

Mario Kleff talks about The Touch®

“New activities are changing Pattaya’s real estate sector. The move is subtly but surely changing the practice and design of development and sales. More knowledge, trust and honesty can deliver greater than 60 per cent efficiency...”

Mario Kleff, Pattaya’s own international star architect and CEO of Wandegroup, is preparing the launch of his first own development. **REM** talked to him about his new project and what sets it apart from other developments in Pattaya.

REM: Mario, tell us about your

first own development project. When will it be launched and what makes it different from the other projects in the market?

Mario Kleff: First of all you have to understand, this new development is my very own project and it is fully funded from day one. This means, I am in control of every aspect of this building from the

architectural and design process to construction and built-out.

In simple terms: customers will get what they actually bought and not a watered down version like with so many other projects where customers think they are buying a lobster and then get delivered just a shrimp at handover – and many times not even properly cooked.

Secondly, if you look at the project itself, the concept is radically different and advanced in comparison to the current products on the market.

Builders in Pattaya are mostly still following blueprints of the 80s – but hey, we are writing 2010 now! If you think back to 1980, how would you have imagined your condo to look like? Think about it? Certainly you would have imagined some kind of intelligence, some innovative features and smart services built into your unit.

Just compare it with cars. Today cars are intelligent – with GPS, videoscreens and built-in assistance. Why haven’t condos evolved in the same way?

At present everything is about networking, communication and customised services as you can also see when you look at the Facebook activities in this town. The network has become the new status symbol. The question people ask, is how many friends and fans do you really have? How attractive and sexy is your network?

This thinking is exactly

what THE TOUCH is designed around. Once people will have experienced THE TOUCH, their expectations will be changed forever and they will not want to live in a standard condo anymore.

Ask yourself: if you have one time experienced a hot and attractive jungle female, would you ever like to change this back? I certainly wouldn’t want that and I know you wouldn’t too, if you are honest.

REM: So you think there should be more honesty in Pattaya’s real estate business?

MK: What real estate business are you talking about? Can you show it to me? There’s a network of people who spend all their time complaining to each other how bad the business is.

I am even doubtful if they even understand the meaning of honesty. But there’s another group as well who don’t talk so much but instead create and build solid business lines over all the years since I have been living in this town.

They are consequent and follow professional work rules – no ups and downs, just regular work and growing. And then there is another group of wannabee estates, they are maybe the worst, they would actually be able to understand the concept of honesty but decide on purpose consequently not to do so.

They are building chicken farms, call it something like



I like The Touch®

The Touch® New high-rise condominium
By star architect Mario Kleff

“luxury” or “superhomes” and celebrate themselves every first Friday of the month at networking events.

RE: So in which of the three groups are you at home?

MK: None of them, I am not a group person. I have my own views and try to deliver to each of the groups what they need. I have strong roots and networks within the Thai community talking every day to hundreds of friends, fans and associates. They share my thinking and design and give me energy for new creations, such as THE TOUCH. Ask yourself: คุณมีมุมมองหรือมีความกล้าที่จะแสดงออกหรือไม่ ดิตติคุณ น่าจะลองค้นหาคำจากภายใน ฟังเสียงของตัวเอง อย่างกลัว คุณก็จะเข้าใจถึงภาระที่จกความตื่นเต้นเล็ก ๆ น้อย ๆ ไปสู่ความเข้าใจและความรักที่มากขึ้น นั่นคือเมื่อคุณเข้าใจว่านักออกแบบที่ดีจะเห็นภาพความสว่างไสวบนผืนผ้า ว่าแสงไฟไม่ได้ทำร้ายพื้นผิวผ้าแต่นำค่าหากที่สะท้อนพลังแห่งความสว่างอย่างเปี่ยมล้น

RE: What do you mean by this, I don't understand?

MK: I am not surprised, but that is what it is about. Pattaya real estate cannot work properly without incorporating the Thai community and the Thai culture.

So the first thing you have to do is to learn the Thai language so you can communicate and also to erase the barriers between Farang and Thais.

All three groups above would much benefit from the simple and basic understanding that Thai people are the most important customers and investors in the Thai real estate market. But they don't understand it.

This fundamentally prevents them from communicating and understanding what is really going on and what is required to be successful.

I understand that a big percentage of Thai people who can accept a low cost construction condominium and are very happy with that. But there is another group who is prepared to spend Bt10m, 20m or 30m for a quality unit.

What both groups don't like is to get cheated and that's what I tried to express with the example of the lobster and the shrimp (see overleaf). Trust must be built and that certainly calls THE TOUCH.

This, my first own development. Not only is an iconic building but also an exact

reflection of all the topics of this interview and symbol of my personal character. There are no differences between Thai and foreigners and so no difference in pricing.

RE: So what exactly is THE TOUCH?

MK: In the manner of a good architect, this high-rise building incorporates only beauty and excellent engineering. With its tremendously long and free spans this building will provide everything for pure living space for a social community who can appreciate this kind of thinking and philosophy.

I personally believe I will be in the top league of new real estate developments and I do believe unbeatable in concept and realisation. There are several reasons for such a claim. Firstly, and then again, it is my project and this is a guarantee! Then, the project is completely self-financed, with all the money in place before I even start. You may think, that this approach is very arrogant. True. In fact, I don't need to sell even one single unit before the building has been completed and that, too, is true.

RE: Where will THE TOUCH be located?

MK: On Pratumnak Hill, close to Varuna Yacht Club and just about 100m away from Cosy Beach. The location is really excellent, many of the other projects currently advertised on the Hill will have an excellent view to THE TOUCH and will be able to enjoy the iconic architectural design right from their balconies.

RE: Some people talk about that your THE TOUCH will have interactive functions. What exactly does that mean?

MK: Think about it. Touching is a natural desire for all people, even babies learn all about the world with their fingers, and new devices used in THE TOUCH allow this functionality for its users. Just imagine what you could do with your fingers and you will get an idea what experience you will get. Our condos are sensitive and react to your fingertips. Everything is done with a simple touch of your hand. We will release more information at the moment only on my personal Facebook page, so you are welcome to LIKE IT!

Mario Kleff: “Everybody must Like the location of The Touch close to Varuna Yacht Club and Cosy Beach”.



Star architect Mario Kleff likes a High Performance Lifestyle More on facebook/mariokleff

The lobster and the shrimp...

กึ่งกับกุ้ง...

A column by architect Mario Kleff, the developer and owner of THE TOUCH

รายงานโดย สถาปนิก มาริโอ เคลฟ นักพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ และเจ้าของโครงการเดอะทัช



Don't judge a book by its cover has been a good advice since Gutenberg started mass production of literature. If you apply this thinking to the real estate market, you would say: "Don't judge a condo by the showroom!"

The word showroom is intended to indicate that the room will show potential buyers what the architect has designed and they will later get built. Most of the brochures and renders already have a statement of caution: artist impression only, reality can differ.

Now, I have been working as an architect in this city for more than six years and delivered over 80 residential building designs for the greater Pattaya area – and I am absolutely amazed at the amount of variation that some developers ask their clients to stomach.

ตอนนี้ผมได้ทำงานเป็นสถาปนิกในเมืองแห่งนี้เป็นเวลา 6 ปี และได้ออกแบบสถานที่อยู่อาศัย

มากกว่า 80 หลังในเขตพัทยา- และผมรู้สึกงงวยมากกับการเปลี่ยนแปลงของนักพัฒนาอสังหาบางท่านที่จนแทบ จะไม่เหลืออะไรให้ลูกค้าแล้ว

Let's take the familiar case where condominiums are build in the middle of a sprawl of ugly old high-rises that look like the fantasy of a North Korean dictatorship – but in the brochure they look as if they were located in the middle of a pristine jungle. มันมีประเด็นที่ว่าอาคารสุดหรูปลูกสร้างขึ้นกลางเมืองที่เต็มไปด้วยตึกสูงๆ น่าเกลียดเสมือนกับภาพ



So every time I see some of these creative visualisations, I ask myself why the developers so underestimate the intelligence of their customers. I think that customers deserve a better and more respectful treatment – no restaurant would dare to put the lobster on the menu and then proudly serve a couple of shrimps and ask the guest, how was it?

แล้วทุกครั้งที่ผมเห็นภาพที่แสดงออกมาอย่าง

งนี้ ผมถามตัวเองว่าทำไมนักพัฒนาอสังหาเหล่านี้ถึง ได้ประเมินค่าความเฉลียวฉลาดของลูกค้าได้น้อยถึงเพียงนี้ ผมคิดว่าลูกค้าสมควรที่จะได้รับการปฏิบัติ ที่ให้เกียรติมากกว่านี้-คงไม่มีห้องอาหารใดที่กล้าเสนอทั้งในเมนูอาหาร แต่แล้วบริการเสิร์ฟด้วย กุ้งเล็ก ๆ สองสามตัวอย่างภาคภูมิใจ แล้วยังถามลูกค้าว่า

Maybe not everyone will agree and some people think that the more difficult the times are, the more they have to exaggerate their claims. How else could there be people trying to sell a

21 sqm chicken cage as a luxurious studio? Or present a plain vanilla standard design tower as "the most luxurious building ever to come to Pattaya". The guys must have gone nuts. บางทีไม่ใช่ทุกคนจะมีความคิดเห็นเหมือนกัน บางคนคิดว่ายิ่งยากเย็นเท่าไรก็จะต้องพูดเกินจริงเข้าไปให้มาก มันเป็นไปได้ทุกอย่างที่ง่ายอย่างว่าเป็นห้องสตูดิโอสุดหรูทั้งๆ ที่มีขนาดเท่าเสาไม้ 21 ตารางเมตร หรือรูปแบบ อาคารเป็นแบบทั่วไปแต่อย่างงั้นแหละอาคารระดับชั้นน้ำที่สุดในพัทยา พวกเขาจะต้องเสียสติไปแล้ว

But let's look at some practical details and establish some rules on how to survive the ocean of misinformation in real estate advertising.

แต่หากเรามาดูกันที่รายละเอียด และรู้จักวางกฎเกณฑ์บางอย่างเพื่อที่จะรอดพ้นจากข้อมูล ตักล่ำวอ้างโฆษณาด้านอสังหาริมทรัพย์อันผิดเพี้ยน

First of all: the devil is in the detail. When you inspect a showroom, you would like to think that the architect has designed a kitchen complete with marble workplates, sink and appliances and that the kitchen you look at in the showroom represents the actual final choice of product that has been selected and will be used.

Now, when you have read so far, you will not be surprised to hear, that this is not always the case.

So: first of all ask the sales staff if what you see is what you

will get then take your camera out and make some memories of this nice kitchen, workplate, doors and windows.

This might sound strange, but you should know, that the value of the interior of a typical Bt1-2m condo can vary anywhere between Bt200,000 and Bt800,000 – the shrimp and the lobster – and the value difference is what the developer will pocket if you are not careful and secure. อย่างแรก สิ่งเลวร้ายจะแฝงมากับรายละเอียดเมื่อคุณตรวจดูตัวจริง คุณก็จะคิดว่า

สถาปนิกได้ออกแบบครัว โดยใช้หินอ่อนเป็นชั้นๆ อย่างล้างมือและอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้าต่างๆ และคุณคาดหวังว่านี่คือแบบอย่างครัวที่ดีที่คุณจะได้รับจากการเลือกสรรมาแล้ว ตอนที่คุณอ่านมาถึงตรงนี้ คุณคงจะไม่แปลกใจที่จะฟังผมบอกว่ามันไม่จริงเสมอไป ดังนั้นสิ่งแรกที่คุณควรระวังคืออย่าไปเชื่อโฆษณาว่า คุณจะได้ภาพที่สวยงามเหมือนที่เห็นในโชว์รูม หรือว่า คุณน่าจะถ่ายภาพเพื่อติดใจความทรงจำที่งดงามสักหน่อย ครัวหินอ่อน ประตูหน้าต่างอันใหญ่โต ฟังดูแล้วอาจจะแปลกๆ แต่คุณน่าจะพอทราบว่ามูลค่าการตกแต่งภายในของคอนโดระดับราคา 1-2 ล้านบาทในฐานการตกแต่งตั้งแต่ 200,000 จนถึง 800,000 บาท – กุ้งหรือกุ้งมูลค่าความแตกต่างนี้แหละที่ จะอยู่ในกระเป๋าของคุณเมื่อคุณซื้ออสังหาที่ค่าคุณไม่ระมัดระวังให้ดี

Even a big fat shrimp is not a lobster แม้ว่ากุ้งตัวอ้วนก็ไม่ใช่อะกิ้ง

The above examples are not only true for the lower end of the market – I personally know friends who are paying Bt60m

for a big luxurious lobster condo and are now being presented with a shrimp and are thinking of getting legal help – just as so many of the smaller customers who have been taken down the garden path by their developer of trust.

ตัวอย่างต่างๆ ที่ได้กล่าวมา มันไม่ใช่เกิดขึ้นแต่ตลาดล่างเท่านั้น – ผมรู้จักเพื่อนหลายคนที่ย้ายเงินถึง 60 ล้านบาทเพื่อต้องการห้องชุดที่ดีที่สุด และตอนนี้มันกลับกลายเป็นกุ้ง เลือดต้องใช้เวลาชงยอยยิบยอมที่จะเดินไปตามทางด้วยความไว้วางใจต่อนักพัฒนา อสังหาริมทรัพย์เหล่านั้น

In my opinion, nobody wins in these scenarios. In fact everybody loses and that's a serious concern for me and other people who are serious about real estate in this city. If we advertise lobster we should deliver it – and there's also a nice market for fresh juicy shrimps as well.

ในความคิดของผมไม่มีใครชนะจากเหตุการณ์เหล่านี้ ตามจริงทุกคนเสียหายและนี่เป็นเรื่องที่ผมจริงจัง และอาจรวมถึงท่านอื่นที่เป็นหน่วยงานการดำเนินงานด้านอสังหาริมทรัพย์ในเมืองนี้ ถ้าเราโฆษณาถึงราคาจะบริการ ด้วยทั้งพัฒนาอสังหาที่ค่าคุณไม่ระมัดระวังให้ดี

At the end, Pattaya doesn't need quick deals to the detriment of naive customers, but careful planning and honesty from the drawing board to the final product being transferred. This article is not written to divide the market into "the good, the

bad and the ugly" but to put the facts on the table and unite the industry for its own benefit.

This is why I call for a quality consensus of real estate professionals here in Pattaya, where codes and conducts are agreed to protect the customer – and therefore ultimately the agents and developers who can still look into the eyes of their clients after the development is finished.

ท้ายที่สุด พัทยาไม่ต้องการการค้าขายด้วยความเร่งรีบและสร้างการบาดเจ็บให้กับลูกค้าชื่อๆ แต่การวางแผนที่ รอบคอบรวมทั้งความซื่อสัตย์ที่จะถ่ายทอดไปสู่สินค้าในท้ายที่สุด รายงานชิ้นนี้ไม่ได้เขียนขึ้นเพื่อแบ่งแยก ตลาด เช่นตลาดดี ตลาดเลว หรือ น่าเกลียด แต่ต้องการเปิดเผยความจริงและสร้างความเป็นหนึ่ง ของวงการอุตสาหกรรมนี้จะเป็นผลดีต่อวงการนี้ นี่คือการที่ผมอยากเรียกร้องคุณภาพต่ออาชีพ อสังหาริมทรัพย์ในเมืองพัทยา ขอบังคับข้อปฏิบัติต่างๆ ครัวมีไว้เพื่อคุ้มครองผู้บริโภค-ทั้งตัวแทนขาย อสังหาริมทรัพย์และนักพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ยังสามารถสอบถามได้จากภายหลังจากโครงการได้เสร็จสิ้นแล้ว

Mario Kleff can be reached at facebook.com/mariokleff