



Ein virtueller Blick in das neu entstehende Einkaufszentrum Gerber: bis zu 50 000 Besucher täglich werden von 2014 an erwartet.

Visualisierung: Aldinger & Wolf

Moderner Marktplatz statt Einkaufsmaschine

Einkaufszentrum Die Betreiber des Gerber sehen die Marienstraße als Nabelschnur zur Königstraße. Von Hildegund Oßwald

Das neue Einkaufszentrum Gerber an der Paulinenbrücke will nach seiner geplanten Eröffnung von April 2014 an täglich zwischen 15 000 und 40 000 Besucher anlocken, an Spitzentagen mitunter gar 50 000. Davon werde das ganze Gerberviertel profitieren, betonen die Projektentwickler, die Phoenix Real Estate Development GmbH und der künftige Betreiber, die Hamburger Koprian iQ GmbH. „Die Innenstadt wird ein Stück länger und das Gerberviertel gehört dazu“, sagte Helmut Koprian am Montag bei der Vorstellung des Konzepts. Er rechnet damit, dass ungefähr 70 Prozent der Besucher des Einkaufszentrums über die Marienstraße bummeln werden.

Deshalb ist den Investoren auch deren Umgestaltung und Aufwertung als Verlängerung der Königstraße von so großer Bedeutung, dass sie über die im städtebaulichen Vertrag vereinbarte gut eine Million Euro zur Umfeldgestaltung hinaus weitere 250 000 Euro dazu beisteuern. „Die Marienstraße ist unsere Nabelschnur“, so Frank Lebsaft von Phoenix. Das Geld sei jedoch an die Bedingung geknüpft, dass die

Umgestaltung der Marienstraße bis Ende 2013 abgeschlossen ist und es zur geplanten Eröffnung des Gerber im April 2014 keinen Engpass gebe.

„Das Gerber wird ein moderner Markt- platz sein, keine Einkaufsmaschine“, um- schreibt Koprian das Konzept für das Ein- kaufszentrum, mit dem städtebaulich ein neues Bindeglied zwischen den Stadtbezir- ken Süd, Mitte, West und der Innenstadt geschaffen werde. Er rechnet denn auch damit, dass 35 bis 50 Prozent der Besucher allein aus einer Geh- und Fahrzone von

DIE GRÖSSTE BAUSTELLE IN DER INNENSTADT

Zeitplan Ein Jahr nach den aufwendigen Abbrucharbei- ten versucht das Einkaufs- zentrum Gerber an der Pauli- nenbrücke so langsam aus der Baugrube zu wachsen. Das Baufeld ist mit 120 auf 140 Metern die derzeit größte Baustelle in der Innenstadt. Im April 2014 soll für das 250 Millionen teure Projekt der

zehn Minuten zum Einkaufen ins Gerber kommen werden. Zumal, da das Einkaufs- zentrum im Geschoss an der Tübinger Straße einen Schwerpunkt bei Lebensmit- teln setzen wird – Edeka will hier den größ- ten Supermarkt der Innenstadt eröffnen und Aldi seine große Cityfiliale. Beide wer- den ergänzt von einem großen dm-Droge- riemarkt und einem Markt- platz mit vielen Ständen, an denen gekauft aber auch ver- zehrt werden kann.

Anders als das geplante ECE-Center Milaneo an der Wolframstraße, das eine neue solitäre Einkaufswelt schaffe, werde das Gerber urban integriert sein und das ganze Viertel beleben, betont Michael Bräutigam vom Maklerbüro Bräutigam & Krämer, das für die Vermietung verant-

Württembergischen Lebens- versicherung, zu dem auch 80 Wohnungen und 7000 Quadratmeter Praxen und Büros gehören, Eröffnung sein.

Mieter Bisher sind 40 Prozent der 23 500 Quadratmeter Ladenfläche vermietet, bis zur Jahresmitte sollen es 50 Pro- zent sein. Neben großen

Mietern wie Edeka, Aldi und dm werden viele kleinere Läden einziehen. Unter Vertrag sind bereits die zur Bestseller- Gruppe gehörenden Modela- bels Jack & Jones, Pieces, Vila, Only und Vero Moda. Auch um lokale Modemarken bemüht man sich. Aus dem Gerberviertel wird die Pauli- nen-Apotheke einziehen. oss

wortlich zeichnet. Auch de für 2013/2014 geplante Einzug von Glopstrotter ins Tü- binger Carré (ehemals Eberhard-Passa- gen) werde dem ganzen Quartier einen Schub geben, der infolge des Gerber weite- re Veränderungen zeitigen werde. „In fünf

Das Gerber wird weitere Investitionen auslösen.

Jahren wird nochmal das anderthalbfache der Investition von 250 Millionen Euro ausgegeben werden, Hausbesitzer werden investieren und Spiel-

hallen vertrieben werden“, prognostiziert Helmut Koprian dem Gerberviertel eine aufblühende Zukunft.

Koprian, der früher für den Marktführer ECE tätig war und dessen Firma inzwi- schen außerhalb Baden-Württembergs neun Einkaufszentren betreibt, nannte weitere Zahlen. So werde man mit einem Jahresetat von 700 000 Euro für die 75 Ge- schäfte Standort- und damit auch Stadt- werbung machen. Man rechne damit, dass sich die Besucher im Durchschnitt einein- halb Stunden in dem dreigeschossigen La- dencenter aufhalten und die 650 Parkplät- ze über den Tag fünfmal umgeschlagen werden. Man hätte gerne 200 Parkplätze mehr gebaut, aber das scheiterte daran, dass wegen der Mineralquellen nicht tiefer als 20 Meter gebaut werden darf.