

Maloobchod: Brno v regionálním porovnání pokulhává

Author: SF / pb | Published: 25.06.2010

V Brně na jeden tisíc obyvatel připadá 754 čtverečních metrů maloobchodních ploch, zatímco třeba v Ostravě je to například 553 m², v Plzni 1 073 m² a 1 208 m² v Liberci. Celkem mají retailové projekty v jihomoravské metropoli kapacitu 280 000 m². Některá stávající obchodní centra ohlásila rozšíření, jiná se mají začít teprve stavět. To vše v době, kdy výdaje zákazníků na Brněnsku byly v meziročním srovnání přibližně o 10 % nižší. Některým obchodním centrům se však daří zmenšení „nákupního košíku“ kompenzovat vyšší návštěvností. Kromě Nákupního centra Královo Pole s klíčovým nájemcem Tesco figurují podle výzkumu Incoma GfK v první trojici nejoblíbenějších obchodních center ještě Galerie Vaňkovka a brněnská Olympia. Právě Vaňkovka a také například Avion Shopping Park Brno plánují do dvou let expanzi, NCKP připravuje obnovu food courtu a zaznamenalo další stavební úpravy. Výhledově se chystají i zcela nové projekty jako Aupark Brno nebo Carina Retail Park Štýřice.

Podle Lenky Hartmanové, analytičky DTZ, v některých lokalitách Brna je ještě potenciál pro výstavbu menších „sousedských“ convenience center a center orientujících se na menší spádovou oblast z rezidenční oblasti v těsném sousedství. „Dalším trendem bude do budoucna i v jiných městech rozšiřování stávajících zavedených center v dobrých lokalitách,“ konstatuje Lenka Hartmanová. Cestou je rovněž zkvalitňování mixu nájemců - v případě Králova Pole se daří udržet značky jako Sportissimo, Orsay, Takko, Deichman, Marionnaud nebo Yves Rocher a postupně obsazovat prázdné jednotky.

25.06.2010 10:21, SF / pb