


WAKACYJNE CONDOHOTELE RÓWNAJĄ W GÓRĘ

Aby utrzymać się na rynku, trzeba zapewnić w apartamentach coś więcej, niż tylko wygodne cztery kąty.  PAWEŁ BERŁOWSKI

Zarabianie na nieruchomościach rozgrzewa umysły osób, które nie chcą zakopać pieniędzy w lokatach czy obligacjach. Do tych o wysokich stopach zwrotu należą apartamenty w hotelach budowanych w systemie condo. Według szacunków Macieja Górki, dyrektora ds. rozwoju w portalu E-bazanie-nieruchomości.pl, przy obłożeniu lokalu przez 70 proc. roku przy najmie krótkoterminowym można zarobić 30 proc. więcej niż przy tradycyjnym najmie mieszkań.

– W Polsce segment condohoteli rozwija się dopiero od około 10 lat i nie doczekał się jeszcze uregulowań prawnych. Powstają kolejne inwestycje, które dzięki sprawnym operatorom i swojej lokalizacji zapewnić mogą zwrot nawet 8 proc. rocznie. Rosnący popyt na lokale wynajmowane w modelu krótkoterminowym ma źródło w tym, że są po prostu tańszą alternatywą dla oferty hotelowej, a to się przekłada na dość wysoką rentowność – mówi Maciej Górka.

W systemie condo w Polsce model zwrotu z inwestycji jest bardzo podobny do zachodniego: przez pierwszych kilka lat zysk z najmu jest gwarantowany, a potem inwestor czerpie korzyści już sam i jest uzależniony od obłożenia hotelu. Oczywiście nadal może współpracować z operatorem, ale za obsługę musi też dzielić się zyskiem. Ta opcja ma jednak niezaprzeczalną przewagę: inwestor nie musi się troszczyć ani o obłożenie, ani o obsługę swoich apartamentów.

Według portalu Inwestycje w Kurortach, jeszcze kilka lat temu apartament wakacyjny w standardzie deweloperskim można było kupić, płacąc 6-8 tys. zł za mkw. Dziś te ceny zaczynają się od 9 tys. zł, a w apartotelach, w których lokale oddawane są wraz z wyposażeniem, metr kosztuje od 12 tys. do 15 tys. zł netto plus 23 proc. VAT. Mimo to w wielu projektach już na etapie budowy nabywców znajduje 20-30 proc. lokali.

Ostrożność wskazana

Marlena Kosiura, właścicielka portalu InwestycjeWkurortach.pl, zwraca uwagę, że oferowane nabywcom lokali 6-8-procentowe przychody to zyski brutto, a rentowność jest zazwyczaj niższa o 1-2 proc., gdyż w wielu przypadkach deweloperzy nie wliczają w nie wszystkich zainwestowanych kwot (np. kosztów wykończenia apartamentów czy ceny miejsca garażowego). Również zdaniem Jana Wróblewskiego, współwłaściciela firmy Zdrojowa Invest & Hotels, szacując przyszłe zyski, należy być bardzo ostrożnym i skupić się na merytorycznej analizie projektów.

Białka

Tatrzańska.

10 trzypiętrowych budynków w stylu tatrzańskim to inwestycja Sun & Snow. Zostanie zakończona w 2019 r. W każdym budynku znajduje się 8-13 apartamentów od 17 do 52 mkw.

– Inwestycje tego typu dość często przyciągają potencjalnych kupujących wysokimi stopami zwrotu (powyżej 6 proc.), co może być ryzykowne. Warto zadać sobie pytanie, dlaczego inwestor oferuje finansowo tak dużo. Może projekt nie jest wystarczająco atrakcyjny? – przestrzega Jan Wróblewski.





Przemysław Aściukiewicz, inwestor Osiedla Feniks w Kołobrzegu, zauważa, że w tym segmencie rynku powstaje wiele inwestycji na gruntach, które jeszcze kilka lat temu nie byłyby w tym celu w ogóle rozpatrywane. Ze względu na ciągły popyt za budowę zabierają się inwestorzy bez doświadczenia i wiedzy o potrzebach rynku i funkcjonowaniu hoteli. Często priorytetem jest dla nich maksymalna zabudowa działki „okno w okno”.

– Aby obiekt zapewniał odpowiednie marże deweloperskie, a jednocześnie cena apartamentu była „rynkowa”, większość takich deweloperów minimalizuje powierzchnie części wspólnych, które zwłaszcza w obiektach sezonowych są najważniejsze dla atrakcyjności pobytu. Sami kupujący bardzo rzadko na ten aspekt zwracają uwagę – dopytują się o wyposażenie apartamentu, okolicę hotelu, dostęp do basenu. To też jest ważne, ale jeżeli obiekt sezonowy nie ma odpowiedniej strefy relaksu i zabawy, ani restauracji, baru lub kawiarni, to istnieje duże ryzyko, że goście rozczarują się takim miejscem – wyjaśnia Maciej Szatkowski, prezes Spółdzielni Właścicieli Blue Marine Mielno.

Nie tylko zysk

Jan Wróblewski podkreśla, że rynek condo rozwinął się w kurortach, ponieważ około 20 proc. klientów kupuje je na własne potrzeby wypoczynkowe, a 80 proc. wyczywa w ramach pobytów właścicielskich, jednocześnie zarabiając.

Firma Sun & Snow, dostrzegając takie potrzeby wakacyjne inwestorów, zaoferowała im przynależność do Klubu Właściciela – mogą wyczywać podczas pobytów właścicielskich nie tylko w swoich własnych lokalach, ale też w innych apartamentach zarządzanych przez firmę, w najbardziej atrakcyjnych miejscach w Polsce, za darmo lub za niewielką dopłatą.

Korzyścią właścicieli może być wreszcie rosnąca wartość lokali. Powstanie wysokiej klasy condohotelu w mało popularnej wcześniej miejscowości przyciąga bowiem więcej turystów. Kiedy popularność miejscowości rośnie, wzrasta też sama wartość nieruchomości.

Szansa na sukces

Konkurencyjne są obiekty zapewniające liczne atrakcje. Turyści przyjeżdżający do miejscowości wypoczynkowych chcą przede wszystkim być niezależni od pogody i wszystkich codziennych trosk.

– Miejsce jest bardzo ważne, to niewątpliwie atut dla wyjeżdżających nad morze, którzy chcą się nim nasycić, a więc mieć je stale przed oczyma. Poza tym goście cenią komfort i bogatą infrastrukturę: basen wewnętrzny, salę fitness, restaurację, które gwarantują udany wypoczynek niezależnie od pogody – mówi Diana Butowska, specjalista ds. media i public relations Firmus Group.

Wojciech Konferowicz, dyrektor sprzedaży i marketingu inwestycji deweloperskich Sun & Snow, dodaje, że szansę na sukces zwiększa zróżnicowanie atrakcji – osobne dla dzieci, młodzieży i dorosłych. Cenione są miejsca zapewniające profesjonalną opiekę nad dziećmi oraz posiadające zaplecze konferencyjno-szkoleniowe.

Rola operatora

Zatrudnienie profesjonalnego operatora do obsługi obiektu to nie tylko pozbycie się przez właściciela problemów z bieżącą

Nie tylko morze.

Aparthotel Moto Park w Mielnie – inwestycja Firmus Group – otwiera się na jezioro Jamno.

obsługą apartamentów. To od niego bowiem zależy, jakie obłożenie uzyska ośrodek poza sezonem. Do tego, by przynosił zyski, dzięki organizacji przyjęć okolicznościowych czy zjazdów biznesowych, niezbędna jest odpowiednia baza konferencyjna.

– Historia Blue Marine Mielno rozpoczęła się od koszmaru inwestorów. Już po pierwszym sezonie operator ogłosił upadłość, a my, właściciele, pozostaliśmy z 167 mieszkaniami i niczym więcej. Udało się nam jednak zorganizować w spółdzielnię, zatrudnić profesjonalny personel do prowadzenia naszego ośrodka, a z zarobionych pieniędzy rozbudować infrastrukturę części publicznych (np. po pierwszym roku wzięliśmy kredyt i dobudowaliśmy drugą restaurację). Po trzech latach samodzielnej działalności postanowiliśmy dalej rozbudowywać nasz ośrodek, by jeszcze lepiej obsługiwać gości w sezonie oraz rozwijać biznes konferencyjny poza sezonem – opowiada Maciej Szatkowski.



Z widokiem. Diune Hotel & Resort by Zdrojowa w Kołobrzegu – pięciogwiazdkowy hotel nad samym morzem. Od piaszczystej plaży dzieli go zaledwie 20 metrów.



Rozrywki. Radisson Blu Resort Świnoujście by Zdrojowa kusi gości m.in. aquaparkiem, w którym znajdują się nie tylko zewnętrzne zjeżdźalnie, ale też sztuczna fala do surfingu.

Trudne wyzwania

W biznesie condohotelowym jest więcej zagrożeń. Tak jak cała gospodarka, również inwestorzy w kurortach borykają się z brakiem rąk do pracy. Są obiekty, których budowa opóźnia się z tego powodu o wiele miesięcy, inne mają problemy z zatrudnieniem obsługi w firmach operatorskich.

Największym wyzwaniem jest pogodzenie sprzecznych tendencji i interesów różnych grup, by przy wzrastających kosztach budowy i materiałów budowlanych nie windować ceny sprzedaży, bo rentowność takich obiektów spadnie.

– Wzrastająca liczba condohoteli powoduje, że trzeba konkurować obiektem, jego ceną i jakością oraz przemyślaną funkcjonalnością i dużą liczbą atrakcji w połączeniu z jak najwyższą stopą zwrotu dla właścicieli – tłumaczy Wojciech Konferowicz.

Pewne zmiany mogą nastąpić także w związku z planowanymi regulacjami na rynku wynajmu mieszkań dla turystów przez platformy typu Airbnb. Jak poinformował portal InwestycjeKurortach.pl, ministerstwo turystyki pracuje już nad takimi zmianami w prawie. Aparthotele i mieszkania turystyczne w Polsce, podobnie jak od dawna w Europie Zachodniej, zaczynają być poważną i nierówną konkurencją dla pokoi hotelowych.

– Na razie szczegółów jest niewiele, ale prawie pewne jest to, że wprowadzony zostanie publiczny rejestr takich mieszkań, niewątpliwie uściślone zostaną też kontrole podatkowe osób zajmujących się najmem krótkoterminowym – wyjaśnia Marlena Kosiura.

Nowi gracze

Mimo różnych trudności segment condohoteli się rozwija. Obiekty, które powstają, z reguły są sprzedawane w modelu condo – czyli od razu z usługą zarządzania. W zasadzie nie buduje się już klasycznych apartamentów wakacyjnych, w których można było kupić second home na własny użytek.

– To odpowiedź na przenoszenie pieniędzy z banków i lokat w nieruchomości. Deweloperzy przyznają, że klienci kupują za gotówkę, czasem nie jeden, ale kilka lokali – wyjaśnia Marlena Kosiura.

Na rynek aparthoteli i apartamentów z opcją zarządzania wchodzi też nowi gracze, m.in. w pobliżu Karpacza nad zalewem Sosnówka, w Kołobrzegu, Międzyzdrojach, Rogowie, na Helu. Deweloperzy, którzy zrealizowali już kilka projektów condo, budują lub planują kolejne – m.in. grupa Górskie Resorty, właściciel czynnej już Osady Śnieżka, przymierza się do ogromnego condohoteli



Osiedle Nadmorskie

Feniks. Inwestycja w Kołobrzegu z kompleksem rekreacyjnym, w skład którego wchodzi m.in. basen zewnętrzny.

Chmielna Park.

Apartamenty Sun & Snow w Gdańsku składają się z salonu z aneksem kuchennym oraz jednej lub dwóch sypialni i łazienki.



na ponad 500 lokali w Wiśle, Zdrojowa Invest rozpoczęła budowę hotelu w formule condo w Szklarskiej Porębie (104 pokoje w pierwszym etapie), o nowy etap rozbudowuje się też Blue Marine Mielno – do 167 już działających apartamentów dołączy kolejnych 75 lokali.

Zdaniem Jana Wróblewskiego, rzeczywista wielkość rynku condohoteli w Polsce, to około 5 tys. jednostek mieszkalnych, a drugie tyle jest w opracowaniu i budowie. Wiele obiektów uważanych za condohotele to po prostu mieszkania na wynajem, nazwane tak przez deweloperów, by łatwiej mogli je sprzedać.

– Zmieniają się format i standard lokali, które odbiegają od pierwotnego podobieństwa do pokoi hotelowych. Oferta condohoteli dla klientów dzieli się dziś na dwa segmenty – obiekty budżetowe, tanie, bez wyżywienia, i drogie, ze spa i concierge – zauważa Maciej Górka.

Wojciech Konferowicz podkreśla, że rynek robi się coraz bardziej konkurencyjny i w najbliższych 2-3 latach powinien się skryształować. Pozostaną w grze tylko najlepsi, z najbardziej dopracowanymi i przemyślanymi obiektami w atrakcyjnych miejscach, zapewniający najlepszą obsługę i jakość oraz gwarantujący pewne dochody.

Kołobrzeg

Resort. Inwestycja Sun & Snow to obiekt z luksusowymi apartamentami tuż przy Bałtyku i jednocześnie graniczący z obszarem Natura 2000.

