

SPENCER RASCOFF ÉS
STAN HUMPHRIES

ZILLOWSZTORIK

**Lakáspiaci tények
és tévhitek**

SPENCER RASCOFF ÉS
STAN HUMPHRIES

ZILLOWSZTORIK

Lakáspiaci tények és tévhiték

A4C Books, 2017



A fordítás alapjául szolgáló mű:
ZILLOW TALK: Rewriting the Rules of Real Estate

Copyright © 2015 by Zillow, Inc.
Afterword © 2016 by Zillow, Inc.
Originally published in hardcover by Hachette Book Group
First trade paperback edition: January 2016
All rights reserved.

Fordítás © Lénárt Szabolcs, 2017
A fordítást szakmailag ellenőrizte: Horváth Áron (ELTINGA)
Lektorálta: Havadi Krisztina
Borítóterv: Mikula Lajos
Borítókép: Freepik

Készült az Alföldi Nyomda Zrt.-ben, 2017-ben
Felelős vezető: György Géza vezérigazgató

Magyar kiadás © A4C Books, 2017
1092 Budapest, Bakáts tér 2.
Felelős kiadó: Szijj György
ISBN: 978-963-12-8217-7

Minden jog fenntartva. E könyv bármely részét tilos reprodukálni, adatrögzítő rendszerben tárolni, bármely módon – elektronikus, mechanikus úton vagy fénymásolatban – közölni a magyar kiadó előzetes engedélye nélkül.



www.a4cbooks.hu
www.ingatlanrol-okosan.hu

*Feleségemnek, Nancinek, aki annak ellenére szeret,
hogy az elmúlt években unalomig meséltem neki Zillow-sztorikat,
és néhai testvéremnek, Justinnak, aki minden nap hiányzik.*

–SMR

*Szüleimnek, akik megtanítottak kíváncsinak lenni,
és feleségemnek, aki örömmel követett mindenhova,
ahova a kíváncsiságom vitt.*

–SBH

*Zillow-s munkatársainknak,
akik olyan bámulatos terméket hoztak létre,
amelyről nem lehetett nem megírni ezt a könyvet.*

–SMR és SBH

A KÖTETBŐL KIDERÜL, MIÉRT...

- ...lehet célszerűbb bérelni, mint vásárolni
- ...nem érdemes a legjobb környék legrosszabb házát megvenni
- ...kifizetődőbb a konyha helyett a fürdőszobát felújítani
- ...pezdíti fel a Starbucks a helyi lakáspiacot pontosan úgy, mint bennünket a kávéja
- ...kerülhet akár több ezer dollárunkba, ha szerepel ingatlanhirdetésünkben az *aranyos* szó
- ...nem szabad a házunkat 444 000 dollárért meghirdetni

ELŐSZÓ A MAGYAR KIADÁSHOZ

Magyarországon mindenki ért a focihoz. Azt szokás mondani, a 10 millió szövetségi kapitány országa vagyunk. Adódik a párhuzam, miszerint Magyarország a 10 millió ingatlanos országa is egyben. Sokévnnyi idevágó tapasztalat birtokában sem érezzük tisztünknek megítélni ezen utóbbi kijelentés megalapozottságát, maradjunk ezért annyiban: az ingatlan kérdése mindenkit érint.

Lakástulajdonosként, vevőként vagy eladóként, bérlőként vagy bérbeadóként időről-időre az ingatlanpiac szereplői közé tartozunk sokan. Elemi érdekünk hát, hogy képből legyünk ennek a sok tekintetben különleges területnek a működését, tendenciáit és sajátosságait illetően – annál is inkább, mert a magyarországi lakás-helyzet egyik jellegzetességének, a saját tulajdonú lakóingatlan magas arányának köszönhetően sokunk számára az otthonunk az egyik legértékesebb vagyontárgyunk.

Nem csoda hát, hogy az ingatlanhoz kötődő döntéseink jelentősen kihathatnak életünkre és pénztárcánkra – és ez éppúgy igaz Magyarországon, mint az Egyesült Államokban. Mivel a téma ennyire mélyen jelen van a mindennapjainkban, számtalan vele kapcsolatos közhely, mítosz és tévhit kering a köztudatban. A könyv szerzőpárosa, *Spencer Rascoff* és *Stan Humphries* pontosan ezeket igyekszik alátámasztani vagy éppen megcáfolni a *Zillow* hatalmas ingatlanpiaci adatbázisa és a nyilvánosan elérhető temérdek adat segítségével.

Ezekre támaszkodva, ezeket elemezve született meg ez a kötet, amelynek legfőbb mondanivalója talán így foglalható össze: a számokon, piaci adatokon alapuló megközelítés mindannyiunk számára lehetőséget kínál arra, hogy tájékozott és megalapozott döntést hozzunk – akár egyedül vagyunk, akár szakértő tanácsadó segítségét vesszük igénybe.

Mi a Duna House csoportnál, a magyar és a regionális ingatlanpiac meghatározó és hiteles szereplőjeként fontosnak tartjuk, hogy

a magyar ingatlanpiac is minél átláthatóbban és hatékonyabban működjön. A Zillow adatbázisához hasonlóan tranzakciós adatokra alapuló elemzéseinkkel próbáljuk ezt a célt szolgálni hosszú évek óta. Hiszünk benne – és ez az USA-ban is jól látható –, hogy az ingatlanközvetítők, a jól informált vevők, eladók mellett is jelentős hozzáadott értéket tudnak teremteni mindkét oldal részére. A piaci átláthatóság érdekében indítottuk el közel 6 évvel ezelőtt a *Duna House Barométer* című havi rendszerességgel megjelenő kiadványunkat, amellyel fő célunk, hogy hiteles forrásból származó friss adatokkal szolgáljunk a piaci szereplőknek.

Bízunk benne, olyan könyvet vehetnek most támogatásunkkal kezükbe a téma iránt érdeklődő olvasók, amely hazánkban is tudatosabb döntéshozatalra ösztönzi a nagyközönséget, és gyarapítja a közhelyek, tévhitek és mítoszok helyett a tényadatokra támaszkodó piaci szereplők táborát. Ebben a reményben kívánunk a könyvhöz kellemes időtöltést!

Guy Dymshiz (alapító, társ-vezérigazgató) és
Doron Dymshiz (alapító, társ-vezérigazgató)
Duna House Holding Nyrt.

TALOMJEGYZÉK

BEVEZETÉS

Ingatlanpiaci utazásunk kezdete	13
<i>Amikor elhagyjuk otthonunk</i>	

VÁSÁRLÁS: VEZESSENEK ÚJ OTTHONUNKHOZ AZ ADATOK

1	Warren Buffettnek (mindig) igaza van	33
	<i>Miért okos befektetés még mindig az ingatlanvásárlás?</i>	
2	Venni, vagy bérelni?	41
	<i>A döntés csak attól függ, meddig akarunk ott lakni...</i>	
3	Egy, kettő, három, négy, ingatlanár, hová még	49
	<i>Megtalálni a holnap divatos városrészeket...</i>	
4	A Starbucks-hatás	65
	<i>Hogyan pörköl alá a latte az ingatlanáraknak?</i>	
5	Nem véletlenül az a legrosszabb ház	73
	<i>Miért ne vegyük meg a legjobb környéken a legrosszabb házat?</i>	
6	Csináljuk meg a házi feladatot!	81
	<i>A pénztárcánkhoz illő iskolai körzet megtalálása</i>	
7	Kamatlábak és futamidők	87
	<i>Fix kamatozású jelzáloghitel – biztos jó ez mindenkinek?</i>	
8	Almát a körtével	101
	<i>Mitől függ, jó üzlet-e egy bank által lefoglalt ingatlan megvásárlása?</i>	
9	Mire figyeljünk a kiszemelt ingatlan megtekintésekor?	113
	<i>Megtalálni a profi állapotfelmérőt</i>	

**KÖLTÖZÉS:
ADJUNK EL AZ ÚJ SZABÁLYOK SZERINT**

- | | | |
|----|--|-----|
| 10 | Újjászülető otthonok
<i>Nem minden felújítás hozza be az árat</i> | 119 |
| 11 | Bűvös szavak és veszélyes jelzők
<i>Hogyan fogalmazzunk hatásos ingatlanhirdetést?</i> | 127 |
| 12 | Mágikus március
<i>Mikor hirdessük meg eladó otthonunkat?</i> | 139 |
| 14 | 1ng4t14n e14dó
<i>Fordítsuk javunkra a babonákat!</i> | 149 |
| 15 | Mennyi az annyi?
<i>Hogyan lőjük be a kínálati árat?</i> | 157 |
| 16 | A varázsszám: 9
<i>Ha kevesebbet kérünk, többet kaphatunk</i> | 165 |
| 17 | Ingatlanközvetítők értékelése
<i>A teljesítménnyel összhangban álló értékelések esete</i> | 171 |

**TENGERNYI ADAT:
TEKINTSÜNK ÚJ SZEMSZÖGBŐL
KÖRNYÉKÜNKKRE**

- | | | |
|----|---|-----|
| 18 | A meleg környezet jelenség
<i>A lakásár mint a társadalmi változás fokmérője</i> | 183 |
| 19 | Mit rejt az utcanév?
<i>Mit sugall az utcanév az ingatlan értékéről?</i> | 191 |
| 20 | A gyümölcs piac legjava – a Nagy Alma
<i>New York City hóbortjai</i> | 203 |
| 21 | Vad vadnyugat
<i>Amerika legvolatilisabb ingatlanpiacai</i> | 213 |

22	A számok mögé rejtett emberi sorsok <i>A lakáspiaci válságról bővebben – nem csak a dollárak nyelvén</i>	223
23	Mennyit ér a sétatér? <i>A gyalogbarát városrészek hatása az ingatlanárakra</i>	237

MINDIG A RÉGI NÓTA: GONDOLJUK ÚJRA AZ AMERIKAI LAKÁSPIACOT

24	Nem mindig a saját otthon a legjobb választás <i>A lakástulajdon és az amerikai álom szétválasztásának esete</i>	249
25	Az ingatlan szent tehene <i>Biztos, hogy a jelzáloghitel után járó adókedvezmény a legjobb módja 100 milliárd dollár elköltésének?</i>	261
26	Lenn a parton <i>A vízparti ingatlanok saját szabályai</i>	271

BEFEJEZÉS

Kövesd az adatokat, hogy hazatalálj!	283
--------------------------------------	-----

UTÓSZÓ

Egészséges ételek és lakásárak <i>Hogyan tornázza fel a Trader Joe's és a Whole Foods organikusan a lakásárakat?</i>	289
Néhány gondolat a módszertanunkról	299
Köszönetnyilvánítás	301
A szerzőkről	303
Hivatkozások	305
Tárgymutató	311



Brady háza a *Brady Bunch* tévésorozatban (ABC/Photofest)

BEVEZETÉS

Ingtatlanpiaci utazásunk kezdete

Amikor elhagyjuk otthonunk

A BENINI FÉRFI

Amikor 1990-ben a Békehadtest önkénteseként (*Stan vagyok*) Beninbe, ebbe az Ohio államnyi méretű, szubzaharai országba kerültem, nem éppen luxuskörülmények fogadtak a szállásomon. Egy ideig gyakorlatilag egy építkezésen laktam. A lakhelyemként szolgáló háznak volt ugyan teteje, és részben a falai is megvoltak, mégis egyértelműen építés alatt állt. Amikor a tulajdonosa, Sana úr egy kis pénzhez jutott, mindig vett egy rakás téglát, és apránként továbbépítette. Mire eljöttem Beninből, a ház többé-kevésbé elkészült. A falai a szó szoros értelmében körülöttem épültek fel.

Eleinte csodálkoztam, hogy Sana úr miért nem vár addig, amíg össze nem gyűlik elég pénze ahhoz, hogy az egész kócerájt egyszerre felépítse. Ám ahogy idővel jobban megismertem a nyugat-afrikai kultúrát, okfejtése teljes egészében lenyűgözőtt. Sok más nyugat-afrikaihoz hasonlóan Sana úr sem szerette, ha pénz nyomta a zsebét. Mégpedig azért nem, mert a törzsekből és összetartó családokból felépülő társadalomban az emberek a legkevésbé sem voltak szegénylősek, ha kölcsönt vagy éppen ajándékot kellett kérni, és az ottani szokások szerint az ilyen kérésre nemigen lehet nemet mondani. Ha Sana úr bankbetétben parkoltatta volna a pén-

zét, a családja és a barátai minden bizonnyal megcsapolták volna. Biztonságosabbnak tűnt a pénzből téglát venni, és elkezdni az építkezést, még akkor is, ha kezdetben nem állt rendelkezésére a ház befejezéséhez szükséges summa.

Az otthonunk nyilvánvalóan egyik legfontosabb, ugyanakkor legszemélyesebb vagyontárgyunk. Ezt Sana úrtól is megtanultam. Az ingatlan olyan érzelmi tényezővel bír, amellyel más befektetések, például a részvények vagy a befektetési alapok nem rendelkezhetnek. Az értékpapírokkal való kereskedéskor pénzügyi érzékünk vezérel bennünket. Ám amikor otthon vásárolunk, vagy éppen adunk el, további tényezők, így a családi helyzetünk, érzelmi kötődéseink, sőt akár a kulturális elvárások is szerepet kapnak. Sana úr félig kész falai tökéletesen szemléltetik, hogy személyes életkörülményeink milyen gyakran alakítják az ingatlanokkal kapcsolatos döntéseinket. És ez éppúgy igaz a vidéki Beninben, mint Seattle külvárosában.

Feleséggel és két kisgyermekünkkel 2001-ben költöztünk a Virginia állambeli Charlottesville-ből Washington államba. Mivel nem igazán ismertük Seattle környékét, az lett volna helyénvaló, ha egy időre ingatlant bérlünk, hogy mielőtt a vásárlással szükségszerűen elköteleznénk magunkat, jobban megismerjük a vidéket. Ám mivel az ország másik végéből költöztünk át, fontosabb volt számunkra, hogy saját otthonunk legyen – szinte mindegy, hogy milyen –, mint az, hogy tökéletes legyen az elhelyezkedése. Objektíven megítélve nem volt éppen a legokosabb lépés, családunk számára azonban abban a helyzetben az ingatlanvásárlás tűnt a követendő útnak.

Három nap alatt közel negyven házat néztünk meg. Virginia után kisebb sokkot kaptunk a seattle-i ingatlanáraktól. Akkoriban itt 220 000 dollárba került egy átlagos ház, miközben Charlottesville-ben kicsivel több mint 150 000 dollárt kóstáltak a hasonlók.

Emlékszem, a tervezett árkategóriánkba eső egyik háznak még bejárati ajtaja sem volt – a garázson keresztül lehetett csak bemenni. Hosszú évekig járt azon az agyam, milyen jó lesz majd a szüleimet körbevezetni az első házunkban. Ám a gondolat, hogy

megmutatok nekik egy bejárati ajtó nélküli házat, amelybe a garázsra keresztül kísérem be őket, majd elárulom, hogy sokkal többet került, mint amihez ők vagy én hozzá voltunk szokva, egyáltalán nem villanyozott fel.

Kerestünk hát egy másikat – ennek történetesen volt bejárati ajtaja. Két évvel később némi nyereséggel adtunk túl rajta, és vásároltunk egy újat. Ebben a második házban laktunk, amikor 2008-ban kitört a gazdasági válság, és az ingatlanpiac összeomlott. Látva környékünkön a zuhanó árakat, azon kezdtem morfondírozni, hogyan minimalizálhatnánk a veszteségünket. Sana úrhoz hasonlóan mi is téglákra váltottuk a pénzünket, és szerettem volna megvédeni a befektetésünket.

Közgazdászként az tűnt a legjobb lépésnek, ha a helyzet további romlása előtt eladjuk a házunkat, a piac mélypontjáig bérelünk egy másikat, majd a lehető legalacsonyabb áron újra vásárolunk egyet. Feleségem azonban emlékeztetett arra, hogy bár pénzügyi szempontból érdemes lehet eladni, bérelni, majd újra vásárolni, családunk nézőpontjából ez borzalmas ötlet. Akkorra már három gyermekünk volt, és egyszerűen nem érte volna meg kétszer is gyökeresen felforgatni az életüket. Esetünkben a költözködés kényelmetlenségei messze felülmúlták az általam kifundált eladni-bérelni-olcsón venni forgatókönyv remélt anyagi előnyeit. Házunk még a rettenetes gazdasági körülmények időszakában is többet jelentett számunkra egy vagyontárgynál – az otthonunk volt.

Történetünk azt hivatott szemléltetni, hogy az ingatlanokkal kapcsolatos döntéseket olyan sok tényező bonyolítja meg, hogy még egy közgazdász sem képes azokat szigorúan közgazdászként meghozni. Éppen ezért, bármilyen furcsának is tűnhet kívülről, esetenként igenis a téglánként való építkezés a legokosabb dolog, amit tehetnek a házban lakók.

Azért írtuk meg Spencerrel ezt a könyvet, hogy segítsünk az olvasóknak kitalálni, mi a legokosabb dolog, amit a saját otthonukkal tehetnek. Ez a kötet az ingatlanpiac új szabályairól szól. Célja, hogy segítsen az embereknek otthont vásárolni vagy eladni, illetve tájékozott módon beszélgetni másokkal az ingatlan-adásvétel kérdéseiről. És ugyanarra az alapra épül, mint cégünk: akár a *követ-*

kező felkapott környéket szeretnénk előre kiszagolni, akár azt szeretnénk eldönteni, érdemes-e a *mostani* környékünk legrosszabb házat megvenni, *hagyjuk, hogy az adatok vezessenek minket.*

SPENCER SZÜRKE ZÓNÁJA

Stanhez hasonlóan én is (*Spencer vagyok*) megtapasztaltam néhány ingatlanokhoz kapcsolódó megvilágosodást – noha ezek Seattleben, nem pedig a szubszaharai Afrikában estek meg velem. Miként Stan megtanulta, hogy a falakból még nem lesz otthon, néhány évvel ezelőtt én is rádöbbsentem, hogy kezdők által elkövetett hiba egy házat eladó vagy nem eladó kategóriákba beskatulyázni. Sok ingatlan valójában a két véglet között helyezkedik el. Egy olyan ingatlantulajdonos is hirtelen elcsábulhat egy nagyvonalú ajánlat láttán, akinek korábban esze ágában nem volt eladni. És az eladni kívánó tulajdonost is rá lehet beszélni, hogy várjon egy jobb piaci környezetre. Amennyiben tehát hajlandók vagyunk kibékülni a fekete és fehér ezen köztes árnyalataival, számtalan kreatív módon juthatunk hozzá az általunk vágyott otthonhoz.

Amikor a feleségemmel 2003-ban Seattle-be költöztünk, valahol laknunk kellett, de nem álltunk még készen az otthonvásárlásra. Miközben kiadó házakat nézegettünk, belebotlottunk a tökéletesbe. Volt azonban egy kis bibi: az eladó nem kiadni, hanem eladni akarta. Mivel az ingatlant már körülbelül egy éve hirdették, azt gyanítottuk, hogy az eladó nem talált olyan vevőt, aki hajlandó lenne megfizetni az általa kért árat. Írtunk hát neki egy levelet, amelyben igyekeztünk meggyőzni, inkább adja ki nekünk a házat. (Csak a ház címét tudtuk, ezért postai levelet küldtünk neki.) Két választási lehetősége volt a tulajdonosnak: vagy alacsonyabb áron válik meg a háztól, vagy továbbra is kénytelen fizetni a törlesztőrészeit. Az általunk javasolt bérbeadás így win-win szituáció volt mindenkire számára. Szerencsénkre elfogadta az érvelésünket. Kivette a kertből az „Eladó” táblát, mi pedig beköltöztünk.

Két évvel később, amikor megtudtuk, hogy feleségem az első gyermekünket várja, még mindig béreltük a házat. Amikor családot alapít az ember, enyhe társadalmi nyomást érez, hogy házat vásároljon. (Ráadásul a Zillow akkoriban indult, és rádöbbsentem, hogy online ingatlanos cég ügyvezetőjeként illene saját otthonnal

rendelkezni.) Mivel jól éreztük magunkat a bérelt házban, felhívtuk a tulajdonost, és ajánlatot tettünk neki az ingatlan megvásárlására. Jobban nem is sülnetett volna el a dolog. Bár ajánlatunk elmaradt a piaci értéktől, a tulajdonos sem járt rosszul. Többet kapott az ingatlanért, mintha 2003-ban adta volna el, ráadásul harminchat havi bérleti díjat is beszedett tőlünk. És mivel a bérlője vette meg a házat, egyetlen havi bérleti díjat sem veszített el. Mi a feleségemmel pedig nagyon kedvező áron vásároltuk meg a házat, amelybe már teljesen beleszerettünk.

Amennyiben az „Eladó” tábla elriasztott volna bennünket, amikor bérelhető házat kerestünk, elmulasztottuk volna ezt a nagyszerű lehetőséget. Ehelyett azonban első sikeres ingatlankalandunk felnyitotta a szemünket, és arra ösztönzött, hogy folytassuk az eladó és nem eladó közötti köztes árnyalatok felfedezését. Azóta is a bevettől valamelyest eltérő módszerekkel szoktunk adni-venni.

Miután 2008-ban megszületett a második gyermekünk, úgy döntöttünk, nagyobb ház után nézünk. Családi szempontból ideje volt költözni, de az ingatlanpiac állapota alapján ennél rosszabb időpontot keresve sem találtunk volna az eladásra. Pontosan úgy tettünk hát, ahogy az előző tulajdonos: találtunk egy olyan házaspárt, amely egy későbbi időpontban való megvásárlás opciója mellett bérelni kívánta a házat. Ráadásul még abba is belementünk, hogy a havi bérleti díj egy részét betudjuk a majdani vételárba.

Bár a piac elég ramaty állapotban volt, arra számítottunk, hogy még tovább gyengül majd, és a mélypont előtt semmiképpen sem szerettünk volna vásárolni. Ezért bérleménybe költöztünk, és figyeltük, ahogy tovább esnek az ingatlanárak. 2012 elején Stan elemzéséből kiderült, hogy a környékünkön a piac elérte a mélypontját, ezért elhatároztuk, hogy megvásárlunk egy ígéretesnek tűnő házat: egy bank által lefoglalt, felső kategóriás otthont.

Az előző tulajdonos 2005-ben, a piac csúcspontján vásárolta meg a házat. Nagyon sokat költött a felújítására, mielőtt anyagi helyzete rosszabbra fordult volna, és a bank visszavette volna tőle az ingatlant. Mire aláírtuk a szerződést, és kezünkbe kaptuk a kulcsokat, az állaga eléggé leromlott (mint később látni fogjuk, ez gyakran megesik a banki tulajdonú ingatlanokkal). Ám még így is

nagyszerű üzletet kötöttünk: a *felénél* alig valamivel többet kellett fizetnünk érte, mint amennyiért az eladó eredetileg vette – és egy 3 százalékos kamatozású jelzáloghitelhez is hozzájutottunk. Egy évvel és néhány építőipari kivitelezővel később az otthonunk közel kétszer annyit ért, mint amennyibe nekünk került.

Miközben ez a könyv a nyomdába kerül, a feleségemmel olyan befektetési célú ingatlant keresünk, amely nyaralóként is funkcionálhat. Kiszemeltünket megint csak egy, a szokásostól eltérő, úgynevezett „short sale” tranzakció keretében lehet megszerezni. Ezt a kifejezést olyan ingatlanra használják, amely ugyan még a tulajdonos kezében van, de az már nem fizeti a részleteket, a bank pedig megkezdte a felszámolási eljárást. Kiderült, hogy egy ilyen ház megvásárlása igen komplikált dolog tud lenni. A kertben ugyan kinn van az „Eladó” tábla, de a szituáció messze nem fekete vagy fehér. A megvásárolni kívánt ingatlant *hét* hitelező birtokolja, ez pedig azt jelenti, hogy mindegyikükkel egyszerre kell tárgyalnunk. Minden alkalommal, amikor közelebb kerülünk a megoldáshoz, az az érzésünk, hogy két lépést kell hátrálnunk. Az eladó és nem eladó közötti skálán igencsak egyedi árnyalattal bír ez az ingatlan is.

Más-más utat bejárva ugyan, de Stan és jómagam is leszűrtünk valami nagyon fontosat a saját otthonról szerzett egyéni tapasztalatainkból: az ingatlan ablak a társadalomra. Éppen ezért hármas cél vezérelt e könyv megírásakor:

A Zillow adatait felhasználva szeretnénk rávenni az olvasót, hogy újragondolja az ingatlanvásárlás, -eladás és -finanszírozás kérdéseit, illetve azt, ahogyan az otthonában lakik.

Réges-régi mítoszokat vesszünk górcső alá, megvizsgálva a valóságtartalmukat – olyanokat például, mint hogy a saját otthon valóban az Amerikai Álom elválaszthatatlan része,-e vagy hogy a jelzáloghitelek után fizetett kamatnak az adóalapból való szent és sérthetetlen levonhatósága vajon nem okoz-e a gazdaságnak több kárt, mint hasznot.

És végezetül szeretnénk megmutatni, hogy felgyorsult, hiperösszekapcsolt és okostelefonra épülő világunkban pontosan hogyan – és milyen mértékben – változtak meg az ingatlanpiac szabályai.

A LEGENDÁS KEZDETEK

Jómagam (*Spencer*) véletlenül csöppentem az ingatlan világába. Igazság szerint sokkal jobban foglalkoztatott, hogy a technológia erejét munkára bírva egy teljesen másik iparágban tegyem feleslegessé a közvetítők szerepét. Ez az iparág az utazás volt.

Hosszú éveken keresztül ez volt a rémálmok rémálma: nem a kígyók, nem a nyilvános szereplés, nem a tériszony – pedig a Gallup felmérése szerint ezek az amerikaiak első számú félelmei.¹ Nem, én a családi nyaralás lefoglalásáról beszélek – egy olyan tapasztalatról, amely még az 1990-es évek elején is abból állt, hogy az ember tárcsázott egy légitársaságot, ott valami nem túl megnyugtató zenét lejátszva megvárakoztatták, miközben a kagylóba motyogva, könyörögve vagy ordítva várta, hogy a gép helyett végre élő személlyel beszélhessen.

Amikor ez végre megtörtént, emberünk megkérdezte, hogy adott napra van-e ilyen meg olyan járat. A vonal másik végéről a leütött billentyűk kattogása hallatszott. Ekkor egy kicsit megint várni kellett, majd jött a válasz: „Sajnálom, de innen oda nincsen járatunk.”

Így működött az internet előtti korban az amerikai utazási ipar. Az ügyfeleknek nem, vagy alig volt ráhatásuk arra, hogy oda jussanak, és ott szálljanak meg, ahol szerettek volna, vagy pontos információval rendelkezzenek arról, hogy melyik jegy, autó vagy szállodai szoba olcsóbb vagy drágább egy másiknál. Az információkat, amelyek segítségével könnyedén megtervezhették volna a családi nyaralásukat, titkos adatbázisokba zárták. Csak az iparág bennfentesei fértek hozzá a kulcsokhoz.

Tisztában voltam azzal, hogy meg kell kaparintanom ezeket a kulcsokat, és fogadni mertem volna, hogy sokan mások hozzám hasonlóan éreznek. Társaimmal együtt ezért alapítottuk meg 1999-ben a Hotwire nevű diszkont utazási weboldalt. Ötletünk egyszerű volt: mindenki sokkal jobban járna, ha ezt a telefonálás részt kikerülve rápillanthatnánk az utazási ügynök képernyőjére, és saját szemünkkel látnánk a járatinformációkat. És néhány év elteltével az utasok már valóban sokkal előnyösebb helyzetbe kerültek. Az utazási iparág, részben a Hotwire-nek, részben a Hotwire-t 2003-

ban felvásároló Expedia weboldalnak – és természetesen a többi hasonló profilú szolgáltatásnak – köszönhetően teljesen átalakult. A Hotwire felvásárlása szerencsés esemény mindkettőnk életében, hiszen akkoriban Stan az Expediánál dolgozott.

A részleg, amelyet vezetett, az adatok kreatív felhasználási lehetőségeit kutatta. Első találkozásunkkor felismertük, hogy mindkettőnket rendkívül érdeklí, és erősen foglalkoztatja ez a terület. Lenyűgözött bennünket, hogy az adatok bogarászásával milyen lehetőségekhez juttathatjuk a hétköznapi embereket. Ahogy mondani szokás, a többi már történelem.

Más üzleti innovátorok is azzal töltötték ezt az időszakot, hogy a szárnyait bontogató világhálóra építve egy rakás korábban átláthatatlan, fogyasztóellenes vagy legalábbis nem fogyasztóbarát iparágat hasonlóan transzparenssé tegyenek. Az emberek a történelem során először online térképezhették fel és vásárolhatták meg a részvényeket, autókat és biztosításokat – hogy a zenét ne is említsük (pedig az a történet is megérne egy misét).

Már a 21. század hatodik esztendejében jártunk, amikor mindezek ellenére az egyik legjelentősebb amerikai iparág még mindig csak várta, hogy az online információ könnyű elérhetősége gyökerestül felforgassa. És ez az iparág nemcsak egy volt a sok közül, hanem az egyik legnagyobb és legfontosabb: az Egyesült Államok 1,2 *billió* dolláros ingatlanpiaca.

Döbbenetes belegondolni abba, hogy ha a Zillow 2006-os indulása előtt másik otthont akartunk vásárolni, a helyi újság vasárnapi kiadásának ingatlanhirdetéseit kellett átböngésznünk. Az ingatlaninformációk egy részét ugyan számítógépesítették, de ezek jobbra csupán az ingatlanpiaci szakemberek számára voltak elérhetőek. Ezek a korai, exkluzív számítógépes állományok még így is csak a napjainkban rendelkezésünkre álló historikus adatok egy részét, egyebek között a múltbeli eladási árakat és a hozzájuk tartozó, becsült ingatlanértékeket tartalmazták.

Ez konkrétan azt jelentette, hogy az átlagemberek által tudni vágyott és tudni szükséges információkat megyei bíróságokon és titkos iparági adatbázisokban őrizték. Gyakorlatilag közel lehetetlenség volt online kideríteni, hogy az utca túloldalán fekvő ott-

hont mennyiért adták el, a közelmúltban az adóhivatal mennyire értékelt fel, vagy aktuálisan éppen mennyit érhet a helyi piacon.

Az otthonvásárlás kicsit olyan volt, mintha egy sötét szobába zártak volna be egy ingatlanközvetítővel, és csak az ő kezében van zseblámpa. Ő rávilágít a lámpával két vagy három – általa számkra kiválasztott – ingatlanra, miközben nekünk minden vágyunk kivenni a kezéből a lámpát, hogy mi magunk világítsunk vele. Vagy még inkább, hogy felkapcsoljuk azt az átkozott villanykapcsolót, hogy mindent lássunk.

Pontosan ezért alapítottuk meg a Zillow-t: hogy minden fényt felkapcsolva transzparenssé tegyük az ország egyik legnagyobb és legkevésbé átlátható iparágát. Így hát 2006. február 8-án egy új, vicces nevű weboldal indult el, felvértezve azzal a képességgel, hogy az USA szinte bármely lakóingatlanának az értékét megbecsülje. (Mi a cégnél a „Zillow” és az „estimate”, azaz *becslés* szavakból bar-kácsolt „Zestimate” elnevezéssel illetjük ezt a funkciót.)

Órákon belül több százezer látogató kereste fel az oldalunkat. Új igével gyarapodott az angol nyelv, ahogy az emberek az egyik otthont a másik után „zillow”-zták meg, mi pedig örömmel tapasztaltuk, hogy rengeteg ember osztozik kíváncsiságunkban, irigységünkben és kukkolási szenvedélyünkben.

Működésének első három napja alatt egymillió ember látogatót el a **Zillow.com** oldalra, kezelhetetlenül túlterhelve a nem ekkora forgalomra tervezett, szerény teljesítményű szervereinket. A „Zillow” és a „Zestimate” rövid idő alatt beépült az angol szókincsbe. Az ingatlanbirtoklás és -vásárlás üzletága mindörökre megváltozott, és többé nem kellett metaforákkal és gesztusokkal teli, hosszas magyarázatokat adni az „És te mivel foglalkozol?” kérdésre. Ahogy azt Jim Cramer, a CNBC-s *Mad Money* műsorvezetője 2014-ben mondta: mi lettünk „a számok őrzői”.

A Zillow ma már a világháló legnagyobb ingatlanos weboldala, amelyet minden hónapban több mint 140 millió ember (egyedi felhasználó) keres fel vagy használ a mobilapplikáción keresztül. A több mint 110 millió otthonról adatokat és információkat – becsült ingatlanértékeket, eladó és kiadó otthonok hirdetéseit, több százezer ingatlanközvetítői értékelést és sok egyéb hasznos tudni-

valót – kínáló oldalon tulajdonosok, vevők és kíváncsi szomszédok kutatnak máshol nem elérhető, „bennfentes” információk után.

A Zillow valódi ereje persze nem kizárólag a felhasználóknak nyújtott adatokban, hanem az ezekre épülő elemzésekben rejlik. A Zillow-t minden általunk elérhető ingatlanpiaci adat összegyűjtésével indítottuk útjára. Ez eleinte az olyan adatokat tartalmazó publikus nyilvántartásokat jelentette, mint a szobák és fürdőszobák száma, az ingatlan után fizetett adók és az alapterület. Fogtuk ezeket, és szinte az összes amerikai otthon becsült értékét – a Zestimate-et – kiszámoltuk belőlük. Hasonló folyamat keretében még a „Bérelti Zestimate” nevű értéket is kikalkuláltuk az ingatlanokhoz – ez azt mutatja, hogy várhatóan mennyiért adható ki az adott otthon.

Rövidesen még egygyel tovább léptünk, és elkezdtük előrejelezni a Zestimate-et. Végül egy olyan módszert sikerült kidolgoznunk, amely gyakorlatilag az USA minden otthonának képes megbecsülni és előrejelezni az értékét.

Az emberek ma már egyetlen helyen hozzáférnek a számukra szükséges összes adathoz, illetve az adatokat felhasználható információvá alakító elemzésekhez. Valljuk, hogy az ingatlanadatok demokratizálódása alapvető fontosságú. Azt szokás mondani, hogy az igazság ellensége nem a hazugság, hanem a mítosz. Ez az egész könyv pedig azt szolgálja, hogy adatokon alapuló tények foglalják el a mítoszok és városi legendák helyét.

Mint látni fogják, a számok azt mutatják: *nem* mindenkinek való a saját otthon. *Nem* a konyhaátalakításra fordított kiadások fogják az ingatlan értékét legjobban növelni. Egy jól időzített hirdetésfeladás sokkal *jobban* képes emelni az eladási árat, mint a potenciális érdeklődőknek kínált frissen sütött, házi finomság. És bár minden tiszteletünk Lord Harold Samuelé, a 20. századi angol ingatlanbárróé (akinek az „egy ingatlan értékét három dolog határozza meg: a lokáció, a lokáció és a lokáció” mondást tulajdonítják), a három legfontosabb tényező igazából a *jövőbeli lokáció, a jövőbeli lokáció és a jövőbeli lokáció*.²

AZ OTTHONOM ÉN VAGYOK

Az adatok azt is megmutatják, mennyit változott az elmúlt fél évszázad során a piac – mind a lakóingatlanok fizikai jellemzőit,

mind az életünkben és az ország gazdaságában betöltött szerepüket illetően.

Az Egyesült Államokban 1950-ben kevesebb mint 28 négyzetméter volt az egy főre jutó lakóterület. Ugyanez 2000-re közel 84 négyzetméterre nőtt – részben mert sokkal nagyobbak lettek az otthonok, részben mert valamivel kisebbek a családok.³

Ám ez csak a történet egyik fele. Lényegében ugyanezen időszak alatt ennek a tendenciának pontosan a fordítottja volt megfigyelhető a munkahelyeken. 1970-ben a vállalatok alkalmazottanként átlagosan 56 négyzetméterrel számoltak ipari és kereskedelmi létesítményeik tervezésekor. Napjainkban a fejlettebb technológiának, a csoportmunka iránti áhítatos rajongásnak és a kihalás szélére sodródott recepciósnak, titkárnőnek és „számítógéptermekek” köszönhetően az egy főre jutó átlagos irodatér kevesebb mint 10 négyzetméterre zsugorodott. Ez pedig azt jelenti, hogy míg korábban az otthoni-munkahelyi tér aránya körülbelül 1:3 volt, ma ugyanez az arány 7:1. Úgy is fogalmazhatunk, hogy otthonunknak a hétköznapi életünkben betöltött fontossága több mint hússzorosára nőtt.

Cserébe viszont maga az otthon is gyökeres változáson ment keresztül. 1970-ben a távmunka még ismeretlen fogalom volt, a kondiszoba teljes felszerelése az ajtókilincsre kötött, felturbózott gumikötélből állt, és senkinek eszébe sem jutott, hogy házimozi rendezzen be az otthonában. Napjainkban viszont, a Lakásépítők Országos Szövetségének (National Association of Home Builders) adatai szerint az otthoni edzőterem ott szerepel az otthonvásárlók által a felső kategóriás házaktól elvárt jellemzők tízes toplistáján. A médiaszoba meglétét közel ugyanennyien igénylik. Több mint 34 millióan dolgoznak otthonról legalább alkalmanként.

Otthonaink manapság nemcsak nagyobbak és sokoldalúbbak, hanem számos, korábban kizárólag üzleti szereplőktől – az edzőteremtől a mozin és a kávézón át a munkahelyig – igénybe vett tevékenység privát életünkbe való betörését is megtestesítik. És igen, Robert Putnam, már *bowlingozhatunk* is otthon – a tévéken és a nappalinkban, hála a Wii és az Xbox csodájának.

Mindezek eredményeként otthonunk immár sokkal több, mint a hely, ahol álomra hajtjuk a fejünket. Több annál is, mint „ahol

a szívünk van”. Otthonunk ma már szívünk vágyának a tárgya. Online „ingatlanpornót” és hosszú órákon át ingatlannal foglalkozó tévéműsorokat nézve arról álmodozunk, hogyan bővíthetnénk a házunkat. És akkor azt még nem is említettük, hogy a Zillow-t böngészve vadászunk főnökeink, kollégáink, kiszemelt randipartnerreink, volt barátnőink, idősödő szüleink és volt barátnőink idősödő szüleinek otthonával kapcsolatos információk, eladási árak, sőt fényképek után.

Vitán felül áll, hogy kultúránk ingatlanmániás. Van azonban különbség a megszállottság és a megértés iránti vágy között. Nézetünk szerint Amerikában az ingatlan a legfontosabb olyan iparág, amelyet szinte senki nem ért meg. Az ingatlanpiac az egyes számú probléma az Ovális Irodában, a sarki irodákban és a családi étkezőasztaloknál.

Bár a celebtől kezdve a jegybankárokig mindenkit aktívan foglalkoztat, az ingatlanpiac messze nem tökéletes. Az eladók és a vevők egészen a közelmúltig lényegében a sötétben találkoztak, és megérzések, illetve tippek alapján csaptak egymás tenyerébe. A politikusok zsigeri szintű elméleteket gyártanak a saját otthon és az egyéni, illetve közösségi szintű jóllét közötti kapcsolatról. A tőkepiacon az átlagos ingatlanvásárló számára elérhető információknál kicsivel több adat alapján tesznek billió dolláros nagyságrendű fogadásokat az ingatlanpiaci trendekre, majd bénultan figyelik, ahogy befektetéseik értéke a globális pénzügyi rendszert is magával rántva összezuhan.

Miként lehet, hogy az ingatlanpiac – ez az egyben borzasztóan személyes jellegű, egyben komoly makrogazdasági következményekkel bíró piac – ennyire rejtélyes valami?

Néhány megfigyelés:

Először is az ingatlanadatok egész egyszerűen nem széles körben elérhetők. A Zillow előtt, mint említettük, a néhány létező ingatlan-adatbázist a megyei bíróságok végtelen polcain álló, bőrkötésű könyvek vagy az átlagemberek számára elérhetetlen iparági adatbázisok tartalmazták.

Másodsorban – és ez talán még az előbbinél is pontosabb – *félünk kérdezni*. A saját otthonnal rendelkezők magas aránya olyan

vitathatatlan erény volt, amelynek létjogosultságát senki sem kívánta alapjaiban vitatni. Ha a nyerőautomata folyamatosan ontja magából a pénzt, minek megkérdezni, hogy nem romlott-e el?

A napfény ráadásul nem csupán a legjobb fertőtlenítőszer. Le is leplez bennünket. Mivel oly sok amerikai saját otthonnal rendelkezik, senki nem kívánta, hogy az ingatlanpiac is hasonló árcsökkenésen (nevezzük inkább korrekciónak?) menjen keresztül, mint a fenekestül felforgatott autó-, részvény-, biztosítási és utazási piacok. Épp ellenkezőleg, az emberek közül túl sokan kívánták – és várták – azt, hogy otthonuk értéke évről évre folyamatosan emelkedjen.

A jó hírünk az, hogy a tudatlan boldogság korszaka egyértelműen véget ért. Mindenki megértette, hogy az ingatlanpiaci buborék kipukkanhat. És mindenki jobb, pontosabb információkat szeretne, hogy már a buborékok felfújódását is meg tudjuk előzni.

A ZILLOW BOSZORKÁNYKONYHÁJA

Úgy egy évtizeddel ezelőtt, ha fel akartuk becsülni otthonunk értékét, az több órába (előtte persze néhány hét várakozásba), képzett ingatlanbecslőbe (aki ritkán ért rá akkor, amikor mi), és legalább 900 dollárba került. A Zillow napjainkban ceruza, mérőszalag és Polaroid fényképezőgép helyett a genomikában, képtömörítésben és biokémiában használatos módszerek segítségével szempillantás alatt megbecsüli egy ingatlan értékét. Soha nem fogjuk ugyan felváltani az értékbecslőket, azonban újabb eszközt adunk az ingatlantulajdonosok, a befektetők és a politikai döntéshozók kezébe ahhoz, hogy jobban képbe kerüljenek egy adott otthon potenciális értékét illetően. És ami a legfontosabb, a Zillow minderre emberi korlátok nélkül képes. Rendkívül összetett dolog az összes amerikai otthonra értékbecslést adni. Gondoljanak csak bele, hogy milyen léptékekben dolgozunk. Több százezer sorból álló számítógépes kód. Több tucat szerver. Több mint egymillió egyedi értékelési modell. Számítógépeink összesen 3,2 terabájtnyi adatot dolgoznak fel minden egyes nap.

Csak hogy érzékeltessük erőfeszítéseink nagyságrendjét: folyamatosan újraértékeljük és felülvizsgáljuk algoritmusainkat. Ezeket az algoritmusokat PhD végzettségű szakértők csapatai alkotják

meg. Csupán az elmúlt néhány évben sikerült a 13,6 százalékos hibahatárt kevesebb mint 7 százalékra csökkenteni, miközben a Zestimate funkció a kezdeti 43 millió otthon helyett immár több mint 100 millió ingatlan esetében működik.

Adatbázisaink – amelyek mindegyike él, lélegzik, és minden áldott nappal egyre jobb lesz – központi szerepet játszottak ennek a könyvnek a születésében. Az újonnan elérhető adatoknak és az adatbányászati lehetőségeknek hála olyan valótlanságokat tudunk megcáfolni, amelyek képesek voltak idáig az ingatlanpiac fontos tényeit elhomályosítani, és olyan adatalapú igazságokra derítünk fényt, amelyek mindannyiunknak – vevőknek, eladóknak, szakértőknek, elemzőknek és törvényhozóknak – egyaránt segíthetnek jobb döntéseket hozni.

Szó esik majd az általunk látott legérdekesebb tendenciákról és sémákról, továbbá ezek következményeiről is be fogunk számolni.

Ez időnként a mítoszok lerombolásával jár. Máskor pedig apró módosításokkal ugyan, de a megerősítésükkel. *(Növekednek-e egy Starbucks kávézó közelségével az ingatlanárak?)*

Lesz, amikor feje tetejére állítjuk a közhelyeket. Lesz, amikor elmagyarázzuk, miért van bennük igazság – még ha más okból is. *(Melyik városrész fog a közeljövőben a legnagyobb valószínűséggel dszentrifikálódni?)*

Megmutatjuk az eladóknak, mikor és hogyan hirdessék meg az otthonukat – a vevőknek pedig azt, miért érdemes ezeket a hirdetések eddig nem gondolt módokon értelmezni. *(Hogyan lehet a hirdetésből egyszerűen kiérezni az eladó elkeseredettségét?)*

Elmagyarázzuk, hogy mikor fognak adott helyen a potenciális vevők a legnagyobb valószínűséggel új otthont keresni. Mindemellett arra is rámutatunk, hogy az érdeklődés tetőzése és a korlátos kínálat egybeesése mikor fog az eladók számára tökéletes piaci körülményeket eredményezni. *(Mit mond a közterület típusa az ingatlan életkoráról?)*

Rávilágítunk, miért szükséges Amerikának újragondolnia az ingatlanpiaccal és a lakhatással kapcsolatos régi dogmáit – a jelzáloghitel kamatainak adókedvezményétől egészen az árvíz elleni biztosításokig.

Célunk a könyvvel, hogy hiteles információkkal vértessük fel az olvasókat – és segítsünk nekik navigálni a válság utáni, alapos változásokon átmenő ingatlanpiacon. Azt reméljük, hogy az adatainkkal és elemzéseinkkel felfegyverzett olvasó képes lesz információkkal ötvözni az otthona iránt érzett szenvedélyes szeretetét. Ha pedig ez sikerült neki, akkor megalapozott döntéseket hozva választhatja ki, hol lakjon, hogyan adjon el, és hogyan vásároljon ingatlant, illetve tisztában lehet azzal, Washington miként járulhat hozzá egy egészségesebb ingatlanpiac kialakulásához.

Végére is pontosan ezért alapítottuk meg a Zillow-t – hogy agyunk bal féltékéjének az adatok iránti szenvedélyét a jobb féltéke otthonunk iránt érzett rajongásával ötvözzük, valamint új erőt hozunk létre egy szemmel láthatóan mindenkit érdeklő, de teljes egészében gyakorlatilag senki által nem értett iparág átláthatóbbá tételére.

A Zillow név a „zillion” és a „pillows” szavakból alkotott szójáték. A zillion, azaz zillió lényünk elemző, kvantitatív oldalát – az ingatlanpiac jobb megértését segíteni hivatott végtelen mennyiségű adatot és számítást – jelképezi. A pillows, vagyis a párnák, amelyekre a nap végén lehajtjuk a fejünket, otthonunk mindennapi életünkben játszott érzelmi szerepének fontosságára utal.

Végeredményben tehát abban szeretnénk segíteni az olvasóknak, hogy a zilliók értelmének megismerése után nyugodtabb legyen az álmuk.

A Zillow-nál tisztában vagyunk azzal, hogy egy ház több pusztalacímnél vagy a helynél, ahol a holminkat tartjuk. Az otthon az, ahol az életünk zajlik. És könyvünkben – akárcsak a weboldalunkon vagy az applikációnkban – nagyon egyszerű dologra törekszünk: segíteni akarunk, hogy az olvasó hazataláljon.

A ZESTIMATE: MENNYIT ÉR VALÓJÁBAN AZ OTTHONOM?

Ez az ingatlanpiac legősibb kérdése, a közelmúltig mégis szinte lehetetlenség volt ingyenes és gyors értékbecsléshez jutni. A legjobb opciónk még az 1990-es évek derekán is kimerült abban, hogy megnéztük a környéken található, a közelmúltban árult ingatlanok eladási árát, megbecsültük a négyzetméterárát, és saját otthonunkra alkalmaztuk azt. Ám ez a módszer a manapság széles kör-

ben elérhető, ingyenes értékbecslésekhez képest finoman szólva is nagy kívánnivalót maga után.

Mire a Zillow 2006-ban színre lépett, számítógépek és statisztikai modellek igénybevételével fejlesztettek a folyamaton. A statisztikusok akkoriban gyakran saját kezükkel dolgoztak ki összetett modelleket az ingatlanértékek kiszámítására. Ez a környékbeli ingatlanok becslt árára támaszkodó módszerhez képest óriási előrelépést jelentett. Ugyanakkor időigényes, fáradságos folyamat volt, mivel a statisztikusnak elképesztő számú változót kellett beépítenie a modelljébe – a ház fürdőszobáinak a számától kezdve a helyi szeméttelp közelségéig mindent. Gyakorlatilag mindent figyelembe kellett venni, ami befolyásolhatja az árat.

Az ilyesfajta értékbecslés óriási hátrányokkal is járt. Egyrészt ezek a modellek igazából csak viszonylag nagy földrajzi területeken működtek. Mivel a statisztikus saját kezével programozta modelljét, gyakorlatilag képtelenség volt abból az ország minden egyes környékére egyenként alkalmazható változatot fejleszteni. Így hát kevés olyan modell létezett, amelyet az államok vagy városok szintjénél jobban le lehetett volna szűkíteni.

Képzeljék el, hogy ugyanazzal a modellel számolják ki Miami celebekkel teli városrészében és az állam északnyugati, a turisták által messze elkerült részében fekvő lakóingatlanok értékét. Értik, mi a probléma?

A Zillow megalapításakor eltökélt célunk volt egy jobb – az ingatlan értékét meghatározó összes egyedi jellemvonást valóban figyelembe vevő – értékbecslő módszer kifejlesztése. Így hát 2005-ben munkához láttunk.

Először is széles körű kutatásba kezdtünk – és nem szorítkoztunk az ingatlanhoz kapcsolódó módszerekre. Olyan technikákat is ellestünk, amelyeket sokkal inkább más tudományokban, egyebek között a mesterséges intelligencia, a biogenetika, a genomikai kutatások és a képfeldolgozás területein alkalmaznak. Ezeket a módszereket eredetileg olyan problémák megoldására fejlesztették ki, mint például a rákos sejtek felismerése vagy az elmosódott képek élesebbé tétele, mi azonban rájöttünk, hogy az ingatlanértékek pontosabb becslésénél is jó szolgálatot tehetnek.

Rögtön az elején nagyon fontos felismerésre jutottunk: igazából nem a gigantikus, komplex modellek jelentik a legjobb megközelítést. Úgy találtuk, hogy sok, viszonylag egyszerű modell alkalmazásával szignifikánsan pontosabb adatokhoz juthatunk.

Hogy megértsük ennek az okát, képzeljünk el két fényképészt, akik egy házat szeretnének megörökíteni. Az egyikük órákat tölt fényképezőgépe elhelyezésével, megvárja, amíg tökéletesek lesznek a fények, majd elkattintja a képet. A másik körbesétálja a házat, és közben egy rakás fotót készít – még egy létrára is felmászik, hogy a tetőt is lekapja –, majd egy számítógépes program segítségével összeállítja ezekből az ingatlan 3D-s fényképét. Melyik fotóshoz fordulnánk, ha a lehető legtöbbet szeretnénk megtudni erről a házról?

Több száz egyszerű modell felhasználásával mi is képesek vagyunk az ingatlanérték szinte minden aspektusát figyelembe venni. Ezek a modellek számolnak az adott otthon alapterületével, hálószobáinak a számával – gyakorlatilag minden, az árát befolyásolni bíró tényezővel. És mivel modelljeink sokkal kisebbek, képesek a változókat a helyi piacok sajátosságai alapján súlyozni. Ahelyett, hogy teljes államokat homogén piacként kezelnének, akár az egyes utcák közötti értékkülönbségekre is tekintettel tudnak lenni.

És ami még ennél is fontosabb, modelljeink minden áldott nap finomítják és tökéletesítik saját magukat. Számítógépeink éjjelente körülbelül 1,2 millió statisztikai modellt dolgoznak ki, amelyek azonnal nekilátnak, és kiszámolják az ország minden egyes utcájában az összes lakóingatlan értékét. Amint végeztek ezzel a feladattal, kitöröljük a modelleket. Következő éjjel az adott nap fejleményei alapján újabb 1,2 millió modell jön létre, és a folyamat megismétlődik.

Az állandó finomításnak köszönhetően értékbecsléseink azonnal tekintetbe veszik az ingatlanok árát befolyásolni képes körülményekben bekövetkező változást – egyből, ahogy azok felmerülnek. Így születik a Zestimate – a legpontosabb, legnaprakészebb értékbecslés, amit csak készíthetünk.