

Studie: Europas Verbraucher mit gutem Gespür für Immobilienmarkt

Frankfurt am Main, 23. August 2019 – Nicht immer deckt sich bei Verbrauchern das subjektive Gefühl mit objektiv gemessenen Daten. Im Falle des Immobilienmarktes und der öffentlichen und medialen Diskussion um Preise und Mieten können Europas Verbraucher aber ihrem Bauchgefühl vertrauen. Gefühlt teuer ist auch gemessen teuer und der Unmut über die Wohnungspolitik ist dort am größten, wo am wenigsten gebaut wird.

Die Beratungsfirma Deloitte untersuchte in ihrem „Property Index“ verschiedene Aspekte des Immobilienmarktes in europäischen Ländern und Städten, beispielsweise die Entwicklung des Preisniveaus oder die Bautätigkeit. Beim Vergleich der Studienergebnisse mit den Resultaten der repräsentativen Verbraucherumfrage „ING International Survey“ zeigen sich einige Zusammenhänge zwischen objektiven Daten und subjektiven Wahrnehmungen der Verbraucher.

Geringe Bautätigkeit führt zu Unzufriedenheit bei Verbrauchern

Vor allem die Spanier stellen ihren Politikern ein schlechtes Zeugnis in Immobilienfragen aus; über zwei Drittel sehen ihr Land auf dem falschen Weg in der Wohnungspolitik – was damit zusammenhängen könnte, dass dort im letzten Jahr nur 1,53 neue Wohneinheiten je 1.000 Einwohner fertiggestellt wurden. „Überfüllt“ finden ihren Immobilienmarkt vor allem Niederländer, Briten und Polen. Polen und Großbritannien sind auch die Länder mit dem geringsten Wohnungsbestand je 1.000 Einwohner.

Bewertung der Immobilienpreise vom Einkommen abhängig

Das Preisniveau wird dann als teuer empfunden, wenn für die Anschaffung einer Immobilie eine hohe Anzahl an Jahresgehältern fällig wird. Das ist vor allem in Tschechien, Polen und Großbritannien der Fall. In Deutschland sind Immobilien – ungeachtet lokaler Preisübertreibungen – insgesamt als erschwinglich zu betrachten.



Medienkontakt

ING Deutschland
Alexander Baumgart
Tel.: 069 / 27 222 66145
E-Mail: alexander.baumgart@ing.de

Über ING Deutschland

Mehr als 9 Mio. Kunden vertrauen der ING Deutschland. Damit ist sie die Bank mit den drittmeisten Kunden hierzulande. Die Kerngeschäftsfelder im Retail Banking sind Baufinanzierungen, Girokonten, Spargelder, Verbraucherkredite und das Wertpapiergeschäft. Das Institut ist jeden Tag 24 Stunden für seine Kunden erreichbar. Im Segment Wholesale Banking ist das Unternehmenskundengeschäft der Bank zusammengefasst. Zu den Kunden gehören große, international operierende Unternehmen. Für die ING arbeiten an den Standorten Frankfurt (Hauptstandort), Hannover, Nürnberg und Wien rund 4.000 Mitarbeiter.