

Duna House: příští jednička českého realitního obchodu?



Author: SF / Petr Bým | Published: 09.05.2011

Ve světě realit by se nepochybně našla nejedna síť, resp. řetězec či franšíza, která má podobné nebo lepší výsledky. Výjimečná a pozoruhodná je Duna House především tím, že jich docílila na maďarském trhu hlavně v době, kdy se doslova propadl. Rekordů v počtu realizovaných obchodů i výše provize Duna House dosáhla v roce 2010 a nárůst počtu poboček vykazuje i v období, kdy její konkurenti své sítě redukují a jedna nadnárodní realitní firma dokonce z Maďarska odešla.

Jak vydělat na katastrofě

Pokud se v Česku mluvilo o krizi realitního trhu, pak Maďarsko v tomto ohledu prožilo a ještě stále prožívá doslova katastrofu. Počet obchodních operací se z 225 tisíc realizovaných v roce 2003 snížil na pouhých 70 tisíc loni. Stejně drsnou dietou prošel hypoteční trh - namísto někdejších 90 mld. forintů úvěrů měsíčně se dnes poskytuje hypoték za pouhých 20 - 30 mld. forintů (k české koruně má forint zhruba desetinou hodnotu, v ČR se měsíční objem poskytnutých hypoték pohybuje kolem 7 - 8 mld. Kč). Maďarský bankovní sektor je přitom zatížen snižováním platební morálky. „Přibližně sto tisíc domácností není schopno umořovat své hypotéky,“ konstatuje D. Dymschitz. V pozadí stojí specialita maďarského hypotečního trhu: úvěry v cizích měnách, především ve švýcarské. V průběhu krize ovšem kurz forintu k franku klesl z 225 na 140, tedy o 40 %, což je pro řadu dlužníků, standardně počítající své příjmy ve forintech, neúnosné. Plošný pokles cen rezidencí o 15 % proto v těchto souvislostech může být považován za poměrně dobrou zprávu. Obchodníci se mohli radovat ještě z jedné. „V krizi se obtížně prodává, počet klientů realitních kanceláří se proto zvýšil, podle našich odhadů o 20 %,“ říká D. Dymschitz.

Ani větší poptávka po jejich službách však maďarské realitní kanceláře neochránila před razantním poklesem příjmů a následně i už zmíněnou „probírkou“ trhu. Jak v takových podmínkách expandovat a zvyšovat profit? Podle D. Dymschitze podstata úspěchu Duna House tkví v životaschopném franšizovém systému. Jeho efektivitu ostatně neustále testuje i sám majitel, který podniká za stejných podmínek - přibližně polovina poboček sítě funguje nikoli jako franšíza, ale v režii mateřské firmy. Totožnost majitele, franšizora a podnikatele umožňuje a dokonce přímo nutí k operativním změnám podle situace a ty díky osobním zkušenostem a znalosti poměrů mohou být velmi rychlé. „My se na fungování sítě vždy podílíme osobně,“ vysvětluje D. Dymschitz, který nyní žije v Česku, kde Duna House v závěru minulého roku odstartovala svou zahraniční expanzi (v dohledné době má namířeno ještě na Slovensko, později pak do Polska a Chorvatska). Kapitálové zázemí a rovněž neexistence vysokých licenčních poplatků také znače

Duna House umožnila investovat v době, kdy všichni její konkurenti své náklady snižovali.

Nedůvěra na všech stranách

„U vás vše vypadá jinak a lépe. Proto přicházíme!“ - osvětluje D. Dymshitz pozadí vstupu Duna House na český trh. V porovnání s Maďarskem je jeho stav opravdu výrazně lepší. To ovšem neznamená, že by jeho obchodní segment, tedy realitní kanceláře, neměly problémy. Naopak, jejich katalog je docela rozsáhlý. „Tak, jak tu sedíme, tak nám nevěří!“ - těmito slovy jakýsi pomyslný průsečík všech slabin a zádrhelů obchodu s nemovitostmi v Česku definoval jeden z účastníků nedávné konference „Sítě & služby realitních kanceláří“. Nevalné renomé oboru je spojeno hned s několika okolnostmi. V první řadě je u nás realitní obchod neregulovaným podnikáním. S tím přímo souvisí slabá profesní i etická úroveň realitních makléřů a nedostatek těch kvalitních. „Některé sítě ale makléře přímo zotročují!“ upozornil na zmíněné konferenci na jednu z příčin tohoto stavu Jiří Lorman ze společnosti Dumrealit.cz. Dodal ovšem, že na druhé straně právě dobří makléři, do jejichž výchovy realitní kanceláře investují nemalé prostředky, často od mateřské firmy odcházejí, aby založili vlastní podnik.

Slabá důvěra veřejnosti v kvalitu a serióznost služeb českých realitek se odráží i na stále nízkém výskytu exkluzivity. Na výhradním zastoupení přitom nemají odvahu trvat ani renomované nadnárodní sítě v obavách, aby si tak neomezily počet zakázek a klientů. Exkluzivita jako převažující smluvní vztah na trhu je ovšem zase předpokladem vzniku celostátní databáze poptávek a nabídek (MLS - Multiple Listing System nebo Service), která by obchodům mohla dodat vyšší akceleraci. Jeho základna v podobě systému společností IMMO2 už sice existuje, ale zatím není dostatečně využívána. Předpokladem dobře fungujícího MLS je totiž vzájemná důvěra účastníků systému a ta schází i mezi obchodníky.

Pozitivní sítě

„Ani velcí hráči nejsou pevní v kramflecích!“ - zhodnotil aktuální stav českého realitního obchodu Petr Kouba, ředitel české větve sítě Century 21, mj. také proto sektor nebyl schopen za dvacet let vytvořit profesní sdružení, které by bylo skutečně reprezentativní a disponovalo potřebnou autoritou. Mimo nejstarší a nejpočetnější Asociaci realitních kanceláří ČR stále zůstává řada velkých společností, sítě a řetězce nevyjímaje. Přitom právě na tomto poli je u nás v posledních letech živo. Dynamicky se rozvíjejí známé franšizy jako RE/MAX či Century 21, jejichž prestiž sítě domácího původu vyvažují především pružností a nejrůznějšími modifikacemi podmínek franšizy (obvykle směrem k větší volnosti franšizantů). Jistě i díky tomu přinejmenším v počtu poboček a makléřů dosahují pozoruhodných výsledků. Třeba už zmíněná síť Dumrealit.cz první pobočku založila v roce 2005 a loni jich měla už 103. Zdatně jí sekundují M&M či brněnská Real Spektrum; zřetelně pomalejší, ale solidně založená je zase expanze značek Sting či Next Reality.

Probíhající koncentrace sil by domácímu realitnímu obchodu měla přinést vyšší kvalitu přinejmenším standardizací kvality a rozsahu služeb a perspektivně i díky širší kooperaci, která zatím spíše schází. „Mám pocit, že v tomto ohledu jde vývoj dobrým směrem. Od téměř klukovského poměřování sil a konfrontace se přechází k hledání společných zájmů a prostoru pro spolupráci,“ říká Jaroslav Tamchyna z Českého institutu pro franchising (ČIFRA).

Český realitní obchod tedy přes nemálo stínů vykazuje i pozitivní trendy. Ztížené podmínky na trhu a sílící konkurence je nepochybně budou posilovat. Nijak alarmující není ani podíl realitek na probíhajících obchodech. Většinou se uvádí číslo kolem 50 %, což v evropském kontextu není výjimečné - v Británii či Francii je sice vyšší, ale v Rakousku či Německu naopak nižší. Přesto u nás realitní obchod v příštích letech jen stěží bude procházkou růžovým sadem. „Očekáváme, že ceny rezidenčních nemovitostí budou i nadále klesat.“; „Mnohé realitní kanceláře v zájmu svého přežití budou muset své aktivity rozšířit na nerezidenční reality.“ - tak dnes vidí budoucnost oboru nováček Doron Dymshitz a „veterán“ Jiří Fajkus ze společnosti Real Spektrum.

