

RE SOURCE

A Portfolio.hu -csoport tagja

Deep water or stepping stones? Tényleg elsakkoztuk a fürdőbizniszt?



INTERJÚ
Charles Taylor
elhagyja a
magyar piacot

ELEMZÉS
Mikor vetünk
gátat a lánc-
tartozásoknak?



FÓKUSZ
Négy- és ötcsillagos
szállodák, szálloda-
üzemeltetők

Portfolio
Konferencia

FM 2013

2013. május 16., Hilton Vár



- ▷ Legnagyobb üzemeltető és ingatlankezelő cégek
- ▷ Lehetséges további költségcsökkentés?
- ▷ Banki ingatlanok üzemeltetése
- ▷ Költséghatékonyság növelése
- ▷ Zöld megoldások
- ▷ Vállalati ingatlan-dilemmák

Főtámogató

wts TAX LEGAL CONSULTING

Támogatók



STRABAG
Managing Buildings.

TRI GRANIT
MANAGEMENT CORPORATION

Szakmai partner



További információk: www.portfolio.hu/rendezvenyek,
konferencia@portfolio.hu
tel.: +36 1 327 40 86, sales@portfolio.hu



CÍMLAPSZTORI

Magyarország a világ első öt gyógyvízben leggazdagabb állama közé tartozik Japán, Izland, Olaszország és Franciaország mellett. A wellness- és gyógyturizmus valóban ígéretes iparág ma Magyarországon, úgy tűnik azonban, hogy az elmúlt 10 év tömeges fürdőfejlesztéseivel talán túl mély vízbe ugrottunk. Hévíz valódi sikertörténet, de mi a helyzet a több tucat, termálvízre alapozott hazai beruházással?

5–11 Rövid hírek
Brief news

CÍMLAPSZTORI | COVER STORY

12–19 Elsakkoztuk a fürdőbizniszt?
Spa business – Deep water or stepping stones?

INTERJÚ | INTERVIEW

20–23 Hegedűs Attila, BDO
Attila Hegedűs, BDO

TUDÓSÍTÁS | REPORT

24–27 MIPIM 2013

ELEMZÉS | ANALYSIS

28–31 Csúszik a láncartozások
visszaszorítása
Fight against circular debts
delayed

ELEMZÉS | ANALYSIS

32–35 Melyik a legélhetőbb
kerület?
Which is Budapest's most
livable district?

INTERJÚ | INTERVIEW

36–39 Charles Taylor,
Cushman and Wakefield

TUDÓSÍTÁS | REPORT

40–43 RICS-Portfolio.hu Property
Valuation 2013

ELEMZÉS | ANALYSIS

44–46 Régiós verseny a turistákért
Tourism competition – Is
Budapest losing its edge?

INTERJÚ | INTERVIEW

47–49 Pusztá vagy
romkocsmaturizmus?
The Pusztá or the "ruin pubs"?

LISTA | LIST

50–54 Négycsillagos szállodák
Four-star hotels

Ötcsillagos szállodák
Five-star hotels

Szállodaüzemeltetők
Hotel Facility Managers



TUDÓSÍTÁS

Londonban negyedmillió új lakás épül, Varsóban felhúzzák Európa legnagyobb irodaházát, a TriGranit pedig Oroszországban épít bevásárlóközpontot. Európa legnagyobb ingatlanpiaci kiállítása alapján úgy tűnik, hogy az ingatlanszektor kezd felvenni az új gazdasági környezet ritmusát: válságról egyre kevesebbet hallani, új fejlesztésekről, új lehetőségekről azonban annál inkább. Tudósítás a MIPIM-ről, Cannes-ból.

INTERJÚ

A hotelszektor az ingatlanpiac azon kevés szegmenseinek egyike, amelyben van még némi élet. Az iparág teljesítménye azonban korántsem látványos: az árak lefelé csordogálnak, a Malév csődbe ment, és egyre nő a bankok által viszárvett szállodák száma. Hegedűs Attilával, a BDO ügyvezető igazgatójával beszélgettünk.

ELEMZÉS

Az, hogy az I., a II., az V. és a XII. kerületekben található ma Budapesten a legmagasabb egy négyzetméterre jutó lakásárak, vélhetően senki számára nem újdonság. A négyzetméterár azonban csak egy a lakhatás szempontjából fontos mutatók közül. Melyik kerület a legélhetőbb? Hol a legsúlyosabb a bűnözés? Lakás piac más nézőpontból.

Legfrissebb hírek,
legaktuálisabb elemzések.
RESOURCEINFO.HU



A főpolgármester elengedte Budapest kezét

Hosszú évek óta először Budapest nem képviseltette magát hivatalos (vagy nem hivatalos) standdal az európai ingatlanszektor első számú eseményén, a Cannes-i MIPIM-en. A minden évben mintegy 20 ezer vezető ingatlanos döntéshozót vonzó eseményen minden jelentősebb európai (és sok Európán kívüli) város vagy régió megjelenik kiállítóként. Teszik ezt egyrészt annak érdekében, hogy széles körben bemutassák fejlesztési projektjeiket, tervezett beruházásaikat, másrészt pedig találkozási, kapcsolatteremtési fórumot, fizikai helyszínt biztosítsanak városuk üzleti közössége számára. Úgy vélem, emellett van egy harmadik, korántsem elhanyagolható okuk is a megjelenésre: mivel mindenki ott van, ezért nem akarnak kimaradni. Ott vannak a versenytársak, nekik is ott kell lenniük. Minden évben, így idén is saját standdal jelent meg a legtöbb közép-európai főváros, így Budapest közvetlen versenytársai, Prága és Varsó. Sőt, az elmúlt évekhez hasonlóan Cseh- és Lengyelországból a másodlagos városok és gazdasági régiók is önálló standdal mutatták meg magukat a Côte d'Azur-on. Ezzel szemben Budapest vezetése vagy a külföldi cégek magyarországi befektetéseit elvileg ösztönző Külgazdasági Hivatal (ismertebb nevén HITA) valamiért nem tartotta fontosnak, hogy Budapest jelen legyen a kiállításon. Nem tartották fontosnak, hogy Budapest rajta legyen a befektetők térképén. Nem tartották fontosnak, hogy Budapest eljuttassa saját üzeneteit a külvilágnak egy olyan időszakban, amikor Magyarország nemzetközi megítélése kivételesen rossz. Nem tartották fontosnak, hogy rajta tartsák Budapestet a térképén.

The mayor of Budapest let go of the city's hand

For the first time in many years, the city of Budapest was not officially represented at MIPIM, the number one event for the European real estate industry. The most important cities, countries, and regions from across Europe take part every year as exhibitors. On one hand, they come to introduce their development projects and development plans for a broad audience, on the other hand, the event provides a meeting venue and networking forum for their city's business community. I think they also have a third reason for being present, which shouldn't be overlooked: everyone else is there and they don't want to miss out. Just like every year, most CEE capitals also have their own stand; including Prague and Warsaw. In fact, even secondary cities and economic regions in the Czech Republic and Poland are represented at the Cote d'Azur. For some reason, the leaders of Budapest and the Hungarian Investment and Trade Agency (HITA), whose responsibility is supposed to include encouraging foreign companies to invest in Hungary, didn't think it was important for Budapest to be present at the expo this year: they didn't think it was important for Budapest to be marked on investors' map. Nor did they think it was important for Budapest to convey its own message to the outside world at a time when the international opinion of Hungary is exceptionally negative.

Csűrös Csanád

Felelős szerkesztő//csuros@portfolio.hu



RE SOURCE

Minden, ami ingatlan

További hírekért, elemzésekért látogasson el a honlapunkra! www.resourceinfo.hu

resourceinfo hírlevél

READ US DAILY//SUBSCRIBE@//www.resourceinfo.hu

Felelős szerkesztő | Editor-in-chief

Csűrös Csanád – csuros@portfolio.hu

Szerkesztő | Editor

Ditrőy Gergely – ditrroy@portfolio.hu

Szerzők | Contributors

Major Katalin, Nagy Bálint, Patkó Gábor, Palkó István

Szerkesztőségi munkatárs | Advertising coordinator

Gombos-Nagy Anita – nagy.anita@portfolio.hu

Fordító | Translator

Nagy András

Olvasószerkesztő | Hungarian copy editor

Maruszkai Judit

Angol korrektúra | Copy editor

Esther Holbrook

Fotó | Photo

Todoroff Lázár, Fotolia.com, MTI, Orosz Márton, Profimedia-Red Dot

Tervezőszerkesztő | Design & Layout

Benes Bátor Márkó – benes@portfolio.hu

Értékesítés | Sales

Agócs Balázs – agocs@portfolio.hu

Balaton Gábor – balaton@portfolio.hu

Felelős kiadó | Publisher

Bán Zoltán

NET Média Zrt.

1033 Budapest, Polgár u. 8–10.

Tel: (+36-1) 327-4080, fax: (+36-1) 327-4081

E-mail: resource@portfolio.hu

www.resourceinfo.hu

HU ISSN 1419-4392



A Resource IngatlanInfo bármely részének másolásával és terjesztésével kapcsolatban minden jog fenntartva.

A NET Média Zrt. valamennyi, a Resource IngatlanInfóba bekerülő adatot, információt, hírt megbízható, ellenőrizhető forrásból szerez. Az adatokat és információkat – lehetőségeinkhez képest – a megjelenés előtt kontrolláljuk. Mindezen körülmények ellenére előfordulhat, hogy a Resource IngatlanInfóban utóbb tévesnek bizonyuló hírek, információk jelennek meg. Eppen ezért felhívjuk tisztelt olvasóink figyelmét, hogy ha a megjelenített hírek, információk alapján gazdasági, pénzügyi döntést kívánnak hozni, úgy előzőleg az információk megbízhatóságát, pontatlanságát ellenőrizték. A megjelenő információk esetleges valótlanságából, pontatlanságából eredő károktól a NET Média Zrt. mindenféle felelősséget kizárja.

Portfolio.hu

Elképesztő visszaesés a lakások árában

A KSH jelentése szerint a használt lakások piacán a 2011. évi enyhe árcsökkenés után a 2012. év elején jelentkező kisebb áremelkedés csak átmenetinek bizonyult. 2012 második negyedévében újabb, ezúttal erőteljesebb árcsökkenés kezdődött, melynek hatására az éves árszint 3,1 százalékkal elmaradt az egy évvel korábbtól. Az új lakások piacának meghatározó jellemzője a forgalom minden korábbinál alacsonyabb szintre történő visszaesése. 2012-ben az eddig ismert újlakáseladások száma a megelőző év már szintén alacsony értékének a kétharmadát sem érte el. 2012-ben a kezdeti élénkülés után a használtlakás-értékesítések száma is tovább csökkent, az első három negyedévben az időarányosan beérkező adásvételek száma 3 százalékkal kevesebb volt a 2011. évinél.

2012 első három negyedévében alig 2300 lakás épült értékesítési céllal. Ugyanakkor az értékesített új lakások száma 1800 volt, ami a 2011. év azonos időszakában megfigyelt eladásoknak mindössze 62 százaléka. 2012-ben a használtlakás piacon létrejött lakáseladások száma csak az első negyedévben haladta meg a megelőző év azonos negyedévének forgalmát (10%-kal), ezt követően már számottevően elmaradt a forgalom az egy évvel korábbtól: a második negyedévben a visszaesés 17 százalékos volt. Ezt az értéket a további adatbeérkezések várhatóan már nem fogják alapvetően

befolyásolni – állapítja meg a Központi Statisztikai Hivatal 2012 első három negyedévének adatait vizsgáló elemzésében.

Minden lakáspiaci probléma eredője – leszámítva a hitelezés (legyen az deviza vagy forint) befagyását, a releváns állami ösztönzők eltűnését, a magyar gazdaság teljesítményét vagy az emberek jövőbe vetett bizalmának és biztonságérzetének alacsony szintjét, stb. – a tranzakciók számának folyamatos csökkenése, ami végeredményben árcsökkenéshez vezet. Kivétel természetesen most is létezik, hiszen a lakáspiac annál azért jóval heterogénabb, hogy egyetlen általános ármozgással mindenki számára releváns mutatót lehessen generálni. A legszembetűnőbb különbség a használt és az új építésű lakások árvaltozásában figyelhető meg. Míg a használt lakások esetében egyetlen területi kivétel sincs a csökkenő árak és négyzetméterárak tekintetében, addig az új építésű otthonoknál, ugyan csak minimális mértékben, de matematikailag emelkedést – amit nevezzünk inkább stagnálásnak – lehet tapasztalni, mind fővárosi, mind országos, mind egyes kerületek szintjén. Az egyetlen baj ezzel csak annyi, hogy annyira kicsi a minta, vagyis olyan kevés az értékesített új építésű lakások száma, hogy hiteles következtetést szinte képtelenség levonni belőlük. Akad ugyanis több olyan budapesti kerület is, ahol 2012 első 9 hónapja alatt egyetlen új építésű ingatlan adásvételét sem regisztrálták.

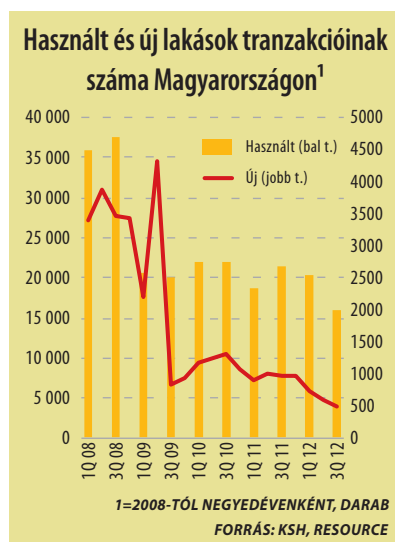
A budapesti használt lakásokat vizsgálva a válság kitörése óta a második legrosszabb negyedévet zárta 2012 harmadik három hónapjában a piac, a 4000 tranzakciót alig meghaladó értékkel. Az új építésű lakásokat boncolgatva ez a mutató azonban egyértelműen negatív csúcs, hiszen alig több mint 200 új otthont sikerült értékesíteni a 23 kerületben összesen. Ennek sok egyéb tényező mellett két meghatározó oka is van. Egyfelől az, hogy a piaci körülmények miatt csak elvétve épülnek (és épültek az elmúlt három évben) új társasházak, illetve az, hogy az új lakások ára kevésbé alkuképes a használtakhoz viszonyítva.

Fizetősek lesznek az olasz szigetek

A görögökkel ellentétben Olaszország nem árusítja ki szigeteit, hanem más eszközökkel szed be pénzt. Egyeurós „belépti díjat” szednek ugyanis a turistáktól a toszkán Elba szigetén, amely ezzel a lépéssel számos más itáliai sziget példáját követi. Évi egymillió eurós bevételt várnak Elbán a nyártól érvényes belépődíjtól. Aki komppal érkezik a szigetre, annak fizetnie kell – így döntött az Elbán fekvő nyolc település polgármestere. Az olasz sajtó úgy értesült, nem kizárt, hogy az adót már tavasszal bevezetik. A legnagyobb toszkán szigetre érkezők közül csak azoknak nem kell fizetniük, akik Elbán dolgoznak, vagy nyaralójuk van ott. Huszonkétezer üdülőláz található a szigeten. Mentességet kaptak az elbai kikötőkben magánhajóval partra szállók is. Így kizárólag a turistákat sújtják, akiknek a szállodákban már idegenforgalmi adót is kell fizetniük. A lapok hangsúlyozták, hogy a harmincezer lakosú Elbán a polgármestereken túl negyvennégy tanácsos és százhuszonnégy önkormányzati képviselő is fizetést kap. Ezt megtakarítva nem kellene megadóztatni a turistákat. Az utóbbi években Capri, Capraia és Giglio szigete is egyeurós belépési díjat vezetett be. *Sergio Ortelli*, Giglio polgármestere bejelentette, hogy az összeget az idén másfél euróra emeli.

Nem lesz kínai piac a Pólus mellett

A TriGranit közleményben cáfolta a közel-múltban megjelent sajtóhíreket, miszerint a társaság kínai piacot kíván létesíteni a Pólus Center és az Ázsia Center közötti üres telken. Mint írják, „A TriGranitnak nincs telke Budapesten, a XV. kerületben a Pólus Center mellett. A telek tulajdonosa a Pólus II. Ütem Ingatlanfejlesztő Kft., amelyhez a TriGranitnak nincs köze. A Pólus II. Ütem Ingatlanfejlesztő Kft. a Demján-csoport része. A Demján-csoportnak nincs rövid távon megvalósuló saját, nagy ingatlanfejlesztési szándéka a területtel kapcsolatban, ugyanakkor, mint bérbeadót több potenciális érdeklődő is megkereste, és kisebb terü-





ÁRKÁD 2

let-bérbeadások folyamatosan vannak az ingatlanegyüttesen. A Pólus II. Ütem Ingatlanfejlesztő Kft.-t a tavalyi év során megke-
resték a **Magyar-Ázsia Piacüzemeltető Kft.** képviselői fejlesztési terveikkel. A bérbe-
adó egyetértett azzal, hogy a több tízmilliós
plusz adóbevételt, mintegy 1000 új munka-
helyet, új rendőrsőt, játszótér, szabadtéri
színpadot is magába foglaló új kereskedelmi
negyed hozzájárulhat a kerület fejlődéséhez.
A bérbeadó ugyanakkor felhívta a figyelmet
arra, hogy csak olyan fejlesztés valósulhat
meg az általa tulajdonolt területen, amely
nem ütközik jogszabályba, és bírja az illeté-
kes engedélyező hatóságok engedélyét. Isme-
reteink szerint az egyeztetések megkezdőd-
tek a **XV. kerületi Polgármesteri Hivatal** és a
Magyar-Ázsia Piacüzemeltető Kft. illetveke-
sei között.”

Megnyitott az Árkád 2

18 hónapig tartó építkezés után március
21-én megnyitotta kapuit az **Árkád 2 Buda-
pest** bevásárlóközpont. A háromszintes új
épületszárny mintegy 20 000 nm bérbead-
ható területtel és számos új üzlettel egészíti ki
a már meglévő **Árkád 1** bevásárlóközpontot.
Az összesen 68 000 nm bérbeadható terület-
tel rendelkező két épület Magyarország leg-
nagyobb plázája lesz. Az Árkád 2 már az **ECE**
6. bevásárlóközpontja Magyarországon, a
projekt beruházói körét az **ECE / Otto** család
és a **DWS** egy zárt ingatlanbefektetési alapja
alkotják. Az új bevásárlóközpont beruházási
volumene összesen kb. 80 millió euró. A két

ház jelenlegi együttes bérbeadottságáról a cég
képviselői nem mondtak el konkrétumokat,
azt azonban közölték, hogy az új épületszárny
– 3 üzlet kivételével – csaknem 100 százalé-
ban bérbeadásra került. Az Árkád 1 és az
Árkád 2 hosszú távú üzemeltetője és bér-
beadója az **ECE**. Az új bérlők közé tartozik
többek között az **Interspar**, a **Van Graaf**, a
New Yorker, a **Hervis**, a **Deichmann** és az
Apple Reseller „iStyle”. A 2002-ben átadott
Árkád 1 is hamarosan formát kap, a kibővült
bevásárlókomplexumra új koncepciót alakí-
tanak ki, amelyben érvényesülhetnek a két
épületrész szinergiái. A létesítmény így össze-
sen 200 szaküzletet, kávézót, vendéglátó-ipari
létesítményt és szolgáltatót foglal magában.

Lebontják az egykori gazdasági minisztérium épületét

Varga Mihály miniszter arról tájékoztattott,
hogy a kormány elé került a Margit körúti,

8 emeletes vasbeton irodaház jövőjének
sorsa. Hamarosan megszülethet az a kor-
mányhatározat, amely szerint az elhaszná-
lódott irodaházat lebontják. A **Gazdasági
Minisztérium** 1971-ben elkészült épü-
lete Budán az egyik legnagyobb környezet-
védelmi probléma a kerületi polgármes-
ter, **Láng Zsolt** szerint. A Hűvösvölgyből
érkező szél a minisztériumi épület hatal-
mas tömbje miatt nem jut el a Margit kör-
útra, nem tudja átszellőztetni a Duna irá-
nyába a körút felgyülemlett szennyezett
levegőjét. Varga szerint a kormány célja,
hogy a rossz állapotú és alig kihasznált
épület helyén a környezetéhez illeszkedő
terület jöjjön létre. A terveknek összhang-
ban kell lenniük a közeli **Széll Kálmán tér
megújításának** terveivel is. Varga Mihály
hozzátette, a bontás után a minisztériumi
épület mintegy 2,5 hektárnyi területe a
Millenáris két épületének rekonstrukciójá-
val együtt újulna meg.

A KÉSZ Zrt. építi a Kossuth teret

Lezárult a **Kossuth tér átépítésére** kiírt,
zártkörű tender. A meghívásos pályázat egy
elektronikus árlejtéses licittel fejeződött be,
amelyet a **KÉSZ Zrt.** nyert. A zártkörű ten-
derre a KÉSZ-en kívül a **Magyar Építő Zrt.**,
illetve a **Reneszánsz Zrt.** alkotta konzorciumot,
valamint a **Swietelsky-Penta konzorciumot** hívták meg. Értesülések szerint
a KÉSZ 14 milliárd forinthez közeli vállalási
árral nyert, de a szerződést egyelőre még
nem kötötték meg. A Kossuth téri nagy-
beruházás megvalósítására már a múlt év
végén kiírtak egy pályázatot, amelyet az



AZ EGYKORI GAZDASÁGI MINISZTERIUM

egyik pályázó (ZÁÉV) váratlan visszalépése miatt érvénytelennek nyilvánítottak. A most nyertes KÉSZ Zrt.-nek a jövő év márciusára kell elkészülnie a térrel.

Autógyártók mentik meg a logisztikai piacot

Helyre állt az egyensúly a kelet-közép-európai ipariingatlan-piacon. Az üres területek aránya az elmúlt két évben a megfelelő 10,5 százalékon áll, míg 740 000 négyzetméter újonnan fejlesztett terület került átadásra (leginkább Lengyelország területén) a tavalyi évben – áll a **Cushman & Wakefield** legfrissebb elemzésében. A régiós országok piaci alapvetően egészséges számokat mutatnak, ugyanakkor az üresedési ráta Magyarországon a legmagasabb. Reményt talán csak a gépgyártó szektor jelenthet, főként az autógyártó vállalatok érdeklődésének köszönhetően. „Az új fejlesztések tekintetében a piaci kapacitás a régióban 500 000 és 1 000 000 négyzetméter közé tehető évente. Ennyi modern, logisztikai és gyártóépület átadása kell évente a kínálat megújulásához, valamint az újonnan piacra lépő avagy terjesz-



A KOSSUTH TÉR, MOST

kedő vállalatok igényeinek kielégítéséhez.” – mondta **Ferdinand Hlobil**, a Cushman & Wakefield kelet-közép-európai régiójának ipari vezetője. A közeljövőben a fejlesztések mértékének enyhe növekedésére és a már meglévő épületek felújítására számítanak a régióban. Elmúltak már azok az idők, amikor egymást érték az ipari fejlesztések. Az elmúlt 15 évben Közép-Európa ipariingatlan-piaci „lefedettsége” szinte felzárkózott Nyugat-Európához. „Az ipariingatlan-fejlesztés a piacnak továbbra is aktív szegmense – csak a tavalyi évben 350 millió euró értékű fejlesztés történt a régióban. Arra számítunk,

hogy ez ebben az évben is így lesz.” – mondta **Hlobil**. „A magas kihasználatlansági mutató (19,4%) hatására Magyarországon 2012-ben nem történt spekulatív ipariingatlan-fejlesztés. Összesen 16 500 négyzetméter új terület került átadásra, ám ezen területekre már az építés előtt előbérleti szerződés kötött. Nem számítunk jelentős mértékű új spekulatív kínálatra a piacon egészen addig, míg hasonlóan alacsony a kereslet irántuk, illetve ameddig a kihasználatlansági mutató nem süllyed 10 százalék alá” – mondta **Fazekas István**, a Cushman & Wakefield budapesti irodájának munkatársa. Az előző év során több mint 350 000 négyzetméter ipari ingatlan került bérbeadásra Magyarországon, ennek több mint 60 százaléka hosszabítás volt. Ez világosan mutatja a jelenlegi trendet és azt, hogy a piac jelenleg a bérlőknek kedvez.

Óriás expanziót tervez az Immochan

Az **Auchan Immochan** nevű ingatlanfejlesztő cége befektetőket keres intenzív európai fejlesztési terveinek megvalósításához. ►

HIRDETÉS

Magyar Telekom Nyrt. eladó és bérelhető ingatlanok

Irodaházak, telephelyek, üdülők, lakások: www.strabag-pfs.hu



Budaörs Gyár u. 2.

Funkció: raktárbázis
Épületterület: 10 969 m²
Telekterület: 71 100 m²
Visszabérlés: –



Budapest, XI. Budafoki út 59.

Funkció: iroda
Épületterület: 1 917 m²
Telekterület: 3 057 m²
Visszabérlés: –



Sopron Széchenyi tér 7-10.

Funkció: iroda és technológia
Épületterület: 7 044 m²
Telekterület: 3 584 m²
Visszabérlés: 1 868 m²



Budapest XV. Kert köz 20.

Funkció: iroda és technológia
Épületterület: 1 189 m²
Telekterület: 1 612 m²
Visszabérlés: 450 m²

A vállalatcsoport több projektjét és működő áruházát értékesítené annak érdekében, hogy nagy léptékű expanziójához finanszírozási alapot biztosítson. A felépített négyzetmétereket tekintve a kereskedelmi láncok Európa legnagyobb ingatlanfejlesztőinek számítanak, többen közülük saját tulajdonú áruházaiak révén több millió négyzetméter kiskereskedelmi ingatlanterület tulajdonosai. Az Auchan Immochan nevű ingatlanfejlesztő cége megközelítőleg 2 millió négyzetméter kiskereskedelmi területtel rendelkezik, amelyeket döntő részben az Auchan áruházak foglalnak el bérliként. A vállalatcsoport bejelentése szerint a közeljövőben Európa-szerte intenzív expanziót tervez, amelynek megvalósításához befektetőpartnereket keres, illetve több átadott fejlesztési projektjét és már működő áruházát értékesítené. A terv része a vállalatcsoport 2013-as új stratégiájának, melynek során mintegy 700 ezer négyzetméter új kiskereskedelmi terület fejlesztésének finanszírozási alapját szeretnék megteremteni. Az Immochan ennek érdekében intenzívebb jelenlétet tervez az európai ingatlanpiacokon, első lépésként az idei MIPIM-en dobja piacra számos stabil jövedelemtermelő képességgel rendelkező ingatlanját. A vállalatcsoport az eszközök kisebbségi tulajdonát, illetve ingatlan- és eszközkezelői szerepét megtartaná. Az Immochan első alkalommal jelenik meg Európa legrangosabb ingatlanos eseményén.

Terjeszkedik a Lidl

Újabb áruházat nyit a **Lidl** Budapesten. A VI. kerületi 1243 négyzetméteres üzlet az ország 157. Lidl áruháza. A Lidl alapítása a 30-as évekre nyúlik vissza Németországba, a vállalatcsoport ma Európa legnagyobb diszkont élelmiszer-kereskedelmi hálózát tudhatja magáénak. A Lidl Magyarországon 2004-ben jelent meg piaci szereplőként, mikor első logisztikai központját és 12 üzletét is megnyitotta. Mára országszerte 157 áruháza, 3 logisztikai központja (Székesfehérvár, Hejőkürt, Szigetszentmiklós) és közel 3500 dolgozója van. Mindeközben **Grósz Jenő**, a Lidl Magyarország igazgatóságának elnöke úgy nyilatkozott, hogy mintegy 30 új üzletet buktak el a pláza-

törvény miatt. Grósz reméli, hogy „ezt a törvényt a döntéshozók megváltoztatják”.

Európai luxustrófeákra költik az olajvagyonokat

Az elmúlt néhány évben a közel-keleti befektetők feltűnő tempóban növelték érdekeltségeiket az európai ingatlanpiacokon. A **Qatar Investment Authority (QIA)** most egy firenzei ötcillagos **Four Seasons hotel** megvásárlásáról folytat intenzív tárgyalásokat. A toszkán főváros központjában álló szálloda akvizíciójával a közel-keleti arab emírség egy újabb európai luxustrófeához juthat. A 21 000 négyzetméteres, 116 szobás **Palazzo della Gherardesca** hotel Firenze egyik patinás, központi lokáción elhelyezkedő épületét foglalja el. A tranzakció értéke egyelőre nem ismert, de a tárgyalásokat vezető **Hamad bin Khalifa Al-Thani** és a hotel tulajdonosai között a megbeszélések 160 millió eurós vételárról folynak. Az európai ingatlanbefektetési piacon a válság óta egyre nagyobb szerep jut a közel-keleti állami és ázsiai vagyonalapoknak, a legnagyobb vevők között szerepel a Qatar Investment Authority is. A hét elején az alap egy másik figyelemre méltó tranzakcióról is beszámolt, ennek keretében a párizsi **Printemps** áruházban szerezne érdekeltséget. Az évek során az emírség nagy lendülettel építette fel állásait az európai luxuspiacokon. Portfóliójában olyan ékkövekkel büszkélkedhet, mint a londoni **Harrods** áruház, amelyet megközelítőleg 1,5 millió fontért vásárolt 2010-ben. A fenti két tranzakció szervesen illeszkedik az emírség akvizícióinak sorába, melynek keretében luxusmárkákban, hotelekben és luxusáruházakban növeli érdekeltségeit.

Az eddigi legnagyobb orosz üzlet

A **Morgan Stanley Real Estate Investing (MSREI)** hatalmas oroszországi tranzakciót jelentett be. Az amerikai befektető cég a **Metropolis** bevásárlóközpontot vette meg mintegy 1 milliárd euróért. A kazah **Capi-**



LIDL, KIRÁLY UTCA

tal Partners által fejlesztett 200 ezer négyzetméteres Metropolis eladása a valaha volt legnagyobb oroszországi ingatlanos tranzakció. A Metropolisban többek között a **Michael Kors**, **H&M**, **GAP**, **River Island**, **New Look**, **DKNY**, **Bebe**, **Jaeger**, **Uterque**, **Imaginarium** és a **Zara** bérelnék üzleteket.

Távozik Charles Taylor

Távozik Budapestről **Charles Taylor**, a budapesti **Cushman & Wakefield** iroda partnere és ügyvezető igazgatója, és a társaság lengyel irodájának vezetőjeként folytatja tovább munkáját. Taylor a Cushman & Wakefield magyarországi irodáját irányította az elmúlt 11 évben, a vezetést a budapesti iroda jelenlegi iroda-bérbeadási vezetőjének, **Pados Gergelynek** adja át. (Lásd interjúnkat a 36. oldalon.)

Plázában nem lesz trafik

Nemcsak meghosszabbították a dohánybolt-koncessziós pályázat leadási határidejét, hanem kizárták a tenderből azokat a boltokat, amelyek bevásárlóközpontokban nyílnának, a szabályzat szerint ugyanis a trafikoknak az utcára kell nyílniuk. A dohánybolt-szövetség szerint a kültéri bejárat biztonsági kérdést is felvet, ráadásul nagy számban pályáztak a most kizárt körből.

Árkád 2 now open to the public

After 18 months of construction the Budapest shopping mall *Árkád 2* opened its doors to the public on March 21. The three-storey, 20,000 square meter (sqm) extension adds a number of new stores to the existing Arcade 1 shopping center. With this expansion, the shopping center has become Hungary's largest retail complex, a total of 68,000 sqm. *Árkád 2* is ECE's sixth shopping mall in Hungary. Investors include ECE/Otto family and DWS, a closed real estate investment fund. The new shopping center's total investment volume is estimated at approx. EUR 80 million. Representatives of the two building have not yet given the specifics on tenant occupancy; however, they revealed that, with the exception of three stores, the new wing is almost entirely leased out. ECE will remain the facility manager and landlord of *Árkád 1* and *2* in the long-term. New tenants to the extension include, **Inter Spar**, **Van Graaf**, **The New Yorker**, **Hervis**, **Deichmann** and the **Apple** resale chain "iStyle". Following the opening of its new wing, the next step will be to modernize the *Árkád 1*, a building completed in 2001 that includes 200 stores, cafes, restaurants and service providers. Soon to be implemented, the changes will include a new, enlarged concept, where the synergies between the two buildings can be exploited.



ÁRKÁD 2

holiday houses located on the island. Thus, the fee focuses on taxing tourists, who pay an additional tourist tax in all hotels. Local media has highlighted that Elba is home to thirty thousand inhabitants. The island has a mayor, forty-four councilors, and one hundred twenty-four municipal deputies who all receive a government salary. A simple reduction in the number of governmental employees would be more than enough to make up the difference. In recent years, Capri, Giglio Island, and Capraia have all introduced a EUR 1 landing duty charge. *Sergio Ortelli*, Giglio's mayor recently announced that their fee will be increased to EUR 1.5 within the year.

in Budapest's District VI. Lidl was founded 30 years ago in Germany. It is currently one of the largest discount food retail networks in Europe. Lidl arrived in Hungary in 2004, when it opened its first logistic center and 12 stores. Today, Lidl boasts 157 department stores, 3 logistics centers (in Székesfehérvár, Hejőkürt, and Szigetszentmiklós) and nearly 3,500 employees across Hungary. Lidl Hungary's Chairman of the Board, *Jenő Grósz*, said they have had to abandon around 30 new store plans due to the plaza stop bill. Grósz says he hopes that "decision makers will change this law."

Italian islands to charge entry fee

Unlike Greece, Italy is not planning to sell its islands. However, it does intend to raise money through other means involving its land assets. Following many Italian islands' example, tourists arriving to Elba Island will have to pay a EUR 1 "landing fee." The island is expecting an annual EUR 1 million in revenue from the fee, which will be introduced this summer. The Italian press reported that the fee might be introduced already by spring. Those exempt from the duty fee include workers on the island of Elba, owners of local holiday houses, and passenger arriving at the Elba ports by private boat. There are twenty-two thousand

No kiosks in the malls

The deadline for applying for the tobacco shop concession tender has been extended. In line with the current regulations, the stores shall only be accessible from outside a shopping center space; thus, stores in shopping malls are excluded from participating in the tender. According to the association of tobacco stores, the outdoor only entrance requirement exclude a large number of candidates from the tender as well as raising a number of security issues.

Lidl gets bigger

Lidl has now opened its 157th super market in the Hungary, this time a 1,243 sqm store

Industrial market saved by the automotive industry

According to the latest annual study on the Central European Industrial market released today by **Cushman & Wakefield**, the industrial real estate market in Central Europe has reached equilibrium. Availability of space has maintained a healthy 10.5% for two years and the volume of new construction amounted to 740,000 sqm last year, with new construction taking place most notably in Poland. The countries of this region report essentially healthy figures. The vacancy rate is the highest in Hungary. Only the car-manufacturing industry remains a beacon of hope, thanks to the hard work of automotive manufacturing companies. "In regards to new construction in Central Europe, the capacity of the market is esti- ▶

mated to be between 500,000 to 1 million sqm a year. This amount of modern logistic space and number of production plant facilities need to be built every year. At this rate, there be a complete renewal of the premises offered and incoming companies or ones that are expanding their operations will have premises to choose from when they want to lease," state Head of the CEE Industrial Team at Cushman & Wakefield *Ferdinand Hlobil*. "In the near future, we expect a slight expansion in new construction and continuous renovation of existing plants across Central Europe. The times of rocketing construction, when the market had to make up for the lack of modern industrial premises within previous decades, are irrevocably gone. In the past 15 years, Central Europe has come significantly closer to the level of density of the logistics network of Western Europe... The construction of industrial real estate still remains an attractive segment. Last year alone, around EUR 350 million was invested into construction in the region. We expect that this level will also be maintained this year," emphasized Hlobil. "Due to the high vacancy rate (19.4%), there were no speculative industrial real estate developments in Hungary in 2012. In total, 16,500 sqm of new space was yielded. These properties were pre-leased before completion. We do not anticipate new speculative supply as long as supply remains weak and vacancy rates do not fall below 10%," says Negotiator for Cushman & Wakefield Budapest, *István Fazekas*. Over 35,000 thousand sqm of industrial property was let in Hungary over the past year; 60% of these were extensions. This clearly indicates that the current trend includes a market that favors the tenant.

Mystery of the Chinese market at Pólus

TriGranit has publically denied the claim that the company intends to establish a Chinese market on the empty plot between *Pólus Center* and *Asia Center*. The press release states: "TriGranit does not own the site in Budapest's District XV, next to Pólus Center. The site is owned by **Pólus II Phase**

Real Estate Development Ltd., which has nothing to do with TriGranit. Pólus II Phase Real Estate Development Ltd. is part of the **Demján Group**. Demján Group does not have any short-term development plans for the site, however, as a landlord, several interested parties have approached it. Representatives of **Hungarian-Chinese Market Management Ltd.** have approached Pólus II Phase Real Estate Development Ltd. with development plans." The landlord recognizes that this development would generate tens of millions in additional tax revenue and about 1,000 new jobs. Additionally, it would contribute to district development by creating a new commercial area, including a police station, a playground, and an outdoor theater. However, the landlord also emphasizes that only those developments that are not contrary to the law and have the competent authorities' permission can be fulfilled on the site that he owns. To our knowledge, negotiations between the Budapest District XV Mayor's Office and the Hungarian-Chinese Market Management Ltd are currently underway.

Russia's biggest transaction ever

Morgan Stanley Real Estate Investing (MSREI) has announced the acquisition of the *Metropolis Mall* in Russia for EUR 1 billion from **Capital Partners**. The acquisition of the 200 thousand sqm Metropo-

lis, developed by the **Kazak Capital Partners**, is the biggest ever transaction that has taken place on the Russian commercial real estate market. Major tenants include **Michael Kors, H&M, GAP, River Island, New Look, DKNY, Bebe, Jaeger, Uterque, Imaginarium**, and **Zara**.

Immochan plans mass expansion

Auchan's real estate development company, **Immochan**, is seeking investors for its intensive European developments plans. The group plans to sell a multitude of projects and stores in order to finance their large-scale business expansion. In terms of square meters, retail chains are some of the largest real estate developers in Europe. Many of them own several million sqm of retail space. Immochan owns approximately 2 million sqm of retail space, mainly occupied by Auchan. According to an Immochan press release, Auchan is planning an intensive expansion across Europe in the near future. Further to this, they are looking for investor, stating that they would be willing to part with several of their projects and stores. This plan is part of the company's 2013 new strategy, based on which they intend to raise capital for the development of 700 thousand sqm of new retail space. It has become obvious that Immochan is planning to greatly increase their presence on the European real estate mar-



AUCHAN

ket. As a first step, at this year's MIPIM they put on the market several properties, complete with stable income. The group plans to maintain a minority ownership and would remain the property and asset managers. Immochan was present at MIPIM, Europe's most important real estate annual event, for the first time this year.

Middle Eastern investors acquire luxury trophies from Europe

In the last few years, investors from the Middle East have continued to increase their business interests in the European real estate market. **Qatar Investment Authority** (QIA) is now conducting serious negotiations for the purchase of the five-star **Four Seasons Hotel** in Firenze. By purchasing the centrally located Tuscan hotel, the Arab Emirate could find themselves acquiring yet another European luxury trophy. The 21,000 sqm, 116-room hotel located on Palazzo della Gherardesca is one of the most tarnished buildings in the square. The transaction price is not yet known, but discussions between *Hamad bin Khalifa Al-Thani* and the hotel's owner so far indicate an approximate EUR 160 million purchasing price. Since the crisis, Middle Eastern and Asian asset funds have had a growing presence on the European real estate market. Qatar Investment Authority is one of

the major buyers. Earlier this week the fund announced another notable transaction in which it would acquire interest in the Parisian line of shops **Printemps**. Over the years, the emirate has built up a considerable European luxury market portfolio including London department store **Harrods**, which was purchased for approximately GBP 1.5 million in 2010. The above two transactions are in line with the emirate's acquisition strategy, which includes luxury brands, hotels, and luxury department stores.

Former Economic Ministry HQ due for demolition

Hungarian Minister *Mihály Varga* announced the Cabinet's consideration of the future of its eight-story reinforced concrete building, located on Margit Boulevard 8 and it might soon decide on the demolition of the office building. Budapest's District II Mayor, *Zsolt Láng*, says that the Ministry of Economic Affairs' building (constructed in 1971) is a huge environmental problem as the wind blowing from *Hűvösvölgy* can not reach Margit körút, and can not redirect polluted air towards the Danube. According to Varga, the Cabinet intends to replace the building with a one that is more environmentally friendly. Plans need to also conform with the *Széll Kálmán tér* renovation plan. Varga also said that, after the



HARRODS

demolition, the 2.5 hectare site is due to be renovated alongside the reconstruction of the two *Millenáris* buildings.

Charles Taylor leaves Budapest

Charles Taylor, the partner and managing director of **Cushman & Wakefield Budapest** has decided to leave Budapest and continue his career as head of Cushman & Wakefield's Polish office. Taylor has led the Budapest office for the past 11 years. His successor will be *Gergely Pados*, who currently heads the Office Agency. (See our interview on page 38.)

KÉSZ develops Kossuth tér

The restricted tender put up for the reconstruction of Kossuth tér has concluded. **KÉSZ Co. Inc.** won the electronic tender bid, and the **Hungarian Constructing Co. Ltd**, the **Renaissance Inc.** consortium and the **Penta-Swietelsky** consortium were also invited to participate. Based on our sources, KÉSZ won, providing a nearly HUF 14 billion offer, but the transaction has not yet been concluded. A tender process for the Kossuth tér project had been concluded at the end of last year; however, it was declared invalid due to the unexpected withdrawal of one of the applicants (*ZÁÉV*). KÉSZ Co. Inc is required to complete the work by next March.



KOSSUTH TÉR

Mély víz vagy ugródeszka?

MAJOR KATALIN

Sodrófolyósok, pezsgőágyak, vízgomba, soulness és medical wellness.... Csak kapkodjuk a fejünket a 100 milliárdokból ránk zúduló fürdőattrakciók halatán. A wellness- és gyógyturizmus valóban ígéretes iparág ma Magyarországon, úgy tűnik azonban, hogy az elmúlt 10 év tömeges fürdőfejlesztésével talán túl mély vízbe ugrottunk.

Magyarország a világ első öt gyógyvízben leggazdagabb állama közé tartozik Japán, Izland, Olaszország és Franciaország mellett, hazai gyógyvízkincsünk kivételes, és már a rómaiak fürdőket építettek Aquincumban – ezt álmunkból felébredve is tudjuk. A magyar lakosság imád wellnessezni, és szinte bizonyos, hogy legalább egy rokonunk volt már beutalóval Hévízen, amely nemcsak Európa, de a világ legnagyobb gyógyító erejű meleg vizű tava. A magyarországi 1000 gyógyvízlelőhely közül a sárvári gyógyvízkincs egyedülálló, ez a világon az egyetlen hely, ahol kétféle összetételű termálvíz tör fel. A gyógyvízkultúra tehát a tradicionálisan sikeres ágazatok egyike Magyarországon. Legnagyobb fürdőink gyógyvizeit a 60-as, 70-es években az olajkutatások szerencsés „melléktermékeként” lették fel, és a jelentősebb fürdőépítések is ekkor kezdődtek. A tradíció mögé az elmúlt évtizedekben egész iparági háttér és komoly infrastruktúra épült fel: a fürdők mellett jelentős beruházásokat generált a kapcsolódó szálloda- és vendéglátóipar kiépülése, kialakult az ágazatot kiszolgáló beszállítói réteg, valamint magasan kvalifikált szakemberbázis és technológia.

Erre a lóra tettünk

Az ágazat nemzetgazdasági jelentősége elvitathatatlan. A Magyar Fürdőszövetség

(amely 106, a legjelentősebb fürdők csaknem 100%-át tömöríti) adatai szerint csak a szövetségi fürdőkben 8,5-9 ezer ember dolgozik. Az ágazat éves árbevétele meghaladja az 50 milliárd forintot, annak ellenére, hogy a turisztikai szakma úgy véli, egy fürdőnek nem feltétlenül a profittermelés a feladata, elegendő, ha önfenntartó. A fürdők igazi jelentősége az általuk generált beruházásokban rejlik: a szakértők ebben a szegmensben 2,6-3-szoros multiplikátorhatással kalkulálnak, ami azt jelenti, hogy egységnyi fürdőfejlesztésre szánt beruházás 2,6-3-szoros új beruházási volument generál, ez ugyancsak igaz a munkaerőegység tekintetében. Az iparági statisztikák évről évre egyre impozánsabb számokat mutatnak fel: csak 2012-ben a gyógyszállodákban a vendégek száma 10,2, a vendégéjszakáké pedig 9,6 százalékkal nőtt az előző évhez képest, a gyógy- és wellness szektor pedig a vendégek számát tekintve 30 százalékos bővülést tudott produkálni (Forrás: Magyar Turizmus Zrt.).

Ennek fényében nem csoda, ha az egészségturizmusba az elmúlt 10 évben öntözték a milliárdos támogatásokat. A szektor a 2000-es évek elején kapott igazi lendületet, először az Első Széchenyi Terv forrásai, majd az uniós támogatások és további állami programok turbozták az ágazatot. Az elmúlt 10 évben közel 100 milliárd forintnyi tőke áramlott a szektorba, amelyet a válság előtti olcsó finanszírozás dúsított. A szektor kivételesen kedvező pénzügyi háttérnek köszönhetően egymás után nőttek ki a földből a fürdőkomplexumok, wellness szállodák, aquaparkok, és a semmi-ből jelentek meg új fürdővárosok.

Az iparági kommunikáció sorra sikertörténetekről és az egészségturizmusban





rejlő lehetőségekről számolt be, mellette azonban egyre-másra kezdtek szivárogni az ágazat árnyoldalait latolgató vélemények, röppentek fel hírek túlságosan nagyot álmodó városokról, eladósodott önkormányzatokról, vergődő vagy éppen lakat alá kerülő fürdőkomplexumokról. A sajtón kívül egyre több szakmabéli kezdte boncolgatni, hogy az elmúlt évtized fürdőépítési láza bizony nem feltétlenül számít sikertörténetnek.

Hová folytak el a források?

A nagy hurráoptimizmussal bejelentett projektek nem sikerültek mindenütt makulátlanul. Mint utóbb kiderült, a fejlesztési hajrában nagyvonalú és elszármított döntések sora született, és számos életképtelen, a szükséges infrastrukturális háttér kiépülésére esélytelen létesítmény épült fel.

Location, location, location – zárja rövidre a kérdést egy iparági szakember –, az ingatlanmantra a fürdőfejlesztések tekintetében is érvényes. Ennek ellenére több esetben már a legelső lépésnél, a fürdő helyszínének kiválasztásánál alapvető hibákat követtek el. Nyilvánvalóan alapkövetelmény lett volna az is, hogy a fejlesztés valós piaci igényeket elégítsen ki. Ez a két sarokpont pedig példátlanul sok esetben hiányzott. A kínálat fejlesztése több projektnél nem a keresleti trendek alapján és nem kapacitásarányosan, tehát nem a kereslet nagyságát és a tulajdonos/üzemeltető pénzügyi lehetőségeit figyelembe véve történt. Gyakori hibaként bukkan fel, hogy koordinátatlanul, pontszerűen, esetenként csak az uniós források elérhetőségére alapozó vagy ad hoc tervek alapján épültek fel a létesítmények. Ennek eredményeképp néhány régióban hosszú távú strukturális problémák alakultak ki. Ezek az egymáshoz közeli komplexumok az adott régióban tovább élezték a versenyhelyzetet. Voltak olyan „fürdővárosok”, amelyek egy csapásra, a semmiből születtek meg. Itt nemcsak az alapvető infrastrukturális háttér, hanem esetenként az egyéb turisztikai vonzerők és attrakciók is hiányoztak, ami tovább gyengítette az újonnan piacra lépő létesítmények pozícióit.

Gyakori jelenség, hogy az új projektnél elmaradt a célcsoportnak megfelelő értékesítési termékszerkezet, szolgáltatáskör definiálása, amely hibás fürdőkonceptiók megvalósítását eredményezte. Számos létesítmény nyögi még mindig annak terheit, hogy építészek tervezték, akik nem szenteltek elég figyelmet a sikeres fürdőkonceptióknak és az üzemeltetési sajátosságoknak. A pénzügyi-gazdaságossági értékeléssel és a hatástanulmányokkal a források megszerzésére ácsingózó önkormányzatok hajlamosak voltak nagyvonalúan bánni: visszatérő probléma, hogy a fenntartási és üzemeltetési költségek az eredeti tervekhez képest végül jelentősen magasabbra szöknek. Noha kézenfekvő lenne, az alternatív energiákat meglepően kevés helyen aknázzák ki megfelelően (természetesen vannak kiemelkedő példák ennek ellenkezőjére is).

A válság itt is keresztülhúzza a számításokat. Hiába a fürdőépítésre kapott fejlesztési támogatás, ha az erősen banki finanszírozáson alapuló infrastruktúra – pl. a szállodafejlesztések – nem tudtak megvalósulni, vagy nem olyan volumenben, mint azt a projekttervezésnél valószínűsítették. Több esetben a már eleve túl nagy terhet vállaló, devizahitelben eladósodott önkormányzatok nem tudták előteremteni a szükséges forrásokat az üzemeltetéshez, sőt, egyenesen belerokkantak az eredetileg kitorési pontként megcélzott vállalkozásba (csak hogy egy példát hozzunk: a gelsei fürdőfejlesztéssel a település egy lakosra jutó adóssága ma több mint 1 millió forintba rúg).

Nagyot álmodtak

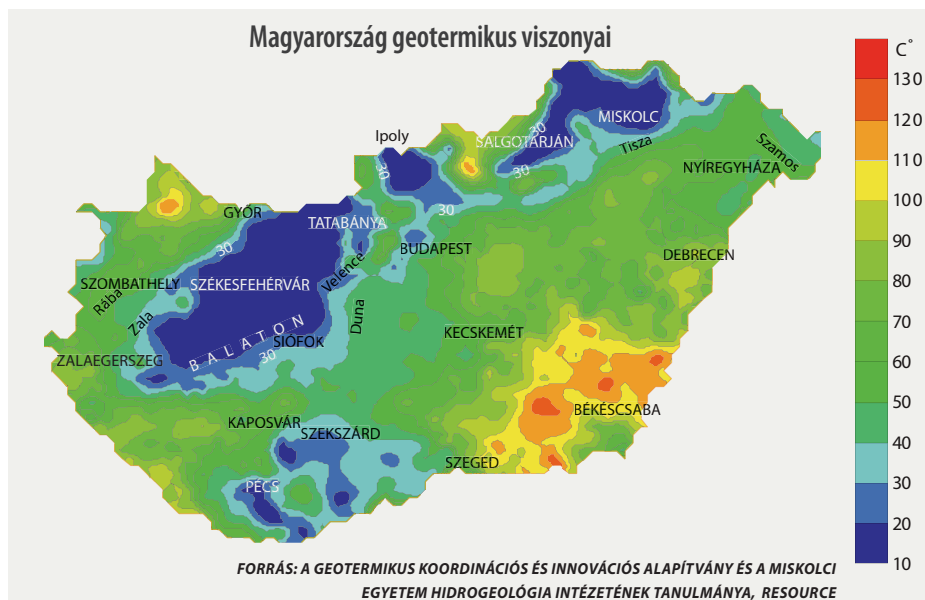
A szakma egyöntetű véleménye szerint az elmúlt 10 év fürdőfejlesztési hullámban igazi dimenzióváltás következett be az ágazatban. A hatvanas években épült, korábbi fürdők számára elengedhetetlenek voltak a fejlesztések, hogy egyáltalán piacon tudjanak maradni. A ma legnagyobb és legsikeresebb fürdővárosaink is ebben az időszakban érték el a nemzetközileg is versenyképes színvonalat. Hévíz, Bükfürdő, Hajdúszoboszló egyértelmű prioritást kaptak, de valódi sikertörténetként említhetjük Sárvart ➤

is, amely mindössze két medencéből fejlődött virágzó fürdővárossá.

A fejlesztések ezekben a koncentrált régiókban továbbra is folyamatosak, a kínálat bővül, a látogatószámok növekednek. Ez alapvetően annak köszönhető, hogy az egészségturizmust kiszolgáló infrastruktúra, például szállodai háttér már eleve létezett, illetve a fürdőkapacitásokkal együtt bővült. Úgy tűnik, nem nagyon tudott nagy baklövést elkövetni, aki ezekben a térségekben fejlesztett. Ráadásul Hévíz esetében utolérhetetlen versenyelőnynek számít a sármelléki Hévíz-Balaton Airport, amelyet szintén az önkormányzat tart fenn.

Emellett számos, kisebb volumenű sikeres történetet is említhetünk a sorban, köztük a mórahalmi, a tiszakécskei, a hódmezővásárhelyi vagy a mezőkövesdi fürdő felemelkedését, amelyeknek alapvetően sikerült eltalálniuk a helyes volumen- és kapacitásarányokat.

A fenti pozitív példákkal ellentétben a nagy csinnadrattával beharangozott Makói Hagymatikum esete nem volt ilyen szerencsés. A tavaly év elején átadott, több mint hárommilliárd forintból épülő fürdőkomplexum felett egész évben gyülekeztek a felhők. Az üzemeltetési költségek elszálltak, és a fürdő a nyári hónapokon kívül nem hozott elegendő bevételt, így mintegy 76 millió forintos veszteséget halmozott fel. A fürdővezetés takarékosági intézkedéseket vezetett be, lerövidítette a nyitva tartást, és az alkalmazottak közel felét elbocsátotta. A számokon azonban azóta sem sikerült



jelentősen javítani, így az akkori fürdővezető le is mondott. Az átvilágítások ellenére a fürdő sorsa még most is bizonytalan.

Makó esetében úgy tűnik, hogy a városvezetés igencsak nagyot álmódott. A komplexum tipikus hibája a rossz fürdőkonceptió és a látogatószámot megalapozó szállodakapacitás hiánya. A svájci frank hitel ugyancsak komoly fejfájást okoz a városvezetésnek. „A fürdőben a funkciót feláldozták a művészet oltárán, az impozáns belső terek szegényes kínálatot és szűk szolgáltatáspaletta rejtenek. Makóval alapvetően nem lenne olyan komoly baj, mert a szerb és a román küldőpiac dinamikus növekedést produkál évek óta. Annak ellenére, hogy a fürdő szép, nem volt meg a területfejlesztés, amely egy ilyen projekt-

nél szükséges. A napi, helyi vendégből nem lehet egy ilyen komplexumot fenntartani” – véli egy iparági szakértő.

Nem túl sok jó hírt hallani Magyarországon legnagyobb, 4400 nm vízfelületű élményfürdőjéről, a szegedi Napfényfürdő Aquapolisról sem. A városban és környékén számos fürdő működik (köztük a tradicionális Anna fürdővel és a Makói Hagymatikummal). A gigantikus beruházás részben hatmilliárdos uniós pénzből és 2 milliárd forintnyi önrészből valósult meg. Igaz, a szerb és a román piac növekedése nagyobb fürdőkapacitásokat is elbírna a térségben, az elaprózódó kereslet egyelőre nem tudja eltartani a létesítményt. Az eset tipikus példája az egymást kannibalizáló, koordinálatlanul megvalósult fürdőépítéseknek.

Mély vízbe ugrottak

Elhíresült a kalandos sorsú Aquasziget Esztergom Élményfürdő története is. A kezdetben többször áttervezett fürdőkomplexum végül magas minőségben, és többé-kevésbé helyes koncepcióval került megvalósításra. A gondokat részben itt is a tervezett szállodai kapacitások elmaradása okozza, amely már önmagában is aláássa a látogatószám-növekedésének lehetőségét. „A fürdővel szemben szerkezetkészben áll két szálloda, amelyek a válság miatt nem épültek meg. Ha ezek megépültek volna, akkor Esztergomról csak jót hallanánk. Jó helyen van, közel Budapesthez, a fürdő felépíté-

Fotó: Rosta Tibor/MTI



HAGYMATIKUM, MAKÓ



sét az üzemeltetési költségek arányaiban is sikerült jól eltalálni” – véli egy iparági szakértő. Az igazsághoz az is hozzátartozik, hogy a beruházás drágább lett a tervezettnél, csúszott az átadás, az üzemeltetési költségek pedig elszaladtak. 2009 végére az Aquasziget odáig jutott, hogy a szolgáltató néhány órára kikapcsolta az áramot a több millió forintos adósságot felhalmozó fürdőben, majd tavaly szeptember elsején a létesítmény hőellátását biztosító társaság is szerződést bontott. A fürdő akkor kénytelen volt bezárni, mígnem az önkormányzat a létesítmény állagmegóvására szánt keretből pénzt utalt a szolgáltatóknak, lehetővé téve, hogy a fürdő tavaly június végén újra megnyisson. A fürdő hányatott sorsa valószínűleg nem független az esztergomi önkormányzat eladósodottságát övező bot-

rányoktól és a sorozatos vezetőváltásoktól sem.

A dunaiúvárosi Aquantis története sem sokkal szívderítőbb, a 3,4 milliárd forintból épített fürdőkomplexumra már egyéves működés után lakat került, miután a szolgáltató itt is kénytelen volt lekapcsolni az áramot. Az élményfürdő kezdetől fogva viták keresztútjában áll, sokan a kiválasztott helyszínt is kétségbe vonták, hiszen alig 800 méterre található a Dunai Vasműtől. Az önkormányzat 2006 augusztusában uniós források nélkül kezdte el a projekt megvalósítását, az építkezést a fürdőépítési tapasztalattal egyáltalán nem rendelkező Mahíd 2000 Zrt. kezdhette el. Az önkormányzat majdnem belerokkant a projekt finanszírozásába, ráadásul az időközben fizetésektelenné vált Mahíd 2000

Zrt. jelentős alvállalkozói adóssággal félbehagyta az építkezést. A beruházást a CIB Bankkal kötött lízingszerződésnek köszönhetően sikerült befejezni, később az üzemeltetést a bank vette át. A komplexumot végül az eredmények elmaradása után 2011 szeptemberében bezárták. A fürdő azóta hol kinyit, hol bezár, mindenesetre a honlapon jelenleg az áll, hogy az élményfürdő szeptember 1-jétől zárva tart.

A széles kínálatot felvonultató, tradicionális fürdővárosok mellett kevés esélye van egy kisebb, hagyományokkal, stabil vendégkörrel nem rendelkező új létesítmény sikerének. A Sárvár árnyékában épült cell-dömölki fürdőnél, úgy tűnik, ezt a hibát követték el. A problémát tetézi, hogy a tervezésnél nem találták meg a helyes méreteket, és nem adtak egyértelmű arculatot, tematikát a fürdőnek. A szakértő ugyancsak az alapvető tervezési hibák iskolapéldájaként említi a villanytrafók elosztó bázisa alá épült, golfpálya-beruházással egybekötött gödi komplexumot.

A balneológusok szerint természeti adottságait tekintve Harkány az egyik legígéretesebb fürdőhelyünk. Noha a lokációban rejlő lehetőségeket korábban még a TriGranit is felismerte, végül a megvalósuló koncepció kevésbé bizonyult sikeresnek. A kiváló gyógyászati erővel rendelkező fürdőben továbbra is erősen a gyógyvízre koncentráltak, és kevésbé törekedtek egész évben működő komplex élményszolgáltatás-paletta kialakítására, ami a fenntartható gazdaságos működéshez elkerülhetetlen követelmény.

A „kovász most kel”

A szakma nem vitatja, hogy az elmúlt 10 év fürdőfejlesztései között előfordultak baklövésesek is, és érdekesebb lett volna egy átgondolt koncepció mentén, koordináltabban megvalósítani a fejlesztéseket. Vancsura Miklós, a Magyar Fürdőszövetség ügyvezető elnöke szerint érdemes lenne elemezni a veszteséges fürdők működését. Újrágondolt tervekkel és a szükséges fejlesztésekkel szinte mindegyik létesítmény pénzügyi helyzete rendezhető lenne. „Egy súlyos helyzetbe kerülő létesítmény esetében az a kérdés, hogy van-e az üzemeltetőnek ereje arra, hogy

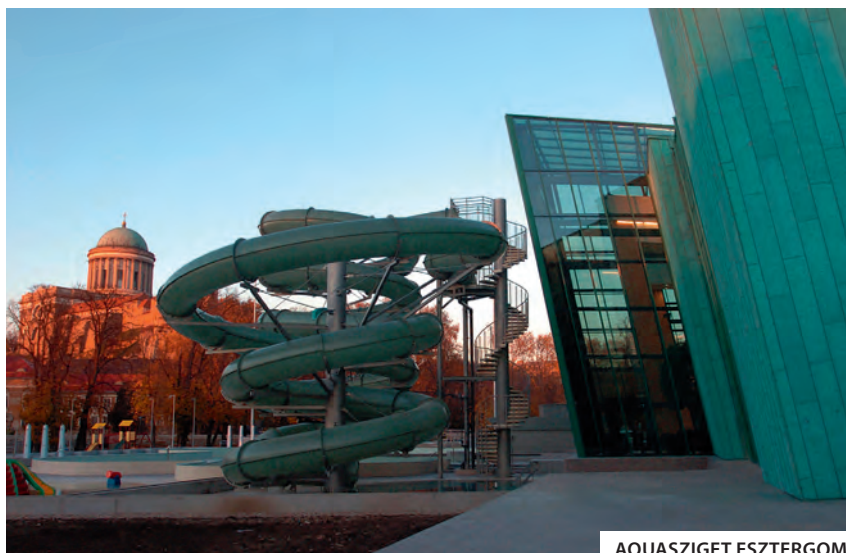
fenntartsa a komplexumot, és adjon időt az egész rendszer felfutásának, a hosszú távú vendégkör kialakulásának.” A szakember egyébként hangsúlyozza, hogy a hazai fürdőknek nincsenek milliárdos veszteségei, a fürdők nagyjából pozitív nullszaldóban vannak. „Azok a komplexumok, ahol megfelelő volt a fürdőfejlesztési koncepció, az igényeket és a kapacitásokat helyesen mérték fel, sikeresek, és hosszú távú hitelek felvételével képesek törleszteni a bevált önrészt. Vannak persze olyan létesítmények, amelyek további tulajdonosi támogatásra szo-

rulnak” – teszi hozzá. Határozott véleménye szerint a fürdőfejlesztésekkel nem lehet leállni. A most veszteséges fürdők is a kapcsolódó fejlesztések húzhatnak ki a pácából. „A fürdő mintegy kovászként szolgál egy egész sor beruházás, mögöttes infrastruktúra profitábilis működéséhez. Nem érdemes rövidlátónak lennünk, számos, most még súlyos gondokkal küzdő helyen fejlődőben van a turizmus. Ebbe invesztálni kell, a hasonló volumenű fejlesztések közép- vagy hosszú távon térülnek meg. Az új fürdők többsége esetében a kovász most kel.”

Deep water or stepping stones?

KATALIN MAJOR

Photo: Attila Kovács/MTI



AQUASZIGET ESZTERGOM

Twister, bubble beds, fountains, soulness and medical wellness... it's easy to get baffled by all these spa attractions, billions of forints in developments. Wellness and medical tourism is indeed a promising industry in Hungary, however, it seems that with the mass of spa projects implemented over the past 10 years we might have just jumped into the deep end.

Hungary is one of the top five richest states in terms of thermal water, alongside Japan, Iceland, Italy, and France. Furthermore, our thermal water is exceptional and even the Romans already knew this when they built the baths in Aquincum – every Hungarian knows this by heart. The Hungarian population loves wellness and certainly everyone has at least one relative who has been referred to Hévíz, which is not only Europe's, but also the world's largest medicinal thermal lake. Of Hungary's 1,000 thermal water sources, Sárvár's thermal water resource is unique; this is the only place on earth where water with

two types of substance erupts. Not surprisingly, the thermal water industry is traditionally one of the successful sectors in Hungary.

Our thermal waters were discovered in the '60s and '70s, the fortunate "by-products" of oil exploration. The development of our most important baths also began back then. Over the next few decades the tradition became backed by a whole industry and a strong infrastructure: besides the baths, the construction of its associated hotels and restaurants generated significant investment. A new layer of supply, the engagement of highly qualified professionals, and a technological base was also established.

Betting on this horse

The sector's role in the national economy is undeniable. Based on data from the Hungarian Baths Association (including 106 bath venues, almost all of the major ones), the federal baths employ 8,500-9,000 people. Despite the fact that the tourism

industry believes that baths don't necessarily have a profit-making function (self-sustaining should be sufficient for them), the sector's annual turnover is over HUF 50 billion. The key role of the baths is the investment generated by them: experts calculate in this segment has a 2.6 to 3 times multiplying impact. This means that one unit of investment into thermal baths generates 2.6-3 units of additional investment. This is also true in terms of the labor unit. Industry statistics provide more compelling numbers, year-on-year: in 2012, the number of guests increased by 10.2% in spa hotels and the number of guest nights by 9.6%. The health and wellness sector additionally showed a 30% growth rate in regards to the number of guests (Source: The Hungarian National Tourist Office).

In light of this, it is not surprising that billions of forints in state support have been poured into health tourism over the past 10 years. The sector was heavily boosted in the early 2000s, first with Széchenyi Plan funds then EU funds, and later further state funds enhanced the sector. Over the past 10 years, nearly HUF 100 billion has flowed into the sector and, during the pre-crisis period, some basic financing further enriched this. Thanks to the sector's exceptionally good financial background, baths, spa hotels, and water parks rose out of the ground one after the other and spa resorts appeared out of nowhere.

The industry constantly reports success stories and highlights potential opportunities in health tourism. At the same time, information on the sector's downside has also started to infiltrate the mainstream media. Stories began to appear about cities that dreamed too big dream, indebted local governments, and struggling – or even boarded-up bathing complexes. Apart from the press, an increasing number of professionals began to say that last decade's spa construction fever might not entirely be a success story.

Where did the money end up?

Some projects announced with optimistic hurrahs did not all turn out well. As it were, a series of generous and hasty deci-

sions were made during the development race. Many unviable facilities were built, some without any background infrastructure whatsoever.

“Location, location, location” – this is the brief answer given by industry specialists which is valid for spa developments, too. In many cases, fundamental mistakes were made from the very beginning – when the location for the spa was selected. Obviously, meeting real market needs should have also been a basic requirement. These two fundamental rules went missing in a number of cases. Many projects were developed without consideration for demand trends or capacities – that it to say, they were implemented without taking into account the size of the demand or the owner’s/operator’s financial limitations. Many facilities developments were not well coordinated, some plans were far too ad-hock. As a result, long-term structural problems arose in some regions. The closely located facilities only further sharpened the competition within a region. “Spa cities” popped up over night. However, in these cases, not only was the



GELLÉRT

basic infrastructural background missing but other, complimentary tourist attractions as well which further weakened their position.

Often in the case of these new projects, the definition of an appropriate sales structure – one based on the target group and the service range – was commonly missing. This resulted in the development of completely backward spa concepts. Many

facilities are still moaning the burden of being designed by architects who did not pay enough attention to what makes a successful spa complex and its operational particularities. Local governments – eager to receive funds – tended to take financial-economic evaluations and feasibility studies with a grain of salt. For instance, maintenance and operational costs are occasionally much higher than originally planned. Although it should be obvious, a surprisingly few number of places properly exploited alternative energy options (of course, there are some outstanding examples to the contrary as well).

The crisis further upset the apple cart. Some of the associated infrastructural developments (for example hotels), which relied heavily on bank loans, had not been built. In many cases, local municipalities found themselves heavily indebted in foreign currencies and unable to raise the capital for the operation. They even exhausted themselves with these investments, which were intended to be the town’s saving grace. (One example of this is the spa development in Gels, where ▶

ADVERTISEMENT

prologiscee.com



PLACE YOUR BUSINESS AT THE HEART OF THE DISTRIBUTION HUB

Prologis understands that your company is the center of the universe and that everything else should revolve around it. That is why Prologis offers your business an excellent selection of distribution facilities located at the heart of important routes and intersections.

AVAILABLE NOW

BUDAPEST

Budapest-Gyál
1,045 m² - 14,422 m²

Budapest-Sziget
1,200 m² - 15,050 m²

Budapest-Harbor
3,090 m² - 8,570 m²

+36 1 577 77 00



Prologis is a leading provider of distribution buildings with over 495 000 square metres owned and under management in 6 parks in Hungary.

Your local partner to global trade





KIRÁLY BATH

per capita debt amounts to over HUF 1 million.)

Dreaming big

Experts believe that the spa development industry has undergone a real dimension shift over the past 10 years. For those spas built in the sixties, development became an indispensable means by which to stay on the market. Today's largest and most successful spas reached their level of internationally competitiveness during this period. Hévíz, Bükfürdő, and Hajdúszoboszló are clearly on the top of this list, but we might also mention Sárvár, a real success story in which a thriving spa resort was born out of two pools.

Development in the above-mentioned regions is continuous; supply is expanding and the number of visitors increasing. This is basically due to the fact that the infrastructure serving health tourism, for example hotels, was pre existent and expanded together with the spa's capacity. It seems that developments in these regions were all successful. In addition, regarding Hévíz, the Sármellék Heviz Lake Balaton Airport, as maintained by the local government, provides a great competitive advantage. We might also mention other smaller-scale success stories, including spas in Mórahalom, Tiszakécske, Hódmezővásárhely, or Mezőkövesd, all which managed to find the right volume to capacity ratios.

On the other hand, the Hagymatikum in Makó, a project commenced with great fanfare, was not a success story. Clouds have been gathering over the spa complex, which was built with a HUF 3 billion budget within one year and completed at the beginning of last year. Operational costs increased greatly and, apart from the summer months, the bath did not generate enough revenue, thus, it has accumulated HUF 76 million in losses. The spa's management introduced austerity measures, shortened opening hours and laid off nearly half of its employees. The figures, however, did not significantly improve. As a result, the former managing director resigned. In spite of all due diligence, the spa's fate remains uncertain.

In Makó's case, it seems that the city government dared to dream too big. The problem with the spa complex is typical; it has the wrong concept and the local hotel capacity is not in on par with the number of visitors. "Functionality has been sacrificed for art in the spa; the impressive interiors hide a narrow range of services. The municipalities' debts in Swiss francs are also a serious headache. Basically, Makó should not have any big problems, as the number of Serbian and Romanian tourists are dynamically growing. In spite of the beauty of the baths, the necessary infrastructural developments were not carried out. Daily and local guests can not sustain such a facility," says a local expert in the industry. We haven't heard much goods news either about the Napfényfürdő

Aquapolis water park in Szeged. Although it boasts Hungary's biggest water surface (4,400 sqm), there are already a number of spas in the city and the vicinity (including the traditional Anna Spa and Hagymatikum in Makó). This significant investment was partially financed with EU funds (HUF 6 billion) and a remaining HUF 2 billion was invested as the down payment. It is true that Serbian and Romanian market growth could support even bigger supply, yet is currently not enough demand to maintain the spa complex. This case is a typical example of how uncoordinated construction projects have cannibalize each other.

Jumping into deep water

The story of the ill-fated Aquasziget Water Park Esztergom is also well known. The bath complex was redesigned several times at the start and finally it was developed as a high quality facility following a more-or-less correct concept. In this case, problems also arose from the lack of hotel capacity, which can in itself undermine the growth potential. "There are two structurally complete hotels in front of the spa that were not completed, due to the crisis. If they had been completed, we would only hear good news about Esztergom. It is in a good location, close to Budapest, and the spa's development and operational costs were well planned," says a local expert in the industry. The project was more expensive than originally planned, the hand over was delayed, and



AQUAPOLIS, SZEGED

Photo: Zoltán Gergely Kelemen/MTI

operational costs increased dramatically. By the end of 2009, the situation at Aquasziget was so severe that the spa had accumulated millions of forints debt and the local electrical service provider even shut off their power for a few hours. Last September, the heating supplier also cancelled its contract. Therefore, the bath had to shut down until the local government paid the service provider from the budget dedicated to the facility's conservation. The spa managed to reopen at the end of last June. The bath's vicissitudes fate might very well be related with the local government's debt issues and with its continuous change in leadership.

The story of Dunaújváros' Aquantis is also not a pretty tale. The bath complex, built with an investment of HUF 3.4 billion, was closed after only one year of operation. Again, the service providers shut off the utilities here as well. The spa was placed in the cross fire from the very beginning, as many even questioned its legitimacy in the first place, since it is located only 800 meters from the local ironworks. The municipal government began the project in 2006 without any EU funds. Work began with Mahíd 2000 Inc, the construction company who apparently had no previous experience with spa construction. The municipality almost collapsed due to financing the project. In addition, Mahíd 2000 Inc, then went bankrupt, leaving subcontractors unpaid and a glitch in the delivery schedule. The



SÁRVÁR

investment was completed, thanks to a loan agreement with CIB Bank. Later the bank took over the facility's operation. The complex was closed in September 2011, due to a lack of revenue. Since then, the bath is sometimes open, other times closed – in any case, we see on their homepage that the adventure park is closed from September 1.

In traditional spa towns that already offer a wide range of services, new facilities with less history and without a stable clientele have little chance. This mistake was made in Celldömök, where a spa was built in the shadow of Sárvár. In addition, the facility was not the right size for the market and it had no clear branding

image. Experts consider the complex in Göd a good example of this fundamental design problem; this facility was built under electric distribution transformers.

According to balneologists, in terms of natural endowments, Harkány is one of Hungary's most promising spa locations. Even TriGranit has previously hailed its potential. However, the final product was less successful than anyone could have anticipated. The project heavily focused on the excellent healing features of the thermal water and put less importance on developing a year-round spa experience package, although this is an inevitable requirement for sustaining an economical operation of such a complex.

"The leaven is rising"

Those in the industry certainly do not deny that spa developments in the past 10 years have been full of blunders and that it might have been better to focus on stronger concepts and implement developments in a much more coordinated fashion. The Executive Chairman of the Hungarian Baths Association, Miklós Vancsura, believes it is worth studying the operation of loss-making spas. With new, better plans and the right development, almost all their financial situations could be resolved. "In the case of a facility with serious prob-

lems, the question is whether the operator has the strength to maintain the complex and to give the project enough time to develop a long-term clientele," says Vancsura. He emphasizes that domestic spas don't actually have billions of forint in losses. "Those projects in which the spa development concept was appropriate and the requirements and capacities were correctly assessed are successful and they can repay their long-term debts. Of course, there are facilities that require additional funding," Vancsura stressed. He strongly

believes that spa developments should not come to a halt. Those spas that currently are in the red could recover, thanks to further developments. "Spas act as leaven for the profitable operation of other underlying investments and infrastructure. It is not worth being short sighted. In many locations currently facing severe conditions, tourism is just developing. We need to invest, as developments of a similar scale are returning their investments in the mid-term. In the case of most the new spas, 'the leaven is rising'"

Van-e még élet a hotelpiacon?

A hotelszektor az ingatlanpiac azon kevés szegmenseinek egyike, amelyben van még némi élet. A szektor teljesítménye azonban korántsem látványos: az árak lefelé csordogálnak, a Malév csődbe ment, és egyre nő a bankok által visszavett szállodák száma. Hegedűs Attilával, a BDO ügyvezető partnerével beszélgettünk.

MAJOR KATALIN

ÚGY TŰNIK, hogy a hotelszektor az ingatlanpiac azon kevés szegmenseinek egyike, ahol van némi mozgás. Egyetért ezzel?

A szakterületem a szállodapiac és a turizmus, így kevésbé van rálátásom a kiskereskedelmi és az irodapiacra, de annyi bizonyos, hogy míg vannak jövedelmet nem termelő, részben üres irodaházak és nem fizető bérlőkkel „rendelkező” bevásárlóközpontok, a szállodák most is képesek arra, hogy folyamatos cash-flow-t produkáljanak. Ez sajnos még mindig nem jelenti azt, hogy a szállodaszektor látványos megtérülésekre képes, mivel egyrészt ez nagyban függ a szezonálitástól, másrészt a svájci frankban eladódott piaci szereplők számára komoly fejfájást okoz az árfolyam megugrása. Azt azonban el lehet mondani, hogy a jó helyen, jó koncepcióval, jó áron fejlesztett szállodák továbbra is képesek tartós megtérülésre.

A statisztikák szerint a szállodákban nő a kihasználtság, az árak viszont nem emelkednek. Ennek mi az oka?

Az elmúlt évben a vendégforgalom Budapesten több mint 10 százalékkal nőtt, az árak viszont nem emelkedtek. A belvárosi szállodák esetében ugyan volt némi árnövekedés, de ez még mindig nagyon messze van a 2007-es csúcsideőszaktól, ráadásul a 2007 és 2012 közötti inflációs hatást a szállodapiac nem tudta leképezni. Ezek az árszintek a 2000-es évek elején voltak jellemzőek.

Budapest jelenleg egy jó ár-érték arányú desztináció, ez a tendencia azoknak a szállodáknak kedvez, amelyek 50 és 80 euró/éjszaka között értékesítenek, ugyanakkor megnehe-

zíti az ötcsillagos piac dolgát. Bár igaz, vannak olyan kivételek – pl. a Four Seasons vagy a Kempinski –, akik képesek az átlagnál jobb teljesítményre.

A Malév csődjével rengeteg üzleti utazó elveszett, ugyanakkor megjelentek a fapados légitársaságok. Ezzel egy időben elindult egy más típusú turizmus, főleg Budapesten. Ennek megítélése meglehetősen ellentmondásos. Ön hogyan vélekedik erről?

A Malév csődje három szegmensben okoz gondot. Egyrészt eltűnt a felhordó piac, ugyanis korábban Budapest mint délkelet-európai csomópont működött, így a tranzitutasok száma is jelentkezett a reptér forgalmában, másrészt a kifelé menő forgalmat is érintette, hiszen a Balkán térségébe irányuló utazások esetében most mindenki keresi az alternatívákat (pl. sokan Bécsből utaznak Szófiába).

A Malév megszűnése leginkább a konferenciaturizmust érintette, hiszen a konferenciák esetében fontos egy point to point légitársaság, valamint a kedvező ár, amelyet elképzelhető, hogy más légitársaságok nem adnak meg. Ez a hiány a versenyképességet megnehezíti, de ha rendelkezni a régóta tervezett több ezer fős kongresszusi központtal, a helyzet más is lehetne. Ebben az esetben nem függene ilyen mértékben a piac a légitársaságok árazásától. A konferenciaszegmens még erősebb megjelenése nagyot lendítene a szállodapiacon, hiszen a válság ellenére még mindig ez a szegmens rendelkezik a legmagasabb költségi hajlandósággal.

Az üzletemberek esetében úgy vélem, ez nem annyira lényeges körülmény, hiszen egy üzletember igazából azért jön Budapestre, mert itt van dolga. Ebben a szegmensben az üzleti attraktivitás felülírhatja azt, hogy milyen módon repül ide az utazó.

Tény, hogy a fapadosok megjelenésével inkább a kedvező árú desztinációkat kereső réteg jelent meg Budapesten, ami a szállodák közép- vagy alsó kategóriáinak kedvez.

Összefoglalva elmondható, hogy minden mindennel összefügg, de amellett sem szabad elismerni, hogy a Malév működtetése nem volt rentábilis (és ez nem egyedi eset, hiszen olvashatunk gazdálkodási gondokról – pl. LOT – vagy összeolvadásról, mint a KLM-AIR FRANCE esete), az ingatlanpiacra vagy más befektetésekhez hasonlóan a tartós veszteséget a tulajdonosok nehezen viselik el, és ilyenkor jön a keserű döntés.

Az olcsó szállodák szegmense viszont egyre erősödik. Mekkora üzlet például priváthostelt üzemeltetni? Mennyire zavarják a piacot az olyan lehetőségek, mint a couchsurfing?

Egy öt lakás egybenytásával kialakított hostel jövedelmezősége korlátozott, mert nagyon szezonális üzlet, és ugyanúgy vannak állandó költségei. Kiemelendő, hogy egy ilyen hostel vagy privátlakás kiadása esetében teljesen más a költségstruktúra, mint egy szállodánál.

A turistáknak azonban ez nagyon jó alternatíva, hiszen akár 30 euróért (vagy olcsóbban) találnak a belvárosban szobát. Nagyon jól jelzi a piacon zajló folyamatokat, hogy

a hostelök (köztük olyan unikálisak is, mint az Art Boutique Hostel) húzódnak befelé a városközpontba. A piacon vannak olyan cégek, amelyek professzionális szinten művelik ezt az üzletágat (pl. a Mellow Mood vagy a Wombats), és jó lehetőséget látnak a belvárosi, kiszámítható minőséget és árat nyújtó hostelök üzemeltetésében.

A hostel és a couchsurfing egy feeling, a turista vagy kinő belőle, vagy benne marad. Ez életforma, majdnem olyan, mint a lakócsis turizmus. Az ilyen utazónak lehet, hogy sok pénzük van, de nem nagyon akarnak változtatni a szokásaikon, mert kimondottan így szeretnek utazni. A couchsurfing ugyancsak rendkívül jó lehetőség például a fiatal utazók számára, hiszen így azt a 30 eurót is megspórolhatják, amit egy hostelre fizetnének ki. Tehát természetesen ez nem elhanyagolható piaci szegmens, ilyen szempontból mindenki mindenkinek versenytársa.

Már szinte közhely, hogy Magyarország, Budapest nincs kitalálva, nincs meg a „sztoriája”. Milyen irányba kéne elindulnunk?

A fürdőben például van potenciál, a pörgő éjszakai életben, a buliturizmusban szintén, de arra ügyelni kell, hogy ne essünk át a ló túloldalára, ne járjunk úgy, mint Prága, ahol a folyamat odáig jutott, hogy például az angol turisták péntek este érkeztek, szombat reggel meg fordultak vissza. Budapest egyébként olyan gyöngyszem, amely képes mindig új arcát mutatni és meglepni a turistát. Ez például remek alapja lehet a márkaépítésnek, a megfelelően „vastag” marketingbüdzsé mellett.

Magyarország ezeréves ország, kreálnunk kell a történeteket, ezt imádják a turisták. A mai utazó keresi a témát, az izgalmat, az olyan attrakciókat, mint például a tematikus útvonalak. Pozitív példája volt ennek a magyar feltalálókat bemutató kiállítás a Millenárison, amely bemutatta mindazokat a találmányokat, amelyeket a magyarok adtak a világnak. Ez nemcsak a külföldiek és a budapestiek, de a vidékiek számára is vonzó lehet(ne).

Budapest egy történet, de mi a helyzet vidéken?

A vidéki szállodapiac alacsony bázisról indult. 2000 előtt kevés minőségi szálláshely volt, de a Széchenyi Terv keretében elinduló fejlesztések nyomán megjelent a piacon egy komoly kínálat, melyet a kereslet fel is szívott. Nőtt az emberek életszívnala, divatba jöttek a hosszú hétvégi pihenések, a vidéki piacot felpörgette a wellness és a konferenciák. Ez a szegmens most is létezik, bár sokkal szűkebben, mint a válság előtt. Konferenciákra a legalkalmasabb Budapest mágikus 100 kilométeres körzete, így a fizetőképes kereslet eltűnését ez a piac szenvedte meg leginkább.

A válság óta a fejlesztési piac éppen csak vegetál. Épülnek még új szállodák?

A piacon a válság kitörése óta a fejlesztési volumen látványosan megtorpant. Azok a szállodák, amelyek 2010 és 2012 között nyíltak meg, még a válság előtt indult fejlesztések voltak.

Bár nem nagyon beszélhetünk tömeges bezárási hullámról, számos szálloda került már banki kézbe, így nem nagyon akarnak újabb fejlesztésekre tömegesen hitelt adni.

Ha viszont valakinek van elegendő önereje – támogatásokkal kombinálva, esetleg minimális hitellel –, egy jó koncepcióval Budapesten és vidéken is sikeres lehet.

Milyen stratégiát folytatnak a bankok a visszavett szállodákkal kapcsolatban?

Ez összetett kérdés. Láttam már olyan, bank által visszavett szállodát, amelyik működött, csak túl volt finanszírozva. Arra is van példa, hogy egy rosszul működő szállodát nem akar a bank átvenni – annál többet ugyanis a bank sem tud kihozni egy szállodából, mint az eredeti tulajdonosa, viszont eladhatatlan. Olyan szállodákat érdemes visszavenni, amelyekben van potenciál: egy működő szálloda termel valamenyi profitot, és később így eladhatóbb. Bár ahogyan az ingatlanpiac más szegmenseiben, itt is jellemző az az anomália, hogy az eladási árral szemben arcpirítóan alacsony vételi ajánlat jelenik meg, így nem jön létre a tranzakció. A szálloda egy fix cash-flow-t termelő ingatlan, amelyet nem fognak áron alul értékesíteni.

Mit tapasztal a hotelbefektetési piacon?

A budapesti piacon tavaly két, egyedi tranzakció történt, a Four Seasonst és a Le Méridient vásárolták meg. Általánosságban az a jellemző, hogy a befektetők regionálisan és portfólióban vásárolnak. Például az InterContinentalt pár éve a Lexton vásárolta meg, de nem specifikusan a budapesti szállodát, hanem egy 23 hotelből álló portfóliót. Budapesten véleményem szerint azok a jó célpontok, ahol – félretéve a termék és a lokáció alaptézisét – jelen van egy nemzetközi brand vagy márkázási lehetőség, míg a kis kapacitású szállodák elsősorban a helyi,

azaz magyar tőke felé kacsingatnak. Vidéken inkább a belföldi befektetők megjelenése vizionálható, de összességében elmondható, hogy a következő években a tranzakciós piac nem a vidéki szállodákat fogja tömegében megmozgatni.



Does the hotel market still have a pulse?

The hotel industry is one of the few real estate segments that's still active. The sector's performance, however, has been far from spectacular: prices are decreasing, Malév went bankrupt, and the number of hotels repossessed by banks is increasing. We spoke to Attila Hegedűs, Managing Partner of BDO.

KATALIN MAJOR

I T SEEMS that the hotel industry is one of the few types of real estate where we can still see some activity. Do you agree with this?

My area of expertise is the hotel industry and tourism; thus, I have little insight into the retail and office market. Yet, one thing is certain, while there are many partially empty office buildings that do not produce revenue or shopping centers with non-paying tenants, hotels can still produce a constant cash flow. Unfortunately, this still does not mean that the hotel industry has spectacular returns. This is, firstly, a very seasonal market and, secondly, exchange rates jump sporadically causing market players – already heavily indebted in Swiss Franc – serious headaches. However, it can be said that a well-located hotel with a decent concept, one that was developed with a proper budget, is still able to achieve a sustainable return.

Statistics show that hotel occupancy rates are increasing, but prices are not rising. What is happening?

In recent years, tourism grew by 10% in Budapest, but prices have not increased. Downtown hotels observed a slight price increase, but this is far from the 2007 peak. In addition, the hotel industry was unable to map the inflation between 2007 and 2012. Prices are at the same level as they used to be in the early 2000s.

Budapest is currently a good value-for-money destination. This trend favors hotels offering rooms between EUR 50 and 80 a night and, at the same time, this market is unfavorable for five-star hotels. It is also true that there are some exceptions, for example,

Four Seasons or Kempinski, that have an above average performance.

With Malév's bankruptcy, we lost a lot of business travelers. However, low-cost airlines then appeared. A new type of tourism has been established, especially in Budapest. This is a quite controversial phenomenon. What is your opinion on this?

Malév's bankruptcy caused problems for three different segments. For one, the backhaul market disappeared. In the past, Budapest used to be Southeast European hub and these transit passengers increased the airport's traffic. Secondly, it meant departure traffic as well. Now, those who are traveling to the Balkan region are looking for alternatives (for example, many travel to Sofia via Vienna).

Conference tourism was the sector most affected by the collapse of Malév, as – apart from a competitive price – point-to-point air travel is a key factor in this business. This gap represents a competitive disadvantage, however, if we had our long-anticipated conference center with a few thousand-person capacity, then the situation would be different. In that case, the market would not depend so much on airlines' pricing policies. The strengthening of the conference segment could actually boost the hotel industry, as – despite the crisis – this is still the segment with the highest propensity to spend.

Yet, I think this is not such an important factor for business travelers, as they come to Budapest because they want to do business here. In this segment, business attractiveness can override all the hows and by what means the traveler has to come to Budapest.

It is also true that, with the advent of low-cost airlines, those travelers looking for cheap destinations are now arriving to the capital and this favors mid- and lower category hotels.

In conclusion, we can say that everything is connected and we should also not forget that Malév's operation was not profitable. This is not an isolated case, we can read about economic problems (for instance, with LOL or mergers as KLM-Air France). Similar to the real estate market, owners are not willing to finance losses in the long term and, in such cases, bitter decisions have to be made.

Low-budget hotels are a growing market. Is it serious business operating a private hostel? How much do options like Couch surfing disturb the market?

Opening five apartments together and operating them as a hostel means limited profitability, as it is a very seasonal business with constant fixed costs. In particular, hostels and private homes have completely different cost structures than hotels. They are, however, very good alternatives for tourists as they can get a room in the downtown for EUR 30 (or less). The fact that hostels (including many unique ones, like the **Art Boutique Hostel**) have moved into the city, well, that indicates the market trend.

There are also professional companies in this business, like **Mellow Mood** or the **Wombats**, who saw – and still see – a good opportunity in the operation of downtown hostels at reliable quality and low prices.

Hostels and couch surfing are both feelings, tourists either grow out of them or remain stuck. This is a lifestyle, almost like

caravan tourism. Such people can start making a lot of money and still not really want to change their travel habits, as they like traveling this way. For example, couch surfing is also a very good option for young travelers, as they can even save the EUR 30 they would pay for a hostel. So, of course, this is not an insignificant market segment. In this respect, everyone is everyone's competitor.

It has almost become a cliché that Hungary – in particular, Budapest – has not been properly invented yet and it still has no story. What direction should we go?

Spas have potential, as does spinning nightlife or party tourism. However, we should be careful not to exaggerate; we must not follow Prague's example, as they arrived at a point where English tourists, for example, arrive Friday night and leave Saturday morning. Budapest is a gem; it has several faces and can surprise tourists. This can be the basis for a great brand, together with a "thick" marketing budget. Hungary is a thousand-year-old country, we have to create stories and tourists love this. Today's travelers are looking for themes, excitement, and attractions (such as thematic

routes). A positive example for this is the exhibition in *Millenáris*, presenting Hungarian inventors and all the international inventions that Hungary produced. This might be not only attractive for foreigners, but for visitors from Budapest or from the countryside as well.

Budapest is one story, but what about the countryside?

The rural hotel market began with a low base. Before 2000, there were only a few quality hotels there. However, thanks to developments funded by Széchenyi Plan, a serious supply was created which has been absorbed by the demand. Living standards increased, long weekends became trendy, and the rural market was boosted by wellness and conference tourism. The segment is still there, but this is a much more narrow market than it used to be before the

crisis. The best location for conferences are cities within 100 kilometers of Budapest; thus, this is the market which suffers the most from the disappearance of a solvent demand.

Since the crisis, there haven't been many developments. Are new hotels still built?

Since the crisis, development volume has visibly decreased. Hotels opening during 2010-2012 were developed before the crisis. Although we can not really speak about a massive wave of closures, banks have since repossessed several hotels. Therefore, it goes to say that banks are not willing to grant substantial capital for developments right now. However, with a good concept, anyone can be successful in Budapest or in the countryside if they have enough own capital and some credit support.

What are banks' approaches to repossession of a hotel?

This is a complex issue. I have seen repossession of hotels by banks that worked well but were over financed. In other cases, banks were not actually willing to take over badly operating hotels, as the bank was not able to reap more out of the hotel than the owner did, and the hotel was not able to be sold. Hotels with potential are always worth taking over, as an operating hotel will make some profit and it can be sold later on under better conditions. Even though this segment is characterized by the anomaly of offering a shamefully low bid compared to the asking price, so deals are not made, hotels are properties generating a fix cash flow and no one wants to sell at a loss.

What has been your recent experience in the hotel investment market?

There were two major deals on the Budapest market; Four Seasons and Le Meridien were purchased. In general, investors buy regionally or entire portfolios. For example, a few years back, Lexton bought InterContinental, not only the hotel in Budapest, but the entire 23 hotel portfolio. In my opinion, good targets in Budapest – besides holding the basic features of location and being a good product – have either an international brand or have branding potential. While small capacity hotels are primarily focusing on Hungarian investors, domestic investors are more likely in the countryside. However, on the whole, we can say that rural hotels will not be an investment market focus in the years to come.



Felhőkarcoló Varsóban, pláza Oroszországban

MIPIIM 2013

Londonban negyedmillió új lakás épül, Varsóban felhúzzák Európa legnagyobb irodaházát, a TriGranit pedig Oroszországban épít bevásárlóközpontot. Európa legnagyobb ingatlanpiaci kiállítása alapján úgy tűnik, hogy az ingatlanszektor kezdi felvenni az új gazdasági környezet ritmusát: válságról egyre kevesebbet hallani, új fejlesztésekről, új lehetőségekről azonban annál inkább. Tudósítás a MIPIIM-ről, Cannes-ból.

CSÜRÖS CSANÁD



A z európai ingatlanszektor legfontosabb eseményének számító MIPIIM egyik szomorú tanulsága, hogy az elmúlt évek gyakorlatával ellentétben idén Budapest nem képviselte magát standdal. Ez egyrészt azért is különösen fájó, mert mindeközben a régióbeli versenytárs országok közül mindnek komoly jelenléte volt. Lengyelország és Csehország az elmúlt években megszokott módon nem csupán a fővárosokkal reprezentálta magát, hanem másodlagos városok és régiók is (pl. Ostrava, Brno stb.) külön standdal jelentek meg Cannes-ban. Másrészt azért is szomorú a budapesti városvezetés passzivitása, mert távolmaradásával eldobott egy eszközt magától, mely javíthatott volna a magyar piac jelenlegi kedvezőtlen nemzetközi megítélésén.

Oroszországban fejleszt bevásárlóközpontot a TriGranit

A MIPIIM keretén belül megrendezett, a közép-európai fejlesztési lehetőségekről szóló panelbeszélgetésben Török Árpád, a

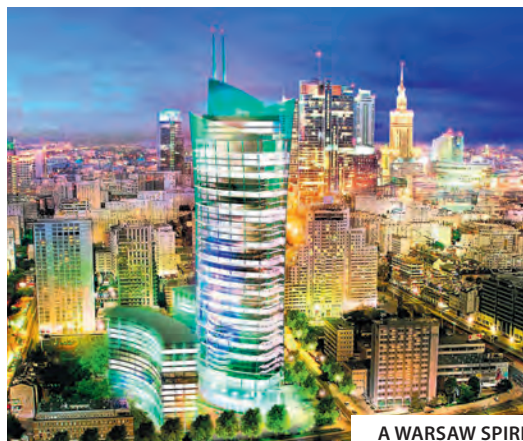
TriGranit vezérigazgatója kifejtette, hogy jelenleg legfontosabb piacuknak Lengyelországot tekintik, itt ugyanis összesen jelenleg 200 ezer négyzetméternyi folyamatban lévő fejlesztésük van. Emellett vizsgálják egy oroszországi kiskereskedelmi projekt elindítását is. A cégvezető hangsúlyozta, hogy a TriGranitnak jelenleg nincs fejlesztési projektje Magyarországon. Török Árpád emellett kiemelte, hogy a cég üzemeltetési üzletága belépett a macedón piacra, és joint

venture partnerként részt vesznek egy kínai fejlesztésben is. Ez utóbbival kapcsolatban megjegyezte, hogy a kínai beruházásba tőkével nem szállnak be. Török Árpád a balkáni terjeszkedéssel kapcsolatban kifejtette, hogy a TriGranitnak ezek a piacok a kelet-közép-európai gyökerek miatt nem számítanak annyira egzotikusnak, mint a nyugat-európai fejlesztőknek.

A Lengyelországban aktív belga Ghelamco közép-európai ügyvezetője, Jeroen van der Toolen elmondta, hogy cége jelenleg Varsó legmagasabbra tervezett irodaház-fejlesztésén dolgozik. A Warsaw Spire névre keresztelt projekt egy magasházból és két kisebb épületből áll majd, és 2015-re kerülhet átadásra. Az összesen 100 ezer négyzetméternyi irodaterület központi épülete a Ghelamco vezetője szerint Európa legmagasabb építés alatt álló irodaépülete is egyben. Jeroen van der Toolen elmondta, hogy 2013 végéig terveik szerint 50 százalékban bérbe fogják tudni adni az épületet. Hozzátette, hogy valószínűleg két nagy bérlő elviszi az épület mintegy felét.

Szállodaberuházást mutatott be a Wing

A Wing a MIPIIM hotelpiacra fókuszáló szekciójában „Buda Post Palace” néven bemutatta az egykori Moszkva téren lévő Postapalota fejlesztési tervét. A fejlesztő tulajdonában lévő épületből a Wing a korábbi terveknek megfelelően szállodát varázsolna. Úgy tűnik, hogy az évek óta üresen álló épületben a hotelpiac ébredésével újra lát fantáziát a Wing.



A WARSAW SPIRE



Joe Borowski, a Knight Frank lengyelországi ügyvezetője kifejtette, a Ghelamco és a TriGranit példája is jól mutatja, hogy jelenleg a KKE-régióban alapvetően nem probléma a finanszírozás, hiszen a nagy és sikeres ingatlanfejlesztők jól láthatóan továbbra is aktívak. Borowski szerint a multinacionális cégek által kiszervezett szolgáltatóközpontok (shared service center, Business Process Outsourcing) továbbra is komoly lehetőséget jelentenek a közép-európai ingatlanszektor számára. Szerinte erre a területre a régióban aktív fejlesztőknek továbbra is érdemes odafigyelniük.

A beszélgetésben többször felmerült a zöld fejlesztések kérdése is. Nicklas Lindberg, a zöld fejlesztésekben hagyományosan élenjáró svéd Skanska közép-európai vezetője elmondta, hogy korábban valóban sokan csupán marketingeszköznek tekintették a zöld gondolatot, mára azonban sok bérlő számára világos lett, hogy a zöld épület valós költségmegtakarítást is jelent számukra.

Török Árpád ehhez hozzátette, hogy míg az irodapiac viszonylag világos a helyzet a bérlők számára, addig a kiskereskedelmi bérlőket nehezebb meggyőzni arról, hogy a zöld megoldásokkal járó kötelezettségek az ő érdeküket is szolgálják. A magyar tulajdonú fejlesztő vezérigazgatója szerint azonban kétségtelen, hogy a jövő az, hogy az irodaházakhoz hasonlóan a bevásárlóközpontok is „zöldek” lesznek. Mint elmondta, a tervezett oroszországi bevásárlóközpontjuk is rendelkezni fog zöld minősítéssel.

Otis Spencer, a lengyelországi székhelyű KSP Real Estate ügyvezetője elmondta, hogy befektetőként egész egyszerűen azért

fontos nekik az ingatlanok zöld minősítése, mert azt gondolják, hogy e nélkül a későbbiekben nem fogják tudni értékesíteni a megvásárolt eszközeiket. Vagyis elsősorban hosszabb távú kiszállási szempontok érdeklik őket a zöld kérdés kapcsán. Abban a beszélgetés résztvevői mind egyetértettek, hogy mára Közép-Európában iparági sztenderddé vált a zöld minősítések megszerzése, és szinte nem épül olyan irodaház, amely ne törekedne valamelyik nagy nemzetközi minősítési rendszer (BREEAM, LEED) oklevelének megszerzésére.

Bemutatta a „London Plan”-t Boris Johnson

A MIPIM-en szinte már visszajáró vendégnek számító londoni főpolgármester dinamikus és folyamatos poénokkal teletűzdelt beszédében egyrészt méltatta városa közel múltban elért sikereit, másrészt bemutatta a metropolisz fejlesztési tervét. Az ingatlanos közönség nagy kedvencének számító politikus a tavalyi londoni olimpiát hatalmas sikerként értékelte, és kiemelte, hogy a fejlesztések fenntarthatóan hozzájárulnak a város fejlődéséhez. Boris Johnson büszkén emelte ki, hogy a ma 8,6 millió embert számláló város lakossága az elmúlt négy évben 600 ezer fővel nőtt, ami egyértelműen azt bizonyítja, hogy London vonzó célpont a globális munkaerőpiacon.

Boris Johnson elmondta ugyanakkor, hogy a városnak komoly infrastrukturális fejlesztésekre van szüksége ahhoz, hogy megőrizze vezető szerepét. A főpolgármester kijelentette, hogy Londonban komoly vasútfejlesztéseket fognak megvalósítani a következő években. Emel-

lett kiemelte, hogy új repülőtérre is szüksége van városának, hiszen Heathrow már így is kapacitásainak maximumán üzemel. Szerinte azonban az új terminálnak nem Heathrow-nál kellene megépülnie, mert az ott lakók zajterhelése már így is az egyik legmagasabb az Európai Unióban. A főpolgármester emellett bemutatta London új városfejlesztési tervét is. A grandiózus London Plan lényege, hogy összefogja a város barnamezős területeit egy egységes koncepció alapján. A London Plan keretén belül Johnson szerint 250 ezer új lakás épül majd meg, és összesen 500 ezer új munkahellyel számol.

Boris Johnson hangsúlyozta, hogy a brit gazdaságot Londonnak kell kihúznia a gödörből, a fővárosnak kell utat mutatnia a gazdaság fellendítésében. A politikus a jelenlegi válságkezelő-gazdaság-élénkítő politikákról azt mondta, hogy a megszorítás önmagában nem lehet a gazdaságpolitika lényege, az ugyanis növekedést, fejlődést igényel. Johnson szerint az egyik legfontosabb, hogy London magához vonzza a legtehetségesebb fiatalokat szerte a világból. A polgármester szerint nagyon fontos, hogy London alacsony kulcsú és kiszámítható adórendszert tartson fenn, de szerinte nem szabad belemenni a városok között zajló „adóversenybe”, mert az szinte sok esetben fenntarthatatlanul alacsony adókulcsokat eredményez, ami hosszú távon visszavetheti a városok fejlődését. A közönség azon kérdésére, hogy vannak-e miniszterelnöki ambíciói, Boris Johnson azt felelte, hogy 2016-ig biztosan polgármester szeretne lenni, utána azonban még „nem lehet tudni”, hogy mit hoz a sors.

Skyscrapers for Warsaw and a mall for Russia MIPIIM 2013

A quarter of a million new flats are under construction in London, Europe's largest office building has been erected in Warsaw, and TriGranit is building a shopping center in Russia. Based on Europe's largest real estate exhibition, it seems that the sector has finally begun to catch up with the new economic environment's pace: we hear less and less about the crisis and more and more about new developments and opportunities. This is our report on MIPIIM, from Cannes.

CSANÁD CSÜRÖS

ONE OF THE sad facts faced at MIPIIM – the most important European real estate industry event of the year – is that, contrary to previous years, Budapest was not represented amongst the exhibit stands. This is particularly painful, as all our regional competitors were present and accounted for. Poland and the Czech Republic were not only present with their respective capitals, but – as usual – their secondary cities and regions (eg, Ostrava, Brno, etc.) also each had a separate stand. On the other hand, the Budapest government's passivity is also disheartening because, due to this absence, we lost the opportunity to turn around the currently adverse international opinion of the Hungarian market.

TriGranit to develop Russian shopping center

During the panel on Central European development opportunities, CEO of TriGranit, Árpád Török, stated that Poland is their major market. They currently have 200 thousand square meters (sqm) of ongoing development located there. In addition, TriGranit is considering launching a Russian retail project. Török emphasized that they presently don't have any ongoing projects in Hungary. Török has also pointed out that the company's chain of facility management businesses has now entered the Macedonian market and they are also participating in a Chinese development as a joint venture partner. Regarding the latter, he has stated that TriGranit will not buy into the Chinese project with capital. Concern-

ing expansion into the Balkans, Török said that, due to TriGranit's Central and Eastern European roots, these markets are not quite as exotic for them as they are for Western European developers.

Central European CEO at the Belgian company Ghelamco (currently very active in Poland), Jeroen van der Toolen, said that his company is now working on building Warsaw's tallest building. The project, called the Warsaw Spire, includes an office tower and two smaller buildings. It is due to be completed by 2015. The main building, with its 100 thousand sqm in office space is Europe's tallest office building under construction. According to van der Toole, the company plans to pre-lease 50% of the building by 2013. He also added that they foresee two major tenants occupying approximately half of the building.

Managing Director of Knight Frank Poland, Joe Borowski, commented that both Ghelamco and TriGranit are examples of how acquiring capital is fundamentally not a problem in the CEE region: The big and successful real estate developers continue being active. According to Borowski, service centers outsourced by major multinational companies (i.e. Shared Service Center, Business Process Outsourcing) presently provide major opportunities for those in the Central European real estate sector and, in his opinion, this is exactly what developers should focus on.

The topic of green developments came up frequently throughout the discussion. President of Skanska Central Europe (a Swedish company that is traditionally green focused), Nicklas Lindberg, said that green ideas were previously only market-





BORIS JOHNSON

ing tools. However, at this point, it became clear to many tenants that a green building can truly hold real cost saving benefits for them. Török also added that while the situation is relatively clear for tenants on the office market, it's harder to convince retail tenants that obligations connected to green solutions serve in their best interests. He believes that, in the future, shopping centers to become "green," just like office buildings did. He further revealed that TriGran-it's shopping center project in Russia will be green-certified.

Manager Director of the Polish-based KSP Real Estate, Otis Spencer, said that - as an investor - green certificates are important to them. Oddly, this company is mainly considering the green topic in terms of long-term exit strategies. They are convinced that it might be near to impossible to sell an asset in the future without one. All the participants in the discussion agreed that at this point obtaining green certification has become an industry standard for Central Europe. Almost all ongoing office developments now pursue certification from one or more of the major international rating systems (BREEAM, LEED).

Boris Johnson presents "The London Plan"

The London mayor, Boris Johnson, a returning guest to MIPIM, spoke in praise of the recent successes met by his city, further to presenting the metropolitan's upcoming

development plan. The politician, a favorite in the real estate industry, once again delivered a dynamic speech full of humor. Johnson said that last year's London Olympics were a huge success and stressed that the developments made will now contribute to the sustainability of the city in the future. Johnson proudly pointed out that the city's population (currently around 8.6

Wing presents hotel development

During the sessions on the hotel market, Wing presented its project called "Buda Post Palace," development of the Post Office Palace located on Széll Kálmán tér (formerly Moszkva tér). According to the plans, Wing would transform the building, which they now own, into a hotel. It seems that, thanks to the re-awakening of the hotel industry, Wing sees an opportunity in this currently very empty building.

million people), increased by 600 thousand over the last four years. This clearly demonstrates that London is an attractive destination on the global labor market.

Johnson noted that the city still needs major infrastructural changes in order to maintain its leading position. He pointed out that major rail developments are planned for London in the coming years. In addition, the city needs a new airport - as Heathrow is already operating at maxi-

mum capacity. In his opinion, the new terminal should not be built at Heathrow, as local residents already are subject to one of the highest noise pollution levels in the EU.

Furthermore, Johnson unveiled London's new urban development plan. The main theme behind the grand London Plan is connecting the city's brown field areas along a single concept. According to Johnson, the plan includes building 250 thousand new flats and the creation of 500 thousand new jobs.

Johnson emphasized that it's London's task to pull out the whole British economy forward, as the capital needs to show the path of recovery. Concerning the current crisis management issues and economic stimulus package, he says that that austerity cannot be the essence of the economy. According to Johnson, it is essential that London to attract the most talented young people from all over the world. In his opinion, it is also important for London to maintain a low-key and predictable tax system, however, he also thinks that it is not worth participating in the [EU] cities' "tax competition." He warns that such behavior will result in unsustainable, low tax rates that might, in the long run, set back an entire city's development. In response to an audience member's question as to whether or not he has Prime Ministerial ambitions, he said that he would like to remain mayor for sure until 2016. Afterwards, no one knows what will happen.

Csúszik a láncartozások visszaszorítása

Tovább csúszik az építésügyi láncartozások megakadályozását célzó törvényjavaslat elfogadása. Pedig gátat vetni a 400 milliárd forint értékű építőipari láncartozással szemben csak összetett jogszabályi háttér megalakításával lehetne. Kérdéses persze, hogy a saját kárán bár, de az állam képes, illetve akar-e példát statuálni.

NAGY BÁLINT

KÉSIK AZ ÉPÍTÉSÜGYI láncartozások megakadályozásával, valamint a késedelmes fizetésekkel összefüggő módosításokról is szóló törvényjavaslat elfogadása – értesült a REsource. Az Országgyűlésnek benyújtott, az eredeti tervek szerint márciusban tárgyalt tervezet előreláthatólag csak júliusban kerülhet a kabinet elé. A tervezetről napvilágot látott részletek szerint a kormány – számos más részletszabály mellett – olyan garancia-rendszert építene ki, amely biztosítja, hogy a vállalkozások az elvégzett munkájukért megkapják a fizetségüket. „A parlament-hez benyújtott törvényjavaslat jól szolgálja azt a célt, hogy a jövőben kevesebb láncartozási ügy legyen. Igaz, a most meglévő, mintegy 400 milliárd forint értékű építőipari láncartozási helyzeten már nem tud érdemben változtatni. A tervezet a tartozások jövőbeni visszaszorítását célozza meg” – mondja Koji László, az Építési Vállalkozók Országos Szakszövetségének (ÉVOSZ) alelnöke.

A tervezet legfőbb eleme a Teljesítésigazolási Szakértői Szerv (TSZSZ) felállításáról szól. Az Országgyűlés honlapján olvasható javaslat általános indoklása szerint a TSZSZ vizsgálná a szerződés teljesítését, szakvéleményt adna arról, hogy a szerződés teljesítése megtörtént-e, és amennyiben erre nem, vagy nem a szerződésnek megfelelő módon került sor, a teljesítésért járó ellenérték megfizetése – adott esetben a szerződést biztosító mellékkötelezettség érvényesítése – milyen összegben indokolt. A tényállás megállapítására természetesen változatlanul a bíróságon kerülne sor. A TSZSZ szakvélemény rendeltetése az lenne, hogy a perben rendelkezésre álljon egy olyan szak-



Fotó: Varga György/MTI

vélemény, amelyre a bíróság ítéletét alapozhatja. Ugyanakkor a kormány reményei szerint a szakvéleményeknek permegelőző hatásuk is lesz.

„A hazánkban működő építési vállalkozók legnagyobb problémája, hogy a használatbavételi eljárást megelőző műszaki átadásvételi eljárás során nincs, aki harmadik félként igazolást adna arról, hogy a generálkivitelező a kivitelezési szerződésben foglaltak szerint az építési munkákat befejezte, illetve azok műszaki helyességének a kivitelezési tervdokumentációk szerint eleget tett. A független szerv által kiállított igazolás hiányában viszont az építési fővállalkozók gyakorta nem tudnak számlát benyújtani. A megrendelő pedig nem tud, vagy nem akar fizetni, ezért mindent kitalál, hogy ne kelljen a teljesítést igazolnia. Ezen a helyzeten segítene a Teljesítésigazolási Szakértői Szerv, az ÉVOSZ véleménye szerint logikusan felépített módon” – mondja Koji László, aki kiemelte, a tervezet kidolgozásában az ÉVOSZ szakértői is közreműködtek. Az NGM Vállalkozásfejlesztési Tanácsa a szak-

szövetség közreműködésével tárgyalta a tervezetet.

Szatmáry Kristóf, a tervezetet előterjesztő Nemzetgazdasági Minisztérium (NGM) gazdaságsszabályozásért felelős államtitkárnak expozéja szerint a javaslat mindezen túl a késedelmes fizetésekkel összefüggő jogharmonizációs célú törvénymódosításokat is tartalmaz. E szerint a vállalkozások egymás közötti szerződéses viszonyában a késedelmi kamat mértéke a referenciamamatlábnak nem 7, hanem 8 százalékponttal növelt mértéke lesz. Emellett módosul a kamatszámítás szempontjából alkalmazandó referenciamamatláb fogalma is. Késedelmes teljesítés esetén továbbá az adós legalább 40 eurónyi költségterítés megfizetésére is köteles lesz a hitelező behajtási költségeinek fedezeteként. Nem megerősített, iparági forrásoktól származó hírek szerint pedig az építőipari beruházások esetében a jövőben nem lehet majd 30 napnál nagyobb fizetési határidőt megadni, kivéve, ha szerződésben nem kötik ki ennek ellenkezőjét.

A fizetési határidőnek a felek szabad megállapodásán kell alapulnia, amelyhez ezt követően a felek kötve vannak. A hangsúly tehát az ezzel kapcsolatos megállapodás betartásán van, amelyre egy ilyen törvényi előírásnak csekély a ráhatása” – véli Takács Ernő, az Ingatlanfejlesztői Kerekasztal Egyesület frissen megválasztott elnöke. Koji László ugyanakkor hangsúlyozza: „A 30 napos fizetési határidő a komoly likviditási problémákkal küzdő építőipar számára létkérdés. Két-három százalék körüli árbevétel-arányos jövedelmezőség mellett ugyanis az építési vállalkozások képtelenek hónapokon keresztül előfinanszírozni munkájukat. Az EU erre vonatkozó irányelvének nemzeti jogszabályba öntése viszont végre megtörténik, amit az ágazatba tartozó vállalkozások már régóta várnak.” Az ÉVOSZ elnöke ugyanakkor kiemelte azt is, fontos lenne, hogy az építési beruházások közbeszerzési piacán a kivitelezőknek a jelenleginél magasabb, minimum 30 százalékos kötelező előleget kelljen adni.

Ugyanakkor piaci szereplők szerint nagy hiányossága az NGM által készített láncartozás elleni tervezetnek, hogy a szerződések jelentős részében a projekt összköltségének több mint 50 százalékáért felelő beszállítók (építőanyag-gyártók, -kereskedők) egyáltalán nem szerepelnek benne. A rendelettervezet tehát csak az alvállalkozókig vezeti vissza az építési folyamatot, így amennyiben a TSZSZ igazolja is a teljesítést, még egyáltalán nem biztos, hogy a különböző beszállítók is pénzükhöz jutnak. Hiszen a gyakorlat szerint, melyet főként az alvállalkozók kriti-

kus pénzügyi helyzete generál, jelenleg többnyire a beszállítók finanszírozzák az építkezéseket. A piaci szereplők szerint a tervezet törvényre emelésével tehát csak lejjebb kerül a láncartozás kezdőpontja. Így egyes piaci szereplők szerint eredményesebb lenne a láncartozásért felelős szervezeteket következetesen eltávolítani a rendszerből.

Mindezek ellenére nagyon jónak tartja a kezdeményezést Felfalusi Péter, s reméli, hogy beváltja majd a hosszú távú elképzeléseket is. Az Intrum Justitia Kft. ügyvezetője szerint ugyanakkor nagy kérdés, hogy az alvállalkozók élnek-e majd ezzel a lehetőséggel, és nem tartanak-e majd a fővállalkozóval folytatott munkakapcsolat romlásától. „Ugyanakkor hasonlóképpen fontos lenne az alvállalkozók szabályozása, a részteljesítések kiegyenlítése is, főként az állami tenderekben. Hiszen ennek hiányában uniós támogatásoktól eshetnek el ezek a projektek is” – mondja Felfalusi Péter. Mint ismert, hazánkban a közbeszerzési törvény is definiálja, hogy a beszállító nem tekinthető alvállalkozónak. Arról nem is beszélve, hogy Magyarországon a nem éppen szigorú szabályozás miatt nagyon sok a kényszer- vagy éppen egyéni vállalkozás. „Németországban például 5 évig nem lehetnek ügyvezetői vagy tulajdonosai más cégnek azok, akik korábban projektceget döntöttek be” – hívja fel a figyelmet Felfalusi Péter.

A törvénytervezet mindezek figyelembevételével csupán az első lépésnek tartja az ÉVOSZ. „A láncartozás visszaszorítása összetett feladat, többirányú intézkedésre van szükség jogszabályi oldalról is. Fontos,

hogy a már ismert elemeken túlmenően a jelenleginél erőteljesebb szabályozási hátteret kapjon az irreálisan alacsony ár elleni fellépés, a minimális rezsióradíj alatti vállalkozás tilalma, illetve a legelőnyösebb ajánlat kiválasztása a legolcsóbb helyett, vagy például az is, hogy felgyorsítsák az uniós forrásból finanszírozott munkák ellenértékének kifizetését” – fűzi hozzá Koji László.

Nagy kérdés ugyanakkor, hogy az állam kitart-e a tervezetben szereplő előírások és módosítások mellett? Visszás helyzetet teremt ugyanis, hogy Magyarországon a láncartozások jelentős részét jellemzően maga az állam generálja, gondoljunk csak az utófinanszírozásos projektekre. Az állammal szemben az építési vállalkozások viszont nem szoktak pereskedni, faktoráltatják vagy eladják követeléseiket erre szakosodott vállalkozásoknak. Bár tény, hogy a közmegrendelő általában, ha késve is, de fizet. Ugyanakkor az ezzel kapcsolatos eljárások indokolatlanul akár évekig is elhúzódhatnak. Arról nem is beszélve, hogy többnyire komoly veszteséggel járhatnak.

„Azt gondolom, hogy alapvetően felülről kellene szabályozni a problémakört, majd az egyének szintjére hozni a szabályozást. Az államnak tehát példát kellene statuálnia. A különböző államigazgatási egységeknek kiterhelés nélkül is meg kellene fizetniük a késedelmi kamatot. Továbbá fontos lenne, hogy az összesen kifizetett késedelmi kamatra vonatkozóan is legyen előírás, tehát ne ülhessenek rá a pénzre, és ne szenvedjen késedelmet a kifizetés” – összegzi Felfalusi Péter.

HIRDETÉS



Otthon
a mindennapokban



Magyarország vezető
lakossági pénzügyi portálján

pénzcentrum

friss hírek,
elemzések,
edukációs anyagok

The fight against circular debts delayed

The adoption of a bill aimed at preventing circular debts in the construction industry has been further delayed. Yet, the only way to limit circular debts, currently totaling HUF 400 billion, is the establishment of a complex legal foundation. The question is, of course, whether the state is able to - and whether it wants to - set an example, even at its own expense.

BÁLINT NAGY

THE ADOPTION of the bill, which includes amendments intended to prevent circular debt as well as late payments within the construction industry is delayed, REsource has now learned. The draft in front of Parliament was originally set to be discussed in March, but now it seems that the discussion will be delayed until July. According to our sources, along with other measures the bill addresses; it proposes to create a governmental system of guarantees that assure that contractors will be paid for work that has been delivered. "The bill submitted to the Parliament serves the purpose of decreasing the number of circular debt cases in the future. However, it's true that it won't have a significant effect on the current situation wherein circular debts have reached about HUF 400 billion. The draft aims to limit debts in the future," said László Koji, vice president of the National Federation of Hungarian Contractors (ÉVOSZ).

The main component of the proposal is setting up the so-called Completion Certification Expert Body (TSZSZ). According to the explanatory statement, which is available on the parliament's website, the TSZSZ would investigate as to whether a contract was fulfilled, it would hand down an opinion on the fulfillment of the contract, and it would determine the justified payment amount. If necessary, it would also provide an opinion on the vindication of additional obligations should the contracted work not be carried out according to the requirements of the contract or at all). Of course, the court would remain the institution, which declares the actual circumstances of that obligation.



Photo: Gábor Kertész/MTI

The actual purpose of the expert opinion issued by TSZSZ would be to make an opinion available on which the court can base its verdict. At the same time, the government is hoping that these expert opinions will also have a preventive effect on legal cases.

"The biggest problem contractors operating in Hungary face is that there is no third party to issue a certificate during the technical delivery/acceptance process preceding the commissioning procedure about the completion of the contracted construction work and whether the general contractor has completed the work according to the technical requirements stated in the building engineering project plan. Without a certificate issued by an independent party, general contractors are often unable to submit an invoice. The buyer, in turn, cannot - or does not want to - pay, so, they make up excuses why they wouldn't accept delivery. Setting up the Completion Certification Expert Body would help to solve these problems in a way that ÉVOSZ thinks is logical," says Koji, who highlighted

that the ÉVOSZ experts have also contributed to the proposal. The Ministry for National Economy's Enterprise Development Council has discussed the draft proposal with the participation of ÉVOSZ.

According to the exposé by Kristóf Szatmáry, under-Secretary Responsible for Economic Regulation at the Ministry for National Economy (NGM), the proposal also contains amendments that intend to create legal harmonization in regards to late payments. The rate of default interest will be increased to a reference rate of +8 percentage points as opposed to the current rate of +7 percentage points. Also, the definition of the reference rate applicable for interest rate calculations will be changed. Regarding late payments, the debtor will be obliged to pay a compensation of EUR 40 to cover the creditor's collection costs. According to unconfirmed information from industry sources, regarding the payment deadline for developments in the construction industry, these will not be able to exceed more than

30 days, unless it is stated otherwise in the contract.

Payment deadlines must be based on an independent agreement between the parties and the parties have to abide by that agreement. So, the emphasis is on observance of the agreement and a legal regulation has little effect on that," asserts Ernő Takács, the newly elected president of the Real Estate Developer Roundtable Association. Still, Koji believes that "a 30 day payment deadline is a matter of life and death in a construction industry which is struggling with serious liquidity problems. With a 2-3% pre-tax margin, construction companies are simply unable to pre-finance operations for months. Now, finally, the national regulation will harmonize with the applicable EU directive, a long-awaited measure for companies in the industry." At the same time, regarding the public procurement part of the construction market, Koji also emphasized that it would be important to specify a higher mandatory advance payment (of at least 30%) to contractors.

According to market players, an important element is missing from NGM's proposal to combat circular debts: suppliers - responsible for over 50% of a project's total cost in the majority of contracts (construction material manufacturers and retailers) - are not included in the proposal. Since the proposal considers subcontractors as the start of the chain, even if TSZSZ certifies completion, it is still uncertain whether the involved suppliers will also receive their money. After all, according to the current

real practice (mostly generated by the critical financial standing of subcontractors) it is, in fact, in most of the cases the suppliers that are financing the construction. According to market players, the adoption of the proposal will only determine a lower starting point for circular debts. Some market players say it would be more effective to consequently remove the organizations responsible for circular debt from the system.

Despite all voices of dissent, Managing Director of Intrum Justitia Kft., Péter Felfalusi believes that this is a very good initiative and he is hoping that it will also fulfill many long-term objectives. However, he also thinks it's questionable whether subcontractors will even use this option or whether they will be too afraid of spoiling their professional relationships with general contractors. "The regulation on subcontracting and payment for partial deliveries would be likewise important, especially in public tenders. Without such measures, these projects might lose the opportunity to receive EU funds," insists Felfalusi. It is common knowledge that according to the Hungarian law on public procurement, suppliers are not considered subcontractors. Not to mention that, due to permissive regulation, the number of necessity enterprises and sole proprietorships is very high in Hungary. "In Germany, for example, individuals who have previously led a project/their company to bankruptcy are not allowed to own or manage another company for five years," Felfalusi points out.

Taking all this into consideration, ÉVOSZ thinks that the bill is only the

first step. "Cutting back circular debts is a complex task, we need various regulatory measures, too. It is important to create a more elaborate regulatory background to facilitate actions against unrealistically low prices, to prohibit contracting below the minimum hourly charge-out rate, to encourage choosing the most favorable proposal instead of the cheapest one, and to accelerate payments for projects financed from EU funds," Koji emphasizes.

The additional question is, however, whether the state will actually abide by the requirements and changes should the bill become law. There's an anomalous situation here, because a significant proportion of circular debts in Hungary are generated by the state itself (let's just mention post-financed projects here). Yet, construction companies usually don't sue the state, they simply keep factoring or selling their active debts to specialized companies. On the other hand, it's true that public buyers usually pay, even if rather late. Still, collection procedures can take years for no real reason. (Not to mention that there are often serious losses involved with waiting for the payment.)

"I think that the whole problem should be basically regulated from above and then put into effect on the individual level. The state should set an example. Public administrative bodies should pay the default interest without having to charge it on them. In addition, it is important to regulate the total amount of default interest paid, so buyers couldn't hold back the money and the payment couldn't be delayed," summarized Felfalusi.



Melyik a legélhetőbb kerület? Nem oda Buda!

Az, hogy az I., a II., az V. és a XII. kerületekben található ma Budapesten a legmagasabb egy négyzetméterre jutó lakásárak, talán már senki számára nem újdonság. Néhány (az V. kerületen kívüli) pesti vagy óbudai és újbudai városrész ugyan képes lehet felvenni a versenyt az átlagosan 340-350 ezer forintos négyzetméterárakkal, de az értékesítési ár alapján elitnek minősülő kerületeket nem képesek megszorítani. A négyzetméterár azonban csak egy a lakhatás szempontjából fontos mutatók közül.

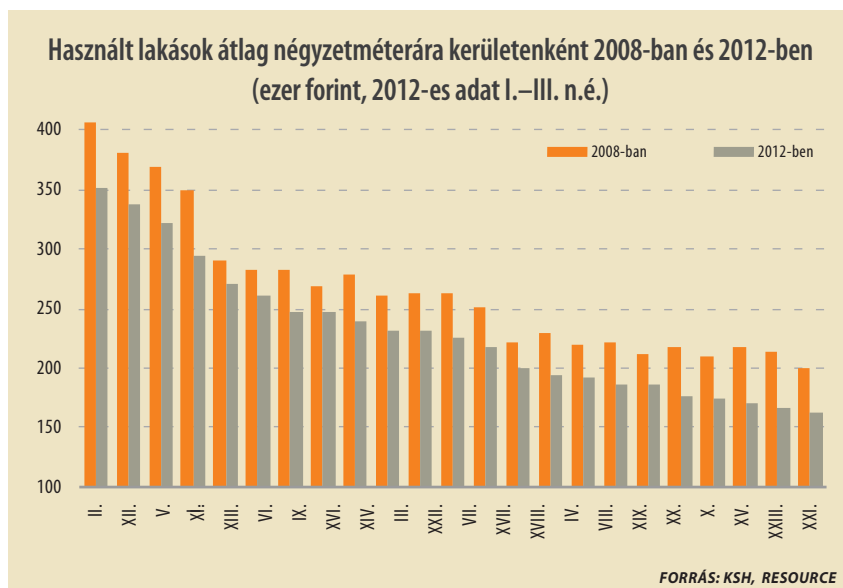
DITRÓY GERGELY

Az FHB Otthontérképének adatai segítségével megvizsgáltuk, hogy egy adott kerület árai hogyan viszonyulnak a környék bűnözési mutatóihoz, jövedelmi viszonyaihoz, zöldterületeinek arányához. Vagyis arra keressük a választ, hogy azon túl, hogy drága egy kerület, az egyéb, olykor szubjektív szempontok alapján is olyan jó-e ott az élet?

A gazdagok a drága kerületekben élnek?

Az egyik legegyszerűbb vizsgálati szempont, ha megnézzük, hogy vajon a legdrágábbnak mondott budapesti kerületekben vajon azok élnek-e, akik a legtöbbet keresik? Nyilvánvaló, hogy mind a hivatalos lakásárak tekintetében, mind a KSH által közölt jövedelmeket nézve megfogalmazódhat bennünk néhány kérdés a hitelességet tekintve, ám ennél pontosabb hivatalos becslést ma senki sem tud adni. Most, hogy elfogadtuk bázisnak, hogy a KSH által kalkulált egy főre jutó személyi jövedelemadó képező jövedelmet és az Otthontérkép NAV adatbázisából statisztikai módszerekkel számított értékeket tekintjük hitelesnek, el is kezdődhet az összevetés.

A feltételezés igaz, valóban egyértelmű összefüggés mutatható ki a jövedelem és a fajlagos értékesítési árak között, ám néhány érdekességet így is megfigyelhetünk. A II. és XII. kerület tekintetében kiugróan magas mind a jövedelem, mind a lakások négyzetméterára, ám a két



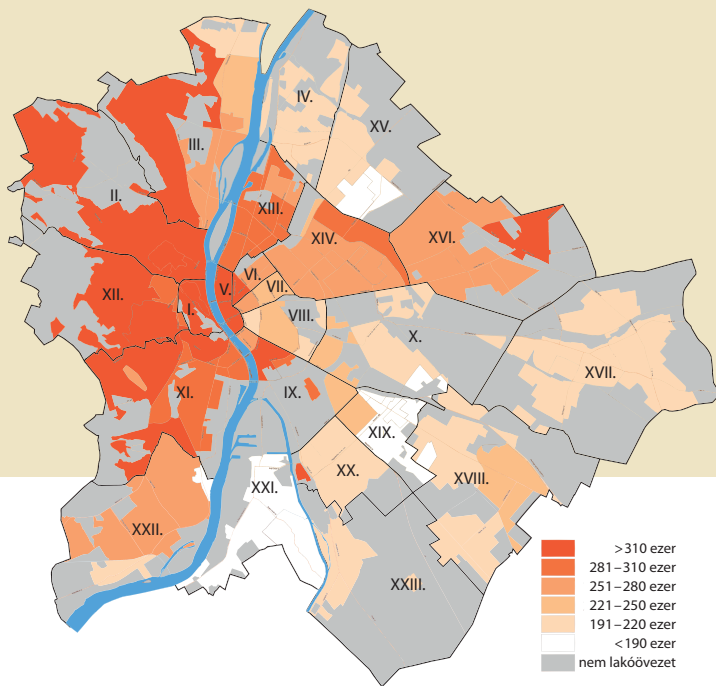
szempont szerint pont fordított a helyzet, mivel míg jövedelemben a XII. kerület az éllovas, addig lakásárban a II. kerület a csúcstartó. Ennek oka többek között az, hogy a II. kerületben az elmúlt években arányaiban rengeteg kis és közepes alapterületű, új építésű luxuslakást értékesítettek, ami egyértelműen felfelé húzta az átlagárakat. Továbbá a lakosság számát tekintve jóval nagyobb kiterjedésű az alacsonyabb presztízsű városrész a II. kerületben, a jövedelemkülönbségek tekintetében tehát ez is meghatározó ok. Hasonló jelenség tapasztalható az I. és V. kerület viszonyában, ahol szintén fordított a helyzet a jövedelem és az értékesítési ár tekintetében. Meglepetésnek számíthat még a listán a IX. kerület alacsony jövedelemmu-

tatója a lakásárakhoz viszonyítva, illetve Óbuda és Zugló magas jövedelme a hivatalos értékesítési négyzetméterárakhoz képest. A lista azonban többnyire konzekvens, és bizonyos kerületi, városrészi sajátosságokat leszámítva elmondható, hogy akinek több pénze van, az olyan helyen él, ahol magasabbak a lakások négyzetméterárai.

Alkudj, ha tudsz!

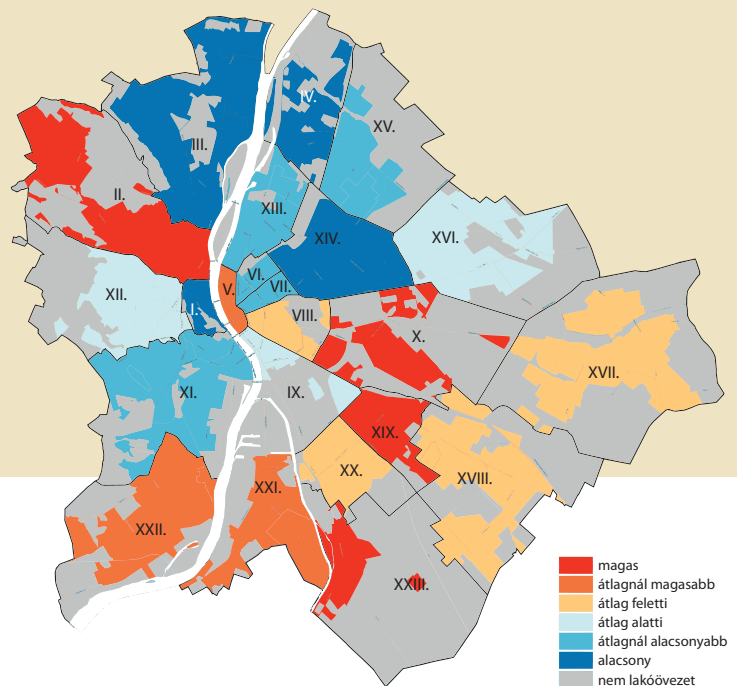
Márpedig manapság szinte nincs is olyan ház, lakás, amelyet alku nélkül el lehetne eladni. A lakáspiacon természetesen (elsősorban a használt lakások között) alkudozás mindig volt, és mindig is lesz. Ezt is az aktuális piaci helyzet alakítja, így „eladói piac” (kevés eladó lakás, sok vevő) ese-

Jellemző tranzakciós négyzetméterár Budapesten



FORRÁS: FHB, RESOURCE

A bűnözés megoszlása Budapesten



FORRÁS: FHB, RESOURCE

tén az alku akár licitbe is fordulhat, vagyis nem olcsóbb lesz a kínálati árnál a lakás, hanem drágább – de ezt most talán hagyjuk is –, ám ez a veszély jelenleg nem fenyegeti sem a hazai, sem a budapesti lakáspiacot. Szóval alku van, nem is akármekkora. Furcsa vagy sem, de továbbra is ugyanaz a négy kerület vezeti ezt a listát is, amelyek a legnagyobb egy főre jutó jövedelemmel, illetve legmagasabb négyzetméterárral rendelkeznek, és nem azért, mert most megfordítottuk a számsort, és a legkisebbtől kezdtük. Valóban a legdrágább kerületekben lehet a legnagyobb mértékben, mintegy 8-10 százalék között alkudni a kínálati árakból, jóval a budapesti átlag felett. Ez az információ egyesek számára lehet akár iránymutató is, ám nyilvánvalóan a jelenlegi torz piaci körülmények között értendő. Ez annyit tesz, hogy rengeteg eladásra kínált, drága budai lakást eleve túlárznak, és menet közben sem hajlandók engedni a kínálati árukból, milliányi személyes és szubjektív okra hivatkozva, míg az olcsóbb és kevésbé keresett kerületekben már az eladási procedura során maga az eladó enged az árból, hogy egyáltalán érdeklődőt találjon, így a végső alku mértéke jóval

kisebnek mutatkozik majd a statisztikában. A legnagyobb értékesítési számokkal büszkélkedő XIII. kerület 5,7 százalékos átlagos alkumértéke lehet a reális arany középut, amellyel lakásvásárlás előtt érdemes kalkulálnunk.

Mit számít a zöld és a bűnözés?

A zöldterület aránya, a kiváló hegyi levegő, az alacsony beépítettség olyan szempontok, amelyek miatt a budai lakások tulajdonosai szeretik megkérni a magasabb árat, és ez az egyik olyan ok, amelyért sokan meg is fizetik azt a vevők közül. Amennyiben kizárólag a zöldterület arányát vizsgáljuk, azt tapasztalhatjuk, hogy a két legdrágább kerület bővelkedik benne, ám az I. és az V. kerület nem állnak túl jól ebben a mutatóban. A zöldterület viszonylagosan magas aránya azonban nem sokat számít az árak tekintetében, ha a lakás Csepelen vagy Kőbányán van. Ezekben a kerületekben ugyan elég magas a zöldterületek aránya, ám az árak az utolsók közt járnak. Vélhetően nem segítenek ezeken a területeken az egyéb szubjektív tényezők, a mérsékelt tömegközlekedési lehetőségek, valamint a mérhető, az átlagnál magasabb bűnözési mutatók.

Ám, ha az átlagos mértéktől eltérő bűnözési statisztika lenne az egyik legfontosabb szempont a lakásvásárlás tekintetében, akkor a II. kerület sem végzett volna a lista élén, hiszen a legrosszabb kategóriába, vagyis a magas bűnözési mutatóval rendelkező kerületek közé került, hasonlóan az V. kerülethez.

Melyik kerületben a legjobb élni?

Ez az a kérdés, amelyre minden rendes lokálpatrióta, aki önszántából él Budapesten belül, a saját környékét jelöli meg, és természetesen milliónyi érveléssel alá támasztja döntését. Az árakon, bűnözési statisztikákon túl olyan szempontok is kikerülhetetlenek, hogy milyenek a környéken a szolgáltatások, az intézményi hálózat (iskolák, rendelők), a közlekedési (közúti és tömeg-) vagy akár a szórakozási lehetőségek, valamint egyéb szubjektív szempontok. Így nem is próbálnánk meg száraz statisztikai adatok alapján legelőhetőbb kerületet vagy városrészt megnevezni, hiszen mindenkinek megvannak a maga preferenciái, és minden városrésznek megvan a maga előnye és hátránya. Egy biztos, Budapesten mindenki találhat magának megfelelő otthont.

Which is Budapest's most livable district? Is Buda really top-notch?

The fact that Budapest's Districts I, II, V, and XII boast the highest housing prices per square meter (sqm) is no surprise. A few districts in Pest (including District V) and some districts in Újbuda or Óbuda can compete, with the average HUF 340-350 thousand HUF/sqm prices, still, they are not able to match sales prices in the most elite districts. Price per square meter, however, is only one important housing parameter.

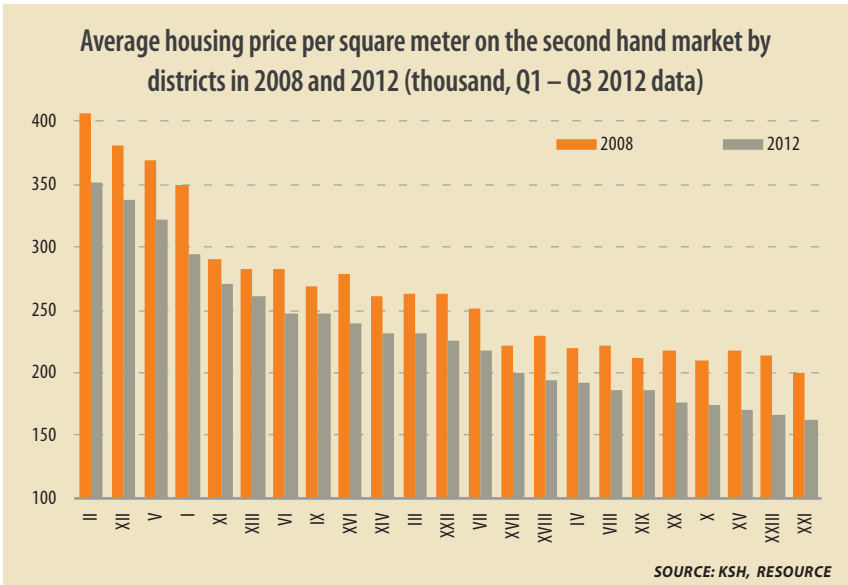
GERGELY DITRÓY

UTILIZING THE FHB Home Map, we can analyze how a given district's prices relate to the crime rate, an average resident's income, and to the proportion of green area in a given neighborhood. In other words, we would like to consider if, beyond the fact that these are expensive districts, if they are really the best places to live based on other (sometimes subjective) criteria.

Do the rich live in expensive districts?

One of the most obvious analyses is to study whether people with the highest incomes are actually choosing to live in Budapest's most expensive districts. Of course, in comparing official housing prices with official income data published by the Central Statistics Office (Központi Statisztikai Hivatal, KSH) we might encounter some credibility issues, however, since there is currently no more accurate estimation, we will have to make do. Establishing this basis, we will consider the per capita taxable income (provided by the KSH) and the values calculated by Home Map using statistical methods (using the NTCA database), and, thus, we can begin our comparison.

The assumption is actually true; there is indeed a clear correlation between income and residential sales prices. Further to this, we can observe a few interesting details: In District II and XII, income and sales prices/sqm are both extremely high. However, based on these two crite-



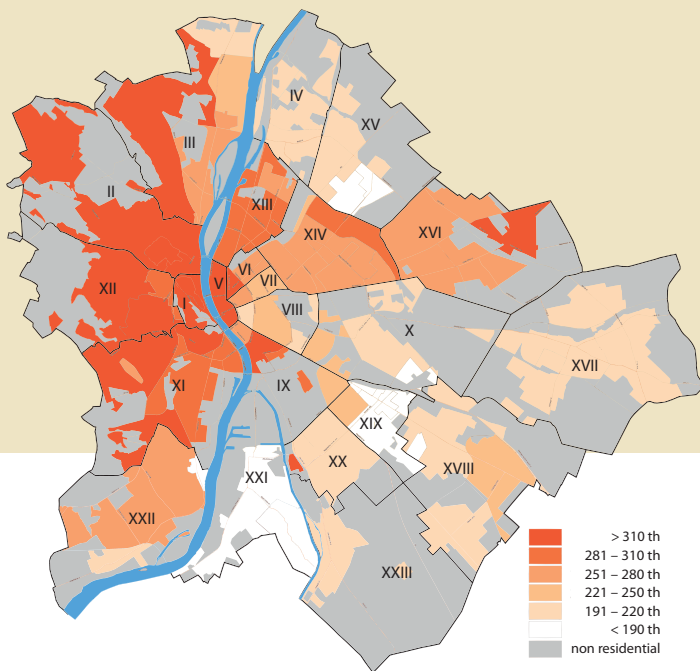
ria, the outcome is exactly the opposite. Incomes are the highest in District XII, while District II recorded the high prices. One explanation for this is that many small and medium sized, newly built luxury homes were recently sold in District II. This has clearly pulled up the average price. Another reason might be that the labeling of District II as a so-called “lower prestige area.” District II has a much bigger population than surrounding districts and this has had an impact on the income rates. A similar phenomenon can be observed in Districts I and V, where we have also observed a reverse ratio in terms of income and sales prices. Low income compared to the sales prices, as seen in District IX, might be surprising but so is Óbuda and Zugló’s high-income figures compared to their official sales

prices. All in all, the list is mostly consistent and, apart from the unique characteristics of a few districts, we can state that those who have more money live in places where the price/sqm is higher.

Bargain, if you can

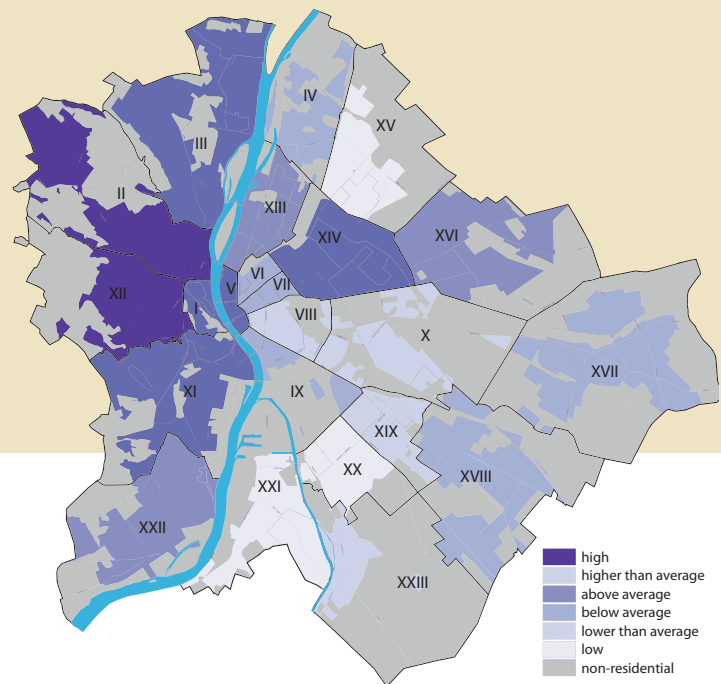
Currently, it is almost impossible to sell a house or an apartment without bargaining. Of course, bargaining has, is, and always will be present on the housing market (especially within the owner-occupied sector). This is partly influenced by the current market situation, thus, in a “seller’s market” (times with few houses for sale and many buyers) bargaining can even turn into an auction wherein prices increase instead of dropping. Yet, for the time being, let’s leave this scenario be; as neither the domestic

Typical transaction price per square meter in Budapest



SOURCE: FHB, RESOURCE

Income distribution in Budapest



SOURCE: FHB, RESOURCE

nor the Budapest market is threatened by this option. So, bargaining is a significant element of residential sales. Believe it or not, the same four districts cited above as having the highest income level and price/sqm indicators are on the top of this list as well (and not because we reversed the sequence and started from the bottom of the list). Indeed, one can (and apparently does) bargain in the city's most expensive districts, in fact, more than the Budapest average (between 8 - 10%). For some, this information might be just the tip of the iceberg in analyzing the city's complex housing market, yet, under the currently distorted market conditions it is also a reasonable scenario. It's no secret that plenty of expensive homes in Buda are overpriced with owners refusing to reduce prices for a million personal and subjective reasons. Meanwhile, in the cheaper and less attractive districts, sellers reduce prices even before the bargaining stage, in order to find a buyer. Thus, there will be less of a margin between the asking price and the final figure. In District XIII, which lays claim to the largest number of sales, bargaining results in a decrease on

the asking price of around 5.7% in average. Indeed, this can be considered the golden mean by which one considers if it is worth buying a house.

Feeling good: how green and how safe?

The considerable green space, the excellent mountain air, the low-built homes; these are all examples homeowners in Buda will cite in regards to asking for higher prices. In fact, they are exactly why many are willing to pay these higher prices. If we look at a map of the city's green area, we can see that the two most expensive districts abide in it, yet Districts I and V certainly do not score high on this indicator. A relatively high ratio of green space does not automatically have a significant bearing on the price (as in the case of apartments in Csepel or Kőbánya). In these districts, the proportion of green area is relatively high, however, prices are some of the lowest. Other subjective factors are not likely to help either; specifically, less access to public transport facilities and higher-than-average crime rates. However, if crime statistics ranked as one of the

most important factors for homebuyers, than District II would not be at the top of the list. This district ranked as one of the districts with the highest crime rate, as did District V.

What is the best district in Budapest to live in?

To this question, every local patriot, who has staked their claim and set up camp in a corner of Budapest, will point to their own neighborhood, supporting their decision with million rationales. Of course, aspects other than price range and crime levels are also key: These include social services, the institutional network (schools, hospitals), transport (road and public), entertainment opportunities, and other subjective factors. So, based on our dry statistical data, we truly do not intend to nominate the city's most livable districts or neighborhoods. Everyone has their own preferences and every neighborhood has its advantages and disadvantages. However, we will make one final conclusion on this subject, that it is possible for everyone to find the most suitable home for themselves here in Budapest.

A retail a szívem csücske

Távozik Magyarországról Charles Taylor, a Cushman & Wakefield ügyvezető igazgatója, hogy a 135 fős lengyel iroda vezetőjeként folytassa tovább munkáját. A szakemberrel magyarországi éveiről beszélgettünk.

CSÜRÖS CSANÁD

MIKOR érkezett Magyarországra?

1998. március 21-én érkeztem Londonból, előtte 9 évig dolgoztam London központjában, a Healey and Bakernél, a kiskereskedelmi részlegén. Az ügynökség a West End központjában található, a Bond, Sloan és az Oxford Street volt a területünk. Igazán izgalmas piac volt, de akkor két-három éve már nem igazán szárnyalt. A kiskereskedelmi csapatot vezettem először Magyarországon. Két fontosabb üzlet céljából érkeztem Magyarországra: az egyik a Campona bérbeadása, a másik pedig, hogy a Tesco hipermarket körül bevásárlóközpontot építsünk, a Tesco Megaparkot.

Milyennek látszott Kelet-Közép-Európa, és elsősorban Magyarország 2001-ben olyasvalaki számára, aki Londonból érkezett? Mik voltak a tervei?

Igazi londoniként érkeztem meg, úgy gondoltam, a dolgok úgy működnek egész Európában, ahogy Londonban. Gyorsan rájöttem, hogy Közép-Európa egyfajta európai bázist követ az indexálás és bérleti díjak terén – akkoriban német márkában, majd később áttért euróra –, ahogy egész Európa. Mintegy hat hónap alatt megértettem, hogy a brit ingatlanpiac egy kicsit különleges, más, mint a többi. Én már nem brit voltam, hanem európai. Közép-Európában akkoriban izgalmas időket éltünk, nagyon gyors volt a fejlődés. A fejlesztők számos olyan hibát követtek el, melyekkel mi már találkoztunk az Egyesült Királyságban, és igazán sok hozzáadott értéket tudtunk ezeknek a projekteknek teremteni. Nagyon mozgalmas időszak volt ez, sokat dolgoztunk együtt helyi fejlesztőkkel, izraeliekkel vagy amerikaiakkal, magyar építésszel és néhány szakemberrel az Egyesült Királyságból is. Akkoriban többnyire kiskereskedelemmel foglalkoz-

tunk, nem volt ipari ingatlan csapatunk, úgy emlékszem, volt egy olyan tevékenységünk, amit „Business Space”-nek hívtunk, iroda- és ipari ügynökséggel foglalkozott. Akkoriban 33 alkalmazottunk volt, leginkább kiskereskedelem és ingatlanüzemeltetés tartozott a tevékenységi körünkbe. Érdekes, hogy 2001-2004 között Magyarország volt a régió vezetője a befektetési volument tekintve. Furcsa arra gondolni, hogy bár most sereghajtók vagyunk, a kezdeti években a befektetők szívesebben jöttek Magyarországra. A földhivatal nyilvántartása tiszta és világos volt. Az első befektetési üzletek megalapozták a bizalmat, és még több befektetőt vonzottak ide. Német, amerikai és izraeli alapokkal dolgoztunk együtt. Ma persze a helyzet éppen ellentétes, tavaly 170 millió euró volt a beruházások volumene szemben a lengyelországi 2,8 milliárd euróval. Úgy gondolom, Lengyelország – tekintettel a méretére – mindig is esélyesebb volt az első helyre, más volt a helyzet.

Mi a véleménye arról, amit az előbb említett, hogy Magyarország a régió sereghajtója lett. Úgy gondolja, ez közép-, illetve hosszú távon is így marad? Vagy csak idő kérdése, és Magyarország vissza-küzdí magát, legalább a cseh szintekre?

Amikor átvettem a cég vezetését 2001-ben, elég nagy nehézségeim voltak a londoni vezető partnerrel, mert nem értette, Magyarország hogyan teljesíthet ennyire Csehország mögött. Számára mindkettő egy 10 milliós ország volt, hasonló gazdasági helyzetben. Nagyon erős volt a prágai irodánk, bevétel és profit terén mindig előttünk jártak. Prága mindig is érettebb piac volt, és tudtak fejlődni. Nagyon hiszek a ciklikusságban. Nem hiszem, hogy Magyarország nemzetközi megítélése ezen a szinten lesz négy-

öt év múlva. Nehéz megmondani, hogy két-három év múlva ez megváltozik-e, bár a változások – ha egyszer elkezdődnek – általában gyorsan történnek. Az ingatlanszakma végül is ciklikus üzlet, piacok jönnek és mennek, fellendülnek és csődbe mennek. Úgy vélem, a jelenlegi makrogazdasági és politikai helyzet nem túl kedvező, a befektetők aggódnak, és inkább más országokba mennek, hiszen van választási lehetőség. Jelenleg erős elkötelezettség kell ahhoz, hogy valaki Magyarország mellett döntsön. Ha megnézzük Magyarország GDP-előrejelzését, ez az év nem tűnik túl izgalmasnak. Azonban ha 2014-et vagy 2015-öt nézzük, akkor már 2 százalékos GDP-növekedést látunk, amennyiben helyes az előrejelzés, tehát a ciklus már fellendülőben lesz. Az érem másik oldala Lengyelország, a régió kedvence: 4 százalékos GDP-növekedés az elmúlt évek során. Természetesen a ciklus megy tovább, hamarosan 2 százalékos körüli lesznek, ami még mindig jó mutató a kelet-közép-európai régióban, de persze messze van a 2 évvel ezelőtti értékektől.

Mit gondol, ez mennyiben politikai vagy makrogazdasági probléma Magyarországon?

Úgy gondolom, a befektetők részéről a legnagyobb gond a kormány megítélésével, illetve a bizonytalansággal kapcsolatos. Mindenki szereti minimalizálni a kockázatokat, ez még inkább igaz manapság, és a befektetők a legkevésbé sem szeretnék a pénzüket egy kiszámíthatatlan országba vinni. Márpedig jelen pillanatban a külvilág így látja Magyarországot. Ezt kell helyrehozni, vagy a mostani kormánynak kellene kiszámíthatóbbnak lennie, vagy változásra van szükség. A befektetők pillanatnyilag óvatosak, elég a legkisebb indok ahhoz, hogy egy bizonyos

eszközbe vagy országba ne fektessenek be. Amennyiben nem felel meg minden feltételnek, nem terjesztik elő a befektetési bizottságnak. És ha beleképzeljük magunkat egy alap akvizíciós szakemberének a helyzetébe, aki Franciaországért, Párizsért és Lengyelországért felelős, akkor elképzelhetjük, mennyire nehéz a bizottság elé állni azzal, hogy: „Ezt az irodát vagy bevásárlóközpontot akarom megvenni Budapesten”. Sokkal könnyebb azt mondani, hogy: „Ezt találtam Lengyelországban”, vagy „Ezt találtam Londonban”. Ez ma a legtöbb befektetőre igaz. Másrészt, azoknak a befektetőknek, akik keresik a jó üzleteket, magas hozamokat szeretnének elérni, és hisznek az ingatlanpiac ciklikusságában, nekik tulajdonképpen most érdemes Magyarországon körülnézni és befektetni. Mivel a leginkább abban az esetben maximalizálhatjuk hozamunkat, ha akkor vásárolunk, amikor az ingatlan olcsó, és akkor adjuk el, amikor a piac a csúcson van. Ezt a pontot soha nem lehet pontosan eltalálni, de most ez megfelelő időszak vásárláshoz. Az a probléma ma Magyarországon, hogy ha valaki szeretne befektetni, akkor valószínűleg saját tőkéből kell megtennie, hiszen elég nehéz hitelhez jutni. Tehát ingatlanbefektetés szempontjából most tényleg a befektető hozzáállásán múlik, hogy mennyire aggasztja a kormány, illetve a jövő.

Mint korábban említettük, Varsó a leginkább likvid, legvonzóbb piac a régióban. Gondolja, hogy ez a felfutás ki fog tartani a következő néhány évben?

Én nem állítanám, hogy ez felfutás, inkább egy aktív piacról van szó, melyet egy erős gazdaság hajtott, amely már ugyan némiképp lelassult, de még mindig erős. Könnyű hitelhez jutni, van likviditás a piacon, minden ágazatban számos fejlesztés folyik, és ehhez társul az ország mérete.

Ezek mind vonzó tulajdonságok. A befektetők likviditást keresnek, a fejlesztők pedig azt, hogyan tudnak egy ingatlanból könnyen kiszállni, értékesíteni és újra befektetni a pénzt. Azt hiszem, van egy kis csordaszellem abban, ahogy a befektetők mind Lengyelországba mennek. Minden elvárásnak megfelel az ország, és összehasonlítva a többi régiós országgal, a legtöbb befektető valószínűleg arra a következtetésre jut, hogy Lengyelország a megfelelő hely – de ez nem mindig egyértelmű. Hatalmas fejlesztések vannak minden ágazatban, és sok esetben a befektetők meg vannak győződve arról, hogy jó üzlet irodaházakat vásárolni Varsó belvárosában, vagy másodlagos kiskereskedelmi egységeket kisebb városokban. Ez egyszerűbb, mint az alapokhoz leásni, és átgondolni, mi fog történni ezekkel az ingatlanokkal a jövőben. A közelben megnyíló bevásárlóközpont hatással lesz-e a vízgyűjtő területemre, tervbe van-e véve irodafejlesztés a közelben, amely miatt elveszíthetem bérlőimet, várható-e visszaesés a bérleti díjakban? Tehát ez is bonyolult piac, és most már kicsit óvatosabbak a befektetők Lengyelországgal is, mint korábban, de Magyarországgal összehasonlítva ez valóban dinamikus befektetési piac.

Visszagondolva magyarországi éveire, melyik volt a kedvenc projektje?

Számtalan projektben vettem részt. Első üzleteim egyike volt a Váci utcai Mango, ez volt a zászlóshajónk, hiszen egy nemzetközi cég lépett a piacra. És utána egy sor másik üzlet következett, például a Promod, a L'Occitane és más nemzetközi üzletek. A legérdekesebb projektjeim közé tartozik a Budapest Airport átvilágítása a British Airways felkérésére. Fantasztikus érzés volt egy nagyobb csapat tagjává válni, és meg tapasztalni, hogyan működik egy repülőtér. Néhány projekt persze mérhetetlenül bosszantó volt, mint például a CET, melyről nem szeretnék többet mondani. Az én szívem csücske a kiskereskedelem, úgy vélem, 2007 igazán izgalmas év volt számunkra, hiszen megnyitottuk az Aréna Plázát. Három bevásárlóközpont bérbeadásán dolgoztunk egy időben: Aréna Pláza, AIG Market Central, Agria Park (a WING fejlesztése Egerben). Összesen 11 ember dolgozott a kiskereskedelmi ügynökségi csapatunkban, örületes év volt, mindent sikerült bérbe adnunk, és mindhárom projekt sikeresen megnyílt. Ez volt az egyik legjobb év. 2001 óta vezetem az irodát, és a létszám 33 főről 59-re nőtt mára, plusz 30 külsős alkalmazott. A bevétel pedig 2001 óta több mint ötszörösével nőtt, az üzlet tehát jól megy. 2001-ben vettem át az irodát, és volt egy kis veszteség abban az évben. Sose felejttem el, hogy a vezető partner Londonban mennyire megkeserítette az életemet e miatt a kis veszteség miatt. Elhatároztam, ilyen többé nem fordulhat elő, és ez volt az utolsó alkalom, hogy az iroda veszteséget termelt. 2002 óta a mai napig nyereségesek vagyunk.

Ami nem rossz, ha belegondolunk, mi minden történt Magyarországon azóta, különösen az elmúlt három évben.



My heart is in retail

Charles Taylor steps down from his position as head of Cushman & Wakefield's Hungarian business to head the company's Polish office, which employs 135 staff. We talked with Charles about his years in Budapest.

CSANÁD CSÜRÖS

WHEN did you arrive in Budapest? I arrived here on March 21, 1998 from London, having worked for 9 years in Central London covering retail agency with Healey and Baker. My background has always been in the retail sector, I was covering London's West End, including Bond Street, Sloane Street, Oxford Street so really interesting markets, but the recession had limited activity for the past two or three years. I came out to Hungary to lead the retail team, in 2001 the main business was retail, and there was a lot happening. I worked on two major: one was Campona Shopping Center, to run the leasing, and the second was the Tesco Megapark scheme, to develop a large shopping center around the Tesco hypermarket. So it's been 15 years in Hungary.

Back in 2001 what did CEE and particularly Hungary look like for you coming from London? What was your perspective then?

I came out with a true 'London head' on, so I thought the way things were done in London was the way it should be done across Europe. I quickly learned that the Central European markets were adopting European market standards with indexation of rents and rents denominated in Deutschmarks. After about six months in the region, I realized that the U.K. property market was a little bit special, a little bit different, and actually I'd moved from being a Brit to European. In Central Europe, the property markets were experiencing exciting times, development was underway, new retailers and concepts were arriving. But developers were frequently repeating mistakes that we'd seen made before in the U.K. so it was relatively easy to quickly add value to these projects. And so it was a dynamic time. We were mostly a retail business at that time, there was no industrial team in fact we dou-

bled it up with office agency and called the team Business Space, but they weren't a top 2 player at that time. We employed 33 people back in 2001, but significantly we had established a property management department and were gaining heaps of experience. Interestingly, back in 2001-2004 Hungary was leading the region in investment volumes. Amazing to think of that today when it's absolutely the reverse, but in those early years investors were more comfortable coming into Hungary. There were no restitution issues, the land registry was clear and transparent. Once the first investment deals were done that created more confidence and other investors came in. We were working with German funds, American funds, Israelis. Of course now it's completely the opposite, last year investment volumes in Hungary were at €170 million compared with €2.8 billion in Poland. Poland was always going to overtake given its scale, but in those days, Hungary was ahead of its time.

What do you think, is the situation you just described, namely that Hungary is the last one in the CEE investment market, will remain like this on the mid- or long term? Or is it just a matter of time when Hungary comes back at least to Czech Republic levels?

When I first took over running the Budapest office in 2001, I had a great problem with the Senior Partner in London, because he couldn't understand why our Hungarian office was so far behind Prague. For him they were both countries of 10 million people and very similar economies. We had a very strong office in Prague and they were always way in front in terms of revenue and profit. Prague has always been a more mature market there and they had grown steadily since. I'm a great believer in the economic and property cycles, I just don't believe that Hungary will stay at

this low level in terms of international investors' perception of Hungary and I don't see in four of five years' time it being the same as it is today. It's very difficult to say if it will change in two or three years' time, maybe sooner, although change tends to happen more quickly when it happens. Property is a cyclical business at the end of the day, markets come in to favor then fall out of favor, there's booms and there's a bust. What you've got here is a situation where due to the macroeconomic and political situation it's definitely out of favor, people are concerned, they have other countries they can go to, they have a choice. Pan European funds have a choice, there are many countries to invest into. To pick Hungary at this point of time there has to be a strong reason. As we can see if we look at the GDP forecast for Hungary this year doesn't look very exciting. But if you look at 2014 and 2015, we're back up at over two percent GDP growth, if the forecasts are correct, so you can see the cycle starting to work. At the other end of the scale you've got Poland which has obviously been the darling of the region: 4 percent GDP growth during the last couple of years now starting to slow.

What do you think, to what extent is it a political issue and to what extent is it a macroeconomic issue in Hungary?

I think the main issue here is the investors' perception, it's about the government and uncertainty. No one wants additional risk, and the last thing they want to do is to put their money into a country where it's unpredictable and that's how the outside world sees Hungary. Either the existing government needs to be more predictable or there needs to be a change. Investors are cautious at the moment, they just need the smallest reason not to put their money into a particular asset or a particular country. If it doesn't tick the box, they won't invest. And if you put



yourself in the position of a fund's acquisition surveyor covering European markets, imagine going in to the Board and saying: "I want to buy this office building in Budapest". It's much easier to say "I found this in Poland" or "I found this in London". This applies to most core investors. On the flipside if you're really an opportunistic investor, driven by higher returns, and you believe in the property cycles, then actually now is a very interesting time to be looking and buying in Hungary. Because the best way to drive property performance is basically to buy when the property is cheap, and sell when it's at the top of the market. You never can time it perfectly, but it's got to be a good time for buying. The problem for Hungary at the moment is that if you want to buy here, you really need to be an all-equity buyer because debt is very limited. So from the property investment perspective it's really down to investor sentiment and it's largely concerned about the government and what is going to happen in the future.

As mentioned earlier, Warsaw is the most liquid, most popular market in CEE? Do you think this hype is going to continue in the next couple of years?

I wouldn't describe it as hype, what you've got at the end of the day is an active market, it's been driven by a strong economy which is slowing down but it's still strong. You've

got availability of debt, liquidity in the market, a pipeline of development across all sectors, and you've got a big country. All those things are attractive. Investors are looking for liquidity, developers are looking for how they can exit their scheme, get cash and reinvest. I think there's a bit of herd mentality with investors going into Poland. It's very easy to tick the boxes, and when you look at Central European countries of course most investors probably conclude that Poland is the place to be, but it's not quite so straightforward. There's a huge development pipeline that's coming out of the ground across all sectors, and in many instances some investors have been convinced that it's great to buy Central Warsaw offices or secondary retail in a shopping center out in a secondary city, rather than drilling down to the fundamentals and thinking about what is really going to happen to these properties and the rental levels over time. Is there a shopping center opening down the road that's going to have impact on my catchment area, are there other office developments being built in the vicinity of this office building I might lose my tenants to in the future, I might face a void, some erosion in the rental values? So it's a complicated market too, and there's a bit more caution now in Poland than there has been, but ultimately compared to Budapest it's a really dynamic investment market.

Looking back at the time you've spent in Hungary, what was your favorite project here?

I've been involved in a whole range of projects. One of the first deals we did was the Mango store in Váci utca, it was a large flagship store with the international parent company coming in. And then a series of deal followed like Promod, L'Occitane, H&M and other international retailers. One of the most interesting projects we worked on was the due diligence for British Airport Authority when they purchased Budapest Airport. It was fantastic to be part of a much bigger team and to learn about how the airport functions. Some projects have been immensely frustrating, such as CET, no further comments on that! Other have been great to work with because they evolved over time. We've had a long relationship with East-West Business Center, we worked with Skanska to get the building leased up, then we sold it on behalf of Skanska to Polonia Property Fund, then we managed it for Polonia Property Fund, continued the leasing and negotiated the lease renewals, and we're still working with them today. Personally my heart is in retail, so I think 2007 was a really exciting year because we opened Aréna Plaza. We had three shopping centers we were leasing at the same time: Aréna Plaza, AIG's Market Central, and also WING scheme in Eger called Agria Park. So we had 11 people working in our retail agency team, and it was an absolutely manic year, we got it all leased and all the projects opened really successfully, so that was one of the best years. I've been running the office from 2001, and over these years our headcount has gone from 33 in 2001 to 59 people today in the office here plus another 30 off-site. If you look at the revenue, it grew more than fivefold since 2001 to today, so the business has grown considerably. In 2001 when I was appointed Managing Director the office had just made a small loss, and I'll never forget the talking to we received from our Senior Partner about delivering a loss. I thought we're not going to do that again, and since 2002, due to the incredible team that comprises Cushman & Wakefield's Budapest office, we have consistently delivered a healthy profit, which is not bad when you consider all that has happened Hungary recently.

Property Valuation 2013

Idén harmadik alkalommal került megrendezésre a Portfolio.hu és az RICS közös szakmai rendezvénye. Bár az eseményen optimista vélemények is hangot kaptak, az összkép mégis a piacon évek óta uralkodó hangulatot erősítette. A paradigmák változatlanok: a válság óta Magyarországon a befektetési volumenek ijesztően alacsony szinten ragadtak, az amúgy is rendkívül óvatos befektetői hangulat, a magyar gazdaság halvány teljesítménye rövid távon aligha adhat okot a piac fellendülésére.

MAJOR KATALIN

MIK A REÁLIS hozamszintek Budapesten? Mit gondolnak a piacról a görög, a német, a londoni és a magyar befektetők? Miért túlárzott Varsó, és miért túl kockázatos Budapest? Milyen makrokilátásokra számítsanak az ingatlanpiac középtávon? – többek között ezeket a kérdéseket vitatta meg több mint 150 hazai és külföldi ingatlanpiaci szakember a Portfolio.hu és az RICS közös szakmai rendezvényén, a Property Valuation 2013 konferencián.

Globális helyzetkép

A konferencia nyitóelőadásában Nassos Manginas, az IPD (Svájc, Ausztria, KKE, IPD – Investment Property Databank) ügyvezető igazgatója nyújtott áttekintést a globális ingatlanpiaci helyzetről. „Ismét kemény éven vagyunk túl, 2012-ben globális szinten

is nehéz időszakot vészt át az ingatlanszektor. Úgy vélem azonban, hogy mostanra elértünk egy olyan pozícióba, amely lehetőséget adhat a piaci konszolidációra és a stabilabb növekedésre” – adta meg a kezdőhangot Manginas. „Az ingatlan mint eszközosztály a többi eszközosztállyal verseng. Az IPD elemzései alapján az ingatlanszektor a többi eszközosztállynál hosszú távon jobban teljesít, rövid távon azonban a hozamszintek rendkívül nehezen megítélhetők, és jellemzőek a szélsőséges piaci mozgások, főként, ha egyedi eszközök szintjén vizsgáljuk azokat. Az ingatlanpiaci hozamok globális szinten egyre inkább konvergenciát mutatnak”

Mikor indul be a növekedés?

Az első szekció második előadásában Madár István, a Portfolio.hu vezető

elemzője a magyar gazdaság növekedési kilátásairól beszélt. A szakember szerint Magyarországon az elmúlt időszakban megváltoztak a fő kérdések: míg fél évvel ezelőtt a kérdőjelek az ország hosszú távon is fenntartható finanszírozása és az IMF-tárgyalásokkal kapcsolatos hercehurca köré csoportosultak, a hangsúlyok ma máshová tevődtek át: a kérdés az, hogy mikor indulunk el a növekedés útján. Növekedés hiányában ugyanis a gazdaságpolitika eddigi szerény eredményei is szertefoszlának.

„A kép egyelőre nem túl rózsás: miénk a régió legalacsonyabb gazdasági növekedése, az összes mutató romló gazdasági teljesítményre utal. Összességében a növekedési kilátásaink jelenleg meglehetősen gyenge lábakon állnak” – figyelmeztet. A magyar



BALRÓL JOBBRA: KOCSIS PÉTER, JELLINEK DÁNIEL, IOANNIS GANOS, CHRIS BENNETT, ANDREA WINKELSDORF, CSÜRÖS CSANÁD

gazdaság strukturális problémái lassan épülnek le, a bankszektor külső forrásainak leépítése még zajlik, ami továbbra is forrásszűkítést hoz magával, ezzel egyidejűleg a külső környezet sem támogatja a növekedést.

„Bár vannak bizakodásra okot adó tényezők is” – tette hozzá a szakember. A kiigazítások lassan véget érnek, a jövődelmi sokkok egyre kevésbé lesznek erősek, és a külső környezet is halvány fennállást mutat.

Hol a helyünk a régióban?

Az első szekció második kerekasztal-beszélgetésének fókuszja az ingatlanpiacok nemzetközi és hazai árazási trendje volt. Míg a tavalyi évben az ingatlanszektorban is az euró válsága jelentette a fő problémát, az iparág fő fókuszja ma már más kérdések felé tolódott el.

Tekintettel arra, hogy a régió országainak fejlődése és teljesítménye egyre inkább szétválak, a szektor egyre inkább az országgokázatokra és a finanszírozási források elérhetőségére koncentrál.

Kocsis Péter, a WING vezérigazgató-helyettese úgy látja, hogy a hazai piacot még mindig túl kockázatosnak ítélik a befektetők. „Jelenleg nem a finanszírozás hiánya a legnagyobb probléma, hanem a makroökonómiai háttér, a bizonytalan politikai környezet és a gazdaság teljesítményével kapcsolatos várakozások” – teszi hozzá.

Chris Bennett, az Europa Capital európai feltörekvő ingatlanpiacokért felelős igazgatójának summázata szerint Lengyelország a stabil gazdasági fundamentumok és a piac mérete miatt minden országnál jobb pozícióban van. A szakember rámutatott, hogy Románia és Bulgária – bár komoly kihívásokat is rejt magában – sajnos Magyarországnál is kedvezőbb helyzetben van. Különösen Romániában rengeteg ígéretes prémiumtermék van piacon, elsősorban az iroda- és a kiskereskedelmi alpiac. „Magyarországon a hozamok nem ellensúlyozzák a kockázatokot, így a befektetői elvárások értelemszerűen a hozamemelkedés irányába terelik a piacot.” – mondja.

Jellinek Dániel, az Indotek Group ve-

zérigazgatója kifejtette, hogy – ami a globális tőkeallokációt illeti – vannak olyan befektetők, akik kimondottan a magas kockázatokat keresik, és a feltörekvő piacokon, például Mexikóban, Brazíliában keresnek ingatlanpiaci befektetési lehetőségeket. Ők Magyarországon is jelen vannak.

„Az európai piacok trendjei a polarizáció irányába mutatnak, a nyugat-európai piacok egyre inkább szétválak a kelet- és dél-európai piacoktól. A vevői és az eladói árelvárások közötti különbség továbbra is hatalmas, de az eltérés mértéke folyamatosan csökken” – fejtette ki véleményét Ioannis Ganos, a Bluehouse Capital befektetési igazgatója. A társaság a közel-múltban vásárolta meg az Infopark egyik épületét, és továbbra is a régióban keres befektetési lehetőségeket.

Bedőlt projektek: szabadulnának a bankok

Félkész és bedőlt projekteket vásárolni rendkívül kockázatos, ennek fő oka, hogy az eszközértéket különösen nehéz meghatározni.

A bankok nem szívesen finanszírozzák a tranzakciókat, alapvetően továbbra is konzervatív üzletpolitikát folytatnak, és szívesebben szabadulnának ezektől az eszközöktől. Ez tükröződik a projektek árazásában, sok esetben egy félkész projekt értéke az eredeti befektetés mindössze 25-30 százalékát éri el.

Rudolf Riedl, a Raiffeisen Evolution ügyvezető igazgatója megerősítette, hogy a fő kérdés egy ilyen tranzakció esetében az, hogyan lehet megfelelően értékelni a projektet, és hosszú távon is megfelelő üzleti tervet összeállítani.

Graham MacMillan, a CBRE kelet-közép-európai értékelési üzletágának igazgatója rámutatott, az ilyen tranzakciók esetében az a fájdalmas a fejlesztő vagy az elsődleges befektető oldaláról, hogy egy félkész projekt jelenlegi piaci értéke általában meg sem közelíti a befektetett tőkét. Székely Gábor, az Appeninn Holding Nyrt. vezérigazgatója úgy értékeli, hogy minimum 10 százalékos hozamszint mellett érdemes egy ilyen projektet megvásárolni.



RIEDL (BALRA), EDWARDS, MACMILLAN



MICHAEL SMITHING



DITRÓY GERGELY ÉS NAGY GYULA

Property Valuation 2013

Portfolio.hu and RICS' joint professional real estate conference, Property Valuation 2013, took place for the third time this year. Although optimistic opinions were also voiced, the overall atmosphere confirmed the mood that has been dominating the market for years. The paradigms are unchanged: since the crisis, investment volumes in Hungary are stuck at strikingly low levels and investors, already in an extremely cautious mood, are reacting to the Hungarian economy's poor performance in a way which provides little if any reason to expect an upswing in the market.

KATALIN MAJOR



FROM LEFT TO RIGHT: EDINA WINKLER, NASSOS MANGINAS, JOHN VERPELETI, KRISZTIÁN HORNOK, MICHAEL SMITHING

WHAT ARE realistic yield levels for Budapest? What do investors from Greece, Germany, London, and Hungary think of this market? Why is Warsaw overpriced and why is Budapest too risky? What kind of macroeconomic outlook should the real estate industry expect in the mid-term? Over 150 real estate market experts from Hungary and abroad discussed these questions and others at this year's Property Valuation conference.

Global overview

Kicking off the conference with a speech by Nassos Manginas, the managing director of the Swiss/Austrian Company Investment Property Databank (IPD), participants were given an overview of the global real estate industry situation. "We survived

another rough year. 2012 was also a hard year for the real estate sector at the global level. However, I think that, today, we have reached a position that provides us with an opportunity for a market consolidation and a more stable growth," asserted Manginas. "As an asset category, real estate is competing with other asset categories. Based on IPD's analysis, the real estate sector is performing better than the other asset categories in the long run, however, it's really hard to judge yield levels for the short run and extreme market fluctuations are typical, especially if we study them on the level of individual assets. Real estate market yields are showing increasing convergence on the global level."

When will growth start up again?

In the next presentation, István Madár,

senior analyst at Portfolio.hu discussed the Hungarian economy's current growth outlook. According to Madár, the main issues that Hungary faces have recently changed: while six months ago the issues causing the greatest uncertainty were the country's search for sustainable capital for the long run and the hassle surrounding the IMF negotiations, today, the emphasis has shifted: The big question now is when we will start growing again.

"Right now, the outlook is not very bright: we have the lowest economic growth in the region, all indicators suggest a deteriorating economic performance. All in all, our growth prospects are pretty fragile at the moment," warned Madár. The Hungarian economy's structural problems are slowly taking their toll; cutbacks in external funds from the banking sector are still in progress,



KOC SIS (LEFT), JELLINEK, GANOS



AGÓCS, CSÜRÖS

continuing to represent a scarcity of funds, at the same time, the external environment is not supporting growth either.

“However, there are indicators that give us reason to hope,” added Madár. Corrections are slowly coming to an end, income shocks will settle down and, all the while, the external environment is showing signs of a slight upswing. These factors, combined with a few natural economic tendencies and favorable government measures, could make all the difference.

What is our place in the region?

International and domestic real estate market pricing trends was the focus of the second roundtable discussion during the first session. Whereas the euro crisis was the real estate market's main problem last year, at this point, the focus of the industry has shifted. Considering the increasing divergence between development and performance in the countries throughout the region, the sector is increasingly concentrating on country risk and the availability of sources for funding.

Deputy CEO of WING, Péter Kocsis, says he thinks that investors still consider the domestic market as too risky. “Currently the biggest problem is not the lack of capital finance but the expectations regarding the macroeconomic background, the uncertain political environment, and the performance of the economy,” noted Kocsis.

European Capital's director responsible for emerging real estate markets, Chris Bennett, concluded that Poland is in a better position than any other country in the

region, due to its solid economic fundamentals and the size of its market. Bennett pointed out that, although they also represent serious challenges, both Romania and Bulgaria are, unfortunately, in a more favorable position than Hungary. Romania in particular has a great deal of promising premium products, mostly in regards to the office and retail submarkets. “In Hungary, yields don't compensate for the risks, so, investors' expectations are obviously pushing the market towards a yield increase,” says Bennett.

CEO of Indotek Group, Dániel Jellinek, put the spotlight on two kinds of global capital allocation investors – those who specifically seek high risk opportunities and those looking for investment opportunities in the real estate markets of emerging markets (e.g. Mexico and Brazil). He says both are present in Hungary as well.

“European markets trends are indicating a shift towards polarization, with Western European markets increasingly breaking away from Eastern and Southern Europe markets. The disparity between buyers and sellers' price expectations remains huge, but this difference is constantly shrinking,” asserts Investment Director at Bluehouse Capital, Ioannis Ganos. Bluehouse recently bought one of the Infopark buildings and continues to look for investment opportunities in the region.

Distressed projects: banks are trying to drop them

Acquiring a half-finished and/or bankrupt project is extremely risky primarily because

the asset value is very hard to determine. Banks, sticking to their conservative business policies, are not interested in financing transactions. They'd simply prefer to get rid of these assets. Indeed, projects pricing clearly reflects this situation as the value of a half-finished project often reaches only 25-30% of the original investment.

Managing Director of Raiffeisen Evolution, Rudolf Riedl, confirmed that regarding such a transaction the main question is how to properly evaluate the project and prepare a business plan that is suitable for the long term.

CBRE's head of Valuation for CEE, Graham MacMillan, says that the painful thing for a developer (or a primary investor) is that the market value of a half-finished project usually disparages greatly from the value of the invested capital. According to CEO of Appeninn Holding Nyrt., Gábor Székely, such a project is worth buying at a minimum yield level of 10%.



ISTVÁN MADÁR

Régiós verseny a turistákért: Budapest csehül áll?

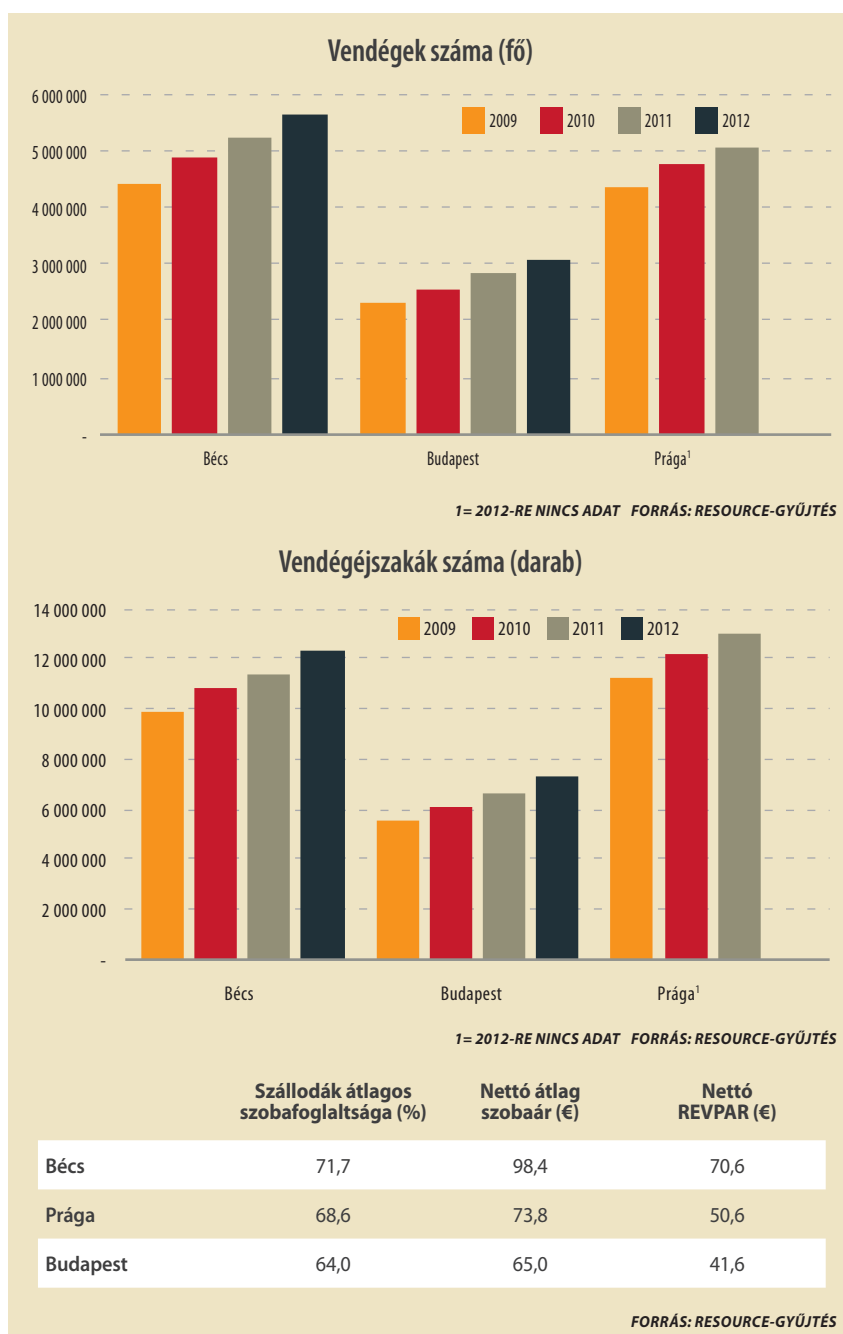
Bár a hivatalos statisztikák alapján továbbra is dinamikus növekszik Budapest turizmusa mind vendégek, mind vendégéjszakák tekintetében, Bécs és Prága – régiós vetélytársaink – előnye egyelőre behozhatatlannak tűnik. A vendégek számának növekedése ugyan jól látható, ennek ellenére a fontosabb kihasználtsági és bevételi mutatókban rendre az európai összehasonlítási lista utolsó harmadában szerepel fővárosunk.

DITRÓY GERGELY

A MAGYAR SZÁLLODÁK és Éttermek Szövetségének (MSZÉSZ) a 2012-es évet vizsgáló trendriportjából kiderül, hogy Budapest szállodái a vizsgált 31 európai városhoz hasonlítva szobafoglaltságban 23. – Athént, Pozsonyt, Bukarestet, Lisszabont, Madridot, Manchester, Tallint és Vilniust megelőzve –, nettó átlag szobaárban csak a 29. – Pozsonyt és Vilniust megelőzve –, s így nettó REVPAR-ban („revenue per available room”, vagyis az egy kiadható szobára jutó szobaárbevétel) a 28. helyet érték el. Vagyis Budapest olcsó, ám nagyon sokak szerint ár-érték arányban kiemelkedő szolgáltatást és élményt is nyújt, amit jól láthatóan tudnak a külföldről érkező turisták is. A szállodaipar és turizmus témakörét vizsgálva ma még elkerülhetetlen megemlíteni a Malév csődjének szerepét és a piacra gyakorolt hatásait. A bizonytalanabbá vált repülő utazási feltételek láthatóan visszavetették a hazánkba irányuló üzleti célú turizmust, ám köszönhetően a fapados légitársaságok által átvett néhány desztinációnak, sok, kisebb vásárlóerővel rendelkező és a drágább, minőségi szolgáltatásokat kevésbé igénybe vevő vendéget repítenek hazánkba – elsősorban Budapestre.

Európa és a régióink

A MSZÉSZ riportjában található adatok szerint 2012-ben Európában a szállodák átlagos szobafoglaltsága 66,2 százalékos, nettó átlag szobaára 104,3 euró, nettó REVPAR-ja 60,9 euró volt. A szobafoglaltság 0,1 százalékponttal, a nettó átlag



Bécs, Budapest, Prága szállodáinak 2012-es teljesítményét összehasonlítva megállapítható, hogy az átlagos kihasználtság Bécsben 71,7%, Prágában 68,6%, Budapesten 64% volt. A nettó átlag szobaár az osztrák fővárosban 98,4, Prágában 73,8, Budapesten pedig 65 euró lett. A nettó REVPAR terén a szállodák Bécsben 70,6, Prágában 50,6, Budapesten pedig 41,6 eurót értek el.

szobaár 4,7 százalékkal, a nettó REVPAR pedig szintén 4,7 százalékkal javult 2011-hez hasonlóan. Jól érzékelhető ezekből a számokból is, hogy bár európai szinten a vendéglátóhelyek kihasználtsága stagnál, a fontosabb régiókban némileg javuló és megnyugvó általános gazdasági feltételeknek köszönhetően az elmúlt egy évben a szállodapiacra nőtt a jövedelmezőség. Az elemzés kiemeli, hogy Európa öt régiója között nettó REVPAR-ban – ami komplexen fejezi ki a szállodák bevételi teljesítményét – a legnagyobb növekedést 2012-ben Kelet-Európában mérték, 8,8 százalékos növekedéssel.

A riportban vizsgált öt kelet-közép-európai ország – Ausztria, Csehország, Lengyelország, Magyarország, Szlovákia – között 2012-ben a legjobb teljesítményt, nem meglepő módon, Ausztria szállodái érték el 69,7 százalékos szobafoglaltsággal, 96,4 euró nettó átlag szobaárral és 67,2 euró nettó REVPAR-ral. A második helyen a csehországi hotelek végeztek 65,7 százalékos kihasználtsággal, 72 euró nettó átlag szobaárral és 47,2 euró nettó REVPAR-ral. Ezekhez képest a magyarországi szállodák 2012-ben szobafoglaltságban 63,6 százalékkal a harmadik, nettó átlag szobaárban 60,3 euróval az ötből az ötödik, nettó REVPAR-ban pedig 38,4 euróval a negyedik helyen végeztek, Szlovákiát megelőzve.

A három legfontosabb régiós turisztikai központ között 2012-ben a REVPAR mutató a legnagyobb mértékben, 7,4 százalékkal Prágában javult. Ugyanez Bécsben 4 százalékos volt, Budapesten pedig 5,3 százalékkal nőtt. Az elemzés megállapítása szerint feltűnő az év utolsó hónapjában mutatkozó teljesítménykülönbség a három város szállodái között. 2012

decemberében a szobafoglaltság Bécsben 71,1 százalékos – ami közel az éves átlaggal azonos –, Prágában 60,5 százalékos, Budapesten pedig 51,1 százalékos volt, ami nálunk az éves átlagtól közel 13 százalékponttal marad el. A nettó átlag szobaár Bécsben 105,9 euró, Prágában 75,1, Budapesten pedig 65 euró volt. Ennél is fontosabb és figyelemre méltóbb különbség, ami a nettó REVPAR-ban volt tapasztalható. Míg Bécsben 75,3, Prágában 45,4 euró volt ez az érték, addig Budapesten mindössze 30,7 euró lett. A szállodai bevétel szempontjából legfontosabb mutató (REVPAR) a bécsi szállodáknál 2,5-szer, a prágaiaknál 50 százalékkal volt magasabb, mint amit a budapestiek értek el.

Mindeközben Budapesten

A statisztikák alapján a budapesti szállodák átlagos kihasználtsága 2012-ben 60,4 százalékos volt, a 2011-es évi adatnál 3,4 százalékponttal magasabb. A bruttó átlag szobaár 17 496 forint, a bruttó REVPAR pedig 10 407 forintra emelkedett. Feltűnő, hogy a kereslet dinamikus növekedése, illetve az euró/forint 2012. évi átlagos 289,34 forintos árfolyamának 2011-hez képest 3,6 százalékos gyengülése ellenére a budapesti átlag szobaárak 2012-ben csupán 0,1 százalékkal, a REVPAR mutató 3,7 százalékkal nőtt a múlt évhez képest – állapítja meg a tanulmány. Ez jól láthatóan utal a kereslet összetételére, amely a Malév csődjével és a fapados légitársaságok térnyerésével

függ össze. Ezek a tendenciák a fővárosi turisztikai piac átrendeződését mutatják, ami a kisebb költőképességű városlátogató turisták arányának növekedésére, az üzleti és főleg a MICE (Meetings, incentives, conferences and exhibitions) szegmens részarányának csökkenésére utal. Ezek a változások pozitívan érintik a középkategóriás – főleg háromcsillagos – szállodákat, negatívan az ötcsillagos hotelek piacát. Ezt igazolja, hogy míg Budapesten 2012-ben a REVPAR mutató a háromcsillagos szállodákban 10,6 százalékkal, addig az ötcsillagos kategóriában 6, a négycsillagosban pedig mindössze 4,2 százalékkal nőtt a bázishoz képest.

Budapesten 2012-ben a szállodák összes szobaárbevétele 70,7 milliárd forint volt. Ez a 2011. évinél 8,1 százalékkal magasabb, és 5,1 százalékkal haladja meg a 2008. évi vagy a válság előtti utolsó év eredményét. A belföldi oldalról érkező bevételeket segítették az üdülési utalványokat használó turisták is. 2012-ben éves szinten a szállodákban jelentkező Üdülési csekk forgalma 2,5 milliárd, a SZÉP Kártya forgalma pedig 8,1 milliárd forint volt. A SZÉP Kártya felhasználása – az év eleji lassú indulás ellenére – az év során több mint háromszor nagyobb lett, mint a kifutó ÜCS-forgalom – derül ki a riportból. A fővárosi szállodákban az összes vendégéjszakaszám növekedésének mértéke kétszerese, a külföldi szállodai vendégéjszakáké közel háromszorosa volt a vidéki szállodákban mutatkozó növekedésnek.



Is Budapest losing its edge?

Although - based on the official statistics - Budapest's tourism is growing dynamically both in terms of number of guests and visitor nights, Vienna's and Prague seem to have an advantage that will make it rather difficult to catch up. The increase in the number of guests is quite visible, however, Hungary's capital is one of the last third on the European list in terms of utilization and revenue indicators.

The Hungarian Association of Hotels and Restaurants (MSZÉSZ) 2012 report on tourism trends reveals that Budapest hotels are 23rd (of 31 European countries analyzed) in terms of room occupancy - ahead of Athens, Bratislava, Bucharest, Lisbon, Madrid, Manchester, Tallinn and Vilnius. Furthermore, Budapest is 29th in terms of net average room rate - ahead of only Bratislava and Vilnius. Furthermore, Budapest ranked 28th in terms of REVPAR (revenue per available room). In other words, Budapest is cheap and, according to many, it provides outstanding service and experience considering the cost-benefit ratio - as is attested by many foreign tourists. If we want to examine the hotel and tourism industry, facing Málév's bankruptcy and its impact on the market is unavoidable. The shaky airplane travel conditions have apparently set back business tourism. However, thanks to the low budget airlines that have taken over a few destinations, many tourists - with limited purchasing power and less interest in high-quality services - are arriving to the country, mainly to Budapest.

Europe and our region

According to the MSZÉSZ's report, the average European occupancy rate was 66.2%, the average net price per room was EUR 104.3, and the net REVPAR EUR 60.9. Compared to 2011, occupancy improved by 0.1%, while net price per room and net REVPAR both improved by 4.7%. It is clearly visible from these figures that occupancy all over Europe remained stagnant. However, thanks to generally improving economic conditions in the major European regions, the hotel industry's profitability has slightly improved over the past year. The study emphasizes that, out the

five European regions, Eastern Europe maintained the highest REVPAR (an indicator that provides a complex analysis of hotel revenue performance). The growth of this indicator was 8.8%. Among the five CEE countries examined in the report (Austria, the Czech Republic, Poland, Hungary, Slovakia), not surprisingly, Austrian hotels performed the best in 2012 with occupancy at 69.7%, a net price per room of EUR 96.4 and a net REVPAR of EUR 69.7. Hotels in the Czech Republic ranked second on the list with occupancy at 65.7%, a net price per room of EUR 72 and net REVPAR at EUR 47.2. Compared to these figures, Hungarian hotels ranked 3rd in occupancy (63.6%), 5th (out of five) in terms of net price per room (EUR 60.3) and 4th in REVPAR (38.4), ahead of Slovakia.

Comparing Vienna, Budapest, and Prague's hotel performance: average occupancy was 71.7% in Vienna, 68.6% in Prague



and 64% in Budapest. Net price per room was EUR 98.4, EUR 73.8 and EUR 65 and REVPAR was EUR 70.6, EUR 50.6 and EUR 41.6, respectively.

Out of the three major regional tourist centers, Prague's REVPAR improved the most, by 7.4% in 2012. REVPAR increased by 4% in Vienna and by 5.3% in Budapest. The report states that the performance gap between the three capitals was quite remarkable during the last month of the year. In December, occupancy in Vienna was at 71.7% - something close to the annual average - while in Prague it was 60.5% and in Budapest 51.1% (13% below the annual average). Net price per room was EUR 105.9 in

Vienna, EUR 75.1 in Prague and EUR 65 in Budapest. The difference in net REVPAR was even more noteworthy. While it was EUR 75.3 in Vienna and EUR 45.4 in Prague, it was only EUR 30.7 in Budapest: The most important hotel revenue indicator (REVPAR) was 2.5 times higher for the Viennese hotels and 50% higher for the Prague hotels than it was for the Budapest hotels.

Meanwhile in Budapest

Statistics show that the average occupancy of the Budapest hotels was 60.4% in 2012, 3.4% more than in 2011. The gross average room price was HUF 17,496 and the gross REVPAR increased to HUF 10,407. According to the report, it is remarkable that - despite a strong increase in demand and the weakening of the EUR/HUF exchange rate (by 3.4% to an average level of 289.34) - the average room price only increased by 0.1% and the REVPAR by 3.7% in 2012. This is clearly due to the composition of demand, connected to Málév's bankruptcy and to the increased presence of low-cost airlines. This trend suggests a shift in the capital's tourism market and indicates a growth in the number of tourists with lower spending capacity and a decrease in the business travel sector (mainly MICE - Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions). These changes will positively affect the mid-range sector, especially 3-star hotels and, most negatively, 5-star hotels. This supposition is also supported by the fact that whereas REVPAR increased for Budapest 3-star hotels by 10.6%, it only increased by 6% for 5-star hotels and by 4.2% for 4-star hotels.

Total revenue for Budapest hotels was HUF 70.7 billion in 2012. This was 8.1% higher than the 2011 figure and 5.1% higher than in 2008 - the last year before the crisis. Holiday vouchers have contributed somewhat to the revenue generated by domestic tourists. In 2012, annual holiday voucher turnover was HUF 2.5 billion and SZÉP card's turnover was HUF 8.1 billion. According to the report, SZÉP card, which came into circulation slowly starting the beginning of the year, was used three times more than often than the former holiday card. Guest nights increased twice as much in the capital as they did in rural area and three times as much in hotels abroad.

1 KÉRDÉS – 3 VÁLASZ

Pusztá vagy romkocsmaturizmus?

Van Balatonunk, gyógyvízünk, trendi Budapestünk és romkocsmaturizmusunk, ellenben nincs tudatos imázsépítésünk, országpromóciónk és világos üzenetünk. Kiaknázatlan lehetőségeink és rejtett kincseink annál inkább – de mi lehet a helyes irány, merre induljunk tovább, milyen kitörési pontokat keressünk, és – egyáltalán – milyen jövőképhez tartsuk magunkat?

MAJOR KATALIN



BALRÓL JOBBRA: 1. GERENDAI KÁROLY, SZIGET KFT., ÜGYVEZETŐ IGAGZATÓ;
2. TÓBIÁS GÁBOR, MENEDZSER, INGATLAN-, SZABADIDŐS ÉS TURIZMUSFEJLESZTÉSI TANÁCSADÁS,
KPMG TANÁCSADÓ KFT.; 3. HEGEDŰS MÁTÉ, MARKET MANAGER HUNGARY & ROMANIA, EXPEDIA
LODGING PARTNER SERVICES



Gerendai Károly,
Sziget Kft., ügyvezető igazgató

Úgy látom, hogy már ma is az egyik legjobban működő irány az ún. „ifjúsági vagy buliturizmus.” Itt elsősorban nem is a fesztiválokra gondolok, hanem a budapesti szórakozóhelyekhez és a romkocsmákhoz kapcsolódó turizmusra. Ez a jelenség, mondhatni meglepetésszerűen, teljesen magától alakult ki, anélkül, hogy bármilyen tudatos koncepció vagy stratégia lett volna mögötte. Itt egy újfajta hungarikum jött létre, ami egyedülállóan mondható nemcsak európai, hanem világviszonylatban is. Ma – az általános országgéppel szemben – Budapest a fiatal felnőttek körében kifejezetten trendinek számít. Ráadásul ebben a szegmensben még bőven van tartalék, így, ha nem sikerül ezt is tudatosan tönkretenni, akkor további jelentős növekedésre számíthatunk. A fesztiválturizmus ugyancsak ehhez a célközönséghez kapcsolódik, ez a két szegmens kifejezetten jól kiegészíti egymást. Úgy látom, hogy egyre javul a fogadókészség az országgéppért felelős

szakemberek részéről is. Míg korábban a legtöbben értetlenül álltak a hasonló jelenségek előtt, talán kezd végbemenni egy olyan generációváltás, amely olyan új döntéshozókat hoz felszínre, akik már a rendszerváltás után szocializálódtak. Nyilván most is sokan vannak, akik a konzervatív értékrendhez próbálnak ragaszkodni, és persze még mindig kérdés, hogy Budapestnek elsősorban milyen arcát akarjuk a világ felé mutatni. A legerősebb küldőpiacaink a nyugat-európai országok, fejlődési lehetőségeket viszont inkább a keleti régió kiaknázásában látok. Oroszország, Ukrajna, Kína mind-mind jelentős nagy piacok, egyre komolyabb vásárlóerőt képviselnek, és – ellentétben Nyugat-Európával – ezekben az országokban még nincs túlkínálat rendezvényekből. Nem értek egyet azzal a véleménnyel, hogy a fiatal turisták növekvő számának köszönhető az alacsonyabb vásárlóerővel rendelkező turisták nagy aránya Magyarországon. Sajnos valóban elég rossz a hazai turisták összetétele, és ez a Malév kiesésével még tovább romlott, de ez első-

sorban az ország általános megítéléséből és a szolgáltatások átlag alatti színvonalából fakad. Határozottan úgy vélem, hogy azok a fiatalok, akik megengedhetik maguknak, hogy egy-egy hétvégére kifejezetten csak egy jó szórakozás céljából külföldre utazzanak, azok nem az alacsony státuszú turisták. A Sziget látogatóit felmérő kutatások világosan kimutatják, hogy a hozzánk érkező fiatalok általában a felső-középosztályból kerülnek ki. Lehet, hogy most még nem az ötcillagos szállodákban szállnak meg, és nem a Michelin-csillagos éttermeket keresik, de az egy főre jutó költségük ettől függetlenül könnyen lehet, hogy több, mint a Magyarországra érkező átlagturistáé.



Tóbiás Gábor, menedzser,
Ingatlan-, szabadidős és
turizmusfejlesztési tanácsadás,
KPMG Tanácsadó Kft.

Az újszerű lehetőségek, irányok azonosításához egy pillanatra felejtjük el, hogy volt egy gazdasági válság, és hogy jelenleg a túlélésért küzd a turisztikai szektor legjava. Tegyük félre a szakma által rendszeresen hangoztatott elvárásokat, miszerint több forrást országpromócióra, nemzeti légitársaságot, egyszerűbb és olcsóbb működést, alacsonyabb áfát, stb. Tegyük félre az ország adottságait is: a gyógyvízkincset vagy a Balatont. Ha sikerült ezekről elvonatkoztatnunk, akkor koncentráljunk arra, mi a cél: nagyságrendekkel több turista, több költség és elégedett, visszatérni vágyó utazók. Ehhez olyan új attrakciókra van szükség, amelyek vendégéjszakák százazeit képesek generálni. A teljesség igénye nélkül néhány ötlet: nagy befogadóképességű konferencia-központ, legalább 3-4000 fő plenáris kapacitással; tematikus park, például egy vidámpark nemzetközi márkanevvel, régiós vonzerővel; nemzetközi jelentőségű események, akár többnapos könnyűzenei fesztiválok. Ugyancsak különleges attrakció lehet egy 5-10 különálló, de egymáshoz közel elhelyezkedő golfpályát magába foglaló golfdesztináció vagy egy kaszinóváros. Az irány kijelölése mellett azt is tudnunk kell, hogy a jövő turisztikai attrakciójának milyennek kell lennie. Ehhez ismerünk kell, hogy miként változnak az utazási szokások, például a mai fiataloké (Z gene- ▶

ráció), akik a válság során lettek tinédzser-
rek, most vesznek részt a felsőoktatásban,
és hamarosan munkaerőként jelennek meg
a piacon. Ők a közösségi média fogyasztói
és tartalmának létrehozói. Élni és dolgozni
is bárhol tudnak majd, és utaznak bárhova,
bármivel és bárkivel, vagy sokszor egyedül.
A jövő turistái egy helyszínt jóval azelőtt
megismerhetnek, virtuálisan bebarangol-
hatnak, hogy odautaznának. Amikor pedig
megérkeztek, játszi könnyedséggel tájéko-
zódnak okostelefonjaikkal. Ők magas minő-
ségű szolgáltatást követelnek meg, elér-
hető áron és biztonságosan. Ugyanakkor
új és egyedülálló élményt keresnek, amitől
egy utazó többnek érzi magát, és amit más-
hol nem kaphat meg. Az újdonságból eredő
vonzerő fenntarthatóságához elengedhetet-
len a nagyfokú rugalmasság – ez teszi lehe-
tővé, hogy a gyorsan változó igényekre az
üzemeltető rövid idő alatt és lehetőleg kis
költségek mellett tudjon reagálni, és ennek
köszönhetően az attrakció termék-életgör-
béje hosszú ideig elnyújtható. A jövő attrak-
ciófejlesztései sikerének záloga tehát a jövő
utazóinak ismerete és elvárásaik kiszolgálá-
sa rugalmas és dinamikus megközelítéssel:
az attrakció változzon, frissüljön állandóan,
váljon márkanévvé.



**Hegedűs Máté, Market Manager
Hungary & Romania, Expedia
Lodging Partner Services**

Mielőtt a nemzetközi trendeket vizsgálva a
lehetséges kitérés pontokat meghatározo-
nánk, Magyarországon egy kicsit előrébb
lenne érdemes kezdeni a történetet. Elő-
ször is ki kellene találni magunkat, illetve
elsősorban a terméket, amelyet értékesíteni
szeretnénk. Piacra vinni egy jó terméket kell,
és Magyarországot egyelőre nem érzem
annyira kiforrottnak, mint néhány szomszéd-
os versenytárs-desztinációt. Olyan turishti-
kai stratégiát kellene kialakítanunk, amely-
lyel nagyobb tömeget tudunk megmozgatni,
nyilván észben tartva a szegmentáció szabá-
lyait. Sajnos egyetértek azzal a vissza-visz-
zatérő véleménnyel, hogy az országnak
nem elég egységes az arculata. Jelen pillá-
natban az országmarketingünk inkább kam-
pányszerű, semmint állandó jelenlét a kül-
földi országokban, és az általunk hirdetett

programok üzenete sem világos: nem derül
ki, hogy mi az az attrakció, mi az a termék,
amelyet kínálunk. Érdemes például össze-
hasonlítani, hogy Tallin és Pécs hogyan
használta ki lehetőségeit Európa kulturá-
lis fővárosaként. Míg Pécsen nem nagyon
tapasztalhattuk, hogy ez az eseménysorozat
turisztikai desztinációként nagyobb hatással
lett volna a városra, Tallin ebben az időszak-
ban az egyik leggyorsabb növekedést pro-
dukálta Európában. Ez sokban köszönhető
a tudatos imázsépítésnek: az észtek marke-
tingtevékenységüket arra a néhány országra
korlátozták, ahonnan várakozásaik szerint a
legnagyobb hatékonysággal tudtak vendége-
ket vonzani, kimondottan Finnországra és
Oroszországra fókuszáltak. Talán nekünk
is valami hasonló stratégiát kellene válasz-
tanunk, és érdekesebb lenne néhány helyre
koncentrálnunk a marketingköltségeinket,
így valószínűleg mi is nagyobb határfokot
tudnánk elérni. A célzott desztinációkkal
turisztikai együttműködésre kellene lépni,
így tervezhetőbb és kiszámíthatóbb lenne az
idegenforgalom. Kiemelhetnénk például a
tradicionalisan legnagyobb küldőpiacainkat,
mint például Németország vagy az angol
piac. Ugyancsak érdemes lenne olyan orszá-
gokat bevonnunk a látókörünkbe, ahonnan
magasabb vásárlóerővel rendelkező turistá-
kat tudunk idecsábítani, akik többet költe-
nek, és a minőségi szolgáltatásokat használ-
ják – gondolok itt például az észak-európai
országokra, mint Svédország vagy Norvégia.
Az olyan nagy potenciállal bíró országokról
sem szabad megfeledkeznünk, mint Orosz-
ország vagy a környező nagyobb országok.
Egy kis tudatossággal ezekből a régiókból
a jelenleginél sokkal több látogatót tud-
nánk idevonzani. Ezek a nemzeti turishti-
kai stratégia részeként kellene, hogy meg-
fogalmazódjanak, és megfelelő intézményi
szinten kellene képviselni őket. Érdemes
lenne kiszélesítenünk a kínálati palettán-
kat is. Budapest mellett bevonhatnánk más
régiókat, amelyek megfelelő infrastruktúrá-
val rendelkeznek, és könnyen megközelít-
hetőek. Továbbfejleszthetnénk néhány, már
amúgy is tradicionalisan létező attrakcióin-
kat, pl. történelmi-kulturális idegenforgal-
munkat. Ezt a témát újragondolva, tema-
tikusan, szakemberek bevonásával, újabb
siker termékként tudnánk piacra vinni.

1 QUESTION – 3 RESPONSES

The Puszta or the “ruin pubs”

Hungary has fantastic touristic sites -
Lake Balaton, spas, trendy Budapest,
ruin pubs, but what we still don't have
is a consciously constructed country
image, cohesive promotion, or even a
clear message, an emblem of what we
bring to the world. Nevertheless, we
have a wealth of untapped opportunities
and hidden treasures but we remain
uncertain; in which direction to head,
which windows of opportunity should
we look for, and what kind of future
should we envisage for ourselves?

KATALIN MAJOR



**Károly Gerendai,
Managing Director, Sziget Ltd.**

It seems that the best direction to go is
the already successful “youth party tour-
ism.” I don't have in mind festivals per se,
but more tourism related to Budapest's
nightlife and ruin pubs – thus, young peo-
ple come to Budapest to have fun as well as
to do classic sightseeing. This trend, quite
surprisingly, is a completely self-devel-
oped phenomenon, not backed by a con-
scious development plan or strategy for-
mulated by either the capital or by the
state. A new “hungaricum” was born; the
pubs' look, atmosphere, and cultural pro-
grams are unique not only for Europe, but
also worldwide. Today, as opposed to the
country's general image, Budapest appears
to be trendy amongst young adults. In
addition, this segment has still plenty of
reserves, thus, if we do not destroy it on
purpose, we can expect further significant
growth. Festival tourism, which also tar-
gets this segment, attracts tens of thou-
sands to Hungary and these two seg-
ments complement each other. It seems
to me that professionals responsible for
the country's image are becoming more
open to these trends. In the past, many
were confused about similar trends, but a

new generation is currently emerging, bringing with it new decision-makers who grew up after the regime change who have new ideas about how to cope with the changing world. Obviously, there are many who still hold on to their conservative values, and, of course, it remains an open question as to which face Budapest intends to show to the world. Our main sources of capital are currently Western European countries and yet I see great potential in the East: Russia, Ukraine, and China. These are all major markets, with increasing purchasing power, and - unlike Western European countries - there is no over-supply in terms of festivals. I don't agree with the opinion that the higher proportion of tourists with low purchasing power is due to the increasing number of young tourists. Unfortunately, domestic tourism does not have the best composition right now, and this has further deteriorated with the loss of Malév. However, this is mainly due to the country's overall perception and to the low quality of services. Many attribute this phenomenon to the spread of "party tourism" but I firmly believe that young people, who can afford to travel abroad for just a leisure weekend, are not low-income tourists. Visitor data from the Sziget [music festival] clearly indicates that these young people belong to the upper-middle class. Maybe they are not staying in five-star hotels and are not looking for Michelin-star restaurants, nonetheless their per capita spending capacity might be easily more than those of an average tourist coming to Hungary.



Tóbiás Gábor, Manager of Real Estate, Leisure and Tourism Advisory Services, KPMG

In order to identify new opportunities and directions, we need to forget about the economic crisis for a moment and ignore the fact that most of the tourism sector is currently struggling to survive. Let's set aside our usual expectations of the industry: more sources of capitals, more country promotion, a national airline, easier and cheaper operation, less VAT, etc. Let's set aside even the country's specific characteristics: our thermal waters, Budapest, the Balaton...If we manage to disregard all these, then we can

finally concentrate on our goal: a lot more tourists, more spending, and satisfied travelers who intend to return. To accomplish this, we need attractions that are able to generate hundreds of thousands of guest nights. To name just a few ideas: a high-capacity conference center with a plenary capacity of at least 3-4000, a theme park (for example, an amusement park with an international brand name and regional presence), events of international significance, or multi-day music festivals. Another special attraction could be a golf facility destination including 5-10 separate, but closely spaced, golf courses or a casino city. In addition to selecting the direction, we should also know how our future attraction should be. We need to keep up with changing travel habits; for example, today's youth (generation "Z"), who were teenagers during the crisis, are now completing their higher education, and will soon appear on the job market. They are both the social media content creators and consumers. They can live and work wherever they want to; they travel anywhere, by any mode and with anyone, but often alone. Future tourists can get to know a place well before actually arriving there; they can virtually roam it. Once they get there, they can easily orientate with the help of their smart phones. They require high-quality services at affordable prices and with maximum safety. And at the same time, they are looking for new and unique experiences that add value to their lives - something they can not get anywhere else. A great deal of flexibility is essential for sustaining attractiveness - this means operators must be able to adapt to rapidly changing needs with minimal extra costs. Should this be managed successfully, the attraction's life curve can be significantly prolonged. A key success factor in developing future attractions is to know future travelers and to meet their expectations, maintaining a flexible and dynamic approach: the creation of a dynamic and vibrant attraction, which ultimately becomes a brand.



Máté Hegedűs, Market Manager for Hungary and Romania, Expedia Lodging Partner Services

Before defining the various possible market-entry points by examining international

trends (internet booking, social media networks, etc.) we need to pull back a little and look at Hungary. Firstly, we should define ourselves as the product we want to sell. It's only worth launching a good product on the market and, for the time being, I think Hungary is not as mature as some of our neighboring competitor destinations. A tourism strategy should be developed that is able to target a greater market, obviously bearing in mind segmentation rules. Unfortunately, I have to agree with the recurring opinion that the country hasn't got a uniform image. At the moment, our country marketing is quite ad hoc; we have no constant presence abroad and the message from market campaigns is not clear: it is simply not clear what the attraction here is and what the product we offer is. For example, it is worth comparing Tallinn with Pécs, looking at how they took advantage of their opportunities as European Capitals of Culture. While it seems as if the event did not have an impact on Pécs as a touristic destination, during the same period, Tallinn experienced the fastest growth in Europe. This is largely due to Estonia's conscious image building strategy: they limited their marketing activity to the countries from which they expected the most guests (Finland and Russia). Maybe we should follow a similar strategy and ought to concentrate our marketing power in a few locations; we could probably achieve higher efficiency this way. We could focus, for example, on our traditionally largest sources of capital: Germany or the UK, etc. It would also be worth targeting countries that have tourists with greater purchasing power who require quality services, for example, the northern European countries, such as Sweden or Norway. We should also not forget about countries with high potential, such as Russia or the larger surrounding countries. With a more conscious approach, we could attract many more visitors from these regions. Besides just Budapest, we could involve other Hungarian regions with the appropriate infrastructure and accessibility. We could further develop our existing attractions; it would be quite a straightforward investment to reinforce our historical/cultural tourism. With the help of professionals and business partners, we could reinvent this topic while launching additional successful products on the market.

Ötcsillagos szállodák

Five-star hotels

Szálloda neve és címe	Szobák száma és ágyak száma	2012. évi vendég-éjszakák száma	Kiemelt szolgáltatások	Rendezvényterem össz-területe (nm)	Szálloda építésének éve	Szálloda-igazgató	Tulajdonos	Szálloda-üzemeltető cég neve	Szálloda elérhetőségei
Buddha-Bar Hotel Budapest Klotild Palace***** 1052 Budapest, Váci u. 34.	102/213	N.A.	neobarokk palotában kortárs, modern belsőépítészeti megoldások, interaktív multimédiás LCD TV-rendszer, Buddha-Bar Étterem & Lounge, Buddhattitude Spa, ingyen wifi az egész szálloda területén/ contemporary, modern interior design in a neo-baroque palace, interactive multimedia LCD TV system, Buddha-Bar Restaurant & Lounge, Buddhattitude Spa, free wifi on the hotel premises	160	1902 (Klotild Palota)	Fazekas Tamás	Klotild Kft.	Mellow Mood Invest Kft.	Tel: +36 1 799 7300 www.buddhabarhotel.hu info@buddhabarhotel.hu
Corinthia Hotel Budapest**** superior 1073 Budapest, Erzsébet krt. 43–49.	414/N.A.	N.A.	Royal Spa (medence, szauna, jacuzzi, spa kezelések), 31 konferencia- és rendezvényterem, ingyen wifi, Executive Club, 5 étterem/ Royal Spa (pool, sauna, jacuzzi, spa treatments), 31 conference and event rooms, free wifi, Executive Club, 5 restaurants	2,800	1896 felújítva/ modernized 2002	Thomas M Fischer	Corinthia Hotels International	IHI Magyarország Zrt.	Tel: +36 1 479 4000 www.corinthia.com/budapest budapest@corinthia.com
Four Seasons Hotel Gresham Palace Budapest*****luxury 1051 Budapest, Széchenyi István tér 5–6.	179 (19 lakosztály/ suites)/N.A.	N.A.	Four Seasons Gresham Étterem, Gresham Bár, Spa/ Four Seasons Gresham Restaurant, Gresham Bar, Spa	7 funkcionális helyiség, 2 előkészítő helyiség/ 7 function rooms, 2 prefunction rooms	2004	Mr. Yves Giacometti	N.A.	Four Seasons Hotels and Resorts	Tel: +36 1 268 6000 www.fourseasons.com/budapest pbx.budapest@fourseasons.com
Hilton Budapest WestEnd***** 1062 Budapest, Váci út 1.	230/300	56,193	közvetlen átjárás a WestEnd Shopping Centerbe, Executive emelet, luxusminőségű Serenity matracokkal és ágyakkal, síkképernyős LG televíziókkal felszerelt szobák, tetőterasszal rendelkező fitneszterem és szauna, 11 napfényes tárgyalóterem, két részre osztható 400 fős bálterem/ direct access to WestEnd Shopping Center, Executive floor, rooms equipped with luxury Serenity beds and mattresses as well as flat-screen LG televisions, fitness room and sauna with a rooftop terrace, 11 sunny meeting rooms, ball room for 400 persons separable into 2 parts	1 107	2000	Jan Ebsen Thomsen	N.A.	Westend Szállodaüzemeltető Kft.	Tel: +36 1 288 5500 www.budapest-westend.hilton.com info.budapest-westend@hilton.com
Hilton Budapest***** 1014 Budapest, Hess András tér 1–3.	322/N.A.	110,940	szálloda, vendéglátás, konferenciaterem/ hotel, hospitality, conference room	1 629	1976	Árvai Zoltán	Danubius Zrt.	Danubius Zrt.	Tel: +36 1 889 6600 www.hilton.com www.budapest.hilton.com www.facebook.com/hiltonbudapest www.twitter.com/hiltonbudapest info.budapest@hilton.com
Kempinski Hotel Corvinus Budapest***** 1051 Budapest, Erzsébet tér 7–8.	359/667	93,792	2 étterem, 2 bár, 10 konferenciaterem, elektromos töltőállomás, Kempinski SPA és fitneszterem/ 2 restaurants, 2 bars, 10 conference rooms, electric charging station, Kempinski SPA and fitness center	1 400	1992	Mr. Emile Bootsma	Kempinski Hotel Budapest Zrt.	Kempinski Hotel	Tel: +36 1 429 3777 www.kempinski.com/budapest hotel.corvinus@kempinski.com
Mamaison Hotel Andrassy Budapest***** 1063 Budapest, Andrassy út 111.	68/127	28,350	24 órás recepció, több nyelven beszélő személyzet, ingyenes wifi, Baraka étterem, különböző méretű tárgyalótermek, őrzött parkoló/ 24-hour reception, multilingual staff, free wifi, Baraka restaurant, meeting rooms of various sizes, guarded parking	100	1937 felújítva/ modernized 2002, 2007	Nagy-Szász István	ORCO Hotel Zrt.	ORCO Hotel Management Üzemeltető Kft.	Tel: +36 1 462 2100 www.mamaison.com reservations.andrassy@mamaison.com
St. George Residence All Suite Hotel Deluxe***** 1014 Budapest, Fortuna u. 4.	26/58	8,500	N.A.	200	1785 felújítva/ modernized 2007	Gazdag Zoltán	N.A.	N.A.	Tel: +36 1 393 5700 www.stgeorgehotel.hu info@stgeorgehotel.hu
Hotel name and address	Number of rooms and beds	Number of guest nights in 2012	Highlighted services	Total area of event rooms (sqm)	Year of construction	General manager	Owner	Name of the hotel management company	Hotel contacts

Négycsillagos szállodák

Four-star hotels

Szálloda neve és címe	Szobák száma és ágyak száma	2012. évi vendég-éjszakák száma	Kiemelt szolgáltatások	Rendezvényterem össz-területe (nm)	Szálloda építésének éve	Szálloda-igazgató	Tulajdonos	Szálloda-üzemeltető cég neve	Szálloda elérhetőségei
Adina Apartment Hotel Budapest 1133 Budapest, Hegedűs Gyula u. 52–54.	97/230	38,012	30 nm-es szállodai szobák és 50-90 nm-es apartmanok, természetes fényű rendezvénytermek, bár, 17 méteres medence, jacuzzi, szauna, gőzfürdő és fitneszterem, csendes belső kert, saját garázs/ 30 sqm hotel rooms and 50-90 sqm apartments, event rooms with natural light, bar, 17 m pool, jacuzzi, sauna, steam bath, fitness room, quiet inner garden, private garage	302	1997	Gergyé Angéla	N.A.	Sydney Apartman Hotel 2000 Kft.	Tel: +36 1 236 8888 www.adina.hu abud@adina.hu
Art' Otel Budapest**** superior 1011 Budapest, Bem rakpart 16–19.	165/279	68,000	szauna, fitneszterem, parkolási személyzet, üzleti sarok, ingyenes wifi a szobákban és a közös terekben/ sauna, fitness room, valet parking, business corner, freewifi in the rooms and public areas	340	2000	Gábor Ádám	Park Plaza Germany Holdings GmbH	SW Szálloda-üzemeltető Kft.	Tel: +36 1 487 9487 www.artotels.com budapest@artotel.hu
Atrium Fashion Hotel**** 1081 Budapest, Csokonai u. 14.	57/114	30,693	büféreggeli, Atrium Café&Bar, ingyenes wifi, ingyenes kávé- teabekészítés, internetsarok/ buffet breakfast, Atrium Café&Bar, free wifi, free coffee and tea, internet corner	12	2007	Ilyés Zsuzsanna	Sameer Hamdan, Zuhair Awad	Mellow Mood Hungary Kft.	Tel: 04-36 1 299 0777 www.atriumhotelbudapest.com info@hotelatrium.hu
Best Western Hungaria Budapest**** 1074 Budapest, Rákóczi út 90.	499/N.A.	176,567	konferencia szolgáltatás/ conference services	1,275	1985	Krausz György	Danubius Zrt.	Danubius Zrt.	Tel: +36 1 889 4400 www.danubiushotels.com
Best Western Plus Hotel Ambra**** 1077 Budapest, Kisdiófa u. 13.	37/46	N.A.	finn szauna, internetsarok, mélygarázsos parkoló, büféreggeli, Open Bar/ Finnish sauna, internet corner, deep-level garage, buffet breakfast, Open Bar	N.A.	2008	Hegedűs Gábor	N.A.	Accent Hotel Management Kft.	Tel: +36 1 321 1533 www.hotelambra.hu reservation@hotelambra.hu
Boutique Hotel Bristol**** 1081 Budapest, Kenyérmező u. 4.	49/109	24,828	szauna, fitnesz sarok, ingyenes wifi, tea- és kávéfőzési bekészítés kérésre a szobában, 24 órás recepció, drinkbár/ sauna, fitness corner, free wifi, tea and coffee set-up in the rooms upon request, 24-hour reception, drink bar	160	2009	Gendur András	Dr. Farkas Balázs, Dr. Földi László	Expert Hotel Management Kft.	Tel: +36 1 799 1100 www.boutiquehotelbristol.hu reservation@hotelbristol.hu
Buda Castle Fashion Hotel****superior 1014 Budapest, Úri u. 39.	25/30	7,113	ingyenes wifi-használat a szálloda egész területén, ingyenes délutáni kávézás és teázási lehetőség a bárban (12:00-16:00)/ free wifi on the hotel premises, free afternoon coffee and tea at the bar (12:00-16:00)	60	2008	Ilyés Zsuzsanna	Sameer Hamdan, Zuhair Awad	Mellow Mood Hungary Kft.	Tel: +36 20 776 2227 www.budacastlehotel.eu info@budacastlehotel.eu
Continental Hotel Budapest**** superior 1074 Budapest, Dohány u. 42–44.	272/544	136,138	272 szoba, ARAZ Étterem és terasz, 5 db konferenciaterem, Galéria Kávézó, tetőkert wellness és fitnesz részleg, masszázsalon, mélygarázs/ 272 rooms, ARAZ Restaurant and terrace, 5 conference rooms, Galéria Café, rooftop garden, wellness and fitness area, massage parlor, deep-level garage	340	2010	Géher Zoltán	Mazen Ramahi	ZeinaHotel Szolgáltató Kft.	Tel: +36 1 815 1000 www.continentalhotelbudapest.com continentalinfo@zeinahotels.com
Danubius Grand Hotel Margitsziget****superior 1138 Budapest, Margitsziget	164/N.A.	59,487	Premier Fitness, wellness központ, sóbarlang, Empórium szépségápoló, konferencia szolgáltatás, Széchenyi Étterem/ Premier Fitness, wellness center, salt cave, Empórium beauty salon, conference services, Széchenyi Restaurant	583	1873	Körössi András	Danubius Zrt.	Danubius Zrt.	Tel: +36 1 889 4700 www.danubiushotels.com
Danubius Hotel Arena**** 1148 Budapest, Ifjúság útja 1–3.	379/N.A.	114,295	Premier Fitness, wellness központ, sóbarlang, Empórium szépségápoló, konferencia szolgáltatás, Oregano Étterem/ Premier Fitness, wellness center, salt cave, Empórium beauty salon, conference services, Oregano Restaurant	905	1982	Krausz György	Danubius Zrt.	Danubius Zrt.	Tel: +36 1 889 5200 www.danubiushotels.com
Danubius Hotel Astoria**** 1053 Budapest, Kossuth Lajos utca 19–21.	138/N.A.	53,137	Mirror Étterem, konferencia szolgáltatás, központi elhelyezkedés/ Mirror Restaurant, conference services, central location	422	1914	Bencze Gábor	Danubius Zrt.	Danubius Zrt.	Tel: +36 1 889 6000 www.danubiushotels.com
Hotel name and address	Number of rooms and beds	Number of guest nights in 2012	Highlighted services	Total area of event rooms (sqm)	Year of construction	General manager	Owner	Name of the hotel management company	Hotel contacts

Négycsillagos szállodák

Four-star hotels

Szálloda neve és címe	Szobák száma és ágyak száma	2012. évi vendég-éjszakák száma	Kiemelt szolgáltatások	Rendezvényterem össz-területe (nm)	Szálloda építésének éve	Szálloda-igazgató	Tulajdonos	Szálloda-üzemeltető cég neve	Szálloda elérhetőségei
Danubius Hotel Flamenco**** 1113 Budapest, Tas vezér utca 3–7.	355/N.A.	115,397	Premier Fitness, wellness központ, konferencia szolgáltatás/ Premier Fitness, wellness center, conference services	1,169	1983	Sükösdné Mózer Judit	Danubius Zrt.	Danubius Zrt.	Tel: +36 1 889 5600 www.danubiushotels.com
Danubius Hotel Gellért**** 1111 Budapest, Szent Gellért tér 1.	234/N.A.	71,997	Gellért Fürdő, Gellért Söröző, konferencia szolgáltatás/ Gellért Spa, Gellért Pub, conference services	1,014	1918	Bencze Gábor	Danubius Zrt.	Danubius Zrt.	Tel: +36 1 889 5500 www.danubiushotels.com
Danubius Hotel Helia**** 1133 Budapest, Kárpát utca 62–64.	262/N.A.	96,692	Premier Fitness, wellness központ, sóbarlang, Empórium szépségápolás, konferencia szolgáltatás/ Premier Fitness, wellness center, salt cave, Empórium beauty salon, conference services	984	1990	Körössi András	Danubius Zrt.	Danubius Zrt.	Tel: +36 1 889 5800 www.danubiushotels.com
Danubius Hotel Margitsziget****superior 1138 Budapest, Margitsziget	267/N.A.	115,546	Premier Fitness, wellness központ, sóbarlang, Empórium szépségápolás, konferencia szolgáltatás/ Premier Fitness, wellness center, salt cave, Empórium beauty salon, conference services	1,067	1979	Körössi András	Danubius Zrt.	Danubius Zrt.	Tel: +36 1 889 4700 www.danubiushotels.com
Estilo Fashion Hotel Budapest**** 1056 Budapest, Váci u. 83.	70/142	N.A.	konferenciaterem 50 főig, Mercatino étterem, wifi az egész épületben, parkolási lehetőség a közelben, business sarkok a lobbiban/ conference room for up to 50 persons, Mercatino restaurant, wifi all over the building, parking facility nearby, business corners in the lobby	50	2012	Grundtner Ágota	Mellow Moods Hotel – Sameer Hamdan, Zuhair Awad	Mellow Mood Hungary Kft.	Tel: +36 1 799 7170 www.estilohotel.hu info@estilohotel.hu
Expo Congress Hotel**** 1011 Budapest, Expo tér 2.	160/N.A.	58,088	Spa&Fitness, Sky Bar, ingyenes wifi, internetsarok/ Spa&Fitness, Sky Bar, free wifi, internet corner	314	2009	Nemes Róbert	Sameer Hamdan, Zuhair Awad	MMG Hotels Kft.	Tel: +36 1 263 6800 www.expohotel.hu info@expohotel.hu
Fraser Residence Budapest 1082 Budapest, Nagytemplom u. 31.	50/65	N.A.	teljesen felszerelt konyha, teremgarázs, 24 órás recepció, kontinentális büféreggeli/ fully equipped kitchen, indoor garage, 24-hour reception, continental buffet breakfast	N.A.	2011	Alain Goetschel	N.A.	Daylon Hungary Kft.	Tel: +36 1 872 5900 www.fraserhospitality.com reservation.budapest@fraserhospitality.com
Gold Hotel Buda**** 1016 Budapest, Hegyalja út 14.	25/48	N.A.	szállás, programszervezés, rendezvényszervezés, étkezés/ accommodation, program organization, event organization, catering	45	1997 felújítás/modernizáció 2013	Arany-Tóth Mariann	N.A.	Gold Hotel Kft.	Tel: +36 1 209 4775 www.goldhotel.hu info@goldhotel.hu
Holiday Beach Budapest Wellness és Konferencia Hotel**** 1039 Budapest, Piroška u. 3–5.	68/139	N.A.	céges tréningek és konferenciák lebonyolítása, egyedi dunai panorámás étterem és Duna-parti grill terasz, 1,5 ha park kültéri élményfürdővel és sportpályákkal, saját kikötő a Dunán/ organization of company trainings and conferences, restaurant with a unique view on the Danube and grill terrace on the Danube bank, 1.5 ha park with outdoor spa and sports grounds, private harbor on the Danube	455	2005	Fliszár Attila	Storechem Kft.	Storechem Kft.	Tel: +36 1 436 7160 www.holidaybeach.hu reservation@holidaybeach.hu
Hotel Budapest**** 1026 Budapest, Szilágyi Erzsébet fasor 47.	289/N.A.	97,799	konferencia szolgáltatás, Budapest Étterem és Terasz/ conference services, Budapest Restaurant and Terrace	402	1967	Sükösdné Mózer Judit	Danubius Zrt.	Danubius Zrt.	Tel: +36 1 899 4200 www.danubiushotels.com
Hotel Castle Garden**** 1012 Budapest, Lovasi út 41.	39/79	18,795	olasz étterem, wellness központ (jacuzzi, infrasauna, masszázs zuhany), mélygarázs, ingyenes internet-hozzáférés, ingyenes kávé-, tea- és üdítőfogyasztás a szállóvendégek részére 11:00-17:00 között/ Italian restaurant, wellness center (jacuzzi, infra sauna, massage shower), deep-level garage, free internet access, free coffee, tea and soft drinks for guests from 11:00 to 17:00	20	2008	Lenky Tamás	M2003 Kft.	M2003 Kft.	Tel: +36 1 224 7420 www.hotelcastlegarden.com hotel@castlegarden.hu
Hotel name and address	Number of rooms and beds	Number of guest nights in 2012	Highlighted services	Total area of event rooms (sqm)	Year of construction	General manager	Owner	Name of the hotel management company	Hotel contacts

Négycsillagos szállodák

Four-star hotels

Szálloda neve és címe	Szobák száma és ágyak száma	2012. évi vendég-éjszakák száma	Kiemelt szolgáltatások	Rendezvényterem össz-területe (nm)	Szálloda építésének éve	Szálloda-igazgató	Tulajdonos	Szálloda-üzemeltető cég neve	Szálloda elérhetőségei
Hotel Nemzeti Budapest****superior 1088 Budapest, József krt. 4.	80/160	N.A.	hungarikumok, borszelektió, turndown service, ingyenes wifi a ház egész területén, valet parking, infraszauna/ hungaricums, wine selection, turndown service, free wifi all over the building, valet parking, infra sauna	200	1896 felújítás/modernization 2012	Vaszily Edit	N.A.	Blaha Hotel Szállodaüzemeltető Kft.	Tel: +36 1 477 4500 www.hotel-nemzeti-budapest.com h1686@accor.com
Hotel Normafa**** 1121 Budapest, Eötvös út 52.	61/108	N.A.	különtermek céges tréningek, megbeszélések számára, elegáns étterem terasszal ülteti ebédek és találkozók számára, jól felszerelt fitness és wellness részleg külső úszómedencével, jacuzzival, szaunával/ event rooms for company trainings and meetings, elegant restaurant with a terrace for business lunches and meetings, well-equipped fitness and wellness area with an outdoor swimming pool, jacuzzi and sauna	84	1991	Horváth Péter Balázs	Docler Holding Kft.	Normaford Kft.	Tel: +36 1 395 6505 www.normafahotel.hu reservation@normafahotel.hu
Hotel Regnum Residence**** 1027 Budapest, Ganz u. 8.	49/162	25,000	ingyenes wifi, ingyenes minibár, kávé- és teabekészítés, parkoló/ free wifi, free mini bar, coffee and tea set-up, parking	135	N.A.	Galla Gergő	APTEL Kft.	Tourconsult Kft.	Tel: +36 1 265 5090 www.regnumresidence.hu info@regnumresidence.hu
Hotel Victoria Budapest**** 1011 Budapest, Bem rakpart 11.	27/54	12,536	dunai körpanoráma, ingyenes wifi internet, 35 műholdas csatorna, mediahub, svédasztalos reggeli/ full view on the Danube, free wifi internet, 35-channel satellite TV, mediahub, buffet breakfast	100	1990	ifj. Pálmai Zoltán	Victoria Holding Kft.	Victoria Holding Kft.	Tel: +36 1 457 8080 www.victoria.hu victoria@victoria.hu
La Prima Fashion Hotel Budapest**** 1052 Budapest, Piarista u. 6.	80/160	41,793	konferencia- és rendezvényszervezés, fitnessterem, ingyenes szobai internetkapcsolat és Business corner, gazdag választékú büféreggeli, Lobby Bar/ conference and event organization, fitness room, free internet access in the rooms, business corner, buffet breakfast with a wide selection, Lobby Bar	143	2011	Török Ágoston	Sameer Hamdan, Zuhair Awad	MMG Hotels Kft.	Tel: +36 1 799 0088 www.laprimahotel.hu info@laprimahotel.hu
Lánchíd 19 Design Hotel**** 1013 Budapest, Lánchíd u. 19–21.	45+3/N.A.	N.A.	wifi ingyenes, rendezvényterem, à la carte étterem, lobby bár, programértékesítés/ free wifi, event rooms, à la carte restaurant, lobby bar, sales of organized programs	120	2007	Rozsos Edit	Duna Resort Kft.	Duna Resort Kft.	Tel: +36 1 457 1200 www.lanchid19hotel.hu info@lanchid19hotel.hu
Mamaison Residence Izabella Budapest**** 1064 Budapest, Izabella u. 61.	38/46	17,406	ingyenes fitness- és szaunahasználat, ingyenes wifi a szálloda területén, 24 órás többnyelvű recepció szolgáltat, szobaszerviz, mélygarázs/ free use of fitness facilities and sauna, free wifi on the hotel premises, 24-hour multilingual reception, room service, deep-level garage	N.A.	1885 felújítás/modernization 2003	Nagy-Szász István	Residence Izabella Zrt.	Residence Izabella Zrt.	Tel: +36 1 475 5900 www.mamaison.com reservations.izabella@mamaison.com
Mercure Budapest City Center**** 1052 Budapest, Váci u. 20.	227/416	N.A.	Privilege szobák, Privilege lounge, konferenciatermek, ingyenes wifi, Café Vü Bar, Panorama Étterem/ Privilege rooms, Privilege lounge, conference rooms, free wifi, Café Vü Bar, Panorama Restaurant	372	1985	Márcs József	N.A.	Accor-Pannonia Hotels Zrt.	Tel: +36 1 485 3100 www.mercure.com/6565 www.accorhotels.com/6565 h6565@accor.com
Mirage Fashion Hotel**** 1068 Budapest, Dózsa György út 88.	37/44	758	jacuzzis lakosztály 50 nm-es terasszal, nyári terasz, kávézó, 24 órás drink bár, mosodai szolgáltatás, 40 fős rendezvényterem/ jacuzzi apartment with 50 sqm terrace, summer terrace, café, 24-hour drink bar, laundry services	56	2012	Schwindt-Kiss Andrea	Sameer Hamdan, Zuhair Awad	Mellow Mood Hungary Kft.	Tel: +36 1 462 7070 www.miragehotel.hu info@miragehotel.hu
Radisson BLU Béke Hotel****superior 1067 Budapest, Teréz körút 43.	247/N.A.	85,790	konferencia szolgáltatás, Olive's Étterem, Zsolnay Kávézó, Business Class szobák/ conference services, Olive's Restaurant, Zsolnay Café, Business Class rooms	869	1985	Dömötör Miklós	Danubius Zrt.	Danubius Zrt.	Tel: +36 1 889 3900 www.danubiushotels.com
Ramada Resort – Aquaworld Budapest****superior 1044 Budapest, Íves út 16.	309/838	N.A.	Közép-Európa legnagyobb fedett élményfürdője, 160 nm-es játszótér, családbarát szolgáltatások, szórakoztatás, szaunavilág/ biggest experience bath in Central Europe, 160 sqm playhouse, family friendly services, surf courses, sauna world	1,400	2008	Szabó Áron	Aquaworld Zrt.	Aquaworld Zrt.	Tel: +36 1 231 3600 www.ramadaresortbudapest.hu reservation@aquaworld.hu
Hotel name and address	Number of rooms and beds	Number of guest nights in 2012	Highlighted services	Total area of event rooms (sqm)	Year of construction	General manager	Owner	Name of the hotel management company	Hotel contacts

Szállodaüzemeltetők
Hotel Facility Managers

Cég neve és címe	Portfólióban szereplő szállodák minősítése			Szolgáltatások	Alkal- mazott software neve	Üzemel- tetett szállodák (db szoba) összesen	Legnagyobb üzemeltetett szállodák	Cégvezető neve, beosztása	Elérhetőségek
	3*	4*	5*						
Accent Hotel Management Kft. 1136 Budapest, Pannónia u. 8. IV. em. 2/A	–	✓	✓	szállodaüzemeltetés, központi értékesítés, központi beszerzés, szállodai tanácsadás/ hotel management, centralized sales, centralized procurement, hotel consulting	N.A.	1,298	Balneo Hotel Zsori Thermal&Wellness****, Colosseum Hotel****, Greenfield Hotel Golf&Spa****, Hotel Sziessza, Lotus Therme Hotel&Spa*****	Csordás Imre ügyvezető igazgató/ managing director	Tel: +36 1 780 4593 www.accenthotelmanagement.com info@accenthotelmanagement.com
Danubius Zrt. 1051 Budapest, Szent István tér 11.	✓	✓	✓	szállás, gasztronómia, wellness, fitnesz, konferencia szolgáltatás/ accommodation, gastronomy, wellness, fitness, conference services	Micros Fidelo Opera	5,346	Danubius Health Spa Resort Margitsziget, Hilton Budapest, Danubius Hotel Astoria, Best Western Hotel Hungaria, Danubius Health Spa Resort Helia, Danubius Hotel Arena	Tóbiás János igazgatósági tag/ board member	Tel: +36 1 889 4000 www.danubiushotels.com sales@danubiushotels.com
Mellow Mood Group (Mellow Mood Hungary Kft., Mellow Mood Invest Kft., MMG Hotels Kft.) 1051 Budapest, Vörösmarty tér S. II. em.	✓	✓	✓	szállodaüzemeltetés, központi marketing, központi beszerzés, nyomdai anyagok központi gyártása/ hotel management, centralized marketing, centralized procurement, centralized production of printed materials	N.A.	899	Atrium Fashion Hotel****, Buda Castle Fashion Hotel****superior, Star City Hotel***, Mirage Fashion Hotel****, Estilo Fashion Hotel****, Marco Polo Top Hotel, Buddha-Bar Hotel Budapest Klotild Palace****, Expo Congress Hotel****, Atlas City Hotel****, Baross City Hotel***, Cosmo City Hotel****, La Prima Fashion Hotel Budapest****, Promenade City Hotel****superior	Sameer Hamda, Zuhair Awad ügyvezető igazgatók, tulajdonosok/ managing directors, owners	Tel: +36 1 413 2062 www.mellowmoodhotels.com info@mellowmoodhotels.com
Service4You Hotel Management Company 1021 Budapest, Hűvösvölgyi út 54.	✓	✓	–	személyre szabott szállodaüze- meltetés, fejlesztés, tanácsadás és projektmenedzsment/ customized hotel management, development, consulting and project management	Hostware, Flexys	9 (szállodák/ hotels)	Hotel Palace**** Hévíz, Hotel Aquarell**** Cegléd, Club Kehida Aparthotel Kehidakustány, Hotel Majerik**** Hévíz, Alföld Gyöngye Hotel*** és Konferenciaközpont	Boldizsár Zoltán tulajdonos, ügyvezető igazgató/owner, managing director Klemm Balázs tulajdonos/owner	Tel: +36 1 398 1000 www.service4you.hu info@service4you.hu
Name and address of company	Classification of hotels in the portfolio			Services	Name of software system utilized	Managed hotels (number of rooms) in total	Biggest managed hotels	Name and title top executive	Contact
	3*	4*	5*						

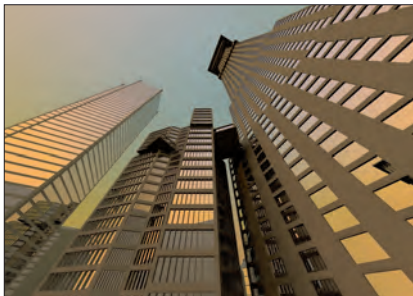
Az információkat a RSource gyűjtötte össze a teljesség igénye nélkül. Az adatok a 2013. március 25-i állapotnak felelnek meg, és a szállodáktól és a szállodaüzemeltetőktől származnak.
The list was compiled by RSource. No claim is made as to the accuracy of the information. The database was compiled based on information by Hotels and Hotel Facility Managers as of March 25, 2013.



VÁCI UTCA CENTER
1056 Budapest,
Váci u. 81.

V. kerület Váci utcában A kategóriás irodaházban irodák 75 m² nagyságtól kiadók.

Méret	Ár/ m²/hó	Parkoló	Légkondi	Metró- közeli	Emelet	Liftek száma	Épült	Felújítás éve	Érdeklődni
9,600	€ 10-13	166	✓	✓	9	6	1996	2010	Tel: 411 0442 vacutca@ vacutccenter.hu
Size	Price/sqm/ month	Parking places	Air cond'ng	Metro close	Floor level	Elevators	Year built	Year refurb- ished	Information
Offices to let in A-category office building in 5th district Váci utca, starting from 75 sqm.									



Hirdesse nálunk irodaházát,
hívjon minket most!
+36-1-472-2094
resource@portfolio.hu

Energy Investment Forum 2013

2013. szeptember 26., Hilton Vár

- ▷ Energiavezérek kerekasztala
- ▷ Az energiapiac globális és európai trendjei
- ▷ A paksi bővítés jövőképe
- ▷ Magyar cégek lehetőségei az energiaiparban
- ▷ Innovatív technológiák az energiaszolgáltatásban
- ▷ Magyarország lehetőségei a regionális gázpiacon

Főtámogató



Támogató



További információk:
www.portfolio.hu/rendezvenyek,
konferencia@portfolio.hu
tel.: +36 1 327 40 86, sales@portfolio.hu



Portfolio.hu Property Investment Forum 2013

The leading industry get-together in CEE since 2005.
The annual full-day conference covers the most important
issues of the Hungarian and CEE property markets.



Partner



Gold sponsors



Sponsors



CIB CSOPORT



SKANSKA



In association with



November 28, 2013
Hotel Marriott,
Budapest, Hungary

Further information:

www.portfolio.hu/en/events

conference@portfolio.hu,

tel.: +36 1 327 40 86, sales@portfolio.hu