

TISKOVÁ ZPRÁVA

„Singles“ – nový fenomén bydlení ve velkých městech

Praha, 6. března 2014 – Do České republiky dorazil fenomén bydlení pro „singles“ – svobodné mladé lidi. Nová cílová skupina si postupně získává pozornost developerů především ve velkých městech. Kromě požadavků na specifickou velikost bytu a jeho dispozice se tato skupina soustředí také na architekturu domu, lokalitu a nadstandardní vybavení bytů. Každý rok se prodají stovky takových bytů a zájem o ně bude v dalších letech ještě narůstat.

„V posledních dvou letech se výrazně navýšila poptávka ze strany „singles“ zájemců o bydlení,“ říká Tomáš Pardubický, generální ředitel společnosti FINEP. Jak dodává, mladí lidé dnes již neslyší na takzvané startovací byty, ale chtějí plnohodnotné kvalitní bydlení. „K pořízení bytů dnešní mladá generace přistupuje jinak, než tomu bylo například před deseti lety – vnímají je jako investici, která jim v budoucnu může zajistit další příjem. Proto již jako svobodní často volí koupi bytu, nejčastěji v kategorii 1kk nebo 2kk, a nebojí se říci si o nadstandardní vybavení,“ doplňuje Pardubický. Byty si zároveň často nechávají i poté, co vstoupí do partnerského nebo manželského života. „Velmi často takový byt pronajímají a z výnosu splácí jeho pořízení. Berou to jako dobrou investici a zároveň jistotu,“ říká Pardubický. Počáteční kapitál pro nákup takových bytů mají mladí lidé často ze stavebního spoření či jiného finančního produktu, stále častěji jim s nákupem bytu pomáhají také rodiče. Výjimkou nejsou ani byty, které pro své děti kupují přímo rodiče.

Další specifickou skupinou, která de facto navazuje na „singles“ jsou takzvaní „mingles“. Jedná se o partnerské páry, které ačkoli žijí společně, mají každý svůj vlastní byt. Lidé, žijící jako „mingles páry“ bývají úspěšní v zaměstnání, finančně nezávislí, žijící ve spokojeném vztahu, nicméně odmítají se vzdát jisté formy svobody v podobě vlastního bydlení. Proto si dlouhodobě (často i po svatbě) udržující svůj vlastní byt, ke kterému přišli ještě v době, kdy byli „singles“.

Společnost FINEP v posledních letech ve svých projektech registruje více než polovinu bytů prodaných „singles“ klientům. Poměr bytů v žádaných kategoriích je dokonce přes 60 %. „Singles“ klienti jsou přitom specifickou skupinou nejen v ohledu na velikost bytu a jeho dispozici, ale mají také mnoho dalších požadavků. Jedním z nich je volba lokality – vyžadují dobré spojení s centrem města, zároveň ale chtějí klidnou lokalitu s přístupem k aktivnímu odpočinku a zeleni. V otázce vybavení bytů jsou potom náročnější, než mnozí jiní klienti – volí sice raději jeho střídmější podobu, ale soustředí se na kvalitu a design. Záleží jim také na architektuře domu.

Češi stále častěji bydlí sami, ukázal průzkum

Z průzkumu, který si v nedávné době nechala společnost FINEP na téma bydlení pro mladé lidi udělat agenturou StemMark vyplynulo, že v Praze bydlí 8,2 % lidí v bytě samostatně. Více než 23 % mladých lidí bydlí dosud s rodiči – právě oni jsou cílovou skupinou, kterých se „singles“ a později „mingles“ bydlení přímo dotýká. Lze proto předpokládat, že význam skupiny při prodeji nových bytů i nadále poroste. Více než 55 % pražských rodičů navíc ve stejném průzkumu uvedlo, že uvažuje o koupi bytu pro své děti, nebo že by se do takové koupě zapojili. Zájem o nové byty pro „singles“ podporuje také

TISKOVÁ ZPRÁVA

zvyšující se životní úroveň mladých lidí a jejich výraznější finanční gramotnosti, díky které umí lépe hospodařit s penězi a jsou připraveni je vhodně investovat.

Trend ze zahraničí

Trend singles přitom dobře znají také v dalších zemích Západní Evropy a v USA. Jedná se o děti „silné generace“ narozené mezi lety 1979 a 1985, kterým nyní rodiče ve velkém pořízují bydlení ve velkých městech. Podle studie společnosti PwC a Urban Land Institute se tato generace se označuje také jako "urban generation", protože preferuje bydlení ve městech. Lze tedy očekávat stahování zájmu z okrajových částí a satelitů zpět do center měst a jejich následný rozvoj. Jak studie „Emerging Trends in Real Estate® 2014“ dále uvádí, 40 % příslušníků této skupiny chce žít ve velkém nebo větším městě (z předchozí generace to bylo 30 %), tuto generaci charakterizuje nakupování a zábava v digitálním věku. Při výběru bydlení jsou pro ní hlavní parametry blízká vzdálenost do práce a školy (82 %), možnost pěší docházky (76 %), přístup k nakupování a zábavě v okolí (71 %), přístupná MHD (57 %). 38 % této generace se chce přestěhovat do apartmánu nebo duplexu, městského nebo řadového domu, 49 % generace bydlí single, 60 % se chce v dalších 5 letech stěhovat, opět do single domácnosti.

KONTAKTY:

Pavla Temrová
PR manažerka, tisková mluvčí

V případě zájmu o další informace kontaktujte, prosím:

Pavla Temrová, FINEP, +420 602 306045, +420 224 475 053, e-mail: pavla.temrova@finep.cz
Zdeněk Soudný, +420 731 431 998, e-mail: zdenek.soudny@p-b.cz

FINEP se specializuje na výstavbu rezidenčních bytových projektů a velkých administrativních center. Při realizaci projektů klade důraz na nadstandardní servis a spokojenost klientů. Klíčová je lokalita, originální architektura, kvalitní provedení stavby a plnohodnotná občanská vybavenost. K dnešnímu dni společnost FINEP postavila více než 7 500 nových bytů v několika desítkách úspěšných projektů. Mezi administrativní komplexy společnosti FINEP patří například projekt City West v pražských Stodůlkách, poskytující zázemí pro Komerční banku, Siemens, Hyundai a mnoho dalších.

FINEP je ryze česká společnost, jež si za dobu své existence, od roku 1995, vybuodovala na českém trhu velmi silnou pozici. V roce 2006 rozšířil FINEP svou působnost za hranice České republiky, na Slovensko, od roku 2013 realizuje projekt také v Mongolsku. Produktové portfolio je doplněno nabídkou realitních a finančních služeb. Finep stál u renesance nové družstevní výstavby v České republice. Více informací na www.finep.cz

Společnost FINEP prodala v roce 2013 celkem 620 bytů, což je oproti roku 2012 nárůst o celých 10 procent (v roce 2011 to bylo celkem 490 bytů). Pro rok 2014 předpokládá, že bude trh nových bytů v Praze i nadále stabilně růst.