

MATERIAŁ PRASOWY Warszawa, dn. 04.03.2021

**Kto kupuje mieszkania w pandemii**

Czy zmieniła się struktura nabywców mieszkań i profil klientów deweloperów? Jaka grupa kupujących teraz dominuje? Kto decyduje się na zakup? Sondę przeprowadził serwis nieruchomości dompress.pl

**Andrzej Oślizło, prezes Develii**

W styczniu odnotowaliśmy dwa razy więcej kontaktów ze strony klientów w porównaniu do grudnia 2020 roku, który i tak był bardzo dobry biorąc pod uwagę okres świąteczno-noworoczny. Popyt jest wysoki ze strony klientów, którzy chcą ochronić swój kapitał przed inflacją i lokują oszczędności na rynku nieruchomości. Sporą grupę klientów stanowią jednak także osoby, które kupują mieszkanie dla siebie. Widzimy powrót do biur sprzedaży osób, które wstrzymywały się z zakupem mieszkania ze względu na niepewność związaną z pandemią. Ta część nabywców obserwowała rynek i czekała na rozwój sytuacji oraz złagodzenie polityki kredytowej banków, a być może również spadek cen. Jednak rynek nieruchomości okazał się stabilny nawet w obliczu pandemii. Popyt na mieszkania na niektórych rynkach lokalnych przewyższa podaż, dlatego na ten moment nie ma przestrzeni dla spadku cen, a wręcz przeciwnie.

**Angelika Kliś, członek zarządu Atal S.A.**

Wysoki, naturalny popyt na mieszkania jest efektem niedoboru mieszkań. Niezmiennie od lat mamy do czynienia z bardzo dużymi i w znacznej mierze niezaspokojonymi potrzebami mieszkaniowymi w Polsce. Za istotną część popytu na polskim rynku odpowiadają zakupy inwestycyjne. Nadal jednak większość nabywców stanowią klienci indywidualni, którzy kupują mieszkania na własny użytek. Mimo pandemii struktura nabywców i profil klientów nie uległy zmianie. Liczną grupę stanowią osoby poszukujące swojego pierwszego mieszkania. To głównie młodzi ludzie zainteresowani kompaktowymi lokalami o niewielkich metrażach. Drugą dużą grupę klientów stanowią osoby poszukujące bardziej przestronnego lokalu, spełniającego określone wymagania w osiedlu o wyższym standardzie.

**Cezary Grabowski, dyrektor marketingu i sprzedaży Bouygues Immobilier Polska**

Nie zauważyliśmy zmian w profilu klienta. W przypadku naszych inwestycji obserwujemy niezmiennie te same zjawiska. Większość małych mieszkań kupowanych jest przez inwestorów, większe mieszkania nabywane są przez osoby poszukujące nowego miejsca do życia. Dla obu grup wciąż najbardziej liczy się lokalizacja, ale od niedawna, także na skutek pandemii, coraz bardziej doceniają części wspólne, elementy ekologiczne i well-being, balkony, tarasy i ogródki. Nabywcy zwracają także większą uwagę na renomę i wiarygodność dewelopera. Wbrew początkowym obawom, pandemia nie wpłynęła negatywnie na popyt na rynku deweloperskim, który po chwilowym wahaniu szybko się odbudowuje.

**Sebastian Barandziak, prezes Dekpol Deweloper**

Pandemia z pewnością zwiększyła potrzebę posiadania własnego mieszkania. Znacznie więcej czasu spędzamy obecnie w domu, gdzie konieczne stało się wygospodarowanie przestrzeni, zarówno do relaksu, jak również nauki i pracy zdalnej. Dlatego popyt na nowe lokale nadal pozostaje na wysokim poziomie. Klienci interesują się również zakupem tzw. second home w atrakcyjnej turystycznej lokalizacji, który mogliby wykorzystywać na własne potrzeby oraz pod wynajem. Takie potrzeby spełnia nasz, prestiżowy projekt Sol Marina zlokalizowany w jednym z najbardziej atrakcyjnych miejsc w Gdańsku, nieopodal Wyspy Sobieszewskiej. Widzimy również wzrost liczby klientów kupujących lokale w celu inwestycyjnym. Zapewne jest to skutek obecnej sytuacji, która zmusza do inwestowania oszczędności w nieruchomości, które uznawane są za bezpieczną przystań dla kapitału.

**Tomasz Czubak, dyrektor Przygotowania Projektów Deweloperskich w Jakon**

Myślę, iż struktura nabywców mieszkań nie uległa wielkiej zmianie. Nadal oprócz inwestorów, lokujących kapitał w nieruchomościach naszymi klientami są osoby chcące zaspokoić własne potrzeby mieszkaniowe. Pojawia się coraz większa grupa obcokrajowców, co może świadczyć o chęci osiedlenia się na stałe w naszym kraju. Są także klienci, którzy chcą poprawić swój komfort mieszkaniowy, kupując lokale o większym metrażu z przestronnymi tarasami. Wielu takich klientów zakupiło nasze apartamenty przy ulicy Lwowskiej w Poznaniu z przepięknym widokiem na Jezioro Maltańskie.

**Joanna Chojecka, dyrektor ds. sprzedaży i marketingu na Warszawę i Wrocław w Robyg SA.**

Struktura nabywców znacząco nie zmięła się , obserwujemy natomiast nowe preferencje i wymagania klientów, na co wpływ miała pandemia. Kupujący szukają elastycznie zaprojektowanych i wygodnych mieszkań, w których będą mogli łączyć życie codzienne z pracą zdalną. Chętniej wybierają lokale z balkonami lub tarasami, które posiada każde nasze mieszkanie. Jeśli chodzi o nabywców, zwiększa się nieco udział klientów kupujących mieszkania w celach inwestycyjnych oraz kupujących za gotówkę. Coraz częściej notujemy zainteresowanie Polaków mieszkających za granicą lub cudzoziemców mieszkających i pracujących w Polsce.

**Zuzanna Należyta, dyrektor ds. handlowych w Eco Classic**

Wiodącą grupą nabywców są osoby decydujące się na zakup w celu ochrony kapitału.

Nabywcy którzy kupują mieszkania na własne potrzeby to głównie osoby poszukujące większej przestrzeni. Zauważamy jednak, że osób nabywających mieszkania na własne potrzeby jest nieco mniej niż przed pandemią.

**Janusz Miller, dyrektor ds. sprzedaży i marketingu Home Invest**

Obecnie obserwujemy bardzo duże zainteresowanie zakupem mieszkań w naszych inwestycjach. W pandemii szczególnie zwiększyła się grupa klientów inwestycyjnych, kupujących za gotówkę, którzy chcą ochronić kapitał przed inflacją i wycofują środki z lokat, aby kupić nieruchomość. Nie brakuje wciąż także klientów, którzy poszukują mieszkań dla siebie i finansują zakup z kredytu. Kredyt jest tani dzięki niskiemu oprocentowaniu, więc jest wielu chętnych.

**Karolina Guzik, menadżer sprzedaży w spółce mieszkaniowej Skanska**

Nie zauważamy, by pandemia znacząco wpłynęła na strukturę nabywców. Nasze mieszkania niezmiennie cieszą się dużym zainteresowaniem zróżnicowanych grup klientów. Z jednej strony są to osoby, które kupują drugie mieszkanie lub zmieniają aktualne na większe, lepsze, bardziej komfortowe. Z drugiej strony są to klienci inwestycyjni, którzy doskonale zdają sobie sprawę z tego, że zakup mieszkania jest bezpieczną i pewną formą lokowania kapitału.

Natomiast pandemia faktycznie wpłynęła na pewne preferencje klientów. Większym zainteresowaniem cieszą się mieszkania z własnym ogródkiem lub z dużym balkonem. Nabywcy szukają mieszkań w inwestycjach, które posiadają swoje własne tereny rekreacyjne – parki, skwery i piękną, zadbaną zieleń. Dlaczego? Chcą po prostu żyć na osiedlach, które umożliwią im kontakt z naturą i relaks na świeżym powietrzu w bliskim sąsiedztwie domu. Obserwujemy również, że klienci coraz bardziej interesują się mieszkaniami w spokojnej okolicy, dzięki czemu mogą uciec od zgiełku w centrum miasta.

**Bogdan Borkowski, prezes zarządu Waryński S.A. Grupa Holdingowa**

Około 60 proc. nabywców to klienci poszukujący lokum o większym metrażu z dodatkowym miejscem na pracę zdalną. Są to głównie osoby w wieku 30-40 lat. Jeżeli są to młodzi rodzice, przy wyborze mieszkania ważna jest dobra lokalizacja, bliskość parków, przedszkoli, szkół, sklepów i przystanków miejskich.

Część klientów to osoby, które lokują kapitał w nieruchomości, niezależnie czy jest to lokal usługowy, czy mieszkalny. Nabywają nieruchomości pod wynajem długoterminowy, ale także na przykład dla studiujących dzieci. Ta grupa stanowi aż 35 proc. wszystkich transakcji.

Nie zauważyliśmy zmian w strukturze klientów. Widzimy raczej lekkie, ale znaczące zmiany w wymaganiach stawianych lokalom właśnie z uwagi na pandemię.

**Adrian Potoczek, dyrektor ds. Sprzedaży i Marketingu w Wawel Service**

Pandemia nie zmieniła profilu naszego klienta, wciąż jest ten sam. Zaobserwowaliśmy grupę inwestorów, którzy chcą ulokować swoje środki w nieruchomości. Niemniej mieszkania kupują teraz głównie młode pary w wieku 25-34 lat, które poszukują swojego, pierwszego M. A także rodziny z dziećmi wybierające mieszkania o metrażu powyżej 60 mkw. oraz osoby, dla których ważna jest większa przestrzeń w doskonałych lokalizacjach w Krakowie, decydujące się na lokale o powierzchni powyżej 75 mkw. Profil klienta od lat jest dość podobny, jednak na przestrzeni czasu dają się zauważyć dominujące grupy.

**Agata Zambrzycka, dyrektor ds. Sprzedaży i Marketingu w Aria Development**

W ostatnim czasie obserwujemy zmianę w strukturze nabywców. Większość osób nadal kupuje na własne cele mieszkaniowe, jednak zwiększył się odsetek klientów inwestycyjnych, którzy chcą ulokować gotówkę na rynku nieruchomości.

**Edyta Kołodziej, dyrektor sprzedaży i marketingu w Nickel Development**

Rzeczywiście obserwujemy w strukturze nabywców ciągle zwiększający się udział osób traktujących zakup nieruchomości jak ochronę kapitału przed utratą wartości. Drugą wyraźnie zaznaczającą się grupą są natomiast młode rodziny kupujące mieszkanie na własny użytek. Daje się zauważyć tendencja do poszukiwania większych powierzchni niż w poprzednich latach i rosnące zainteresowanie lokalizacjami na przedmieściach. Nie bez znaczenia jest w tym kontekście utrzymująca się popularność mieszkań parterowych z ogrodami, których próżno szukać w inwestycjach miejskich. Widzimy to wyraźnie na przykładzie naszego Osiedla Księżnej Dąbrówki na zachodnich przedmieściach Poznania.

O ile zmiany w strukturze nabywców są widoczne, to profile kupujących pozostają takie same. Jeśli chodzi o naszych klientów nie obserwujemy nowych grup o innych niż dotychczas cechach charakterystycznych.

**Mariola Żak, dyrektor marketingu i sprzedaży Aurec Home**

Wśród naszych klientów są tacy, dla których kupno mieszkania jest inwestycją, jednak dużą grupę stanowią osoby szukające pierwszego M dla siebie lub swojej rodziny. Klienci posiadają stabilne źródła finansowania oraz wkład własny na wymaganym przez banki poziomie. Jednak obecne, dość surowe kryteria oceny zdolności kredytowej przekładają się na ich siłę nabywczą. Dlatego obserwujemy, że najbardziej poszukiwane są dwupokojowe mieszkania o metrażu do 40 mkw., ale również trzypokojowe do nieco ponad 60 mkw. Kupujący w warszawskim Miasteczku Jutrzenki doceniają przemyślany sposób rozplanowania przestrzeni przeznaczonej do przechowywania oraz ciekawie rozdzieloną przestrzeń nocną od dziennej.

**Małgorzata Ostrowska, dyrektor Pionu Marketingu i Sprzedaży w J.W. Construction Holding S.A.**

Niezmiennie wśród naszych klientów przewijają się nabywcy gotówkowi, ale nie ma to związku z pandemią, a jedynie z niskimi stopami procentowymi i inflacją. Covid-19 wpłynął na preferencje dotyczące powierzchni lokalu. Dużym powodzeniem cieszą się mieszkania większe, w których można wyodrębnić pokój przeznaczony do pracy zdalnej czy nauki. Większość klientów zwraca uwagę na to czy lokal jest z przestrzennym balkonem, tarasem lub ogródkiem.

Wielu ekspertów przewidywało, że pandemia wpłynie na potrzebę czy też konieczność odizolowania się od ludzi, intensywnego obcowania z naturą, zielenią, życia z dala od miasta, że część osób przeniesie zainteresowanie z mieszkań na domy i działki. Istotnie, w ciągu ostatnich miesięcy zaobserwowaliśmy większe zainteresowanie domami, które stawiamy w podmiejskim Osiedlu Villa Campina blisko Puszczy Kampinoskiej. Kupują je, nie tylko rodziny z małymi dziećmi, ale także osoby, które poszukują lokum na jesień życia. Przewidujemy, że ta tendencja będzie się utrzymywać także w przyszłym roku.

Autor: dompress.pl