

Marktstudie  
zu privaten Ferienimmobilien\_2010

Kaufkriterien, Finanzierung, Vermietung und  
Objekteigenschaften von privaten Ferienimmobilien

März 2010

## **Inhaltsverzeichnis**

- I. Hintergrund und Zielsetzung**
- II. Short Summary**
- III. Detailergebnisse**
  - 1. Kaufkriterien**
  - 2. Finanzierung**
  - 3. Wertentwicklung**
  - 4. Vermietung**
  - 5. Objekteigenschaften**
  - 6. Zweitimmobilie**
  - 7. Ferienhausbesitzer – Statistisches Profil**

# **I. Hintergrund und Zielsetzung**

## **Hintergrund und Zielsetzung der Marktstudie**

- Die Marktstudie zu privaten Ferienimmobilien wird regelmäßig von **FeWo-direkt in Kooperation mit Engel & Völkers Germany** im Rahmen einer **Online-Befragung** erhoben.
- Ziel der Studie ist es, den **privaten Ferienhausmarkt** gründlich zu **analysieren**.
- Hierzu wurden **2.544 Eigentümer** (51,8 Prozent Frauen, 48,2 Prozent Männer) zu ihren Ferienimmobilien zu Themen wie den Kauf von Ferienhäusern und -wohnungen, die Finanzierung der entsprechenden Objekte und deren spezifische Eigenschaften sowie ihre Nutzung als Vermietungsobjekt befragt.
- Die Umfrage wurde im **Zeitraum 28.01.-15.02.2010** durchgeführt.
- Die Befragten sind **Nutzer des Ferienhausportals [www.fewo-direkt.de](http://www.fewo-direkt.de)**.

## **II. Short Summary**

## Short Summary (1/3)

- Die Marktstudie zu privaten Ferienimmobilien weist im Vergleich zu den Ergebnissen der Vorjahresstudie **starke Konsistenzen** auf.
- Dies lässt auf einen **relativ stabilen Markt** schließen, der in Bezug auf die untersuchten Aspekte – insbesondere Kaufkriterien, Finanzierung, Vermietung und Objekteigenschaften – kaum Modeschwankungen oder Trends unterworfen ist.
- Im Hinblick auf die **Robustheit gegenüber exogenen Einflüssen** lässt sich eher vermuten, dass diese sich, falls überhaupt, eher nur langfristig im Markt der privaten Ferienimmobilien niederschlagen.
  - Als Beispiele für derartige Einflüsse – die sich in der vorliegenden Studie nur sehr zaghafte abzeichnen – seien die politische bzw. wirtschaftliche Situation Italiens, der Klimawandel und das allgemein zunehmende Bewusstsein für energie- bzw. ressourcensparendes Bauen genannt.

## Short Summary (2/3)

- Ein weiteres wichtiges Ergebnis für HomeAway FeWo-direkt ist, dass das Unternehmen mit seinem Angebot einer professionellen und offensichtlich vom Image her positiv assoziierten Online-Ferienhausvermietung auf einen (nach wie vor) **relevanten Problemlösungsbedarf** der Immobilieneigentümer trifft.
  - Bereits im Zeitpunkt des Erwerbs stellt für die meisten die Möglichkeit, ihr Ferienhaus oder ihre Ferienwohnung durch die Vermietung als **zusätzliche Einkommensquelle** nutzen zu können, ein wesentliches Kaufmotiv dar.
  - Später, d.h. im Zeitpunkt des Immobilienbesitzes, werden als häufigste Gründe für die Vermietung zusätzlich **Kostenaspekte** (i.e. Deckung der laufenden Kosten sowie Finanzierungskosten) angeführt.
  - Dem steht jedoch gegenüber, dass sich das **Vermietungsgeschäft** für die Eigentümer – insbesondere aufgrund der geographischen Entfernung zwischen Hauptwohnsitz und Ferienhaus sowie der zeitlichen Zusatzbelastung – in der Praxis als **äußerst komplexe Aufgabe** erweist: Aktivitäten rund um Werbung und Vermarktung des Objektes bereiten Vermietern mit den größten Aufwand.

## Short Summary (3/3)

- Das Objekt selbst, die Möglichkeit zur Eigennutzung sowie zur Vermietung sind dennoch die wesentlichen Faktoren, die bei den Befragten zu einem **außerordentlich hohen Grad der Zufriedenheit** mit ihrer Ferienimmobilie führen.
  - Die **Freude an der Gastfreundschaft** ist bei mehr als der Hälfte der Befragten stark ausgeprägt.
  - Für die meisten ist die **Vermietung zu einer Art "Nebenjob"** geworden, dem sie sich – trotz des damit verbundenen Aufwands – gern widmen und das Angebot für die Gäste sogar aus eigener Initiative weiterentwickeln (z.B. durch Kooperationen mit Partnern im gastronomischen, touristischen oder sportlichen Bereich).
- Vor dem Hintergrund dieser weit reichenden Zufriedenheit erklärt sich letztlich auch das mit rund drei Viertel der Befragten **erhebliche Potenzial in Bezug auf den Kauf einer weiteren Ferienimmobilie**.
  - Hierbei erscheint ein Kauf besonders dann interessant, wenn ein **Konzept aus Vermietung und Eigennutzung eine 100-prozentige Fremdfinanzierung** ermöglicht.



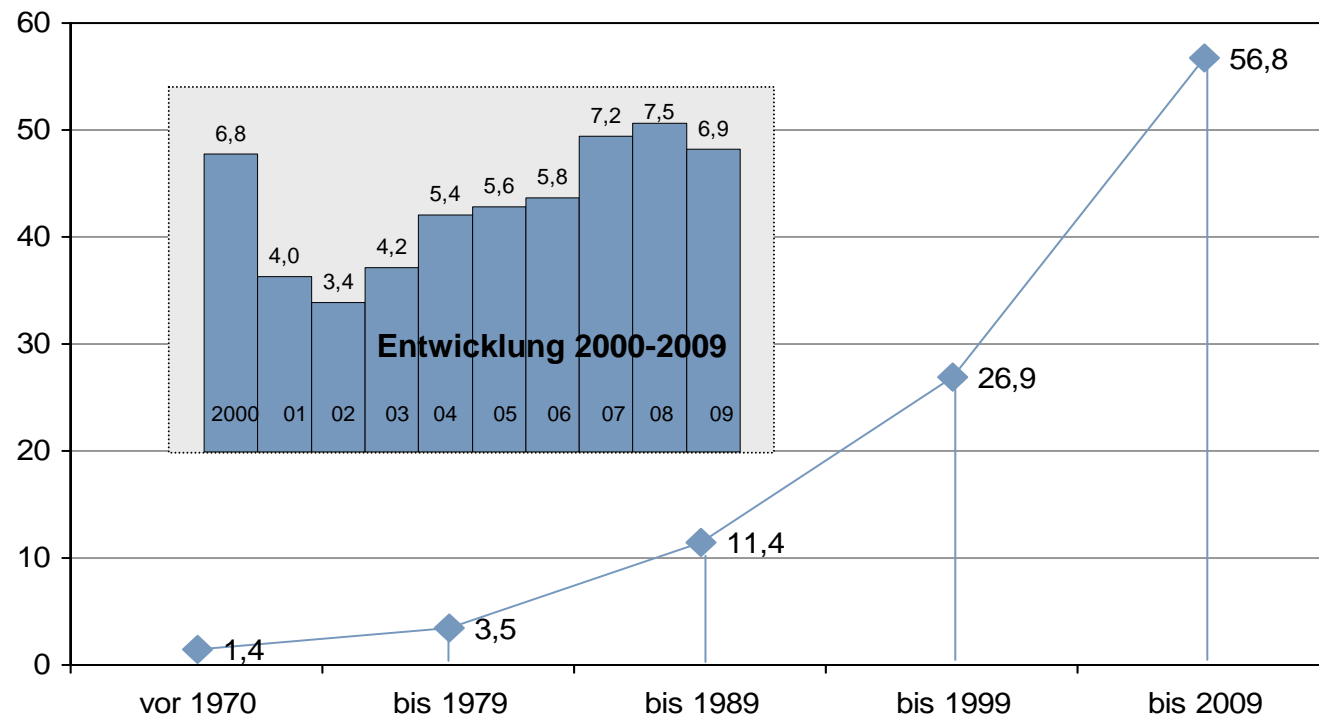
## **II. Detailergebnisse**

# **1. Kaufkriterien**



## Nachfrage nach Ferienimmobilien auf konstantem Niveau

- Seit 2000 verzeichnet der **Ferienimmobilienmarkt** ein stetiges Wachstum, das sich auch in der Umfrage widerspiegelt: 56,8 Prozent der Objekte wurden innerhalb der letzten 9 Jahre gekauft.
  - Ein Blick auf die Anteile der Immobilien, die seit 2007 erworben wurden, lässt gegenwärtig auf eine **relativ konstante Nachfrage auf hohem Niveau** schließen.



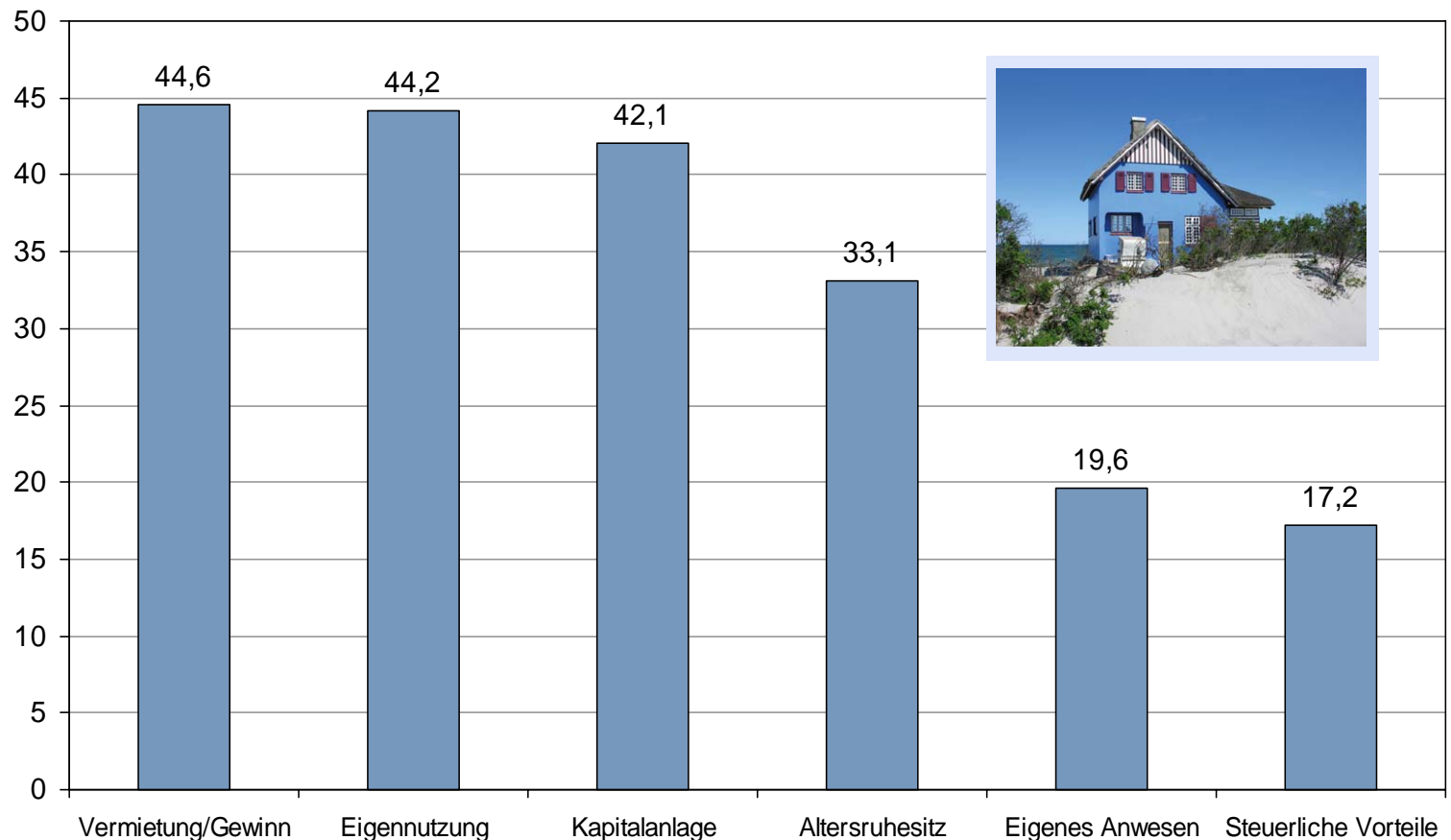
## Ferienimmobilie als zusätzliche Einkommensquelle

- Ihre Ferienimmobilie haben 69,1 Prozent der Befragten **selbst erworben**.
  - 10,1 Prozent der Immobilien wurden durch eine **Erbschaft** übertragen.
- **Vor dem Erwerb einer Ferienimmobilie** haben lediglich knapp die Hälfte der Befragten (48,5 Prozent) selbst regelmäßig **Ferienhausurlaub** gemacht.
- Ihre Ferienimmobilie als **zusätzliche Einkommensquelle** (44,6 Prozent) nutzen zu können, stellte für die meisten neben der Möglichkeit zur **Eigennutzung** (44,2 Prozent) ein wesentliches Kaufmotiv dar.
  - 42,1 Prozent betrachteten den Kauf der Ferienimmobilie darüber hinaus als eine **gute Geld- und Kapitalanlage** mit Wertsteigerungspotenzial.
  - Ein Drittel der Befragten (33,1 Prozent) erwarben die Ferienimmobilie mit dem Ausblick, diese in Zukunft als **Altersruhesitz** nutzen zu können.



➤ 1. Kaufkriterien

## Einkommensaspekt so wichtig wie Eigennutzung



*in Prozent, Frage: Warum haben Sie sich für eine Ferienimmobilie entschieden?*



## Individuelle Gründe für eine Ferienimmobilie



## Kauf meist aus privater Hand

- 63,6 Prozent der Befragten besitzen **eine** Ferienimmobilie, 17,5 Prozent sogar **zwei**.
- Die Ferienimmobilien wurden überwiegend direkt **von privat** gekauft (44,6 Prozent).
  - Über **Immobilienmakler** wurden 26,8 Prozent der Immobilien erworben, 13,4 Prozent über einen **Bauträger**.
  - 10,4 Prozent der Immobilienkäufe erfolgten über ein **Kreditinstitut**.

## Inaugenscheinnahme vor dem Kauf wichtig

- Vor dem Kauf der Immobilie informierten sich mehr als zwei Drittel der Eigentümer direkt **vor Ort** (68,2 Prozent).
  - Darüber hinaus nutzten 31,4 Prozent das **Internet**.
  - 30,8 Prozent zogen **Bekannte** zu Rate.

Vor-Ort-Besichtigungen	68,2%
Internet	31,4%
Bekannte	30,8%
Immobilienberater	25,2%
Tageszeitungen	18,9%
Geschäftliche Beziehungen	8,6%
Fachzeitschriften	7,8%
Studien	3,9%
Rechtsberater vor Ort	3,1%
Örtliche Rathäuser	2,4%
Interessenvertretungen	1,5%



## Lage mit Abstand das wichtigste Kaufkriterium

- Die **Lage** der Ferienimmobilie war für 86,7 Prozent der Befragten ein entscheidendes Kaufkriterium.
  - Das **Urlaubsland** selbst rangiert mit 58,7 Prozent an zweiter Stelle.
  - An dritter und vierter Stelle folgen das **Vermietungspotenzial** (47,6 Prozent) sowie der **Kaufpreis** (45,9 Prozent).

Lage	86,7%
Land/Region	58,7%
Vermietungspotenzial	47,6%
Kaufpreis	45,9%
Schnelle Erreichbarkeit (Auto/Billigflieger)	23,8%
Wiederverkaufspotenzial	23,5%
Infrastruktur	21,8%
Ausstattung	15,4%
Wirtschaftsstärke des Landes	5,7%

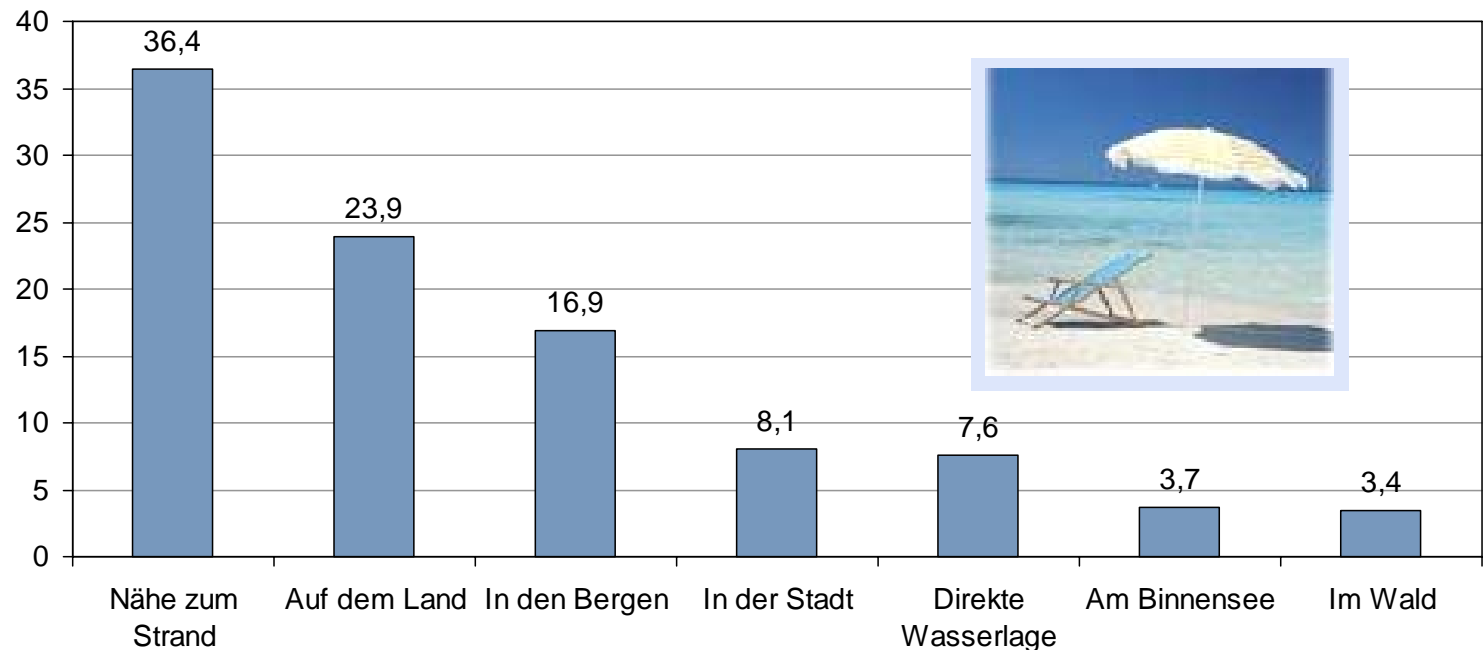
Frage: Welche Kaufkriterien waren Ihnen am wichtigsten? [Mehrfachnennungen möglich]

## Ferienimmobilien im eigenen Land sehr beliebt

- Ein Großteil des Ferienhausbestands der Befragten liegt in **Deutschland** (43,8 Prozent).
  - Beliebt sind hierbei vor allem die **Nord- und Ostseeküste** sowie die **Ostseeinseln**.
- Auslandsimmobilien verteilen sich vor allem auf die Länder **Spanien** (10,7 Prozent), **Österreich** (8,5 Prozent), **Italien** (8,1 Prozent) und **Frankreich** (6,2 Prozent).
  - Bevorzugte Regionen sind hierbei in
    - Spanien: Mallorca, Costa Blanca, Costa del Sol
    - Österreich: Tirol, Salzburger Land, Wien
    - Italien: Trentino-Südtirol, Toskana, Lombardei, Ligurien
    - Frankreich: Languedoc-Roussillon, Côte d'Azur-Provence, Côte d'Azur-Riviera
- Bei den **Fernzielen** kommt lediglich den **USA** eine Bedeutung als Standort zu.
  - 3,5 Prozent der Befragten besitzen dort ein Ferienhaus, davon rund drei Viertel in Florida.

## Strandnähe erwünscht

- **Mehr als ein Drittel** aller Eigentümer (36,4 Prozent) haben sich beim Kauf ihres Ferienhauses für ein Objekt **in Strandnähe** entschieden.
  - Des weiteren beliebt sind Ferienhäuser **auf dem Land** (23,9 Prozent) sowie **in den Bergen** (16,9 Prozent).



*in Prozent, Frage: In welcher Lage befindet sich Ihre Ferienimmobilie?*

## Verfügbarkeit von Einkaufsmöglichkeiten erforderlich

- Die meisten Ferienhäuser liegen in einer **dörflichen Umgebung** (93,0 Prozent).
  - Lediglich 7,0 Prozent aller Objekte befinden sich in einer städtischen Infrastruktur.
- Mit Blick auf die touristische Infrastruktur rund um das Ferienobjekt ist das Vorhandensein von **Einkaufsmöglichkeiten** besonders wichtig (64,6 Prozent).
  - Ein **Wander- bzw. Radwegenetz** (58,9 Prozent) sowie **Restaurants** (57,3 Prozent) dürfen für die meisten auch nicht fehlen.
  - Ebenso wichtig ist eine **gute Verkehrsanbindung** (55,2 Prozent).
  - Gut die Hälfte der Befragten legt darüber hinaus Wert auf das Vorhandensein von **Wassersportmöglichkeiten** (50,2 Prozent) sowie eines umfangreichen **touristischen Angebotes** (48,9 Prozent).

## Merkmale einer idealen touristischen Infrastruktur

Einkaufsmöglichkeiten	64,6%
Wander- bzw. Radwegenetz	58,9%
Restaurants	57,3%
Gute Verkehrsanbindung	55,2%
Wassersportmöglichkeiten (z. B. Segeln, Surfen, Schwimmen)	50,2%
Umfangreiches touristisches Angebot	48,9%
Sehenswürdigkeiten	44,6%
Kulturelle Angebote	35,6%
Sporteinrichtungen (z. B. Reitsport, Tennisplätze)	27,5%
Hafen	24,7%
Fahrradverleih	23,7%
Golfplatz	22,4%
Wellnessangebote	16,9%
Wintersportmöglichkeiten (z. B. Ski, Langlauf)	15,0%
Freizeitpark	9,7%

Frage: Welche Angebote in der Umgebung waren wichtige Kaufkriterien? [Mehrfachnennungen möglich]

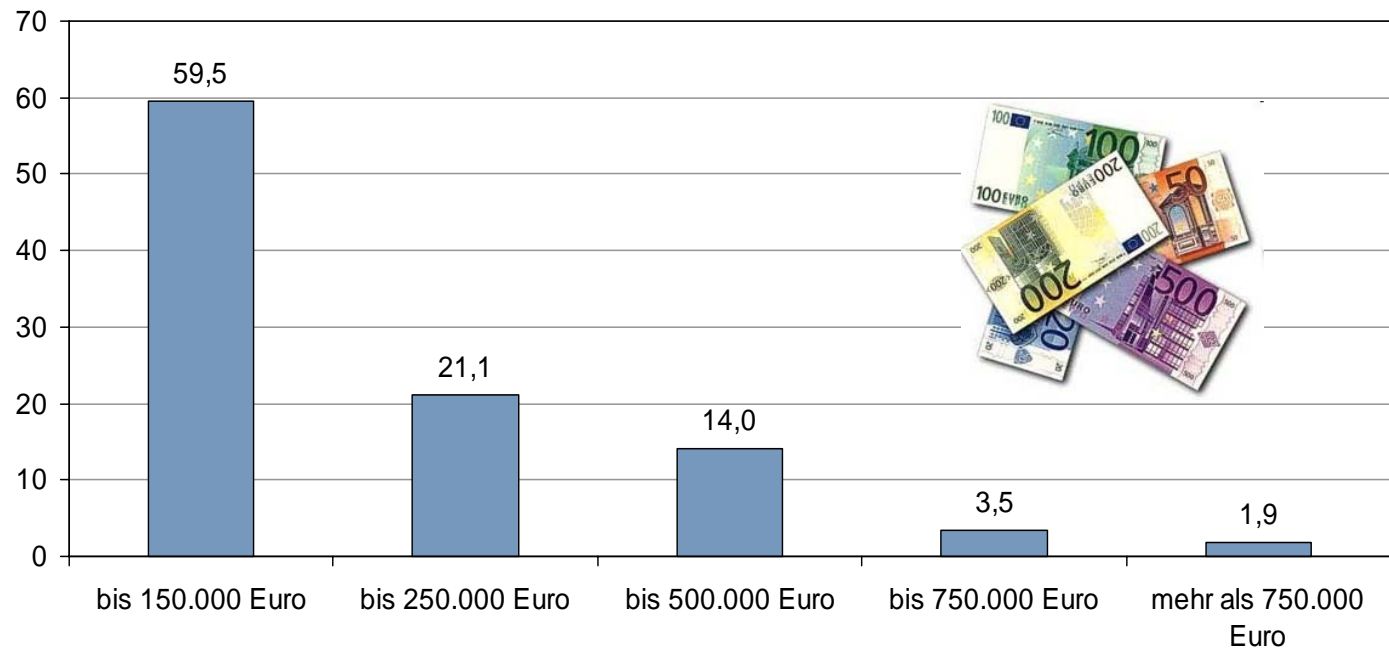
## Anreise via Pkw bevorzugt

- Rund zwei Drittel der Befragten (67,2 Prozent) wohnen **maximal 500 km** von ihrer Ferienimmobilie entfernt.
  - 16,2 Prozent wohnen sogar direkt **auf dem Anwesen** und 14,5 Prozent **im selben Ort**.
- Für die Reise zu ihrer Ferienimmobilie nutzen 86,1 Prozent einen **Pkw**.
  - Lediglich 28,5 Prozent nutzen zur An- und Abreise das **Flugzeug**.
  - Alternative Transportmittel wie **Mietwagen, Fähre oder Bahn** kommen lediglich für insgesamt 24,1 Prozent der Immobilienbesitzer in Frage.
- Unabhängig davon ist eine **gute Erreichbarkeit** des Feriendomizils **per Flugzeug** meist gegeben: 87,1 Prozent der Ferienobjekte sind **maximal 100 km vom Flughafen** entfernt.
  - Rund drei Viertel (74,4 Prozent) aller in der Nähe liegenden Flughäfen werden von **Billig-Airlines** angeflogen.

## **2. Finanzierung**

## Durchschnittlicher Kaufpreis rund 189.000 Euro

- Für den Traum von der eigenen Ferienimmobilie investierten die Befragten **durchschnittlich rund 189.000 Euro**.
  - Rund 60 Prozent der Befragten (59,5 Prozent) haben für den Kauf ihrer Ferienimmobilie **maximal 150.000 Euro** gezahlt.



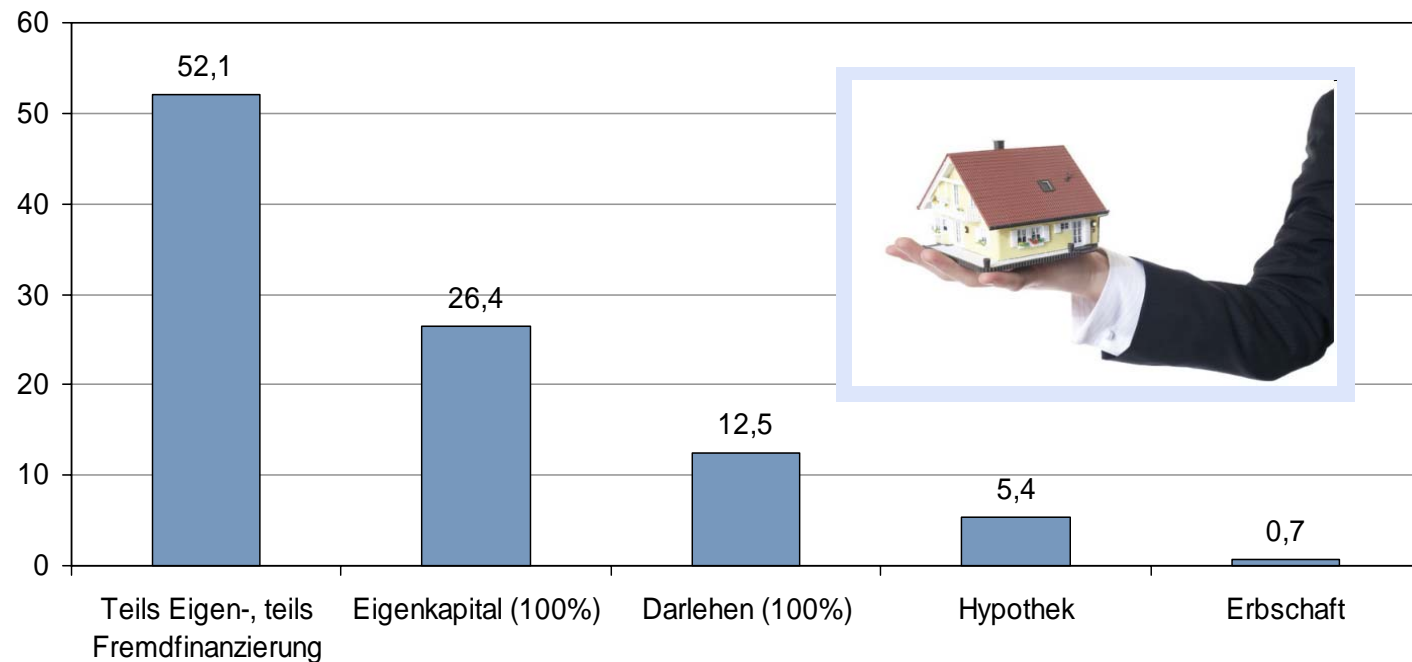
*in Prozent, Frage: Zu welchem Preis haben Sie Ihre Ferienimmobilie erworben?*





## Finanzierung meist erst durch Fremdkapital möglich

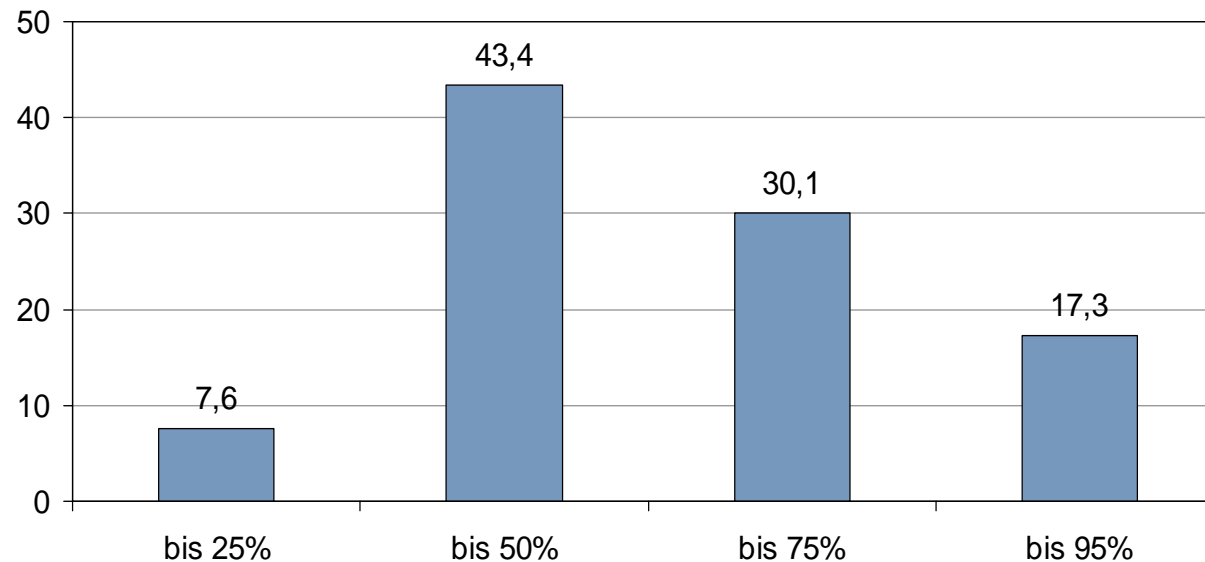
- 70 Prozent der Befragten benötigten **Fremdkapital** für den Kauf ihrer Ferienimmobilie.
  - Lediglich 26,4 Prozent finanzierten das Ferienobjekt komplett aus **eigenen Mitteln**.



*in Prozent, Frage: Mit welchen Finanzmitteln haben Sie sich den Kauf der Ferienimmobilie ermöglicht?*

## Anteil der Fremdfinanzierung bei 53,3 Prozent

- Der **Anteil der Fremdfinanzierung** lag bei durchschnittlich 53,3 Prozent.
  - Nur 7,6 Prozent der Befragten konnten mindestens drei Viertel der Investitionssumme mit Eigenkapital abdecken.
- Der Kauf einer weiteren Ferienimmobilie wäre für 37,4 Prozent interessant, wenn ein **Konzept aus Vermietung und Eigennutzung** eine **100-prozentige Fremdfinanzierung** möglich macht.



*in Prozent, Frage: Wie hoch war der Anteil der Fremdfinanzierung?*

## Finanzielle Aspekte als größtes Kaufhemmnis

- Lediglich 10,2 Prozent der Befragten hatten beim Kauf ihrer Ferienimmobilie **keinerlei nennenswerte Schwierigkeiten**.
- Für 29,2 Prozent der Befragten hingegen stellten **finanzielle Aspekte** die größte Hürde beim Kauf der Immobilie dar.
  - **Verwaltungsangelegenheiten** und **gesetzliche Vorschriften** erschwerten die Kaufabwicklung darüber hinaus bei jeweils rund einem Viertel der Befragten (25,1 bzw. 24,1 Prozent).
  - Nur 19,6 Prozent hatten im Allgemeinen **Schwierigkeiten**, ihr Wunschdomizil zu finden.
  - Bei 13,9 Prozent verzögerten **Sprachbarrieren** den Erwerb der Immobilie.

### **3. Wertentwicklung**

## Positive Wertentwicklung bei 61,9 Prozent der Immobilien

- 61,7 Prozent der Befragten kennen den aktuellen Wert ihrer Immobilie.
  - 26,0 Prozent haben den Wert schon einmal schätzen lassen.
  - Demzufolge sind nach Angaben der Befragten **61,9 Prozent** der Immobilien im **Wert gestiegen**.
  - 14,9 Prozent der Befragten haben hinsichtlich der Wertentwicklung ihres Objekts Verluste erlitten.
  - Bei 10,2 Prozent blieb der Wert unverändert.
- Den größten Einfluss auf eine positive Wertentwicklung wird der **Lage** der Ferienimmobilie zugeschrieben (81,4 Prozent).
  - Darüber hinaus wird in diesem Zusammenhang der **Grad der Instandhaltung** der Immobilie (66,2 Prozent) als maßgeblich erachtet.
- 8,4 Prozent der Befragten gehen darüber hinaus davon aus, dass die Einführung der **Billig-Airlines** zu einem Flughafen in der Nähe zu einer **Wertsteigerung** ihrer Immobilie geführt hat.
  - Die Wertsteigerung liegt nach Angaben der Befragten im Schnitt bei **24,7 Prozent**.

## Faktoren der Wertentwicklung von Ferienimmobilien

Lage	81,4%
Grad der Instandhaltung	66,2%
Aufstreben einer Touristmusregion	48,5%
Wert der Innenausstattung	41,4%
Wirtschaftliche und politische Situation	33,0%
Annehmlichkeiten (z. B. neuer Wellnessbereich)	21,0%
Veränderung der Umgebung (z. B. Neubauten)	20,4%
Steigende Anzahl von (Billig-)Airlines	6,4%

*Frage: Welche Faktoren haben den größten Einfluss auf die Wertveränderung einer Ferienimmobilie?  
[Mehrfachnennungen möglich]*

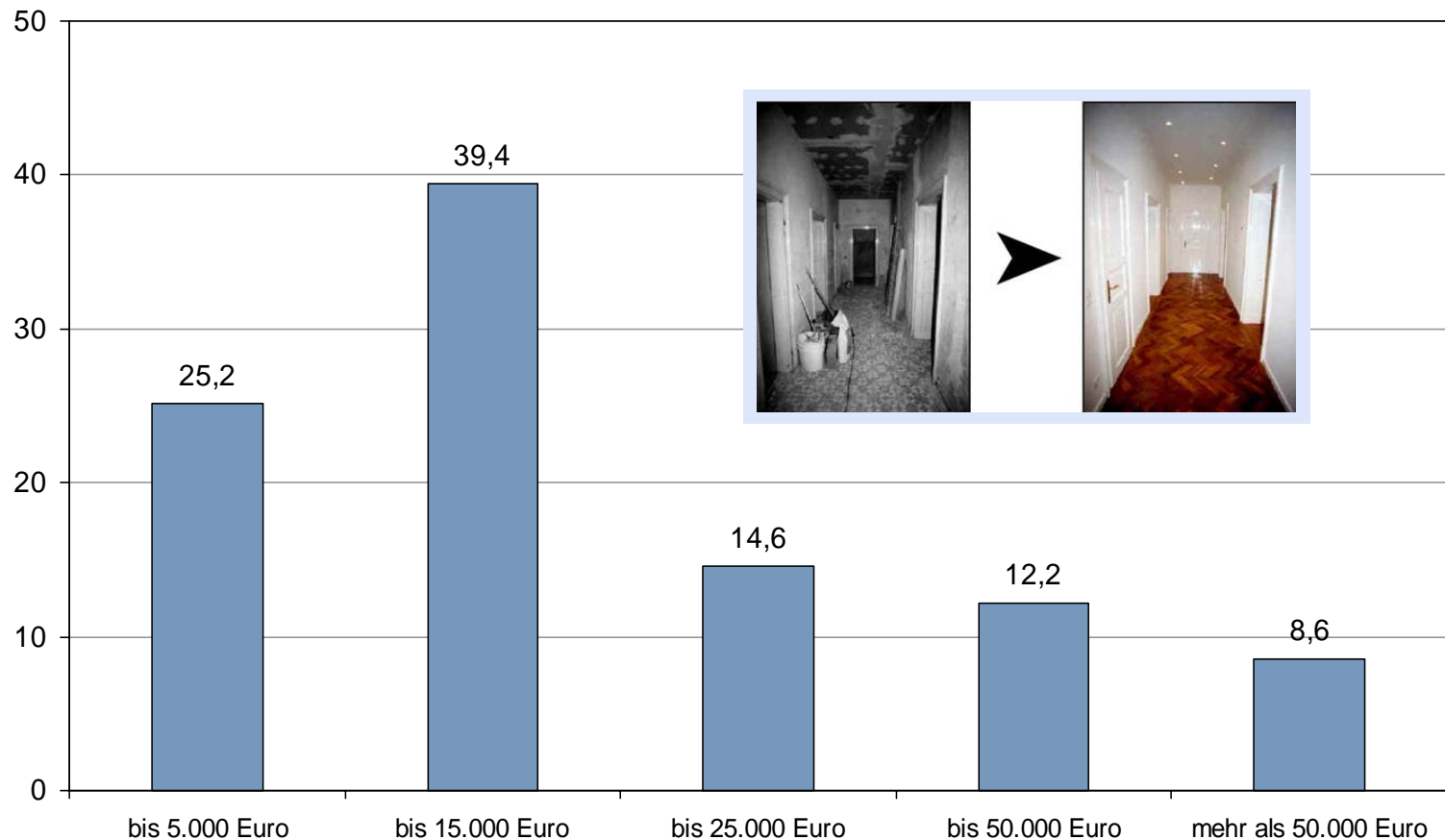
## Wertbeeinflussung durch Klimawandel und Modernisierung

- 43,7 Prozent der Befragten gehen davon aus, dass der **Klimawandel** sich auf die Wertentwicklung ihrer Ferienimmobilie auswirken könnte.
  - Gleichwohl teilen mehr als die Hälfte der Befragten (56,3 Prozent) diese Bedenken gegenwärtig nicht.
- 43,2 Prozent der Befragten planen, den Wert Ihrer Ferienimmobilie innerhalb der nächsten 2 Jahre durch **Umbau, Modernisierung oder andere Maßnahmen** zu erhöhen.
  - Rund zwei Drittel der Besitzer, die derartige Maßnahmen in Erwägung ziehen (64,6 Prozent), rechnen hierbei mit **Investitionen** im Bereich von maximal 15.000 Euro.
  - Bei 71,9 Prozent der Modernisierer spielt das Thema **Energie- bzw. Ressourceneinsparung** in diesem Zusammenhang eine Rolle.



➤ 3. Wert-  
entwicklung

## Großteil der Planinvestitionen zwischen 5.000 – 15.000 Euro



*in Prozent, Frage: Wie hoch schätzen Sie die Investitionen, die für die geplanten Maßnahmen erforderlich sein werden?*



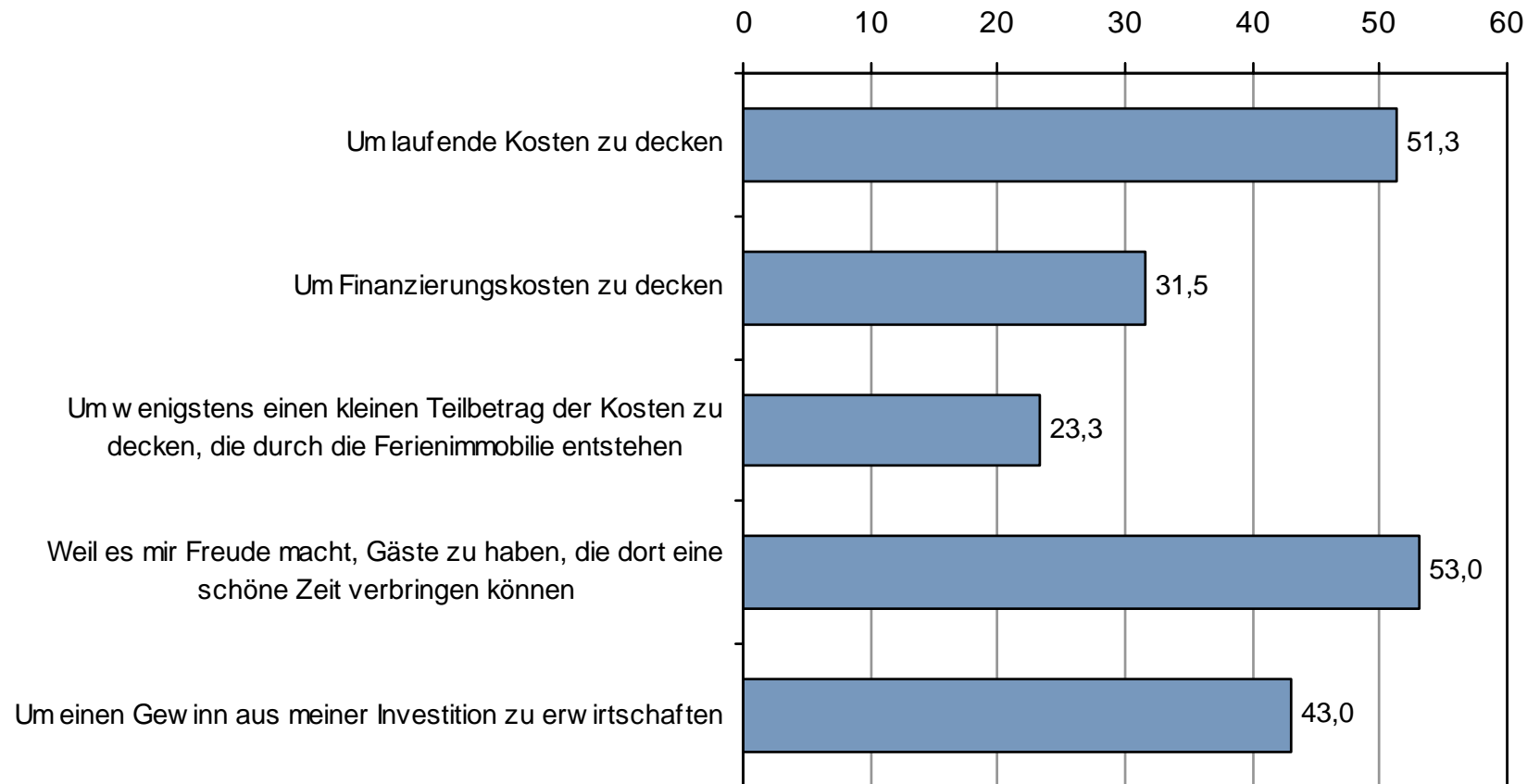
## **4. Vermietung**

## Vermietung von Anfang an als Perspektive

- **Bereits vor dem Erwerb** haben sich 61,1 Prozent der Befragten **Gedanken über die Vermietbarkeit** der Ferienimmobilie gemacht.
- Die Eigentümer selbst verbringen am häufigsten **2 oder 4 Wochen im Jahr** in ihrer Ferienimmobilie (jeweils 9 Prozent).
  - Im Durchschnitt beschränkt sich die **Eigennutzung** auf **7 Wochen** im Jahr.
  - Mehr als ein Drittel (36,5 Prozent) nutzen die Ferienimmobilie sogar überhaupt nicht selbst, sondern betrachten sie als **reines Vermietungsobjekt**.
- Als Gründe für die Vermietung werden am häufigsten **Kostenaspekte** angeführt; der **Deckung der laufenden Kosten** kommt hierbei die größte Bedeutung zu (51,3 Prozent), weniger hingegen der **Deckung der Finanzierungskosten** (31,5 Prozent).
  - Eine nicht unwesentliche Rolle spielt auch die **Freude an der Gastfreundschaft**: 53,0 Prozent geben an, dass es ihnen Freude macht, Gäste in ihrem Objekt zu haben, denen sie auf diese Weise eine schöne Zeit verschaffen können.
  - 43,0 Prozent betrachten ihre Ferienimmobilie darüber hinaus als **Renditeobjekt**.



## Vermietung zur Kostendeckung und aus Gastfreundschaft

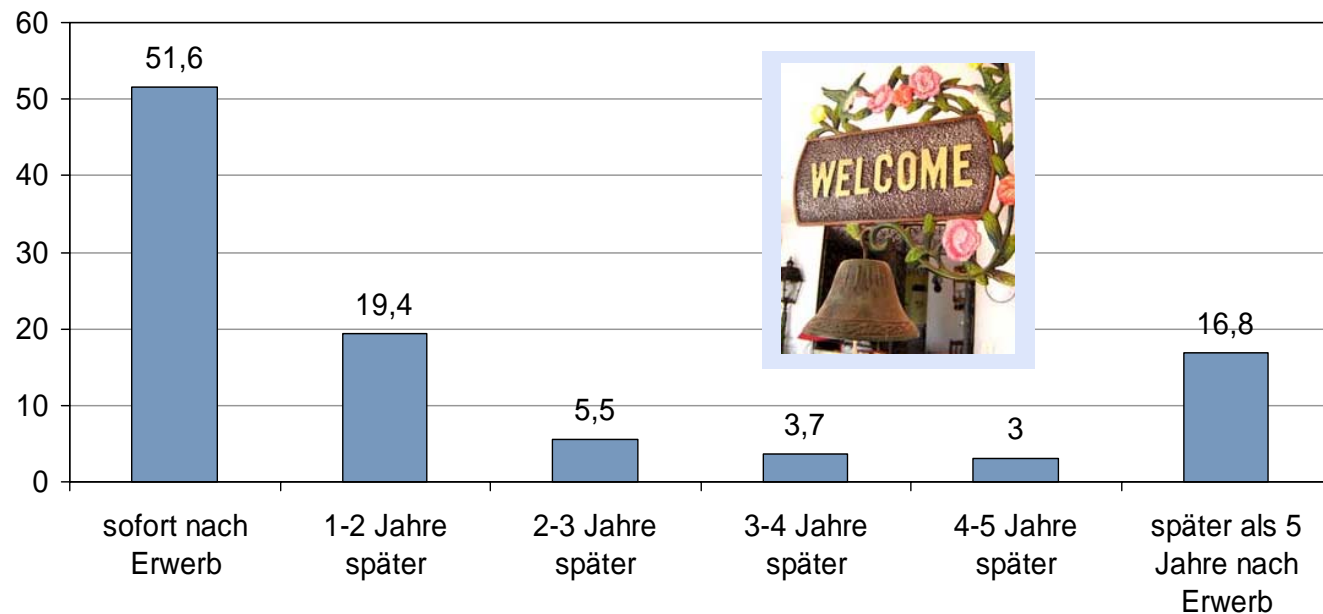


in Prozent, Frage: Warum vermieten Sie in erster Linie? [Mehrfachnennungen möglich]



## Vermietungsbeginn meist innerhalb zwei Jahre nach Erwerb

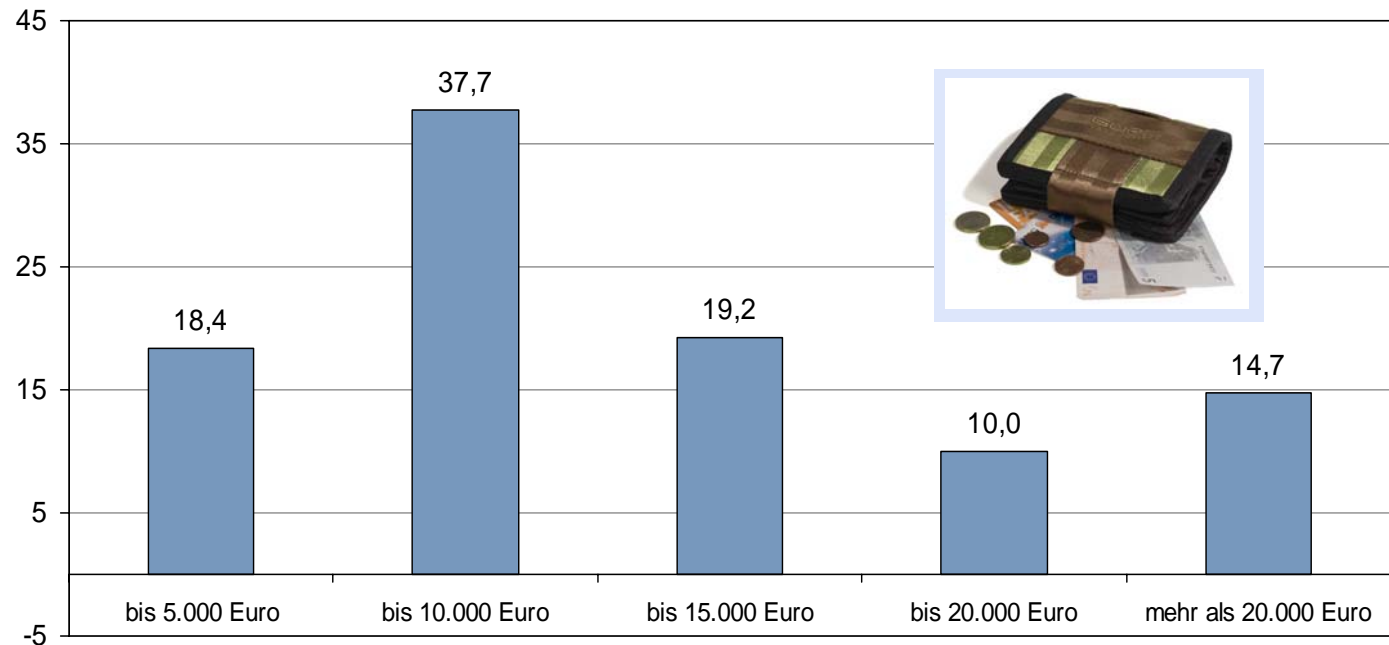
- Nach dem Erwerb hat die Hälfte der Befragten (51,6 Prozent) **sofort** mit der Vermietung der Ferienimmobilie begonnen.
  - **Innerhalb der ersten 2 Jahre** nach dem Erwerb vermieteten dann bereits 71,0 Prozent ihre Ferienimmobilie.
  - 16,8 Prozent stiegen **erst nach 5 Jahren** in die Vermietung ein.



*in Prozent, Frage: Wann haben Sie mit der Vermietung der Ferienimmobilie begonnen?*

## Durchschnittliche Mieteinnahmen rund 13.800 Euro p.a.

- Die **Jahreseinnahmen** aus der Vermietung variieren stark: die **durchschnittlichen Jahreseinnahmen** betragen rund **13.800 Euro**.
  - 56 Prozent der Befragten erzielen Mieteinnahmen **bis zu 10.000 Euro p.a.**,
  - 14,7 Prozent sogar **mehr als 20.000 Euro p.a.**



*in Prozent, Frage: Wie hoch ist Ihr jährliches Bruttoeinkommen aus der Vermietung Ihres Feriendomizils?*

## Ausgebucht an durchschnittlich 22 Wochen pro Jahr

- 58,7 Prozent der Befragten vermieten **ganzjährig** an Feriengäste, um eine optimale Auslastung zu sichern.
  - Im Durchschnitt sind die Ferienhäuser und -wohnungen der Befragten an **22 Wochen** im Jahr tatsächlich **ausgebucht**.
- Der **Mietpreis** für eine Woche in der **Hauptsaison** liegt bei **durchschnittlich 731 Euro** und ist damit 45 Prozent höher als der **Nebensaison-Mietpreis** von **504 Euro** pro Objekt/Woche.
- Die Mehrheit der Gäste sind **Familien** (67,9 Prozent) und **Paare** (28,6 Prozent).
  - Gruppen nutzen nur zu 3,3 Prozent das Ferienhausangebot, Singles nur äußerst selten (0,3 Prozent).
- 96,4 Prozent der Gäste sind laut Angaben der Vermieter zwischen **30 und 59 Jahre** alt.
  - Den stärksten Anteil macht die **Altersgruppe der 40-49-Jährigen** aus (54,1 Prozent).
- 81,3 Prozent der Vermieter haben **Stammgäste**, die regelmäßig wiederkehren.

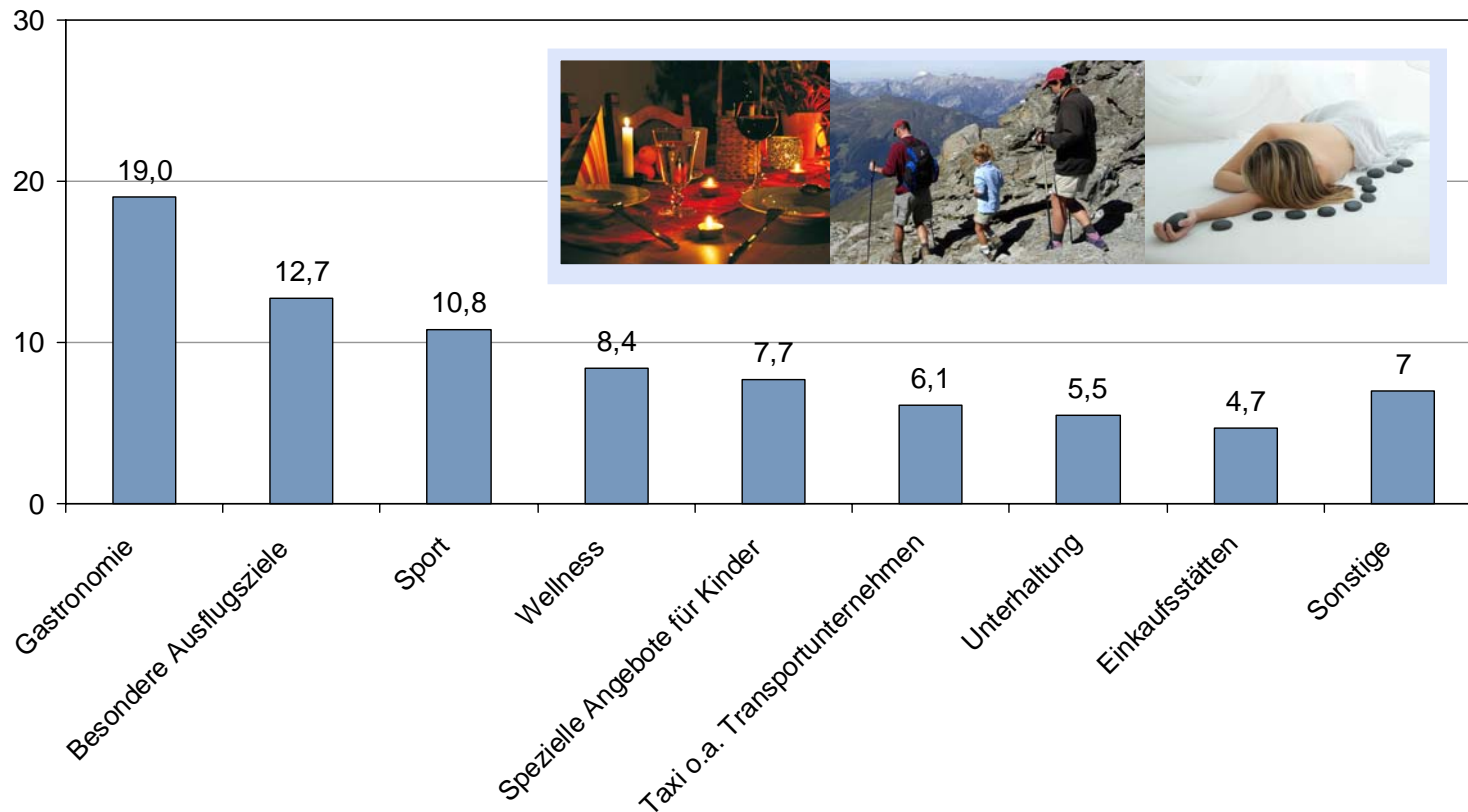
## Attraktive Gästeangebote durch Kooperation mit Partnern

- Rund ein Drittel der Befragten (34,8 Prozent) sind bereits **Partnerschaften** mit Dritten eingegangen, um ihren Feriengästen attraktive Angebote über den Aufenthalt im Ferienhaus hinaus machen zu können.
  - 19,0 Prozent der Vermieter haben Vereinbarungen mit **gastronomischen Partnern** – vom vergünstigten Restaurantbesuch bis zu Degustationen – getroffen.
  - 12,7 Prozent bieten – häufig in Zusammenarbeit mit der Tourismusinformation vor Ort – vergünstigte Konditionen für den Besuch nahe gelegener **Ausflugsziele**.
  - 10,8 Prozent kooperieren mit Partnern im **Sport** und 8,4 Prozent im Bereich **Wellness**.
  - **Spezielle Angebote für Kinder** bieten 7,7 Prozent der Vermieter zusammen mit Partnern an.



➤ 4. Vermietung

## Kooperationsangebote von Vermietern für Gäste



*in Prozent, Frage: In welchen Bereichen kooperieren Sie mit Partnern, um den Mietern Ihrer Ferienimmobilie attraktive Angebote machen zu können? [Mehrfachnennungen möglich]*



## **5. Objekteigenschaften**

## Ferienhaus mit Garten und Terrasse bevorzugt

- Beim Objekttyp liegt das **Ferienhaus** mit 50,9 Prozent nur knapp vor der **Ferienwohnung** (49,1 Prozent).
  - 9,2 Prozent der gekauften Objekte liegen in einem **Ferienhauspark**.
- Rund die Hälfte der Ferienimmobilien (49,9 Prozent) sind **größer als 80 Quadratmeter**.
  - 5,7 Prozent verfügen sogar über **mehr als 250 Quadratmeter** Wohnfläche.
  - 81,8 Prozent der Ferienobjekte verfügen über **ein bis drei Schlafzimmer**.
- Beim Kauf der Immobilie wurde sehr auf die Attraktivität des **Außenbereichs** geachtet: **Garten** (69,4 Prozent) und **Terrasse** (65,5 Prozent) kommt ein hoher Stellenwert bei der Kaufentscheidung zu.
  - Bei der **Inneneinrichtung** legten 47,0 Prozent darauf Wert, dass eine **Einbauküche** vorhanden ist.
  - Die Verfügbarkeit eines **Fernsehanschlusses** (SAT-TV oder Kabelanschluss) war ebenfalls für 42,1 Prozent wichtig.

## Ideale Ausstattungsmerkmale einer Ferienimmobilie

Garten	69,4%
Terrasse	65,5%
Einbauküche	47,0%
SAT-TV oder Kabelanschluss	42,1%
Geschirrspülmaschine	33,8%
Waschmaschine	32,2%
Balkon	30,4%
Meerblick	23,7%
Kamin	22,9%
Pool	20,5%
Internetanschluss	19,9%
Garage	17,9%
Komplette Möblierung	16,9%
Klimaanlage	9,5%
Sauna	8,2%
Whirlpool	4,5%

## Kostenaufwand für Immobilie rund 9.170 Euro p.a.

- Um die Vermietung der Ferienimmobilie kümmert sich die Mehrheit der Befragten **selbst** (95 Prozent).
  - 64,1 Prozent beschäftigen sich damit **nebenbei**, 30,9 Prozent in **Vollzeit**.
  - 8,5 Prozent haben ein Unternehmen mit der Vermietung beauftragt.
- Die **jährlichen Kosten** der Ferienimmobilie (z.B. für Werbung, Pflege, Finanzierung, Instandhaltung) werden auf **durchschnittlich 9.170 Euro** geschätzt.
  - Für die Vermietung ihrer Ferienimmobilie planen 63,3 Prozent der Befragten mit einem **Werbudget von maximal 500 Euro p.a.**
  - Nur 10,3 Prozent investieren **mehr als 1.000 Euro p.a.** in Werbeaktivitäten.
  - Als bevorzugte Werbekanäle werden **Online-Ferienhausverzeichnisse** (93,3 Prozent), die **eigene Homepage** (62,6 Prozent) sowie **Empfehlungen über Freunde und Bekannte** (50,0 Prozent) genannt.

## Betreuung des Objekts durch Dritte meist unverzichtbar

- Um **nach dem Rechten zu sehen**, reisen 60,7 Prozent der Befragten **selbst** mehr als fünfmal im Jahr in das Ferienhaus.
  - Fast drei Viertel der Befragten (74,0 Prozent) haben zusätzlich eine **Person vor Ort** engagiert, die sich um das Objekt kümmert.
  - Am häufigsten handelt es sich hierbei um eigens hierfür **angestellte Personen** wie z.B. Reinigungskraft, Gärtner (23,1 Prozent) oder eine **Hausverwaltung** (12,4 Prozent).
  - Jedoch spielen bei der Objektbetreuung häufig auch **Nachbarn, Freunde und Verwandte** eine wichtige Rolle (insgesamt 33,2 Prozent).

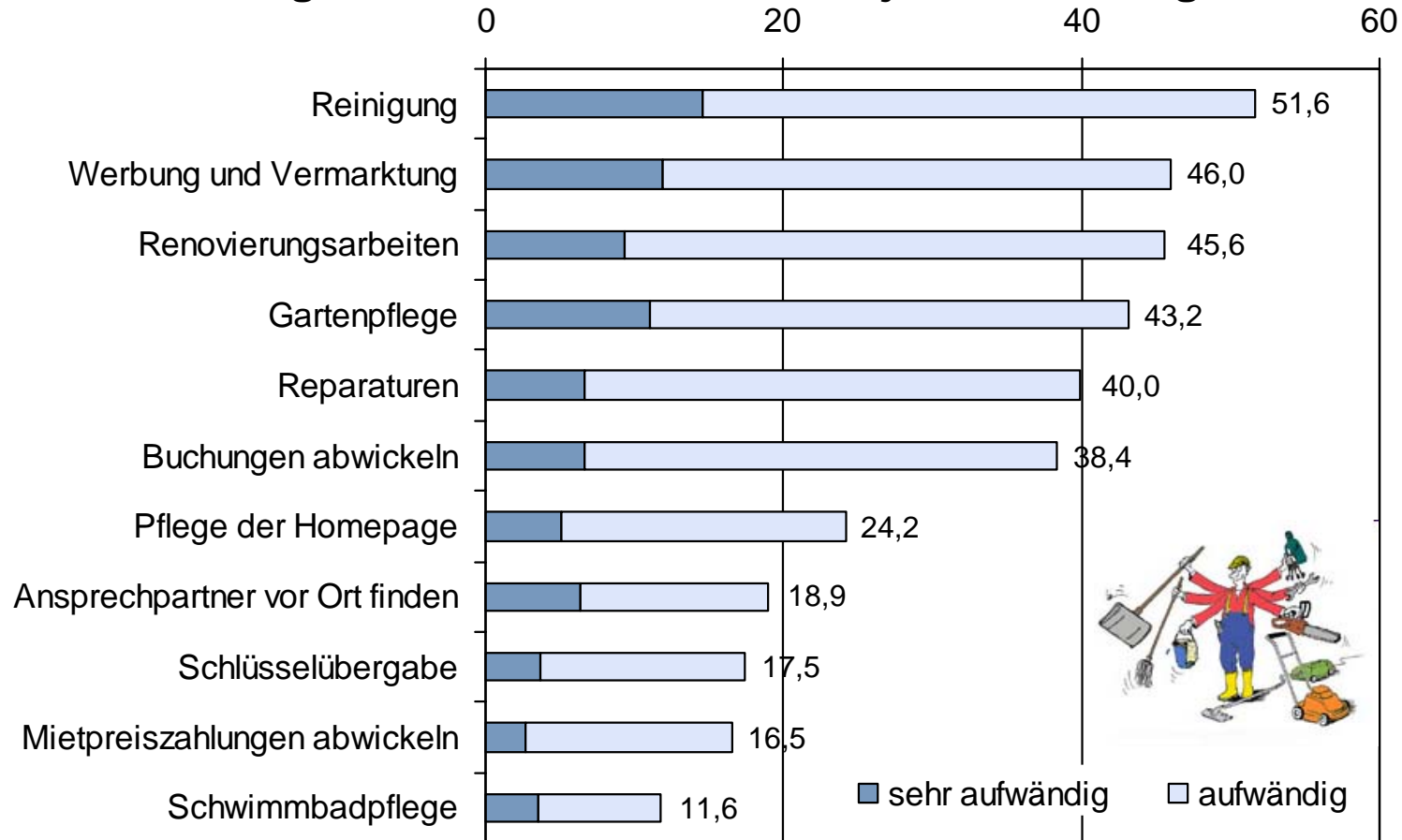
## Reinigung und Vermarktung als größte Aufwandsposten

- Die **Reinigung** des Objektes (51,6 Prozent) sowie Aktivitäten rund um dessen **Werbung und Vermarktung** (46,0 Prozent) bereiten den Vermietern den meisten Aufwand.
  - Auch **Renovierungsarbeiten** (45,6 Prozent) und **Gartenpflege** (43,2) werden als sehr aufwändig empfunden.
  - **Reparaturen** (40,0 Prozent) sowie die **Abwicklung von Buchungen** (38,4 Prozent) fallen vom Aufwand her ebenfalls noch stark ins Gewicht.
- Nur 17,3 Prozent der Befragten kommen bei diesen Aufgaben ohne fremde Hilfe aus und haben **keine Dienstleister engagiert**.
  - Die begehrtesten Dienstleistungen, für die Fremdunternehmen in Anspruch genommen werden, bestehen in der **Reinigung** der Unterkunft (64,3 Prozent), der **Schlüsselübergabe** (46,1 Prozent), **Reparaturen** (41,4, Prozent), **Gartenpflege** (41,2 Prozent) sowie der Bereitstellung eines **Ansprechpartners vor Ort** (40,4 Prozent).



➤ 5. Objekteigenschaften

## Aufwändige Arbeiten rund um die Objektvermietung



in Prozent, Frage: Bitte bewerten Sie die genannten Aufgaben nach ihrem Aufwand. [Top2-Boxes]

## **6. Zufriedenheit und Wunsch nach Zweitimmobilie**





## Eigentümer mit Ferienimmobilien hochzufrieden

- Die Mehrheit (96,6 Prozent) ist mit ihrem Objekt **zufrieden**.
- Die **Gründe** für diese ausgeprägte Zufriedenheit sind recht vielfältig:



## Zufriedenheit weckt Wunsch nach Zweitimmobilie

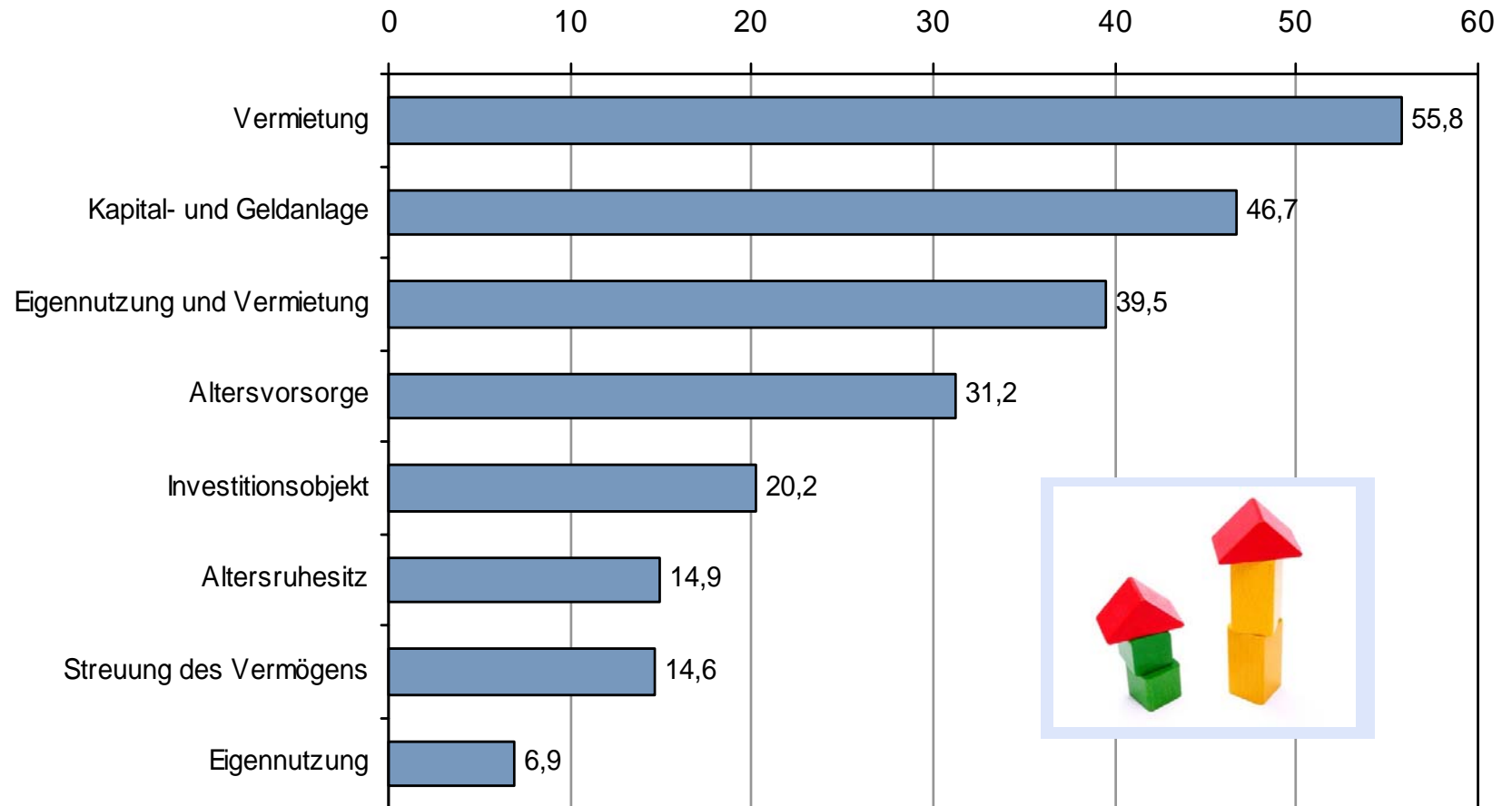
- Die Zufriedenheit der Besitzer von Ferienimmobilien ist derart ausgeprägt, dass sich 77,1 Prozent den **Traum vom Ferienhaus noch einmal erfüllen** würden.
  - Mehr als die Hälfte der Befragten (55,6 Prozent) haben Aspekte rund um die Vermietung – v.a. **Mieteinnahmen** und **Freude an der Gästebetreuung** – als Motiv für die Anschaffung einer weiteren Immobilie angegeben.
  - 50,4 Prozent würden das neue Objekt als einen Beitrag zur alternativen **Altersvorsorge** und 41,1 Prozent als **Kapital- und Geldanlage** betrachten.
  - Für 35,6 Prozent würde die Ferienimmobilie als **Altersruhesitz** in Frage kommen.
  - Die **laufende Rendite** wird von 34,9 Prozent der Befragten als Grund genannt.

## Ernsthafte Kaufabsichten bei 21,4 Prozent

- Insgesamt denken 21,4 Prozent gegenwärtig konkret darüber nach, in nächster Zeit eine **weitere Ferienimmobilie** zu erwerben.
- Mehr als die Hälfte der Befragten geben das **Vermietungsziel** als primäres Motiv für den Kauf einer weiteren Immobilie an (55,8 Prozent).
  - 46,7 Prozent würden das neue Objekt als **Kapital- und Geldanlage** betrachten.
  - 39,5 Prozent würden es **sowohl selbst nutzen als auch vermieten**.
  - Als **Altersvorsorge** käme die Immobilie für 31,2 Prozent in Betracht.
  - Lediglich 6,9 Prozent würden die Zusatzimmobilie **ausschließlich selbst nutzen**.



## Vermietungsziel als primäres Motiv für Zweitimmobilie



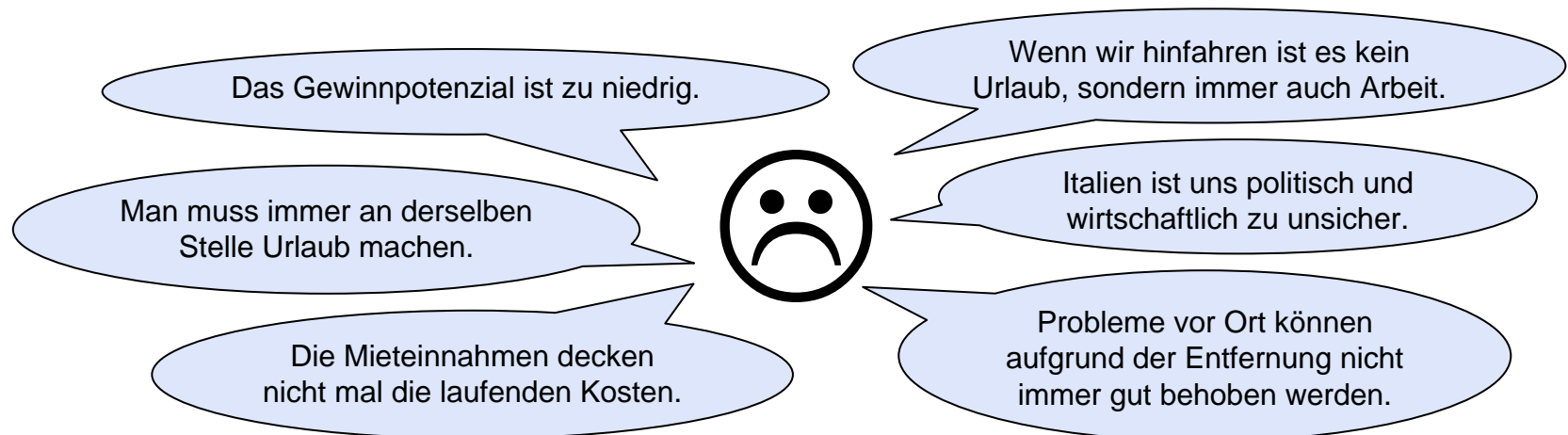
in Prozent, Frage: Welches ist Ihr primäres Motiv für den Kauf einer Zweitimmobilie? [Mehrfachnennungen möglich]

## Ferienhaus in Deutschland favorisiert

- Beim Objekttyp würden sich 61,9 Prozent eher für ein **Ferienhaus** anstelle einer Ferienwohnung entscheiden.
  - Als Standort wird mit deutlichem Abstand **Deutschland** (39,2 Prozent) vor **Spanien** (10,9 Prozent) und **Italien** (8,4 Prozent) favorisiert.
- Die klare Mehrheit (84,1 Prozent) würde bis **maximal 250.000 Euro** in den Kauf einer weiteren Ferienimmobilie investieren.
- Mit Blick auf die Finanzierung würden sich 44,5 Prozent für eine **Mischung aus Fremd- und Eigenfinanzierung** entscheiden.
  - 27,4 Prozent würde sich auf eine **100-prozentige Fremdfinanzierung** einlassen.
  - Ein **Konzept aus Vermietung und Eigennutzung mit 100-prozentiger Fremdfinanzierung** halten 57,0 Prozent für interessant.
  - Für **Teilzeitrechte oder Leasing** interessieren sich lediglich 11,1 Prozent der Befragten.

## Unzufriedenheit durch niedrige Rendite

- Im Vergleich dazu würden 22,9 Prozent in keine weitere Ferienimmobilie investieren.
  - Als Begründung dafür, diesen Schritt nicht noch einmal zu wagen, sagen 36,2 Prozent, dass die **Rendite ungenügend** ist.
  - 31,4 Prozent der Befragten beklagen den **hohen Verwaltungsaufwand**.
  - Jeweils 16,5 Prozent befürchten **Liquiditätsengpässe** oder **politische bzw. wirtschaftliche Veränderungen**.
  - 12,2 Prozent der Befragten langweilt die **Routine der Urlaube**.



## Vereinzelt Objektverkäufe in den letzten Jahren

- 7,9 Prozent der Befragten haben bereits eine weitere Ferienimmobilie besessen und **in den letzten Jahren verkauft**.
  - Diese Immobilien waren **durchschnittlich 11 Jahre im Besitz** des Eigentümers.
  - Die meisten der verkauften Ferienimmobilien befanden sich in **Spanien** (28,2 Prozent), einige in **Frankreich** sowie **Italien** (jeweils 14,1 Prozent).
- Rund drei Viertel der Befragten (75,5 Prozent) haben beim Verkauf den **erwarteten Preis für ihre Immobilie** erzielt.
  - 71,9 Prozent konnten mit **Gewinn** verkaufen.
  - 16,8 Prozent realisierten einen **Verlust**.
  - Bei 11,3 Prozent der Befragten hat sich der **Wert** der Ferienimmobilie im Zeitraum zwischen Kauf und Verkauf **nicht verändert**.

## Gründe für Objektverkauf vielschichtig

- Die **Gründe für den Verkauf** einer Ferienimmobilie sind unterschiedlichster Natur:
  - Bei 25,8 Prozent stellte die Ferienimmobilie von Beginn an ein reines **Spekulationsobjekt** dar.
  - 17,2 Prozent wurden durch den unerwarteten **Anstieg der Unterhaltskosten** zum Verkauf der Immobilie veranlasst.
  - Eine weitere Rolle spielen **Veränderungen im privaten Umfeld**, z.B. Alter, Trennung, Arbeitsüberlastung, die **Investition in ein anderes Objekt** sowie **politische bzw. wirtschaftliche Veränderungen** im Urlaubsland (jeweils 12,9 Prozent).





## **7. Ferienhausbesitzer – Statistische Merkmale**

## Typ-Profil Ferienhausbesitzer

- **59,4 Prozent** der Ferienhausbesitzer haben ein **Haushaltsnettoeinkommen unter 4.000 Euro p.m.** und können damit der Bevölkerungsmittelschicht zugeordnet werden.
  - 26,9 Prozent stehen **5.000 Euro p.m. und mehr** zur Verfügung.
- Der Altersschwerpunkt der Ferienhausbesitzer liegt im Durchschnitt bei **54 Jahren**.
  - **84,6 Prozent** der Befragten sind **zwischen 40 und 69 Jahre** alt.
- 70,6 Prozent leben in einer **Familienstruktur**.
  - In diesen Familien leben **durchschnittlich 2,2 Kinder**.
  - 21 Prozent der Befragten befinden sich in einer festen **Partnerschaft**,
  - 8,5 Prozent leben **allein** oder in einer **Wohngemeinschaft**.
  - Die **durchschnittliche Haushaltsgröße** umfasst **drei Personen**.
- Das **Bildungsniveau** ist **überdurchschnittlich hoch**: 51,7 Prozent der Befragten verfügen über einen Hochschulabschluss oder haben promoviert.
- Die meisten Befragten sind **selbstständig** (41,0 Prozent).
  - An zweiter Stelle folgen **Angestellte** (28,4 Prozent), an dritter **Pensionäre bzw. Rentner** (17,4 Prozent).

Diese Studie wurde ausgewertet durch die

**elsner**unternehmensberatung

**Qualitative Marktforschung und Marktanalysen**

Dipl.-Ökonomin Annika Elsner

Lappenbergsallee 36 · 20257 Hamburg

Tel. 040/ 55 77 58 95 · Fax 040/ 55 77 58 96

contact@annikaelsner.de · www.annikaelsner.de

**FeWo-direkt in Kooperation mit  
Engel & Völkers Germany**



**ENGEL & VÖLKERS**