information and the Structure of Moral Problems in Business. Sage publications. S 184

<sup>55</sup> Husted, B. (2006) Agency, Information and the Structure of Moral Problems in Business. Sage publications. S 185

<sup>56</sup> Petersen, T. (1993). The Economics of Organization: The Principal-Agent Relationship. *Acta Sociologica* **36**. S 284

for seg selv, på bekostning av prinsipalens velferd<sup>57</sup>. For eksempel om megler presser frem et salg får å få det på denne månedens lønning.

Det er to typer problemer i moralsk hasard: Agenten utfører handlinger som er uobserverbare og skjult kunnskap<sup>58</sup>.

Uobserverbare handlinger dreier seg om at agenten holder sine løfter<sup>59</sup>. For megler er det kostbart å legge ned tid og handling for å nå prinsipalens mål<sup>60</sup>. Det kan være å bruke ekstra tid på styling, fotografier, en siste shine før visning eller om megler ringer opp alle interessenter. Det kan for eksempel være gunstig for salgsprisen om megler bistår potensielle kjøpere med å rydde unna problemer.

Det er problemer med skjult kunnskap i moralsk hasard og i skjevt utvalg<sup>61</sup>. Under skjevt utvalg handler skjult kunnskap om informasjon som er utilgjengelig før kontraktinngåelse<sup>62</sup>. For eksempel kvalitet.

Skjult kunnskap under moralsk hasard handler om problemer som oppstår etter at kontrakten er inngått<sup>63</sup>. Megler tilegner seg kunnskap om omverden og om prinsipalen kontinuerlig. Megler kan bruke denne informasjonen til å fremme sine interesser på bekostning av selgers interesser. Skjult kunnskap under moralsk hasard handler om meglers sannhetsfortelling. Megler skal arbeide lojalt for selgers interesser, men spørsmålet er om megler gir selger råd som er bra for salgsprisen eller for seg selv<sup>64</sup>. Sannhetsfortelling kan for eksempel handle om hvorvidt megler forteller selger at det lønner seg å speede opp prosessen og selge raskt og på den måten sikre meglervolum.

---

<sup>57</sup> Petersen, T. (1993). The Economics of Organization: The Principal-Agent Relationship. *Acta Sociologica* **36**. S 284

<sup>58</sup> Husted, B. (2006) Agency, Information and the Structure of Moral Problems in Business. Sage publications. S 185

<sup>59</sup> Husted, B. (2006) Agency, Information and the Structure of Moral Problems in Business. Sage publications. S 185

<sup>60</sup> Husted, B. (2006) Agency, Information and the Structure of Moral Problems in Business. Sage publications. S 185

<sup>61</sup> Husted, B. (2006) Agency, Information and the Structure of Moral Problems in Business. Sage publications. S 185

<sup>62</sup> Husted, B. (2006) Agency, Information and the Structure of Moral Problems in Business. Sage publications. S 185

<sup>63</sup> Husted, B. (2006) Agency, Information and the Structure of Moral Problems in Business. Sage publications. S 185

<sup>64</sup> Husted, B. (2006) Agency, Information and the Structure of Moral Problems in Business. Sage publications. S 185

Eller om megler forteller selger at han bør vente med å legge ut boligen til etter ferien fordi da kan selger få en bedre pris.

Det oppstår også andre vanskeligheter for selger. Det kan det være lønnsomt å vente med å selge boligen og ikke speede opp prosessen, men verden er usikker. Det finnes ingen fasit, vi kan ikke vite. Ofte er det også tilfeldige faktorer som påvirker sluttresultatet og selger vet ikke om det er tilfeldigheter eller megler som påvirker<sup>65</sup>.

Prinsipalen kan ikke mikro styre eller observere enhver handling som agenten utfører<sup>66</sup>. Det er kostbart og noen ganger umulig<sup>67</sup>. Uansett er poenget med å benytte seg av en "ekspert" nettopp å delegere bort oppgaver som eksperten kan utføre bedre. Prinsipalen må ha tillit til at agenten forteller sannheten og holder sine løfter.

Megler er sårbar for negativ omtale, klager til ledelsen, klager til klagenemnd og rettsforfølgelse. Kredittilsynet fører tilsyn og media følger bransjen. Megler er bundet av eiendomsmeglerloven og av eiendomsmeglingsforskriften. I tillegg til legale krav har eiendomsmeglerforbundet utarbeidet etiske regler<sup>68</sup>. "Medlemmene plikter å innordne seg etter Norges Eiendomsmeglerforbunds etiske regelverk"<sup>69</sup>. De etiske retningslinjene vil være et bidrag til å rettlede meglere i deres yrkesutøvelse. De vil også være viktige når for eksempel klagenemnd eller domstol forsøker å avgjøre om megler har brutt god meglerskikk. Det er ikke fritt frem for megler. Meglertjenester blir ofte levert av selskaper med litt størrelse som DNB, Eie Eiendomsmegling, PrivatMegleren og OBOS. Det er naturlig å anta at ledelsen og meglere som ønsker å ha megling som levebrød har et bevisst forhold til kvalitet, service og legale krav.

## Verifisering

Vanskeligheter oppstår fordi det er kostbart eller umulig for prinsipalen å verifisere hva slags type agenten er, eller hva slags handlinger og vurderinger agenten foretar seg.

---

<sup>65</sup> Petersen, T. (1993). The Economics of Organization: The Principal-Agent Relationship. *Acta Sociologica* 36. S 278

<sup>66</sup> Husted, B. (2006) Agency, Information and the Structure of Moral Problems in Business. Sage publications. S 185

<sup>67</sup> Grønn, E. (2008) Anvendt Mikroøkonomi. Cappelen Akademiske Forlag. S587

<sup>68</sup> <https://www.nef.no/om-nef/nef-regelverk/etiske-regler-for-norges-eiendomsmeglerforbund/>

<sup>69</sup> Norges eiendomsmeglerforbund etiske regler § 10



Nøkkelen er å finne måter man troverdig kan forsikre seg om kvaliteten på tjenesten<sup>70</sup>. Selger kan søke i markedet for å verifisere tjenesten, fra for eksempel bekjente. Tester, garantiordninger, returrett, mulighet for å angre og anbefalinger kan være ordninger som øker troverdigheten i markedet<sup>71</sup>. "Men selger kan bli forvirret om megler for eksempel motstrider tester"<sup>72</sup>. Returrett er en viktig rett for mange forbrukere, men det er vanskelig å returnere en tjeneste.

Mange meglere benytter seg av "score" og "rating" på nettsider for å fortelle markedet om hvordan andre kunder har opplevd meglertjenesten. Det er forskjell på tyngden i en "rating" fra en nettside eller en anbefaling fra en bekjent og en rapport fra tilsynsmyndighet.

Lovgiver har funnet måter som skal gjøre det enklere å verifisere og kontrollere meglertjenester. Megler må informere om priser så de lett kan ses av kundene.<sup>73</sup> Megler skal utarbeide et skriftlig tilbud basert på timepris og anslå timebruk på oppdraget.<sup>74</sup> Megler må skrive regning som skal gjøre det mulig å bedømme *arten og omfanget* av meglers arbeid.<sup>75</sup> Megler kan få uanmeldt tilsyn<sup>76</sup> og megler er lovpålagt tilknytning til klagenemnd<sup>77</sup>. I klagenemnda kan kjøper, selger og andre interessenter kreve nemndsbehandling og få en bedømmelse av meglertjenesten.

## Oppsummering

Agentens utførelse av oppdraget påvirker utfallet<sup>78</sup>. Det er som oftest også tilfeldige faktorer som påvirker sluttresultatet<sup>79</sup>. Utfallet av eiendomssalget er observerbart for

---

<sup>70</sup> Grønn, E. (2008) Anvendt Mikroøkonomi. Cappelen Akademiske Forlag. S213

<sup>71</sup> Grønn, E. (2008) Anvendt Mikroøkonomi. Cappelen Akademiske Forlag. S213

<sup>72</sup> Grønn, E. (2008) Anvendt Mikroøkonomi. Cappelen Akademiske Forlag. S213

<sup>73</sup> Eiendomsmeglingsloven § 7-1

<sup>74</sup> Eiendomsmeglingsloven § 7-2 (2)

<sup>75</sup> Eiendomsmeglingsloven § 7-2 (3)

<sup>76</sup> Eiendomsmeglingsloven § 8-1

<sup>77</sup> Eiendomsmeglingsloven §§ 2-10 og 8-8

<sup>78</sup> Petersen, T. (1993). The Economics of Organization: The Principal-Agent Relationship. *Acta Sociologica* **36**. S 278

<sup>79</sup> Petersen, T. (1993). The Economics of Organization: The Principal-Agent Relationship. *Acta Sociologica* **36**. S 278

megler og selger<sup>80</sup>, slik som salgspris og hvor lang tid det tok å få solgt boligen. Men bare megler observerer sine egne handlinger underveis<sup>81</sup>.

Atskillige handlinger kan oppstå på grunn av asymmetrisk informasjon. Agenten kan sluntre unna, skylde på tilfeldigheter eller skjule en moderat arbeidsinnsats. Det er også vanskelig å synliggjøre en glimrende arbeidsinnsats.

Modellen bruker økonomiske insentiver for å samle partenes interesser. Fornuftige insentiver påvirker agenten og kan sikre et godt resultat for prinsipalen.

Teorien strukturer utforskningen av forskningsspørsmålene på denne måten:

### **1. På hvilken måte er bruk av eiendomsmegler nyttig for å sikre selgers interesser?**

Dette punktet er interessant fordi P/A modellen forutsetter at megler opptre opportunistisk og trygger sin egen velferd på bekostning av selgers velferd. Meglers belønningsmodell bør være slik at megler blir motivert til å arbeide for selgers interesser. Megler skal arbeide lojalt for selger. Jeg vil se på om selger bruker en belønningsmodell som motiverer megler.

Det er hvordan selger kan sikre at ord blir til handling som blinker seg ut. Teorien peker mot økonomiske insentiver, og jeg vil rette fokus mot temaet.

### **2. Hvilke ulike meglertyper finnes?**

Dette punktet er interessant fordi det er vanskelig å avgjøre om megler er dyktig eller udyktig. Det er strukturen fra skjevt utvalg som peker seg ut. Alle meglere må kunne utføre arbeidet i samsvar med lovverket. Det er meglers kapabilitet til å selge boligen og hvordan de arbeider for en god pris som blinker seg ut.

---

<sup>80</sup> Petersen, T. (1993). The Economics of Organization: The Principal-Agent Relationship. *Acta Sociologica* 36. S 279

<sup>81</sup> Petersen, T. (1993). The Economics of Organization: The Principal-Agent Relationship. *Acta Sociologica* 36. S 279

### 3. Hvilke fordeler og ulemper har bruk av eiendomsmeidler?

#### **Fordeler**

Teorien peker på at det er en fordel å delegere til eksperter, de utfører arbeidet bedre enn amatører. Dette punktet er interessant fordi det er spesielt fordelaktig å ha en dyktig agent som er motivert. En slik agent arbeider for en god pris og det er makelig for prinsipalen.

#### **Ulemper**

Dette punktet er interessant fordi teorien fremhever problemer med at agenten har informasjonsovertaket. Agenten kan bruke sin ekspertkompetanse til å fremme sine egne interesser.

Agenten kan forutse utfallet og sin egen belønning. Agenten kan derfor velge å påvirke eller manipulere utfallet opportunistisk til sin egen vinning. Det er problemene fra moralsk hasard og spesielt sannhetsfortelling som blinker seg ut.

## Metode

Denne studien er basert på intervjuer av tre meglere og to selgere. Sammen med intervjuer har jeg samlet inn og brukt prospekt og oppdragsavtaler. All data er hentet fra området Oslo og Akershus.

Jeg ønsket å avdekke om megler representerer selger på en god måte. utfordringen var å finne en metode som kunne få tak i en virkelighet som var der ute. Gjennom forprosjekteringen gikk jeg mange runder med utprøving og endring. Det var en nyttig prosess som ga meg tid til litteratursøk, sparring med medstudenter, og diskusjon med veileder. I løpet av forprosjekteringen utforsket jeg metodelitteraturen og tilegnet meg relevant kunnskap om den viktige forskningsdesignfasen. Denne fasen er viktig fordi den legger grunnlaget for hele forskningen<sup>82</sup>.

## Forskningsdesign

Valget av paradigme styrer metodologien i forskningen<sup>83</sup>. Et paradigme er et sett av basisregler og prinsipper som veileder forskeren<sup>84</sup>. Valget av paradigme er avgjørende for handlinger, beslutningstaking og hvordan jeg som forsker oppfatter, forstår og tolker verden<sup>85</sup>. Metodologien og valget av metode er derfor avhengig av hvilket paradigme jeg ville jobbe i<sup>86</sup>.

Et naturalistisk paradigme gir en utforskende tilnærming<sup>87</sup>. Naturalisme minimerer forskerens manipulasjon av setting og legger ingen forutbestemte føringer på hva som

---

<sup>82</sup> Mehmetoglu, M. (2003). "Kvalitativ metode for merkantile fag," Fagbokforlaget, Bergen. S 50

<sup>83</sup> Mehmetoglu, M. (2003). "Kvalitativ metode for merkantile fag," Fagbokforlaget, Bergen. S 13

<sup>84</sup> Guba, E. G., and Lincoln, Y. S. (1994). Competing paradigms in qualitative research. *In* "Handbook of qualitative research" (N. K. Denzin and Y. S. Lincoln, eds.), pp. 105-117. Sage Publications, Inc., Thousand Oaks, CA.

<sup>85</sup> Patton, M. Q. (2015). "Qualitative Research & Evaluation Methods. Integrating Theory and Practice," FOURTH EDITION/Ed. SAGE Publications, Inc. s 39

<sup>86</sup> Mehmetoglu, M. (2003). "Kvalitativ metode for merkantile fag," Fagbokforlaget, Bergen. S 13

<sup>87</sup> Patton, M. Q. (2015). "Qualitative Research & Evaluation Methods. Integrating Theory and Practice," FOURTH EDITION/Ed. SAGE Publications, Inc. s 39-40

vil være utfallet av forskningen<sup>88</sup>. En naturalistisk tilnærming ville gjøre det mulig å avdekke, tilpasse og forstå en virkelighet. Jeg valgte derfor en naturalistisk tilnærming.

Etter valget av paradigme valgte jeg metode. *"En metode er en planmessig fremgangsmåte"*<sup>89</sup>. Metode er et verktøy som man kan bruke til å løse problemer og komme fram til ny kunnskap. Det var de uobserverbare sammenhengene mellom selger, megler og insentiver jeg ønsket å utforske. En observerbar sammenheng er for eksempel at megler er ansatt av selger og skal arbeide for selger. Uobserverbare sammenhenger går dypere. Det er drivere eller fenomen som kan belyse handlinger og vurderinger. Det som var spennende var å oppdage spor som kunne styrke eller svekke fortellingen om at megler arbeidet lojalt for selger.

Det finnes mye økonomisk teori som belyser partene i prinsipal-agent-relasjonen. Jeg var på utkikk etter om megler representerte selger på en god måte. Megler skal være lojal mot selgers interesser. Prinsipal-agent-modellen pekte på problemer som kunne oppstå, mens lovverket og forarbeider påla megler å være lojal mot selger. Det var denne kontrasten jeg ville utforske. Jeg fant ikke lignende studier utført på eiendomsmeglere. Jeg valgte derfor å utføre en eksplorativ/undersøkende studie. Det var hensiktsmessig å gå eksplorativt til verks fordi eiendomsmeglerne har særegne regler og bransjenormer som kunne påvirke agentrelasjonen. Jeg ville forstå driverne og fenomenene og jeg trengte en metode som ville la meg gå i dybden og svare på hva, hvorfor og hvordan.

Enhver forskningsmetode har styrker og svakheter. Det finnes alltid andre måter å finne svar på forskningsspørsmålene man stiller. Kvalitative og kvantitative forskningsmetoder er ulike verktøy som kan brukes.

Kvalitative data var det som virket mest hensiktsmessig å samle inn for å kunne avdekke om megler representerte selger på en god måte. *"Kvalitative data blir brukt til analytisk*

---

<sup>88</sup> Patton, M. Q. (2015). "Qualitative Research & Evaluation Methods. Integrating Theory and Practice," FOURTH EDITION/Ed. SAGE Publications, Inc. s 39

<sup>89</sup> Gripsrud, Olsson, Silkoset. (2008). Metode og dataanalyse. Med fokus på beslutninger i bedrifter.s12

*beskrivelse og forståelse av sammenhenger*<sup>90</sup>. Jeg valgte å utføre en kvalitativ studie fordi denne formen for forskning lar meg utforske og forstå<sup>91</sup>. En annen fordel med kvalitativ metode er at den er egnet til å beskrive og presentere et fenomen<sup>92</sup>.

Jeg fortsatte med å gjøre meg kjent med ulike kvalitative forskningsstrategier. Jeg snevret fokuset mitt inn ved å fokusere på de typologiene som er utviklet i den samfunnsvitenskapelige fagdisiplinen. Jeg utforsket styrker, svakheter og arbeidet ved å skaffe meg et faglig grunnlag.

### Casestudie

*"En casestudie er en empirisk studie som studerer et fenomen i dets reelle kontekst, der grensene mellom fenomenet og konteksten ikke er åpenbare, og der flere kilder av bevis brukes»*<sup>93</sup>. Min case er å studere meglers rolle i et konkurransesatt marked. Jeg vil utforske om megler ivaretar selger på en god måte. I casestudier kan alle slags datainnsamlingsmåter og analysemetoder brukes<sup>94</sup>. En casestudie åpner for å bruke intervjuer og de mange dokumentene som blir utarbeidet mellom selger og megler. Det å kunne bruke varierte og ulike kilder var en styrke jeg la vekt på. Det muliggjorde å hente inn flere bevis. Jeg la vekt på dette fordi jeg regnet med at det ville være vanskelig å få fatt på meglers belønningsmodell. Jeg ønsket å sikre meg flere kilder slik at jeg kunne belyse dette tema nærmere. Det var viktig å rette fokus mot belønning fordi teorien pekte på belønning som en driver for megler. Jeg valgte også å intervjuer både meglere og selgere. På den måten økte jeg påliteligheten og gyldigheten til studien fordi jeg baserte meg på informasjon fra både prinsipalen og agenten. Om jeg gjorde spennende oppdagelser eller funn vil det også være mulig å belyse disse nærmere med ulike kilder.

Jeg valgte intervjuer som primær metode for å samle inn data, da intervjuer gir muligheten til å gå å dybden i relasjonen mellom selger og megler. I dokument-data

---

<sup>90</sup> Gripsrud, Olsson, Silkoset. (2008). Metode og dataanalyse. Med fokus på beslutninger i bedrifter.s 98

<sup>91</sup> Patton, M. Q. (2015). "Qualitative Research & Evaluation Methods. Integrating Theory and Practice," FOURTH EDITION/Ed. SAGE Publications, Inc. s 22

<sup>92</sup> Mehmetoglu, M. (2003). "Kvalitativ metode for merkantile fag," Fagbokforlaget, Bergen. S 21

<sup>93</sup> Yin, R. K. (2009). "Case Study Research. Design and methods," 2/Ed. Sage, Thousand Oaks.

<sup>94</sup> Mehmetoglu, M. (2003). "Kvalitativ metode for merkantile fag," Fagbokforlaget, Bergen. S 44

kunne jeg finne forklaringer eller paradokser som kunne gi mer forståelse til intervjuene. For eksempel ville jeg forsøke å bruke informasjon om belønning til å kunne forklare meglers motivasjon.

Får å klare å svare på spørsmålene i prosjektet måtte jeg ha data. Disse dataene måtte jeg hente inn selv. En induktiv tilnærming gjør at forskeren bruker erfaringer, opplevelser og teorier til å prøve å forstå og skape mening i datamaterialet. En induktiv tilnærming var derfor naturlig.

Jeg ønsket å få pekere fra teorien. Med P/A teori som rammeverk fikk jeg struktur og en overbygning i prosjektet. Studien er eksplorativ innledningsvis og jeg forsøker å oppdage informantens virkelighet. Senere blir studien mer deskriptiv. Studien blir mer deskriptiv når jeg bruker funn, observasjoner og teori til å beskrive hvordan og hvorfor megler ivaretar selger.

Det neste steget i prosjektet var å spisse problemstillingen. Jeg måtte utforme en problemstilling som ga retning. Problemstillingen skulle spille på det teoretiske rammeverket og den måtte være utforskende. Jeg forsøkte å utforme en problemstilling som skulle tillate oppdagelsen av informantens virkelighet. Det var vanskelig å finne en balansegang mellom teoretisk retning og en åpen tilnærming. En utfordring var å unngå å lede forskningen inn i et spor som førte til en forutbestemt konklusjon.

### Studiens data

Hovedinformasjonen i studien kommer fra intervjuer. Jeg har intervjuet tre meglere og to selgere. Prospekter og oppdragsavtaler har blitt brukt som sekundære kilder. Prospektene inneholdt takst, verdivurdering og meglers avtalte vederlag.

Jeg måtte finne informanter som kunne gi meg gode data. Jeg anså det derfor som hensiktsmessig å velge informantene strategisk. Jeg bestemte meg for noen kriterier som kunne sikre meg relevant informasjon. Utvelgelsen av informantene ble styrt etter hva jeg ønsket å avdekke; meglers rolle og strategier i et konkurranseutsatt marked. Meglerne ble valgt fra tre ulike kontorer. Meglerne måtte ha tilhørighet i det konkurransepregete markedet i Oslo og Akershus. Meglerne måtte minimum ha tittelen

eiendomsmegler.<sup>95</sup>

Selgerne og kjøperne måtte ha relevant og nylig erfaring. De måtte ha solgt bolig i Oslo eller Akershus, og benyttet seg av megler ved salg av bolig i løpet av de siste seks månedene. Ved å bruke informanter som hadde fersk erfaring, sikret jeg at de opplevde et så likt boligmarked som mulig. På den måten styrket jeg muligheten til å sammenligne intervjuene med hverandre. Det var viktig å unngå at noen av intervjuobjektene ble påvirket av renteheving eller andre eksogene faktorer mens andre ikke ble det. Fasiten ble at jeg fikk gjennomført intervjuer i desember, både med meglere og selgere. Selgerne hadde solgt bolig i oktober / november.

I utgangspunktet bygget forprosjekteringen på at jeg skulle intervjuer selgere som hadde solgt gjennom meglerne jeg intervjuet. Det var ikke mulig på grunn av eiendomsmeglers lovpålagte taushetsplikt, meglerne kunne ikke opplyse om hvem som hadde solgt, eller oppgi dokumenter.

Prosjektet mitt fokuserer på ideer og logikker, jeg forsøker å avdekke fenomener. Jeg var ikke avhengig av at megler og selger hadde vært i direkte kontakt. Utfordringen var å få tak i gode data og det løste jeg ved å velge informanter strategisk. Det samme gjaldt for forslagene til oppdragsavtalene som jeg har hentet inn. De meglerne jeg har intervjuet har ikke laget oppdragsavtalene jeg har hentet. Jeg har valgt å bruke oppdragsavtalene fordi de gir en dypere forståelse om drivere og logikker som gjelder for markedet i Oslo og Akershus. Forslag til oppdragsavtaler har blitt hentet inn fra en selger som gjennomførte en anbudskonkurranse for å finne megler. Selger hadde hentet inn 5 ulike tilbud og jeg fikk innsyn i disse tilbudene. Jeg kom i kontakt med denne selgeren gjennom nettløsningen finn.no. Boligen hadde ligget ute på markedet, og jeg sendte en forespørsel til selger vedrørende intervju til masteroppgave, men boligen var ikke solgt. Det ble derfor ikke gjennomført et intervju. Boligen ble heller ikke solgt på et tidspunkt som gjorde det mulig å gjennomføre intervjuet. Selger ga meg derimot innsyn i de anbudene han hadde hentet inn. I tilbudene spesifiserte meglerne vederlag og de arbeidsoppgaver som megler skulle utføre. Anbudene er hentet inn fra etablerte kontorer i Oslo og Akershus.

---

<sup>95</sup> Eiendomsmeglingsloven § 4-2)



Får å få informantene med på studien garanterte jeg anonymitet. Jeg lovet at det ikke skulle fremkomme informasjon som kunne bidra til å identifisere dem. Det har jeg gjort ved å anonymisere meglerkjede, navn og områder i transkriptene. Denne garantien ble gitt på epost. Det var avgjørende for informantene at jeg kunne garantere anonymitet. Jeg har lovet den samme anonymiteten til selgerne og meglerne. Uten anonymitet ønsket ikke selgerne eller meglerne å stille opp i studien.

Jeg var bevisst på hva slags informasjon jeg ga informantene om studien, da det ville kunne påvirke hva slags informasjon de ga. Jeg utarbeidet derfor et standard oppsett med nøytral informasjon som jeg brukte når jeg skulle finne informanter. Informantene ble først spurt per sms eller epost om de ville delta i en masteroppgave. De som svarte ja, kontaktet jeg på telefon. Jeg ga dem bakgrunnsinformasjon om meg selv og at studien var en del av masteroppgave. Jeg avtalte tidspunkt for intervjuet, informerte om anonymitet og om at de kunne trekke seg når som helst. Informantene som lurte på hva problemstillingen var, fortalte jeg at oppgaven handlet om salg av privat bolig.

En av selgerne ble intervjuet over telefon. Det var vanskelig å få selgere til å stille opp, og hovedårsaken til det var at de var midt i en kaotisk flytteprosess. Det ble derfor gjennomført et telefonintervju fordi det muliggjorde å få flere informanter. Vi avtalte tidspunkt for intervjuet over sms. Jeg styrte intervjuet ut ifra intervjuguiden. Det er en ulempe når det ikke er kontakt ansikt til ansikt gjennom et intervju. Det hindrer intervjueren fra å få tak i ikke-verbale uttrykk, og dette må jeg ta hensyn til i analysen.

Det var utfordrende å finne selgere som kunne være informanter. Jeg forsøkte nylige tinglysninger hos kartverket, men denne metoden var svært arbeidskrevende og lite presis. Jeg måtte logge inn for hvert 10. søk med min ID. Og det var ikke noe system for å finne nylige tinglyste boliger i Oslo og Akershus. Jeg kontaktet kartverket, men de har ikke svart på mine henvendelser. Finn.no ble løsningen. Her lagres gamle annonser i ett år, og man kan gå inn og finne boligene som er solgt. Selgerne oppsøkte jeg via telefonkatalogen og en sms med forespørsel om de ville stille opp i en masteroppgave.

Meglerne i studien oppsøkte jeg via e-post. Jeg fant ulike meglerkontorer og sendte epost til de som var eiendomsめglere. Fullmektiger var ikke aktuelt fordi jeg ønsket å

intervjue meglere med lengre erfaring. Meglerne i studien kommer alle fra ulike kontorer og fra forskjellige franchiser.

Datainnsamlingen fortsetter til forskeren har fått nok innsikt i caset eller det teoretiske metningspunktet er nådd<sup>96</sup>. Jeg hadde fått nok innsikt da jeg hadde samlet tre meglerintervjuer, to selgerintervjuer med to prospekter og 5 verdivurderinger/tilbud.

## Intervju

For å svare utforskende på problemstillingen passet semistrukturerte dybdeintervju godt. En av hovedteknikkene for datainnsamling i et eksplorativt design er dybdeintervjuer<sup>97</sup>. *"Individuelle dybdeintervjuer gjennomføres når individets personlige erfaringer, meninger eller lignende er av interesse"*<sup>98</sup>. Denne datainnsamlingsmetoden muliggjorde oppdagelsen av meglers og selgers individuelle erfaringer og meninger. Individuelle intervjuer passer også godt jo mer sensitivt tema er<sup>99</sup>. Både for meglerne og selgerne var tema sensitivt og jeg anså intervjuer som en god metode.

Jeg bestemte meg for å utføre semistrukturerte intervjuer, fordi det muliggjør å holde intervjuene inne på visse temaområder. Temaområdene utviklet jeg med pekere fra litteraturen. Jeg utarbeidet stikkord i forkant, som jeg kunne bruke om intervjuet vandret for langt fra det som var tema for oppgaven, eller om det kjørte seg fast. Først og fremst brukte jeg stikkordene til å hjelpe meg med å stramme inn intervjuet og rette fokus mot pekerne fra teorien. Jeg jobbet mye med notatene, intervjuguide og stikkord. På den måten kjente jeg de ut og inn. Det lettet arbeidstrykket under intervjuet og jeg kunne fokusere på informanten.

Intervjuet begynte med noen oppvarmingsspørsmål om informantens erfaringer og bakgrunn. Oppvarmingsspørsmålene skulle gjøre informanten varm, samtidig som jeg ønsket å etablere et tillitsforhold. Jeg fortsatte intervjuene åpent, med noen ideer om hva som var tema. Jeg brukte åpne spørsmål for å utforske hva slags tema informantene brakte på banen før jeg strammet mer til.

---

<sup>96</sup> Mehmetoglu, M. (2003). "Kvalitativ metode for merkantile fag," Fagbokforlaget, Bergen. S 46

<sup>97</sup> Gripsrud, Olsson, Silkoset. (2008). Metode og dataanalyse. Med fokus på beslutninger i bedrifter.s 59

<sup>98</sup> Gripsrud, Olsson, Silkoset. (2008). Metode og dataanalyse. Med fokus på beslutninger i bedrifter.s 60

<sup>99</sup> Gripsrud, Olsson, Silkoset. (2008). Metode og dataanalyse. Med fokus på beslutninger i bedrifter.s 109

En spørsmålsformulering jeg brukte var "kan du fortelle om salgsprosessen?" Jeg hadde også utarbeidet åpne spørsmål med referanser til teorien og tema belønning. Jeg stilte blant annet spørsmålet, "hva motiverer deg?" Åpne spørsmål lar informanten bringe opp de tema som de synes er viktig. Dette var viktig for meg fordi prosjektet mitt skulle utforske. Jeg noterte ned hva slags tema informantene tok opp og forberedte oppfølgingsspørsmål med god hjelp fra stikkordene jeg hadde utarbeidet.

På hver side i intervjuguiden hadde jeg også skrevet ned noen åpne spørsmålsformuleringer i en fargekode slik at de var lette å finne. Når jeg holdt på å kjøre meg fast eller slet med å finne det gode spørsmålet, hadde jeg alltid noen jeg kunne bruke. Spørsmålene jeg brukte var: Kan du utdype? Fortell mer om? Hvorfor er det slik? Hvordan gjør du det? Hva mener du?

Etter utført intervju skrev jeg ned et memo om hva jeg hadde opplevd, og jeg noterte ned umiddelbare tanker. Når jeg kom hjem fra intervjuet spilte jeg av intervjuet. Jeg tok med meg lærdom fra intervjuene inn i intervjuguiden og jeg lagde nye stikkord. Det var en nyttig prosess. På mange måter begynte analyseprosessen når jeg spilte av intervjuene hjemme

Det var mye lærdom i hvordan jeg kunne utføre intervjuene. Jeg la etter første intervju særlig fokus på å finne gode spørsmål som lot informantene få utfolde seg. Jeg brukte mye tid på å raffinere spørsmål, intervjuteknikk og utarbeide gode stikkord.

Jeg passet på å komme i god tid før intervjuet skulle starte. Det var viktig for meg å finne roen og komme inn i modus. Jeg gikk igjennom hvordan jeg skulle introdusere prosjektet slik at jeg unngikk å legge føringer på informanten. Jeg gjorde meg tanker om kroppsspråk, holdning, og på å si mye, ja, under intervjuene. Jeg ville prøve å få informantene til å føle seg bekvemme. Ofte var det bare det å si ja som utløste videre prat fra informanten.

## Analysemetode

Intervjuene er primærkilden hvor analysen røyker ut det som er viktig. For å strukturere data har jeg tatt utgangspunkt i Strauss and Corbin sin konstant komparativ

analysemetode<sup>100</sup>. For å ordne datamaterialet har jeg benyttet meg av problemstillingen. Jeg har beholdt den informasjonen som er nødvendig for å besvare problemstillingen. Jeg møtte dataene med et åpent sinn og en åpen holdning og spurte hva datamaterialet kunne fortelle meg. Det første jeg gjorde var å gjøre meg kjent med dataene. Jeg leste gjennom transkriptene, markerte meningsinnholdet i teksten, og vurderte hva som var meningsinnholdet opp mot problemstillingen. Jeg søkte etter enheter fra dataene som var informasjonsrike, det kunne være ord, setninger eller avsnitt. Jeg lette også etter utsagn som knyttet seg til bestemte fenomen og klippet disse ut av teksten. Jeg noterte, streket under og stilte spørsmål underveis. Det var mange ord og begreper som gikk igjen. Dette var starten på å ordne datamaterialet i ulike kategorier og en del av det Strauss and Corbin kaller åpen koding.

Etter prosessen med åpen koding startet jeg med kategoriutvikling. Jeg forsøkte å finne kategorier som kunne hjelpe med å fortolke dataene. Deretter sammenlignet jeg enheter fra transkriptene med hverandre for å finne hvilke konsepter og kategorier de kunne koordineres under. Jeg gjennomførte flere runder med kategoriutvikling og abstraherte kategoriene. På den måten fikk jeg et håndterlig antall kategorier. Jeg abstraherte ved å se etter kodens hyppighet, unikhhet og relevans til problemstilling<sup>101</sup>. Om en kategori blir gjentatt flere ganger forteller det noe om viktigheten. Unikhhet kan forklare fenomener fra andre sider enn de kategoriene som blir gjentatt ofte. Unikhhet handler om å se etter det som er uvanlig, det som ikke stemmer. Unikhhet eller uventede innspill kunne lede til spor om fortellinger som ikke stemte. Jeg brukte forskningsspørsmålene for å veilede meg i forhold til hva som var relevant i for problemstillingen.

*"Det å bruke data fra flere kilder i en studie kalles for data triangulering"*<sup>102</sup>. Jeg benytter meg av meglers intervju, selgers intervju, prospekt og forslag til oppdragsavtale. Jeg har benyttet meg av intervjuene og pekere fra teorien når jeg har utviklet kategorier. Jeg tok kategoriene jeg utviklet inn i en triangulering. Jeg brukte transkripter og dokumentdata og søkte etter innhold som kunne vise paradokser, lede til spor som viste at fortellingen ikke stemte, eller som bekreftet fortellingene til informantene. Jeg så etter elementer

---

<sup>100</sup> Strauss, A., and Corbin, J. (1998). "Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory," Sage Publications, Inc., Thousand Oaks, CA

<sup>101</sup> Mehmetoglu, M. (2003). "Kvalitativ metode for merkantile fag," Fagbokforlaget, Bergen. S 129

<sup>102</sup> Mehmetoglu, M. (2003). "Kvalitativ metode for merkantile fag," Fagbokforlaget, Bergen. S 91

som kunne forklare eller utdype logiske fenomener i kategoriene jeg hadde utviklet. Trianguleringen var særlig nyttig under utforskningen av meglers belønning. Jeg brukte det informantene hadde sagt, og satte dette sammen med data som fremkom i prospekt og oppdragsavtale. På den måten fikk jeg en dypere innsikt i meglers drivere og motivasjon.

### Validitet og reliabilitet

Jeg har tatt grep for å sikre gyldighet og pålitelighet og for å unngå å bli påvirket av tilfeldigheter. Jeg har hatt fokus på hvordan jeg samler inn data, bearbeidelsen av data og på hva slags data jeg bruker. I kvalitative studier kan forskningen bli påvirket av forskerens ståsted og holdninger. Derfor er det ekstra viktig å følge etablerte normer og retningslinjer.

Jeg har gitt informantene anonymitet for å sikre åpne og ærlige svar. Jeg har valgt en casestruktur som gjør at jeg kan triangulere data og avstemme informasjon mot hverandre. Jeg valgte å intervjuer både meglere og selgere fordi de begge er en del av transaksjonen. Når jeg henter informasjon fra begge parter øker jeg påliteligheten og treffbarheten fordi begge parter kommer til ordet, og fordi jeg kan krysstriangulere det partene sier mot hverandre mot informasjon fra dokumentdata.

Meglerne er valgt strategisk for å sikre erfaring og kunnskap hos informanten. Jeg benytter meg av meglere fra ulike kontorer og franchiser. På den måten fanger studien et bredere fagmiljø. Det øker studiens pålitelighet fordi jeg treffer bredere enn om jeg hadde valgt meglere fra samme kontor. Når jeg velger meglere fra Oslo og Akershus arbeider de under like markedsmessige forhold som gjør at jeg kan sammenligne dem med hverandre.

Selgerne er også valgt strategisk. De måtte nylig ha solgt en bolig, det sikrer fersk kunnskap. Selgere med fersk erfaring stod i en flytteprosess og jeg ble ikke prioritert. Jeg valgte derfor å gjennomføre et telefonintervju i stedet for å bruke informanter som hadde solgt for 8-9 måneder siden. Et telefonintervju kan ikke fange opp ansiktsuttrykk og følelser. Jeg var på utkikk etter fenomener og logikk og anså det derfor ikke som en stor hemsko å gjennomføre et intervju over telefon. Jeg veide nedsidene med

telefonintervju mot fordelene av å prate med informanter som hadde fersk erfaring. Jeg valgte å prioritere fersk erfaring. Intervjuene ble tatt opp og jeg produserte skript som kunne trianguleres med sekundærdata for sikre intervjuet.

Den akademiske litteraturen sikret et solid rammeverk. Teorien ga pekere som jeg brukte når jeg utviklet semistrukturerte intervjuer. Informanten har fått utfolde seg samtidig som jeg har kunnet stramme inn intervjuet og rette det mot pekere fra teorien. Jeg har utarbeidet skript som gjør det mulig å analysere intervjuene. Jeg har brukt koding for å bearbeide data og tatt utgangspunkt i Strauss and Corbins åpne koding<sup>103</sup>. Det øker gyldigheten og påliteligheten til studien når analysen følger etablerte normer og forskningsmetoder.

Studiens validitet og reliabilitet avhenger av om respondentene kan og vil gi svar. Informantene har svart godt og utfyllende. Alle informantene var villige til å svare på de spørsmålene jeg stilte.

Studien er ikke stor nok til å generalisere. Den blir styrket av flere typer kilder og av et solid teoretisk rammeverk, men verden er svært kompleks. Det er ikke sikkert en enkelt teori kan forklare alle sammenhenger. Prinsipal-agent-modellen blir kritisert for å legge for stor vekt på opportuniste og rasjonalitet.

### Etiske avveininger

Jeg beskytter deltakeren i studien med anonymitet. Deltagelse skjer frivillig. Svar og holdninger forblir anonyme. Jeg vil ellers gjøre det jeg kan for å beskytte respondentene fra å ta skade av undersøkelsen. Alle respondentene er underrettet om at det blir gjort lydopptak og de har fått tilbud om å få sendt intervjuet til gjennomlesning. De respondentene som ønsket å få tilsendt transkripter kom ikke med kommentarer eller forslag til retting.

---

<sup>103</sup> Strauss, A., and Corbin, J. (1998). "Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory," Sage Publications, Inc., Thousand Oaks, CA

## Relevans

*"Megler skal etter loven opptre som fri og uavhengig mellommann<sup>104</sup> med omsorg for begge parters interesser<sup>105</sup>. For å kunne ha denne rollen, er megler avhengig av at både kjøper og selger har tillit til meglers upartiskhet"<sup>106</sup>*

Jeg undersøker dette tema fordi bransjen er avhengig av tillitt, og fordi trygge eiendomstransaksjoner er viktig for samfunnet (NOU 2006:1, , s. 53). Meglerne og samfunnet er tjent med at dagens løsning fungerer godt. Meglerne har et rettslig monopol og jeg ønsker at forskningen skal bidra til å sikre at profesjonen overholder sitt mål om å sørge for en betryggende handel (NOU 2006:1, , s. 81).

---

<sup>104</sup> emgl §1-1

<sup>105</sup> emgl §6-3

<sup>106</sup> Bråten T. Røse Solli M. 2008. Eiendomsmegling i praksis del 2 s13, Norgeseiendomsmeglingsforbund. S 18

## Analyse

*"Dataanalyse er en prosess hvor forskeren får mening ut av sine data"* <sup>107</sup>.

*"Ettersom hver kvalitativ studie er unik, vil også den analytiske tilnærmingen være unik. Som forskere utvikler vi derfor metoder og prosedyrer for analyse og tolkning som er tilpasset den enkelte studien"*<sup>108</sup>. Det er tillat å få ideer og la seg inspirere av andre forskere<sup>109</sup>.

Dataene jeg hadde besto av memos, notater, transkripter, prospekter, prisantydninger og tilbud/oppdragsavtaler. Disse dataene utgjorde den ufordøyde virkeligheten. I kvalitative studier struktureres datamaterialet i etterkant. Jeg hadde et stort datamateriale som var detaljert og varierte i innhold. Den første utfordringen var å få orden og struktur.

Problemstillingen har vært veiledende for strukturen i analysearbeidet.

- 1. På hvilken måte er bruk av eiendomsmegler nyttig for å sikre selgers interesser?**
- 2. Hvilke ulike meglertyper finnes?**
- 3. Hvilke fordeler og ulemper har bruk av eiendomsmegler?**

I analysen har jeg fokusert på forskningsspørsmålene og røyket ut det meningsbærende i datamaterialet som kan brukes til å svare på forskningsspørsmålene.

Analyse i kvalitative data er ikke en avgrenset lineær prosess<sup>110</sup>. Jeg startet analysearbeidet under utarbeidelsen av memos og når jeg hørte gjennom intervjuer for første gang. Lærdommen tok jeg med inn i neste intervju.

---

<sup>107</sup> Postholm, M. (2010) Kvalitativ metode. En innføring med fokus på fenomenologi, etnografi og kasssstudier. S 105

<sup>108</sup> Nilssen V. (2012) Analyse i kvalitative studier. Den skrivende forskeren. S 15

<sup>109</sup> Nilssen V. (2012) Analyse i kvalitative studier. Den skrivende forskeren. S 15

<sup>110</sup> Postholm, M. (2010) Kvalitativ metode. En innføring med fokus på fenomenologi, etnografi og kasssstudier. S 86



Transkriberingen er en viktig del av analyseprosessen<sup>111</sup>. Jeg begynte med transkriberingen etter at første intervju var gjennomført. Jeg transkriberte alle intervjuene i sin helhet, og la vekt på å få en mest mulig korrekt gjengivelse av det informanten sa. Transkriberingen var en prosess hvor jeg gjenopplevde intervjuene og ble bedre kjent med datamaterialet. Noen av poengene og spørsmålene jeg oppdaget underveis tok jeg med meg inn i intervjuguiden, andre skrev jeg ned som nyttige tanker jeg kunne få bruk for. Under transkriberingsprosessen oppdaget jeg at det måtte borres mer i meglers ferdigheter. Jeg lurte for eksempel på hva som gjorde at en megler kunne få en bedre pris enn en annen. Meglers belønning kom også opp og var interessant. Meglerne kunne fortelle at 2/3 av provisjonen gikk til meglerfirma. Det var informasjon som var skjult for meg før intervjuene. Fordi jeg brukte tid på å gå igjennom intervjuer, skrive memos og utvikle intervjuguiden kunne jeg ta med denne kunnskapen inn i neste intervju.

I analyseprosessen var det kategorier og datamaterialet som skilte seg ut og som beskrev forskningsspørsmålene.

## Intervjudata

Her viser jeg frem mine intervjudata. Jeg brukte forskningsspørsmålene som veiledende hovedpunkter. Jeg introduserer først hvert forskningsspørsmål. Jeg besvarer forskningsspørsmålene ved å vise frem funn som er relevante. I noen deler har jeg delt intervjudata inn i del 1, del 2 og del 3. Tilslutt oppsummerer jeg funn og tydeliggjør kategoriene jeg har utviklet.

### **1. På hvilken måte er bruk av eiendomsmegler nyttig for å sikre selgers interesser?**

Jeg ønsket å få innblikk i selgers og meglers interesser og avdekke motsetninger. Jeg ville forsøke å avdekke kontraster og finne drivere og fenomener som kunne forklare årsaken til motsetningene. Jeg var på jakt etter det som styrket eller svekket meglers motiver for å representere selger på en god måte.

---

<sup>111</sup> Nilssen V. (2012) Analyse i kvalitative studier. Den skrivende forskeren. S 47

## Del 1.

I del 1 viser jeg frem funn vedrørende megler og selgers primære interesse. Jeg utforsker meglers belønningsmodell og viser hvordan de økonomiske insentivene motiverer megler. Jeg oppdager også hvordan forholdet mellom megler og meglerfirma påvirker meglers motiver for å arbeide lojalt for selger.

Først avdekket jeg hva som var selgers interesse.

*Selger: «Forventninger og mål, det var i hvert fall å få prisantydning, ikke noe annet.»*

*Megler: «Selgers interesse av salget er å få høyest mulig pris på boligen de har i dag.»*

Megler skal arbeide lojalt for selger. Det som var spennende var å utforske om megler hadde samme interesse som selger om å oppnå best mulig pris. Jeg spurte meglernes direkte om hva som motiverte dem.

*Megler: «Penger. \*Ler\* Jeg jobber så mye, at om jeg ikke hadde vært ærlig og sagt det, så kunne jeg gjort en hvilken som helst annen jobb.»*

*Megler: «For mange så er det å ha en god lønn motivasjon for å holde på sju dager i uka 24/7.»*

Selger vil ha en god pris, megler vil ha en god lønn. Problemer oppstår i P/A modellen om målsetningene til aktørene ikke sammenfaller. Ved riktig bruk av insentiver kan man samle målsetningene til megler og selger. For å komme videre måtte jeg oppdage hva slags belønningsmodell som var vanlig i Oslo og Akershus.

*Megler: «Eh, vi, altså, du jobber stort sett bare på provisjon.»*

Fordi meglernes stort sett arbeider på provisjon har jeg valgt å gå analytisk til verks på denne avlønningsmetoden. Jeg hentet ut informasjon fra intervjuene og triangulerte dette med data fra prospekter og tilbud.

*Megler: «På små leiligheter så er det høyere provisjoner. Der er det stort sett fast pris, det koster 70 000 kr også er det ca 2-2,5%.»*

*Megler: «Her er det basically 1 – 1,5 % provisjon. På boliger over 10 millioner.»*

Regneeksempel 1 a er basert på fiktiv informasjon for eksempelets skyld. Jeg har laget dette eksempelet for å illustrere det megleren sier om provisjoner på små leiligheter. Jeg illustrerer her meglers marginale avkastning og viser hvor denne er størst, fordi teorien peker på at megler vil bruke sine ressurser der hvor den marginale avkastningen er størst.

### **1. Meglers marginalavkastning provisjon**

Eksempel a: Megler selger 1 ekstra bolig til 3 000 000

$$3\,000\,000 * 2,1\% \text{ (provisjon)} = 63\,000 \text{ kr}$$

Eksempel b: Jobber for prisøkning med 400 000

$$400\,000 * 2,1\% \text{ (provisjon)} = 8\,400 \text{ kr}$$

$$63\,000 > 8400$$

Megler får mest igjen for sin tid der hvor han signerer oppdrag.

Regneeksempel 2 a er basert på informasjon fra forslag til oppdragsavtale som jeg har hentet inn. Jeg har gjort noen endringer i prisantydning for å unngå at man kan identifisere selger. Jeg viser hvor den marginale avkastningen er størst, fordi teorien peker på at megler vil bruke sine ressurser der hvor den marginale avkastningen er størst.

### **2. Meglers marginalavkastning provisjon dyr bolig**

Eksempel a: Megler selger 1 ekstra bolig til 17 000 000

$$17\,000\,000 * 1\% \text{ (provisjon)} = 170\,000 \text{ kr}$$

Eksempel b: Jobber for prisøkning med 400 000

$$400\,000 * 1\% \text{ (provisjon)} = 4000 \text{ kr}$$

170 000 > 4000

Megler får mest igjen for sin tid der hvor han signerer oppdrag

Regnestykkene illustrerer hvor megler får mest igjen for sin arbeidsinnsats. Det er veldig lønnsomt å selge en ekstra dyr bolig. Beregningen peker mot volum som driver for megler og at det er attraktivt å selge dyre boliger.

Megler: *«Selvfølgelig 1% av 50 000 eller 2 % av 50 000 er forsvinnende lite penger i den store sammenhengen»*

Megler: *«Det er klart at om jeg selger en eiendom til fire millioner eller 4.4, så er det ikke mye ekstra jeg får for de siste 400 000, da. Hadde jeg hatt ti prosent av alt det, så hadde jeg fått 40 000 ekstra. Det er klart at megleren vil jo ha et insitamant da for å bruke tid.»*

Meglerne påpeker det illustreringen av meglers marginalavkastning viste. Det betyr mye for meglers belønning å signere oppdrag. Om en bolig går for "topp dollar" eller ikke betyr lite i den store sammenhengen. I denne fasen av analysen ble det klart at volum var en viktig driver for megler.

*prisantydning Oslo og Akershus > prisøkning*

Når provisjonen er fast, vil det alltid lønne seg for en megler å få x prosent provisjon på en hel bolig foran x prosent provisjon på en potensiell prisøkning. Det lønner seg å bruke tid på volum fordi belønningsmodellen premierer volum.

I opprullingen av meglers belønning stilte jeg meg spørsmålet, hva sitter megler igjen med av den avtalte provisjonen?

Megler: *«Kunden betaler 40 000 i provisjon, så får du en andel av det etter moms.»*

Her var det flere ting som var spennende. Det ene var fordelingen av provisjonsandeler, hvor stor var andelen som tilfalt megler?

Megler: *«Det er sånn tommelfingerregel, mellom 30 og 40% av meglerprovisjonen er lønn til megleren»*

Her tenkte jeg at nye studier kunne se på meglerfirma sin rolle. I følge megler tar meglerfirma mellom 60 -70 % av provisjonen og jeg tenkte at meglerfirma måtte tillegges en større betydning.

Et annet elementet som var interessant var om selger visste hvor mye megler satt igjen med av provisjonen? Dette var viktig fordi penger er en viktig motivasjonsfaktor for megler, hvor selger motiverer megler for å arbeide for sine interesser med en provisjon.

*Martin: «Vet du hva megleren tjente?»*

*Selger: «Nei. Ikke noe annet enn den ene prosenten av salgssummen. Hva han for øvrig ... Det har ikke jeg peiling på.»*

Meglers provisjonsandeler er det som kalles for skjult informasjon i P/A modellen. Prinsipalen kjenner ikke til denne variabelen som påvirker agentens belønning og motivasjon. Den informasjonen kjenner bare megler og meglerfirma til. Oppdagelsen reiste et nytt spørsmål. Var det viktig for meglerne å arbeide et sted hvor de hadde en belønningsmodell som ga insentiver for å ivareta selger?

*Martin: «Hva bestemmer hvilket firma du velger å jobbe for?»*

*Megler: «Det er jo i hovedsak, kan jeg se for meg da, sånn generelt sett, så vil det være markedsandelen i området for det vil jo ofte være avgjørende for hvordan du vil gjøre det i det området.»*

Markedsandel handler om volum og dette var en peker mot volumdriveren som jeg oppdaget i redegjørelsen om meglers marginalavkastning.

I regneeksemplet under beregner jeg meglerfirma sin andel av provisjonen. Regneeksempelet er basert på informasjon fra forslag til oppdragsavtale. Jeg har gjort noen endringer i prisantydning for å unngå at man kan indentifisere selger.

Ved salgssum på kr 17.000.000,- vil 1 % provisjon utgjøre totalt 170 000

$$170\,000 \times 0,25 \text{ moms} = 42\,500 \text{ moms}$$

$$170\,000 - 42\,500 = 127\,500 \text{ provisjon}$$

$$127\,500 * 0,35 \text{ (lønn megler)} = 44\,625 \text{ Meglerandel}$$

$$127\,500 - 44\,625 = 82\,875 \text{ Arbeidsgiverandel}$$

Etter hvert som jeg analyserte dokumentdata og intervjuer spurte jeg, hvem er egentlig agenten? Jeg gikk inn i intervjuene for å se om meglerne hadde sagt noe om hva som påvirket lønnsomheten til meglerkjedene.

*Megler: «Sånn at det, de store kjedene ønsker jo å multiplisere dette her, ved å ha da meglere som selger kanskje 40 til 100 boliger i året.»*

Multiplisere var direkte koblet til volum. Den samme driveren jeg hadde oppdaget hos megler. Volumdriveren jeg hadde oppdaget hos megler og meglerfirma var en konsekvens av belønningssystemet.

Selger vil at megler skal bruke sin tid på fremme sine interesser. Problemet jeg oppdaget var at belønningssystemet mellom meglerfirma, megler og selger ga megler et sterkt insentiv til å fokusere på volum. Fordi megler får mest igjen for sin tid der hvor han signerer oppdrag.

Oppsummering: Jeg har funnet driverne: Marginalavkastning, meglers andel, multiplisere og markedsandel. Sammen ledet disse til volum. For å kunne svare på om det er nyttig å bruke eiendomsmegler for å ivareta selgers interesser utviklet jeg derfor kategorien belønning.

I denne delen av analysen ble det klart at meglerfirma tar en stor del av provisjonen og at meglers arbeidsavtale med meglerfirma var viktig. Det var en driver som ville være med å forklare om det er nyttig for selger å bruke megler. Selger betaler provisjon for å motivere megler til å arbeide for seg, da kan det være problematisk at 60 – 70 % går til meglerfirma. Jeg tenkte her at forholdet mellom meglerfirma og megler kunne danne grunnlag for ny forskning. For eksempel kan det være spennende å se på om meglerfirmaene skiller seg fra hverandre på avlønning.

## Del 2.

Jeg utforsket videre om det var noe annet enn "penger" som motiverte megler. Det var interessant å oppdage om det var noen motiver der som kunne virke mot meglers fokus på volum og sikre at megler arbeidet lojalt for selger. Det var også spennende å se etter om det var noen motiver som selger kunne påvirke. I denne delen av analysen viser jeg frem en historie som megleren fortalte for å forklare hva som motiverte han.

*Megler: «Gode råd er dyre»*

En av meglerne jeg intervjuet fortalte om et salg hvor han ble byttet inn for en annen megler.

*Megler: «Han (selger) har tenkt å gå ned fra 4,350, skulle gått ned til 3,990, og gått enda lenger ned?»*

Selger var fortvilet, han fikk ikke solgt boligen sin. Han var klar for å dumpe prisen. Han engasjerte min megler.

*Megler: «Så gjør jeg de grepene som gjør at denne her ble solgt.»*

Megler bruker sin kompetanse og anbefaler å sette opp nytt kjøkken, male, fjerne religiøse bilder og gå opp i pris.

*Megler: «Boligen blir solgt for 4,7 etter sju dager.»*

*Megler: «Er eiendomsmegleren verdt 700 000 i og med at han har tenkt å gå ned fra 4,350, skulle gått ned til 3,990, og gått enda lenger ned?»*

Gode råd er dyre. Megler sørget for at selger ikke gikk ned i pris og at selger fikk en prisøkning. Jeg lurte på hva som var meglers motivasjon for å arbeide for en bedre pris.

*Megler: «Og da kan jeg slå meg på brystet og bekrefte at jeg gjør en forskjell som eiendomsmegler.»*

Megler gjorde en forskjell. Han var dyktigere en den andre megleren. Det var noe ekstra som motiverte megler utover ren økonomisk belønning.

*Megler: «Jeg blir motivert av gode resultater, fornøyde kunder, for da har jeg fått det til.»*

Megler blir motivert av gode resultater. For å oppnå et godt resultat for seg selv må megler forholde seg til driveren belønning. Volum er viktig for megler. Fornøyde kunder handlet om å tilfredsstille kunden. «Å få det til» handlet om noe mer. «Å få det til» pekte mot at megler ønsket et godt resultat for seg selv og for selger. «Å få det til» handlet om å gjøre en forskjell. Jeg koblet det å få det til og det å gjøre en forskjell til yrkesstolthet.

Oppsummering del 2.

For å kunne svare på om det er nyttig å bruke eiendomsmegler for å ivareta selgers interesser utviklet jeg kategorien yrkesstolthet. Det er mening i det å hjelpe selger med å få solgt boligen sin. Belønning og volum er en sterk driver og yrkesstolthet kan være med på å veie opp for noe av dreiningen megler har mot å fokusere på volum. Om yrkesstolthet trumfer driveren belønning er en annen sak.

### **Del 3.**

I del 3 viser jeg frem motiver som påvirker hvordan megler vil representere selger.

*Megler: «Vi skal ikke i noe forliksråd eller en reklamasjonsnemda for eiendomsmeglertjenester på grunn av 5000 kroner»*

Megler er sårbar for negativ omtale. Megler vil unngå å havne i tvist med selger fordi det gir et dårlig rykte. Om megler blir dømt eller havner i tvister som blir offentlige er det betydningsfull verifiserbar informasjon. Kunder kan få bekreftet fra en troverdig kilde at megleren har et dårlig rykte.

*Megler: «Salg genererer salg.»*

*Megler: «Få et nytt oppdrag ut av hvert oppdrag, det var min regel.»*

Megler treffer potensielle oppdragsgivere på visning og må fremstå som en som kan gjennomføre handelen på en god måte. Fornøyde kunder som blir ivaretatt er lønnsomt for megler, fordi fornøyde kunder anbefaler videre. Fornøyde kunder gir volum. Megler



forsøker å få et nytt oppdrag ut av et oppdrag ved å vise frem sine gode sider. Megler ønsker å fremstå som dyktig og kompetent. Jeg koblet dette mot rykte.

Jeg tok med meg funnet om at megler ikke ønsker å havne i forlikrådet eller klagenemnda og satte dette sammen med at megler ønsker å vise seg frem fra sin beste side. Jeg utviklet kategorien omdømme for å kunne forklare om megler vil ivareta selger på en god måte.

### **Oppsummering forskningsspørsmål 1.**

Jeg har funnet kategoriene belønning, yrkesstolthet og omdømme. Kategoriene forklarer om det er nyttig for selger å bruke eiendomsmegler for å sikre sine interesser.

Jeg oppdaget at meglers forhold til meglerfirma hadde innvirkning på meglers belønning. Utfordringen var at selger har lite eller ingen mulighet til å korrigere forholdet mellom meglerfirma og megler.

### **2. Hvilke ulike meglertyper finnes?**

Jeg ønsket å få innblikk i meglers strategier, planer og hvordan megler ivaretok selger. Jeg ønsket å avdekke om det var ulike typer meglere, og om noen typer meglere kunne ivareta selgers interesser bedre enn andre.

Megler: *«Meglernes rolle er å sørge for trygg avhending av en eiendom til folk som kjøper.»*

Jeg la merke til ordet trygg og spurte hva megler mente med det?

Megler: *«Effektivt ordnet. Det er sikkert, kan du si.»*

Meglerjobben er på flere områder detaljstyrt og gjennomregulert i lovverk og forskrift. Jeg gikk inn i intervjuet, avstemte mot prospekter, og fant hvordan megler sørget for en sikker avhending. Han hentet inn opplysninger, satte seg inn i området, reguleringsplaner, tiltak, og lagde et prospekt som opplyste så godt som mulig. Det var slik denne megleren arbeidet, han var mellommann som sørget for en effektiv og sikker avhending.

Megler: «*Megleren kan liksom ut i fra det gjennomføre på en bra måte.*»

Selger kan bruke megler som administrator og komme godt i havn. Den ene megleren jeg intervjuet var en administrator. Han hadde fokus på en sikker, effektiv og ordnet meglergjerning. Han gjennomførte slik lovverket instruerte han. For å komme videre utforsket jeg datamaterialet for å finne om det var noe som skilte administratoren fra de andre meglerne.

Megler: «*Hvis jeg tar bort begrepet mellommann, da, og heller bruker **selgers mann***»

Selgers mann var interessant. Det stemte med det forarbeidene sa om at megler skal arbeide lojalt for selgers interesser. Meglerne delte seg i grupper. En var administrator de andre var selgers mann. Jeg utforsket videre hva meglerne la i å være selgers mann.

Megler (selgers mann): «*Vi tilrettelegger for å selge den varen vår selger har, ut i det åpne markedet.*»

Tilrettelegging i markedet handlet om å selge. Det var noe mer enn å følge det lovpålagte minimum. Det handlet om å tilrettelegge slik at selger fikk en god pris.

Megler (selgers mann): «*Hva skal til for å få dette huset bedre solgt?*»

Megler ville oppdage hva som gjorde boligen til et godt hjem å bo i. Selgers mann stilte seg dette spørsmålet for å foredle varen, han forsøkte å oppdage hva han kunne bruke som innputt i salgøyemed. Selgers mann forsøkte å bruke sin kunnskap for å få huset bedre solgt.

Megler (selgers mann): «*At jeg da klarte å få frem det viktigste, og de kjøpte den.*»

Jeg gikk enda tettere på hvordan selgers mann arbeidet for meglers interesser. I intervju situasjonen forsøkte jeg å undersøke hva som kunne være viktig.

Megler (selgers mann): «*Man legger til rette for at andre kan se sine egne møbler i den boligen som skal selges. Eh... og det gjør at man kanskje får spørsmål som at 'nei, det skal vi ikke gjøre, det vil vi ikke gjøre', 'men det bør du gjøre, for da får du hundre tusen mer for den eiendommen'.*»

Selgers mann er en type megler som kan bruke sin kompetanse til å gi gode råd om han er motivert. En megler som aktivt søker etter elementer han kan bruke i salgsoyemed, kan bidra til at selger for mest mulig ut av det han har.

Megler (selgers mann): *«Når jeg selger eiendommer i xxxx og xxxx her borte, som er en skyggefull oase. Ok, jeg har ikke visning da søndag og mandag. Jeg har visning søndag, så tidlig som mulig, for da er det lys på eiendommen.»*

Selgers mann arbeider lojalt for selgers interesser fordi megleren bringer frem de positive sidene ved boligen og fremhever disse. Megler forsøker å få en god pris for boligen når han bringer frem de positive sidene. Selgers mann forteller det selger bør gjøre og sørger for eksempel får å ha visning på gunstig tidspunkt.

Megler (selgers mann): *«Sånn at det å ha en aktiv eiendomsmegler, da, som har deg på pulten, det er kjempeviktig.»*

Jeg tolket det å ha en aktiv megler som at det er viktig å ha en megler som ivaretar selgers interesser. En aktiv megler som ivaretok selgers interesser var en megler med ferdigheter, som fremhevet og gjorde tilpasninger. Selgers mann hadde ferdigheter til å spille på de beste sidene ved varen og justere attributtene til markedet.

Megler (selgers mann): *«Det som skiller om man har en god eller dårlig megler er hva man får ut av den siste innspurten»*

En ting er få frem attributtene til varen, men her var det også noe annet som var spennende. Jeg undersøkte hva som var den "siste innspurten". Meglerne delte seg i to grupper. Administrator og selgers mann.

Martin: *«Hvordan følger du opp de oppdragene som du har inne?»*

Megler (administrator): *«Som regel er det meste solgt dersom man er ute på riktig prisnivå.»*

Administratoren henviste til god markedsføring, gode bilder, nye visninger og riktig prisnivå.

Megler (administrator): *«Da blir det en naturlig oppfølging av kunden, da, siden de vil jo prøve å få solgt eiendommen.»*

Administrator var opptatt av kunden (selger) i den siste fasen. Han fokuserte på å ivareta selger og å gjennomføre i tråd med lovverket. Her kom jeg på sporet av kategoriene ivareta og relasjon. Denne megleren hadde ikke fokus på hvordan han skulle selge varen bedre enn andre, han fokuserte på lovverk, relasjon og på å ivareta selger gjennom salgsprosessen.

De andre meglerne hadde andre ting å si om den «siste fasen».

Megler (selgers mann): *«Være parat til å rydde unna usikkerhetsmomenter, jeg finner ut av det, rask problemløsning.»*

Selgers mann hadde fokus på å avklare problemstillinger for interessenter. De ryddet unna hindre og barrierer som forhindret interessenter fra å kjøpe og de ga grunnlag for å fatte beslutninger. De gjenbrakte interessenter fra tidligere oppdrag som hadde vist interesse, og sendte ut salgsoppgave til alle i nettverket. Det meglers mann gjorde var å aktivt handle og bruke sin kunnskap til det beste for selger.

Megler (selgers mann): *«I realiteten er det den samme boligen som vi gjør små, enkle grep på.»*

Her tenkte jeg at meglerne vet at det er interne forskjeller på meglere. Det er den samme boligen, men det er noen meglere som har erfaring, kunnskap, evner og kundedatabaser som gjør at de kan oppnå en bedre pris.

Megler (selgers mann): *«Så ja, vi sparrer, og det er det som gjør at vårt kontor har en god posisjon i lokalmiljøet her, fordi vi har en erfaring sammen.»*

Selgers mann hadde selger på pulten. Denne type megler gjennomførte en analyse med erfaringsgrunnlaget han hadde og foredlet varen i salgsøyemed. Selgers mann brukte muligheten til å sparre i kollegiet og benyttet seg av kontorets ferdigheter og samlede kompetanse.

Et nærliggende spørsmål er hvor nær selgers mann, ligger grensen for å unndra informasjon i forhold til kjøper. Risikoen kan være at selgers mann unndrar informasjon for å få en god pris, som senere kan sette selger i en vanskelig situasjon hvis kjøper klager på handelen. Eiendomsmegler skal opptre som mellommann og *"opptre i samsvar med god meglerskikk med omsorg for begge parters interesser"* jmf § 6-3. Megler er underlagt streng undersøkelses og opplysningsplikt i eiendomsmeglingsloven § 6-7. *"Oppdragstakeren skal sørge for at kjøperen før handel sluttet får opplysninger denne har grunn til å regne med å få og som kan få betydning for avtalen"* jmf eiendomsmeglingsloven § 6-7. Det er opp til meglerne å balansere hvordan de skal arbeide for en god pris og samtidig ha omsorg for begge parters interesser ved hvert enkelt salg. Dette er en vanskelig øvelse. Veldig mange variabler og hensyn vil spille inn. Her finnes det store mengder rettspraksis. Lover som avhendingsloven og eiendomsmeglingsloven vil være styrende for hvor grensen går når megler straffbart unndrar informasjon.

### **Oppsummering forskningsspørsmål 2.**

Jeg oppdaget en forskjell på type megler. En type megler leverer relasjon og compliance. Han fullfører godt nok ved å følge lovverket.

Den andre typen megler leverte relasjon, compliance og ferdigheter. Det var selgers mann. Selgers mann forsøkte å få en god pris for selgers bolig ved å bruke sine ferdigheter og evner. Forskjellen på selgers mann og administrator var at selgers mann var aktivt på søken etter den tingen eller handlingen som kunne øke prisen på boligen. Selgers mann hadde et fokus mot potensielle kjøpere. Denne type megler hadde evner og erfaringer som kunne utgjøre en forskjell, han kunne gi gode råd, om selgers mann var motivert til å bruke ferdighetene er noe annet.

Jeg utviklet kategoriene selgers mann og administrator.

### **3. Hvilke fordeler og ulemper har bruk av eiendomsmegler?**

Jeg ville vise frem funn i datamaterialet som peker mot fordeler og ulemper ved bruk av megler. For å svare på forskningsspørsmålet benytter jeg meg av selgers intervju som

primær kilde.

### **Del 1.**

Her presenterer jeg funn som beskriver salget av en bolig som ble solgt for en pris under selgers forventninger. Jeg viser frem funn som peker på at det kan være en fordel å bruke megler. Jeg oppdaget tidlig at selger var fornøyd. Jeg viser frem forklaringer og funn i datamaterialet som utdyper hvorfor selger var fornøyd.

Selger: *«Vi fikk **8,5 million** og jeg hadde regnet med i hvert fall **9,5**»*

I prospektet fremkommer prisantydning på kr 9 450 000 kr. Jeg bestemte meg for å utforske denne transaksjonen. Jeg hadde møtt selgeren og gjennomført intervjuet hjemme hos selger.

Selger: *«Forventninger og mål det var i hvert fall å få ni og en halv million. Ikke noe annet. Det var det og det fikk jeg ikke, men allikevel så er jeg fornøyd»*

«Allikevel så er jeg fornøyd» dette var spennende. Hvor fornøyd var selger med å selge boligen sin 1 000 000 kr under det han forventet?

Selger: *«Jeg får si som når vi skrev stil på skolen 'alle var enige om at det hadde vært en fin tur '.»*

Selger: *«'Never change a winning team ' er det ikke det det heter?»*

Selger var godt fornøyd. Det ga han også uttrykk for under intervjuet. Selger ville brukt samme megler om igjen. Her tenkte jeg at det ikke var noe "winning" med å selge 1 000 000 kr under det man forventer. Jeg bestemte meg for å utforske om det var noe som kunne forklare hvorfor selger var fornøyd. Jeg fortsatte å lete i transkriptene.

Martin: *«Hvorfor brukte du megler?»*

Selger: *«Makelighetshensyn»*

Martin: *«Hva er makelighetshensyn?»*

Selger «Ja, det er jo det at det er litt lettere, da. Litt enklere. Jeg vil heller sitte og lese avisen og jobbe og skrive enn å pludre med ting jeg ikke har noe greie på. (humring)»

Megler er en fagmann. Megler administrer og ordner så selger kan bruke tiden sin på andre ting. Det er en lettelse å få hjelp i en flytteprosess, med det juridiske, salgsforberedelser og med forhandlinger. Her tenkte jeg at det er en fordel for selger å kunne sette bort salget av boligen til en megler.

Selger: «Vi hadde jo ikke tenkt å selge så raskt, men så fikk vi det rådet, da, at vi burde speede på litt og det gjorde vi»

Rådet med å speede på koblet jeg mot volumdriveren til megler og jeg gikk tettere på turen til selger og megler. Jeg ville utforske dette funnet videre og forhøre meg med selger om opplevelsene han hadde hatt. Jeg så det som hensiktsmessig å utforske "turen" fordi jeg hadde funnet en økonomisk driver som pekte mot at megler ville ha et insentiv til å fokusere på volum og raske omsetninger. Her tenkte jeg at rådet om å speede på kunne være et godt råd for megler, fordi rådet ville sikre et salg i nær fremtid med påfølgende provisjon. Om rådet var godt for selger kunne jeg ikke si sikkert.

Selger: «Og så lagde jo megler, da, en fin sånn salgsoppgave og vi hadde møter og gjorde avtaler, gikk veldig greit.»

Dette var en del av compliance. En del av oppdraget som det er et minimum å klare. Selgeren fortalte om hvordan megler hadde utført lovpålagte oppgaver. Selger la ikke fokus på hvordan megler hadde arbeidet for å få en god pris. Her tenkte jeg at den megleren selger benyttet seg av kunne være en administrator.

Selger: «Ja, vi hadde en veldig god tone, det var mye ... Det var en god tone og mye latter og greie møter.»

Selger: «Han var hyggelig, det betyr også en del»

Jeg knyttet dette til å ivareta og å bygge en relasjon. Selger la ikke vekt på hva megleren hadde gjort for å få en god pris og megleren peket seg ut som en administrator. Selger la

vekt på at megler var hyggelig og at det var en god tone. Jeg fortsatte med å spørre meg selv om relasjon, compliance og en god tone kunne forklare hvorfor selger var fornøyd.

Selger: «*Nei, saken var at jeg hadde jo kjøpt hus*»

Selger hadde kjøpt et hus han skulle renovere og ikke solgt det andre.

Selger: «*Nei, det kommer til å gå masse penger, jeg vil føle meg helt sikker.*»

Selger var ukomfortabel med usikkerhet. Han var under press og hadde mange variabler og oppgaver han måtte balansere.

Selger: «*Fordi vi hadde hatt en visning og det kom ikke en kjeft*»

Selger: «*Da begynte jeg å bli litt...*»

Dette var starten på en medfart av selger. Her tenkte jeg at i starten av en flytteprosess har selger oversikt. Etter hvert som prosessen går fremover mister selger oversikt og medfarten tiltar. Selger satt nå med to boliger, mellomfinansiering, han var i en flytteprosess og det «kom ikke en kjeft på visning». Her tenkte jeg at dette kunne være en prosess som var kjent for meglerne. Prosessen ville kunne variere i innhold og karakter fra salg til salg, men jeg tenkte at mange selgere vill føle på usikkerhet og at meglerne kunne være klar over det.

Selger: «*Så kom den der renteøkningen*»

Her tenkte jeg at verden er usikker, umulig å modellere fordi det er umulig å forutse alle eventualiteter. Nå begynte det å bygge seg opp en uoversiktlig mengde med variabler og selger begynte å bli nervøs for hvordan en renteøkning ville påvirke salget av boligen. Jeg tenkte at renteøkningen var en slags siste dråpe i begeret som gjorde at det rant over for selger.

Selger: «*Det er som mine sønner sa: 'Pappa, du må ha is i magen'. Og da sier jeg bare at det er veldig lett å ha is i andres mager. Det er litt lettere enn å ha is i sin egen mage.*»



Medfarten og presset på selger tiltok og det var ubehagelig å stå i prosessen. Presset ble til et klimaks og selger konfererte med megler.

Selger: *«Så da satte jeg en nedre grense som ville dekke huskjøpet mitt pluss pluss.»*

Selger: *«En nedre grense som xxxx (megler) syntes var for lav.»*

Selger ville dessverre ikke svare på hva denne nedre grensen var.

Her tenkte jeg at megleren ga råd som sikret selgers velferd. Den nedre grensen var for lav. Megler var en støtte i en fase hvor selger var presset. Selger følte seg ivaretatt og hadde tillitt til megler når megler sa at den nedre grensen var for lav. Det er en fordel for selger å kunne støtte seg på megler og bruke en ekspert. Selger kunne satt prisen ned, men unngikk å gjøre det. En av meglerne sa til meg at *«gode råd er dyre»*. I denne situasjonen begrenset megler selgers tap, og det var en fordel for selger å ha megler.

Selger: *«Og så, ble vi vel da enige om at sånn rundt 8-8,5 så skulle vi være fornøyd.»*

Her tenkte jeg at selger ville være sikker på å få ryddet alle variabler og ubehageligheter unna. Derfor ble han enig med megler om å selge under prisantydning. For selger var det et godt råd ikke å selge på den "nedre grensen", men megler og selger ble enige om å være fornøyd med 1 – 1,5 million under prisantydning. Her tenkte jeg at det kunne være slik at rådet fra megler sikret meglers egen velferd på bekostning av selgers. Teorien peker mot at megler vil gjøre det som er i sin egeninteresse. Funnene fra forskningsspørsmål 1 pekte på at det er lønnsomt med raske omsetninger og volum for megler. Jeg gikk tettere på rådet og tok med meg det jeg hadde funnet om meglers belønning.

Selger: *«Så ordnet han resten.»*

Selger: *«Det gikk på 2-3 dager»*

Det gikk raskt å få solgt når megler og selger hadde blitt enige om å sette ned prisen. Jeg lurte på om det var et godt råd fra megleren som lojalt skal ivareta selgers velferd å slå til på budet etter 2-3 dager. Det ble for eksempel ikke gjennomført noen ny visning. Her

tenkte jeg at det kunne være en mulighet for at megler hadde en kjøper som var klar til å kjøpe for rundt 8 500 000 før han fikk selger til å sette ned prisen. Uansett så gikk det raskt å få solgt når prisen ble satt ned og jeg synes det var rart at det ikke var noen diskusjon på om selger kunne fått en høyere pris.

Selgers megler ringer og sier: «*Nå har jeg et tilbud på 8,5*».

$$8\,500\,000 \times 0,1 \text{ (provisjon)} = 85\,000$$

Salget sikret megler og meglerfirma 85 000 kr ink mva.

$$1\,000\,000 \times 0,01 = 10\,000$$

Megler og meglerfirma gikk glipp 10 000 kr i ekstra provisjon ink mva.

$$10\,000 \times 0,35 = 3\,500$$

Jeg har brukt informasjonen fra intervjuene hvor megler sier at tommelfingerregelen er at megler sitter igjen med 30 til 40% av provisjonen. Utregningen viser at når selger solgte for 1 000 000 kr under forventet pris, så tapte megleren 3 500 kr.

$$9\,450\,000 - 8\,500\,000 = 950\,000$$

Selger "tapte" 950 000 skattefrie kroner. Selger kunne tapt mer, han kunne satt prisen enda lavere, men megler sa at «det er for lavt». Her tenkte jeg at det som er vanskelig, er at vi ikke kan si sikkert om selger hadde fått en bedre pris om han hadde gjort noe annerledes. Det er lett å være etterpåklok. Megler løste et problem for selger der og da. Spørsmålet jeg stilte meg selv var om dette salget kunne endt annerledes om megler hadde hatt en annen belønningsmodell.

Jeg gikk videre inn i selgers beslutning om å akseptere det siste budet.

Martin: «*Ja. Hvorfor aksepterte du det siste budet?*»

Selger: «*Ja, det var fordi jeg ville bli ferdig. Det var nok.*»

Her tenkte jeg at det er lett å ha is andres mager. Når det bygger seg opp med variabler og risiko så er det vanskelig å ha is i sin egen mage. Det kom til et klimaks for selger som akkumulerte, med alle variabler, i et tippe-punkt. Det var godt å bli ferdig.

Selger: «Vi vurderte og ble enige så jeg kan ikke si hvis noe skulle vært gjort annerledes så måtte det i tilfellet vært jeg som har gjort noe dumt, ikke megleren, jeg synes ikke det.»

Den støtten selger fikk av megler i fasen som akkumulerte i tippe-punktet gjorde selger fornøyd. Her tenkte jeg at selger følte seg ivaretatt. Han reflekterte ikke over det potensielle tapet. Han var glad for at det var over og at megler hadde hjulpet han i den «vanskelige fasen» og satt den nedre grensen opp.

### **Oppsummering del 1:**

Det er en fordel å kunne sette bort arbeidet slik at en ikke behøver å engasjere seg fullt ut i noe man ikke kan. Jeg utviklet derfor kategorien **makelig**. Det er en fordel å bruke megler som en støtte når det røyner på, megleren begrenset selgers "tap" i denne situasjonen. Jeg utviklet kategorien **rådgiver**.

Rente, flytteprosess, utlegg, meglerhonorar, mellomfinansiering, to boliger og risiko for uventet nedside vil før eller siden lede selger til et vippe-punkt og et klimaks. Jeg utviklet kategorien **klimaks**. For å kunne forklare hvorfor selger var fornøyd måtte megler arbeide på en slik måte at selger følte seg ivaretatt under den vanskelig fasen. Jeg utviklet derfor kategorien **ivaretatt**.

### **Del 2.**

Her utforsker jeg hva meglerne sier om klimakset og den vanskelig fasen. Jeg viser også frem ulemper og konsekvenser som kan oppstå når megler kun blir belønnet etter et observerbart sluttresultat.

Megler: «Etter visning, og etter at man har tatt seg av de som er etteranmeldt så blir det et klimaks.»

Som jeg har vist kommer selger til et klimaks, det blir "nok" og selger bestemmer seg for å selge. Her tenkte jeg at meglerne var klar over at selger ville komme til et klimaks. Det er pekere fra teorien som sier at agenten forutser. Jeg tenkte derfor at det kunne være interessant å utforske hva meglerne kunne forutse om selger.

Megler: *«Terskelen for å gå til en megler, da har du egentlig bestemt deg uansett for å selge boligen din.»*

Megler vet at selger har bestemt seg for å selge. Etter hvert som salgsprosessen går fremover mister selger oversikt og medfarten av selger tiltar. Her tenkte jeg at en megler som har erfaring fra mange boligsalg kan forutse at selger må gjennom en "prosess" og et klimaks.

Megler: *«Det er ingen som liker å få en regning på 40 000- 50 000 kr og ikke få solgt. Og det er tilfellet i dag.»*

Megler kan bruke kostnader som har akkumulert seg opp som brekkstang for å presse igjennom eller å anbefale et salg. Om selger ikke selger, må han betale for utlegg og et eventuelt forutbestemt honorar. Megler har krav på å få dekket utlegg. Megler har ikke krav på vederlag, men megler kan inngå en avtale med selger, som sikrer megler vederlag selv om boligen ikke blir solgt.

Megler: *«De aller fleste som skal selge tenker jo ikke at de ikke skal få solgt»*

Meglere som har arbeidet i flere år er eksperter og har erfaring. Selger har lite erfaring og er amatør. Om selger ikke får solgt så har megler erfaring og kunnskap om hvordan han best bør handle. Det har ikke selger som er amatør. Selger kan også ha utført handlinger som binder han til masten, for eksempel om selger har kjøpt en ny bolig. Da vet megler at selger "må" selge. Her tenkte jeg at megler kan bruke en situasjon, hvor selger ikke får solgt, opportunistisk til å sikre seg selv på bekostning av selger. Megler er ikke pålagt å handle opportunistisk, men han kan velge å handle eller å manipulere utfallet til sin egen vinning. Jeg tenkte at megler for eksempel kunne skylde på tilfeldigheter om man ikke får solgt. For eksempel det at renta skal opp og at det derfor lønner seg å selge raskt før en eventuell renteheving.

Megler: «*Hvor du da kanskje sitter og presser gjennom et salg som... eller anbefaler å selge... eh... når man kanskje vet at man, hadde man gått ut etter sommerferien hadde man kanskje fått en høyere pris.»*

Anbefale å selge. Det var det megleren hadde gjort med selgeren som solgte 1 000 000 under takst. Først hadde megleren anbefalt å speede på, og deretter anbefalt å selge under takst på sen-høsten. Her tenkte jeg at megleren brakte opp noe viktig, hvordan kan vi vite at megler representerer selger på en god måte? Prinsipal-agent-teorien peker på at selger må sikre at megler handler i selgers interesser ved å motivere megler med belønning. Om selger ikke klarer å utforme en belønningsmodell som sikrer samhandling vil megler opptre opportunistisk. En megler som presser igjennom et salg, når han vet at han kunne fått en bedre pris etter ferien bedrar og ødelegger for selger. Et press om å selge bedrar selger fordi han kunne fått en bedre pris. Megler bedrar også selger når han ikke lojalt arbeider for selgers interesser. Et press om å selge ødelegger for selger fordi han får en dårligere pris. I en situasjon hvor megler presser frem et salg peker funnet om meglers volumdriver på at megler sikrer seg selv en rask omsetning. Om megler presser igjennom et salg setter megler sin egen velferd foran selgers velferd. Det er viktig for selger at han kan stole på at megler forteller sannheten og holder sine løfter om og lojalt arbeide for en god pris. Sannhetsfortelling ville i denne situasjon betydd at megler forteller selger at det lønner seg å vente til etter ferien.

Under intervjuet fortalte megler om en konkret erfaring han hadde opplevd.

Megler: " *du har en eiendomsmegler, da, som er på oppsigelse. Som du har hatt som din rådgiver i tre måneder, og når han selger din bolig mandag xxx. xxx, så er faktisk det hans siste arbeidsdag. Og når du på kontraktsmøtet kommer og får høre; «nei, han sluttet forrige uke, han», da skjønner du hvorfor han presset gjennom dette salget"*

Selgers problem er at han ikke kan observere alle handlinger eller se hva megler tenker før boligen blir solgt. Selger kjenner ikke meglers motiver og derfor hadde det vært nyttig å sikre at megler og selger har samme interesser. I dette eksempelet bedrar og ødelegger megler på bekostning av selger. Her tenker jeg at dette problemet oppstår fordi megler får betalt etter observerbart sluttresultat og ikke etter handlinger. Om

eiendommen ikke blir solgt før megler slutter så er alt arbeidet bortkastet for megler, fordi megler kun får betalt når eiendommen er solgt.

*Megler: «Her er det basically 1 – 1,5 % provisjon. På boliger over 10 millioner.»*

Megler kan ganske presist forutse sin egen belønning ved å regne seg frem til hva han vil få etter at han har signert oppdraget. Megler vet også at selger har bestemt seg for å selge og kan bekrefte dette ved å kontrollere om selger for eksempel har kjøpt seg ny bolig.

*Megler : «Det står jo svart på hvitt der, så det er alt fra 20 000 - 60 000 nesten hele megler provisjon om du ikke får solgt tror jeg er vanlig»*

Megler kan også presist regne ut hva han får om boligen ikke blir solgt.

Oppdragsavtalene jeg har hentet inn støtter opp om meglerens utsagn. Om selger sier opp oppdraget må selger betale en forutbestemt provisjon. Om selger avslår et bud på prisantydning har megleren skrevet inn i forslag til oppdragsavtale at de skal få fullt utbetalt.

*Fra forslag til oppdragsavtale: “Megler har rett til avtalt vederlag dersom det er oppnådd bud på avtalt prisantydning og oppdragsgiver velger å avslå”.*

Her tenker jeg at det er en forskjell på type megler. Noen meglere kan velge å bruke denne muligheten opportunistisk og gjøre avtaler som sikrer dem selv. Jeg tenker også at om et salg går trått, så kan en meglers innsats bli bestemt av hvor mye belønning han er garantert, uavhengig av om boligen blir solgt. Da kan selger få problemer med å motivere en megler til å stå på. Megler kan bruke trass eller motvilje og unngå å arbeide. Megler kan også bruke muligheten til å få fullt ut betalt om selger får et bud på prisantydning. Her tenker jeg at megler kan sette en litt for lav prisantydning. Om selger ikke vil selge kan megler hoppe av og si at han har krav på å få betalt når selger har fått et bud på prisantydning.

## **Oppsummering del 2:**

Meglerne har kunnskap fra tidligere salg, og de erverver seg kunnskap kontinuerlig, om selger, om potensielle kjøpere og om omverden. Megler er ekspert og forutser at klimakset kommer.

Det jeg fant i analysen var at selger må gjennom en prosess og et klimaks før han aksepterer et bud. Megler må ha oversikt og kontroll over denne prosessen. Jeg har ikke teori som forklarer den psykologiske dimensjonen "klimaks" og velger å behandle det som et funn. Megler må ha timing, teft, erfaring og kunnskap for å kunne opptre på en måte som gjør at selger føler seg ivaretatt. Spørsmålet er om megler gjør det som er best for selger eller det som er best for seg selv, eller om megler gir de rådene som er best for seg selv eller de rådene som er best for selger. Her peker teorien på at belønning skal motivere megler til å ivareta selgers interesser.

Jeg fant i forskningsspørsmål 3 at det er en fordel å bruke megler fordi det er makelig for selger. Det er en fordel å bruke megler som gir gode råd. Ulempen med bruk av megler er at selger gjennom belønning ikke kan sikre at megler gir råd som sørger for en god pris. Teorien sier da at megler vil opptre opportunistisk.

## Diskusjon

I diskusjonen vil jeg gå inn på de sentrale funnene fra analysen og diskutere disse.

### 1. På hvilken måte er bruk av eiendomsmegler nyttig for å sikre selgers interesser?

Jeg var på jakt etter det som styrket eller svekket meglers motiver for å representere selger på en god måte. Jeg fant belønning, yrkesstolthet og omdømme.

#### Belønning

Jeg fant at meglerne ble belønnet med provisjon. Fordi provisjonen er fast blir det veldig lønnsomt å fokusere på volum i stedet for å fokusere på å få en høy pris. Slik blir det når meglerne får lik provisjon på hele salgssummen.

*prisantydning Oslo og Akershus > potensiell prisøkning*

Det vil alltid lønne seg å få 1-2% på en prisantydning på flere millioner kroner. Meglerne sier selv at det betyr lite i den store sammenhengen å få 1-2 % på 50 000 kr. Om megler ikke får solgt boligen kan han uansett ha avtalt å få *"hele eller deler av provisjonen utbetalt"*.

P/A modellen forutsetter at megler opptre opportunistisk og trykker sin egen velferd på bekostning av selgers velferd. Derfor må selger utforme en kontrakt som er slik at megler blir motivert til å arbeide for en høy pris, men lovverket begrenser selgers muligheter. *"Det kan ikke avtales et provisjonsbasert vederlag hvor den prosentsats som skal betales av kjøpesummen øker med kjøpesummens størrelse"* jmf eiendomsmeglingsloven § 7-2 (1).

Selger vil motivere til innsats fordi meglers handlinger påvirker sluttresultatet. Når selger benytter seg av fast provisjon belønnes megler etter et observerbart sluttresultat, salgsprisen. Problemet er at megler med denne metoden har et sterkt insentiv til å fokusere på volum og ikke på å legge ned handlinger som løfter prisen for selger. Teoretisk kunne det vært mer hensiktsmessig for selger å belønne handlinger i stedet



for et sluttresultat. Teorien peker på at det er lurt å lage en kontrakt som knytter selgers interesser og meglers interesser sammen. Meglers interesse er god lønn og selgers interesse er en god pris. Disse interessene kunne man knyttet sammen ved å utarbeide en kontrakt hvor meglers vederlag øker i takt med kjøpesummens størrelse. For eksempel kunne megler fått en fastpris med en bonus som ble utløst for hver 100 000 over prisantydning. Eller så kunne megler fått en progressiv provisjon: 1 % provisjon til prisantydning, 5 % provisjon på de første 200 000 over prisantydning og 10 % på overskytende. Progressiv belønning vil motivere megler til å forsøke og løfte prisen på boligen.

Fordi kontrakter er ufullstendige ville selger fått problemer med å disiplinere megler, selv om han kunne utformet et vederlag som økte med kjøpesummens størrelse. Poenget er at selger er innskrenket fra å bruke den viktigste motiveringsmekanismen får å motivere megler, en belønning som øker i takt med selgers økonomiske resultat.

Megler har et sterkt insentiv for å fokusere på volum. Insentivet til å fokusere på volum kan bli ytterlig forsterket av meglers arbeidsavtale med meglerfirma.

*«Det er sånn tommelfingerregel, mellom 30 og 40% av meglerprovisjonen er lønn til meglere»*

Det kan være et godt råd for selger å forhøre seg om meglers lønnsavtale. Selger kan velge å bruke en megler med en lønnsavtale som motiverer til arbeid for selgers interesser. Belønningsstrukturen mellom megler og meglerfirma vil også påvirke hvem som søker seg til bedriften og hvem som slutter. På den måten kan informasjonen om belønningsstrukturen hjelpe til med å sortere meglere samtidig som den vil si noe om hvordan megler blir motivert til å handle. Ett annet element som er interessant er om selger vet hvor mye megler sitter igjen med av provisjonen.

*Student: «Vet du hva meglere tjente?»*

*Selger: «Nei. Ikke noe annet enn den ene prosenten av salgssummen. Hva han for øvrig ... Det har ikke jeg peiling på.»*

Når selger betaler provisjon betaler han denne til meglerfirma. Provisjonen går ikke

direkte til megler. Selger betaler både for utlegg, salgstilrettelegging og en provisjon. Selger vet ikke at provisjonen han betaler blir delt mellom megler og meglerfirma, det har han ikke "peiling" på. Derfor er meglers provisjonsandeler det som kalles for skjult informasjon i P/A modellen. Penger er en viktig motivasjonsfaktor for megler og selger motiverer megler til å arbeide for sine interesser med en provisjon. Når selger ikke vet hvordan megler blir belønnet kan ikke selger avsløre at megler har et sterkt insentiv til å fokusere på volum. Problemet for selger er at han tror at megler blir motivert til å arbeide for en god pris. I en slik situasjon kan selger få problemer med at megler "bløffer". Megler kan fremstå som motivert til å arbeide for en god pris, men det er en fare for at megler bløffer. Egentlig er megler motivert til å fokusere på raske omsetninger og volum. Meglers egentlige motivasjon vil styre hvordan megler tenker og handler. Teorien peker på komplekse problemer som moralsk hasard, skjult informasjon og ikke verifiserbar informasjon. Disse problemene gir mange utfordringer, utfordringene er veldig komplekse og kompleksiteten øker når de kombineres. Lovgiver har laget begrensninger i mulighet til å utforme vederlaget til megler. Konsekvensen er at kontroll- og avvikskostnaden som oppstår mellom prinsipalen og agenten blir intensiverte.

Selger kan i dag avtale en "no cure, no pay avtale med megler". Det kan være en mulighet selger kan bruke til å dreie noe av meglers fokus vekk fra volum, men det spørres om selger får megler med på å godta en slik avtale. Uansett vil en slike avtale være avhengig av en selger som står på sitt og forlanger at megler arbeider for en bedre pris. Megler på sin side vil ha fokus på den potensielle "pokalen" det vil være å få solgt, da får han lønn, hvis ikke får han ingen ting. I en slik situasjon vil volum fortsatt være viktig. På hver sin side blir løsningen man har i dag med en fastprovisjon på hele kjøpesummen eller en "no cure, no pay" ytterpunkter. Det selger trenger i følge prinsipal-agent-teorien, er muligheten til å øke agentens vederlag etter hvert som prinsipalens økonomiske velferd vokser.

Lovverket slik som det er i dag forhindrer at de som ikke "vet" hva boligen er verdt inngår urimelige kontrakter. Problemstillingen med progressiv provisjon er at megler setter en for lav prisantydning med vilje. Megler avtaler en provisjon på 1-2% opp til

prisantydning. Deretter selger megler boligen "lett" til en høy sum over prisantydning med 5-10% provisjon. Det kan tenkes at lovgiver har vært klar over meglers tilbøyelighet til opportunistisme og valgt å verne forbrukerne mot at megler kan utforme "opportunistisk progressive" kontrakter.

Det er naturlig å anta at det også vil være andre viktige interesser i spill utover en høy pris. For selger dreier det seg om å bli ivaretatt, få en sikker overføring av råderett, avklare det juridiske, og få overført kjøpesummen. I diskusjonen om det er nyttig for selger å bruke megler har jeg tenkt følgende: En advokat eller en «gjør det selv» tjeneste kan også sikre selgers "andre" interesser, men selger bruker megler. Og selger bruker megler fordi de andre tilbydere av boligsalgstjenester ikke kan bidra i like stor grad som megler kan, til å få en god pris. Megler er først og fremst en selger som skal være lojal mot selger og bidra til at selger får en god pris. Da er det problematisk for selger at megler har et sterkt insentiv til å fokusere på volum. Meglerne henviser til at de blir motivert av yrkesstolthet og omdømme og at disse kategoriene trumfer driveren belønning.

### **Yrkesstolthet**

Yrkesstolthet kan være med på å bidra til at megler ivaretar selgers interesser. Teorien forutsetter at megler alltid handler opportunistisk med overlegg, men yrkesstolthet kan være med å motvirke opportunistisme. Yrkesstolthet handler om noe mer enn penger til personlig forbruk. Det kan være å gjøre det bra eller bedre enn andre. Å arbeide på en arbeidsplass hvor man lykkes eller å arbeide med noe spennende og interessant. Yrkesstolthet peker på alle de andre dimensjonene som kan motivere megler. For eksempel kan megler finne motivasjon i det å hjelpe og løse problemer for kundene sine.

Dette funnet handler om kritikken av prinsippal-agent-modellens menneskesyn. Megler kan utnytte de legale mulighetene lovverket gir, men kritikerne av modellen peker på at vi ikke alltid vil handle opportunistisk. Det er lov å lage opportunistiske kontrakter som er i tråd med lovverket og fokusere på rask omsetning, men selv om noe er legalt og at det lønner seg, så er ikke det alene styrende for hvordan vi handler. Det er forbudt og

illegalt å gå på rød mann, men hvem har ikke gått på rød mann? Selv om utroskap er tillatt så bruker vi ikke det som et styrende prinsipp. Verden er full av slike paradokser. Yrkesstolthet påvirker meglerne og kan være en motvekt mot opportunisme, noen ting gjør man bare ikke fordi det er ugreit, umoralsk eller uetisk.

Analysen peker på at belønningsdriveren er sterk. Beregninger viser at uten fokus på volum så vil ikke megleren overleve i bransjen og det blir et seleksjonspress i bransjen. Meglerne må fokusere på belønning for å overleve. Jeg tror ikke yrkesstolthet er nok til overstyre eller trumfe fokuset på volum.

### **Omdømme**

Dette funnet handler om verifisering. Kunder er opptatt av meglers omdømme fordi kundene tror at omdømme verifiserer og bekrefter meglers type og handlinger. Selger kan tro at en megler med godt omdømme er aktiv og at megleren arbeider lojalt for selgers interesser. Motsatt vil selger tro at en megler med dårlig omdømme er "lat" og at han ikke kan utføre arbeidet på en god måte.

Megler vil jobbe og stå på for sitt gode navn og rykte. Det er lite som skal til før omdømmet til megleren får en knekk, derfor vil megleren ha et insentiv til gjøre kundene sine fornøyde.

Omdømme er mer eller mindre bekreftende informasjon om megler. Akkumuleringen av forskjellig informasjon bestemmer omdømmet til megleren. Noe informasjon er av betydning, annen informasjon kan være villendene. Veldig mye informasjon vil være avgjørende for hvilken oppfatning kundene har av megler. For megler handler dette om å stimulere etterspørselen og megler vil fremheve og vektlegge informasjon som støtter opp om et godt omdømme. Det lønner seg å fremstå som dyktig, men det er vanskelig å avgjøre om megler er dyktig eller om han skryter. For eksempel kan megleren skryte av at hans vurderinger og handlinger vil sørge for at flere blir med i budrunden, mens det egentlig er helt andre faktorer som spiller inn. Det kan være en bedrift som utvider eller at planer om et nytt kollektivt knutepunkt øker etterspørselen. Megler på sin side kan peke på at i denne skyggefulle oasen må man ha vising tidlig på dagen eller at megleren har gjennomført flere vellykkede salg her tidligere.

Når megleren gjennomfører et vellykket salg bekrefter det meglers omdømme, men selger bør være forsiktig med å sammenligne og tro at et vellykket salg er en fremtidig garanti for suksess. Kundene mistenker at megler fremstiller seg selv i litt for godt lys og derfor legger kundene ekstra vekt på informasjon fra eksterne kilder. For eksempel fra bekjente som sier ” denne megleren brukte jeg og jeg er fornøyd”. Anbefalinger bygger opp om et godt omdømme. Anbefalinger kan megler også bruke til å få gode ”leads” på nye salg. Konsekvensen er at megler blir motivert til å arbeide på en slik måte at selger snakker godt om megleren til andre.

Det er sikkert mye som inngår i hvordan kundene vurderer meglers omdømme som de ikke burde vektlagt, men det spiller liten rolle så lenge kundene tillegger slik informasjon betydning. Derfor er det også nå farlig med for eksempel anbefalinger, hva sier det egentlig om megleren? Kanskje megleren hadde flaks, var han heldig med timingen eller gjorde selger spesielle grep uten hjelp fra megler. Mange boligsalg vil ha likhetstrekk, men det vil alltid være individuelle særegenheter som man må ta hensyn til. Disse særegenhetene, handlingene, vurderingene og flaksen er skjult informasjon som selgere ikke får tak i. Selger kan ikke vite hva som var utslagsgivende.

### **Konklusjons forskningsspørsmål 1:**

Jeg fant belønning som svekker meglers motiver for å arbeide for en høy pris. Selger tror megler er motivert til å arbeide for en god pris, men megler fremstår bare som motivert. Megler er egentlig motivert til å fokusere på raske omsetninger og volum. Problemet oppstår fordi selger er innskrenket fra å bruke den viktigste motiveringsmekanismen for å motivere megler, en belønning som øker i takt med det økonomiske resultatet.

Økt kundestrøm for megler og best mulig pris for selger er ikke motstridene. Det er strategier som kan eksistere side ved side, de er ikke gjensidig utelukkende. Poenget er at i et marked vil ressursene allokere dit hvor den marginale avkastningen er størst. Fordi rasjonelle agenter som svikeyfullt forfølger egeninteresse vil bruke sine ressurser der hvor de får mest igjen.

Yrkesstolthet og omdømme er drivere som påvirker megler til å være lojal mot selger. Omdømme styrker meglers motiver til å ivareta selger, fordi megler er sårbar for

negativ omtale. Det lønner seg for megler at selger prater godt om megleren.

Om man deregulerer og tillater progressive kontrakter kan noen bli utnyttet til å betale megler uforholdsmessige vederlag. Til gjengjeld vil selger ved hjelp av en kontrakt som øker meglers vederlag i takt med kjøpesummens størrelse kunne vri meglers fokus vekk fra volum og mot en høy pris. Jeg foreslår at ny forskning kan se på hvordan man kan gjøre dette på en god måte.

Teorien forutser at megler vil fokusere bevisst på det som lønner seg. Det som lønner seg for megler i dag er volum. Meglers arbeidsavtale med meglerfirma er avgjørende og kan danne grunnlag for videre studier. Jeg foreslår at man ser på hvordan meglers arbeidsavtale med meglerfirma påvirker meglers rolle.

### **Forskningsspørsmål 2: Hvilke ulike meglertyper finnes?**

Jeg har funnet to typer meglere. Selgers mann og administrator. Jeg har tatt med meg det har jeg funnet om belønning.

Det er avgjørende at megler er kompetent og kan legge strategier og planer som ivaretar selger. Dette er selgers mann. Deretter må selger finne en megler som er motivert til å bruke ressurser på å arbeide lojalt for sine interesser. Her kommer problemene med meglers belønningsmodell inn. Selgers problem er å gjøre det attraktivt å bruke ressurser på prisfremmende tiltak.

En administrator gjennomfører oppdraget mer eller mindre som en advokat eller en "gjør det selv tjeneste". Alle meglere må gjennomføre slik som lovverket detaljregulerer. Paradokset er at selger betaler like mye for en administrator som for en megler som er selgers mann, fordi det er vanskelig å identifisere meglertyper.

Selger får problemer før kontraktsinngåelse fordi det er vanskelig å skille meglertypene fra hverandre. Det er krevende for prinsipalen å utarbeide kontrakter som sorter ut de dårlige agenten når man ikke fritt kan utarbeide belønningsmodell. Selger kan lage "no cure no pay" avtaler, men det er ikke sikkert det er en gunstig løsning for selger. Jeg kommer ikke med noen anbefalinger på hvordan man skal velge megler. Jeg konstaterer

at det er ulike typer meglere. Jeg foreslår at man kan studere videre hvordan man kan sortere og velge megler.

Selger kan få problemer fra før kontraktsinngåelse som strekker seg inn i utførelsen av oppdraget. Det kan være et problem at megler selger seg inn som selgers mann for så å ikke holde løftene sine. Det kan hende at megleren skryter. Megler kan love mye før kontraktsinngåelse for å fremstå som et bedre alternativ enn andre meglere. Når megler har fått oppdraget kan han forutse hvilken belønning han kan motta. Da kan det hende at megler sluntrer unna å levere et arbeid som er godt nok til at selger ikke prater negativt om megler. Meglers fokus på omdømme vil sørge for at megler vil gjøre selger fornøyd. Megler kan finte ut selger og skylde på tilfeldigheter og si at han har gjort en glimrende jobb, men at markedet bare er tregt fordi renta skal opp. Problemstillingen oppstår fordi selger ikke kan sikre seg arbeidsinnsats ved hjelp av en kontrakt som øker meglers vederlag i takt med kjøpesummens størrelse.

Selger kan få problemer med forskjellige typer meglere etter kontraktsinngåelse. Administrator mangler evner til å bidra til høy pris. Meglers mann mangler belønning som motiverer han til å arbeide får en høy pris. Problemet er at det er vanskelig å skille meglertypene fra hverandre. I den siste innspurten er det avgjørende at megler tror han kan oppnå en ekstra belønning slik at han blir motivert til å bruke ressurser på å få en høy pris.

Selger kan ikke "straffe" eller belønne megler med mindre han har en "no cure no pay" avtale. Uansett er det vanskelig å avgjøre om det er meglers arbeid eller tilfeldigheter som påvirker. Det er vanskelig for selger å bedømme arten av arbeidet som er utført fordi selger kun observerer sluttresultatet. Megler kan også skjule en dårlig arbeidsinnsats ved å skylde på eksterne tilfeldigheter, for eksempel rentehevinger. I andre bransjer kan prinsipalen avtale å holde igjen deler av vederlaget til oppdraget er slutført. Slik er det for eksempel i bygge-bransjen. Når oppdraget er slutført kan prinsipalen vurdere arbeidet og utbetale resten av vederlaget i henhold til avtale. Det går ikke å gjøre det slik mellom megler og selger fordi da øker vederlaget i takt med kjøpesummens størrelse, og det er forbudt.

Selger kan også få problemer med meglertype på grunn av seleksjonspresset i bransjen. En megler som ikke fokuserer på volum har kanskje ingen fremtid i bransjen, fordi en slik megler ikke kan leve av yrket. Teorien peker da mot at meglere som ikke fokuserer på volum vil slutte å arbeide som meglere. Teorien sier også at belønningsstrukturen er avgjørende for hvem som søker seg til jobbene. De meglerne som søker seg til yrket vil derfor være overrepresentert av meglere som ser nytten av å fokusere på volum. Seleksjonspress og rekruttering peker derfor mot at bransjen vil akkumulere meglere som fokuserer på volum og raske omsetninger. Selgerne vil på sin side ha en megler som har fokus på selgers interesser og som har insentiver til å ivareta disse.

Selger forsøker å bedømme meglertype, men denne problemstillingen kan også gå andre veien. Megler er erfaren. Det er mange selgere der ute og de har lite erfaring. Det kan tenkes at megleren har et fokus på hvem han vil arbeide for. Vriene selgere og vanskelige salg er ikke attraktivt for megler. Denne problemstillingen kan danne grunnlag for nye forskningsspørsmål.

### **Konklusjon:**

Det er ulike typer meglere. Noen meglere er dyktigere en andre meglere. Det er vanskelig å sortere og velge megler, og vanskelig å motivere dyktige meglere til å bruke sin kompetanse til å arbeide for en høy pris. De to driverne seleksjonspress og rekruttering, peker mot at bransjen er overrepresentert av meglere som fokuserer på raske omsetninger og volum.

### **Forskningsspørsmål 3: Hvilke fordeler og ulemper har bruk av megler?**

#### **Fordel**

Det er makelig å bruke megler. I en flytteprosess er det veldig mye å gjøre for selger. Derfor er det makelig å delegere salget til megler. Ved å bruke megler unngår selger juridiske tabber og selger sikrer arbeidet med oppgjør og overføring av råderett. Hjelp med det juridiske, oppgjør og overføring av råderett kan selger delegere til andre, for eksempel advokater. Den største fordelen med å bruke megler er at megler er en selger. Å bruke megler kan gi en bedre pris. Vi kan ikke sikkert si at det å bruke megler gir en



bedre pris, men selger er en fagmann, rådgiver og en selger. Sammen vil det kunne lede til en bedre pris enn om selger ikke hadde brukt megler. Når det stormer rundt selger og selger befinner seg i den fasen jeg kaller for klimakset, vil en megler kunne gi bedre råd enn for eksempel en «gjør det selv» tjeneste. Megler kan under klimakset bidra til at selger beholder roen og ikke dumper prisen når selger føler på usikkerhet og risiko. Problemet er at selger ikke kan motivere selger med belønning til å gi de beste rådene. En type megler som vil utgjøre en forskjell og som blir motivert av yrkesstolthet kan bety mye for selgers økonomiske resultat.

### **Konklusjon fordel:**

Det er lett og befriende å sette bort arbeidet til en megler. Megler kan være en god rådgiver. Man kan få en bedre pris fordi megler også er en selger som kun driver med eiendomsmegling. Advokater og andre tilbydere har ikke nødvendigvis ekspertkompetanse på å selge. Megler kan være en støtte for selger, men selger vet ikke om meglers råd er tiltenkt å gi en høyest mulig pris eller om rådene først og fremst gir volum og raske omsetninger.

### **Ulempe**

Det er en ulempe for selger å ikke kunne utarbeide et vederlag som øker i takt med salgssummen. Selger vil at megler skal bruke sin ekspertkompetanse på å få en best mulig pris. Megler og meglerfirma har et sterkt insentiv til å fokusere på volum og raske omsetninger. Det er der den marginale avkastningen er størst. Det blir derfor en kontrast mellom selgers og meglers interesser.

For megler *"betyr det forsvinnende lite i den store sammenheng"* å løfte prisen med 50 000 kr. I eksempelet under bruker jeg 1 % provisjon. Jeg bruker 50 000 kr som eksempel fordi en av meglerne brukt dette eksempelet under intervjuet.

$$50\,000 * 0,01 = 500kr$$

Selger må betale 500 kr i provisjon om megler løfter prisen med 50 000kr. Selger sitter igjen med en gevinst 49 500.

$$500 * 0,35 = 175 \text{ kr}$$

Megler får mellom 30-40% av provisjonen. Resten går til meglerfirma. Etter at meglerfirma har tatt sin andel sitter megler igjen med ca 175 kr, før skatt. Det er forsvinnende lite ekstra gevinst for megler ved å arbeide for prisøkning på 50 000 kr.

Meglers motiv om å fokusere på volum er skjult informasjon om megler. Motivet påvirker hvordan megler vil representere selger. For eksempel kan man knytte rådet om "å selge raskt" til meglers insentiv om å fokusere på volum. Megler kan manipulere utfallet av boligsalget ved å anbefale å selge raskt selv om megler vet at det lønner seg å vente til etter ferien. I en slik situasjon handler megler til det beste for seg selv og ikke til det beste for selger, altså moralsk hasard. Selgers hovedutfordring er å få megler til alltid fortelle sannheten til det beste for selgers interesser. Det kan være vanskelig å få til når slike råd kan bety at megler ikke vil få provisjon før etter ferien. Det kan også være vanskelig for selger å motivere megler til å gi råd som vil kreve en ekstra ressursbruk, fordi et slikt råd får megler lite igjen for.

Det er avgjørende for selger at megler holder sitt løfte om å arbeide lojalt for selgers interesser. Løfteholding handler om hva megler foretar seg. Her vil meglers motiv om raske omsetninger komme i spill. Løfteholding vil handle om hvorvidt megler for eksempel rydder unna problemer for potensielle kjøpere i den siste innspurten. Dette handler om moralsk hasard og om megler er motivert til å utføre handlinger som kan løfte prisen opp eller om megler istedenfor forsøker å få til et "raskt" salg. Megler sitter igjen med en begrenset gevinst av en prisøkning og det er vanskelig for selger å motivere megler til å bruke ekstra ressurser på prisfremmende tiltak. Det kan for eksempel være å møte opp når fotografen skal ta bilder eller å ringe alle interessenter.

Meglerne har kontroll på fasen jeg beskriver som "klimakset". Megler vet at selger kommer til et punkt hvor det blir nok og hvor det er vanskelig å ha is i magen. Megler kan i denne fasen forutse sin egen belønning ved et salg. Megler har også et forhold til hvor mye "ekstra" han kan tjene ved å løfte prisen. Da er det avgjørende om megler bruker teft, timing og kunnskap til å få en best mulig pris. Teorien forutsetter at megler opptrer rasjonelt og opportunistisk og da blir det problemer for selger. For det første

blir det problemer med sannhetsfortelling og løfteholding. Deretter kan selger i mer eller mindre grad få problemer med motvilje og avhopp. Motvilje handler om hvorvidt megler villig legger ned ressurser eller om megler i det skjulte fokuserer på å skaffe nye salg. Motvilje handler om trass og om megler faktisk rydder unna problemer eller gjør andre prisfremmende tiltak. Motvilje blir det motsatte av utholdenhet og det å ha selger aktivt på pulten. En progressiv belønning ville kunne fungert som en utholdenhetsklausul som motiverer megler til å legge ned ressurser, det gjør også en no cure no pay avtale. Avhopp som skiller seg fra det å ikke holde løfter knytter jeg først og fremst til meglers klausuler i oppdragsavtalen. I avtalen kan megler for eksempel avtale å få betalt om selger får et bud på prisantydning, uavhengig av meglers innsats. Om selger føler det er mer å hente, er misfornøyd med meglers innsats eller er blitt rådet til å sette en for lav pris, så kan megler velge å hoppe av og tvinge frem en utbetaling av provisjon. I ytterste konsekvens kan et slikt argument også være noe megler kan bruke til egen vinning under klimakset. Det er ingen som liker å få en regning og så ikke få solgt, meglers fokus på omdømme vil trekke i motsatt retning.

### **Konklusjon ulempe:**

Meglernes insentiv om å fokusere på volum er for sterkt. Megler har ekspert erfaring som selger ønsker å utnytte, men selger kan ikke motivere megler med lønn. Det er en fare for at megler bruker ekspert kompetansen på å fremme sine egne interesser. Megler kan enkelt forutse sin egen belønning. Selger derimot har vanskeligheter med å observere og forutse meglers belønning og incentiver. Om megler spiller på relasjon og ivaretar selger på en god måte under klimakset så kan det dekke over for opportuniste.

Problemet for selger er at megler opportunistiske kan gi råd som manipulerer utfallet av eiendomssalget i meglers favør. Selger kan tro at det er godt råd å speede opp prosessen, men i det skjulte kan megler med et slikt råd sikre seg selv en rask omsetning. Derfor er det en mulighet for at selger kan bli et offer for en profesjonell bransje som forutser.

### **I hvor stor grad ivaretar megler selgers interesser?**

Belønningsstrukturen sikrer ikke at megler arbeider for en best mulig salgspris. Megler blir drevet til å fokusere på volum. Det er ikke motstridende å fokusere på volum og arbeide for en god pris. Poenget er at ressursene vil bli allokert dit hvor den marginale avkastningen er størst. Meglers lønnsomhet vil ligge der hvor megler får best mulig pris, signerer flest mulig oppdrag og der hvor megler unngår rettslige tvister eller krangler. Problemet er at teorien sier at megler vil opptre opportunistisk og da vil megler hovedsakelig fokusere på volum. Selger får i dag vanskeligheter med den skjulte informasjonen om megler, meglers handlinger og hvordan selger hensiktsmessig skal inngå oppdragsavtale med megler. Disse problemene blir intensiverte fordi selger ikke kan utarbeide kontrakter som samler meglers og selgers interesser. Utfordringen for megler er å vise frem og få betalt for enestående arbeid. Informasjonen er kostbar eller umulig å observere og det er forbudt å få et vederlag som øker med kjøpesummens størrelse. For selger er det vanskelig å verifisere om megler handler i beste interesse for selger, eller om megler opptrer opportunistisk, men megler vil bli drevet til å gjennomføre godt nok for å opprettholde et attraktivt omdømme. Megler vil gjennomføre i tråd med lovverket for å unngå problemer med tilsynsmyndigheter. Megler gjennomfører et samfunnsoppdrag og blir motivert av yrkesstolthet. Motivasjonen for å gjennomføre samfunnsoppdraget og yrkesstoltheten er viktige drivere, men de trumfer ikke belønningsdriveren til megler.

### **Hvordan kan relasjonen mellom megler og selger korrigeres, så handlingene samsvarer best mulig med selgers interesser.**

Selger kan velge mellom fastpris, provisjon, timebetaling og no cure no pay. Ingen av disse metodene binder interessen om å få en høy pris sammen som en progressiv provisjon. Selger kan justere avtalen med megler og foreslå endringer, men det krever at selger kan forhandle og kjenner til de punktene som er fravikelige. Spørsmålet blir om dyktige meglere vil akseptere endringer. Om avtalen blir mer fordelaktig for selger er uansett det springende punktet at megler ikke kan få et vederlag som øker i takt med kjøpesummen, og hvorfor skal megler da akseptere en striksere avtale? Det ligger ikke

en større belønning i potten, men risikoen og påkrevd arbeidsmengde øker ved en striksere avtale.

Arbeidsavtalen megler har med meglerfirma er avgjørende for meglers insentiver, men denne avtalen er utenfor selgers innflytelse. Jeg foreslår at ny forskning ser på hvordan meglers arbeidsavtale med meglerfirma påvirker om megler vil representere selger på en god måte.

Det er også et poeng at det er andre parter megler også må ta hensyn til. Denne oppgaven ser kun på selgers interesser og selgers primærinteresse er en god pris. Megler skal ivareta kjøper og utfører et samfunnsoppdrag. Meglers skal sørge for en trygg, effektiv og sikker avhending av fast eiendom. Det må man også ta med i betraktningen.

I dag ligger hovedfokuset for megler på volum. Teorien peker på at det kan være fordeler å hente ved å utarbeide en kontrakt som øker agentens vederlag i takt med prinsipalens velferd. Jeg foreslår at ny forskning kan se på hvordan dette kunne gjøres. For eksempel kan man se på om man bør belønne handlinger isteden for et sluttresultat.

## Litteratur

Bråten T. Røse Solli M. 2008. Eiendomsmegling i praksis del 2,  
Norgeseiendomsmeglingsforbund.

Eiendomsmeglingsloven 2007

Gripsrud, Olsson, Silkoset. (2008). Metode og dataanalyse. Med fokus på beslutninger i bedrifter.

Grønn, E. ( 2008) Anvendt Mikroøkonomi. Cappelen Akademiske Forlag.

Guba, E. G., and Lincoln, Y. S. (1994). Competing paradigms in qualitative research. *In* "Handbook of qualitative research" (N. K. Denzin and Y. S. Lincoln, eds.), pp. 105-117. Sage Publications, Inc., Thousand Oaks, CA.

Hoff, K. G. ( 2009). Strategisk Økonomistyring. Universitetsforlaget.

Husted, B. (2006) Agency, Information and the Structure of Moral Problems in Business. Sage publications.

Mehmetoglu, M. (2003). "Kvalitativ metode for merkantile fag," Fagbokforlaget, Bergen.

Nilssen V. (2012) Analyse i kvalitative studier. Den skrivende forskeren.

NOU 2006:1 Eiendomsmegling. (Finansdepartementet, ed.).

Patton, M. Q. (2015). "Qualitative Research & Evaluation Methods. Integrating Theory and Practice," FOURTH EDITION/Ed. SAGE Publications, Inc.

Petersen, T. (1993). The Economics of Organization: The Principal-Agent Relationship. *Acta Sociologica* **36**.

Postholm, M. (2010) Kvalitativ metode. En innføring med fokus på fenomenologi, etnografi og kasssstudier.

Strauss, A., and Corbin, J. (1998). "Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory," Sage Publications, Inc., Thousand Oaks, CA.

Yin, R. K. (2009). "Case Study Research. Design and methods," 2/Ed. Sage, Thousand Oaks.

Andresen, Martin Eckhoff & Idsø, Johannes. (2016, 15. desember). prinsipal-agent-teori. I Store norske leksikon. Hentet 20.11 2017 fra <https://snl.no/prinsipal-agent-teori>

Norges eiendomsmeglerforbund etiske regler. <https://www.nef.no/om-nef/nef-regelverk/etiske-regler-for-norges-eiendomsmeglerforbund/>



**Norges miljø- og biovitenskapelige universitet**  
Noregs miljø- og biovitenskapelige universitet  
Norwegian University of Life Sciences

Postboks 5003  
NO-1432 Ås  
Norway