



LEHDISTÖTIEDOTE
11.2.2003 kello 9.00

Nainen miestä vahvempi päätöksentekijä asuntokaupoissa

Tuoreen kiinteistönvälittäjien keskuudessa tehdyn kyselyn mukaan perheessä nainen käynnistää yleensä vanhan asunnon myynnin, on aktiivisempi kun etsitään uutta asuntoa ja vaikuttaa lopullisen päätöksen syntymiseen miestä vahvemmin. Sen sijaan varsinaisten kauppaneuvottelujen aikana miehet ja naiset ovat yhtä aktiivisia pitäessään yhteyttä välittäjään.

Jopa 74 prosenttia kiinteistönvälittäjistä on sitä mieltä, että juuri nainen pistää vanhan asunnon myynnin vireille. Nainen on perheessä se, joka soittaa välittäjälle, tulee asuntomyymälään tai kutsuu välittäjän kotiin hinta-arviokäynnille.

Tilanteessa, jossa haetaan uutta asuntoa, naisen osuus kasvaa vielä merkittävämmäksi kiinteistönvälittäjien mielestä. Peräti 87 % on sitä mieltä, että nainen on ahkerampi asuntoesittelyissä kävijä ja kysyy aktiivisemmin lisätietoja myytävistä asunnoista.

Sen sijaan kumpikaan sukupuoli ei tunnu olevan selvästi toista aktiivisempi kauppaneuvotteluja käytäessä, siis kun tehdään ostotarjousta tai laaditaan kauppakirjoja.

Kun kiinteistönvälittäjiä pyydettiin arvioimaan, kumpi puolisoista vaikuttaa lopullisen päätöksen syntymiseen enemmän, selvä enemmistö eli 79 % liputti naisten puolesta. Kiinteistönvälittäjien arkikokemuksen perusteella siis naisella on miestä vahvempi rooli asunnonvaihdossa.

- Koska asunnonvaihto liittyy usein ihmisen tärkeisiin elämäntilanteisiin ja on suuri taloudellinen investointi, perheessä varmasti sekä mies että nainen osallistuvat päätöksentekoon.

Kiinteistönvälittäjien kokemuksen perusteella nainen kuitenkin vaikuttaa asuntokaupoissa miestä enemmän, kertoo markkinointijohtaja **Veera Hämäläinen-Lehtonen**. Valtakunnalliseen kyselyyn vastasi 105 Kiinteistömaailma-ketjun välittäjää.

Samansuuntaisia tuloksia on saatu Internetin käytöstä viime aikoina. Vaikka naiset ottivat Internetin käyttöönsä miehiä hitaammin, naiset ovat jo ohittaneet miehet asumiivustojen käytössä.

Esimerkiksi kiinteistomaailma.fi-sivujen eri kävijöistä reilusti yli puolet on jo naisia. Myös sanomalehtien asuntoilmoittelua naiset seuraavat hieman innokkaammin kuin miehet.

Risc Monitor –tutkimuksen mukaan naisilla on korostunut rooli sisustuksen, estetiikan ja kodin kauneuden suhteen. Naisissa on myös miehiin verrattuna selvästi enemmän niitä, joiden mielestä koti on tärkeä turvapaikka. Koska koti merkitsee naisille enemmän, on luonnollista, että nainen sanoo viimeisen sanan siinä, millainen asunto ostetaan.

Kyselyn tuloksilla on merkitystä esimerkiksi uusien asuntojen suunnittelussa ja vanhojen asuntojen myymisessä. Tekniikan, rakenteiden ja materiaalien lisäksi pitäisi kiinnittää enemmän huomiota tilojen toimivuuteen, käytännöllisyyteen ja varustelutasoon. Naisille kodin ja sen ympäristön esteettisyys ovat myös tärkeitä valintaperusteita.

Lisätietoja:

Veera Hämäläinen-Lehtonen, markkinointijohtaja Kiinteistömaailma Oy,
(09) 6122 1517 tai 050 386 6634
www.sampo.fi/lehdistopalvelu