

28. března 2025

Lidé s hypotékou dle dat více spoří, investují a pečlivěji plánují finance

Na konci minulého roku ResOLUTION Group nahlédla do NÁRODNÍCH DAT a přinesla zajímavé poznatky o [půjčkách a spotřebitelských úvěrech](#). Ale co hypotéky? V datech kontinuálního lifestyle výzkumu společnosti NADA Research najdeme mnoho informací nejen o úvěrech na bydlení, pojdme se teď ale zaměřit na data o Čechách, kteří své bydlení financují právě hypotékou.

Zde komentovaná data vycházejí z posledních dvou vln dotazování výzkumu (v období únor–duben 2024 a září–prosinec 2024). Zúčastnilo se jich 10 104 online respondentů starších 15 let. NADA Research v Česku celkově disponuje daty od více než 20 tisíc respondentů.

Téměř pětina internetové populace starší 15 let aktuálně **splácí alespoň jednu hypotéku**. „Samozřejmě s rostoucím věkem, kdy lidé zakládají rodiny a řeší vlastní bydlení, se podíl těch, kteří mají úvěr na bydlení, zvyšuje – ve věku 25–54 let se to týká téměř třetiny,“ dodává Klára Hoffmann, Client Service Director ResOLUTION Group. Naprostá většina hypotečních dlužníků splácí **pouze jeden** takový úvěr. Odvážnější **desetina** z těch, kteří aktuálně využívají hypotéku, si ale troufla na více půjček tohoto typu.

Hypotéka = větší spokojenost s bydlením

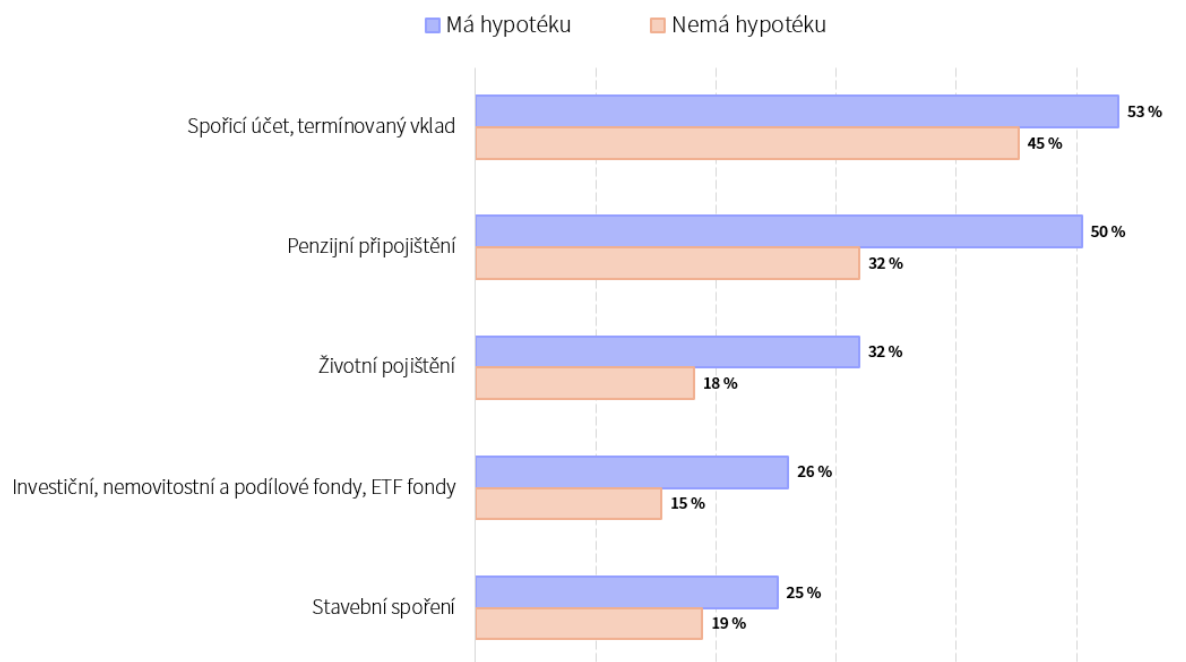
Asi není zas až takové překvapení, že lidé, kteří financují bydlení hypotékou, **jsou se svým bydlením spokojenější** než ti, kteří nejsou tímto břemenem zatíženi, a to o celých 8 procentních bodů. Lidé si obecně rádi své bydlení vylepšují, ale ti, kteří již bydlí „ve svém“, resp. vlastní bydlení splácejí, **si svůj byt či dům vylepšují raději** než lidé bez hypotéky (79 % vs. 70 %).

„Data ukazují, že hypoteční zákazníci jsou také finančně zodpovědnější – častěji spoří, investují a budují finanční rezervy,“ doplňuje Klára Hoffmann. K výroku **Jsem dobrý/á v hospodaření s penězi** se lidé s hypotékou přiklánějí častěji o 6 procentních bodů. **Pravidelně si spoří** 68 % hypotečních zákazníků proti 60 % těch, kteří hypotéku aktuálně nemají.

Napříč celou populací je spořicí účet a penzijní připojištění volba číslo jedna pro tvorbu finančních rezerv, nicméně **spořicí účet** využívá o 8 procentních bodů více hypotečních zákazníků proti nehypotečním a **penzijní připojištění** je u této populace běžnější dokonce o 18 procentních bodů. I do **podílových a**

nemovitostních fondů investuje větší podíl lidí s úvěrem na bydlení (+11 p. b.). Stejně tak je zde patrná větší tendence k **investování do nemovitostí** (+12 p. b.).

TOP 5 investičních produktů



Zdroj: NÁRODNÍ DATA, NADA Research, internetová populace 15+, National Sample CZ, vlna 07 (02–04/2024) – vlna 08 (09–12/2024), N = 10 104

Populace s úvěrem na bydlení také dle NÁRODNÍCH DAT přikládá větší důležitost pojištění: k výroku **Pro všechny případy je důležité být pojištěn(a)** se kloní o celých 12 procentních bodů více hypotečních klientů.

Lidé s úvěrem na bydlení zároveň častěji **využívají služeb finančního poradenství**: v posledním roce si nechala poradit více než třetina celkové internetové populace, nicméně mezi hypotečními zákazníky se na finančního poradce v posledním roce obrátilo téměř 60 %.

Hypoteční zákazníci jsou náročnější spotřebitelé

Lidé splácející hypotéku **dávají více na odborné rady i při nákupu** (+8 p. b.), častěji **se nechají ovlivnit recenzemi na internetu** (+7 p. b.), častěji **kupují značkové produkty** (+6 p. b.), **rádi zkoušejí nové značky** (+7 p. b.), **mají rádi unikátní a ojedinělé produkty** (+6 p. b.) a **za kvalitu si ochotněji připlatí** (+7 p. b.). Rozhodně se také nebojí nákupů na internetu: o 12 p. b. více se jich přiklání k názoru, že **nakupování přes internet dělá jejich život jednodušší**.

„Zdá se tedy, že hypotéka není jen závazek – pro mnoho lidí znamená větší odpovědnost, pečlivější plánování financí a často i vyšší životní spokojenost,“ uzavírá pohled do NÁRODNÍCH DAT Klára Hoffmann z ResSOLUTION Group.

**Eliška Morochovičová**

Head of Communication

eliska.morochovicova@ressolution.cz

+420 222 717 762 / +420 725 612 020

**Klára Hoffmann**

Client Service Director

klara.hoffmann@ressolution.cz

+420 222 717 762

**Martin Chalupník**

Head of Operations

martin.chalupnik@nada.cz

+420 722 984 381

O společnostech:

ResSOLUTION Group (www.ressolution.cz) je renomovaná česká výzkumná agentura s bohatými zkušenostmi v oblasti průzkumu trhu. V její nabídce naleznete marketingové a mediální výzkumy, z nichž řada má mezinárodní přesah. Zpracovává různorodá výzkumná šetření pro významné instituce, mezi něž patří například univerzity, bankovní a obchodní společnosti, televize, mediální domy, ministerstva i jiné státní instituce a podobně.

ResSOLUTION na sítích: [LinkedIn](#) | [Facebook](#) | [Instagram](#)

NADA Research (www.nada.cz) je přední společnost zaměřená na poskytování detailních dat o nákupním, spotřebním a mediálním chování českých spotřebitelů. Nabízí komplexní reporty a data, která pomáhají firmám lépe porozumět svým zákazníkům a optimalizovat jejich marketingové strategie. Díky robustní databázi má NADA Research rychlý přístup k informacím z mnoha oblastí. Sběr dat probíhá na National Sample CZ.

National Sample (nationalsample.com; dříve Český národní panel, resp. European National Panels) je jedním z největších výzkumných panelů působící v zemích střední a východní Evropy a v Thajsku. Panel slouží pro kvalitní a rychlé on-line sběry dat o internetové populaci. Disponuje početnou skupinou 64 000 respondentů v České republice, 26 000 respondentů na Slovensku, 23 000 v Polsku, 24 000 v Maďarsku, 14 000 v Bulharsku, 16 000 v Rumunsku, 25 000 na Ukrajině a 20 000 v Thajsku.