

Krezus parkuje u Hołka

O supersamochodach i ludziach, których stać na wszystko, rozmawiamy z **Krzysztofem Hołowczycem** – rajdowcem, ale i biznesmenem – współudziałowcem pierwszego w Polsce klubu aut luksusowych.



Krzysztof Hołowczyc

(ur. 4 czerwca 1962 w Olsztynie) – polski kierowca rajdowy, prezenter telewizyjny, od 2007 do 2009 poseł do Parlamentu Europejskiego z listy Platformy Obywatelskiej. Trzykrotnie uzyskiwał tytuł rajdowego mistrza Polski (1995, 1996, 1999), raz mistrza Europy (1997), trzykrotnie był zwycięzcą Rajdu Polski, uczestniczył w RSMŚ zarówno w samochodach WRC, jak i grupy N oraz w Rajdzie Dakar. Największe sukcesy odnosił razem z pilotem Maciejem Wisławskim. Od 2005 startuje w rajdach Cross-Country, m.in. w Baja.

6 grudnia 2007 objął mandat posła do Parlamentu Europejskiego w miejsce nowej minister nauki i szkolnictwa wyższego Barbary Kudryckiej. W 2009 nie ubiegał się o reelekcję.

Za zasługi dla rozwoju sportów motorowych postanowieniem Prezydenta RP z 10 stycznia 2000 został odznaczony Srebrnym Krzyżem Zasługi, zaś 5 stycznia 2005 Złotym Krzyżem Zasługi. W 2006 otrzymał Medal „Milito Pro Christo”.

Zagrał gościnnie samego siebie w filmie „Dlaczego nie!” oraz w serialu „Klasa na obcasach”.

Jak kierowca rajdowy czuje się w roli biznesmena?

Doskonale! Umiejętność kierowania to sztuka podejmowania szybkich decyzji. Dotyczy to zarówno biznesu, jak i samochodu. A na poważnie – operacyjną stroną moich przedsięwzięć zajmują się specjaliści, którzy jednocześnie są moimi przyjaciółmi. Mnie po prostu brakuje często czasu na systematykę codziennego prowadzenia biznesu. Taki model sprawdza się najlepiej.

Właśnie mija rok od startu Supercar Club, którego jesteście jednym z udziałowców. Otwierając tego typu działalność, zapewne planowaliście, gdzie klub będzie za rok. Jak wygląda konfrontacja z rzeczywistością?

Gdyby rzeczywistość poddawała się planowaniu, prowadzenie biznesu byłoby prostym rzemiosłem. A jest sztuką, w której trzeba improwizować i zawsze być zdolnym do zmiany planów. Nie inaczej było z klubem – część rzeczy przewidzieliśmy idealnie, część okazała się inna. Przykładowo, zakładaliśmy, że nasza propozycja będzie bardzo atrakcyjna dla klasy średniej – ludzi robiących dynamiczne kariery, którzy nie mają kiedy zajmować się czasochłonnym hobby motoryzacyjnym. Okazuje się, że trafiamy głównie do osób bardzo zamożnych, które stać niemal na wszystko; z całą naszą flotą włącznie.

Tego typu klub to nowość na polskim rynku. Skąd wiedzieliście, że to chwyci, nie mając żadnego punktu odniesienia? Nie obawialiście się wielkiej wtopy – czytaj: utopienia ogromnego kapitału w nierentownej inicjatywie?

Kogo obchodzi rentowność, gdy odzywają się silniki Ferrari i Lamborghini? Klub jest przede wszystkim naszą pasją, dopiero potem biznesem.

Pasją pasją, ale jako przedsiębiorcy musieliście się również zmierzyć

z bardziej przyziemnymi problemami, jak prawo podatkowe czy kwestia ubezpieczenia tak niezwyklej floty...

Były pewne przeszkody, ale nie możemy ich nazwać barierami, bo od początku byliśmy na nie nastawieni. Np. w polskim prawie podatkowym jest zapis o limitach amortyzacji samochodu do kwoty 20 tys. euro, a przecież każdy nasz samochód kosztuje kilka razy tyle. Ale wiedzieliśmy o tym i znaleźliśmy na to sposób. Jeśli chodzi o ubezpieczenie, faktycznie – zakłady ubezpieczeniowe miały kłopot z oszacowaniem ryzyka. Bo jak wyliczyć składkę w sytuacji, w której samochody są użytkowane w co prawda wąskim, ale jednak gronie osób? Dla klubu sytuacja jest czysta: my mamy pewność i zaufanie do kultury jazdy klubowiczów, ale zakłady ubezpieczeniowe nie znają takiego pojęcia jak wielu użytkowników jednego samochodu.

No i te marki, modele – firmy ubezpieczeniowe często po raz pierwszy spotykają się z tak egzotycznymi pojazdami. Wymagało więc to od nas żmudnej pracy z doradcami, aby dokładnie poznali specyfikę naszej działalności i przygotowali idealną ofertę dla naszych potrzeb.

Znaczna część floty stanowią auta szybkie, sportowe, nisko zawieszone, a do tego charakteryzujące się dość wysokim spalaniem... Trochę nietypowy pomysł na biznes w kraju, w którym dziura na dziurze, autostrad jak na lekarstwo, a ceny paliwa galopują w tempie konia wyścigowego...

To stereotypy. Polskie drogi nie są idealne, ale nie odstają już tak jak kiedyś od Europy Zachodniej. Z powodzeniem można po nich jeździć supersamochodami, o czym świadczy chociażby duża liczba sprzedawanych aut tego segmentu

w naszym kraju. Mamy też fenomenalne drogi górskie czy mazurskie, a to po tego typu krętych szosach jeździ się dla przyjemności, nie po autostradach. Ceny paliw w Polsce są niższe niż w większości Europy. Z drugiej strony, owszem, posiadanie supersamochodu jest w Polsce bardziej uciążliwe niż np. w Niemczech.

Kim właściwie są klubowicze? Jeśli większość spośród nich to osoby, które same mogłyby sobie pozwolić na zakup takich aut, to jaki jest sens ich członkostwa?

Większość klubowiczów rzeczywiście posiada po kilka własnych supersamochodów. Jest wśród nich m.in. kolekcjoner Ferrari, który ma w garażu pięć włoskich cacek. Jest też klubowicz, który w prywatnym garażu ma Lamborghini Aventadora. Sens bycia w klubie ludzi

Trafiamy głównie do osób bardzo zamożnych, które stać niemal na wszystko; z całą naszą flotą włącznie

tego pokroju jest dwojaki. Po pierwsze, klub zapewnia im przeróżne możliwości cieszenia się swym hobby; nikt nie pojedzie na jeden wyjazd sześcioma swoimi samochodami – my tak jeździmy na wyprawy gran turismo, zmieniając się za kierownicami co kilkaset kilometrów. Frajda rośnie, gdy codziennie podróżuje się kilkoma różnymi samochodami. Po drugie, nikt nie ma wszystkich aut i nawet najlepiej wyposażony kolekcjoner zawsze znajdzie takie modele, którymi akurat ma ochotę pojeździć, a nie ma ich w swoim garażu. Nasz kolekcjoner Ferrari lubi np. czasem przejechać się Porsche, mimo iż nigdy nie kupiłby takiego i nie postawił obok swoich czerwonych maszyn.

Piotr Kowalski