

MINĄŁ CZAS BUDOWANIA, NASTAŁ CZAS KREOWANIA

PARTNER

moderna
Superior living

Nie chcemy tylko budować. Chcemy tworzyć miasta, zmieniać je na lepsze. Dlatego każdej naszej nowej inwestycji towarzyszy wizja, jak miejsce, w którym powstaje, będzie wyglądało w przyszłości – mówi Adam Małaczek, prezes zarządu Moderna Holding

Czy pandemia wpłynęła na podejście klientów do inwestycji i firm, które je realizują?

Ma przełożenie na rynek nieruchomości, inaczej niż przewidywali niektórzy eksperci. Jakby na przekór epidemii, ceny nieruchomości nie spadają. Wynika to ze zjawiska tezauryzacji. Intensywna alokacja środków z lokat, funduszy bankowych do nieruchomości sprawia, że podaż stale rośnie. Już dawno nie mieliśmy do czynienia z sytuacją, by w tak krótkim czasie – od początku 2021 r. – w Trójmieście pojawiło się tak dużo nowych inwestycji. Przy takiej podaży mieszkań klienci szukają inwestycji, które wyróżnią się na rynku. Szukają dewelopera, który ma ugruntowaną pozycję, doświadczenie w segmencie premium i nieszablonowe pomysły na swoje inwestycje.

Czym jeszcze musi się charakteryzować deweloper?

Klienci oczekują, że zaoferuje coś więcej niż tylko wybudowany budynek. Szukają wyższych wartości. Są skłonni zapłacić więcej za ponadczasowe inwestycje, wyróżniające się designem, jakością i charakterem. Takie, które z jednej strony pozwolą im czuć się wyjątkowo, a z drugiej zabezpieczą majątek. Z tego względu najbardziej pożądane są inwestycje premium, bo jak wynika z analiz historycznych, generują one najwyższy wzrost wartości w czasie. Wielu naszych klientów, dzięki ciężkiej pracy, zaangażowaniu i odważnym podejmowanym decyzjom zbudowało swoje biznesy. Dlatego wygenerowane nadwyżki finansowe chcą mądrze zainwestować. Zakup poprzedzony jest kalkulacją. Obserwuję, jak z roku na rok rosną wymagania klientów względem produktów: lokalizacji, zagospodarowania części wspólnych i zieleni. Ich tempo życia i pracy sprawia, że szukają kompleksowej usługi. Oszczędzając czas i pieniądze, wolą zlecić zaprojektowanie wnętrza, ogródka czy balkonu i zarządzanie najmem jednej firmie. Kompleksowa obsługa na wysokim poziomie sprawia, że buduje się z klientami relacja, zaufanie i szacunek, co jest ważne przy podejmowaniu decyzji o kolejnych zakupach.

W czym tkwi siła Moderny, co wyróżnia firmę na rynku?

Zakładając w 2009 r. Modernę, postanowiłem, iż wyróżnimy się na rynku, że nie będziemy deweloperem, który po prostu buduje. Zainspirowani gdyńskim modernizmem zaczęliśmy tworzyć inwestycje, którym towarzyszą wyższe wartości. Dzięki nim wpływamy na lepszą przyszłość, także poprzez stawianie sobie ambitnych celów. Tak zrodziła się nasza filozofia, która zawiera się w idei Superior Living. Chcemy zmieniać świat. Kupujemy tereny zaniedbane, osamotnione, obok których przechodzi się obojętnie lub z pewną nutą rozrzewnienia. Miejsca te powierzam zespołowi o wysokich kwalifikacjach w zakresie projektowania, realizacji inwestycji, finansowania i nadzoru budowlanego. To właśnie specjalistyczne kompetencje połączone z wciąż rosnącymi ambicjami pozwalają nam tworzyć przestrzeń, która po modernizacji urzeka pięknem, stając się siłą napędową miasta. Ponadczasowość naszych inwestycji sprawia, że są doceniane przez znawców i inwestorów.

Siłą Moderny są też ludzie, to oni ją tworzą. Praca nie jest łatwa, dynamicznie się rozwijamy, a tempo pracy jest bardzo wymagające. Codziennie szukamy nowych rozwiązań i pomysłów na nowe usługi, odpowiadające na potrzeby klientów. Tak zrodziły się Moderna Design, Moderna Garden, Moderna Profit czy nasz najnowszy projekt Model M. Udało mi się zawrzeć wewnątrz firmy najważniejsze procesy, które realizujemy w ramach wewnętrznych zasobów, zamiast posilkować się zewnętrznymi pracownika-

mi. Mamy własny zespół architektów, projektantów wnętrz, zieleni czy marketingu. To zdecydowanie usprawnia komunikację. Dzięki temu możemy tak sprawnie i dynamicznie się rozwijać.

A jaka jest filozofia działania firmy, czym pryciąga klientów?

Wybieramy lokalizacje o dużym potencjale rozwoju, które w perspektywie zyskują na atrakcyjności. Poza klasycznymi najlepszymi adresami, tj. Świętojańska i 10-lutego w Gdyni czy Powiśle w Warszawie, sięgamy po nieoczywiste lokalizacje, np. warszawską Pragę, gdańskie Długie Ogrody. Zgłębiamy historię tych miejsc. Wyciągamy z nich esencję, dzięki której tworzymy inwestycje z szacunkiem dla dziedzictwa i jego naturalnego otoczenia. Nie skupiamy się tylko na terenie naszej działki – patrzymy szerzej. Tworzymy platformę komunikacji, która pozwala nam opowiedzieć o kultowości ulicy – jak w przypadku „Qultowej Świętojańskiej” – czy przypomnieć bogatą historię Długich Ogrodów. Tworzymy inwestycje, które rezonują na otoczenie. Jak magnes przyciągają biznes i kolejnych inwestorów, tworząc modę na te miejsca, wykorzystujemy też plany rewitalizacyjne miast, do wspólnej promocji. Dzięki temu nasi klienci inwestują w miejscu, które za kilka lat będzie zupełnie inną przestrzenią. Dostrzegając te okazje inwestycyjne, ich nieruchomości w niedalekiej przyszłości zdecydowanie wzrosną na wartości.

Drugim naszym filarem, który naturalnie wyrósł z idei Superior Living, jest kompleksowość usług. Klienci pozostawiają obsługę profesjonalistom, którzy w oparciu o ich potrzeby i możliwości przygotowują odpowiednią strategię. Pomogą w wyborze odpowiedniego apartamentu, jego aranżacji i przejmą obowiązki związane z najmem. By zapewnić wysokiej jakości obsługę, powołaliśmy osobne spółki. Moderna Design aranżuje wnętrza apartamentów zgodnie z najnowszymi trendami, projektując je tak, by ich design był dopasowany do potrzeb potencjalnego klienta. Moderna Garden realizuje przestrzenie zielone: ogrody, ogródki, tarasy czy balkony, zwiększając tym samym atrakcyjność apartamentu. Ułatwia to pracę Moderna Profit, która zajmuje się pozyskiwaniem najemców i organizacją związaną z najmem. Ta kompleksowa obsługa oferowana przez Grupę Moderna wynika bezpośrednio z potrzeb naszych klientów.

Na czym zatem dokładnie polega filozofia, która zawiera się w idei Superior Living?

To nasza autorska idea, w której wszystkie działania kierujemy na poprawę jakości życia. W naszym przypadku to tworzenie funkcjonalnej przestrzeni, sprzyjającej spełnieniu potrzeb człowieka. Gdy zastanawialiśmy się, co dla nas jest najważniejsze w nieruchomościach, naturalnie wyłoniły się filary, na których oparłem działalność Moderny. Po pierwsze i najważniejsze – najlepsze, unikalne lokalizacje. Piękno wynikające z funkcjonalności oraz prestiż w ujęciu praktycznym, na przykład, bez zbędnego generowania kosztów dla właścicieli za dodatkowe części wspólne, z których nie korzystają osoby o ich statusie. To zasady zgodne z duchem bliskiego nam modernizmu, wynikające z bezpośredniej znajomości potrzeb. Superior Living to poszukiwanie nieoczywistych miejsc z potencjałem, ratowanie dziedzictwa i współpraca z lokalnymi społecznikami, historykami. Takie działania naturalnie wpisały się w DNA Moderny, gdyż przywracanie przestrzeni miastu wpływa na jakość życia mieszkańców.

Jak firma poszukuje atrakcyjnych lokalizacji pod kolejne projekty, czym się kieruje? Czy wciąż można

znaleźć okazje, które w przyszłości mogą urosnąć do rangi premium?

Wciąż poszukujemy nowych gruntów, jednak muszę przyznać, że znalezienie miejsc z potencjałem inwestycyjnym nie jest łatwe. Śledzimy na bieżąco plany miast dotyczące rewitalizacji, by nasze inwestycje wpisywały się w większe zmiany. Zwiększając tym samym przyszły zysk inwestorów. Badamy historię. Szukamy miejsc, które kiedyś błyszczały na mapie, były bogatym zapleczem miasta, straciły jednak swoją moc przez zawirowania historyczne. Wiemy, że historia lubi się powtarzać. Scala na Długich Ogrodach w Gdańsku jest tego dobrym przykładem. Widzę też, że zarówno klienci, jak i pracownicy są dumni, że w ramach realizacji naszych inwestycji udaje nam się rewitalizować historyczne gmachy, tj. Bank Polski czy koszary. Nie boimy się ratować dziedzictwo narodowe ani budowy w trudnych lokalizacjach. Wiele naszych inwestycji powstaje we współpracy z konserwatorem zabytków, przyznając, że z perspektywy czasu ta współpraca wpływa pozytywnie na efekt końcowy.

Czy kurczący się rynek gruntów nie stanowi zagrożenia dla realizowania strategii?

Wyzwania, jakie stawia rynek, sprawiają, że stajemy się bardziej kreatywni. Od naszej perspektywy zależy, czy rynek gruntów się faktycznie kurczy. Naturalną kolejną rzeczą stare, niefunkcjonalne nieruchomości zastępuje się nowoczesnymi inwestycjami. To ciągły proces, który wymaga od nas zupełnie innego patrzenia i podejścia. Mamy w planach wykorzystanie własnych zasobów – przebudowania inwestycji, w której pokażemy, jak nowoczesne, śmiałe, może nawet trochę szalone rozwiązania wpłyną na zmianę nieruchomości i jej statusu w tkance miejskiej.

Jakie nowe inwestycje planuje firma? Czy kryzys ostudził plany?

Plany mamy ambitne, a obecna sytuacja na rynku jeszcze bardziej motywuje nas do rozwoju. Przygotowujemy się właśnie do rozpoczęcia sprzedaży nowej inwestycji na warszawskiej Woli. Będzie to wyjątkowo prestiżowy projekt, w którym specjalną rolę odgrywa najcenniejsza wartość dla współczesnego człowieka – czas. Dlatego nazwaliśmy ją Chronos. W Gdyni planujemy rodzinne osiedle z wyjątkowymi widokami z okien i na przyszłość. Natomiast w Gdańsku na Długich Ogrodach czeka nas realizacja w zabytkowym gmachu Koszar. Oczywiście pracujemy też nad projektami, które choć niezwykle fascynujące, są jeszcze w bardzo wstępnej fazie projektowania i mam nadzieję, że niedługo będziemy mogli o nich również porozmawiać.

Czy firma zamierza rozszerzać obszar działalności?

Moderna od początku swojej działalności skupiała się na lokalizacjach w centrum i inwestycjach premium. Jednak, jak już wcześniej wspominałem, stale się rozwijamy i poszerzamy nasze horyzonty. W 2019 r. kupiliśmy PB Kokoszeki, wchodząc tym samym na rynek popularny. W tej chwili realizujemy Osiedle Lazurkowe na południu Gdańska i przygotowujemy się do kolejnych realizacji. Jest to dla nas nowy rynek, lecz jestem przekonany, że doświadczenia z segmentu premium ułatwiają nam wprowadzanie zupełnie nowej jakości na rynku popularnym. Nasze przekonanie o konieczności realizacji jakościowych inwestycji nie zmieniło się. Po przejściu trwających projektów stopniowo zwiększamy standard, w jakim wcześniej budowano te inwestycje. Chcemy, by spełnił bardzo wysokie wymagania, nawet w lokalizacjach oddalonych od centrum.

