



SKOGSMÄSTARPROGRAMMET
Examensarbete 2012:01

Stora markägares val av fastighetsmäklare

*Large landowners' choices of
real estate brokers*

Eric Mathson

Examensarbete i skogshushållning, 15 hp
Skogsmästarprogrammet 2012:01
SLU-Skogsmästarskolan
Box 43
739 21 SKINNSKATTEBERG
Tel: 0222-349 50

Stora markägares val av fastighetsmäklare

Large landowners' choices of real estate brokers

Eric Mathson

Handledare: Lars Norman

Examinator: Eric Sundstedt

Omfattning: 15 hp

Nivå och fördjupning: Grundnivå med minst 60 hp kurs/er på grundnivå som förkunskapskrav

Kurstitel: Kandidatarbete i Skogshushållning

Kurskod: EX0624

Program/utbildning: Skogsmästarprogrammet

Utgivningsort: Skinnskatteberg

Utgivningsår: 2011

Elektronisk publicering: <http://stud.epsilon.slu.se>

Nyckelord: skogsmäklare, lantbruksmäklare, gårdsmäklare



Sveriges lantbruksuniversitet
Skogsvetenskapliga fakulteten
Skogsmästarskolan

FÖRORD

Detta examensarbete omfattar 15 högskolepoäng på C-nivå i skogshushållning på Skogsmästarskolan i Skinnskatteberg. Studien har skett i samarbete med LRF Konsult under våren 2011.

Jag vill varmt tacka samtliga som svarat på den enkät som ligger till grund för detta arbete. Jag vill särskilt tacka Roland Hultman på LRF Konsult i Linköping för gott samarbete och trevliga samtal.

Jag vill även tacka min handledare på Skogsmästarskolan, Lars Norman för ett stort engagemang och många bra synpunkter. Tack även alla andra lärare på Skogsmästarskolan för en bra utbildning och en vacker studiemiljö.

Skinnskatteberg 2011-04-08
Eric Mathson

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

FÖRORD	III
INNEHÅLLSFÖRTECKNING	V
1. ABSTRACT	1
2. INLEDNING	3
2.1 BAKGRUND	3
2.2 SYFTE	4
2.3 MÅL	4
2.4 OMFATTNING OCH AVGRÄNSNING	4
2.5 MARKNADEN FÖR JORD- OCH SKOGSFASTIGHETER	5
2.6 VÄRDERING AV JORD- OCH SKOGSFASTIGHETER	6
2.7 FASTIGHETSMÄKLARUTBILDNINGEN	8
2.8 ATT GÖRA MARKNADSUNDERSÖKNINGAR	9
3. MATERIAL OCH METODER	11
4. RESULTAT	13
4.1 SKOGSFASTIGHET ELLER JORD- OCH SKOGSFASTIGHET	14
4.2 AKTIV ELLER PASSIV NÄRINGSIDKARE	15
4.3 VIKTIGT VID VAL AV MÄKLARE	16
4.4 PERSONLIGA EGENSKAPER/FAKTORER	17
4.5 POTENTIELLA MÄKLARE	18
4.6 FASTIGHETSMÄKLARENS PERSONLIGHET	19
4.7 KOMPETENS INOM JORD- OCH SKOGSFASTIGHETER	20
4.8 TJÄNSTER UTÖVER FÖRMEDELINGSUPPDRAGET	21
4.9 VIKTEN AV VACKRA HEMSIDOR OCH PROSPEKT	22
4.10 KOSTNADEN FÖR FÖRMEDELINGSUPPDRAGET	23
4.11 BANKENS PÅVERKAN	24
4.12 MÄKLARE PÅ ORTEN	25
4.13 AVSTÅND TILL MÄKLAREN	26
4.14 KONTAKTEN MELLAN SÄLJARE OCH MÄKLARE	27
4.15 VEM TAR ÖVER FASTIGHETEN	28
4.16 TJÄNSTER UTÖVER FÖRMEDELINGSUPPDRAGET	29
5. DISKUSSION	31
5.1 FÖRE FÖRMEDELINGSUPPDRAGET	31
5.2 UNDER & EFTER FÖRMEDELINGSUPPDRAGET	34
5.3 SLUTSATS/ÅTGÄRD	35
6. SAMMANFATTNING	37

7. KÄLLFÖRTECKNING	39
7.1 PUBLIKATIONER	39
7.2 INTERNETDOKUMENT	40
8. BILAGOR	41
BILAGA 1	41
BILAGA 2	43
BILAGA 3	49

1. ABSTRACT

The work is conducted in cooperation with LRF Konsult. The data has been collected thru a survey involving 145 landowners in Östergötland. The study is aimed at landowners who own at least 400 ha of land. The purpose of this study is to find out how large landowners choose brokers when they are looking to sell their property.

The purpose of this work is to find "larger landowners' needs / choices of Realtors. The questionnaire consisted of 16 questions, and asked to investigate the seller's most important factors when they select brokers. Property owners were divided into groups according to how involved they are in their property, unfortunately the material was not useful to draw any conclusions result.

The conclusion of this study is that the landowners want to have a competent realtor who is in close contact with both sellers and buyers. Less important is that the broker has other services to offer. It is also important that the broker provides a personal and genuine material in printed prospectuses, advertisements in newspapers and on the website. The cost of hiring a broker was thought to be one of the major incentives. But the study shows that this is not the case. Nearly 80% of the property owners also say that a real estate agent need not be stationed in particular adjacent property.

2. INLEDNING

2.1 Bakgrund

För att kunna ta ut examen och kunna titulera sig som skogsmästare måste ett godkänt examensarbete utföras. Arbetet skall vara på C-nivå och omfattar 15 högskolepoäng och görs hemmahörande på skogsmästarskolan i Skinnskatteberg, som även tillhandahåller en handledare. Arbetet skall ha en tidsplan som är uppdelade i följande moment.

- Idéframställning
- Genomförande
- Databearbetning
- Rapportskrivning

I samband med idéframställningen har jag läst in mig på ämnena som studien berör. Fokus har lagts på fastighetsmarknaden samt fastighetsmäklarens arbete. Hur förmedlingsprocessen ser ut samt vilka lagar en fastighetsmäklare skall följa samt hur en fastighetsöverlåtelse går till har studierats i följande litteratur. *Fastighetsmäklarlagen – en kommentar* (Melin, Magnus, 2007). *Fastighetsmäklaren – en vägledning* (Grauers, Per Henning, 2010). *Fastighetsköp* (Grauers, Folke, 2010).

Magnus Johansson har i ett examensarbete på Sveriges lantbruksuniversitet (Säljarnas val av mäklare – vid försäljning av lantbruksfastigheter i Skåne län) tidigare belyst säljare av lantbruksfastigheter val av fastighetsmäklare. Databearbetningen till denna studie gjordes i Skåne län och genomfördes med en kvalitativ studie där nio säljare intervjuades. I denna studie framgår det att säljarna ofta innehar stora kunskaper om vilka olika alternativ som finns. För att penetrera denna marknad krävs riktad marknadsföring. Denna metod är kostsam och ger troligtvis inte omedelbara resultat. Magnus menar i sitt arbete att det viktigaste för en lantbruksmäklare är att ha nöjda kunder som sedan sprider det vidare. Jag kommer i mitt examensarbete fördjupa mig i dessa frågor för att se om detta går att styrka detta (Jansson, Magnus 2007). Jag kommer även belysa säljarens syn på en mäklarens övriga tjänster. Enligt Regeringspropositionen 2010/11:15 (nya fastighetsmäklarlagen) öppnas möjligheten något för mäklaren att tillhandahålla så kallade tjänster utöver förmedlingsuppdraget. Jag vill i detta examensarbete undersöka om något sådant intresse finns.

Som följd av en het marknad för jord- och skogsfastigheter samt min kompletterande utbildning till fastighetsmäklare ville jag att mitt examensarbete skulle handla om just fastighetsförmedling. Efter att ha kontaktat LRF Konsult i Linköping har examensarbetet arbetats fram under hösten 2010. Undersökning kommer utredas med hjälp av enkätutskick till 145 fastighetsägare i södra Sverige. Enkäten har utformats i samarbete med Roland Hultman, fastighetsmäklare på LRF Konsult i Linköping.

2.2 Syfte

Syftet med detta examensarbete är att utreda "större markägares" behov/val av fastighetsmäklare vid en ev. försäljning av deras fastighet.

2.3 Mål

Målet med detta examensarbete är att ge LRF Konsult verktyg för att utveckla/stärka deras tjänst fastighetsförmedling till ägare av jord- och skogsfastigheter. Då speciellt till det segmentet med stora markinnehav. Ett annat inte helt oviktigt mål är för egen räkning kunna utvecklas samt få insikt i det komma yrket som stunder efter avslutade studier på Skogsmästarskolan.

2.4 Omfattning och avgränsning

Marknadsundersökningen vänder sig till markägare med en totalareal bestående av minst 400 ha alt 100 ha åkermark. Studien är gjord i Östergötland. Enkäten har skickats till ca 150 helt slumpvis valda markägare och består av 16 frågor. Enkäten är utformad så den skall ge svar på markägarens behov **före**, **under** samt **efter** förmedlingen.

Enkätens första 2 frågor är konstruerade för att gruppera de olika markägarnas behov. Markägarna kommer således att grupperas beroende på om de är ägare av en **skogsfastighet** eller en kombinerad **jord- och skogsfastighet**. Markägarna kommer även grupperas efter om de anses som **aktiva** eller **passiva** markägare, anledningen till detta är att det finns misstankar om att svaren kan skilja sig något beroende på markägartyp.

Efter samråd med lärare samt studielitteratur anses 30 svar ge en statistisk säkerhet vid marknadsundersökningar. Enligt viss litteratur anses en svarsfrekvens på 50 % möjlig och realistisk. Enligt detta skulle alltså 60 utskick ha räckt för att uppnå en statistisk säkerhet. Men jag har för säkerhet skull utökat detta till ca 150 utskick. Den tänkta svarsfristen kommer vara på ca 1 vecka, svar som inkommer efter det satta datumet kommer inte att behandlas.

2.5 Marknaden för Jord- och skogsfastigheter

Sverige landareal uppgår till 41,3 milj. ha, vilket är fördelat på olika ägoslag. 22,7 milj. ha utgör produktiv skogsmark vilket är mer än Sverige halva totala landareal. Detta kan sedan jämföras med åker samt betesarealen som tillsammans uppgår till 3,5 milj. ha. På denna areal fanns det 2009, 370 000 registrerade lantbruksenheter (Skogsdata, 2009).

Man kan tydligt se en viss trend i att reglera lantbruksenheterna till rena skogs- eller jordbruksfastigheter. Priserna på lantbruksenheter har ökat kraftigt den senaste tiden. Skogen har varit den främsta anledningen till den värdestegring som varit. På senare år har även jordbruksmarken bidragit med detta, men då på mera lokala marknader. Åkermarkspriserna är väldigt olika beroende på var i Sverige man befinner sig (Lantmäteriverket, 2006).

Utbudet av jord- och skogsfastigheter har som sagt ökat kraftigt det senaste decenniet, trots detta räcker inte fastigheterna till för att mätta fastighetsmarknaden. Anledningen till det ökande utbudet torde vara besläktad med den nationella urbaniseringen som pågår. Viljan att överta gården efter sina föräldrar har avtagit, istället lockar en annan typ av livsstil. Att överta gården efter sina föräldrar handlar mer om en livsstil än boende.

Vilka är då köparna? Enligt LRF Konsult är ca 30 % av köparna så kallade förstagångsköpare. Denna köparkategori har ofta andra skäl till sitt förvärv en just att bedriva växtodling eller skogsskötsel. I dessa fall är det inte helt ovanligt att man helt enkelt köpt en fastighet för att man vill bo på landet och tycker det är lockande att äga sin egna lilla plätt på jorden.

Köparna av en jord- och skogsfastighet är oftast kapitalstarka, men trots detta bör den för tiden låga räntan ha haft en stor inverkan på fastighetspriserna. (LRF-konsult, 2010, Länk A). Förutom räntan ses även skogens skatteregler samt virkespriserna som variabler när marknaden analyseras (Lönstedt, L & Rosenqvist, H, 2002).

Under slutet av 2010 tyckte 72 % av skogsägarna att det är ganska eller mycket lönsamt att köpa skogsmark. Av dessa 72 % vill 65 % av markägarna förvärva mera skog om de hade en miljon kronor över. Möjligheten till att göra rationaliseringsförvärv kan också förklara köplusten av redan tidigare ägare (Lusth, 2002). Att så många vill investera i skog ger indikationer på att efterfrågan av skogsfastigheter bör vara fortsatt starkt även under 2011. Det tror även skogsägarna, drygt 70 % av skogsägarna tror att fastighetspriserna kommer stiga de närmast 3 åren (Skogsbarometern, 2010, Länk B).

2.6 Värdering av jord- och skogsfastigheter

Att förmedla jord- och skogsfastigheter är oftast mera omfattande och kräver mera specialkunskaper än att förmedla villor eller bostadsrätter. För att kunna göra en korrekt värdering som på ett bra sätt speglar marknadspriset krävs många andra kunskaper än just det mäklaryrket innefattar. Dessa värderingsobjektet innehåller ofta många olika byggnadstyper. Så uppgifter som bör beaktas kan vara många, t.ex. *familjebostad, vatten, avlopp, stall, ladugård, svinstall, maskinhall, spannmålstork, mjölkänläggning, virkesförråd, gödselbrunn, plantering, jordtyp, dränering, arrondering, bonitet, EU-stöd m.m.* (Mäklarsamfundet, 2005). Med bakgrund av detta brukar mäklaren använda den så kallade a la carte metoden vid jord- och skogsfastighetsvärdering. Med a la carte metoden menas att man kombinerar de 3 olika värderingsmetoderna och värderar de olika delvärdena var för sig. Som skog, åkermark, betesmark, ekonomibyggnader samt bostadshus m.m.

- **Nuvärdesmetoden**
Värdet på fastigheten fastställs genom att förväntade avkastningar kapitaliseras. En fastighets avkastningar kan vara t.ex. hyror, jaktarrenden, fastighetens möjlighet att producera virke eller grödor.
- **Ortprismetoden**
Man räknar fram ett medelvärde på redan genomförda försäljningar. På så visa kan man belysa prisbilden på olika typer av fastigheter i olika regioner. På en skog fastställs oftast kr/m³ och på åkermark kr/ha. Man får på så vis fram medelvärden att använda vid senare värderingar.
- **Produktionskostnadsmetoden**
Används oftast vid värdering av ekonomibyggnader eller anläggningar. Vid värdering med produktionskostnadsmetoden används det verkliga värdet (anskaffningskostnaden) av ex ett djurstall. Finns ingen upprättad byggnad kan offert begäras på likvärdig byggnad. Detta värde justeras sedan genom åldersavdrag med byggnadens tekniska och ekonomiska livslängd.

Att värdera skog kräver lång erfarenhet då det är många olika parametrar som påverkar den slutliga bedömningen. Idag används oftast en skogsbruksplan vid värdering. Skogsbruksplanen kan vara upprättad av mäklaren själv eller av en skogsbruksplanläggare. Även om inte mäklaren själv har upprättat skogsbruksplanen ställs höga krav på hans kunskaper. Mäklaren skall kontrollera att uppgifterna är realistiska samt att han skall ha förståelse vad innehållet speglar (Lantmäteriverket, 2006).

En skogsbruksplan är skötselplan som upprättas enskilt för varje fastighet, vilket ger markägaren och mäklaren detaljerade uppgifter om fastighetens storlek, virkesförråd, trädslagssammansättning samt ålder. Detta är enbart några av de parametrar som presenteras i en skogsbruksplan (Södra, 2007, Länk C).

Angivna virkesförråd i respektive avdelningar i en skogsbruksplan är endast uppskattade volymer, men används i stor utsträckning i olika typer av värderingar av skogsfastigheter (Seth & Tjäder, 2003).

Vid en värdering av en skogsfastighet ligger tyngdpunkterna på virkesförrådet, ålder/avdelning, huggningsklasser, bonitet samt läget på fastigheten. Virkesförrådet och avdelningsålder avgör vilken avverkningsstakt som är lämplig på den berörda fastigheten, detta är klart avgörande vid prissättning samt finansiering. Det är vanligast idag att man använder $\text{kr/m}^3\text{sk}$ som enhet vid en skoglig värdering, och att man använder nuvärdesmetoden (beståndsmetoden) eller ortprismetoden alt en kombination av båda.

Traditionellt sett har priserna på åkermark satts i direkt relation till avkastningsvärdet på det berörda området. Avkastningsvärdet är markens förmåga att producera gräs, spannmål m.m. Men marknaden har på senare tid tenderat att vilja betala för höga priser på lågavkastande jordar. Det finns vid prissättning av åkermark likt skogsmark många parametrar som stimulerar marknaden att betala, men de största värdefaktorer som bör beaktas är bördighet, storlek, arrondering samt dränering. Vid prissättning av åker- och betesmark användas för det mesta enheten kr/ha (Lantmäteriverket, 2006).

2.7 Fastighetsmäklarutbildningen

Idag krävs samma utbildning för samtliga mäklare, oavsett vilka objekt man har för avseende att förmedla. Läser man tidigare avsnitt om värdering förstår man att det är komplicerat att förmedla jord- och skogsfastigheter och man bör därför inte förmedla dessa fastigheter om man inte har denna kompetens.

Vid avslutad utbildning ansöker den berörda om registrering hos fastighetsmäklarnämnden. Fastighetsmäklarnämnden kontrollerar då att man uppfyller samtliga kriterier för att aktivt få arbeta som fastighetsmäklare. Den utbildning som krävs för fullgod registrering är följande:

- ✓ fastighetsförmedling (minst 30 hp)
- ✓ civilrätt (minst 15 hp)
- ✓ fastighetsrätt (minst 15 hp)
- ✓ skatterätt (minst 7,5 hp)
- ✓ ekonomi (minst 15 hp)
- ✓ byggnadsteknik (minst 7,5 hp)
- ✓ fastighetsvärdering (minst 7,5 hp)
- ✓ 22,5 hp fördjupning eller breddning i något av ovanstående ämnen.

(Fastighetsmäklarnämnden, 2011, Länk D).

Utbildningen skall alltså omfatta minst 120 högskolepoäng. Förutom den akademiska utbildningen skall vissa lagliga förhållningsregler vara uppfyllda.

- ✓ Man skall vara myndig och ej försatt i konkurs eller underkastad näringsförbud.
- ✓ Man skall ha tecknat en ansvarsförsäkring.
- ✓ Man skall ha för avsikt att vara yrkesverksam som fastighetsmäklare.
- ✓ Man skall vara lämplig som fastighetsmäklare, d v s redbar och seriös person (Mäklarsamfundet, 2005).

2.8 Att göra marknadsundersökningar

Utgångspunkten för att göra en marknadsundersökning är att det förekommer brist på information för att kunna genomföra en lönsam och effektiv marknadsföring. När man gör en marknadsundersökning eftersträvar man systematisk insamlad information som är statistisk säkerställd för att sedan kunna analysera materialet för att avhjälpa marknadsföringsproblem. Marknadsundersökningsprocessen påbörjas genom en grundlig problemanalys. Det kan vara svårt att lokalisera sina marknadsföringsproblem på egen hand mitt i den dagliga driften av rörelsen. Man kan med fördel i detta skede använda extern personal. Efter att problemställningarna har analyserats kan val av undersökningsmetod inledas. I samband med valet av metod bör det även bestämmas om studien är av kvalitativ eller kvantitativ karaktär (Christensen, 2001).

Med *kvantitativ* studie menas att den genomförs med strikta svarsalternativ. Denna typ genomförs oftast genom enkäter eller telefonintervju. Det som kategoriserar en kvantitativ studie svarsalternativ som utgör frågor som kan besvaras t.ex. ja/nej alt. betyg eller intervallskalor. *Kvalitativa* studier är de studierna som inte innehåller ovanstående kriterier. En typisk kvalitativ studie är en öppen intervju (Trost, 2007).

När val av metod är fastställd bör undersökningen begränsas och ett lämpligt urval måste göras. När man har hittat rätt grupp av människor kan det praktiska arbetet påbörjas. Detta kan göras genom en enkätundersökning. Oavsett hur datainsamling har gjorts måste det sedermera tolkas och analyseras på ett effektivt och trovärdigt sätt.

Marknadsundersökning kan sedan framställas i rapportform samt muntlig presentation till uppdragsgivaren (Christensen, 2001).

3. MATERIAL OCH METODER

Materialet till denna studie är inhämtat genom enkäter och omfattar 145 markägare i Östergötlands län. Urvalet är riktat emot markägare med en totalareal som överstiger 400 ha alternativt 100 ha åkermark. Först filtrerades ungefär 2500 markägare fram genom att dessa hade uppfyllt kriterierna för att delta i studien. När underlaget tagits fram valdes sedan 145 markägare slumpvis ut för att delta i studie. Urvalet har skett i samarbete med LRF Konsult tillika Roland Hultman. Att genomföra datainsamlingen med enkätutskick istället för personliga möten ansågs lämpligast med tanke på anonymiteten i studien.

För att lyckas med enkätens utformning och struktur har bl.a.

Marknadsundersökning – en handbok och *Enkätboken* används som stöd i arbetet. Efter att enkäten hade sammanställts gjordes ett utskick under vecka 7 - 2011. Men enkäten bifogades ett personligt brev samt ett frankerat svarskuvert. Svar som inkommit efter den 25:e februari har inte påverkat resultat av denna studie. En svarsfrist på en dryg vecka kan anses något kort, detta gjordes för att motverka att enkäten arkiveras på någon hylla för att sedan glömmas bort. Resultaten av undersökning har sammanställts under mars 2011 i "herrgården" på Skogsmästarskolan i Skinnskatteberg. Till rapportskrivning, beräkningar och tabellhantering har dataprogrammen MS-Excel och MS-Word används. Liknade studier rörande "stora markägares" val av mäklare har inte påträffats. Men liknade ämnen har tidigare berörts i rapporten "Säljarnas val av mäklare" skriven på SLU av Magnus Jansson.

Tanken bakom enkätens första två frågor är att kunna gruppera de medverkande, detta för att kunna kategorisera markägare och på så vis få viss ledning om vad de tycker är viktigt hos sin mäklare redan innan första mötet. Första frågan skall påvisa om det finns skillnader mellan ägare av en ren skogsfastighet eller en kombinerad fastighet med både lantbruk och skogsbruk som inkomstkälla.

Fråga två speglar hur vida fastighetsägarens aktiva roll i brukandet även visar skillnader i valet av mäklare. Anledning finns att misstänka att de aktiva fastighetsägarna hyser starkare band till sin fastighet.

4. RESULTAT

Under denna rubrik redovisas den marknadsundersökning som har gjorts på uppdrag av LRF Konsult rörande "stora markägares" val av mäklare. Resultatet redovisas med hjälp av tabell och diagram samt kommentarer till samtliga frågor. I enkäten har det givits möjligheter för de medverkande att kommentera samtliga frågeställningar. Utvalda kommentarer redovisas i anslutning till aktuell fråga. Notera att dessa kommentarer kommer från en specifik enkät och skall därför inte anses som någon allmän åsikt för dessa markägare. Undersökning tycks vara lyckad då svarsfrekvens varit tillfredställande. Några större missförstånd vad gäller enkätens utformning och svarsalternativ verkar inte ha uppstått.

Svarsfrekvensen blev slutligen 74 st. vilket motsvarar 51 %.

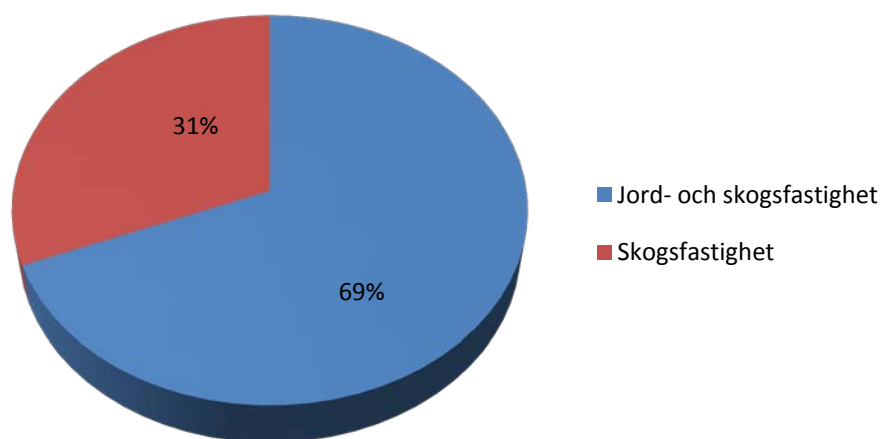
4.1 Skogsfastighet eller jord- och skogsfastighet

Fråga 1

Vilken typ av fastighet är ni ägare till? Innefattar åkermarksarealen mer en 30 % av totalarealen kryssa för jord- och skogsfastighet. Annars kryssa skogsfastighet.

Är markägarens åsikter olika beroende på vilken typ av fastighet de äger? Jämförelser finns längre fram i rapporten. Kriterierna som var uppsatt i enkäten var följande. För att tillhöra gruppen jord- och skogsfastighet skall minst 30 % av totalarealen utgöra åkermark.

Resultatet blev följande: 69 % tillhör de som är ägare en jord- och skogsfastighet och 31 % är ägare till en skogsfastighet.



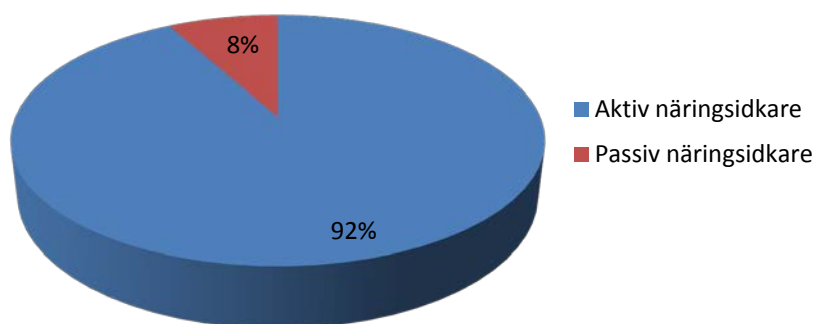
Figur 4.1 Gruppindelning, typ av fastighet

4.2 Aktiv eller passiv näringsidkare

Fråga 2

Hur aktiv är ni på den egna fastigheten? Har ni mer än 600 arbetstimmar/år anses ni som aktiv näringsidkare.

Ser valet av mäklare annorlunda ut beroende på om fastighetsägaren är aktiv eller passiv näringsidkare? Är en passiv ägare mindre känslös vid en fastighetsöverlåtelse? Dessa frågor ville vi ha besvarade. Tyvärr var denna urvalsgrupp något för liten för att göra statistisk godkända beräkningar på. De 8 % som de passiva ägarna representera motsvarar 6 fastighetsägare av detta slag.



Figur 4.2 Gruppindelning, typ av näringsidkare

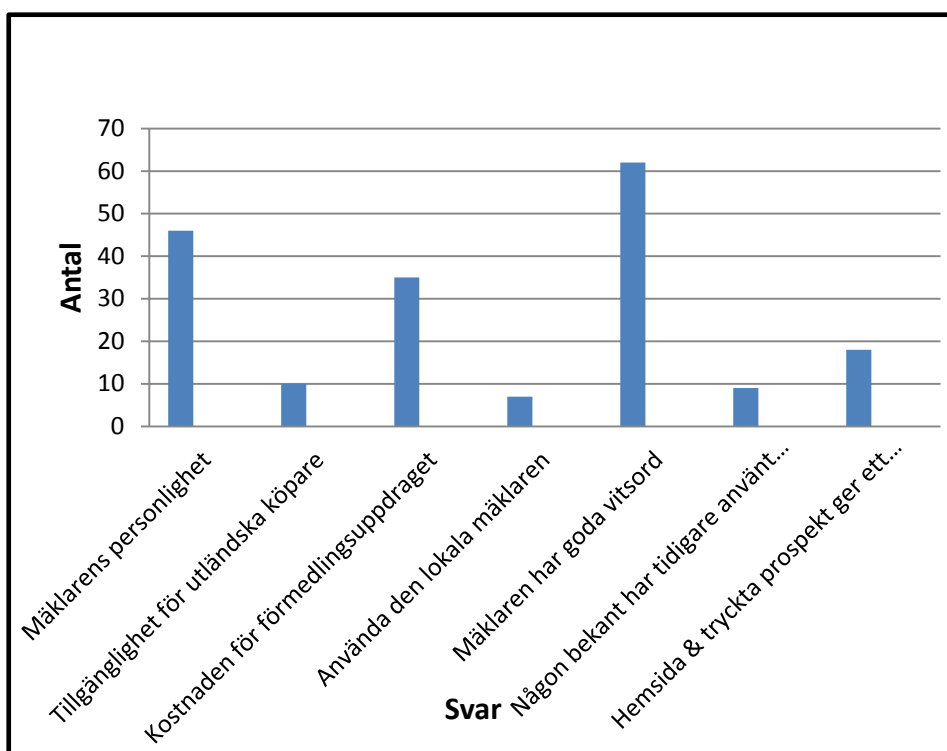
4.3 Viktigt vid val av mäklare

Fråga 3

Vilka av följande påstående är viktigast vid ditt val av mäklare? Kryssa i max 3 rutor.

En klar majoritet anser att mäklarens vitsord är viktigast vid val av mäklare. 62 av de 74 medverkande har kryssat i detta vilket motsvarade 84 %. Efter vitsord kommer inte helt oväntat mäklarens personlighet med 46 markerad kryss. Dessa 46 markägarna har getts möjlighet att fördjupa sin synpunkt på en mäklares personlighet på fråga nästkommande fråga.

Kostnaden för förmedlingsuppdraget har 35 av 74 markägare ansett varit viktigt vid val av mäklare. Dessa 3 faktorer har ett klart övertag så tillgängligheten för utländska köpare, använda den lokala mäklaren, bekanta har använt samt vikten av fina prospekt ses här vara en ganska blygsam i jämförelse.



Figur 4.3 Viktigt vid val av mäklare.

Kommentarer:

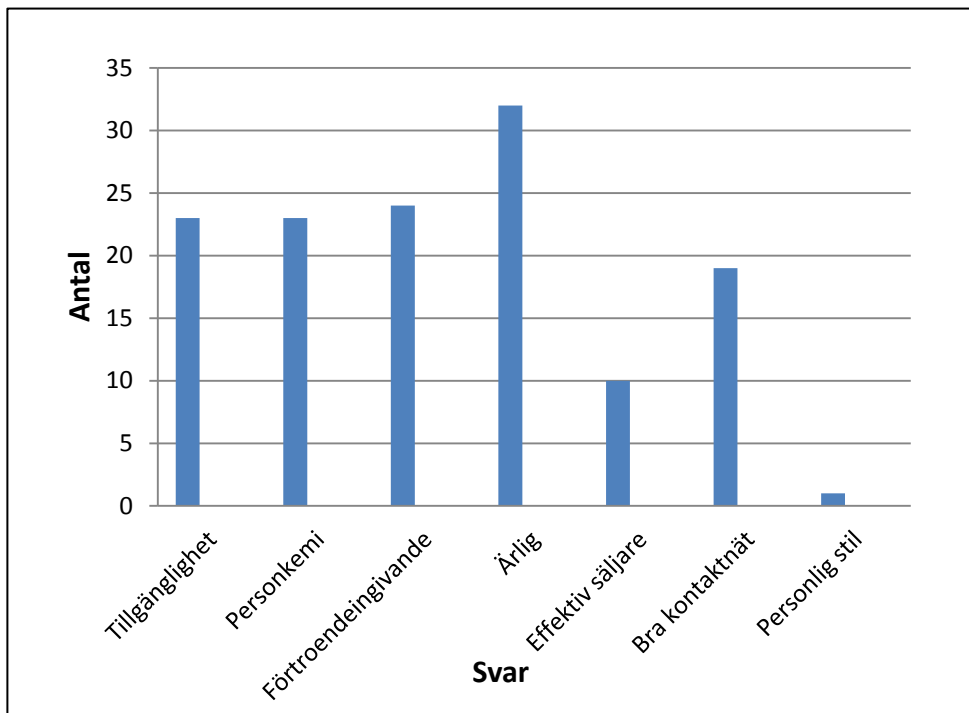
"Mäklarens TRACK-REKORD. Har densamme lyckats i tidigare förmedlingar och erhållit högt pris"

"Ingen vill väl anlita en otrevlig mäklare"

4.4 Personliga egenskaper/faktorer

**Fråga 4 (För de som svarat personlighet på tidigare fråga)
Vilka personliga egenskaper/faktorer är viktigast hos den utvalde fastighetsmäklaren? Kryssa i max 3 olika alternativ.**

På föregående fråga var det 46 markägare som kryssade för att mäklarens personlighet var en av de viktiga faktorerna vid deras val av mäklare. Dessa 46 har fått svara på frågan vilka personliga egenskaper som är viktigast. Resultatet är här relativt jämnt. Men att vara en effektiv säljare samt vad man har för kläder och vilket bil mäklaren kör verkar spela minst roll för markägarna. Det som markägarna fäster mest fokus på är mäklarens ärlighet, vilket får hela 32 röster av 46 möjliga. Personkemin mellan mäklare och uppdragsgivare är även den viktig. Inte helt oväntat har markägarna även ansett mäklarens tillgänglighet och förtroendeingivande arbete vara mycket viktigt.



Figur 4.4 Vikten av personliga egenskaper

Kommentarer:

"Här är ju alla alternativ viktiga bortsett från den sista (personlig stil)"

"Personligen har jag svårt för säljare/mäklare som försöker vara lyxiga i kläder & bilar"

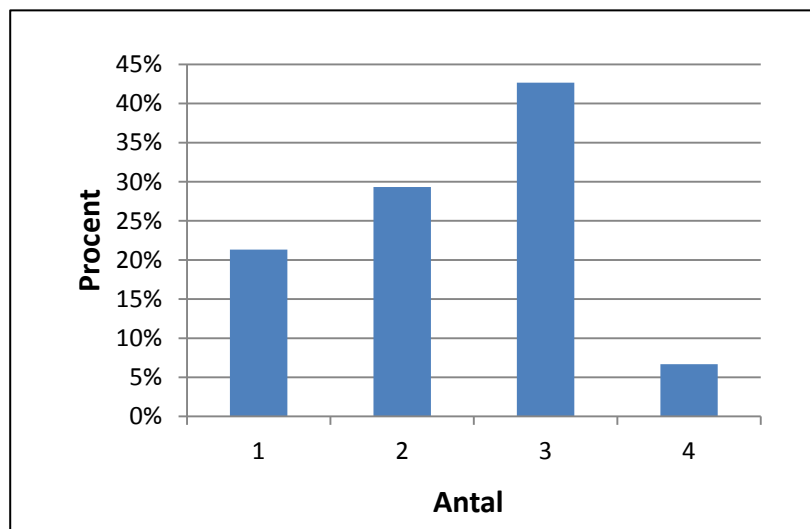
"Svara på telefonen"

4.5 Potentiella mäklare

Fråga 5

Hur många olika mäklare kommer ni troligtvis att ta kontakt med vid en ev. försäljning?

Att en säljare söker kontakt med flera olika mäklare för bilda sig en uppfattning om det bästa och mest prisvärda alternativet är inget ovanligt. Det visar även resultatet på denna fråga då 43 % av de tillfrågade markägarna tänker ta kontakt med hela 3 olika mäklare vid en eventuell försäljning. Endast 7 % har planer på att kontakta fler än 3 mäklare. Vid en sammanslagning av de markägare som har valt att kontakta fler än 1 mäklare blir resultatet 79 %.



Figur 4.5 Antalet mäklarkontakter innan slutgiltigt förmedlingsuppdraget

Kommentarer:

"Hoppas att det skulle räcka med 1st. Fast här är det nog viktigt att jämföra. Det är inte säkert det räcker med 3 st"

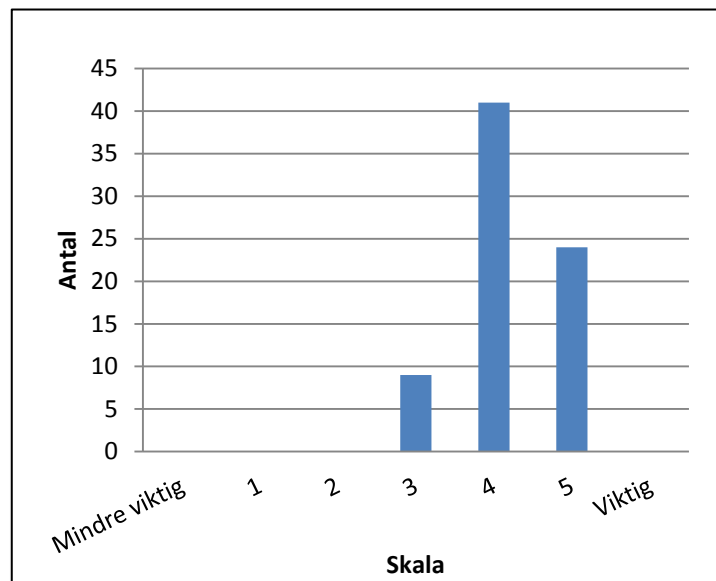
"Sondera prisbilden"

4.6 Fastighetsmäklarens personlighet

Fråga 6

Hur viktig är fastighetsmäklarens personlighet vid ditt val av mäklare?

Samtliga markägare i undersökningen har fått ringa in siffran 1-5 beroende på hur viktigt personligheten är vid val av mäklare. I skalan är 5 av högsta vikt och 1 är av lägst vikt. Vi har redan på fråga 3 fått bekräftat att personligheten är av yttersta vikt. Denna teori fortsätter även här där medelvärdet på mäklarens personlighet hamnar på hela **4,2**.



Figur 4.6 Hur viktig är mäklarens personlighet

Kommentarer:

"Mäklaren blir ju mitt ansikte utåt"

"Ärlighet är A och O"

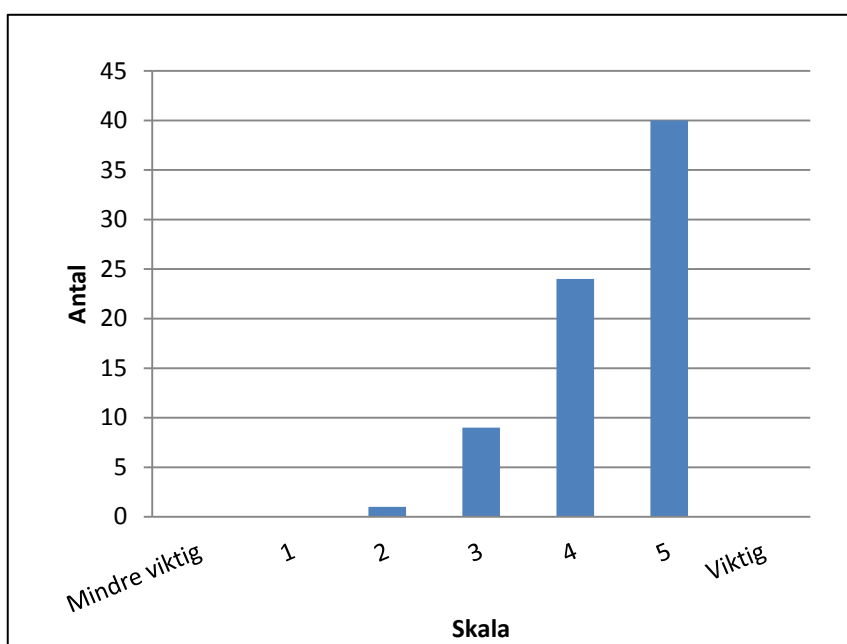
"En mäklare med dålig personlighet säljer inte så bra"

4.7 Kompetens inom jord- och skogsfastigheter

Fråga 7

Hur viktigt anser ni det är att fastighetsmäklaren har spetskompetens i jord- och skogsfastigheter?

Samtliga markägare i undersökningen har fått ringa in siffran 1-5 beroende på hur viktigt spetskompetensen inom just jord- och skogsfastigheter är vid val av mäklare. I skalan är 5 av högsta vikt och 1 är av lägst vikt. Vi kan genom att studera tabellen se att det är av yttersta vikt för potentiella säljare att mäklaren har särskilda kunskaper inom området. I denna fråga har medelvärdet **4,4** räknats fram.



Figur 4.7 Vikten av specialkunskaper inom jord- och skogsfastigheter

Kommentarer:

"Ej viktigt att mäklaren har spetskompetens i just jord & skogbruk. Däremot att mäklaren har kompetens om försäljning av denna typ av fastighet"

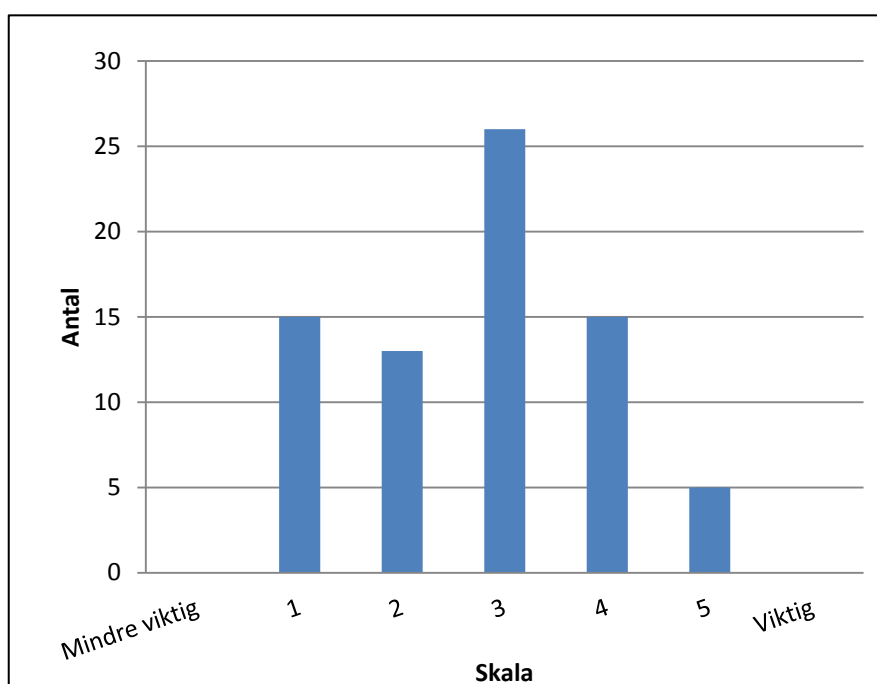
"Det har kanske inte kunder/köpare heller"

4.8 Tjänster utöver förmedlingsuppdraget

Fråga 8

Är det viktigt för er att mäklaren tillhandahåller tjänster som gör din fastighet attraktivare vid en ev. försäljning? Detta kan t.ex. vara att förbättra sjöutsikt, preparera skogsbilvägar kantröja intill skogsbilvägar m.m.

Samtliga markägare i undersökningen har fått ringa in siffran 1-5 beroende på hur viktigt det är att mäklaren även tillhandahåller tjänster som gör fastigheten attraktivare vid en försäljning. Här vittnar resultatet om ett ganska svagt intresse för dessa typer av tjänster. Medelvärdet på denna fråga hamnar slutligen på blygsamma **2,8**.



Figur 4.8 Intresset av tjänster utöver förmedlingsuppdraget

Kommentarer:

"Ev. köpare kanske ser det attraktivare att ex. snygga till vid en sjökant. Styling går nog mer hem inomhus. Jag tror det kan kännas bättre för en ev. köpare att se möjligheten. Gärna kan ju mäklaren peka på möjligheten"

"Sånt klarar vi själva – i samråd med mäklaren"

"Rådgivning om förbättringar inför försäljning"

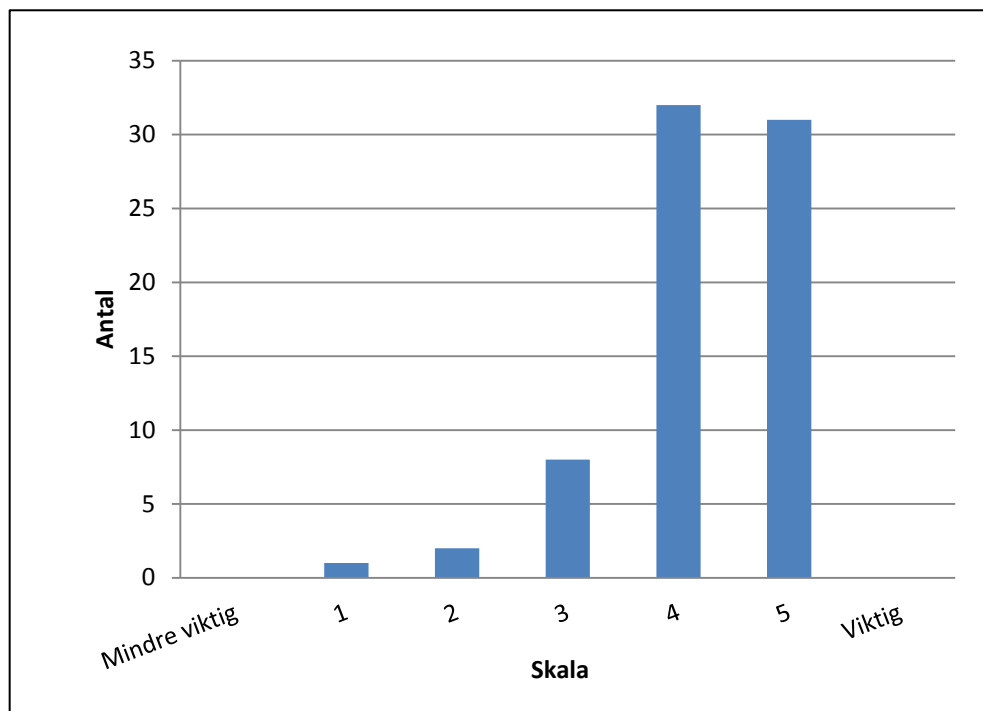
"Tips är bra. Tillhandahålls av den tillfrågade"

4.9 Vikten av vackra hemsidor och prospekt

Fråga 9

Hur viktigt är det att hemsidan, tryckta prospekt samt tidningsannonser utgör ett personligt och gediget intryck?

Samtliga markägare i undersökningen har fått ringa in siffran 1-5 beroende på hur viktigt de anser det är med gedigen och personlig marknadsföring på just deras objekt. Resultatet på denna fråga visar att tänka säljare fäster stor vikt i mäklarens möjligheter till passande marknadsföring. Endast 11 av de 74 markägarna anser det var mindre viktigt än 3 och neråt på denna betygskala. Detta ger ett medelvärde på denna fråga på **4,2**.



Figur 4.9 Vikten av vackra prospekt och hemsidor

Kommentarer:

"Viktigt gentemot köpare- ej så viktigt för säljaren"

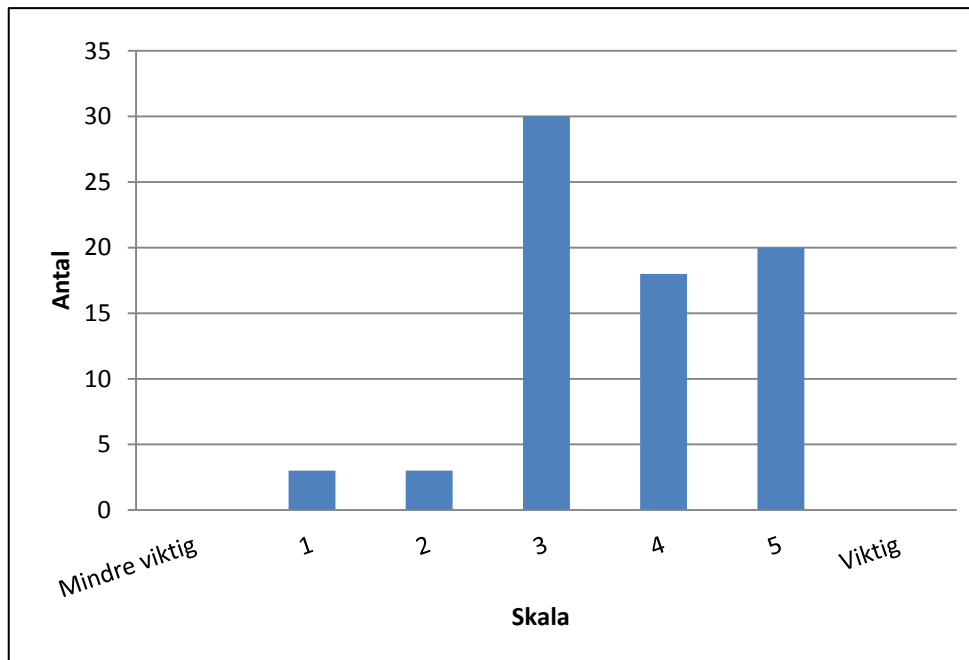
"Säger sig självt"

4.10 Kostnaden för förmedlingsuppdraget

Fråga 10

Hur viktig är kostnaden för förmedlingsuppdraget?

Samtliga markägare i undersökningen har fått ringa in siffran 1-5 beroende på hur viktigt de anser kostnaden för medlingsuppdraget är. Resultat på denna fråga är något lägre än förväntat och har ett medelvärde på **3,7**. Flest markägare ringade in siffran 3 på betygskalen, hela 40 % av deltagarna.



Figur 3.10 Hur viktig är kostnaden för förmedlingsuppdraget.

Kommentarer:

"Det samlade utfallet av försäljningen är viktigast"

"Allt beror på vad man faktiskt får kvar i fickan"

"Man får vad man betalar för"

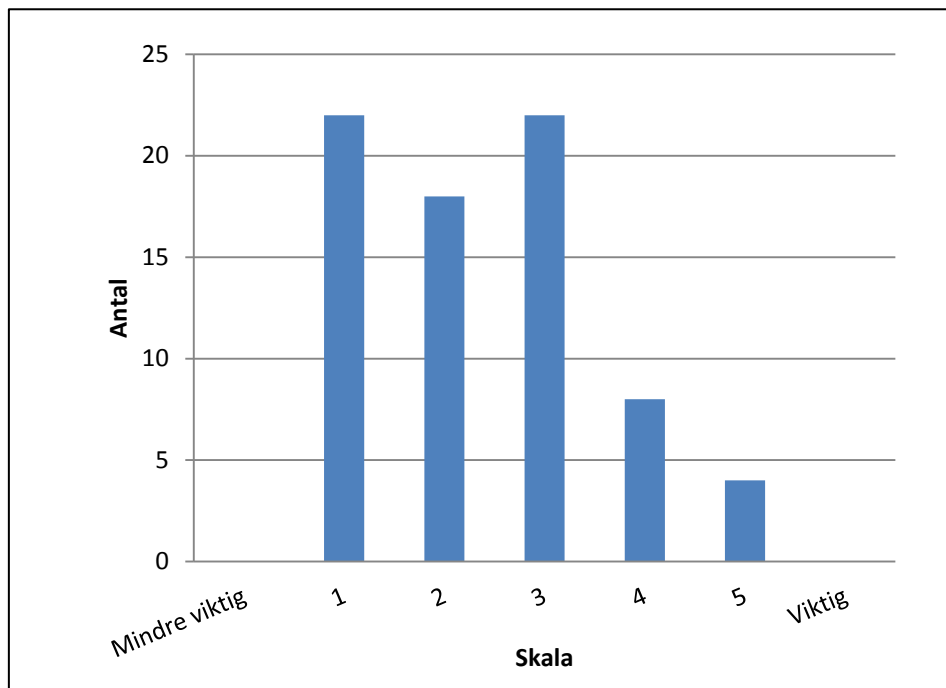
"Nettot viktigare än låg kostnad"

4.11 Bankens påverkan

Fråga 11

Är din banks åsikt viktig vid val av fastighetsmäklare?

Samtliga markägare i undersökningen har fått ringa in siffran 1-5 beroende på hur viktigt de anser bankens åsikt vara vid val av fastighetsmäklare. Här visar studien tydligt att markägaren inte ansåg att bankens åsikt styrde deras val av mäklare. En klar majoritet av de tillfrågade markägarna har satt siffran 3 eller lägre. Endast 19 % av markägarna har valt att sätta betyg 4 och 5. Medelvärdet blir lågt och hamnar på **2,4**.



Figur 3.11 Hur viktig är bankens åsikt

Kommentarer:

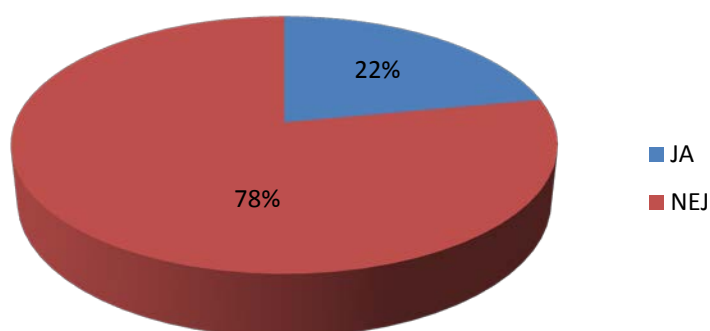
"Banken har inget med en ev. försäljning att göra. I så fall skulle ju banken kunna sköta hela försäljningen"

4.12 Mäklare på orten

Fråga 12

Är det viktigt att den utvalda fastighetsmäklaren finns på orten?

Det är en klar majoritet som inte tycker mäklarens närvaro på orten inte har någon större betydelse. Hela 78 % av de tillfrågade anser just detta. Detta kan delvis bero på mäklarfirmornas möjlighet att exponera sig på nätet. Även möjligheten att kommunicera obehindrat med telefon, sms och e-mail ger möjligheten att förmedla fastigheter på distans.



Figur 4.12 Vikten av att använda lokala mäklare

Kommentarer:

"Här måste ju kompetensen vara viktigare än var mäklaren bor"

"Men sannolikt är det en fördel i de flesta fall" (kryssat i nej)

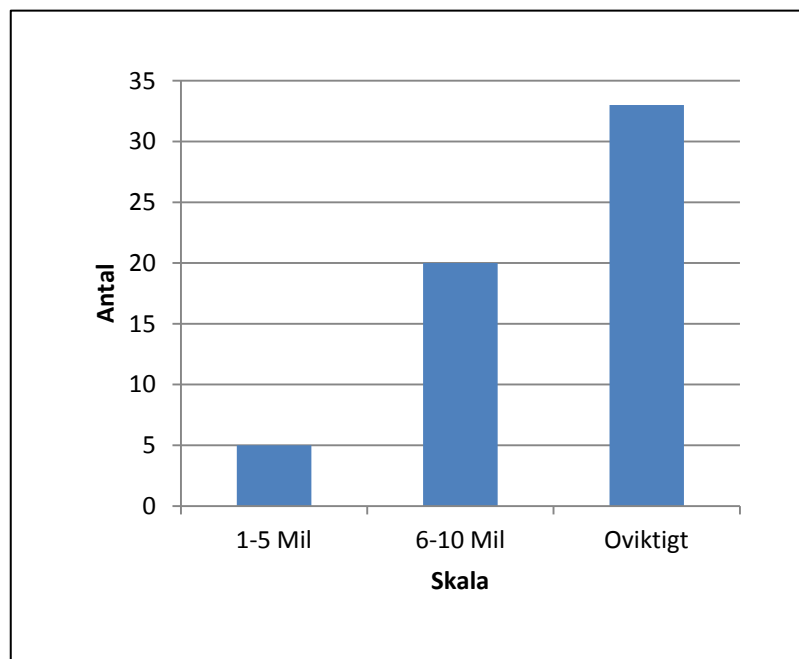
"Kan vara en fördel" (kryssat i nej)

4.13 Avstånd till mäklaren

Fråga 13

Om Nej på förra frågan. Hur långt bort kan fastighetsmäklaren som längst bort vara placerad?

Det var 58 markägare som inte tyckte det var nödvändigt att den utvalde mäklaren skall vara placerad på orten. Dessa markägare har i denna fråga fått redovisa hur långt bort mäklaren som längst kan vara stationerad. 5 markägare ansåg att mäklaren inte skall vara placerad längre bort än fem mil medans 20 ansåg att en tio milsradi bör vara ett lämpligt avstånd. Av de 58 markägare som inte ansåg att mäklaren behöver vara placerad på orten anser 57 % att avståndet till mäklaren inte heller har någon större betydelse.



Figur 4.13 Hur långt bort kan mäklaren vara placerad

Kommentarer:

"En förutsättning är att mäklaren har tid med personliga besök" (kryssat i oviktigt)

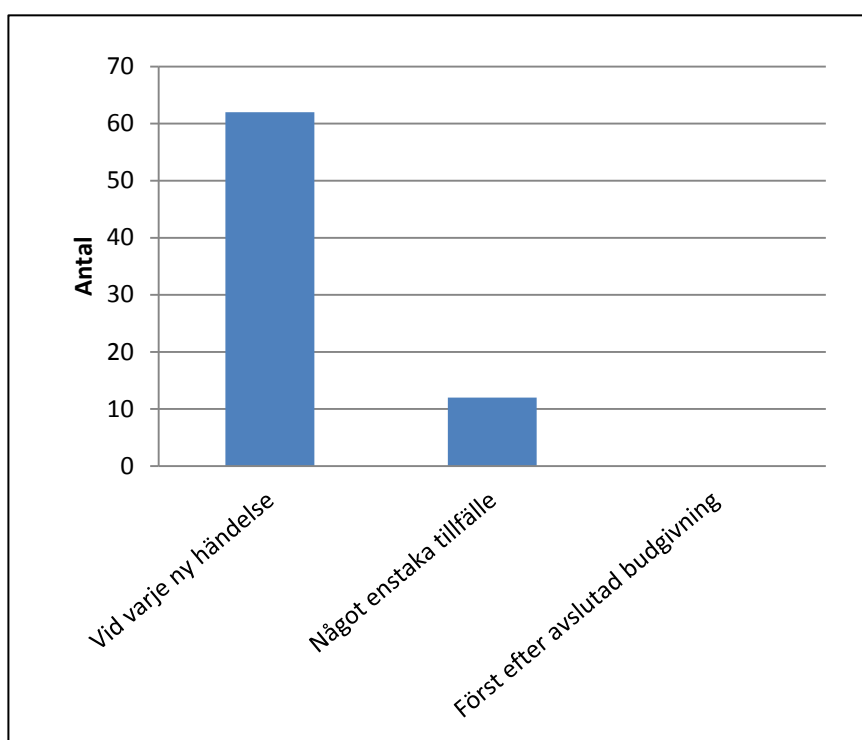
"Inom 1 timmes restid"

4.14 Kontakten mellan säljare och mäklare

Fråga 14

Hur ofta vill ni bli kontaktad av er fastighetsmäklare under förmedlingsprocessen?

Av de tillfrågade markägarna ville samtliga ha kontakt med sin mäklare innan avslutad budgivning. Svaren på denna fråga skiljer sig inte beroende på om markägaren är aktiv eller passiv näringsidkare. Resultatet antyder däremot hur mycket känslor en fastighetsaffär inhyser då 84 % av markägarna vill vara delaktig i varje ny händelse under förmedlingsprocessen. De resterande 16 % vill endast ha kontakt med mäklaren enstaka tillfällen under förmedlingsprocessen.



Figur 4.14 Hur tät bör kontakten vara mellan säljare och mäklare

Kommentarer:

"Ej nödvändigt med personlig kontakt, mail & sms är ett bra alternativ"

"Hålla tät dialog"

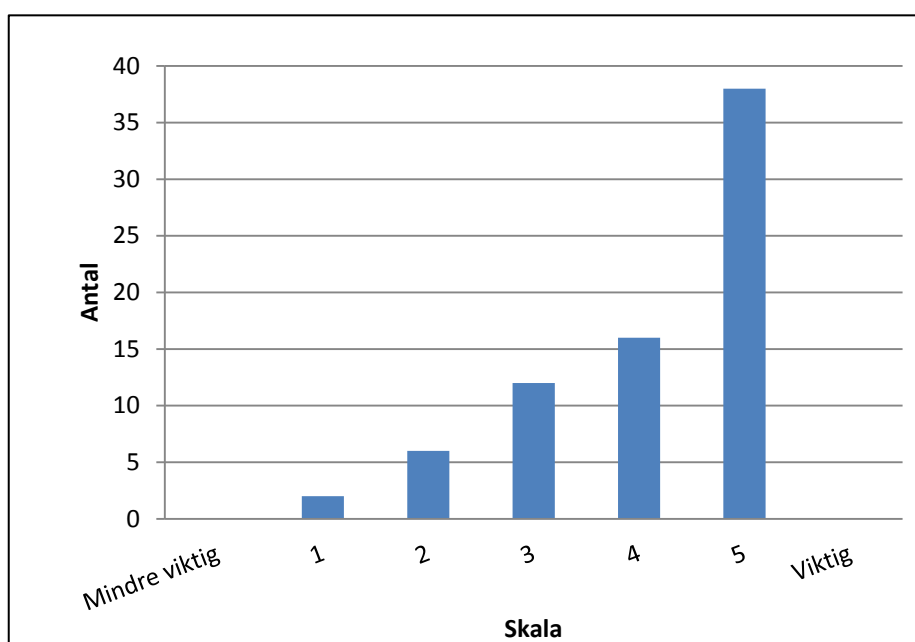
"Kanske jag prioriterar viss köpare"

4.15 Vem tar över fastigheten

Fråga 15

Det kan vara mycket känslor inblandade i en fastighetsförsäljning. Hur viktigt är det för er att godkänna köparen?

Samtliga markägare i undersökningen har fått ringa in siffran 1-5 beroende på hur viktigt det är för dem att vara med och påverka vem den slutgiltiga köparen blir. Resultatet på denna studie visar återigen att känslorna är viktiga vid sådan här typ av fastighetsförsäljning. Återigen var det 74 markägare som svarat på frågan och hela 38 av dessa har valt att ringa in siffran 5 på skalan. Medelvärdet på markägarnas svar blir på denna fråga **4,1**.



Figur 4.15 Hur viktigt är det att godkänna köparen

Kommentarer:

"Om priset skall maximeras får nog Ev. känslor läggas åt sidan. Här får nog pengarna knuffa undan känslorna även om det kan vara tufft"

"Det beror på skälet till försäljningen. Säljer jag en fastighet som jag köpt som placering av kapital under en tid är inte köparen av intresse för mig. Säljer jag däremot min huvudfastighet är godkännande av köparen väldigt viktigt"

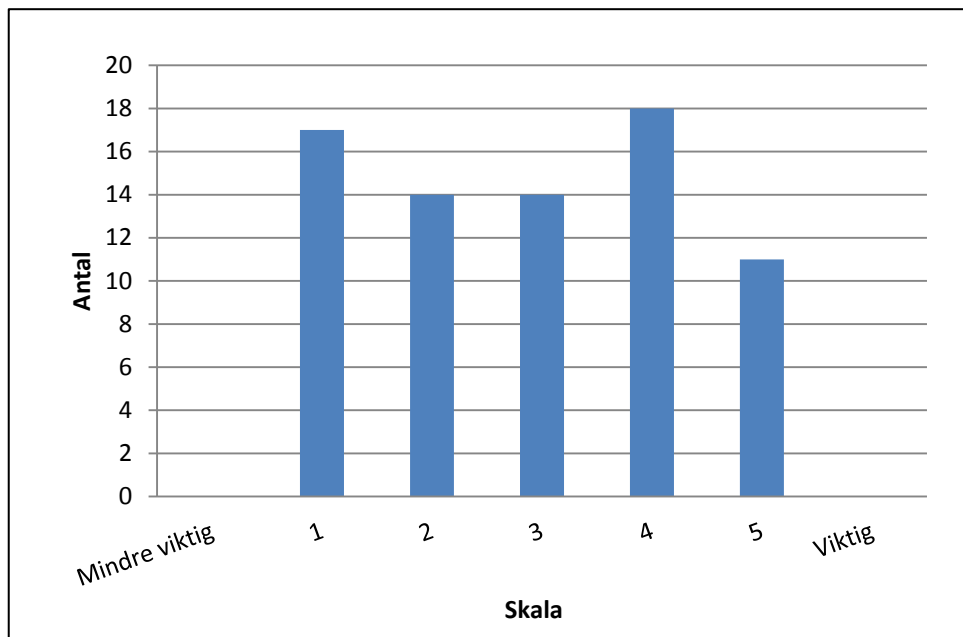
"Skravel och bråkiga personer vill man undvika"

4.16 Tjänster utöver förmedlingsuppdraget

Fråga 16

Är det viktigt för dig att fastighetsmäklaren även tillhandahåller tjänster efter förmedlingsuppdraget t.ex. reavinstutredningar, EU-stöd m.m.

Resultatet på denna fråga är mycket varierande och det är svårt att påvisa några säkerställda åsikter. Medel på **2,9**. Det som går att konstatera är att de övriga tjänsterna inte är något avgörande för de flesta markägarna vid deras val av fastighetsmäklare.



Figur 4.16 Hur viktigt är det att mäklaren tillhandahåller tjänster utöver förmedlingsuppdraget.

Kommentarer:

"Dessa tjänster tillhandahåller jag enklast av min ordinarie rådgivare. Onödigt att blanda in ytterligare alternativ"

5. DISKUSSION

Fastighetsmarknaden för jord- och skogsfastigheter har under en lång tid varit överhettad. Anledningen till detta torde vara viljan att äga en liten bit av Sverige samt gynnsamma räntor och skatteregler för skogsägare. (Lönstedt, L & Rosenqvist, H, 2002; LRF-konsult, 2010, Länk A).

Att befintliga markägare vill utöka sin areal är en bidragande faktor till hitintills ständigt stigande skogspriserna. Än annan viktig faktor är att antalet förstgångsköpare har ökat kraftigt, vilket är oerhört roligt. En följd av detta blir givetvis en ökad efterfrågan på skogliga tjänster. Vad händer då på en fri marknad när efterfrågan ökar, jo självklart möts den ökande efterfrågan med fler aktörer på marknaden. De befintliga aktörerna på marknaden måste därför ytterligare höja sin kompetens och kvalitet i varje enskild affär.

Men vad påverkar vårt val av fastighetsmäklare? Vad är viktigt? Är det fastighetsmäklarens vitsord från andra markägare? Eller är det första intrycket som är viktigast? Vilka förväntningar och krav har markägaren egentligen på sin fastighetsmäklare?

5.1 Före förmedlingsuppdraget

Inte helt oväntat har mycket starka känslor påträffats under datainsamlingen. I studien kan man tydligt se att de tillfrågade markägarna anser att det viktigaste vid val av mäklare är att den har goda vitsord. Efter de goda vitsorden är det personligheten som också har ett stort betydelse. Att personligheten spelar en stor roll är ingen spektakulär uppgift. Materialet vad gäller de viktiga faktorerna (fråga 3) är något svårtolkat. För att en mäklare skall ha en chans att uppvisa en tilltalande personlighet bör han ha så pass goda vitsord att en säljare tar någon form av kontakt. Att det aktuella objektet blir exponerat på den utländska marknaden verkar inte öka en mäklares attraktivitet något nämnvärt, vilket förvånar mig något. Urvalsgruppen anser heller inte att mäklarens layout vad gäller annonser och hemsida har någon större påverkan. Jag ställer mig något kritiskt även till dessa svarsresultat, då jag tror att påverkan är större än vad markägarna törs erkänna eller är medvetna om. Jag tror ändå att man som både säljare och köpare blir påverkade om firmans olika objekt och mäklare marknadsförs på ett proffsigt och exklusivt sätt.

Mäklarens arvode hamnar relativt högt i mätningarna. Mina tolkningar av detta blir ändå inte att man systematiskt bör sänka sina arvoden för att få dessa förmedlingsuppdrag. Studien visar istället att om mäklaren har väldigt goda vitsord och en tilltalande personlighet kan han till och med ha högre arvoden än sina konkurrenter och ändå erhålla det aktuella förmedlingsuppdraget. Jag tror samtidigt att de tillfrågade inte riktigt har möjlighet att avgöra denna fråga förrän de står i begrepp att sälja sin fastighet. När mäklaren har gjort en värdering av fastigheten ges också möjligheten för säljaren att börja räkna på den totala försäljningskostnaden. Jag tror det är i dessa lägen som mäklaren måste vara mycket skicklig för att erhålla många och lyckade

förmedlingsuppdrag. En del markägare anser det vara viktigast vad nettoresultatet efter försäljning blir. Som mäklare bör man alltså kunna ha något högre provision än konkurrenterna och ändå få förtroendet att förmedla fastigheten. Men då måste mäklaren kunna påvisa att just han/hon marknadsför objektet bättre, och på så vis kan genomföra förmedlingsuppdrag proffsigt samt ordna ett bra slutpris.

Undertiden jag har bearbetat det insamlade materialet har vissa brister i förberedelserna påträffats. Det är en specifik fråga som jag borde haft besvarat i enkäten. I efterhand kan frågan tyckas självklar och skall påvisa om den första mäklarkontakten styrs av en viss mäklare eller om det är en mäklarfirma man väljer. Detta är en viktig faktor då marknadsföringsmetod skall bestämmas. Skall hela företaget framställas som experter på dessa fastigheter eller skall företaget exponera vissa utvalda mäklare med just denna expertis. Personligen anser jag det sistnämnda alternativet bättre då man inte riskerar att tappa den befintliga kundgruppen.

Mäklarens personlighet har följt oss genom hela diskussionen så här långt. Vad markägarna anser om mäklarens personliga egenskaper utreds i fråga 4 & 6 i enkäten. I fråga 6 har markägarna haft möjlighet att sätta en siffra på hur viktig mäklarens personlighet egentligen är. Givetvis var ett högt medelvärde väntat på denna fråga. Medelvärdet hamnade på 4,2 och placerar sig därmed i topp. Personligen tror jag att det är för att markägarna vill känna någon form av likhet med mäklaren. Många anser nog att som mäklare ska man ju vara säljande men inte för säljande. Svaren på fråga 4 påvisar just detta. Att mäklaren i fråga är en säljartyp och åker Mercedes på sina intag verkar inte vara till någon fördel. Studien påvisar den raka motsatsen. Tabellen talar sitt tydliga språk, detta gör även de kommentarer som inkommit. Två ex är: *"Personligen har jag svårt för säljare/mäklare som försöker vara lyxiga i kläder & bilar"* & *"Här är ju alla alternativ viktiga bortsett från den sista (personlig stil)"*. Detta är inga nyheter och heller inte helt oväntat. Men trots det är det intressant att tydliga svar. Hur ska då mäklaren vara för att tillfredställa säljaren? Sammanfattningsvis skall mäklaren vara ärlig, förtroendeingivande och en bra personkemi skall uppstå. Tillgängligheten är även viktig. Det är mycket sällan man hör att en mäklare varit otrevlig eller en elak människa. Det tveklöst vanligaste irritationsmomentet är när säljaren har haft dåliga eller för glesa samtal med mäklaren. Den mäklaren som är duktig på att återkomma vid missade samtal och hålla tät kontakt har vunnit halva slaget.

Sjuttionio procent av de tillfrågade presumtiva säljarna har för avsikt att kontakta mer än 1 mäklare. Den största andelen tänker ta kontakt med hela 3 mäklare. Inger mäklaren då inget förtroende eller att personkemi uteblir är nog ett förmedlingsuppdrag inte närliggande.

Som nämns i inledningen är det lämpligt att mäklare som inte har särskilda kunskaper inom jord- och skogsfastigheter inte heller förmedlar denna typ av fastigheter (Lantmäteriverket, 2006).

Svaren på fråga 7 (medel 4,4) visar att detta är mycket viktigt för markägarna. Förtroendet för mäklaren är som bekant mycket viktigt. Har mäklaren inte kunskapen om jord- och skogsfastigheter får mäklaren inget förtroende, vilket troligtvis inte resulterar i något förmedlingsuppdrag. *"Det har kanske inte kunder/köpare heller"* är en av de kommentarerna som stod angivet på en av enkäterna. I mina ögon tycks den spetskompetensen var ännu viktigare till en sådan köpare.

En annan fråga var mäklarens möjligheter till att utföra övriga tjänster. De exempel som togs upp var tjänster för att göra fastigheten attraktivare vid en eventuell försäljning. Markägarna har givit övriga tjänster ett medel på 2,8. Frågan har också bidragit med flest kommentarer. Några ex är: *"Sånt klarar vi själva –i samråd med mäklaren"& "Tips är bra. Tillhandahålls av den tillfrågade"*. Genom Regerings proposition 2010/11:15 (Nya fastighetsmäklarlagen) ges det en utökad möjlighet att utföra dessa tjänster mot betalning. Svaren på studien visar att det inte föreligger något stort behov av dessa tjänster så denna lagförändring borde inte påverka förmedlingen av jord- och skogsfastigheter något nämnvärt.

Är det viktigt att den utvalda mäklaren finns på orten? Endast 22 % håller med om detta, vilket jag blev något förvånad över. Det som har framkommit i enkäterna är att kompetens är viktigare. Att sälja en stor fastighet kan kräva många och täta besök. En potentiell köpare vill troligtvis studera fastigheten fler än 1 gång. Det säger sig självt, bor mäklaren 25 mil bort ges inte samma möjligheter för en köpare att besöka fastigheten.

Av de markägarna som ansåg placeringen på orten inte vara nödvändig ansåg 57 % att avståndet inte heller påverkar deras val av mäklare. Några av de markägarna som inte tyckte placeringen spelar någon roll har även valt att kommentera deras svar. Ett exempel på detta är: *"En förutsättning är att mäklaren har tid med personliga besök"*. Det är nog så majoriteten av markägarna har resonerat. Är mäklaren aktiv på plats bör inte hemadressen påverka. Det som glöms bort är mäklarens kunskaper om gamla intressenter, lämpliga grannar m.m. En mäklare som kan den lokala marknaden vet vilka som tänker utöka sitt markinnehav eller vilka som kan tänkas bli förstagångsköpare.

5.2 Under & efter förmedlingsuppdraget

Under denna rubrik analyseras frågor som kan tänkas uppstå efter att förmedlingsuppdraget är tecknat. Enligt svaren på fråga 14 vill 84 % av markägarna vara delaktiga vid varje enskild händelse. Som vi tidigare har bevitnat är mäklarens vitsord viktigt för att bli eftertraktad i branschen. Det är alltså de pågående uppdragen som avgör mäklarens fortsatta tid som fastighetsmäklare.

Det framgår av studien att tät kontakt är oerhört viktigt för många säljare. Som tidigare nämnts är för många en försäljning av deras fastighet deras största affär i livet. Att en fastighetsöverlåtelse är viktig styrks av resultatet ifråga 14. Åttiofyra procent av de tillfrågade markägarna vill ha kontakt med fastighetsmäklaren vid varje ny händelse. 16 % vill enbart ha kontakt vid enstaka tillfällen under förmedlingsprocessen. När säljaren ger mäklaren ett sådant stort förtroende är det alltså av yttersta vikt med en frekvent dialog. Här kan mäklaren med fördel fråga sin uppdragsgivare hur tät kontakt som är önskvärd och på vilket sätt som fungerar bäst för just dem. Med dagens teknik kan dialogen även hållas på e-mail eller sms. Kommentar från enkäten: *"Ej nödvändigt med personlig kontakt, mail & sms är ett bra alternativ"*.

Det står säljaren fritt enligt lag att själv avgöra vem som får köpa fastigheten, oavsett vem som har lagt det högsta budet under en budgivning. Vikten av att få godkänna köparen styrks i fråga 16. Där hela 38 av de 74 tillfrågade valde att kryssa för högsta betyget och fick ett medelvärde på 4,1.

Det finns ofta ett behov för säljaren en jord- och skogsfastighet att få hjälp med andra tjänster i samband med försäljning. En utredning av kapitalvinsten är det vanligast och uppstår vid varje fastighetsöverlåtelse. Vid jordbruksfastigheter kan även andra frågor dyka upp som t.ex. Stödrätter, beräkning av spridningsarealer m.m. Dessa tjänster kan med fördel tillhandahållas av mäklaren. Intresset på av dessa tjänster har varit svalt i undersökning. Frågan har erhållit ett medelvärde på 2,9. Tillskillnad från mindre fastigheter har denna kategori av markägarna ofta en rådgivare som tar hand om dessa frågor, vilket kan ha påverkat resultatet på studien.

5.3 Slutsats/åtgärd

Jag kommer under denna rubrik kortfattat redovisa mina slutsatser samt förslag till åtgärder för att stärka LRF Konsults varumärke vid förmedling av stora jord- och skogsfastigheter.

Studien har övergripande fungerat mycket väl och inga större problem har uppstått under resan. Några frågor som i efterhand bör ha varit med men som inte togs upp har jag kommit på under hand. Det var synd att svarsfrågorna inte kunna grupperas som det var tänkt ifrån början. Antalet passiva markägare var för få och en statistiskt säkerställt material kunde således inte räknas fram. En misstanke fanns att svaren på enkäten skulle skilja sig lite beroende på om man var enbart skogsägare eller om man var ägare till en jord- och skogsfastighet. Några skillnader beroende på fastighetstyp har inte kunnat påvisas i studien.

Tabell 4.1 Vad är viktigast vid val av mäklare

<i>Kompetens inom jord- och skogfastigheter</i>	4,4
<i>Fastighetsmäklarens personlighet</i>	4,2
<i>Vackra hemsidor & prospekt</i>	4,2
<i>Kostnaden för förmedlingsuppdraget</i>	3,7
<i>Mäklaren tillhandahåller skatteutredningar, eu-stöd m.m.</i>	2,9
<i>Tjänster för att göra fastigheten attraktivare</i>	2,8
<i>Bankens påverkan vid val av mäklare</i>	2,4

En slutsats av studien är att tilläggstjänster inte är avgörande vid markägarens val av mäklare. Det är istället mäklarens personlighet och kompetens som avgör vem som skall erhålla uppdraget. Det går alltså inte locka till sig denna kundgrupp genom att erbjuda andra tjänster. Istället måste LRF Konsult marknadsföra sina mäklare som kunniga inom dessa typer av fastighetsöverlåtelser. Detta måste göras på ett sätt som inte påverkar den nu redan befintliga kundgruppen.

Efter att ha genomfört denna studie har jag kommit fram till följande. Det finns ingen anledning för LRF Konsult att utöka sin nuvarande marknadsföring av den befintliga förmedlingstjänsten för att stimulera denna typ av fastighetsägare. Däremot anser jag att marknadsföringen bör utökas till stora markägare, men utan att stöta sig med den befintliga kundgruppen. Detta kan lösas genom att en några utvalda mäklare marknadsförs som experter inom området. Dessa mäklare skall då arbeta regionalt och samarbeta med den lokala mäklaren.

6. SAMMANFATTNING

Examensarbetet är genomfört i samarbete med LRF Konsult och omfattar 15 högskolepoäng på C-nivå. Datainsamlandet har skett med hjälp ett omfattande enkätutskick till 145 markägare i Östergötlands län. Studien vänder sig till markägare med en totalareal bestående av minst 400 ha alt 100 ha åkermark. Syftet med detta examensarbete är att utreda "större markägares" behov/val av fastighetsmäklare vid en ev. försäljning av deras fastighet. Enkäten som skickades ut innehöll 16 frågor och framarbetades för att försöka fånga in de olika incitament som finns när en fastighetsägare väljer fastighetsmäklare. Frågorna som ställdes berörde mäklarens personlighet, tillgängligheten för utländska köpare, kostnaden för förmedlingsuppdraget och mäklarens klädstil m.m. Vidare ställdes frågor angående bankens påverkan vid val av mäklare samt vad markägaren tycker om mäklarens övriga tjänster som t.ex. hjälp med skattefrågor och eu-stöd. Fastighetsägarna delades upp i grupper beroende på om de var passiva eller aktiv näringsidkare samt beroende på om de var ägare av en skogsfastighet eller en jord- och skogsfastighet. Det insamlade materialet av studien vad dock något för litet/snedrepresenterat för att kunna dra några slutsatser resultatet.

Slutsatsen av denna studie är att markägarna vill ha en kompetent fastighetsmäklare som är ärlig och håller en tät kontakt med både säljare och köpare. Mindre viktigt är att mäklaren har andra tjänster att erbjuda. Viktigt är också att mäklaren tillhandahåller ett personligt och gediget material vid tryckta prospekt, annonser i dagspress samt på hemsidan. Kostnaden för att anlita en mäklare trodde jag skulle vara ett av de större incitamenten. Men studie visar att så inte är fallet. Nästan 80 % av fastighetsägarna säger också att fastighetsmäklaren inte behöver vara stationerad särskilt närbelägen fastigheten. I examensarbetets inledande rubriker nämndes i korthet studiens mål. Målet var att för LRF Konsults räkning ta fram verktyg för att stärka/utveckla deras mäklartjänster gentemot kundgruppen "stora markägare". Något konkret verktyg har varit svårt att sammanfatta, men sammanställning som presenteras i slutsatsen tycker jag ger starka indikationer på vad som bör prioriteras i utvecklingen. Kompetensen inom jord- och skogsfastigheter anser jag vara god och bör därför ej prioriteras. På 2:a och 3:e plats i sammanställning är "mäklarens personlighet" samt "vackra hemsidor och prospekt". Krutet bör alltså läggas på estetiska frågor kring visningsmaterial samt att hitta duktiga mäklare som har den typ av personlighet som passar denna typ av fastigheter.

7. KÄLLFÖRTECKNING

7.1 Publikationer

Christensen, Lars (2001): *Marknadsundersökning –en handbok*,
Lund : Studentlitteratur, ISBN 91-44-01799-5

Mäklarsamfundet (2005): *Lärobok i fastighetsförmedling*,
Solna: ISBN 91-88084-30-2

Lantmäteriverket (2006): *Fastighetsvärdering – grundläggande teori och praktisk värdering*, Gävle: ISBN 91-7774-074-2

Seth, Staffan & Tjäder Clas (2003): *Skog – köp, förvaltning, försäljning, samägande, generationsväxling*. Lund: Raster förlag, ISBN 91–87215–39-X

Trost, Jan (2007): *Enkäthandboken*,
Lund: Studentlitteratur, ISBN 9789144040462

Grauers, Per Henning (2010): *Fastighetsmäklaren – en vägledning*
Stockholm : Norstedts juridik, ISBN 978-91-39-11141-2

Grauers, Folke (2010): *Fastighetsköp*
Lund : Juristförlaget, ISBN 978-91-544-0054-6

Melin, Magnus (2007): *Fastighetsmäklarlagen – en kommentar*,
Stockholm Norstedts juridik, ISBN 978-91-39-10862-7

Skogsdata (2009): *Aktuella uppgifter om de svenska skogarna från Riksskogstaxeringen*, Umeå ISSN 0280-0543

Lönnstedt, L & Rosenqvist, H (2002): *Skatternas inverkan på skogsfastigheternas prisutveckling*. Sveriges Lantbruksuniversitet

Lusth, Tomas (2002): *Skogs som investeringsalternativ*
Umeå: Svensk lantbruksuniversitet

Jansson, Magnus (2007): *Säljarnas val av mäklare – vid en försäljning av lantbruksfastigheter i Skåne län*. Uppsala: Sverige lantbruksuniversitet

Regeringspropositionen 2010/11:15 (Nya fastighetsmäklarlagen)

7.2 Internetdokument

Länk A:

Lrf konsult (2010): Fastighetsmarknaden –skog och lantbruk
<http://viewer.zmags.com/publication/dce599fd#/dce599fd/1>
Informationen inhämtades januari 2011

Länk B:

Skogsbarometern (2010): God lönsamhet i skogen ger rekordnöjda skogsägare
<http://www.konsult.lrf.se/press/Nyheter/Skogsbarometern/>
Informationen inhämtades januari 2011

Länk C:

Södras gröna skogsbruksplaner
<http://www.sodra.com/Documents/PDF/Miljo/Gron-skogsbruksplan2007-web.pdf>
Informationen inhämtades februari 2011

Länk D:

Fastighetsmäklarnämnden - en statlig tillsynsmyndighet
<http://www.fastighetsmaklarnamnden.se/default.aspx?id=1906>
Informationen inhämtades februari 2011

8. BILAGOR

Bilaga 1



Skogsmästarskolan

Eric Mathson

Hej Markägare!

Jag heter Eric Mathson och studerar min sista termin på Skogsmästarskolan i Skinnskatteberg. Jag har under det senaste året kompletterat min utbildning med en mäklarexamen i Uppsala. Under hösten har jag planerat mitt examensarbete vilket har resulterat i ett samarbete med LRF Konsult.

Att sälja sin fastighet är för många deras livs största affär och är ofta mycket känsloladdad och svår process. Med anledning av detta vill vi utreda vad som skulle vara viktigt för just er vid en eventuell försäljning av er fastighet.

Denna enkät har skickats till 100 slumpmässigt utvalda markägare och kommer sedermera att resultera i en rapport. Jag ber er därför att försöka sätta er in i tanken om en försäljning även om detta inte är aktuellt för just dig. Observera att denna enkät är helt anonym och väldigt viktig för mig och mitt examensarbete, den är enkelt utformad och tar endast några minuter att fylla i.

Enkäten består av kryssfrågor eller en betygsskala, möjlighet finns även för en kortare kommentar vid varje fråga. Jag ser helst att enkäten skickas till mig i det frankerade kuvertet **senast fredagen den 18 februari**.

Tack för din medverkan.

Vid frågor eller synpunkter är det bara att kontakta mig.

Eric Mathson

erma0001@stud.slu.se

070-88 50 962

Bilaga 2

1) Vilken typ av fastighet är ni ägare till? Innefattar åkermarksarealen mer än 30 % av totalarealen kryssa för jord- och skogsfastighet. Annars kryssa skogsfastighet.

- Jord- och skogsfastighet Skogsfastighet

2) Hur aktiv är ni på den egna fastigheten? Har ni mer än 600 arbetstimmar/år anses ni som aktiv näringsidkare.

- Aktiv näringsidkare Passiv näringsidkare

3) Vilka av följande påståenden är viktigast vid ditt val av fastighetsmäklare? Kryssa i max 3 olika alternativ.

- Mäklarens personlighet
 Tillgänglighet för utländska köpare
 Kostnaden för förmedlingsuppdraget
 Använda den lokala mäklaren
 Mäklaren har goda vitsord
 Någon bekant har tidigare använt samma mäklare
 Hemsida & tryckta prospekt ger ett vackert och gediget intryck

Kommentar:

.....
.....
.....

- 4) Om ni på föregående fråga kryssade i alternativet Mäklarens personlighet kryssa då även i denna fråga. Om inte gå direkt till fråga 5.

Vilka personliga egenskaper/faktorer är viktigast hos den utvalde fastighetsmäklaren? Kryssa i max 3 olika alternativ.

- Tillgänglig
- Personkemi
- Förtroendeingivande
- Ärlig
- Effektiv säljare
- Bra kontaktnät
- Personlig stil (Kläder, fordon m.m.)

Kommentar:

.....
.....
.....
.....

- 5) Hur många olika mäklare kommer ni troligtvis att ta kontakt med vid en ev. försäljning?

- 1 st.
- 2 st.
- 3 st.
- Fler än 3 st.

Kommentar:

.....
.....
.....
.....

8) Är det viktigt för er att mäklaren tillhandahåller tjänster som gör din fastighet attraktivare vid en ev. försäljning? Detta kan t.ex. vara att förbättra sjöutsikt, preparera skogsbilvägar kantröja intill skogsbilvägar m.m.

Viktigt 5 4 3 2 1 Mindre viktigt

Kommentar:

.....
.....
.....
.....

9) Hur viktigt är det att hemsidan, tryckta prospekt samt tidningsannonser utgör ett personligt och gediget intryck?

Viktigt 5 4 3 2 1 Mindre viktigt

Kommentar:

.....
.....
.....
.....

10) Hur viktig är kostnaden för förmedlingsuppdraget?

Viktig 5 4 3 2 1 Mindre viktig

Kommentar:

.....
.....
.....
.....

14) Hur ofta vill ni bli kontaktad av er fastighetsmäklare under förmedlingsprocessen?

- Vid varje ny händelse Något enstaka tillfälle Först efter avslutad budgivning

Kommentar:

.....
.....
.....

15) Det kan vara mycket känslor inblandade i en fastighetsförsäljning. Hur viktigt är det för er att godkänna köparen?

Viktigt 5 4 3 2 1 **Mindre viktigt**

Kommentar:

.....
.....
.....
.....

16) Är det viktigt för dig att fastighetsmäklaren även tillhandahåller tjänster efter förmedlingsuppdraget t.ex. reavinstutredningar, EU-stöd m.m.

Viktigt 5 4 3 2 1 **Mindre viktigt**

Kommentar:

.....
.....
.....
.....

Fråga 3

"Förtroende är viktigt"

"Ingen vill väl anlita en otrevlig mäklare"

"Vi har haft med oärliga mäklare som inte har sagt som det är med anbudsförfarandet. Gick inte att få tag i dem till skillnad för andra mäklare som är ärliga."

"Har en god vän på den ända mäklarfirman jag skulle kunna tänka mig att använda. I Sverige finns bara en firma som kan förmedla jord & skog"

"Personlighet= kompetens"

"Mäklarens TRACK-REKORD. Har densamme lyckats i tidigare förmedlingar och erhållit högt pris"

"Professionalism"

Fråga 4

"Bra rykte"

"Här är ju alla alternativ viktiga bortsett från den sista (personlig stil)"

"Personligen har jag svårt för säljare/mäklare som försöker vara lyxiga i kläder & bilar"

"Svara på telefonen"

"Jag vill gärna knyta personkemi också"

"Kunskap"

Fråga 5

"Hoppas att det skulle räcka med 1st. Fast här är det nog viktigt att jämföra. Det är inte säkert det räcker med 3 st"

"Om jag inte redan vet vem som passar" (kryssat i 3 st)

"Sondera prisbilden"

Fråga 6

"Ärlighet är A och O"

"En mäklare med dålig personlighet säljer inte så bra"

"Sedan är det en definitionsfråga vad en bra dylik är"

"Mäklaren blir ju mitt ansikte utåt"

Fråga 7

"Det måste ju kännas tryggt för både köpare och säljare"

"Det har kanske inte kunder/köpare heller"

"Ej viktigt att mäklaren har spetskompetens i just jord & skogbruk. Däremot att mäklaren har kompetens om försäljning av denna typ av fastighet"

Fråga 8

"Ev. köpare kanske ser det attraktivare att ex. snygga till vid en sjökant. Styling går nog mer hem inomhus. Jag tror det kan kännas bättre för en ev. köpare att se möjligheten. Gärna kan ju mäklaren peka på möjligheten"

"Mäklaren bör ha ett väl täckande kontaktnät för sådana saker"

"Sånt klarar vi själva –i samråd med mäklaren"

"Inte aktuellt på en så liten fastighet"

"Det fixar vi själva"

"Det gör vi själva och har kompetens"

"Mäklaren kan påpeka att detta är lämpligt att göra för att öka intresset"

"Rådgivning om förbättringar inför försäljning"

"Tips är bra. Tillhandahålls av den tillfrågade"

Fråga 9

"Säger sig självt"

"Viktigt gentemot köpare- ej så viktigt för säljaren"

"Persolighet + goda vitsord samt personkemi= förtroende"

Fråga 10

"Att hålla nere den kostnaden är ju viktigt för båda parter"

"Det samlade utfallet av försäljningen är viktigast"

"Rimlig ersättning! Dvs. kopplad till arbetsinsats"

"Allt beror på vad man faktiskt får kvar i fickan"

"Man får vad man betalar för"

"Nettot viktigare än låg kostnad"

Fråga 11

"Banken har inget med en Ev. försäljning att göra. I så fall skulle ju banken kunna sköta hela försäljningen"

"Är obelånad"

"Mängden och storlek på inteckningarna"

Fråga 12

"Här måste ju kompetensen vara viktigare än var mäklaren bor"

"Men sannolikt är det en fördel i de flesta fall" (kryssat i nej)

"Har ingen större skillnad"

"Kan vara en fördel" (kryssat i nej)

Fråga 13

"Inom 1 timmes restid"

"En förutsättning är att mäklaren har tid med personliga besök" (kryssat i oviktigt)

"Viktigast är kontaktnätet" (kryssat i oviktigt)

Fråga 14

"Hålla tät dialog"

"Här är det viktigt att personkemin stämmer"

"Ej nödvändigt med personlig kontakt, mail & sms är ett bra alternativ"

"Löpande kontakt under processen"

"Kanske jag prioriterar viss köpare"

"Skall hållas fortlöpande"

Fråga 15

"En känd baggbölare skulle inte vara önskvärt"

"Om priset skall maximeras får nog Ev. känslor läggas åt sidan. Här får nog pengarna knuffa undan känslorna även om det kan vara tufft"

"Skravel och bråkiga personer vill man undvika"

"Det beror på skälet till försäljningen. Säljer jag en fastighet som jag köpt som placering av kapital under en tid är inte köparen av intresse för mig. Säljer jag däremot min huvudfastighet är godkännande av köparen väldigt viktigt"

Fråga 16

"Dessa tjänster tillhandahåller jag enklast av min ordinarie rådgivare. Onödigt att blanda in ytterligare alternativ"

"Måste vara klart innan försäljning"

"Vi får hålla isär grejorna här"