Monitor Nastrojów Klientów Nieruchomości



V edycja raportu Otodom
o nastrojach klientów
rynku nieruchomości

Lipiec 2025 - Czerwiec 2026

otodom KANTAR

Monitor Nastrojów Klientów Rynku Nieruchomości to cykliczny raport badawczy, który dostarcza dane o zmieniających się oczekiwaniach i preferencjach klientów.

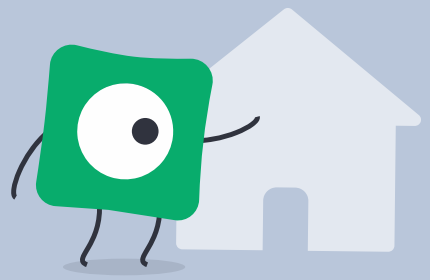
Warto wiedzieć więcej:

Lepsze zrozumienie klientów

Barometr oczekiwań cenowych ujawnia, jakie są prognozy Polaków dotyczące cen mieszkań w perspektywie następnych 12 miesięcy. Pokazuje również, kto wybiera nowe inwestycje, a kto decyduje się na rynek wtórny, oraz w jaki sposób aktualna sytuacja mieszkaniowa wpływa na decyzje zakupowe. Wyniki umożliwiają lepsze dopasowanie ofert do oczekiwań klientów oraz precyzyjne planowanie projektów odpowiadających na potrzeby rynku.

Przewaga konkurencyjna

Znajomość nastrojów rynkowych pozwala wyprzedzać konkurencję. Podczas gdy inni opierają działania na ogólnych statystykach, analiza rzeczywistych zmian w postawach klientów umożliwia bardziej trafne reakcje na potrzeby rynku.



Dopasowanie oferty do konkretnych segmentów klientów

Wyniki badania pozwalają zrozumieć, jak klienci postrzegają wartość pracy agentów nieruchomości – czy przyspieszają proces transakcji i czy ich prowizje są uzasadnione. Opinie te wspierają efektywniejsze pozycjonowanie usług oraz dostosowanie argumentów sprzedażowych do oczekiwań różnych grup, takich jak najemcy, właściciele czy przyszli inwestorzy.

Poznanie trendów i dostosowanie strategii z wyprzedzeniem

Analiza wpływu doświadczeń rynkowych na ocenę kondycji rynku pozwala zauważyć różnice w nastrojach osób, które zakończyły transakcje, aktualnie kupują lub planują inwestycje. Dzięki temu możliwe jest wcześniejsze dostosowanie strategii do zmieniających się nastrojów i unikanie kosztownych błędów w komunikacji z różnymi segmentami klientów.



Barometr oczekiwań cenowych

Kluczowy wskaźnik badania, który pokazuje czego Polacy spodziewają się po cenach mieszkań w ciągu najbliższych 12 miesięcy - czy ceny będą rosły, spadały, czy pozostaną na tym samym poziomie.

Barometr oczekiwań cenowych

Ocena sytuacji w kolejnych 12 miesiącach w ujęciu kwartalnym oraz rocznym

	2025 Q2	2025 Q3	2025 Q4	2026 Q1	2026 Q2	Zmiana kw/kw	Zmiana r/r
Wzrosną ▲	50%	53%	55%	55%	56%	+1 p.p.	+6 p.p.
Spadną ▼	19%	20%	15%	14%	13%	-1 p.p.	-6 p.p.
Bez zmian ✖	31%	27%	30%	31%	31%	0 p.p.	0 p.p.

Źródło: Badanie Kantar nastrojów rynkowych klientów nieruchomości Kwiecień 2025 - Czerwiec 2026



Barometr oczekiwań cenowych wg rynku

Ocena sytuacji w kolejnych 12 miesiącach

	Interesuje mnie zakup z rynku pierwotnego	Interesuje mnie zakup z rynku wtórnego	Rodzaj rynku nie ma dla mnie znaczenia
Wzrosną ▲	50%	53%	50%
Spadną ▼	16%	20%	14%
Bez zmian ✖	33%	28%	35%

Źródło: Badanie Kantar nastrojów rynkowych klientów nieruchomości Lipiec 2025 - Czerwiec 2026



Barometr oczekiwań cenowych wg płci i wieku respondentów

Ocena sytuacji w kolejnych 12 miesiącach

	Kobieta	Mężczyzna	Wiek 18-34	Wiek 35-55	Wiek 56-65
Wzrosną ▲	57%	52%	58%	54%	52%
Spadną ▼	13%	18%	15%	17%	12%
Bez zmian ✖	30%	30%	27%	29%	36%

Źródło: Badanie Kantar nastrojów rynkowych klientów nieruchomości Lipiec 2025 - Czerwiec 2026



Średnia cena za m² w 7 największych miastach Polski

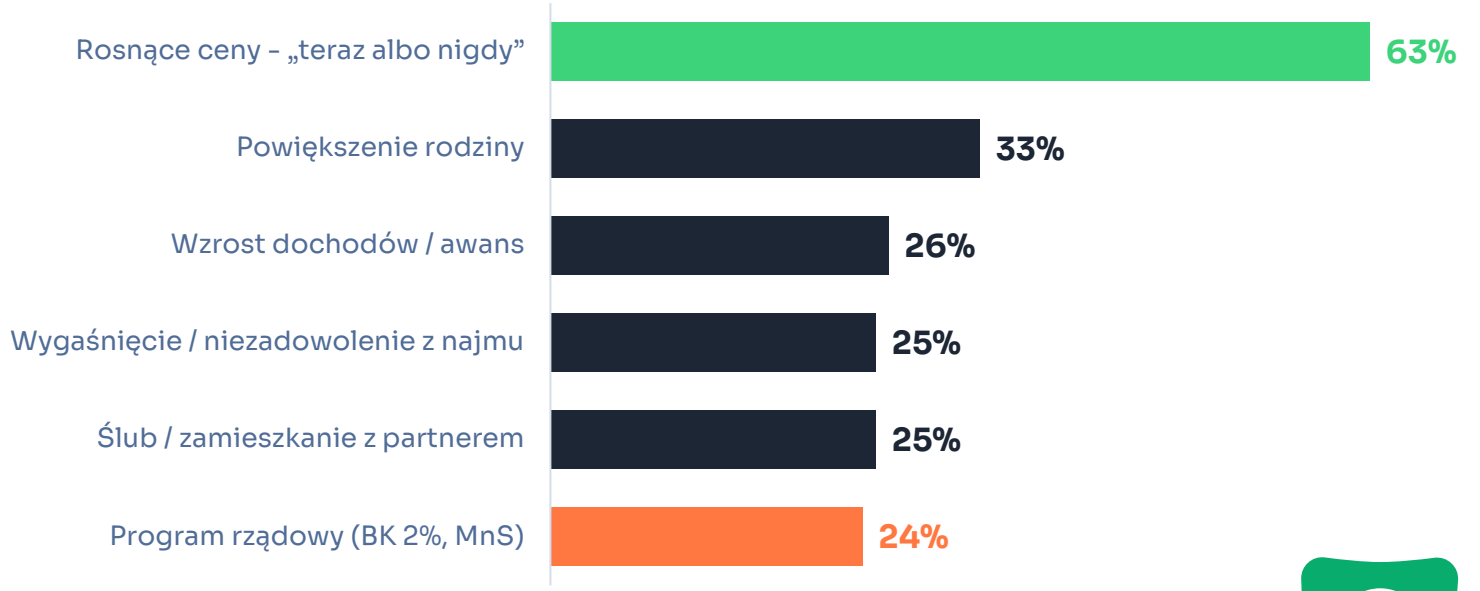
W ujęciu kwartalnym oraz rocznym

	2025 Q2	2025 Q3	2025 Q4	2026 Q1	2026 Q2	Zmiana kw/kw	Zmiana r/r
Pierwotny	14,940 zł	15,201 zł	15,404 zł	15,652 zł	16,048 zł	+3%	+7%
Wtórny	15,138 zł	15,135 zł	15,232 zł	15,393 zł	15,531 zł	+1%	+3%

Źródło: Opracowanie w oparciu o dane własne Otodom



Rosnące ceny napędzają decyzję: 63% kupuje pod hasłem „teraz albo nigdy” - FOMO zakupowe

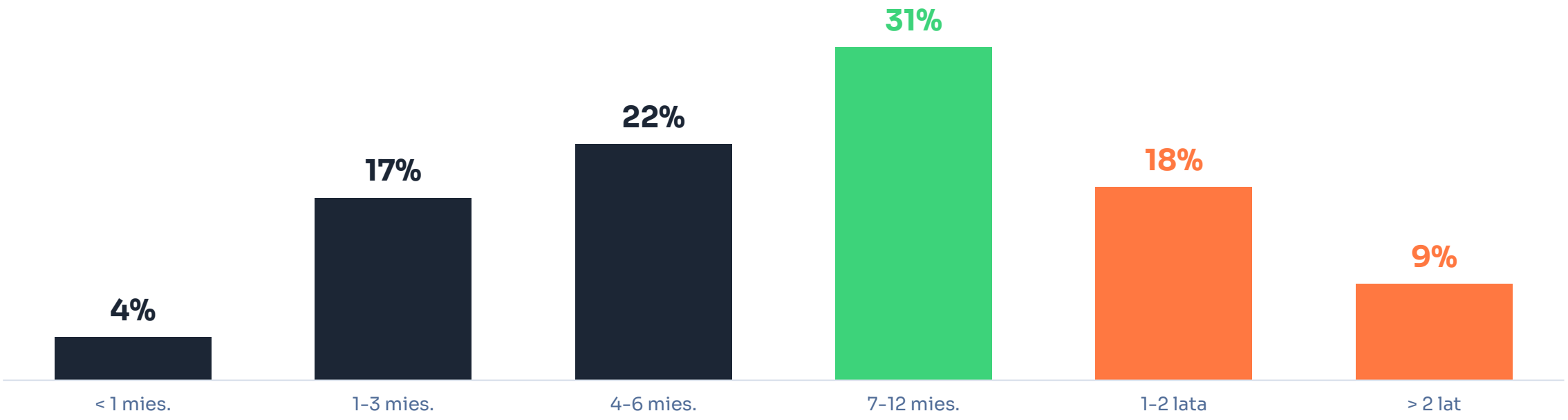




Źródło: Badanie BGR Otodom / CAWI, maj 2026



Czas dochodzenia do decyzji o zakupie nieruchomości / wniosku kredytowego



Źródło: Badanie BGR Otodom / CAWI, maj 2026

Komentarz eksperta:



Maciej Kietliński
Ekspert ds. ekonomicznych Otodom

Jak pokazują dane z Barometru Oczekiwań Cenowych, ponad połowa respondentów uważa, że ceny mieszkań w ciągu najbliższych 12 miesięcy wzrosną. W II kwartale 2026 roku odsetek ten wyniósł 56% i był o 6 pkt proc. wyższy niż rok wcześniej.

Może to wynikać z faktu, że o ile jeszcze rok temu, gdy cykl obniżek stóp procentowych dopiero się rozpoczynał, nie było pewności, jak silnie wpłynie on na popyt i ceny mieszkań, o tyle dziś rynek znacznie mocniej skłania się ku scenariuszowi, w którym niższe stopy procentowe będą sprzyjać dalszym wzrostom cen. Zaledwie 13% respondentów spodziewa się ich spadku.
Co istotne, niezależnie od tego, czy ankietowani planowali zakup mieszkania z rynku pierwotnego, czy wtórnego, ponad połowa z nich oczekiwała dalszego wzrostu cen. Kobiety nieco ostrożniej oceniały perspektywy rynku – 57% z nich spodziewało się wzrostu cen, wobec 52% wśród mężczyzn.

Badanie pokazuje również, że wraz z wiekiem rośnie przekonanie o stabilizacji rynku. W grupie 18–34 lata niezmiennych cen oczekiwało 27% respondentów, podczas gdy wśród osób w wieku 56–65 lat odsetek ten wzrósł do 36%. Wyniki badania wskazują, że dominujące oczekiwania dalszego wzrostu cen mogą sprzyjać zjawisku FOMO i przyspieszać decyzje zakupowe. Potwierdzają to odpowiedzi ankietowanych – dla 63% z nich obawa przed wzrostem cen była głównym impulsem do zakupu mieszkania. Drugim najczęściej wskazywanym powodem była decyzja o powiększeniu rodziny (33%). Choć sama decyzja o zakupie często ma podłoże emocjonalne, sam proces wyboru nieruchomości i finansowania jest znacznie bardziej przemyślany. Aż 58% respondentów potrzebowało co najmniej siedmiu miesięcy od podjęcia decyzji o zakupie do złożenia wniosku kredytowego. Najliczniejszą grupę stanowili ci, którzy potrzebowali od 7 do 12 miesięcy – było to 31% wszystkich ankietowanych.

Badanie pokazuje, że oczekiwania wzrostu cen nie przekładają się na pochopne decyzje. Mimo poprawiającej się dostępności kredytów hipotecznych kupujący nadal poświęcają wiele czasu na wybór nieruchomości i źródła finansowania, co może sprawić, że wzrost popytu będzie miał raczej stopniowy niż gwałtowny charakter.



Rynek pierwotny czy wtórny?

Zbadaliśmy, kto decyduje się na nowe inwestycje, a kto stawia na mieszkania używane, jak te tendencje kształtowały się w ciągu roku.

Rynek pierwotny czy wtórny?

Chcę kupić/kupiłem:	2025 Q2	2025 Q3	2025 Q4	2026 Q1	2026 Q2	Zmiana kw/kw	Zmiana r/r
Mieszkanie od dewelopera	21%	23%	20%	20%	18%	-2 p.p.	-3 p.p.
Mieszkanie z rynku wtórnego	49%	50%	47%	48%	49%	+1 p.p.	0 p.p.
Nie ma to dla mnie znaczenia	30%	27%	33%	32%	33%	+1 p.p.	+3 p.p.

Źródło: Badanie Kantar nastrojów rynkowych klientów nieruchomości Kwiecień 2025 - Czerwiec 2026



Rynek pierwotny czy wtórny? Czy płeć, wiek i wykształcenie ma znaczenie

	Płeć		Wiek		
Chcę kupić/kupiłem:	Kobiety	Mężczyźni	Wiek 18-34	Wiek 35-55	Wiek 56-65
Mieszkanie od dewelopera	20%	21%	23%	20%	17%
Mieszkanie z rynku wtórnego	49%	48%	45%	50%	49%
Nie ma to dla mnie znaczenia	31%	31%	31%	30%	35%

Źródło: Badanie Kantar nastrojów rynkowych klientów nieruchomości Lipiec 2025 - Czerwiec 2026





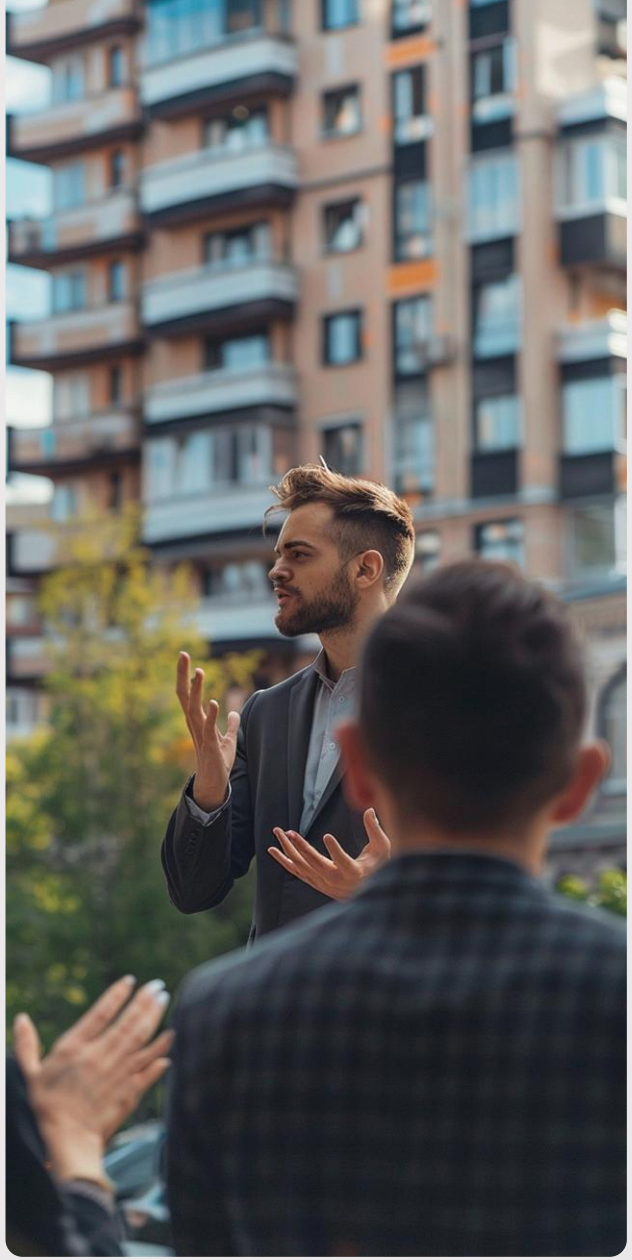
Ocena działalności firm deweloperskich

Przedstawiamy kompleksową ocenę branży deweloperskiej z perspektywy konsumentów - od ogólnego poziomu zaufania i satysfakcji z obsługi, przez jakość oferowanych mieszkań, aż po identyfikację odpowiedzialnych za zjawisko “patodeweloperki” na polskim rynku.

Ocena działalności firm deweloperskich

Kwartał	2025 Q2	2025 Q3	2025 Q4	2026 Q1	2026 Q2	Zmiana kw/kw	Zmiana r/r
Pozytywna	22%	21%	16%	18%	14%	-4 p.p.	-8 p.p.
Ani pozytywna, ani negatywna	42%	43%	50%	44%	42%	-2 p.p.	0 p.p.
Negatywna	36%	36%	34%	38%	44%	+6 p.p.	+8 p.p.

Źródło: Badanie Kantar nastrojów rynkowych klientów nieruchomości Kwiecień 2025 - Marzec 2026



Ocena działalności firm deweloperskich z podziałem na płeć oraz wiek

	Płeć		Wiek		
Ocena	Kobiety	Mężczyźni	Wiek 18-34	Wiek 35-55	Wiek 56-65
Pozytywna	18%	16%	18%	16%	17%
Ani pozytywna, ani negatywna	48%	42%	42%	44%	51%
Negatywna	34%	42%	40%	40%	32%

Źródło: Badanie Kantar nastrojów rynkowych klientów nieruchomości Lipiec 2025 - Czerwiec 2026



Czy “patodeweloperka” jest powszechna?

Kwartał	2025 Q2	2025 Q3	2025 Q4	2026 Q1	2026 Q2	Zmiana kw/kw	Zmiana r/r
Zgadzam się	67%	68%	64%	65%	72%	+7 p.p.	+5 p.p.
Trudno powiedzieć / nie mam zdania	24%	23%	26%	26%	20%	-6 p.p.	-4 p.p.
Nie zgadzam się	9%	9%	10%	9%	8%	-1 p.p.	-1 p.p.

Źródło: Badanie Kantar nastrojów rynkowych klientów nieruchomości Kwiecień 2025 - Czerwiec 2026



Deweloperskie „KPI” – ocena branży w 9 wymiarach

Kwartał	2025 Q2	2025 Q3	2025 Q4	2026 Q1	2026 Q2	Zmiana kw/kw	Zmiana r/r
Ogólny poziom zaufania do branży deweloperskiej	2,5	2,5	2,6	2,6	2,5	-0,1	=
Rzetelność opisu inwestycji	2,5	2,4	2,5	2,5	2,4	-0,1	-0,1
Orientacja na potrzeby przyszłych mieszkańców i okolicy	2,4	2.3	2.5	2.5	2,4	-0,1	=
Jakość wykonania i materiałów	2,6	2,5	2,6	2,7	2,6	-0,1	=
Dopasowanie produktu do potrzeb klientów	2,8	2,7	2,8	2,8	2,7	-0,1	-0,1
Proekologiczność inwestycji	2,5	2,4	2,5	2,5	2,5	=	=
Dbałość o dopasowanie inwestycji do otoczenia	2,7	2,6	2,7	2,7	2,7	=	=
Stosunek jakości do ceny	2,4	2,3	2,4	2,5	2,4	-0,1	=
Jakość obsługi klienta	2,8	2,7	2,8	2,8	2,7	-0,1	-0,1

Źródło: Badanie Kantar nastrojów rynkowych klientów nieruchomości Kwiecień 2025 - Czerwiec 2026

Komentarz eksperta:



Katarzyna Kuniewicz
Dyrektorka badań rynku Otodom

Nigdy dotąd w historii badania odsetek osób zgadzających się ze stwierdzeniem, że patodeweloperka jest zjawiskiem powszechnym, nie był tak wysoki jak w II kwartale 2026 roku. Wyniósł 72%, czyli aż o 7 p.p. więcej niż kwartał wcześniej i o 5 p.p. więcej niż rok temu.

Równolegle pogłębia się erozja ogólnej oceny branży: udział ocen pozytywnych spadł do 14% (najniższy odczyt od początku pomiaru), a ocen negatywnych wzrósł do 44% (+8 p.p. r/r). Po raz pierwszy w badaniu to właśnie oceny negatywne, a nie neutralne, stały się dominującą kategorią odpowiedzi.

Co ciekawe, ten spadek zaufania nie idzie w parze z równie gwałtownym odwrotem od oferty deweloperskiej. Odsetek osób deklarujących chęć zakupu mieszkania od firmy deweloperskiej zmniejszył się w tym samym czasie do 18%, ale rynek wtórny pozostał praktycznie w tym samym miejscu (49%, bez zmian r/r). Najbardziej urosła grupa, dla której typ rynku nie ma znaczenia (33%, +3 p.p. r/r). To sugeruje, że rozczarowanie deweloperami nie przekłada się wprost na ucieczkę w stronę rynku wtórnego, lecz raczej na rosnącą obojętność wobec źródła zakupu. Widoczne są też różnice pokoleniowe i płciowe. Gotowość zakupu od dewelopera deklaruje 23% osób w wieku 18-34 lata wobec 17% w grupie 56-65 lat, a negatywną ocenę branży częściej wystawiają mężczyźni (42%) niż kobiety (34%).

Nie można jednak tak gwałtownego pogorszenia ocen ogólnych interpretować jako załamania jakości samej oferty. Analiza dziewięciu szczegółowych wymiarów działalności deweloperów pokazuje obraz znacznie bardziej stabilny. Żaden ze wskaźników (jakość wykonania, dopasowanie do potrzeb klientów, stosunek jakości do ceny czy obsługa klienta) nie spadł w ujęciu rocznym więcej niż o 0,1 pkt w skali, w której oceny mieszczą się między 2,3 a 2,8. Innymi słowy: klienci wciąż podobnie oceniają konkretne aspekty pracy deweloperów, ale coraz chętniej podpisują się pod ogólną, medialną narracją o „patodeweloperce". To różnica między oceną szczegółową a etykietą przypisaną branży, o której powinni pamiętać planujący komunikację w firmach deweloperskich. Dziś to nie jakość produktu buduje największe ryzyko wizerunkowe deweloperów, lecz sposób, w jaki branża jest opisywana w debacie publicznej.

Ocena roli agenta nieruchomości oraz pośrednika kredytów hipotecznych



Analizujemy rzeczywistą wartość pracy agentów nieruchomości z perspektywy klientów - sprawdzamy, czy przyspieszają proces transakcji, czy ich prowizja jest uzasadniona oraz jak różnie oceniają ich pracę najemcy, właściciele i osoby dopiero planujące inwestycję mieszkaniową. Po raz pierwszy opowiadamy również o roli pośrednika hipotecznego.

Ocena roli agenta nieruchomości w procesie zakupu

Kwartał	2025 Q2	2025 Q3	2025 Q4	2026 Q1	2026 Q2	Zmiana kw/kw	Zmiana r/r
Udział agenta przyspiesza proces	19%	19%	18%	18%	18%	0 p.p.	-1 p.p.
Agent jest pomocny i wart swojej ceny	32%	28%	30%	28%	26%	-2 p.p.	-6 p.p.
Nie widzę w tym wartości - to zbędny wydatek	35%	36%	38%	36%	38%	+2 p.p.	+3 p.p.
Nie ufam agentom nieruchomości	12%	14%	13%	15%	14%	-1 p.p.	+2 p.p.

Źródło: Badanie Kantar nastrojów rynkowych klientów nieruchomości Kwiecień 2025 - Czerwiec 2026



Ocena roli agenta nieruchomości w procesie sprzedaży

Kwartał	2025 Q2	2025 Q3	2025 Q4	2026 Q1	2026 Q2	Zmiana kw/kw	Zmiana r/r
Udział agenta przyspiesza proces	19%	21%	22%	19%	20%	+1 p.p.	+1 p.p.
Agent jest pomocny i wart swojej ceny	34%	32%	31%	30%	27%	-3 p.p.	-7 p.p.
Nie widzę w tym wartości - to zbędny wydatek	33%	33%	33%	34%	36%	+2 p.p.	+3 p.p.
Nie ufam agentom nieruchomości	12%	11%	12%	14%	14%	+2 p.p.	0 p.p.

Źródło: Badanie Kantar nastrojów rynkowych klientów nieruchomości Kwiecień 2025 - Czerwiec 2026



Ocena roli pośrednika hipotecznego

47%

korzystało z pośrednika

37% zaciągnęło kredyt przez pośrednika
10% mimo to znalazło lepszą ofertę samo

49%

przeszło proces samodzielnie

bez wsparcia pośrednika ani doradcy hipotecznego

4%

nie znało takiej usługi

Za co cenimy pośrednika

69% Pomógł z formalnościami i dokumentami

62% Sprawił, że proces był mniej stresujący

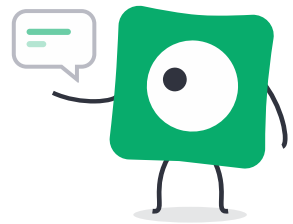
50% Znalazł ofertę, której sam by nie odkrył

Gdzie pojawia się nieufność

41% Czuli, że pośrednik działał w ich interesie

30% Miało wrażenie, że preferuje banki z prowizją

18% Sądzi, że klient płaci pośrednikowi



Źródło: Badanie BGR Otodom / CAWI, maj 2026



Nieruchomość jako inwestycja kapitału

Czy zakup nieruchomości w Polsce to dobra inwestycja kapitału?

	Total	Rynek wtórny	Rynek pierwotny	Nie wiem / trudno powiedzieć
Tak	57%	54%	67%	42%
Nie	14%	14%	13%	12%
Trudno powiedzieć	29%	32%	20%	46%

Źródło: Badanie Kantar nastrojów rynkowych klientów nieruchomości Lipiec 2025 - Czerwiec 2026



Z jakiego powodu/ dla kogo planujesz kupić nieruchomość?

	Total	Kobiety	Mężczyźni	Wiek 18-34	Wiek 35-55	Wiek 56-65
Dla siebie	51%	54%	48%	58%	46%	53%
Dla dzieci / rodziców	13%	13%	14%	6%	17%	17%
Najem długo / krótkoterminowy	16%	15%	18%	18%	18%	9%
Inwestycyjnie	7%	6%	9%	10%	8%	2%
Zabezpieczenie na starość	5%	6%	4%	4%	5%	6%
Dom wakacyjny	3%	3%	3%	2%	2%	6%
Inne	5%	5%	4%	3%	5%	7%



Który czynnik jest najważniejszy przy zakupie nieruchomości?

	Total	Kobiety	Mężczyźni	Wiek 18-34	Wiek 35-55	Wiek 56-65
Cena nieruchomości	36%	36%	35%	35%	35%	37%
Lokalizacja	34%	33%	34%	29%	35%	37%
Standard wykończenia	10%	11%	10%	10%	9%	16%
Infrastruktura społeczna (szkoły, transport, usługi)	11%	13%	10%	14%	11%	7%
Potencjał inwestycyjny	7%	6%	8%	7%	8%	2%
Inne	2%	1%	3%	5%	2%	1%



Komentarz eksperta:



Paweł Jarząbek
Menedżer ds. badań rynku i analiz Otodom

Dane z ostatnich edycji badania pokazują systematyczny spadek zaufania do agentów nieruchomości - i to zarówno po stronie kupujących, jak i sprzedających. W II kwartale 2026 roku jedynie 26% ankietowanych planujących zakup uznało agenta za pomocnego i wartego swojej ceny - to aż 6 pkt proc. mniej niż rok wcześniej.

Wśród sprzedających spadek był jeszcze bardziej wyraźny: z 34% do 27% (-7 pkt proc. r/r). Równolegle rośnie odsetek osób, które nie widzą w usłudze agenta żadnej wartości - to obecnie największa grupa zarówno wśród kupujących (38%), jak i sprzedających (36%). Widać zatem, że problemem nie jest samo tempo transakcji - odsetek wskazujący na przyspieszenie procesu przez agenta pozostaje stabilny (18-20%) - a raczej postrzegana relacja jakości usługi do jej kosztu.

Zupełnie inaczej wygląda sytuacja pośredników hipotecznych, badana po raz pierwszy w raporcie Otodom oraz Business Growth Review. Blisko połowa respondentów (47%) korzystała z ich wsparcia przy zaciąganiu kredytu, a kolejne 49% przeszło ten proces samodzielnie. Klienci najbardziej cenią sobie pomoc w formalnościach (69%) oraz redukcję stresu związanego z procesem (62%), a co trzeci respondent przyznaje, że dzięki pośrednikowi znalazł ofertę, której sam by nie odkrył. Nieufność, choć obecna, koncentruje się głównie wokół podejrzeń o preferowanie banków oferujących wyższą prowizję (30%) oraz wątpliwości, czy pośrednik faktycznie działa w interesie klienta (41%).

Interesująco prezentuje się też podejście Polaków do nieruchomości jako lokaty kapitału. 57% ankietowanych uważa zakup mieszkania za dobrą inwestycję, jednak ocena ta wyraźnie zależy od typu rynku - wśród zainteresowanych rynkiem pierwotnym przekonanie to sięga 67%, podczas gdy wśród nastawionych na rynek wtórny spada do 54%. Najważniejszymi kryteriami wyboru nieruchomości pozostają niezmiennie cena (36%) i lokalizacja (34%) - razem odpowiadają za 70% wskazań, co potwierdza, że mimo rosnącej świadomości inwestycyjnej, decyzje zakupowe Polaków wciąż mają przede wszystkim charakter mieszkaniowy, a nie kapitałowy.

Metoda badawcza

Monitor Nastrojów Klientów Nieruchomości powstał na bazie badania, które na zlecenie Otodom przeprowadza Kantar metodologią CAWI, co miesiąc od lipca 2025 roku do czerwca 2026. Badanie ma charakter reprezentatywny, wzięło w nim udział 2604 ankietowanych.

Próba badawcza

Wiek 18-65
Sprzedał / kupił / wynajął dom lub mieszkanie lub ziemię w ciągu ostatnich 12 miesięcy lub nie odrzuca takiej możliwości w ciągu najbliższych 12 miesięcy

N=200 miesięcznie

Geografia

Region	
centralny	519
południowo-zachodni	260
południowy	527
północny	415
północno-zachodni	412
wschodni	471

Masz pytania?
Napisz lub zadzwoń

Agata Stachowiak
PR Lead Otodom
E: agata.stachowiak@olx.pl
M: +48 539 260 235

Otodom to najpopularniejszy serwis nieruchomości w Polsce, co potwierdza prowadzone cyklicznie niezależne badanie Mediapanel Gemius. Każdego miesiąca trafia do nas ponad 4 mln realnych użytkowników (wg danych za listopad 2025 r.), by przeglądać i zamieszczać ogłoszenia sprzedaży i wynajmu nieruchomości: mieszkań, domów, inwestycji deweloperskich czy biur. Poza obszerną bazą ogłoszeń, Otodom sprawia, że rynek nieruchomości jest bardziej dostępny dla wszystkich interesariuszy: wspiera w transakcjach, wprowadza nowatorskie narzędzia i dzieli się najświeższymi danymi, a także pozwala spełniać marzenia o szczęśliwym domu. Otodom jest częścią Grupy OLX, która prowadzi m.in. serwisy OLX i Otomoto.

otodom KANTAR