

A Redwood Holding berobbant az ingatlanpiacra - Realista

A Redwood Holding viszonylag új név a hazai ingatlanfejlesztési piacon, azonban idén Az Év Irodája versenyen két díjat is besöpört, miközben idén átadták és eladták az Ecodome Irodaházat, illetve fejlesztik a Hard Rock budapesti lifestyle szállodáját a Nagymező utcában, amely a tervek szerint az év végén nyílnak meg. Az eddigi tevékenységükről, a jelen sikereiről és a jövőbeni terveikről beszélgettünk Erdei Bálinttal, a Redwood Holding vezérigazgatójával.

– Kezdjük a díjakkal, hiszen a Redwood Holding a közelmúltban négy díjat nyert el, többek között Az Év Irodája versenyen két győzelmet is magáénak tudhat, hiszen a vállalat Hard Rock Hotel fejlesztése érdemelte ki Az Év Tervezett Hotel Projektje címet, illetve a Neuschloss Palotában kialakított új székhelyként használt irodájuk nyerte el Az Év Design Irodája díjat!

– Nagyon örülünk, hogy megnyertük Az Év Irodája Design Díjat, mert egyrészt nem számítottunk a sikerre, másrészt nem reprezentációs céllal alkottuk meg az irodánkat, hanem kimondottan saját magunknak terveztük, hogy olyan környezetben tölthessük a mindennapjainkat, ahol jól érezzük magunkat, és ahol tudunk alkotni. Számos szofisztikált elemre vagyok büszke a belső tereinkben, itt említhetem meg a példa kedvéért a Genesis névre hallgató szobrot, amit Borkovics Péter magyar képzőművész alkotott, aki alapvetően az USA-ban értékesebb a műveit. Speciális technológiával, különleges fémötvözetrel dolgozik, ami szimbolikus jelentőséggel bír. Emellett nagyon sokféle szimbólum között élünk és dolgozunk, és ezek a tárgyak inspirálnak minket. A díj pozitív visszajelzés számunkra, hogy amit magunknak csinálunk, az másoknak is tetszik.

– A Redwood Holding nemrég adta át az Ecodome irodaházat, most pedig a Hard Rock budapesti szállodáját fejleszti a Nagymező utcában. De honnan indult a cég, hiszen Redwood néven viszonylag új szereplő a magyar ingatlanpiacon?

– Számos helyen dolgoztam korábban a nagyvilágban, többek között Floridában, Németországban és Londonban, de elvégeztem a General Electric pénzügyi vezetőképző programját (FMP), majd a cég képviselőjeként Pekingben a GE Healthcare üzletágában tevékenykedtem, sőt, később Sanghajban is dolgoztam. Visszatérve Magyarországra viszonylag gyorsan elhatároztam, hogy az ingatlanfejlesztési piacon fogok elhelyezkedni, mert nagyon izgalmasnak és érdekes kihívásnak éreztem, hogy ebben az ágazatban a komplexitás és az alkotás alaptényezők, miközben egy víziót valósítunk meg. Már 2004-ben ingatlanfejlesztéssel kezdtem el foglalkozni különböző cégeknél, szállodákat, lakóparkokat, sport és szabadidőközpontot építettünk, majd egyre nagyobb léptékben valósítottam meg a saját projektjeimet, amelyeket a Redwood Holding alá szerveztem be.

– Ezután bekövetkezett a válság, amely az ingatlanpiacot szinte tetszhalott állapotba lökte. Mivel foglalkozott Ön ezekben az években, hiszen előtte hatalmas tapasztalati tőkére tett szert számos országban és vállalatnál?

– A válság paradox módon azt jelentette számomra, hogy tovább fejleszthettem a szakmai tudásomat, hiszen bár építeni nem lehetett, de az előkészítési munkálatok javában zajlottak, hogy felkészüljünk a krízis utáni időszakra. Ebben az időszakban például éveken át

dolgoztunk az Ecodome irodaház koncepcióján. A szállodaiparban szintén hasonló folyamat zajlott le, hiszen a fejlesztések szüneteltetése közben az üzemeltetési szakma rejtelseit ismertük meg, különböző üzemeltetési koncepciókat modelleztünk, amelyek végeredménye lesz most a Hard Rock budapesti szállodája. Nagyon sok elemzés után arra a következtetésre jutottunk, hogy a Nagymező utcában ez a projekt a legjobb megtérülés és a legizgalmasabb koncepció, hiszen a Hard Rock egészen új színfolt lesz a budapesti hotelpiacon.

– Mi az egyedi és különleges egy szállodafejlesztésben? Ez azért is érdekes, mert a kereskedelmi ingatlanfejlesztések zömét eddig az irodaházak és a logisztikai központok jelentették, kisebb részben a kiskereskedelmi projektek, ellenben a szállodabiznisz az elmúlt időszakban kezdett el izmosodni, köszönhetően a turizmus fellendülésének, valamint Budapest is egyre nagyobb népszerűsége tesz szert a nagyvilágban.

– A szállodafejlesztés kihívás és bátorság is, és itt említhetjük meg az alkotást is, hiszen a lifestyle szállodával létrehozunk egy új koncepciót a piacon. Ma már a klasszikus csillagos értékelés idejétmúlt, a kritériumrendszerük kevésbé tükrözi azokat a változásokat, amelyek a vendégek igényeit kifejezik. Budapesten egy igazi nemzetközi lifestyle hotelletel újdonságot hozunk létre, amely nem keverendő össze a butikhotellel, hiszen azok jellemzően 100 szobánál kisebb, dizájnos szállodák, ahol az egyedi esztétikum a hangsúlyos elem. A butikhotelnél fontos, hogy gyorsabban megújuljanak, hogy ne vesszen el az újdonság hatása. Ezzel szemben a lifestyle hotelek más koncepció mentén működnek, ahol nem feltétlenül a bútor formavilága vagy színe a vonzó, hanem az a szolgáltatás, tartalom, hozzáadott érték és élmény, amelyet a vendég kap a szállásfunkció mellett.

– A Hard Rock Budapest ezek szerint tematikus szállodának is tekinthető?

– Nem igazán, amúgy is a tematikus szállodák a nyugati kínálat mindössze néhány százalékát teszik ki. A Hard Rock szállodák lelke a zene, de mégsem nevezhetjük tematikusnak, inkább úgy fogalmazhatunk, hogy a zene révén folyamatosan meg tud újulni az az élmény, amelyben a vendég részesül. A koncepció szerint a vendég az ott tartózkodása alatt kvázi rockszárnak érezheti magát: a megszólítása, a kezelése az érkezésekor, az alkalmazottak ruhaviselete, a szobába belépéskor megszólaló kedvenc zenéje, és még sorolhatnánk azokat az összetevőket, amelyek révén a vendéget egy wow-érzés keríti hatalmába. Egy olyan különös mikrovilág nyílik meg a szálloda falai között, amely csak itt létezik.

– Tágítsuk most a kört, és az ingatlanfejlesztéseket általában szemléljük! Mit tart Ön igazán fontosnak egy beruházással kapcsolatban?

– A már említett vízió a legfontosabb, hogy mi nem átlagos termékeket hozunk létre, hanem különleges, a maga nemében ikonikus épületeket fejlesztünk formavilág és tartalom szempontjából is. Ezek az ingatlanok újszerűségük révén nem csak a pillanatnyi divatot szolgálják, éppen ezért a fejlesztés nehézsége abban rejlik, hogy az adott ingatlan egyedisége hosszú távon fenntartható legyen, és megmaradjon a frissessége.

– Van-e olyan szándéka a Redwood Holdingnak, hogy a fejlesztések után egyes ingatlanokat a portfóliójában tart üzemeltetés céljából, vagy klasszikusan minden beruházást értékesít majd a piacon?

– Véleményem szerint minden fejlesztőnek kell rendelkeznie olyan projekttel, amely a saját portfóliójában marad. Egy projekt a telekvásárlástól kezdve az épület átadásáig nem csak hatalmas investíció, hanem hosszú időtávot fog össze, mely idő alatt az iparági ciklikusságokra is fel kell készülni. A cash flow a beruházási időszakban negatív, majd az értékesítés után válik pozitívvá. A saját tulajdonban tartott és üzemeltetett ingatlan ugyan hosszabb távon, de megtérül, és ezen időszak alatt folyamatos cash flow-t biztosít. A negatív cash flow időszakokra a fejlesztők általában tartanak olyan saját tulajdonban lévő, hosszabb időszakban üzemeltetett projektet, ahol kitermelhetik a saját működési költségeiket. Ez számunkra is jó modell, hiszen így fenntarthatóan tudunk hosszú távon működni, ráadásul a gazdasági ciklusok változó környezetére is tekintettel kell lennünk. A portfóliónk egyes elemeit megtartjuk, a már említett Neuschloss Palota saját tulajdonban van, és mi is üzemeltetjük, a szállodát terveink szerint szintén meg fogjuk tartani, lakóparkokat is eladási céllal fejlesztünk, míg az Ecodome irodaházat értékesítettük.

– Milyen volumenben gondolkodik a Redwood Holding, hiszen az Ecodome egy 10.000 m²-nél kisebb méretű irodaház, míg a szálloda már nagyobb paraméterekkel rendelkezik. Mi a cég stratégiája és jövőképe?

– Első körben azokat a fejlesztési lehetőségeket és terveket szeretnénk megvalósítani, amelyek az elmúlt évtizedben összegyűltek a portfóliónkban. A céges fejlődésünk következő fázisában más szektorban is tervezünk fejleszteni, így például a lakás-, az iroda- és a szálloda projekt mellett a jövőben kiskereskedelmi célú beruházásban gondolkodunk. A motivációnk röviden annyi, hogy egyedül alkothassunk.

– Hogyan lehet kitűnni a piacon, ahol sok a szereplő és a beruházó, hogyan lehet egyedi karaktert adni egy fejlesztésnek, hiszen a megrendelői, bérlői igények korlátozzák az ún. alkotói szabadságot?

– Ha egy szóval szeretnék válaszolni, akkor azt mondom, hogy minőséget kell létrehozni. Ma minőséget létrehozni túlzás nélkül tízszer nagyobb energiabefektetés, mint pár évvel ezelőtt. Összeszervezni és összetartani a minőségi kivitelezőket, elkerülni az időbeli csúszást – és még sorolhatnám a tényezőket – hatalmas kihívás. Aki képes ezeket a buktatókat elkerülni, az lesz a sikeres fejlesztő. A költségszintek tartása szinte már nem is létező fogalom, de törekedni kell arra, hogy a költségszinteket olyan határokon belül optimalizáljuk, amelyek még finanszírozhatók és a profit várakozásokat sem módosítják nagymértékben. Ez ma már igazi kihívás.

– Szinte már művészet.

– Abszolút. A lényeg az, hogy mi újszerű és izgalmas fejlesztéseket valósítunk meg, emellett a minőség és a tartalom szintén nagyon fontos tényezők. Nem csak jó látványt teremtünk, hanem mélységében igényes, újszerű szolgáltatásokkal töltjük meg az épületeinket. A piacon többen is megfelelnek ennek a kritériumnak, vagyis képesek profitábilis és színvonalas projekteket megvalósítani. Bízom abban, hogy idővel mi is az úgynevezett nagy fejlesztők

körébe tartozhatunk méretben és finanszírozási lehetőségekben is. Fel kell építenünk a piac bizalmát, hogy a szereplők jó partnernek tekintsenek minket. A Redwood Holdingot, mint jó platformot pár éve hoztuk létre, hogy az összes projektcégünk egyetlen menedzsment alatt egyesüljön, most már csak idő, jó piaci környezet és bizalom kérdése, hogy nagyobb projekteket valósítsunk meg.

Redwood Holding díjai: CIJ Awards 2018 – Rising star of the Year; Office development of 2018 – Ecodome Office Building; Hard Rock Hotel Budapest – Az Év Tervezett Hotel Projektje; Az Év Design Irodája 2018