

# DELOINDOM Nepremičnine

OGLASNA PRILOGA



## Svetovna nepremičninska agencija vstopila v Slovenijo

Slovenski nepremičninski trg je z vidika števila nepremičninskih posrednikov in agencij dobro razvit, lahko bi celo rekli, da je zasičen. Kljub temu pa je očitno še prostor za nove igralce. Ponovno prebujanje slovenskega nepremičninskega trga je opazila tudi svetovna nepremičninska franšiza Century 21, ki je nedavno vstopila na slovenski trg in tudi že odprla pisarno v Mariboru in v Ljubljani. Nepremičninska posredniška družba Century 21 ima ameriške korenine – ustanovili so jo davnega leta 1971 v Kaliforniji – in je s svojimi franšiznimi pisarnami v več kot 80 državah po vsem svetu ter zaposluje več kot 100.000 sodelavcev. Globalno gledano je ena najbolj prepoznavnih blagovnih znamk na področju posredovanja nepremičnin. Kaj pomeni njen vstop na slovenski trg, smo se pogovarjali z direktorjem slovenske franšize pisarne Century 21, Denisom Goričanom, podjetnikom, ki se že vrsto let posredno ali neposredno ukvarja z nepremičninami.

### Prihod na trg

»Novembra lani so lastniki kupili franšizo Century 21 (C21) za slovenski in hrvaški trg,« začne pripovedovati Goričan in nadaljuje: »Franšiza prinaša visoko raven kakovosti nepremičninskega posredovanja, kakršnega v Sloveniji še

ne poznamo. Če primerjamo nepremičninsko posredovanje pri nas s tistim v tujini, še posebej ameriškim, hitro ugotovimo, da je pod povprečjem. Mi želimo to spremeniti. To je bil tudi razlog, da smo se lotili tega posla in ga prenesli na naš trg.«

Goričan razloži, da C21 že vrsto let prejema nagrade za visoko kakovost storitev in servisa. V zadnjih dveh letih je bila blagovna znamka Century 21 absolutni zmagovalec po zadovoljstvu kupcev. Raziskavo je opravila znana javnomnenjska družba J. D. Power, ki je zajela tisoče potrošnikov z vsega sveta. Na vseh trgih, na katere vstopi C21, postaja tudi vodilni igralec na trgu. »Z enako vizijo nastopamo tudi v Sloveniji. Trgu se želimo predstaviti kot ugledna svetovna blagovna znamka na področju nepremičnin z nadpovprečno kakovostjo storitev. V doglednem času želimo tudi tukaj postati vodilni v panogi,« razkrije ambicije podjetja.

Kako pa bodo to storili? »Svoje cilje smo podkrepili z različnimi aktivnostmi, od marketinških do vseh procesnih v smislu gradnje močne blagovne znamke in izobraževalnega centra, ki deluje znotraj našega podjetja. Z njim bomo dvigovali raven znanja nepremičninskih posrednikov in njihovih storitev,« odgovarja. Pojasni, da imajo v okviru regionalne pisarne organizirano tudi zelo močno pravno podporo in

marketinški oddelek. »Za agente in agencije, ki delujejo znotraj našega sistema, je centralno organizirana podpora izjemna konkurenčna prednost. Agenti in agencije se tako lahko osredotočijo na posel, mi pa poskrbimo, da se njihov posel razvija in teče čim bolj tekoče,« pravi naš sogovornik.

### Mednarodna prisotnost

Kot konkurenčno prednost izpostavi tudi mednarodno pisarno, ki deluje znotraj podjetja, saj jim je že uspelo vzpostaviti stike s konkretnimi investitorji. »To so predvsem ljudje, ki vlagajo v nepremičnine z vidika donosnosti. Na slovenskem trgu obstajajo tipi nepremičnin, ki so na lokalnem trgu težje prodajljivi, kar pa ne pomeni, da jih ni moč prodati na svetovnem trgu. Imamo zelo dobre povezave z vlagatelji iz različnih delov sveta, med njimi trenutno izstopa Rusija. Vlagatelje vozimo v Slovenijo in jim predstavljamo te projekte. Če je projekt zdrav in je njegova ekonomika vzdržna, se odločijo za investicijo,« pojasni Goričan in nadaljuje: »Ne skrbimo le za prodajo takšnih nepremičnin, ampak tudi za promocijo Slovenije v svetu. Naša dežela je namreč zelo všeč vlagateljem, ker je mirna država, sploh če jo primerjate z večjimi mesti, kjer je stopnja kriminala višja, kakovost življenja pa nižja.«

### Trg kaže znake okrevanja

Naš sogovornik meni, da se slovenski nepremičninski trg počasi pobira. Proces se je začel leta 2014, ko se je zaznala rast pri stanovanjskih nepremičninah. »Pričakujemo, da bodo nepremičnine pridobile tudi odstotek ali dva vrednosti, ne vidimo pa večjih popravkov; tudi zato, ker imamo ogromno praznih nepremičnin, kar je povezano s tistimi v lasti DUTB. Menimo pa, da se nam na področju novogradenj spet obeta priložnost, razen v Ljubljani, kjer je ponudba večja od povpraševanja, v Mariboru in Celju pa je obratno. Pričakujemo, da se bo začelo kaj spreminjati. Vsekakor pa bo slo za realnejše projekte, ne za visokocenovne gradnje,« pojasni sogovornik.

K temu gre dodati še bančni vidik, saj kot pravi Goričan, »obrestne mere za stanovanjska posojila niso bile še nikoli tako nizke«. Ugodno obrestno mero je moč dobiti tudi za dolgoročna posojila. »Ta trenutek bi želeli izkoristiti tudi mi in spodbuditi nepremičninski sektor. Naše podjetje namreč pokriva vse nepremičnine: stanovanjske, poslovne in za vlagatelje. To so tudi trje segmenti, na katerih nameravamo delati. Vzpostavili smo že agencijo v Mariboru, ki se ji bo v kratkem pridružila še ljubljanska. Do konca leta nameravamo odpreti še štiri ali pet agencij po Sloveniji,« pove Goričan.

### Konkurenca poživlji trg

Dejstvo je, da je nepremičninska panoga v Sloveniji že zelo zasičena, zato nas je zanimalo, kakšen odziv pričakujejo od tekmecev. »Naš prihod na slovenski trg bo za marsikoga boleč, še posebej za večje igralce v panogi, saj bodo z nami dobili resno neposredno konkurenco. Na trg vstopamo popolnoma neobremenjeni s tem, kaj dela konkurenca,« odgovarja naš sogovornik in nadaljuje: »Podjetje, ki prihaja na slovenski trg, ima že več kot 40-letno tradicijo, obilico znanja in po vsem svetu zaposluje več kot 100.000 ljudi. Poleg tega imamo tudi zelo močno podporo našega franšizodajalca. Namreč, bistvo franšize je tudi, da franšizojemalec deluje samostojno, a obenem ni nikoli sam.« Doda še, da sta se pri njih že oglasili dve večji slovenski nepremičninski agenciji, ki se zanimata za vstop v franšizo C21.

Goričan nam še pove, da bodo vse nepremičnine, ki jih dobijo v prodajo, oglaševali v vseh državah, kjer je Century 21. »Na tem mestu naj izpostavim Century21.com, ki s tremi milijoni obiskovalcev velja za najbolj obiskan nepremičninski portal na svetu. Ponudba nepremičnin pri nas je veliko bolj izpostavljena kot tista v konkurenčnih agencijah. Poleg tega bomo na začetku aprila izdali svojo prvo revijo, ki bo izhajala v približno 8000 izvodih in bo

dvojezična. Delili jo bomo tudi na vseh pomembnejših sejnih. Te dni smo na sejmu DomExpo v Moskvi, kjer bomo že predstavili nepremičninske potencialne kupcem,« pravi Goričan.

### Drugačen pristop do strank

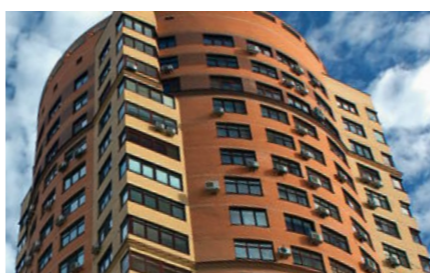
Kaj pa si od prihoda te agencije obetajo kupci in prodajalci nepremičnin? »Večina slovenskih nepremičninskih agencij deluje tako, da nepremičnino, ki jo prodajajo v dogovoru s stranko, objavijo na spletnih portalih, kot sta Bolha.com in Nepremicaine.net, s čimer se običajno zgodba konča. Naš pristop je drugačen. Celotno promocijo strankine nepremičnine podpremo ne le na omenjenih dveh portalih, ampak tudi na socialnih omrežjih, digitalnih medijih – tudi na Googlu. Vse nepremičnine bomo vključili tudi v našo revijo. Za nekatere tipe nepremičnin bomo pripravljali tudi dneve odprtih vrat, različne seminarje in prodajne dogodke. Mirno lahko rečem, da je nepremičnina s sodelovanjem z nami veliko bolj izpostavljena,« meni Goričan. Doda še, da so vrsto procesov, ki potekajo v ozadju, nadgradili. Stranka bo ves čas obveščena o tem, kaj se dogaja z njeno nepremičnino. »Naš cilj je, da ji na enem mestu ponudimo vse – zato bo v našem sklopu deloval tudi finančni in zavarovalni center. Takšna celovita storitev je redkost

v nepremičninskih agencijah,« pravi sogovornik. Ob tem napove tudi, da pripravljajo zavarovalni produkt zaščite premoženja, ki bo nosil znamko Century 21. V tujini jo nosijo tudi hipotekarna posojila, a na takšno bo treba v Sloveniji po besedah Goričana še počakati.

Globalizacija slovenskega trga nepremičnin

Prihod svetovnega nepremičninskega podjetja naš trg dodatno globalizira. Ob spremljanju razmer na nekaterih tujih nepremičninskih trgih, kjer nepremičnine kupuje super bogata elita in s tem dviga cene v nebo ter tako izrinja staroselce iz domačega okolja, se postavi vprašanje, ali si s prihodom igralca, kot je Century 21, lahko podobno obetamo tudi pri nas. Goričan je prepričan, da je takšen strah odveč. Slovenija je po njegovem mnenju zanimiva za vlagatelje, ki kupujejo manjše projekte. »Večinoma gre za nakupe poslovnih stavb z obstoječimi najemniki. Ti vlagatelji na nakup gledajo zgolj z vidika donosnosti in ohranjanja vrednosti denarja. Drži pa tudi, da te donosnosti niso več tako visoke kot nekoč, temveč okoli pet do sedem odstotkov. Ne pričakujemo, da bi se tukaj zgodilo kaj podobnega kot denimo v Londonu. Ne nazadnje je to skoraj nemogoče že zaradi birokratskih ovir,« sklene Goričan.

Ko. Bl.



DELOINDOM  
Nepremičnine

www.ddom.si

Delo d.o.o., Dunajska cesta 5, 1509 Ljubljana

