

Roman Karabelli (HB Reavis): Realitný development zostáva behom na dlhé trate

Author: SF / Juraj Pokorný | Published: 14.04.2010

Ako vidíte možnosti opätovného nastolenia aspoň približnej rovnováhy medzi ponukou a dopytom na pomaly sa zotavujúcom trhu s nehnuteľnosťami?

Na trhu naozaj badať oživenie, najmä pokiaľ ide o retailové a administratívne projekty. V rezidencii pretrváva výrazný previs ponuky nad dopytom, industriálny segment zostáva opatrný, nová výstavba sa pri ňom zrejme začne iba pri projektoch typu built-to-suit. Nedávny veľtrh realitných príležitostí MIPIIM ukázal v rámci regiónu sústredenie záujmu investorov najmä na poľský a český trh. V prípade Slovenska sa potenciálny záujem koncentruje iba na niekoľko skutočne prémiových projektov. Končiacie sa leasingové zmluvy a maturujúce úvery budú hrať v tomto roku dôležitú rolu v prílive nových investičných príležitostí na trh. Uvidíme zrejme tiež viac fúzií a akvizícií.

Nehľadiac na pretrvávajúcu ekonomickú recesiu sa vaša firma v poslednom čase najviac zviditeľnila najmä v súvislosti s výstavbou nákupno-zábavných centier značky Aupark. Kancelársky segment, ktorý bol vo vašom portfóliu donedávna dominantný, akoby šiel dočasne bokom. Alebo je to len zdanie?

To je skutočne iba zdanie spôsobené tým, že koncom roka 2008 sme skolaudovali a odovzdali do užívania Apollo Business Center II, ktoré so svojimi viac ako 80-tisíc m² áčkovej kancelárskej plochy predstavovalo najväčší administratívny projekt v strednej Európe. Napriek globálnemu hospodárskemu útlmu si práve v roku 2009 našiel väčšinu nájomcov. Podotýkam, že to bolo v roku, keď všetky médiá hovorili o faktickom zastavení nájomného trhu. Kým v projekte ABC II postupne doprenajímame posledné voľné priestory, pripravujeme sa na výstavbu budov City Business Center III, IV a V na Karadžičovej ulici. Okrem toho sa dá povedať, že sme v „akvizičnej nálade“, takže hodnotíme viaceré investičné príležitosti aj v okolitých krajinách. Pokiaľ ide o koncept Aupark, usilovne pracujeme na jeho expanzii. Koncom tohto mesiaca sprístupníme verejnosti prvé nákupno-zábavné centrum Aupark mimo Bratislavu - Aupark v Piešťanoch. Na jeseň tohto roku chystáme otvorenie žilinského Auparku. Košický Aupark je vo výstavbe s plánovaným otvorením na jeseň 2011. V tomto roku navyše, za predpokladu získania potrebných povolení, začneme s výstavbou Auparku v Hradci Králové.

Projekt Twin City, ktorý mal byť celkovým finančným objemom najväčšou investíciou v strednej Európe, momentálne pripomínajú len jeho vizualizácie na bratislavských Mlynských Nivách a dnes už neaktuálne články vyvesené v archívoch internetových portálov. Je vami často spomínaná nepripravenosť zmeny územného plánu jedinou bariérou spustenia jeho realizácie, alebo si ponechávate časovú rezervu, kým sa domáci trh definitívne nevykryštalizuje?

Projekt Twin City zostáva najväčším pripravovaným projektom našej spoločnosti. Jeho lokalizácia do veľkého rozvojového územia na Mlynských Nivách, v ktorom je činných niekoľko silných hráčov, je však v tejto chvíli skutočnou brzdou projektu. Hlavné mesto sa snaží celkom prirodzene regulovať rozvoj takého rozsiahleho celku v širšom centre mesta, no aktuálne platný územný plán túto lokalitu považuje za stabilizovanú a predpisuje regulatívy, ktoré nezodpovedajú predstavám investorov, ani potrebám moderného európskeho mesta. Preto v súčasnosti prebieha komplikovaný proces posudzovania návrhov na zmeny a doplnky k územnému plánu. Mestské zastupiteľstvo by sa nimi malo zaoberať v júni tohto roka. V prípade prijatia by mohli teda vstúpiť do platnosti niekedy na jeseň. My sme 30. 3. 2010 predložili Magistrátu doplnenú projektovú dokumentáciu na dočasnú aj novú autobusovú stanicu. Tú sme po pokračujúcich diskusiách dopĺňali podľa predstáv Hlavného mesta o informáciu o zriadení dočasného

stojiska pre 95 autobusov (počas výstavby novej autobusovej stanice) a o rozptylové plochy pre peších. Odvtedy ubehli iba necelé dva týždne, takže záväzné stanovisko na výstavbu autobusovej stanice zatiaľ nemáme, no predpokladáme, že jeho vydaniu už nič nestojí v ceste.

Mnohí developeri dnes nachádzajú spôsob prežitia vo vyplňovaní prázdnych dier na trhu. V rezidenčnom segmente je to napríklad nájomný sektor ako možná alternatíva predaja, v administratívnej zase renesancia kancelárskej triedy B+ formou rekonštrukcie starších budov v centrách miest. Pokúsite sa uberať aj týmto smerom, alebo zostanete naďalej bezvýhradne verní filozofii kancelárskeho „áčka“?

Nie, zatiaľ sa vo všetkých segmentoch realitného developmentu držíme zvolenej stratégie.

Čím si vysvetľujete fakt, že v segmente logistických a priemyselných parkov nehrajú domáci developeri na Slovensku prvé husle?

Okrem našej spoločnosti a nášho bývalého partnera, spoločnosti IPEC, nevnímame na domácom trhu silnú aktivitu domácich developerov. Je to zrejme aj preto, že z biznisového hľadiska má industriálny development zmysel pri istej veľkostnej škále, čo hovorí v prospech nadnárodných hráčov, pre ktorých je development logistických a priemyselných parkov hlavným predmetom podnikania. Navyše v rámci networkingu s globálnymi výrobnými firmami využívajú synergiu z pôsobenia na viacerých trhoch. Ľahko sa tak môže stať, že logistické potreby jedného automobilového výrobcu zastrešuje jedna spoločnosť vo viacerých krajinách Európy.

Pojem „špekulatívny projekt“ už dávno stratil svoje pejoratívne podfarbenie známe z nedávnych čias a viacerí developeri či investori sa k nemu bez hanby priznávajú. Má či nemá takýto dôvod aj HB Reavis?

My sme „špekulatívny development“ nikdy pejoratívne nevnímali, v angličtine toto slovné spojenie nemá žiadne negatívne konotácie, podobne ako obchodovanie na burze je iba špekulovaním o budúcej hodnote akcií či komodít. To len nie veľmi šťastný preklad do slovenčiny môže vyvolávať toto významové zafarbenie. Aj keď v dnešných časoch banky požadujú rôznu mieru predprenajateľnosti projektu, ktorý by mali financovať, realitný development stále zostáva behom na dlhé trate, keď treba asi dva roky dopredu vedieť predvídať budúce potreby a reálny dopyt na trhu.

V poslednom období sa čoraz častejšie hovorí o potrebe novej filozofie marketingu ako nevyhnutnej súčasť pokrízovej obchodnej stratégie, v ktorej nechýbajú inovatívne prístupy, identifikácia kľúčových ľudí vo firme či presná definícia cieľovej zákaznickej skupiny. Zhodnotili ste ako firma vlastné „poučenie z minulosti“ a prijali ste aj nejaké konkrétne závery?

Určite áno a nielen to, firma za ostatné roky výrazne narástla. To je na jednej strane znak úspechu, na strane druhej to so sebou prináša výzvy v oblasti efektívneho riadenia financií, ľudských zdrojov aj manažérskych procesov. V tomto zmysle sme priniesli a neustále implementujeme moderné automatizované nástroje s cieľom zefektívňovať náš biznis.

Alfou a omegou realizácie každého investičného zámeru boli a budú peniaze. Ako vyzerajú vaše vzťahy s bankovým sektorom, resp. aký vysoký je stupeň vašej odkázanosti na jeho úverovú politiku?

Už v čase prudkej konjunktúry sme patrili k dobrým klientom bánk. Možno sme boli tvrdí v negociovaní podmienok, ale vzhľadom na veľkosť, stabilitu a dobrú úverovú históriu boli naše vzťahy s financujúcimi bankami vždy korektné. Aj dnes nás banky financujú a aktuálne máme rozrokováných niekoľko projektov s viacerými domácimi i zahraničnými bankovými domami.

Vizualizácie - HB Reavis Slovakia

- 1 - Apollo Business Center II Bratislava
 - 2 - Aupark Košice
 - 3 - Aupark Hradec Králové (ČR)
-

14.04.2010 09:00, SF / Juraj Pokorný