



Kto kupuje nowe mieszkania

Rosnące wymagania kredytowe skłaniają część nabywców do odkładania zakupu mieszkań w czasie.

Kamil Niedźwiedzki

analityk serwisu nieruchomości
Dompres.pl

Czy najliczniejszą grupą osób, które kupują mieszkania w nowych osiedlach są nadal młodzi ludzie chcący się usamodzielnic? Czy struktura klientów deweloperów uległa ostatnio pewnym, zauważalnym zmianom?

Mirosław Kujawski,
członek zarządu LC Corp S.A.
Koncentrujemy się na zaspokajaniu potrzeb w segmencie popularnym, który reprezentowany jest przez klientów dokonujących zakupu na własne potrzeby mieszkaniowe. W tej grupie prze-

ważają osoby młode, w wieku średnio 31 lat, będące na etapie usamodzielniania się i zakładania własnej rodziny. W najbliższych latach może nastąpić tu niewielka zmiana spowodowana wzrostem wymaganego wkładu własnego. Część nabywców będzie prawdopodobnie zmuszona przenieść w czasie zakupu swojego pierwszego mieszkania z uwagi na konieczność zgromadzenia odpowiednich środków finansowych. Inaczej wygląda sytuacja w przypadku klientów inwestycyjnych, wśród których przeważają osoby w przedziale wiekowym między 35 a 60 lat, które mają średnio po 44-46 lat.

Wioletta Kleniewska,
dyrektor marketingu
i sprzedaży w Polnord S.A.
Rosnące wymagania kredytowe skłaniają część nabywców do odkładania zakupu mieszkań w cz-

sie. Ponadto wśród klientów pojawiają się osoby starsze zamieniające mieszkanie na mniejsze lub osiedlające się bliżej rodziny. Nadal jednak najliczniejszą grupę stanowią osoby w wieku około 25-34 lat, poszukujące mieszkania dla siebie lub zakładające rodzinę.

Yael Rothschild,
prezes firmy Mill-Yon Gdańsk
Największą zmianą, jaką obserwujemy w strukturze nabywców, jest pojawienie się młodych Polaków, którzy kilka ostatnich lat spędzili za granicą. Nie zawsze zakup mieszkania oznacza jednak powrót do kraju, w tym przypadku są to również zakupy inwestycyjne. Dokonują ich głównie młodzi ludzie w wieku około 30 lat, którzy kupują mieszkania niewielkie, ale wyjątkowe, np. na najwyższych kondygnacjach z widokiem na panoramę miasta.

Tomasz Sujak,
członek zarządu Archicom S.A.
Nie obserwujemy spadku liczby młodych ludzi kupujących nasze mieszkania, widzimy natomiast wzrost liczny nieco starszych osób kupujących swoje drugie mieszkanie. Tym samym wzra-

sta zainteresowanie mieszkaniami trzypokojowymi, szczególnie o mniejszej powierzchni. Widać też rosnący popyt na apartamenty i penthousy, czego przykładem może być sprzedaż w inwestycji River Point zlokalizowanej nad Odrą w bezpośrednim sąsiedztwie wrocławskiego Starego Miasta. Obserwowanym przez nas trendem jest też powracanie klientów, którzy już kiedyś kupili mieszkanie w naszej inwestycji i polecenia ze strony naszych klientów. W ten sposób sprzedajemy blisko 40 proc. mieszkań.

Zuzanna Kordzi,
dyrektor ds. handlowych
w ECO Classic

Grupa naszych klientów jest bardzo zróżnicowana. Budujemy głównie z myślą o rodzinach. Największą grupę nabywców mieszkań w naszych projektach stanowią młode pary z dziećmi oraz osoby planujące powiększenie rodziny. Duża grupa kupujących to także młode osoby niezależne finansowo, rozpoczynające życie i pracę, którym pomagają rodzice. Nie brakuje również osób, które wybrały inwestycję Hubertus czy Wolne Miasto jako miej-

sce, w którym chcą spędzić jesień życia, otrzymujemy sygnały, że wybór okazał się trafny.

Aneta Michalska,
reprezentująca Grupę Inwest

O ile wciąż najszerszą grupą naszych klientów są osoby, które kupują swoje pierwsze mieszkanie, w istocie w ostatnich latach dał się zauważyć wzrost liczby nabywców, którzy zmieniają mieszkanie na większe. Często są to nasi klienci sprzed kilku lat, kupujący drugie albo trzecie mieszkanie. Najczęściej poszukują większego metrażu w związku z poszerzeniem rodziny czy wyższymi zarobkami. Seniorzy również coraz częściej decydują się na zmianę miejsca zamieszkania. Jeszcze 10 lat temu mobilność osób po 60. roku życia była niewielka, a dziś coraz częściej decydują się na sprzedaż własnych nieruchomości i kupno mieszkań w dobrej lokalizacji i otoczeniu rozwiniętej infrastruktury. Zależy im również, by mieszkać w sąsiedztwie dzieci i wnuków. Nasze inwestycje temu sprzyjają. Warszawski Grochów, na którym budujemy najwięcej mieszkań, charakteryzuje się spokojnym otocze-

”
Największą zmianą, jaką obserwujemy w strukturze nabywców, jest pojawienie się młodych Polaków, którzy kilka ostatnich lat spędzili za granicą. Nie zawsze zakup mieszkania oznacza jednak powrót do kraju, w tym przypadku są to również zakupy inwestycyjne

niem, bezpieczeństwem i licznymi terenami zielonymi oraz rozbudowaną strukturą miejską.

Janusz Miller,
dyrektor ds. sprzedaży i marketingu Home Invest

Nie zauważamy, aby ostatnio zaszły większe zmiany, jeśli chodzi o strukturę nabywców mieszkań. Naszymi klientami są osoby w różnym wieku. W większości ludzie młodzi, poszukujący swojego pierwszego mieszkania. Osoby starsze, które kupują mieszkania w naszych projektach, najczęściej chcą sobie poprawić standard, przeprowadzając się z lokalu w starym budownictwie. Liczba obcokrajowców wśród naszych klientów jest niewielka.

Łukasz Szumny,
dyrektor sprzedaży w HSD Arrow

W strukturze naszych klientów znaczną część stanowią młodzi ludzie, m.in. ze względu na duży wybór kompaktowych mieszkań, które oferujemy. Wśród klientów są również takie osoby, które kupują kolejne mieszkanie ze względu na sytuację rodzinną, ale stanowią oni zdecydowanie mniejszą grupę nabywców.

Małgorzata Ostrowska,
członek zarządu oraz dyrektor pionu marketingu i sprzedaży J.W. Construction Holding S.A.

Rządowy program MdM spowodował duże zmiany w gronie osób, które

nabywają nieruchomości. Znacznie wzrosła liczba ludzi młodych oraz rodzin wielodzietnych, którym wprowadzona we wrześniu 2015 roku nowelizacja umożliwiła zamianę mieszkania na większe. Znaczna część z nich zamiast mieszkania wybrała domy, które w inwestycji Villa Campina oferujemy w cenie od 399 tys. zł.

Mirosław Bednarek,
prezes zarządu Matexi Polska

Struktura nabywców to rzecz zmienna także dlatego, że rynek mieszkaniowy ewoluuje. Młodzi ludzie to wciąż bardzo silna grupa nabywca. Coraz częściej jednak ich pierwszym mieszkaniem nie jest kawalerka, ale mieszkanie dwupokojowe. Silną grupę od dłuższego czasu stanowią także nabywcy gotówkowi – inwestycyjni, co jest w znacznej mierze konsekwencją niskiego oprocentowania lokat bankowych. Wśród młodych rodzin najchętniej sprzedają się rozkładowe mieszkania trzypokojowe. Coraz więcej klientów szuka też dużych mieszkań o powierzchni ponad 100 mkw. w dobrych projektach i lokalizacjach.

Roma Peczyńska,
dyrektor e-marketingu RED Real Estate Development

W Warszawie i Poznaniu nasza propozycja nieprzerwanie przemawia przede wszystkim do rodzin z dziećmi, młodych małżeństw, sin-

gli, osób powyżej 45. roku życia oraz seniorów. We wrocławskiej Nowej Papierni, inwestycji z pofabryczną przestrzenią, utrzymaną w industrialnym klimacie klientami są przede wszystkim osoby, które przekroczyły 30. rok życia i zaczynają karierę zawodową. Często są to osoby pracujące w zawodach kreatywnych, w branży IT, marketingu, reklamy, jak również architektki.

Adrian Potoczek,
dyrektor sprzedaży w Wawel Service

Młodzi nabywcy to wciąż największy odsetek naszych klientów. Kolejną grupą są osoby, które zmieniają mieszkania na większe, dla których stworzyliśmy program „Zmień stare na nowe”. Skierowany jest do osób pragnących sfinansować zakup mieszkania lub domu w naszej inwestycji ze środków uzyskanych ze sprzedaży innej nieruchomości.

Lidia Fedorczyk,
manager sprzedaży w Atlas Estates

Wśród naszych klientów jest kilka grup nabywców. W większości są to młode, bezdzietne osoby po studiach, które poszukują swojego pierwszego mieszkania. Sporą grupę stanowią także osoby z dziećmi zainteresowane większymi mieszkaniami dla rodziny, chcące podnieść komfort zamieszkania. Zwykle zmieniając mieszkanie, wybierają miejsce bliżej centrum lub z dogodniejszym do niego dojazd-

dem. Wśród klientów są też rodzice studentów, którzy zamiast wynajmować dzieciom mieszkanie wolą zainwestować we własną nieruchomość.

Przemysław Bednarczyk,
wiceprezes zarządu Waryński S.A. Grupa Holdingowa

Przygotowana przez nas oferta mieszkań adresowana jest do zróżnicowanej grupy odbiorców. Na podstawie wyników sprzedaży w poszczególnych fazach naszych inwestycji zaobserwowaliśmy, iż osoby młode coraz częściej decydują się na zakup większych lokali. Z tego względu, dużą popularnością cieszą się mieszkania o powierzchni ok. 50-55 mkw., które dzięki funkcjonalnemu rozkładowi zapewniają odpowiedni komfort. Mieszkań poszukują także osoby zmieniające lokum, zainteresowane zwiększeniem przestrzeni lub lepszą komunikacją z centrum miasta, jak również inwestorzy, planujący wynajmować mieszkania.

Katarzyna Pietrzak,
dyrektor sprzedaży i marketingu w Victoria Dom S.A.

W naszych projektach mieszkania najczęściej kupują osoby korzystające z dopłat w programie MdM. Przeważnie są to młodzi ludzie lub rodziny z dziećmi. Rzadko kupującymi są osoby starsze. Sporadycznie zdarzają się obcokrajowcy, a jeśli do nas trafiają, są to zazwyczaj osoby pochodzące z terenów wschodnich.