FeWo-direkt in Kooperation mit der Kristensen Group Deutschland

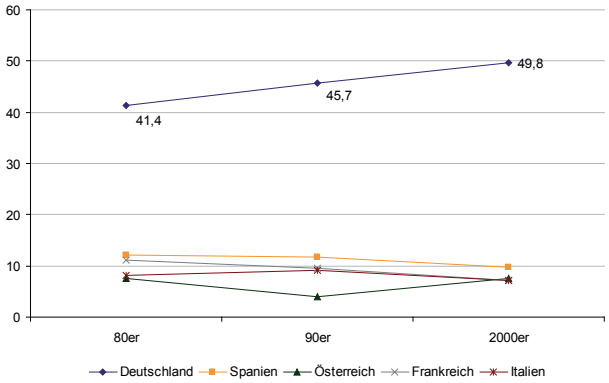
Marktstudie zu privaten Ferienimmobilien 2009

Bei wachsendem Ferienhaustourismus avanciert die Ferienimmobilie zu einem stabilen und sicheren Investment. Insbesondere in der Finanzkrise gewinnt der Ferienhausurlaub viele Erstbucher: Familien, die dem Pauschaltourismus den Rücken kehren und die Vorzüge und den Kostenvorteil des Ferienhausurlaubs wahrnehmen möchten. Um den privaten Ferienhausmarkt gründlich zu analysieren, hat FeWo-direkt in Zusammenarbeit mit der Kristensen Group Deutschland 2.036 Eigentümer zu ihren Ferienimmobilien befragt: Kaufmotive und -kriterien, Objekteigenschaften, Finanzierung, Einnahmen und Vermietung sind wesentliche Themen der Umfrage, die vom 20.10. bis 01.12.2008 durchgeführt wurde. Die Befragten sind Nutzer des Ferienhausportals www.fewo-direkt.de.

1 Stetiges Wachstum bei deutschen Ferienimmobilien

Bei deutschen Privatanlegern sind Ferienimmobilien im eigenen Land besonders beliebt. Fast die Hälfte des Ferienhausbestands der Befragten liegt in Deutschland (48 Prozent). Auslandsimmobilien verteilen sich auf die Länder Spanien (10,4 Prozent), Italien (8,1 Prozent), Frankreich (7,9 Prozent) und Österreich (sieben Prozent). Seit 2000 boomt der Ferienimmobilienmarkt: 53,7 Prozent aller Käufe entfallen auf die letzten acht Jahre. Allerdings wurden 2008 durchschnittlich etwas weniger Ferienimmobilien gekauft als jeweils noch in den drei Jahren zuvor (-1,7 Prozentpunkte). Die Ergebnisse aus 2008 bestätigen den Deutschland-Trend: 53,5 Prozent der Befragten investierten in der Heimat. Aufgrund von Finanzkrise und niedrigem Dollarkurs liegen die USA mit acht Prozent auf der Spitzenposition bei den Auslandsimmobilien und verweisen die europäischen Länder auf die nachfolgenden Plätze. Wie die Ergebnisse zeigen, haben sich die Käufe privater Ferienimmobilien in Deutschland seit Beginn der 80er Jahre positiv entwickelt. Die Anzahl der Objekte ist bis heute um 20 Prozent angestiegen, während sich das Niveau der Auslandsimmobilien kaum verändert hat.

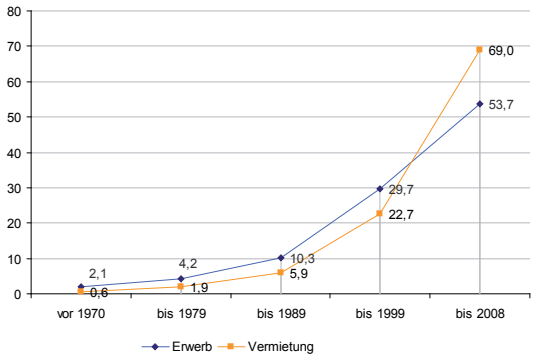
Grafik 1: Entwicklung des Ferienhausangebots



in Prozent, Quelle „Marktstudie zu privaten Ferienimmobilien 2009"

In den letzten acht Jahren ist der Vermietungsmarkt stark gewachsen. 69 Prozent der Ferienhausbesitzer sind zwischen 2000 und 2008 in die Vermietung eingestiegen – 23,8 Prozent allein in den letzten zwei Jahren. Das Internet als einfacher und effizienter Werbekanal hat entscheidend zu dieser Entwicklung beigetragen. Mittlerweile sind Ferienimmobilien ein wichtiges Standbein des Tourismus – insbesondere in Deutschland, wo jährlich 34 Prozent aller Ferienhausübernachtungen verbucht werden können.

Grafik 2: Erwerb und Vermietung



in Prozent, Quelle „Marktstudie zu privaten Ferienimmobilien 2009"

FeWo-direkt from HomeAway
www.fewo-direkt.de/marktstudien

Kristensen Group Deutschland Kristensen Group

Marktstudie zu privaten Ferienimmobilien 2009

2 Das Auto ist wichtigstes Transportmittel

Bei 64 Prozent der Befragten ist der Hauptwohnsitz maximal 500 Kilometer von der Ferienimmobilie entfernt. 85,2 Prozent nutzen für die Anreise einen PKW – nur 30 Prozent zusätzlich ein Flugzeug. Alternative Anreisemöglichkeiten wie Mietwagen, Fähre oder Bus sind für 16,9 Prozent relevant. Eine Ferienimmobilie in der Nähe des Hauptwohnsitzes lohnt – ein schneller Anreiseweg erleichtert Vermietern die Instandhaltung des Ferienhauses. Ein Drittel der Vermieter wohnen daher direkt im Ort oder sogar auf dem Anwesen.

Selbst bei Auslandsimmobilien ist das Auto wichtigstes Transportmittel. Weniger als die Hälfte der Befragten reisen per Flugzeug (44,6 Prozent). Die Nähe zum Flughafen ist dennoch ein Muss: 86,3 Prozent der Objekte sind maximal 100 Kilometer von einem Flughafen entfernt, wobei 79,2 Prozent von Billig-Airlines angeflogen werden. Bei 21,1 Prozent der Auslandsimmobilienbesitzer hat die Einführung der Billig-Airlines zu einer Wertsteigerung der Immobilie geführt. Diese liegt nach Angaben der befragten Eigentümer bei 26,3 Prozent.

3 Die Lage hat den größten Einfluss auf die Wertveränderung der Immobilie

Das Ferienobjekt als Kapitalanlage fest im Blick: 59,6 Prozent der Befragten kennen den aktuellen Wert ihrer Immobilie. 23,1 Prozent haben ihr Objekt schon einmal schätzen lassen. Das Ergebnis: 76,7 Prozent der Immobilien sind im Wert gestiegen, nur 14,2 Prozent haben zum Teil große Verluste erlitten. Bei den restlichen 9,1 Prozent blieb der Wert unverändert. Die Ergebnisse zeigen, dass eine Ferienimmobilie durchaus als stabile Wertanlage betrachtet werden kann. Den größten Einfluss auf eine positive Wertveränderung hat die Lage (86,9 Prozent), vor einer kontinuierlichen Instandhaltung (72 Prozent). „Da Ferienimmobilien in 1A-Standorten knapp werden, prognostizieren wir für Lagen in Strandnähe in den nächsten zehn Jahren einen deutlichen Preisanstieg", sagt Per Barlag Arnholm, geschäftsführender Gesellschafter der Kristensen Group Deutschland. „Das Wertsteigerungspotenzial lässt sich auch aus der Vergangenheit ablesen. Während der durchschnittliche Preis eines Ferienhauses in Deutschland in den 90er Jahren bei etwa 200.000 Euro lag, liegt er heute bei rund 340.000 Euro."

Welche Kriterien haben den meisten Einfluss auf die Wertveränderung?

Lage	86,9 %
Grad der Instandhaltung	72,0 %
Aufstreben der Tourismusregion	48,0 %
Wert der Innenausstattung	45,2 %
Wirtschaftliche und politische Situation	31,7 %
Annehmlichkeiten (z. B. neuer Wellnessbereich)	20,6 %
Entwicklung der Infrastruktur (z. B. Neubauten/Anbindung)	19,0 %
Steigende Anzahl von (Billig-) Airlines/bessere Anreisemöglichkeiten	5,8 %

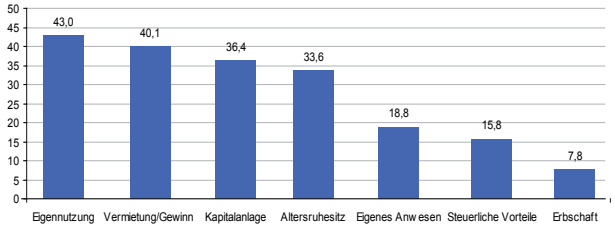
Quelle „Marktstudie zu privaten Ferienimmobilien 2009"

4 Eigennutzung ist Kaufmotiv Nummer eins

Sich ein stückweit im Urlaub zu Hause fühlen, ist das entscheidende Kaufmotiv: Bei 43 Prozent der Befragten stand die Eigennutzung der Ferienresidenz beim Kauf im Vordergrund. 40,1 Prozent betrachteten die Ferienimmobilie als zusätzliche Einkommensquelle. Für 36,4 Prozent stellte sie in erster Linie eine gute Geld- und Kapitalanlage mit Wertsteigerungspotenzial dar. Den Traum von einem Altersruhesitz erfüllten sich immerhin noch ein Drittel der Befragten.

Marktstudie zu privaten Ferienimmobilien 2009

Grafik 3: Kaufmotive



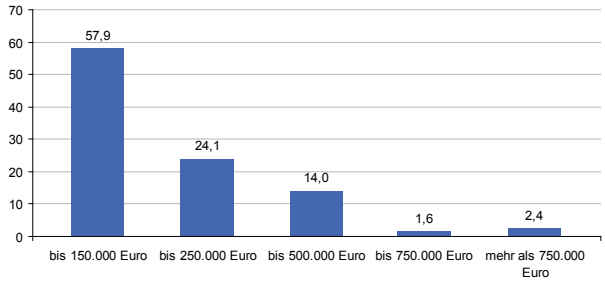
in Prozent, Quelle „Marktstudie zu privaten Ferienimmobilien 2009"

Die Kristensen Group Deutschland beobachtet seit Jahren den Trend, dass bei deutschen Kaufinteressenten der Mix aus Eigennutzung und Kapitalanlage besonders beliebt ist. Ausländische Investoren deutscher Objekte sehen die Ferienimmobilie dagegen mehr als reine Kapitalanlage. Ein Grund dafür: In Dänemark oder den Niederlanden sind Ferienimmobilien häufig doppelt so teuer wie in Deutschland.

5 Durchschnittlicher Kaufpreis liegt bei 196.500 Euro

Für den Traum von der eigenen Ferienimmobilie investierten Privatanleger durchschnittlich 196.500 Euro. Mehr als die Hälfte der Befragten haben maximal 150.000 Euro gezahlt.

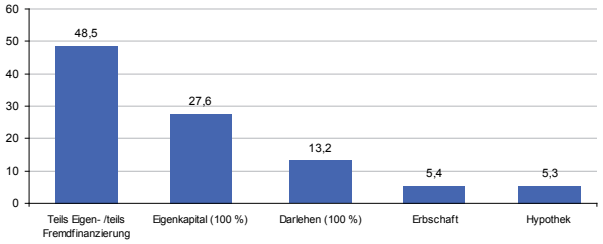
Grafik 4: Preise



in Prozent, Quelle „Marktstudie zu privaten Ferienimmobilien 2009"

67 Prozent der Befragten benötigten Fremdkapital für die Finanzierung ihres Traums. Nur 33 Prozent finanzierten sich das Ferienobjekt aus eigenen Finanzmitteln oder erbten die Immobilie.

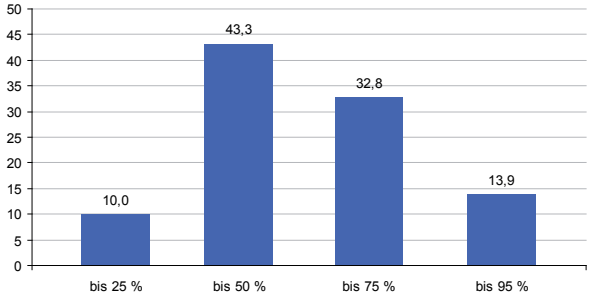
Grafik 5: Finanzierungsformen



in Prozent, Quelle „Marktstudie zu privaten Ferienimmobilien 2009"

Der Anteil der Fremdfinanzierung liegt durchschnittlich bei 53,7 Prozent. Nur ein geringer Teil der Befragten (zehn Prozent) konnten mindestens drei Viertel der Investitionssumme mit Eigenkapital abdecken.

Grafik 6: Fremdkapitalanteil



in Prozent, Quelle „Marktstudie zu privaten Ferienimmobilien 2009"

Die beste Finanzierungsform besteht in der Kombination aus Vermietung und Eigennutzung: Eigentümer, die ihr Ferienobjekt mindestens 120 Tage im Jahre vermieten, können laufende Kosten, Kreditzinsen und Tilgungsraten abdecken – so eine Faustformel des Immobilienverbands Deutschland.

Ferienhäuser aus Privatverkäufen sind gefragt: Fast 48 Prozent der Befragten erwarben das Objekt direkt von privat. Die begehrtesten Vermittler sind Immobilienmakler (24,6 Prozent) und Bauträger (11,8 Prozent). Ein Kauf vom Kreditinstitut kam für 11,4 Prozent in Frage. Vor dem Kauf informierten sich 68,7 Prozent vor Ort. 29,7 Prozent zogen Bekannte und Freunde zu Rate. 25,1 Prozent nutzten das Internet.

Marktstudie zu privaten Ferienimmobilien 2009

Informationsquellen

Vor-Ort-Besichtigungen	68,7 %
Bekannte	29,7 %
Internet	25,1 %
Immobilienberater	24,0 %
Tageszeitungen	17,4 %
Geschäftliche Beziehungen	7,9 %
Fachzeitschriften	6,5 %
Studien	3,9 %
Rechtsberater vor Ort	3,6 %
Örtliche Rathäuser	2,5 %
Interessenvertretungen	1,4 %

Quelle „Marktstudie zu privaten Ferienimmobilien 2009"

Ohne nötiges Kleingeld geht es nicht: Ein Drittel der Befragten beurteilten den finanziellen Aspekt als größte Hürde beim Kauf der Immobilie. Gesetzliche Vorschriften waren für 25,1 Prozent ein Hindernis – in einigen Ländern herrschen teilweise starke Reglementierungen für ausländische Käufer. Für 23 Prozent erschwerten die Verwaltungsangelegenheiten den Prozess. Nur 18,9 Prozent hatten Schwierigkeiten, das Wunschdomizil zu finden. Für 15,5 Prozent verzögerten Sprachbarrieren den Erwerb der Immobilie.

Trotz aller Schwierigkeiten würden sich 70,2 Prozent den Traum vom Ferienhaus noch einmal erfüllen: „Ich lebe in einem Paradies" und „Dank Lage und Ausstattung ist die Vermietbarkeit bestens" – so beurteilen viele Eigentümer ihre Ferienimmobilie. 96,6 Prozent sind mit ihrem Objekt zufrieden. Dabei sind die Gründe recht vielfältig. Eine tolle Lage, die gute Vermietbarkeit und zufriedene Mieter gehören dazu. Von denen, die diesen Schritt nicht noch einmal wagen würden, sagen 35,7 Prozent, dass das Ferienobjekt zu wenig abwirft und die Rendite ungenügend ist. Ein Drittel der Befragten beklagen den hohen Verwaltungsaufwand. 17,2 Prozent sind mit den wirtschaftlichen Entwicklungen unzufrieden – vor allem dann, wenn Neubauaktivitäten den Wert der Ferienimmobilie negativ beeinflusst haben. 13,1 Prozent langweilt die Routine der Urlaube. Liquiditätsengpässe stellen für 12,6 Prozent ein Problem dar.

Etwa sieben Prozent der Befragten haben in den letzten Jahren eine Immobilie verkauft, nachdem diese durchschnittlich zehn Jahre im Besitz des Eigentümers war. Mehr als 80 Prozent haben den erwarteten Preis bekommen. 63,5 Prozent konnten mit Gewinn verkaufen. Bei 11,1 Prozent hat sich der Wert der Ferienimmobilie nicht verändert. Die Gründe für den Verkauf sind sehr oft privater Natur (56,8 Prozent): Das Alter spielt ebenso eine Rolle wie die familiäre Situation. Bei 18,9 Prozent handelte es sich bei der Ferienimmobilie um ein reines Spekulationsobjekt.

6 Die Lage macht's – auch bei den Kaufkriterien

Die Lage hat nach Aussagen der Eigentümer nicht nur den größten Einfluss auf die Wertsteigerung, sondern war für 84,4 Prozent der Befragten zentrales Kaufkriterium. Für den Vermietungserfolg ist sie ebenfalls ausschlaggebend. Bei Urlaubern ist die Lage der Ferienimmobilie Top-Buchungsgrund. Urlaubsland und Preis belegen beim Kauf die zweiten und dritten Plätze. Mehr als 40 Prozent der Befragten berücksichtigten schon beim Erwerb die Vermietbarkeit der Immobilie.

Die wichtigsten Kaufkriterien

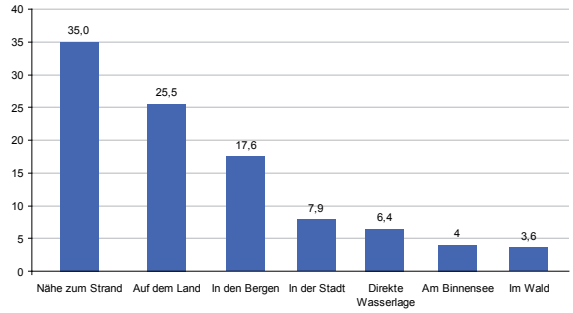
Lage	84,4 %
Land/Region	55,9 %
Kaufpreis	43,9 %
Vermietungspotenzial	41,7 %
Schnelle Erreichbarkeit (Auto/Billigflieger)	22,2 %
Wiederverkaufspotenzial	19,5 %
Infrastruktur	17,9 %
Ausstattung	13,7 %
Wirtschaftsstärke des Landes	5,4 %

Quelle „Marktstudie zu privaten Ferienimmobilien 2009"

Bezüglich Lage sind Strandnähe oder Landleben erwünscht. 35 Prozent aller Eigentümer entschieden sich für eine Ferienimmobilie in Strandnähe, 25,5 Prozent zog es aufs Land und immerhin noch 17,6 Prozent in die Berge. Diese drei Lagekriterien gehen mit dem Wunsch nach Ruhe und Erholung einher. So ist es wenig überraschend, dass 94,2 Prozent in puncto Infrastruktur das Dorf oder allenfalls eine Kleinstadt der Stadt vorziehen.

Marktstudie zu privaten Ferienimmobilien 2009

Grafik 7: Lagekriterien



in Prozent, Quelle „Marktstudie zu privaten Ferienimmobilien 2009"

Bei der touristischen Infrastruktur liegen Wander- und Radwegenetze bei vielen Käufern hoch im Kurs (63,7 Prozent). Ebenso viele legen Wert auf erlaufbare Einkaufsmöglichkeiten. Für mehr als die Hälfte gehören Restaurants und eine gute Verkehrsanbindung zum Pflichtprogramm.

Infrastruktur	
Wander- bzw. Radwegenetz	63,7 %
Einkaufsmöglichkeiten	63,1 %
Restaurants	55,9 %
Gute Verkehrsanbindung	54,3 %
Umfangreiches touristisches Angebot	48,2 %
Wassersportmöglichkeiten (z. B. Segeln, Surfen, Schwimmen)	46,3 %
Sehenswürdigkeiten	44,1 %
Kulturelle Angebote	35,7 %
Sporteinrichtungen (z. B. Reitsport, Tennisplätze)	28,6 %
Fahrradverleih	25,6 %
Golfplatz	24,3 %
Hafen	22,5 %
Wintersportmöglichkeiten (z. B. Ski, Langlauf)	18,8 %
Wellnessangebote	18,4 %
Freizeitpark	11,0 %

Quelle „Marktstudie zu privaten Ferienimmobilien 2009"

7 Ferienhaus oder Wohnung? Hauptsache Platz und einen Außenbereich mit Garten

Bei der Frage, welcher Objekttyp beim Kauf die Nase vorn hat, liegt das Ferienhaus mit 53,4 Prozent knapp vor der Ferienwohnung (46,6 Prozent). 8,4 Prozent der gekauften Objekte liegen in einem Ferienpark. Erstaunlich: Besitzer legen Wert auf großzügige Räumlichkeiten: Rund 48 Prozent der Ferienimmobilien sind größer als 80 Quadratmeter – 4,2 Prozent haben mehr als 250 Quadratmeter Wohnfläche. Die besten Vermietungschancen haben allerdings Objekte mit maximal 80 Quadratmetern (4. Deutsche Ferienhaus-Urlaubsanalyse). 82,9 Prozent der Ferienobjekte verfügen über ein bis drei Schlafzimmer.

Der Außenbereich nimmt bei den Ferienimmobilienbesitzern einen hohen Stellenwert ein: Garten (73,7 Prozent) und Terrasse (68,3 Prozent) sind die Top-Kriterien. Bei der Inneneinrichtung haben 58 Prozent der Eigentümer darauf geachtet, dass eine Einbauküche vorhanden ist – insbesondere die maßgeschneiderte Küche stellt schließlich eine kostspielige Neuinvestition dar. Der Fernsehanschluss durfte für mehr als die Hälfte der Befragten ebenfalls nicht fehlen.

Ausstattung	
Garten	73,7 %
Terrasse	68,3 %
Einbauküche	58,0 %
SAT-TV oder Kabelanschluss	53,8 %
Geschirrspülmaschine	38,5 %
Waschmaschine	37,9 %
Balkon	33,0 %
Kamin	27,1 %
Meerblick	23,4 %
Internetanschluss	21,3 %
Pool	20,2 %
Garage	18,2 %
Komplette Möblierung	16,6 %
Sauna	9,3 %
Klimaanlage	8,2 %
Whirlpool	3,9 %

Quelle „Marktstudie zu privaten Ferienimmobilien 2009"

Nicht alle Käufer wissen im Vorfeld, worauf sie sich einlassen: Nur 50,2 Prozent der Befragten haben vor dem Erwerb einer Ferienimmobilie selbst Ferienhausurlaub gemacht und sind sich der Qualität bewusst.

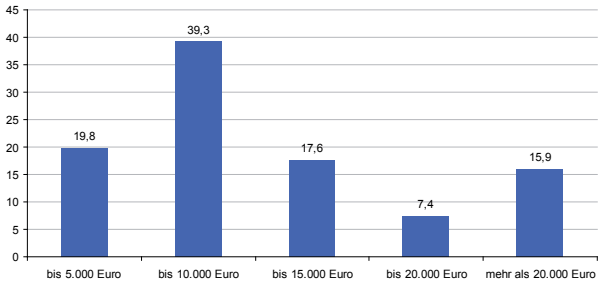
8 Immer mehr Käufer betrachten die Immobilie als Vermietungsobjekt

60,9 Prozent aller Befragten haben schon vor dem Kauf das Vermietungspotenzial ihrer zukünftigen Ferienimmobilie abgeschätzt. Dabei ist ein deutlicher Trend erkennbar: Während in den 80er Jahren nur 44,4 Prozent und in den 90ern erst 53,4 Prozent beim Kauf die Vermietbarkeit des Objekts berücksichtigten, waren es seit 2000 bereits mehr als 70 Prozent der Befragten. Das Ergebnis macht deutlich, dass immer mehr Käufer den Tourismusboom im Segment privater Ferienhäuser erkannt haben.

Die Jahreseinnahmen aus der Vermietung variieren allerdings stark: Die durchschnittlichen Jahreseinnahmen betragen 13.980 Euro. Während 59 Prozent der Befragten bis zu 10.000 Euro Mieteinnahmen erzielen, gibt es wahre Vermietungsprofis (15,9 Prozent) mit Einnahmen von mehr als 20.000 Euro pro Jahr. Der durchschnittliche Mietpreis für eine Woche in der Hauptsaison liegt bei 721 Euro und ist damit 43 Prozent höher als der Nebensaison-Mietpreis von 504 Euro pro Objekt/Woche. Insbesondere Ferienimmobilien in Deutschland sind als Vermietungsobjekte besonders attraktiv. „Wer seine Ferienimmobilie ganzjährig zur Verfügung stellt, kann in bevorzugten Lagen Mieteinnahmen von bis zu 30.000 Euro erwirtschaften", sagt Miro Morczinek, Country Manager von HomeAway Deutschland, Betreiber des Ferienhausportals FeWo-direkt. „In Top-Lagen wie an der Küste oder attraktiven Binnengewässern liegt die jährliche Auslastung bei 43 Wochen und mehr. Der Wechsel von Fern- zu Nahdestinationen und der Wunsch nach einer preisgünstigen Urlaubsform mit schneller Anreise machen Ferienimmobilien im eigenen Land zu einem sicheren Investment."

Nur die Hälfte der Eigentümer von Zweitwohnsitzen beginnen allerdings sofort mit dem Vermieten, nachdem sie die Ferienimmobilie erworben haben (50,7 Prozent). 17,5 Prozent steigen erst nach fünf Jahren ein. „Die meisten Eigentümer kaufen eine Immobilie mit der Präferenz, diese selbst zu nutzen", sagt Morczinek. „Erst wenn ihnen klar wird, dass das Ferienobjekt die meiste Zeit leer steht und viel seltener genutzt wird als zuvor angenommen, kommt für viele die Vermietung ins Spiel."

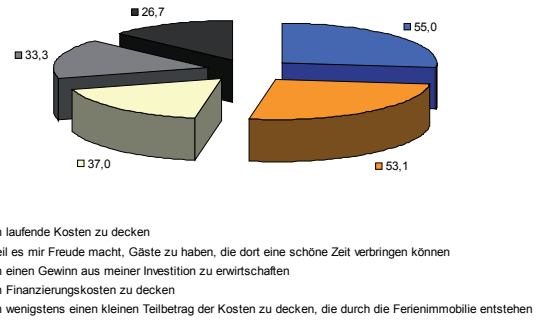
Grafik 8: Mieteinnahmen



in Prozent, Quelle „Marktstudie zu privaten Ferienimmobilien 2009"

Dabei ist die Ferienhausvermietung eine lukrative Nebensache. Nur die Minderheit kümmert sich Vollzeit um die Vermietung und Betreuung der Gäste (26,3 Prozent). 60,4 Prozent der Befragten beschäftigen sich nebenbei mit dem Vermietungsgeschäft. Die Gründe für die Vermietung sind vielfältig. Allerdings halten sich zwei wesentliche Punkte die Waage: die Vermietung als Herzensangelegenheit (53,1 Prozent) und aufgrund finanzieller Notwendigkeit (55 Prozent). 37 Prozent der Befragten begreifen ihre Ferienimmobilie als Kapitalanlage, mit der sie Gewinn erwirtschaften wollen.

Grafik 9: Vermietungsgründe



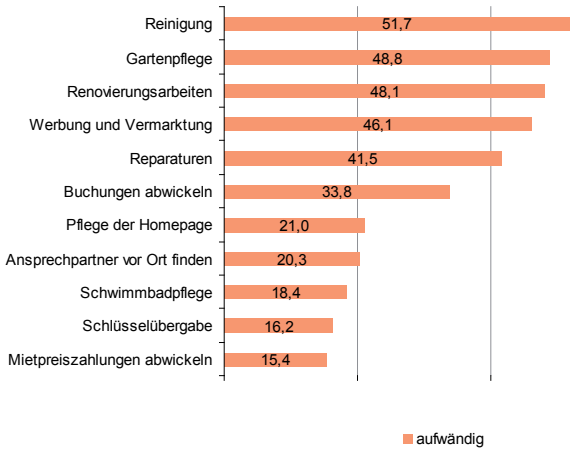
in Prozent, Quelle „Marktstudie zu privaten Ferienimmobilien 2009"

Ohne Werbung keine Auslastung: Knapp 70 Prozent planen mit einem jährlichen Werbebudget von maximal 500 Euro pro Jahr. Nur sieben Prozent geben mehr als 1.000 Euro für Ferienhauswerbung aus. Eigentümer stellen ihre Ferienimmobilie für durchschnittlich 45 Wochen im Jahr zur Verfügung.

61 Prozent vermieten ganzjährig, um die optimale Auslastung zu sichern. Tatsächlich ausgebucht sind Ferienhäuser und Ferienwohnungen durchschnittlich 23 Wochen im Jahr. In puncto Eigennutzung ergibt sich ein differenziertes Bild: Mehr als ein Drittel nutzen die Ferienimmobilie nicht selbst, sondern betrachten sie als reines Vermietungsobjekt. Die Eigennutzung beschränkt sich durchschnittlich auf sieben Wochen im Jahr.

56,7 Prozent der Befragten reisen selbst fünfmal im Jahr in das Ferienhaus um sicherzustellen, dass die Immobilie gut in Schuss ist. Fast drei Viertel der Befragten haben zusätzlich eine Person vor Ort engagiert, die sich um die Vermietung kümmert. Dabei handelt es sich größtenteils um Freunde und Bekannte des Eigentümers. Reinigung und Gartenpflege gehören zu den zeitaufwändigsten Positionen bezüglich Instandhaltung der Ferienimmobilie.

Grafik 10: Zeitaufwand/Instandhaltung



in Prozent, Quelle „Marktstudie zu privaten Ferienimmobilien 2009“

Nur 15,6 Prozent der Befragten kommen ohne fremde Hilfe aus und haben keinen Dienstleister engagiert. Die begehrtesten Dienstleistungen, für die Fremdunternehmen in Anspruch genommen werden, bestehen in der Reinigung der Unterkunft (66,2 Prozent), der Schlüsselübergabe (46,5 Prozent), Engagement eines Ansprechpartners vor Ort (44,9 Prozent), Gartenpflege (44,3 Prozent) und Reparaturen (41,1 Prozent).

Die Mehrheit der Gäste sind Familien (68 Prozent) und Paare (29 Prozent). Gruppen nutzen nur zu drei Prozent das Ferienhausangebot. Mehr als 80 Prozent der Vermieter haben Stammgäste, die regelmäßig wiederkehren. 95,4 Prozent der Gäste sind laut Angaben der Vermieter zwischen 30 und 59 Jahre alt.

9 Erwerb einer weiteren Immobilie kommt für 18 Prozent in Frage

Eigentümer von Ferienimmobilien besitzen im Durchschnitt 1,7 Objekte. Der Kauf einer weiteren Ferienimmobilie ist für ein Drittel der Befragten interessant, wenn ein Konzept aus Vermietung und Eigennutzung eine 100-prozentige Finanzierung möglich macht.

Insgesamt denken 17,8 Prozent konkret darüber nach, eine weitere Ferienimmobilie zu erwerben. Deutschland ist für 48 Prozent der Befragten der Favorit, gefolgt von Spanien (11,1 Prozent) und Frankreich (7,8 Prozent). Die klare Mehrheit würde bis maximal 250.000 Euro dafür investieren (86,5 Prozent). Ein Haus müsste es schon sein: 67,1 Prozent würden sich eher für ein Ferienhaus anstelle einer Ferienwohnung entscheiden. Bei den Kaufmotiven punktet der Spaß an der Gästebetreuung: Mehr als die Hälfte der Befragten haben Vermietung als Motiv für eine weitere Immobilie angegeben. 44,8 Prozent würden das neue Objekt als Kapital- und Geldanlage und 38,7 Prozent als ein Stück Altersvorsorge betrachten. Nur 9,3 Prozent würden die Zusatzimmobilie selbst nutzen. Fast 40 Prozent würden sich für eine Mischung aus Fremd- und Eigenfinanzierung entscheiden. Ein Drittel der Befragten würden sich auf eine Fremdfinanzierung zu 100 Prozent einlassen. Für Teilzeitrechte oder Leasing interessieren sich knapp zehn Prozent.

10 Zum Immobilienmarkt in Deutschland

Der Ferienimmobilienmarkt in Deutschland ist ein „Ferienwohnungs“-Markt: In Deutschland werden überproportional oft Ferienwohnungen statt Ferienhäuser gekauft (57 Prozent der Befragten). Durchschnittlich haben Eigentümer 167.000 Euro für ihre

Immobilie ausgegeben. Fast 95 Prozent sind mit ihrer Ferienimmobilie in Deutschland sehr zufrieden. Dabei trägt die gute Auslastung des Objekts zum Großteil zur Zufriedenheit bei – Deutschland ist das Top-Reiseziel bei Ferienhausurlaubern. Ferienhäuser und Ferienwohnungen in Deutschland sind durchschnittlich 25 Wochen im Jahr ausgebucht und somit überdurchschnittlich gefragt. Die durchschnittlichen Mieteinnahmen bei deutschen Ferienobjekten liegen bei jährlich 13.480 Euro – je nach Lage und Objekt sind auch hier Einnahmen bis zu 30.000 Euro möglich.

11 Ferienhausbesitzer leben in einer soliden Familienstruktur

Ferienimmobilienbesitzer kommen größtenteils aus der Mittelschicht und haben ein solides Einkommen: 60,9 Prozent haben ein Haushalts-Nettoeinkommen von weniger als 4.000 Euro. Nur 26,8 Prozent haben 5.000 Euro und mehr zur Verfügung.

Das Ergebnis bestätigt den Trend, dass Ferienhäuser kein Statussymbol mehr sind, sondern finanzierbare Lebensqualität. Gordon Gorski, Vertriebsleiter und Prokurist der Kristensen Group Deutschland stellt fest: „Durch die Kombination aus Selbstnutzung und Vermietung wird der Traum vom Ferienhaus für eine breite Mittelschicht finanzierbar. Das aktuell günstige Zinsniveau und Steuervorteile erleichtern dabei den Erwerb. Ferienimmobilien werden in Deutschland sukzessive als Kapitalanlage und alternative Altersvorsorge gesehen."

Das Durchschnittsalter der Ferienhausvermieter liegt bei 54 Jahren. 83,8 Prozent der Befragten sind zwischen 40 und 69 Jahre alt.

71,2 Prozent der Vermieter leben in einer Familienstruktur und haben durchschnittlich 2,2 Kinder. 19,2 Prozent befinden sich in einer festen Partnerschaft und nur 9,2 Prozent leben allein oder in einer Wohngemeinschaft. Die durchschnittliche Haushaltsgröße umfasst drei Personen. 50,3 Prozent der Befragten verfügen über einen Hochschulabschluss oder haben promoviert. Die meisten Befragten sind selbstständig (35,7 Prozent), angestellt (20,2 Prozent) oder pensioniert (17,5 Prozent).

FeWo-direkt in Kooperation mit der Kristensen Group Deutschland

Marktstudie zu privaten Ferienimmobilien 2009

Über FeWo-direkt from HomeAway

FeWo-direkt ist Deutschlands Nummer eins in der privaten Ferienhausvermietung. Seit 2005 gehört das Unternehmen zum weltweiten Marktführer HomeAway, Inc. Die führenden Ferienhausportale in Europa und den USA sind unter der Dachmarke HomeAway zusammengeschlossen und bilden ein globales Netzwerk für private Ferienhausvermieter und Urlauber. Rund 400.000 Ferienhäuser und Ferienwohnungen in mehr als 120 Ländern stehen zur Auswahl. Durch das globale Netzwerk erreichen deutsche Vermieter mit ihrem Ferienhaus alle relevanten Reisemärkte in Europa und den USA.

Weitere Studien zum Thema Ferienimmobilien:
www.fewo-direkt.de/marktstudien

Über die Kristensen Group Deutschland

Die Kristensen Group Deutschland ist marktführend bei Entwicklung, Planung und Verkauf von Ferienwohnungen und -häusern. Zu ihren Projekten gehören Ferienimmobilienparks im 4-Sterne-Segment an der Ostseeküste von Mecklenburg-Vorpommern und Schleswig-Holstein, an der Nordseeküste sowie in Brandenburg. Das Unternehmen hat in den vergangenen vier Jahren mehr als 200 Millionen Euro in seine Projekte investiert. Als weiteren Kompetenzbereich bietet die Kristensen Group Deutschland Investoren, Bauträgern und Banken eine umfassende strategische Beratung bei der Errichtung und Vermarktung von Ferienimmobilien an.

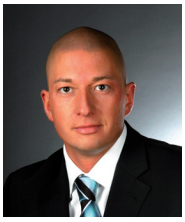
Weitere Informationen gibt es unter
www.kristensen-group.de

Für weitere Informationen kontaktieren Sie bitte

Miro Morczinek
Country Manager
HomeAway Deutschland
+49 (0)561 - 920 950 10
mmorczinek@homeaway.com

Pamela Premm
PR Managerin
HomeAway Deutschland
+49 (0)561 - 920 950 10
presse@fewo-direkt.de

Per Barlag Arnholm
Geschäftsführender
Gesellschafter
Kristensen Group Deutschland
+49 (0)30 - 80 48 26 0
arnholm@kristensen-group.de



Gordon Gorski
Leiter Vertrieb und Prokurist
Kristensen Group Deutschland
+49 (0)30 - 80 48 26 0
gorski@kristensen-group.de

Ute Gombert
PR Managerin
Business Network
+49 (0)30 - 81 46 46 00
UG@businessnetwok-berlin.com

(c) FeWo-direkt/Kristensen Group Deutschland (Hrsg.), Kassel/Berlin

Die Studie, einschließlich all ihrer Teile, ist urheberrechtlich geschützt und darf nur unter Angabe der Quelle zitiert werden.

FeWo-direkt from HomeAway
www.fewo-direkt.de/marktstudien

Kristensen Group Deutschland
Kristensen Group