



FINN.no AS  
Adm.dir. Bjørn Eddie Sjølie  
E-post: eddie.sjolie@finn.no  
Grensen 5-7  
0159 Norge

Oslo, 19. januar 2022

## **Ny prismodell for boligannonser på FINN.no**

Norges Eiendomsmeglerforbund, Forbrukerrådet og Huseierne reagerer sterkt på prismodellen FINN.no har introdusert i 2022.

Våre organisasjoner har sammen vurdert konsekvensene for forbrukerne. Vi er svært negative til at FINN bruker sin monopolsituasjon til å gjøre endringer i prismodellen som gjør boligsalget vesentlig dyrere. Vi utdyper våre standpunkter i dette brevet, men varsler allerede innledningsvis vår sterke forventning til at FINN umiddelbart endrer prismodellen.

Vår oppgave er å sikre at forbrukerne er godt ivaretatt i boligomsetningen. Dette gjør det særlig viktig for oss å passe på at dominerende markedsaktører ikke utnytter sin posisjon til skade for forbrukerne. Vi legger til grunn at FINN av hensyn til sitt omdømme i markedet er opptatt av å lytte til argumenter og oppfordringer fra forbruker og kundesiden.

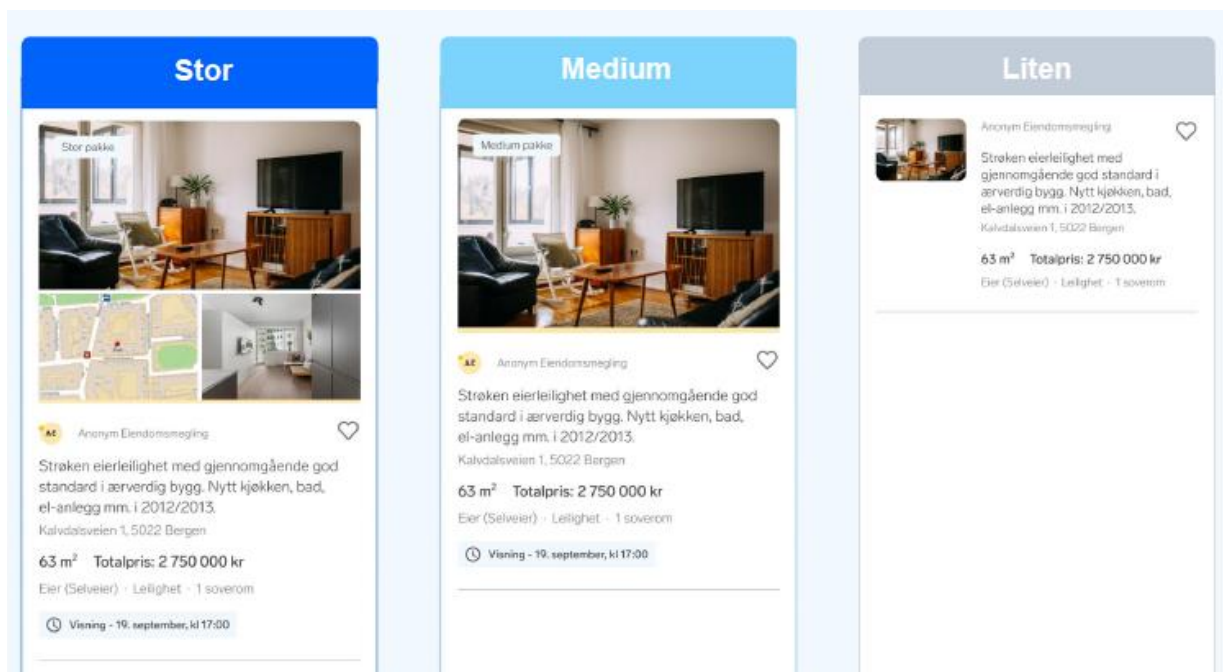
I januar 2022 har FINN.no gjort endringer i sin produktstruktur for Bolig til salgs. Annonser på FINN Eiendom er nå inndelt i 3 forskjellige pakker, henholdsvis liten, medium og stor pakke. Dette er markedsført slik at den store pakken skal føre til at boligen får best mulig synlighet på FINN og samtidig gi megler flere nye oppdrag. Medium pakke fremstilles som mest

sammenlignbar med den tidligere løsningen og liten pakke fremstilles som en standard annonse.

Stor og medium pakke er priset etter boligens adresse, liten pakke har fast pris. Landet er inndelt i fire geografiske områder, hvor samme digitale annonse koster vesentlig mer i byer som f.eks. Oslo, Bergen og Trondheim enn i byer som Bodø, Stavanger og Kristiansand. Prisene på medium pakke og stor pakke er mange ganger høyere enn tidligere priser.

FINN Eiendom distribuerer sine produkter til forbrukerne gjennom eiendomsmeglingsforetakene som bedriftskunde. Annonseprisene fastsettes i avtaler mellom FINN og foretakene, og varierer mellom ulike eiendomsmeglingskjeder. FINN krever at meglerkjede eller meglerkontor velger en pakke som vil gjelde alle deres annonserte boliger.

Det nye pakkeformatet er illustrert slik:



Problemet med den nye prismodellen er at den i realiteten tvinger eiendomsmeglingsforetaket til å velge medium eller stor pakke, fordi liten pakke gir lav synlighet ved markedsføringen. De fleste forbrukere ønsker ikke et annonseformat som forsvinner i mengden, og ansvarlige eiendomsmeglere kan vanskelig anbefale et format som gir lav synlighet i konkurranse med andre boliger i samme marked. I skrivende stund ser det ut til at de fleste foretakene har sett seg nødt til å akseptere FINNs prisvilkår for stor pakke, eventuelt medium pakke, til tross for at det innebærer en mangedobling av prisen.

Resultatet er at forbrukerne påføres en vesentlig merkostnad som følge av at prismodellen verken gir eiendomsmeglere eller forbrukere et reelt valg. I tidligere prismodell har

annonsene framstått i likt format til lik pris. Løsningen har vært tilfredsstillende for forbrukerne og prisen har vært akseptabel. Prisen for en rubrikkannonse har tidligere ligget rundt 500 kroner inkl. mva. I den nye prismodellen koster stor pakke opp mot drøyt 6000 kroner inkl. mva., avhengig av geografisk område og vilkårene de enkelte meglerkjeder og meglerkontorer får av FINN. Medium pakke koster opp mot 4000 kroner inkl. mva.

Etter vårt skjønn tilføres forbrukerne liten eller ingen merverdi av den nye prismodellen. Forbrukerne kan vanskelig komme utenom FINN som er den fullstendig dominerende aktøren i det digitale rubrikkmarkedet for kjøp og salg av boliger. Overfor bedriftskundene er den nye prismodellen markedsført med at den vil gi foretaket flere leads til potensielle kunder og flere nye oppdrag. Mange eiendomsmeglingsforetak har imidlertid egne verktøy, og ser ikke behov for nye og fordyrende løsninger. Og det tjener ikke en forbrukers interesse at kostnadene ved boligsalg øker betydelig uten at forbrukeren får tilsvarende merverdi for pengene.

I livets viktigste handel bør forbrukerne kunne forvente at det er et rimelig samsvar mellom transaksjonskostnader og verdien av de ulike kostnadselementene ved boligsalg. Dette har også en samfunnsøkonomisk side i form av innvirkning på mobiliteten i samfunnet. Høye transaksjonskostnader bidrar til at terskelen for å bytte bolig blir høyere, og boligmarkedet dermed mindre effektivt. Det følger av eiendomsmeglingsloven at omsetningen av eiendommer gjennom eiendomsmegler skal skje på en effektiv måte. Dette må forstås som at eiendomsmeglingen skal være kostnadseffektiv. Det ligger også et forbrukervern og samfunnshensyn i å holde kostnadene nede i produksjonen av eiendomsmeglingstjenester. Priser på eiendomsmeglingstjenester kan derfor være indikatorer på effektivitet.

Av ovennevnte grunner er det et betydelig kostnadsfokus i eiendomsmeglingsbransjen. I NOU 2021:7 Trygg og enkel eiendomsmegling har utvalget analysert bransjens utvikling. Analysen viser at kundetilfredsheten har økt i takt med innføring av høyere kvalifikasjonskrav og en rekke nye oppgaver tillagt bransjen, samtidig som gjennomsnittsprisen per boligformidling har vært tilnærmet uendret det siste 10-året. Boligselgerne får med andre ord eiendomsmeglingstjenester av høyere kvalitet til uendret pris. Dette er et uttrykk for en betydelig effektivisering som følger med virksom konkurranse i markedet for eiendomsmeglingstjenester.

I dette perspektivet er det svært uheldig dersom andre kostnadselementer har en prisutvikling som driver de samlede transaksjonskostnadene til et urimelig høyt nivå. Det er etter vår oppfatning sterkt bekymringsfullt at FINN.no på en slik måte bruker sin dominerende stilling i et rubrikkmarked hvor det ikke er virksom konkurranse. Eiendomsmeglingsforetakene må fakturere forbruker for rubrikkannonser, enten direkte eller inkludert i markedsføringspakker, og har ingen reell kontroll på den kraftige prisøkningen som følger med FINNs nye prismodell. FINNs prismodell har et potensial til å påføre norske boligselgere samlet flere hundre millioner kroner i årlig merkostnad.

Norges Eiendomsmeglerforbund, Forbrukerrådet og Huseierne vil på denne bakgrunn anmode FINN.no om å revurdere sin modell for prising av rubrikkannonser, og finne en løsning som møter forbrukernes behov uten en mangedobling av prisene.

Med vennlig hilsen



Carl O. Geving  
Administrerende direktør  
Norges Eiendomsmeglerforbund



Inger Lise Blyverket  
Administrerende direktør  
Forbrukerrådet



Morten A. Meyer  
Generalsekretær  
Huseierne