

## Virtuaalista kauppaa

Internetissä tapahtuva kauppa kasvaa vauhdilla. Eräillä toimialoilla jo suurin osa kaupoista tapahtuu virtuaalisesti ja useilla muillakin se on välttämättömyys myyjän profiilin kannalta vaikka ei – vielä – olisikaan kassavirran kannalta merkittävä. Julkisessa keskustelussa on esille nostettu Internetissä tapahtuvan kaupan hyviä ja huonoja puolia sekä toimituksiin ja maksujärjestelmiin liittyviä lapsentauteja. Alkuvaikeuksista huolimatta tosiasia on kuitenkin, että kaupankäynti verkossa on etenkin yli rajojen tapahtuvassa kaupassa lyönyt itsensä läpi. Niinpä esimerkiksi lentojen, hotellien ja muiden matkustuspalvelujen varaaminen on muuttunut marginaali-ilmiöstä pääsääntöiseksi. Samanlainen kehitys on nähtävissä erikoisemmissä tavaroissa ja harrastajamarkkinoilla. Esimerkiksi levy- ja elokuvaharrastajien on helpompi – ja halvempi – hankkia suosikkejaan verkon kautta vaikkapa Saksasta tai Yhdysvalloista kuin Suomesta, jossa kyseisiä nimikkeitä ei ole tarjolla tai toimitusajat ovat pidemmät kuin verkko-kaupassa. Vähentynyt kysyntä vaikuttaa myös tarjontaan. Päivän listasuosikkien ulkopuolinen tarjonta on vähentynyt minimiin. Kirjojen ohella eliniän lyheneminen on kohdannut myös elokuvat ja äänitteet. Internetin kautta tapahtuva digitaalisten kopioiden levittäminen muuttaa ja voi jatkossa jopa parantaa vanhojen suosikkien saatavuutta.

Miten pitkällä verkkokauppa sitten on suuremmissa hankinnoissa kuten asunto- ja kiinteistökaupoissa? Kaikki kiinteistövälittäjät tarjoavat palvelujaan netissä. Useat välittäjät kuvaavat verkkosivuja näyteikkunaksi tai myyntikatalogiksi, jota ilman ei voi olla, mutta jonka vaikutus liikevaihtoon on toistaiseksi pieni. Näitä kauppapaikkoja käytetään kuitenkin ahkerasti alustavaan karkeaan vertailuun ja ostohaluun herättämiseen. Osa välittäjistä on sitä mieltä, että ainakin toistaiseksi henkilökohtaiset kontaktit, asunonäytöt ja -esitteet ovat vielä kunkonaskeleen nettikauppaa edellä. Verkkosivuihin tutustumalla huomaa pian, että esimerkiksi asunonvälityksessä netin

tarjoamat tiedot riittävät varsin pitkälle. Kattavat kuva-arkistot, pohjapiirroksot ja 360 asteen panoraamat antavat hyvän käsityksen asunnon varustetasosta, kunnosta, ja yhdessä pintamateriaalikuvausten kanssa oivan käsityksen laadusta. Jos ostajalla on lisäksi alueellista paikallistuntemusta, selviää esikarsinnassa varsin pitkälle. Alueellisilla rajauksilla saa helposti nähtäväksi kaikki toivotulla alueella olevat kiinteistöt ilman, että tarvitsee vierailta useiden välittäjien pakeilla. Toki verkossa on ongelmansakin: osa asunnoista myydään ennen kuin ne ehtivät Internetiin ja ruudulta on vaikea tarkistaa mahdollisia home- ja kosteusvaurioita.

Miten uudet kauppatavat sitten vaikuttavat markkinoihin? Johtaako kehitys markkinoiden keskittymiseen vai hajaantumiseen? Onko pienilläkin yrityksillä tai omatoimisella myynnillä mahdollisuus lisätä osuutta kiinteistö- ja asuntomarkkinoilla, kun yhteiset verkkokauppapaikat yleistyvät? Vai johtaako kehitys yhä suurempaan keskittymiseen? Entä miten kehitys vaikuttaa asiakkaan saamaan palveluun ja palvelujen hintoihin?

Kuumenneiden kiinteistömarkkinoiden ja kohonneiden hintojen markkinatilanteessa on esimerkiksi Tanskassa havaittavissa kahdensuuntaista kehitystä. Toisaalta ammattilaisten merkitys on lisääntynyt, sillä pahimmillaan 15–20 prosentin hintojen nousu neljännesvuosittain on johtanut helposti vääriin hinnoitteluun. Hyvällä asiantuntijalle maksettu korkeampi prosenttipalkkio on nopeasti hankittu takaisin parempana hintana. Samanaikaisesti on kuitenkin kritiikki kohonneita välityspalkkioita kohtaan kasvanut voimakkaasti. Useissa tapauksissa ostajat ovat olleet jonossa, joten varsinaista myyntityötä ei välittäjälle ole juuri jäänyt. Vaikka suhdanteet ovat nyt muuttumassa ja hintojen nousukehitys on pysähtynyt, on kiinteistövälityspalkkioiden määrittelyssä tapahtunut selvä ja pysyvä muutos. Aiemman prosenttipohjaisen palkkion rinnalle ja sijaan ovat tulleet kiinteät välityspalkkiot, jotka voivat olla porrastetut asunnosta saatavan hinnan mukaan. Tämän lisäksi ostaja maksaa erikseen paperitöistä sekä

markkinoinnista (markkinointipaketti voi koostua lehti-ilmoituksista, verkkomarkkinoinnista jne.). Myyjä voi myös valita eri palvelutasojen välillä – entisen täyden palvelun rinnalle on tullut omatoimisuutta (itse-esittelyt) ja muita osatehtäviä, jotka myyjä voi halutessaan tehdä itse. Toistaiseksi ns. ”suoramyynti” on ollut Tanskassa varsin pientä johtuen asuntokauppaan liittyvästä paperisodasta, joka on huomattavasti Suomea mutkikkaampi. Asuntokaupan yhteydessä tapahtuva lainhuudatus sekä rahoitusjärjestelyt aiheuttavat sen, että tarvittava paperimäärä on useampia senttimetrejä paksu ja asiantuntija-apua tarvitaan. Uutuutena on markkinoille perustettu yrityksiä, jotka keskittyvät hoitamaan paperityön myyjän ja ostajan puolesta näiden hoitaessa myynnin/oston itse.

Palatakseni Suomeen näyttää siltä, että kiinteistövälitysmarkkinoilla on myös meillä tapahtumassa muutoksia, joita viime aikainen keskustelu ja eräät uudet toimijat ovat kiihdyttäneet. Onko näillä pysyvämpi merkitys markkinatapojen muutokseen?

Miten hyvin virtuaalinen kiinteistökauppa toimii? Voiko asunnon tai kiinteistön todella ostaa verkosta? Omassa tapauksessani näin itse asiassa tapahtui. Päädyin ostamaan asunnon sitä näkemättä. Kauppakirja tosin vielä täytyi allekirjoittaa henkilökohtaisesti – lainapapereista puhumattakaan. Nähtäväksi jää, asutaanko jatkossa oikeassa vai virtuaaliasunnossa.



**MARKKU VILLIKKA**  
markku.villikka@fig.net