



MSZÉSZ

MAGYAR SZÁLLODÁK
ÉS ÉTTERMEK SZÖVETSÉGE

Szállodafejlesztés a COVID alatt

Hegedűs Attila, BDO

Visszatekintés a tavaszi közgyűlésre

Az élet nem áll meg

A szállodákat több évtizedes cashflowra építik ezért a 10 évente kódolt válság benn van a „fejekben” – ergo a fejlesztők ciklusokon át gondolkodnak.

Diverzifikált megközelítés

A „táplálékláncban” más a fontos üzemeltetőnek, banknak, tulajdonosnak és az államnak is.

Az Eötvös effektus

Van mááásik. Nem kell aggódni.



Klasszikus összehasonlítás – Budapest Vs. Vidék avagy fejlesztések motorjai

Budapest

- Jelentős tranzakciós potenciál
- A szálloda az ingatlanfejlesztők szemében egy eszköz – asset class
- Erőteljes nemzetközi jelenlét (üzemeltetői) és befektetői is
- Könnyebb finanszírozást szerezni/szervezni
- Exit potenciál
- Nemzetközi szinten is érettebb piac

Vidék

- Elérhető állami támogatás (amely nélkül viszont nincs matek...)
- Ha van kistafírozás, könnyebb banki finanszírozást is szerezni
- Önmegvalósítás lehetősége
- A jó projektek „odaadhatók” üzemeltetőknek
- A pandémia hozott némi visszaigazolást a belföldi turizmusnak

Készlet dilemmák – Új hotel vs. Régi

Új hotelek

- Tied a termék, magadnak építed (és rontod el)
- Kontrollálható fejlesztés, nem kell más régi szállodáját barkácsolni
- Fejlesztői profit érhető el
- Stimulálja az építőipart
- Az új termék mindig sexy a vendég és a dolgozók szemében
- DE: be kell vezetni

Meglévő készlet

- A pandémia alatt aki tudott felújított és ezáltal versenyben tudott maradni
- A felújítás megoldható úgy is, hogy nem zavarja az üzletmenetet
- Ha a tulajdonos/üzemeltető vagy ezek közös metszete gondoskodik CAPEX-ről akkor ez egy fájdalommentes olyamat is lehet
- DE: nem kell a termék „érésére” várni

Profilozzunk – Kit, mi motivál

Fejlesztő

- Kreálni, építeni, létrehozni, innoválni
- Fejlesztői profit, kockázat
- Megszervezni a finanszírozást, építkezést, engedélyeztetést
- Fejleszt-épít-elad körforgásban gondolkodik
- Motiváció: a legdurvább időszakokban kell fejleszteni, mert ott lehet nagyot kaszálni

Befektető/Vevő

- Nem kíván a fejlesztéssel bíbelődni
- Cash-flow-t vagy cash flow potenciált vásárol
- A hotel csak egy eszköz a szemében, a GOP és a hozam a fontos
- Vesz-elad-vesz körforgásban él
- Motiváció: jó hozammal venni – nem feltétlenül olcsón és prémiummal eladni/tartani/refinanszíroztatni

Profilozzunk – Kit, mi motivál

Finanszírozó (bank)

- Megfelelő cash flow potenciál
- Alacsony kockázatú termék
- Legyen menekülési alternatíva/menekülési érték
- Decens donor megfelelő önrésszel/támogatással
- Prudens üzemeltető – és megfelelő háttér
- Prioritás: a kockázatok lefedése

Állam

- Teremtsen munkahelyet és/vagy tartson meg helyben munkaerőt
- Generáljon adóbevételeket és addicionális forgalmat a térségben
- Láthatóan emelje a desztináció profilját
- Hosszútávon fenntartható legyen
- Prioritás: stabilitás és kommunikálhatóság

Kutya és macska – Feltéve ha a kettő nem ugyanaz

Tulajdonos

- Birtoklási vágy
- Folyamatos pénztermelés
- Befektetések diverzifikálása
- És a fejlesztő, befektető összes motivációja együttesen, egy időben
- No és persze vidéken legyen támogatás
- Fő motiváció: profit, osztalék és némi ego

Üzemeltető

- Stabil, jó minőségű termék
- Kiszámítható gazdálkodási lehetőség
- Növekedési potenciál és piaci részesedés növelése
- Gondos gazda szerep teljes átéléssel
- Prioritás: leginkább a tulajdonos ne zaklassa hülyeségekkel

Néhány száraz adat

Széchenyi 2002: 36 milliárd támogatás –
92 milliárd turizmusfejlesztést indukál

ÚMFT 2007/2008: 30 milliárd szálláshely
támogatás 120 milliárd beruházást indukál

Kisfaludy: 200 milliárd támogatás 330
milliárd összköltséget indukál





Néhány érdekesség - Budapest

- A Ferenciek tere az új luxus desztináció?
- Új szereplők lépnek be a piacra – a Futureal első szállodáját kezdi építeni
- Mások tovább menetelnek – a WING a Liberty projektjével és a B+B-vel új frontot nyitott
- Budán a Kimpton-tól várja a tulajdonosa a Lifestyle terméken keresztül új irány megnyílását
- Erőteljes Accor és Marriott dominancia mellett szépen a Hilton és az IHG is rakosgatja le a „zászlócskáit”
- Ha az Accor a budapesti szállodapiac fájának a törzse (2 Tribe is ennek a része) akkor a luxusban a Marriott-ra figyel mindenki
- Emellett persze lesznek/vannak új termékek – B+B, InterCity de érdemes figyelni az exit pipeline-t is

Néhány érdekesség - Budapest



THE
LUXURY
COLLECTION®



TRIBE



KIMPTON
hotels & restaurants



INTERCITY
HOTELS



Deliver check-in & check-out
Mobile key
Smart devices
Wireless charge



UP HOTEL
BUDAPEST



Vidéki Színfoltok

- Debrecen – az új brand gyűjtőhely vidéken – legalább 2 márkázott hotel megjelenése várható
- Mercure – keleti dominancia – Tokajt és Debrecent is bevették
- Az Appeninn megy előre mint a gőzhenger – Balatonon nagyívű tervek – Aliga, Füred, BalaLand és Tokajban a Minaro
- Tihanyban is komoly visszhangot vár a CD Hungary a part menti projektjétől
- Keszthelyi fejlesztések révén a Balaton újabb nagyvárosa ugrani készül
- A Mátra immár nem szimpla kirándulóhely – Ózon mellett színesedik az Avar
- Esztergom sem kíván félnapos desztináció maradni
- Pogány felkerül a turisztikai térképre
- A hagyományos fürdővárosokban pedig szépen modernizálódnak a szállodák



Vidéki Színpaltok



BALALAND



MERCURE
HOTELS

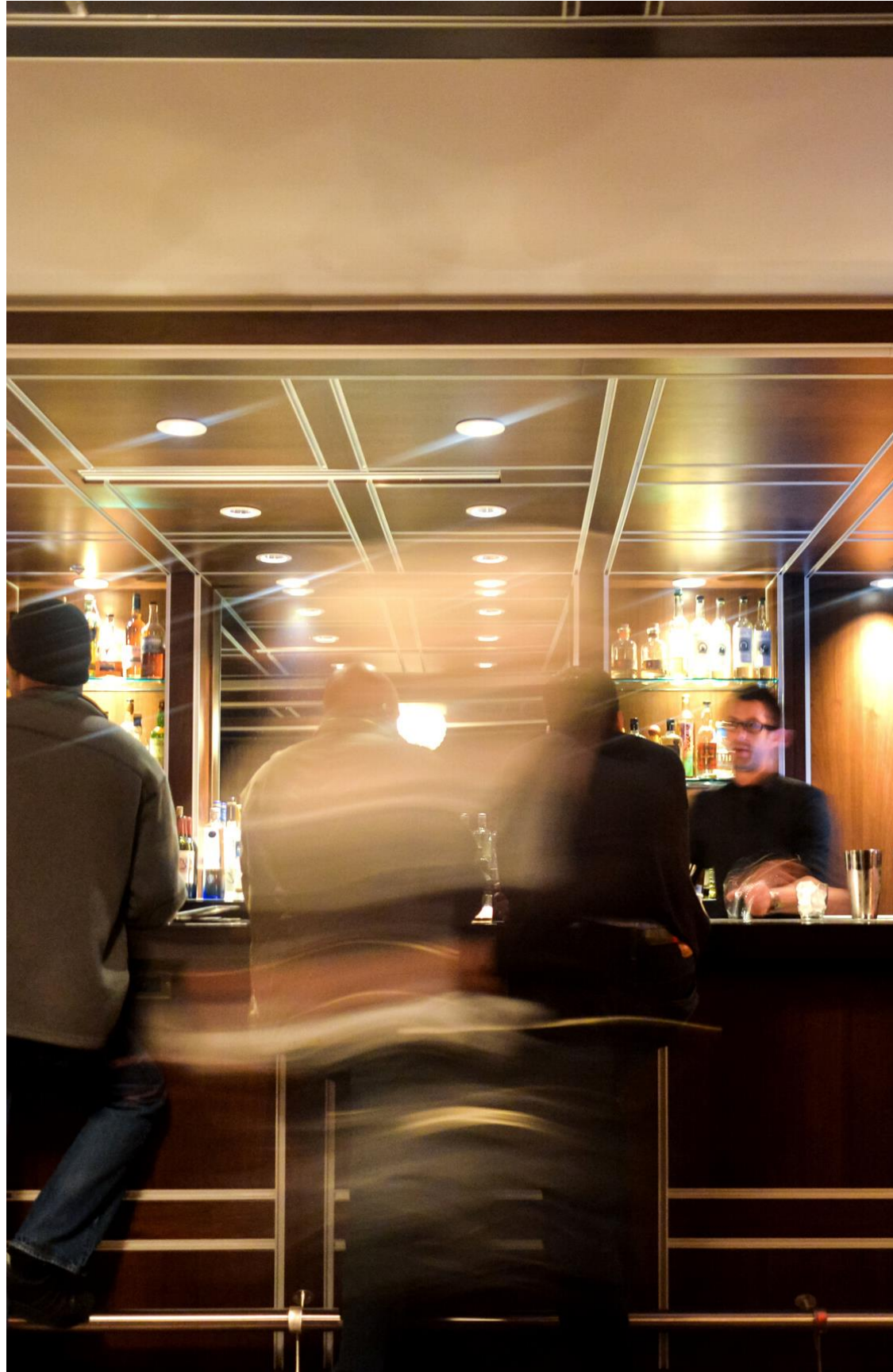


AVARHOTEL
MÁTRAFÜRED
★★★★
SUPERIOR

És az Üzemeltetők?

- Szépen szélesedik a piac
- A **nemzetköziek** market share-t építenek – Budapesten ők azok akik megtudnak mozgatni komolyabb pénzügyi garanciákat
- A brandek nyitnak/nyitnának vidék felé – de nem minden papsajt
- A láncok keresik a kapcsolódást a belföldi/magyar üzemeltetők felé franchise ajánlatokkal
- Épülő belföldi kompetencia
 - A veteránok: Accent, Continental, S4Y és Hotel & More
 - A feltörekvők: Eventrend, Szallodak.hu, Pearl Management
 - A tulajdonosi háttérből kilépni kívánók: BHM/BDPST, Adventor, Three Corners





Fény az alagút végén

Vidéken

Erős szezon és minőségi szolgáltatást megfizetni hajlandó vendégek

Turisztikai termékfejlesztés nem merül ki a hotel és fürdőfejlesztésben

Budapesten

A város, mint komplex termék nemzetközi szinten is megállja a helyét

A felsőkategóriás hotelek tömeges megjelenésétől az üzemeltetők és tulajdonosaik is a szintlépésben bíznak



Köszönjük a figyelmet!