

# Csipkerózsika-álmok

**A politikai helyzet a legtöbb helyen kivárára kényszerítette a fejlesztőket.**

**Mikor várható fellendülés, ill. milyen új törvénymódosítások és –javaslatok könnyíthetnék a beruházók helyzetét? Milyen változások mentek végbe a bankok hozzáállásában ill. milyen lépések várhatóak és mikor (finanszírozás)?**

**R-CO:** A fellendülés véleményem szerint még várat magára, csak a már folyamatban lévő, vagy rendkívüli adottságokkal rendelkező projektek fognak haladni. A bankadó különösen meg fogja nehezíteni a finanszírozást, hiszen az az ilyen ügyleteken realizálható profitot viszi el. Tehát a bankok nem fogják törni magukat, hogy fejlesztési hiteleket nyújtsanak. A keresleti oldal növekedése az, ami megindíthatja a fejlesztéseket, ezen a téren még kérdéses, hogy milyen lépések várhatóak (adócsökkentés?).

**ORCO:** Ezt a kérdést messziről közelíteném meg. Az ország működését úgy kell megváltoztatni, hogy Magyarország befektetési célponttá válhasson. Hosszú távon stabil, működési szerkezetében egyszerű, átlátható és gazdaságserkentő politikának kell kialakulnia. A tőke oda áramlik, ahol gyorsan és biztonságosan tud növekedni, így sok választása nincs a mi eladósodott kis országunknak. Úgy látom, minden esély megvan arra, hogy a jelenlegi kormány ezt az átszervezést véghezvigye, és így a bizalom megerősödjön. Azonban a hatalmas eladósodottság és a viszonylag kis piac miatt a változtatások eredményét nagyon lassan lehet majd észlelni. Az ingatlanpiacon a következő években csak a kivételesen jó projekteknek, és a már előre leszerződött vevővel vagy bérlővel rendelkező fejlesztéseknek lesz esélyük megvalósulniuk. A bankok a fejlesztőkkel együtt sok projekttel „beragadtak” ezért – gondolom –, elsődleges feladat ezeknek a projektproblémáknak a megoldása, megemésztése lesz a következő években. Az ingatlanfejlesztés a bankok szemében a nagyon rizikós vállalkozások kategóriájába tartozik, ezért ha egy projekt elindul, az már mindenképpen a sikerre fog utalni.

**RM:** Ingatlanfejlesztőként óvatosan kell bánni a politikai aktualitásokhoz való viszonyulással. Természetesen a különböző adók megfelelő irányú változása pozitívan hat a szektorra, mely egy fejlesztő számára már a célszág kiválasztásánál lényeges szempont.

Egy új projekt megvalósulása ugyanakkor a telekalkviziciótól az átadásig több éránt tart, így egy jó beruházónak az ezzel kapcsolatos kockázati tényezőkkel is számolni kell. Ilyenkor az adott önkormányzat beruházásokat támogató hozzáállása, a helyi rendelkezések és a rugalmasság sokat jelenthet.

Köztudomású, hogy a válság hatására visszafogták a bankok az ingatlanberuházások finanszírozását. Az utóbbi hónapokat azonban már az aktívabb banki érdeklődés jellemzi. A feltételeket illetően viszont a válság előtti időszakhoz képest magasabbak az elvárások

mind a kamatot, mind a saját tőke arányt és az előbérleti szintet illetően. A bankokkal folytatott egyeztetéseken ugyanakkor a beruházó hitelképessége szempontjából az sem elhanyagolható, ha az utóbbi időkből átadott, jól működő, közel 100%-os bérbeadottságú fejlesztéseket mondhat magáénak.

**ECE:** A stagnálásból egy lassan emelkedő növekedési tendencia az utóbbi hetekben már nyomon követhető, érezhető fellendülés azonban csak 2011 első félévében várható.

A fedezetkezelői intézmény eltörlése vagy átdolgozása és későbbi bevezetése egyike lehetne azoknak a törvénymódosításoknak, amelyek megkönnyítenék a beruházók, fejlesztők életét.

A bankok még mindig óvatosság nagy beruházások finanszírozásában és féltő, hogy ez csak lassan fog megváltozni. Prémium projektek esetében ez a helyzet várhatóan jövőre javulhat.



**Csillagh András**  
Real Management Üzemeltető Kft.

**Mikor várható az abszolút piaci telítődés, ill. elérte-e már azt a telítettségi szintet a bevásárlóközpontfejlesztés Magyarországon / Budapesten, amikortól már nem érdemes újabb projektekbe fogni?**

**Mely lehetőségek jelentik a jövőt, mik lehetnek a kitorési pontok egy ilyen helyzetben? Mi lehet azoknak a központoknak a sorsa, akik nem tudják tartani a lépést?**

**ORCO:** Minden relatív, de úgy gondolom, hogy a bevásárlóközpontok piaci telítődése megtörtént Budapesten. A vidéki piacot mi nem vizsgáljuk. Azonban a kivételes projekteknek mindig helye

van. Ezek át fogják venni a vezető pozíciókat, és ki fogják szorítani a ma kevésbé modern, kevésbé jól működő centereket. A lokáció, a működési hatékonyság, az esztétika, az emberközpontúság szempontjait figyelembe véve ma is érdemes új fejlesztésekbe belevágni! Új fejlesztési lehetőségeket hozhatna, ha az új városvezetés új városfejlesztési stratégiába kezdene. Ha sikerülne a városvezetésnek egy modernebb, gazdaságosabban működő várost kialakítani, a városszerkezetet teljesen „megreformálni”, hatalmas potenciális lehetőségek nyílnának meg befektetők és fejlesztők előtt. Kérdés, hogy a városvezetőknek lesz-e bátorságuk megtenni ezeket a lépéseket.

**RM:** Sokan nyilatkoznak úgy, hogy Magyarországon a kereskedelmi-, illetve bevásárlóközpont fejlesztés a telítődés felé halad, de véleményem szerint országosan még nagyon sok lehetőség van ebben a szektorban. Csak ésszerűen kell a beruházásoknál a helyszíneket és az adott helyszínhez illő koncepciót kiválasztani. A meglévő központoknál pedig nagyon fontos, hogy fel tudják venni a versenyt az újakkal, azaz az állandó megújulást biztosító jó üzemeltetés kiemelt szerepet kap.

A magyarországi vásárlási kedv és forgalom messze elmarad a nyugati országokétól, és ez nemcsak a válság következménye, hanem előtte is ez jellemezte a piacot. Így még ebben is van potenciál.



Keresett meg már minket 8 000 fős lakossággal rendelkező település polgármestere, hogy egy kisebb strip mall központot fejlesszünk a városában. Akkor nem tudtuk neki pozitív választ adni, de remélhetőleg még ennek is eljön az ideje.

**ECE:** Az abszolút telítődés kategóriát külön kell kezelni Budapesten, az 5-6 legnagyobb városban és a közepes méretű városokban.

Budapesten legtelítettebb a kereskedelmi piac, és az építési kedv a válság hatására erősen lecsökkent, – az utóbbi 2 évben csak 1-1 nagyméretű bevásárlóközpont került átadásra. Véleményem szerint 3-4 éven belül a piac a fővárosban telítődik, és utána már kannibalizálni fog a piac: a gyengébbek, a rosszabb helyeken lévő komoly problémákkal fognak szembenézni.

A vidéki nagyvárosokban még talán hosszabb kifizetési idő van jó helyeken épülő bevásárlóközpontokra, de a szükségletet itt is jelentősen befolyásolja a régió gazdasági ereje, a vásárlóerő és a munkanélküliségi mutató alakulása. A közepes méretű városokban vannak fejlesztési lehetőségek, de jóval kisebb központokra, illetve multifunkcionális épületekre. Itt 7-8 éves fejlesztési lehetőséget tudnék jóslani.

**R-CO:** Budapesten a bevásárlóközpont piac telítődésközel állapotban van, várható, hogy néhány ház teljesen le fog szakadni, és átalakul, tehát nem lesz többé versenytársa a többi bevásárlóközpontnak. (Ilyen átalakulás első lépése, amikor megjelennek a bútorboltok egy házban.) Új megjelenő maximum egy-kettő várható, ezek a kiemelkedően jó helyen lévő házak lehetnek (Mundo, Etele tér), de ezeknek a fejlesztése is csak akkor fog megindulni, ha a keresleti oldal fellendül – véleményem szerint 2-3 év múlva. Az utolsó bevásárlóközpont, ami még nyitni fog, és várhatóan nagy sikere lesz, az a KÖKI Terminál. Ebben nem kis része van annak, hogy ez egy speciális, egyedi adottságokkal rendelkező fejlesztés, ahol a tömegközlekedési csomópont szervesen a ház részévé válik, így biztosítva a kiemelkedő vásárlószámot a kereskedőknek. Általánosságban elmondható, hogy csak olyan esetben lesz a továbbiakban életképes egy bevásárlóközpont, ha kilép a megszokott keretek közül és a szolgáltatási palettáját bővítve (pl. szórakozás, gyerekjátszóház, ügyintézés, stb) a konkurenciánál vonzóbb célpontot jelent nem csak a vásárolni, de a kikapcsolódni szándékozóknak is.

**Az eddigi tapasztalatok alapján úgy tűnik, az outlet koncepció által nyújtott 'élmény' az újdonság hatásán túl mégsem lett a magyar lakosság kedvenc vásárlási formája.**

**Mi lehet az ezzel szemben igen elterjedt strip mall-ok titka? Elegendő-e csupán a hipermarketek vonzóereje az idő- és pénziányra panaszkodó magyar társadalom élelmiszerek beszerzésén túl felmerülő igényeinek kielégítésére?**

**RM:** Az outlet koncepció a magyar vásárlási kultúrába több okból nem tudott beépülni. Kezdetben a névvel, folytathatnánk a lokációkkal és zárhatnánk a sort az árákkal, ami azért nagyon sokszor még mindig magas az átlagos magyar vásárló számára.



Gyulay-Korpos Gyula  
ECE Projektmanagement Budapest Kft.

A strip mall csak építészeti struktúrájában emlékeztet az outletre, bár ez nem célja, hisz a lényeg mindkét esetben az alacsonyabb üzemeltetési költség, melyből az árakba beépítve maguk a vásárlók is profitálnak. A strip mall megnevezést csak a szakma használja, a vásárlók valójában a közeli hipermarkettel azonosítják, vagy jó esetben az adott lánc fantázianévét is megjegyzik. Mivel ez a koncepció elsősorban azokat a vidéki városokat célozza meg, ahol nincs többszintes bevásárlóközpont, -vagy bár van, de ez a lakosság nagy részének túl szokatlan vagy drága-, a strip mall az, ami a hétközi élelmiszerbeszerzéssel egy időben elintézhető hatékony és megfizethető, gyors, ám mégis kényelmes és praktikus bevásárlást biztosítja.

**ECE:** Én nem látom úgy, hogy a strip mallok rendkívül sikeresek lennének, tisztelet a néhány kivételnek. Nemzetközi mezőnyben is ez az a kereskedelmi ingatlan forma, amelyet talán legjobban megviselt a válság. Amerikában az ilyen mallok részvényárfolyama esett átlagosan a legnagyobb mértékben a válság alatt. Magyarországon is található több olyan strip mall, amelyik rendkívül nagy nehézségekkel küzd. Ennek ellenére nyilván van létjogosultsága ennek a bevásárlóközpont formának bizonyos helyszíneken és településeken. Ebben az esetben a siker titka a vásárlóhoz való közelség, vagy éppen a versenymentes környezet kombinálva az alacsony bérleti díjakkal és üzemeltetési költségekkel.

**ORCO:** Erre nagyon összetett a válasz. Az outletek általában a városon kívülre esnek. A lokáció elsődleges szempont. Az emberek többsége nem célirányosan indul el vásárolni, ezért nagyon fontos, hogy az üzletházakat, vásárlóhelyeket úgy alakítsák ki, hogy az ne a vevőre, hanem az emberre összpontosítson. Egy ilyen helyen mindenkinek jól kell éreznie magát: annak, aki vásárol, annak, aki elkíséri a vásárlót, és annak is, aki csak „nézelődik”.

**Hogyan alakította át a válság az Önök elképzeléseit a legutóbbi ill. az előkészítési fázisban vagy építés alatt lévő projektjeik tekintetében? Hogyan változtak az előzetes bérbeadottsági elvárások? Mennyiben kényszerültek kompromisszumok kötésére az új projektek bérlői mixének tekintetében?**

**ECE:** Nyilvánvalóan a válság minden fejlesztő cég tevékenységét érintette, már csak a finanszírozás nehezebbé válása miatt is. A mi esetünkben ez az előkészítés alatt álló munka későbbi megkezdését jelentette.

A bérbeadási elvárások tekintetében kis mértékben ugyan csökkent az átlag bérleti díj, de a legnagyobb kihívás nem a kalkulált bérleti díj elérése, hanem a tőlünk elvárt magas színvonalú bérlői összetétel megvalósítása, mivel sok olyan koncepció van, melyek tulajdonosai az utóbbi időben nem nyitnak új üzleteket. Ennek ellenére bízunk abban, hogy a forgalmak emelkedésével, amelynek már egyértelmű jelei vannak, ez a helyzet is változni, javulni fog.

**R-CO:** A retail piacon az elő-bérbeadottság továbbra is esszenciális, e nélkül a fejlesztés nem tud elindulni (finanszírozási indokok miatt), és megnyitni sem. Az elvárások persze csökkentek, de van egy szint, ami alá nem lehet menni. Ilyen például a nyitás esetében a 70-80%, ami alatt már olyan presztízsvesztés megnyitni, melyet

később nehéz helyreállítani. A retail mix tekintetében a legfontosabb, hogy a fejlesztő az elképzelésekből ne adjon alább a válság hatására, mert ez egy olyan negatív spirált indít el, amit később már nem, vagy nagyon nehéz megváltoztatni. Tehát alacsonyabb színvonalú bérleket, vagy rossz összetételű megengedni a bérleti díj elvárások miatt nagy hiba. A követendő inkább a jó retail mix, akár alacsonyabb alap bérleti díjakkal, amit ellensúlyozni tud a forgalomarányos bérleti díj. Hosszú távon csak így lehet a ház sikeres.

**ORCO:** Legnagyobb változás a bérleti szerződések szerkezetében volt. A bérleti díj elvárások valamelyest csökkentek, ennek kompenzálására a rövid távú szerződéseket preferáljuk. Úgy gondoljuk, ez csak átmeneti, és lassan, de biztosan a gazdaság növekedésével a bérleti díjak ismét növekedni fognak. Ennek mértéke különböző lesz. A legnagyobb emelkedésre a belvárosban lehet majd számítani, olyan helyeken ahol a fizikai növekedésnek határai vannak.

**RM:** A Magnum magyarországi megjelenése óta évente általában legalább két fejlesztést adott át, melyekkel párhuzamosan több másik előkészítésén is dolgozott. A biztos szakmai és finanszírozási háttérnek köszönhetően a válság hatására sem kényszerültünk beruházások leállítására vagy szüneteltetésére. Ugyanazt az átadási számot tudtuk hozni az utóbbi két évben is, mint azelőtt. A bérbeadást ugyanakkor nehezítette, hogy a válság hatására az addig aktív kereskedelmi láncok leállították a terjeszkedéseiket. A bérlői mixek összeállításánál ennek ellenére igyekeztünk ugyanazt a változatosságot megteremteni, mint korábban. Kihasznlva a bérlők oldalán kialakult alkupozíciókat, sok olyan cég kezdett intenzívebb terjeszkedésbe, aki addig csak a szerényebb helyszíneken tudott jelen lenni.

**Hogyan jellemezné a különbségeket /bérlői mix és bérbeadás, esztétikai megjelenés, technikai megoldások, műszaki fenntarthatóság stb. szempontjából/ egy alapvetően értékesítésre szánt fejlesztés és egy, átadás után is saját tulajdonban/kezelésben lévő üzletház megvalósítása között?**

**R-CO:** Elviekben az eladásra szánt házakban nagyobb a jelentősége az alap bérleti díjnak, hiszen ez képezi az árazás alapját. Mindazonáltal -tanulva a közelmúltból-, ma már a vásárlók is jobban megnézik, hogy amit a bérlők aláírtak az reális -e vagy sem, tehát a cél itt is a reális és kitermelhető bérleti díjak elérése.

Az is igaz, hogy az eladásra szánt házak esetében az elszámolásokat tisztábbaknak, átláthatóbbaknak kell lenniük, hiszen egy befektetési alap vagy egyéb vevő nem szívesen vállal fel ilyen konfliktusokat, míg az üzemeltetési költségekre valószínűleg a saját tulajdonban maradó fejlesztések esetében figyelnek jobban oda.

Egyéb tekintetben nehéz ilyen jellegű összefüggéseket feltárni, hiszen majdnem minden ház esetében az eladás lehetősége benne van a pakliban.

**ORCO:** A különbség hatalmas, hiszen a cél is teljesen más. Az

értékesítésre szánt épületeknél elsődleges cél a gyors haszon. A saját tulajdonban üzemeltetendő fejlesztéseknél a fő cél az értéktéremtés. Sokkal nagyobb energiát kell fordítani a kivitelezés minőségére, az emberközpontú szolgáltatásokra, a hosszú távú megtérülésre. Sokkal rugalmasabban tudjuk kezelni a bérleti szerződéseket is és a bérlői mix is nagyon fontos. Egy ilyen fejlesztésnél nem takargathatunk semmit, csak a legjobbat építhetjük.

**RM:** Véleményem szerint az alapvetően értékesítésre szánt fejlesztésnek ugyanolyan igényesnek kell lennie minden szempontból, mint annak a háznak, amit átadás után a beruházó még sokáig megtart. Sőt, ez utóbbi esetben kisebb a nyomás, kezdeti kompromisszumok megengedhetőek azzal, hogy az üzemeltetés folyamatában saját kézben megvan a lehetőség a további fejlesztésre és bővítésre, az esetleges hibák javítására.

Alapvetően azonban valahol minden ingatlan a piac számára készül. Azon túlmenően, hogy már a bérlőknek és a banknak is el kell tudni adni a projektet, a jó fejlesztés legfőbb ismérve az, hogy előbb-utóbb jelentkezik az a befektető, aki olyan árat ígérte, amiért már esetleg érdemes lehet megfontolni az eladást. A potenciális vevők egyébként is nagyon értenek a szakmájukhoz, kiválóan ismerik a piacot, és első ránézésre meg tudják különböztetni a hosszútávon is jó vagy kevésbé jó beruházásokat.

**ECE:** Azok a fejlesztők, akik hosszú távon saját maguk üzemeltetik az általuk fejlesztett bevásárlóközpontokat, -mint például az ECE is-, nyilván más megoldásokat részesítenek előnyben, mint azok, akik a projekteket már nyitás előtt vagy közvetlenül a nyitás után értékesítik.

Egyre nagyobb jelentősége van az épület egyediségének, esztétikai kialakításának, az alkalmazott anyagok minőségének. Aki belép egy legújabb fejlesztésű bevásárlóközpontba, annak jól kell éreznie magát, tágas, világos, jól klimatizált, barátságos és tiszta teret kell biztosítani számára, hogy a vásárló akaratlanul is tovább tartózkodjon; ha elfárad vagy megéheznek, legyen lehetősége egy kicsit pihenni vagy étvágyát csillapítani.

A műszaki fenntarthatóság, a gazdaságos üzemeltetés pedig ma már elsőrendű fontosságúak, hiszen az üzemeltetők és bérlők szempontjából ez megtakarítást eredményezhet -főleg hosszabb távon.

A bérlői mix kialakítása során ebben az esetben nyilván nem lehet cél a bérleti díjak rövidtávú maximalizálása. Olyan bérlői összetételűt kell kialakítani, amely kielégíti a legkülönbözőbb vásárlói igényeket és összességében vonzó a látogatók számára. Ráadásul ezt az ideális bérlői összetételt egy olyan bérleti díj szinten kell kialakítani, amely hosszú távon biztosítja a bérlők profitábilis működését, hiszen hosszú távú együttműködés csak ilyen esetben képzelhető el. Egy eleve értékesítésre szánt fejlesztésnél fennállhat annak a veszélye, hogy a maximálisra beállított bérleti díjakat a nyitás utáni időszakban a piac alakulásának függvényében esetleg csökkenteni kell; ez viszont aláássa a projekt új tulajdonosának és a finanszírozók, befektetők jó viszonyát, illetve bizalmát.



Kalapács Kornél  
Orco Property Group