

# Verborgen gebreken: concurrentie op de markt van makelaarsdiensten

*Bastiaan Overvest en Niels van der Poel*

***Sinds de liberalisering van de makelaarsmarkt heeft deze zich op verschillende vlakken positief ontwikkeld. Zo is het aantal makelaars gestegen en is de gemiddelde courtage gedaald. Toch vertoont de makelaarsmarkt ook gebreken: er is weinig transparantie, consumenten vergelijken nauwelijks makelaars en makelaars passen prijsdiscriminatie toe. In een econometrische analyse laten wij zien dat in regio's waar de verkoopprijs van woningen relatief hoog is en/of de courtages hoog zijn gemiddeld relatief meer makelaars actief zijn. Dit wijst op gebrekkige prijsconcurrentie. Niet de prijs maar toe- en uittreding lijkt het corrigerende mechanisme te zijn op de makelaarsmarkt.***

## 1 Inleiding

De makelaarsmarkt is volop in beweging. In de jaren 90 en het begin van deze eeuw is de markt voor makelaars geliberaliseerd, waardoor er nu vrije prijsvorming en toetreding is. Daardoor voldoet de markt voor makelaarsdiensten nu aan twee belangrijke voorwaarden voor effectieve marktwerking. In dit artikel onderzoeken we of de markt daadwerkelijk goed functioneert. Een adequate werking van de makelaarsmarkt is van belang voor de consument: de gemiddelde makelaarsvergoeding ligt rond de 3500 euro; meer dan een modaal bruto maandinkomen. Ook kan een gebrekkig functioneren van de makelaarsmarkt een frustrerende uitwerking hebben op de toch al fragiele woningmarkt.

Onze voornaamste bijdrage is het schatten van een econometrisch model voor de Nederlandse makelaarsmarkt. Dit econometrische model is gebaseerd op een economisch evenwichtsmodel van Hsieh en Moretti (2003). Onze empirische analyse laat zien dat in regio's met een hoge gemiddelde verkoopprijs van woningen of een hoge gemiddelde makelaarsvergoeding er meer makelaars actief zijn, ook als we rekening houden met het aantal huizenverkopen en andere verklarende factoren. Dit zijn opmerkelijke en onverwachte bevindingen, omdat op een concurrerende makelaarsmarkt juist verwacht mag worden dat de hoogte van de verkoopprijs van de woning geen invloed heeft op het aantal makelaars. Het positieve verband tussen de gemiddelde makelaarsvergoeding en het aantal makelaars laat zich ook niet verklaren met conventionele modellen uit de Industriële Organisatie.

Onze uitkomsten zijn echter vergelijkbaar met andere empirische onderzoeken naar makelaarsmarkten. Studies naar de Amerikaanse en Britse makelaarsmarkten laten zien dat een geliberaliseerde markt geen garantie geeft voor effectieve concurrentie. Hsieh en Moretti (2003) laten zien dat in de Verenigde Staten courtages (het percentage van de verkoopprijs dat doorgaans de vergoeding vormt voor de makelaar) in alle onderzochte steden vrijwel constant op 6% liggen, ongeacht de hoogte van de verkoopprijs. Levitt en Syverson (2008a) schrijven hierover:

*“real estate agents have been remarkably effective at maintaining margins and market share. One possible explanation for the success of real estate agents is collusion”*

De Britse Office of Fair Trading (OFT 2010) vond een positief verband tussen de hoogte van de makelaarsvergoeding en de verkoopprijs en leidde hieruit af dat prijsconcurrentie gebrekkig is:

*“Price competition between traditional estate agents remains weak and commission rates are sticky – this means that as property prices rise during booms, in real terms, so too do estate agents fees.”*

Om de mate van concurrentie op de Nederlandse markt te beoordelen, kijken we eerst naar een aantal marktkenmerken in Sectie 2. Hierin bespreken we aspecten zoals de ontwikkeling van relevante regelgeving, de marktstructuur en de tarieven van makelaars. Aan de ene kant zijn er aanwijzingen dat de markt goed werkt: in de afgelopen jaren is het aantal makelaars sterk gestegen en zijn de makelaarstarieven juist gedaald. Aan de andere kant signaleren we mogelijkheden om de concurrentie nog meer aan te zwengelen: consumenten zijn vaak nog weinig kieskeurig, wat mogelijk makelaars in staat stelt om hogere tarieven te rekenen.

Hieronder beschrijven we in vogelvlucht de Nederlandse makelaarsmarkt. Daarna presenteren we in Sectie 3 ons empirische onderzoek. Sectie 4 sluit af met de conclusies.

## 2 De Nederlandse makelaarsmarkt

Makelaars zijn de oliemannetjes van de woningmarkt. Huiseigenaren die willen verkopen schakelen meestal een makelaar in. De makelaar helpt de verkoper met het bepalen van de juiste verkoopprijs, bezichtigingen, onderhandelen met potentiële kopers en het opstellen van het koopcontract.

De vraag naar makelaarsdiensten hangt sterk samen met de woningmarkt. Tussen 2004 en 2008 schommelde het aantal woningverkopen rond de 17.000 per maand, maar dit aantal is sinds 2008 met ongeveer 40% gedaald. Doordat makelaars doorgaans alleen betaald worden als de woning daadwerkelijk verkocht

wordt, leidt de aanhoudende malaise op de woningmarkt tot een krimp van de markt voor makelaarsdiensten.

In Nederland zijn, volgens schattingen van de NMa (de voorganger van ACM, de Autoriteit Consument & Markt), ongeveer 5500 personen actief als woningmakelaar. Veruit de meeste makelaars zijn aangesloten bij één van de drie makelaarsorganisaties: NVM, VBO en VastgoedPro. De bekendste en grootste is de NVM, met 3500 woningmakelaars. VBO heeft ongeveer 900 makelaars en VastgoedPro 500. De toetredingskosten zijn bij NVM het hoogst: nieuwe leden betalen eenmalig 15.000 euro en daarna jaarlijks 1650 euro. Bij VBO moet een nieuw lid eenmalig 1500 euro overmaken en vervolgens jaarlijks 3980 euro. VastgoedPro vraagt eenmalig 2000 euro en daarna 1600 euro. In ruil hiervoor behartigt elk van de drie organisaties de belangen van haar leden en biedt juridische en technische ondersteuning. Voor een NVM-makelaar heeft het lidmaatschap een groot voordeel doordat zijn woningen beter en goedkoper op Funda – de belangrijkste zoekmachine voor woningen – worden geplaatst.

**Aanwijzingen dat de markt werkt.** Op het eerste gezicht is de makelaarsmarkt een schoolvoorbeeld van een succesvolle liberaliseringsoperatie. Terwijl in het verleden makelaars nog expliciete prijsafspraken met elkaar maakten en het aantal makelaars beperkt werd door een wettelijke titelbescherming, mag inmiddels iedereen zich makelaar noemen en dalen de makelaarstarieven. Deze paragraaf bespreekt deze – voor de concurrentie – gunstige ontwikkelingen.

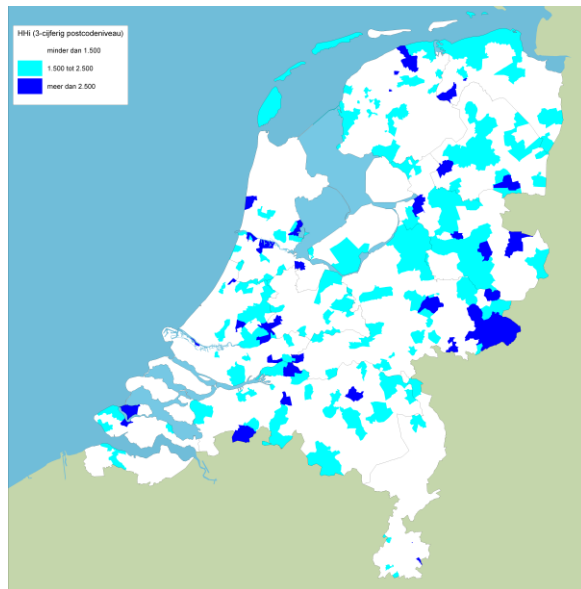
Tot in de jaren 90 was de wereld voor makelaars nog overzichtelijk. Ten eerste had de makelaar, net als artsen, notarissen en ingenieurs, een beschermde titel. Alleen handelaren met de juiste papieren mochten zich, na beëdiging door de Arrondissementsrechtbank, makelaar noemen. Een fijn en, mogelijk niet geheel onbedoeld, neveneffect was dat toetreding van nieuwe concurrenten zo bemoeilijkt werd. Verder ging de makelaar de concurrentie met andere makelaars misschien aan op andere terreinen, maar in ieder geval niet op prijs: de courtage was vastgesteld op 1,85% voor verkoopprijzen onder de 250.000 gulden en 1,65% boven deze grens (zie Cavelaars 2003).

Vanaf 1994 werd in drie grote stappen geprobeerd om de concurrentie op gang te brengen. In dat jaar werd het vanwege de Wet Economische Mededinging verboden om onderling vaste courtages af te spreken. In plaats daarvan gaf de NVM nog wel adviestarieven aan haar leden. Na de invoering van de Mededingingswet in 1998 is de NVM ook hiermee gestopt (zie wederom Cavelaars 2003). De derde stap in het liberaliseringsproces kwam in 2001, toen de wettelijke bescherming van de makelaartitel werd afgeschaft. Door deze stap lijken de toetredingsdrempels te zijn gedaald.

Na het vrijgeven van de makelaartitel steeg het aantal makelaars die bij een brancheorganisatie zijn aangesloten van ca. 3550 in 2001 naar ca. 5050 in 2010. Een stijging van 42%, terwijl het jaarlijkse aantal verkochte woningen in deze periode is gedaald.

Mede door deze sterke toename is er een lage concentratiegraad van makelaars. De Hirschman Herfindahl Index (HHI) – een gebruikelijke maatstaf in de mededingingswereld om de marktconcentratie in te schatten – is in de meeste regio's lager dan 1.500, zoals Figuur 1 laat zien.

**Figuur 1** Concentratiegraad makelaarsmarkt



Bron: NMa (2012).

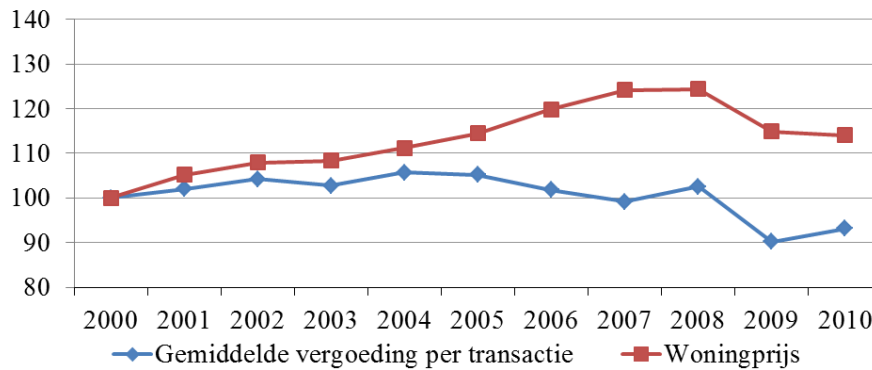
Een markt met een HHI van minder dan 1.500 wordt in het mededingingstoezicht normaal gesproken niet als geconcentreerd gezien. Fusies tussen ondernemingen op zo'n type markt zullen niet snel op bezwaren van mededingingstoezichthouders stuiten. Een belangrijk voorbehoud moet wel worden gemaakt ten aanzien van bovenstaande figuur. Voor een juiste toepassing van de HHI moet de markt volgens de regelen der kunst zijn afgebakend.<sup>1</sup> In Figuur 1 is ervan uitgegaan dat de relevante geografische markt overeenkomt met het 3-cijferig postcodeniveau. Het is waarschijnlijk dat de geografische markt van makelaars afhangt van factoren als gemeentegrenzen, reisafstanden en het segment waarop een makelaar zich richt. Niettemin laat Figuur 1 zien dat als wordt uitgegaan van kleine geografische markten de concentratie nog altijd laag is. Vrijwel overal in Nederland heeft een potentiële woningverkoper keuze uit verschillende lokaal gevestigde makelaars.

De (voor inflatie gecorrigeerde) vergoeding voor makelaars per transactie is de afgelopen jaren gedaald, zie Figuur 2. Tussen 2000 en 2005 nam de vergoeding nog wel toe met 5%, maar sindsdien is de vergoeding gedaald met ongeveer 13%. In reële termen is de gemiddelde courtage gedaald van ca. 3300 euro in 2000 naar ca. 3080 euro in 2010 bij het prijsniveau van 2006. Verder valt op dat de daling van

<sup>1</sup> Markten worden in het mededingingstoezicht doorgaans met de SSNIP-test (*Small but Significant and Non-transitory Increase in Price*) afgebakend.

de makelaarsvergoeding al in 2006, dus een aantal jaren voor de kredietcrisis, is ingezet.

**Figuur 2** Gemiddelde makelaarsvergoeding per transactie en de woningprijs (2000=100)



Bron: NMa (2012) en CBS.

Een voor de hand liggende vraag is wat deze daling van de makelaarsvergoeding kan verklaren. Voor een gedegen dynamische empirische analyse ontbreken echter voldoende gegevens. Een mogelijke verklaring is dat de daling samenhangt met de forse toetreding van makelaars na 2001. Een andere mogelijkheid is de opkomst van internetmakelaars. Deze makelaars brengen lagere tarieven in rekening dan traditionele *bricks-and-mortar* makelaars, maar bieden ook een minder breed dienstenpakket aan dan de traditionele makelaars. Het is mogelijk dat door concurrentie van internetmakelaars de traditionele makelaars gedwongen werden om de tarieven te verlagen.

**Aanwijzingen imperfecte concurrentie.** Afgaande op een aantal ‘traditionele’ aspecten waarop de mate van concurrentie kan worden getoetst (marktstructuur, toetreding en prijzen), zou de markt voor makelaars optimaal moeten functioneren. Toch lijkt er sprake van een aantal verborgen gebreken.

Tegenwoordig vinden we het vanzelfsprekend dat het huidige huizenaanbod uitgebreid op internet te vinden is, vaak compleet met de (ontwikkeling van de) vraagprijs. Het is dan ook opvallend dat informatie over de makelaars *zélft online* veel minder goed te vinden is. De weinige makelaars waar de tarieven wel op de website staan, zijn vaak pure internetmakelaars. Bij de meeste *bricks-and-mortar* makelaars is de website een digitaal visitekaartje, waarop hooguit de adresgegevens en foto’s van de te koop staande woningen figureren. Harde cijfers over de courtage of de gemiddelde verkooptijd zijn er meestal niet te vinden. Een consument die op zoek is naar de goedkoopste of de snelste makelaar in de buurt, moet dan noodgedwongen alle lokale makelaars voor een kennismakingsgesprek uitnodigen. Dit is inefficiënt, omdat de consument zoekkosten maakt en mogelijk niet zijn optimale makelaar vindt.

Een groot deel van de potentiële huizenverkopers, tussen de 34% (Blauw Research 2011) en 48% (EIM 2011), maakt geen vergelijking van meerdere makelaars en baseert zich op slechts één gesprek. Dit zoekgedrag kan leiden tot hogere tarieven voor alle consumenten, ook de consumenten die naar de prijs informeren bij een groot aantal makelaars. Als de kans 34% tot 48% is dat een consument hoogstens één makelaar uitnodigt, dan weet een makelaar bij een kennismakingsgesprek met een huizenverkoper dat het aannemelijk is dat hij de enige uitgenodigde makelaar is en dus met grote kans een soort monopoliepositie heeft. Met zoveel onderhandelingsmacht hoeft hij niet meteen zijn laagste tarief te bieden.

De tarieven van de makelaars zijn meestal gebaseerd op een percentage van de verkoopprijs. De NMa (2012) schat dat 63% van de huizenverkopers de makelaar via een courtage betalen. De courtage-systematiek kan het voor consumenten lastiger maken om makelaars te vergelijken. Als de ene makelaar bij het kennismakingsgesprek een courtage biedt van 1,6% en verwacht het huis te verkopen voor 200.000 euro en de andere makelaar een courtage rekent van 1,4% en het huis zegt te kunnen verkopen voor 220.000 euro, is het dan duidelijk voor de consument welke makelaar het gunstigste is? Voor een rationele consument is deze opgave vast een peulenschil, maar niet iedere consument is even slim als Ariel Rubinstein en heeft een goed begrip van percentages. Uit experimenteel onderzoek van London Economics (2010) blijkt dat de manier waarop een prijs geformuleerd is (pricing frame) invloed heeft op de keuze van de consument. Bij 'standaard' eenheidsprijzen maken consumenten betere keuzen en hebben ze een hoger nut dan wanneer de prijs op een complexe manier is geformuleerd.

De courtage-systematiek biedt de consument mogelijk ook voordelen. Als de makelaar op basis van een courtage werkt heeft hij een financiële prikkel om het huis voor een goede prijs te verkopen: hij is dan in feite voor (bijvoorbeeld) 1,6% eigenaar van het huis. Of deze prikkel noodzakelijk of voldoende is om tot een goede prijs te komen is nog onderwerp van debat. Onderzoek van Levitt en Syverson (2008b) laat zien dat wanneer makelaars hun eigen huis verkopen, de verkoopprijs 3,7% hoger ligt dan andere huizen. Dit wijst erop dat de courtage-systematiek geen garantie is voor een goede verkoopprijs. Overigens geeft een vaste makelaarsvergoeding net zo goed een stevige prikkel voor de makelaar zolang hij de vergoeding alleen ontvangt bij een succesvolle verkoop. In dat geval werkt de vaste makelaarsvergoeding als een no-cure-no-paysysteem.

Er is sprake van prijsdiscriminatie wanneer een aanbieder identieke producten of diensten aan verschillende afnemers voor verschillende prijzen verkoopt. Op een competitieve markt, zonder marktmacht van aanbieders, is prijsdiscriminatie normaal gesproken niet mogelijk. Een bakker die een inkomensafhankelijke broodprijs rekent zal een groot deel van zijn klanten verliezen aan een bakker die iedereen dezelfde (kostengeoriënteerde) prijs vraagt. Om te kunnen prijsdiscrimineren moet een onderneming bovendien onderscheid kunnen maken tussen typen consumenten met verschillende betalingsbereidheden en moet arbitrage uitgesloten zijn. De stelling dat op de makelaarsmarkt aan deze drie voorwaarden voldaan is goed verdeelbaar:

1. makelaars hebben enige marktmacht onder andere doordat een groot deel van de consumenten niet goed vergelijkt;
2. als de betalingsbereidheid van consumenten samenhangt met de geschatte waarde van de woning kunnen makelaars onderscheid maken;
3. arbitrage is niet mogelijk. A priori lijkt prijsdiscriminatie dus mogelijk.

Als makelaars niet over marktmacht beschikken en de kosten voor de makelaar bij een huis van 200.000 euro niet wezenlijk anders zijn dan bij een huis van 400.000 euro, dan valt te verwachten dat de vergoeding voor de makelaar bij beide typen huizen hetzelfde is. De beschikbare cijfers wijzen er echter op dat de makelaarsvergoeding gemiddeld een stuk hoger ligt bij duurdere huizen. Uit de sectorstudie van de NMa komt naar voren dat de gemiddelde vergoeding van makelaars die met name huizen met een verkoopprijs tussen de 3 en 5 ton verkopen, ruim 13% hoger ligt dan makelaars die vooral huizen met een verkoopprijs tussen de 2 en 3 ton verkopen. Volgens de NMa (2011) laat ook eigen onderzoek van de NVM onder haar leden zien dat makelaars “een hogere vergoeding per transactie ontvangen bij een hogere verkoopprijs.” De OFT (2010) vindt een vergelijkbare positieve samenhang tussen de makelaarsvergoeding en de verkoopprijs: “estate agents typically earn larger fees in absolute terms for selling higher value homes.”

Deze uitkomsten wijzen op prijsdiscriminatie, maar vormen daar geen sluitend bewijs voor, onder andere omdat niet zeker is dat de kosten voor de makelaar niet verschillen bij verschillende typen huizen. Overigens vermeldt de NMa in de sectorstudie dat zij makelaars in interviews heeft gevraagd naar het verband tussen de kosten voor de makelaar en de verkoopprijs. De meeste gesprekspartners gaven aan dat hiertussen geen verband bestaat. Ook volgens Cavelaars (2003) zijn de kosten voor bemiddeling “vrijwel ongerelateerd [...] aan de waarde van de woning”.

Een mogelijke verklaring voor de gevonden verbanden tussen de makelaarsvergoeding en de verkoopprijs is dat duurdere makelaars met hun tarieven hun kwaliteit signaleren. Verkopers van dure huizen hebben mogelijk een groter belang bij een kwalitatief goede makelaar dan verkopers van goedkopere huizen en zijn daarom bereid om meer te betalen. Panle en Pathak (2010) onderzochten deze hypothese en laten zien dat hogere courtagepercentages nauwelijks impact hebben op de snelheid waarmee een huis wordt verkocht en geen impact op de verkoopprijs. Panle en Pathak (2010) concluderen daarom dat de makelaarsvergoeding niet of nauwelijks kwaliteit signaleren.

### 3 Empirisch onderzoek makelaarsmarkt

De uitkomsten van de vorige sectie leveren indicaties op dat de concurrentie op de makelaarsmarkt in Nederland beter kan. In deze sectie wordt daarom dieper ingegaan op de werking van deze markt. Het doel van deze analyse is om de mate van prijsconcurrentie te schatten.

**Theoretisch kader.** Het uitgangspunt van de empirische analyse is een eenvoudig model van Hsieh en Moretti (2003). Geïnspireerd op de Amerikaanse markt nemen zij aan dat de makelaarsvergoeding op een markt  $i$  per transactie bepaald wordt door een vast courtagepercentage  $c$  maal de verkoopprijs. Laat  $P_i$  de gemiddelde verkoopprijs in markt  $i$  zijn. Als het aantal woningverkoppen in markt  $i$  per jaar  $S_i$  is, dan is het totaal te verdienen inkomen dus  $cP_iS_i$ . Wanneer er op markt  $i$   $N_i$  makelaars zijn, dan is de gemiddelde vergoeding per makelaar  $cP_iS_i/N_i$ . We nemen aan dat makelaars gemiddeld een inkomen  $w_i$  willen verdienen dat ten minste zo hoog is als hun beste alternatief (de *opportunity costs* van makelaars). Er geldt daarom dat

$$\frac{cP_iS_i}{N_i} = w_i \quad (1)$$

Om de implicaties van vergelijking (1) te begrijpen: stel dat de gemiddelde verkoopprijs  $P_i$  plotseling stijgt. *Ceteris paribus* zullen de gemiddelde makelaarsinkomsten, zoals weergegeven door de linkerkant van (1), ook stijgen. Op een concurrerende markt zal, indien de kosten die de makelaar maakt volstrekt ongerelateerd zijn aan de gemiddelde verkoopprijs, de stijging van de makelaarsinkomsten leiden tot een lager courtagepercentage  $c$ . Een 1% hogere verkoopprijs zal dan dus leiden tot een 1% lagere courtagepercentage. Wanneer het courtagepercentage inflexibel is vanwege beperkte prijsconcurrentie, dan zullen de hogere makelaarsinkomsten toetreding uitlokken. Dit betekent dat  $N_i$  toeneemt totdat de gemiddelde makelaarsinkomsten weer gelijk zijn aan de *opportunity costs*.

Dit suggereert dat als makelaars met name op prijs concurreren er geen verband bestaat tussen de gemiddelde verkoopprijs in een regio en het aantal makelaars. Als er weinig prijsconcurrentie bestaat, zal een hogere verkoopprijs leiden tot toetreding en dus een hoger aantal makelaars. De mate van prijsconcurrentie kan, volgens de logica van het model van Hsieh en Moretti (2003), worden afgeleid uit het verband tussen de verkoopprijs en het aantal makelaars. Om deze hypothese te toetsen, presenteren Hsieh en Moretti (2003) een aantal eenvoudige regressies met telkens één verklarende variabele. Omdat het economische model van de makelaarsmarkt suggereert dat meerdere variabelen tezamen (namelijk de makelaarsinkomsten, het aantal woningtransacties en de *opportunity costs*) het aantal makelaars verklaren, bestaat bij deze aanpak het risico op *omitted-variable bias*. Dit kan worden voorkomen met het meervoudige regressiemodel dat we hieronder uiteenzetten. Overigens worden de regressies uit Hsieh en Moretti (2003) in Van der Poel (2012) gerepliceerd met Nederlandse data, met vergelijkbare uitkomsten.

**Econometrisch model.** Door van beide zijden van vergelijking (1) de natuurlijke logaritme te nemen en op te lossen voor  $\ln(N_i)$  krijgen we

$$\ln(N_i) = \ln(cP_i) + \ln(S_i) - \ln(w_i) \quad (2)$$



Deze vergelijking kunnen we herschrijven tot de regressievergelijking, waarbij

$$\ln(N_i) = \beta_0 + \beta_1 \ln(cP_i) + \beta_2 \ln(S_i) + \beta_3 \ln(w_i) + \beta \ln(\underline{X}_i) + \varepsilon_i, \quad (3)$$

$\underline{X}_i$  een vector is van overige verklarende variabelen. Omdat vergelijking (3) in logaritmen is opgesteld kunnen de coëfficiënten worden geïnterpreteerd als elasticiteiten. De coëfficiënt van de gemiddelde verkoopprijs ( $\beta_1$ ) bijvoorbeeld, is het geschatte procentuele effect van een 1%-stijging van de gemiddelde makelaarsvergoeding op het aantal makelaars.

Als makelaars volledig op prijs concurreren, dan zal een toename van de verkoopprijs ( $P_i$ ) direct leiden tot een lagere courtage ( $c$ ). De hoogte van de makelaarsvergoeding ( $cP_i$ ) heeft dan geen effect op het aantal makelaars en de coëfficiënt  $\beta_1$  is in dat geval 0. Wanneer makelaars de courtage constant houden – en makelaars dus niet op prijs concurreren – dan zorgt een hogere verkoopprijs tot eenzelfde toename van het aantal makelaars. Bij geen of beperkte prijsconcurrentie zal  $\beta_1$  daarom rond de 1 liggen. Verder volgt uit vergelijking (2) dat als de courtage constant is, de verwachte coëfficiënten voor  $\beta_2$  en  $\beta_3$  1 en  $-1$  zijn.

Het economische model heeft een aantal veronderstellingen. De belangrijkste zijn de volgende:

1. er zijn geen significante toetredingsdrempels;
2. de kosten per transactie hangen niet samen met de hoogte van verkoopprijs;
3. het aantal woningtransacties, de gemiddelde woningprijs en het gemiddeld persoonlijk inkomen zijn exogeen.

De eerste aanname lijkt redelijk. Zoals in Sectie 2 is gememoreerd zijn in de afgelopen tien jaar veel makelaars toegetreden. De tweede aanname wordt gestaafd door interviews die de NMa voerde met marktpartijen, die meestal aangaven dat er geen verband is tussen de kosten die de makelaar maakt en de verkoopprijs van de woning. Het is echter mogelijk dat de vaste kosten (bijvoorbeeld uitgaven aan het kantoor of representatie) wel afhangen van de hoogte van de gemiddelde verkoopprijs.<sup>2</sup> In dat geval betekent een gemiddeld hogere woningprijs ook hogere kosten voor makelaars. Dit impliceert weer dat de makelaarsinkomsten (makelaarsvergoeding minus kosten) minder sterk toenemen bij een hogere woningprijs dan wanneer er geen verband bestaat tussen de woningprijs en de kosten. Doordat de makelaarsinkomsten niet evenredig stijgen, zal er ook een minder dan evenredige toename van het aantal makelaars plaatsvinden. Onze verwachting is daarom dat als aanname (ii) niet opgaat en er wel een positief verband bestaat tussen de woningprijs en de kosten voor makelaars, de coëfficiënt van de woningprijs ( $\beta_1$ ) in de regressie lager zal zijn dan 1.

Aanname (iii) tot slot lijkt redelijk. Het is niet aannemelijk dat het aantal makelaars invloed heeft op ontwikkelingen van de woningmarkt of het gemiddelde persoonlijk inkomen.

<sup>2</sup> We danken een referent voor dit inzicht.

Het model veronderstelt verder dat het courtagepercentage constant is. In dat geval bestaat er geen prijsconcurrentie tussen makelaars en zal iedere aanpassing op de makelaarsmarkt plaatsvinden via toe- en uittrekking. De veronderstelling is feitelijk geen aanname van het model, maar de centrale hypothese die zal worden getoetst. Als er inderdaad geen prijsconcurrentie is (en de ondersteunde aannames zijn juist), dan is de geschatte coëfficiënt van  $\beta_1$  en  $\beta_2$  gelijk aan 1 en voor  $\beta_3$  is de geschatte coëfficiënt -1.

**Data.** Het econometrische model is geschat op regioniveau (cross-sectie analyse). Voor het bepalen van de omvang van een regio is gebruik gemaakt van de COROP-gebiedsindeling.

**Tabel 1** Overzicht variabelen van de econometrische studie (2010)

Variabele		
Aantal makelaars <sup>a</sup>	Gemiddelde	38
	Minimum	2
	Maximum	159
Aantal woningtransacties <sup>a</sup>	Gemiddelde	1.148
	Minimum	98
	Maximum	4.829
Gemiddelde verkoopprijs <sup>b</sup>	Gemiddelde	€ 228.763
	Minimum	€ 152.389
	Maximum	€ 361.857
Gemiddeld persoonlijk inkomen <sup>b</sup>	Gemiddelde	€ 28.470
	Minimum	€ 24.200
	Maximum	€ 36.400
Makelaarsvergoeding per transactie <sup>a</sup>	Gemiddelde	€ 3.482
	Minimum	€ 2.417
	Maximum	€ 5.647
Percentage koopwoningen <sup>b</sup>	Gemiddelde	60,9%
	Minimum	37,5%
	Maximum	75,0%
Percentage NVM-makelaars <sup>a</sup>	Gemiddelde	59,7%
	Minimum	24,2%
	Maximum	100%
Gemiddeld aantal bezichtigingen per transactie <sup>a</sup>	Gemiddelde	7,8
	Minimum	3,8
	Maximum	14,3

<sup>a</sup>: Bron: enquête; <sup>b</sup> bron: CBS.

Een COROP-gebied is een samenvoeging van Nederlandse gemeenten waarbij rekening is gehouden met economische samenhang. In totaal zijn er in Nederland 40 COROP-gebieden. Het voordeel van deze indeling is dat hiervoor voldoende statistische informatie van het CBS beschikbaar is. Verder is gebruik gemaakt van een enquête onder makelaars door Blauw Research. De onderstaande tabel geeft voor de belangrijkste variabelen een overzicht. Alle variabelen hebben betrekking op het jaar 2010.

**Resultaten.** Het econometrische model (3) is geschat met OLS (kolom 1 t/m 3) en 2SLS (kolom 4 en 5). Bij deze laatste twee specificaties gebruiken we de gemiddelde verkoopprijs als instrument voor de makelaarsvergoeding per transactie. De gedachte hierbij is dat de makelaarsvergoeding en het aantal makelaars beide endogene variabelen zijn in een vraag- en aanbodmodel van de makelaarsmarkt. We veronderstellen dat het aantal makelaars geen invloed heeft op de gemiddelde verkoopprijs, maar dat de gemiddelde verkoopprijs wel samenhangt met de makelaarsvergoeding. Tabel 2 geeft de uitkomsten weer.

**Tabel 2** Uitkomsten van de regressies

Afhankelijke variabele: $\ln(N_i)$	1	2	3	4	5
Variabele	OLS	OLS	OLS	2SLS	2SLS
Constante ( $\beta_0$ )	7,07 (4,57)	10,31 (5,10)	10,61 (5,62)	8,52 (4,78)	8,81 (5,66)
Gemiddelde verkoopprijs ( $\beta_1$ )		1,21** (0,39)			
Makelaarsvergoeding per transactie ( $\beta_1$ )	0,96** (0,25)		0,91** (0,26)	1,57** (0,49)	1,53** (0,51)
Aantal woningtransacties ( $\beta_2$ )	0,99** (0,05)	0,94** (0,05)	0,98** (0,06)	1,01** (0,05)	1,00** (0,06)
Gemiddeld persoonlijk inkomen ( $\beta_3$ )	-1,78** (0,53)	-2,74** (0,80)	-2,14** (0,58)	-2,41** (0,69)	-2,45** (0,62)
Percentage koopwoningen			0,47 (0,39)		0,41 (0,38)
Percentage NVM-makelaars			-0,10 (0,12)		-0,18 (0,13)
Gemiddeld aantal bezichtigingen per transactie			0,43* (0,21)		0,31 (0,22)
R <sup>2</sup>	0,94	0,93	0,94	0,93	0,94

Standaardfout tussen haakjes. \* en \*\* betekent dat de coëfficiënt significant is op respectievelijk 5% en 1%-betrouwbaarheidsniveau.

De drie kernvariabelen in het economische model (aantal woningtransacties, makelaarsinkomsten en gemiddeld persoonlijk inkomen) hebben in elk van de vijf specificaties het verwachte teken. De geschatte coëfficiënten van het aantal woningtransacties en de makelaarsinkomsten wijken bovendien niet significant af van 1.

Dit wijst op een positief, evenredig verband tussen (i) de makelaarsvergoeding en het aantal makelaars en (ii) de gemiddelde verkoopprijs en het aantal makelaars. In een regio met 1% meer woningtransacties of 1% hogere courtages zijn ongeveer 1% meer makelaars actief. Op een markt met relatief veel prijsconcurrentie zou een 1%-toename van het aantal woningtransacties of de makelaarsvergoeding niet leiden tot een evenredige toename van het aantal makelaars.

De geschatte coëfficiënt van het gemiddelde persoonlijke inkomen ligt tussen de  $-1,78$  en  $-2,45$  en wijkt af van de verwachte waarde van  $-1$ . Dit komt mogelijk doordat het gemiddelde persoonlijke inkomen per regio geen goede maatstaf is van de *opportunity costs* van makelaars. Een andere mogelijkheid is dat het economische model niet voldoende de makelaarsmarkt representeert en dat, uiteindelijk, de hypothese van geen prijsconcurrentie niet kan worden getoetst.

Van de overige variabelen heeft alleen het gemiddeld aantal benodigde bezichtigingen per verkooptransactie een statistisch significant effect in de 3<sup>e</sup> specificatie, maar het positieve teken is onverwacht. Bovendien verdwijnt de statistische significantie weer in de 5<sup>e</sup> specificatie.

De uitkomsten van het model suggereren dat de bestaande makelaars bij exogene ontwikkelingen op de woningmarkt (die leiden tot een toename van hun inkomen) onvoldoende hun courtagepercentage verlagen om toetreding van nieuwe makelaars te kunnen voorkomen. Dit is een indicatie dat er ruimte is voor meer prijsconcurrentie op de makelaarsmarkt. Een neveneffect van beperkte prijsconcurrentie is dat de makelaarsmarkt productieve inefficiëntie kent: in regio's met hoge gemiddelde verkoopprijzen zijn, gecorrigeerd voor het aantal transacties, meer makelaars actief. Hierdoor is in dure regio's het aantal transacties per makelaar – en dus de productiviteit – lager. Deze conclusie wordt, voor de Amerikaanse markt, ook getrokken door Hsieh en Moretti (2003). Zij schatten het welvaartsverlies van deze inefficiëntie in op 0,16% van het Amerikaanse bbp.

De resultaten van de empirische analyse wijzen op beperkte prijsconcurrentie, maar het is te vroeg om te concluderen dat makelaars niet of nauwelijks concurreren op hun tarieven. Hiervoor zijn er nog te veel onzekerheden en openstaande vragen. Ten eerste gaven we in Sectie 2 aan dat de courtages sinds 2006 zijn gedaald. Hoe verhoudt deze ontwikkeling zich tot de uitkomsten van de empirische analyse die wijzen op beperkte prijsconcurrentie? Ten tweede is de regressie-analyse een statische analyse. Tussen 2001 en 2010 is het aantal makelaars sterk gestegen, en tot nu toe lijkt, ondanks de stagnerende woningmarkt, een daling van het aantal makelaars uit te blijven. Het economische model dat ten grondslag ligt aan de empirische analyse gaat ervan uit dat het evenwicht zich direct herstelt. Wellicht heeft de makelaarsmarkt meer tijd nodig om zich aan te passen aan de veranderende omstandigheden. Tot slot kwam uit de empirische analyse naar voren dat de geschatte coëfficiënt van de *opportunity costs* van makelaars afwijkt van de verwachte waarde van  $-1$ . Dit wijst op misspecificatie van het model en dat er mogelijk enige mate van prijsconcurrentie bestaat.

## 4 Conclusies

De makelaarsmarkt is – net als de notarismarkt, de taximarkt en de postmarkt – een van de vele voorbeelden van markten die in de afgelopen twee decennia geliberaliseerd zijn. Dit onderzoek naar de makelaarsmarkt kan daarom gezien worden als een *case study* van de liberaliseringsoperaties. Werkt de markt nu beter? Ja. Werkt de markt nu goed? Nee, nog niet. In dit artikel bespreken we een aantal gunstige ontwikkelingen: het aantal makelaars is sterk gestegen sinds het loslaten van de beschermde titel, de gemiddelde courtage is gedaald en internetmakelaars zijn in opkomst. In een notendop: meer spelers, lagere prijzen en meer innovatie.

Er zijn echter nog verschillende ‘verborgene gebreken’ op de makelaarsmarkt. De meeste makelaars zijn schimmig over hun tarieven. Deze zijn op internet doorgaans niet te vinden en zijn nog steeds vaak gegeven als percentage van de verkoopprijs. Deze aspecten maken het zoeken naar en het vergelijken van makelaars niet gemakkelijker. Verder laat onze empirische analyse zien dat makelaars niet volledig op prijs lijken te concurreren. In regio’s waar de verkoopprijs van woningen relatief hoog is en/of de courtages hoog zijn, zijn gemiddeld meer makelaars actief. Op een normaal concurrerende markt zou men eerder een negatief verband verwachten tussen prijzen (courtages) en aantallen aanbieders (makelaars). De uitkomsten van onze analyse zijn misschien verrassend, maar liggen in dezelfde lijn als studies voor de Amerikaanse en Engelse makelaarsmarkten.

We zien mogelijkheden om de concurrentie verder te verbeteren. Veel makelaars gaan nog steeds uit van een courtage bij het bepalen van de vergoeding. Hier kunnen goede redenen voor zijn. Maar omdat een courtage nu eenmaal een percentage is en geen prijs, kan dit voor consumenten verwarrend werken. Het is daarom wellicht een verbetering voor de markt als makelaars bij de courtage gelijk de equivalente prijs in euro’s noemen.

Veel makelaars zijn terughoudend met het vermelden van hun tarieven op hun website, wat het concurrentieproces bemoeilijkt. Het is vreemd dat op een andere geliberaliseerde markt, die voor notarisdiensten, de tarieven vaak wel online te vergelijken zijn.

Uit het onderzoek van de NMa (2012) bleek dat veel consumenten een makelaar inschakelen zonder het tarief te vergelijken met die van andere makelaars. Hierdoor betalen ze mogelijk meer dan nodig is. Het is goed om te bedenken dat het vergelijken van tarieven echt kan lonen: een courtage van 1,4% in plaats van 1,5% verlaagt bij een verkoopprijs van 200.000 de makelaarskosten met 200 euro. Dat lijkt weinig in verhouding met de verkoopprijs van het huis, maar dat is niet relevant. Tweehonderd euro is – voor de meeste consumenten – een interessante besparing.

**Auteurs**

Bastiaan Overvest ([bastiaan.overvest@acm.nl](mailto:bastiaan.overvest@acm.nl)) werkt bij de Autoriteit Consument & Markt (ACM). Niels van der Poel ([nielspoel2@gmail.com](mailto:nielspoel2@gmail.com)) is werkzaam bij het Ministerie van Economische Zaken (MinEZ). Ten tijde van het schrijven van dit artikel werkte hij bij de NMa (voorganger van de ACM). Dit artikel vloeit voort uit de masterscriptie van Niels van der Poel (2012) en is op persoonlijke titel geschreven. De in dit artikel geuite meningen komen niet noodzakelijk overeen met die van ACM of MinEZ. Dit artikel schept geen enkele verplichting voor ACM of MinEZ, of rechten voor derden. Dankzij de opmerkingen en suggesties van twee referenten van dit tijdschrift is dit artikel substantieel verbeterd.

## Literatuur

- Blauw Research, 2011, Concurrentie op de Markt voor Makelaars. De Mening van Consumenten in Kaart Gebracht, onderzoek uitgevoerd in opdracht van de NMa.
- Cavelaars, P.,2003), Marktwerking en Prijsvorming in de Vrije Beroepen, *Maandschrift Economie*, vol. 67: 134-152.
- EIM,2011, Consumentengedrag op de Makelaarsmarkt, onderzoek uitgevoerd in opdracht van de NMa.
- Hsieh, C. en E. Moretti, 2003, Can Free Entry Be Inefficient? Fixed Commissions and Social Waste in the Real Estate Industry, *Journal of Political Economy*, vol. 111(5): 1076-22.
- Levitt, S.D. en C. Syverson, 2008a, Antitrust Implications of Home Seller Outcomes when using Flat-Fee Real Estate Agents, *Brookings Wharton Papers on Urban Affairs*.
- Levitt, S.D. en C. Syverson, 2008b, Market Distortions When Agents Are Better Informed: The Value of Information in Real Estate Transactions, *Review of Economics and Statistics*, vol. 90(4): 599-611.
- London Economics, 2010, The impact of price frames on consumer decision making, onderzoek uitgevoerd in opdracht van de Office of Fair Trading.
- NMa, 2012, Marktscan Woningmakelaardij, onderzoek uitgevoerd door de Monitor Financiële Sector.
- OFT, 2010, Home Buying and Selling. A Market Study.
- Panle, J. en P.A. Pathak, 2010, The Impact of Commissions on Home Sales in Greater Boston, *American Economic Review*, vol. 11: 475-79.
- Poel, N.A. van der, 2012, An Empirical Analysis on Entry and Competition in the Dutch Real Estate Brokerage Market, ongepubliceerde masterscriptie, Universiteit van Amsterdam.