

SONDERBEILAGE  
ZUR WIEDERERÖFFNUNG  
AM 1. OKTOBER 2011

# MARKT HALLE NEUN

**INHALT**

**MARKTRENAISSANCE**

Markthallen erleben weltweit ein Comeback. Ein Grund ist die steigende Nachfrage nach regionalen Lebensmitteln. . . . . 1

**RIECHEN, SCHMECKEN, FÜHLEN**  
Was bietet der Markt? Ein Überblick. . . . . 2

**LEBENS-MITTEL-PUNKT**  
Senatsbaudirektorin Regula Lüscher freut sich, dass die »olle« Eisenbahnhalle wieder flottgemacht wird. . . . . 2

**REVOLUTION AM KAFFEESTAND**  
Wie sich der Protest der Anwohner bei der Vergabe der Halle ausgezahlt hat. . . . . 2

**SIGNORE LANGSAM**  
Slow-Food-Gründer Carlo Petrini über Leber mit Zwiebeln, dumme Verbraucher und ungerechtfertigte Gentrifizierungsvorwürfe. . . . . 3

**EINE HALLE MIT GESCHICHTE**  
Ein Streifzug durch die Historie der Berliner Markthallen. . . . . 4

**SAGE MIR, WO DU EINKAUFST ...**  
... und Berlinale-Chef Dieter Kosslick sagt Dir, wer Du bist. . . . . 4

**GESCHMACKSTAGE**  
Die Wiedereröffnung der Markthalle ist die Auftaktveranstaltung zu den Geschmackstagen des Bundesverbraucherschutzministeriums. . . . . 4

Impressum. . . . . 4



## WIEDER-ERÖFFNUNG AM 1. OKTOBER

Die Markthalle Neun in Kreuzberg zwischen Pückler- und Eisenbahnstraße wird pünktlich zu ihrem 120. Geburtstag neu eröffnet. Ab Oktober wird hier jeden Freitag und Samstag wieder ein echter Wochenmarkt stattfinden. Lokale Erzeuger und Händler bieten ihre Produkte an. Stufenweise soll das Marktangebot in den nächsten Jahren auf sechs Wochentage ausgeweitet werden.

# RENAISSANCE DER MARKTHALLEN

**DIE NACHFRAGE NACH REGIONALEN LEBENSMITTELN STEIGT. NEBEN DEM REINEN EINKAUFSERLEBNIS DIENEN MÄRKTE AUCH ALS GESELLSCHAFTLICHE TREFFPUNKTE**



Ob La Boqueria in Barcelona, der Borough Market in London, der Chelsea Market in New York, Melbournes Victoria Market oder der spektakuläre Neubau der Rotterdam Market Hall, der 2014 eröffnet werden soll - weltweit findet zurzeit eine Renaissance der Markthallen statt. Sie prägen ganze Viertel und Kieze, stärken lokale Strukturen und dienen als Gegengewicht zur Angleichung der Innenstädte im Zuge der Globalisierung.

»Wenn Du auf dem Markt einkaufst, stärkst Du die Struktur und die Umgebung, in der Du lebst«, erklärt Florian Niedermeier vom Team Markthalle Neun das Erfolgsgeheimnis der neuen Lebensmittelmärkte. Der Einkauf direkt vom Obstbauer an dessen Stand, beim Käsemacher aus Brandenburg oder dem Berliner Imker wirke sich identitätsstiftend für beide Seiten aus, sagt Niedermeier. Gemeinsam mit Nikolaus Driessen und Bernd Maier veranstaltet er in der Markthalle Neun in der Eisenbahnstraße in Kreuzberg ab dem 1. Oktober zunächst zweimal in der Woche einen Markt, um auch den Kreuzbergern das Einkaufserlebnis Markthalle zu bieten. Auch wenn es inzwischen in Berlin und Brandenburg zahlreiche Landwirte und Veredelungsbetriebe gibt, die Wert auf hohe Qualität legen, gibt es im internationalen Vergleich noch Nachholbedarf. Wiens Bewohner

können sich während der Saison bereits zu 60 Prozent mit Gemüse aus der Region versorgen und auch Mailand hat sich zum Ziel gesetzt, diese Marke bis 2015 zu erreichen. Das Team der Markthalle Neun will gemeinsam mit seinen Händlern dafür sorgen, dass diese Quote auch in Berlin in den kommenden Jahren steigt. Das Beispiel des Queen's Market im Osten von London zeigt darüber hinaus, dass sich ein funktionierender Markt als Wirtschaftsmotor für den Bezirk erweist. Nach einer Studie der New Economics Foundation arbeiten dort pro Quadratmeter Verkaufsfläche doppelt so viele Menschen wie in einem vergleichbar großen Supermarkt. Gleichzeitig ist das Angebot an Lebensmitteln nicht nur wesentlich vielfältiger als im Supermarkt, sondern auch günstiger. Dank des Direktvertriebs durch die Erzeuger sind die Produkte

für die Kunden billiger, weil die Marge des Großhandels entfällt. Im Londoner Osten hat der Queen's Market auch zu einer verbesserten Integration der Migranten beigetragen. Da die Markteintrittshürde sehr niedrig ist, haben viele von ihnen den Schritt gewagt, sich als Markthändler selbständig zu machen und ergänzen mit Spezialitäten aus ihren Heimatländern das Angebot. Der Markt hat außerdem den Umsatz der umliegenden Einzelhandelsgeschäfte angekurbelt. Das wünscht sich Niedermeier auch für Kreuzberg. Sorgen, dass es sich bei der Renaissance der Märkte nur um eine kurzfristige Modeerscheinung handelt, macht er sich nicht, im Gegenteil: »Ich bin überzeugt davon, dass der Markt als Einkaufsform immer attraktiver wird, weil es ein Bedürfnis der Menschen gibt, sich an öffentlichen Plätzen zu treffen und auszutauschen.« **TIL KNIPPER**

## EDITORIAL LIEBE LESER!

Endlich ist es so weit. Am 1. Oktober feiern wir die Wiedereröffnung der Markthalle Neun in Kreuzberg 36 - auf den Tag genau 120 Jahre nach ihrer Erbauung. Seit über zehn Jahren arbeiten wir daran, in Berlin einen Markt aufzubauen, an dem Lebensmittelkultur, -handwerk und -qualität gelebt und vermittelt werden. Dieser Lebensraum wird nun Wirklichkeit. Mit einem bunten Wochenmarkt möchten wir dem einzigartigen Baudenkmal wieder Leben einhauchen. Wichtiger Teil unserer Philosophie sind regionale Händler mit saisonalem Angebot. Doch gerade im kulturell so vielseitigen Kreuzberg bedeutet »regional« für uns auch international zu sein. Wir wollen an zunächst zwei Tagen pro Woche starten und zusammen mit unseren Händlern wachsen. Die Discounter in der Halle werden wir so nach und nach ersetzen. Hinter uns liegen mehr als zwei Jahre intensiver Bemühungen, die Stadt Berlin von unserem Konzept für die Wiederbelebung der Halle zu überzeugen. Dabei haben wir viel Unterstützung erfahren: von den engagierten Nachbarn der Markthalle, von Politikern und von vielen Menschen und Organisationen. Hierfür möchten wir uns herzlich bedanken! Gemeinsam wollen wir, dass die Markthalle auch wieder zum Marktplatz wird. Zu einem Ort, an dem das Leben pulsiert, und an dem man sich begegnen und austauschen kann. Darauf freuen wir uns, und deshalb laden wir Sie ein mit uns zu feiern. Zur Eröffnung gibt es ein buntes Programm mit Musik, Kinderzirkus - und natürlich richtig guten Lebensmitteln!

**NIKOLAUS DRIESSEN, BERND MAIER, FLORIAN NIEDERMEIER**



Gleichzeitig entsprechen die Märkte einer immer weiter wachsenden Nachfrage nach regionalen Produkten, weil die Verbraucher heute wissen möchten, woher ihre Lebensmittel kommen. Zahlreiche Studien belegen, dass Kunden sogar bereit sind, für Produkte aus ihrer Region mehr Geld auszugeben. Auch in der Spitzengastronomie hat sich das Thema Regionalität inzwischen etabliert: Der Däne Rene Redzepi, der fast ausschließlich Waren verarbeitet, die vor seiner Haustür wachsen, gilt mit seinem Kopenhagener Restaurant »Noma« als einer der gefragtsten Köche der Welt.



**30 NEUE HÄNDLER**

... bieten ab dem 1. Oktober jeden Freitag und Samstag ihre Waren in der Markthalle an

# RIECHEN, SCHMECKEN, FÜHLEN

## KEIN MARKT WIE JEDER ANDERE: DIE HÄNDLER DER MARKTHALLE NEUN LOCKEN MIT EXZELLENTE PRODUKTEN UND ALLERLEI SINNESFREUDEN

Den erdigen Geruch heimischer Kartoffeln einsaugen, ein schweres Sauerteigbrot in den Händen wiegen, die Nase in einen verführerisch duftenden Rosmarinstrauch stecken ... Der neue Wochenmarkt in der Eisenbahnhalle lädt ein, mit allen Sinnen einzukaufen. Besucher finden dort ein buntes und hochwertiges Angebot an saisonalen und regionalen Lebensmitteln. Im quirlig-lebendigen, multikulturellen Kreuzberg bedeutet das Prädikat »regional« allerdings mehr, als Brot von uckermärkischem Roggen und Chilli aus dem Berliner Umland zu verkaufen. Die Markthalle als Manifest von der Stadt in der Stadt, als kultureller wie sozialer Mittelpunkt – was wäre sie ohne einen Gruß aus fernen Ländern? Ohne die leckeren spanischen Tapas von Rosa Ortega? Ohne die himmlischen Taiyaki von Akemi Kreuzwieser, die ihre japanische Waffel-Spezialität vor den Augen ihrer Kunden frisch zubereitet? All das, was Kreuzberg so bunt und lebendig macht – dies soll sich auch in der Markthalle Neun wieder finden.

## DEN WERT DER LEBENS-MITTEL SCHÄTZEN

Auf diesem bunten Marktplatz gehen Lebensmittelkultur, -handwerk und -qualität Hand in Hand. So, wie sich die drei Initiatoren – Florian Niedermeier, Bernd Maier und Nikolaus Driessen – bei der Auswahl ihrer Lebensmittelhandwerker, Händler und Erzeuger auf ihre Erfahrung und ihr Gespür für Lebensqualität verlassen, möchten sie auch ihre Besucher anregen, sich mehr von ihren Sinnen leiten zu lassen. »Wir möchten das

Bewusstsein dafür schärfen, dass gute, handwerklich hergestellte Lebensmittel einen unschätzbaren Wert haben«, erklärt Maier. Wer einmal das knusprige Holzlehmofenbrot aus Peter Klanns »Soluna«-Bäckerei gekostet oder von Annette Zellers legendärer Wolkentorte genascht hat, überzeugt sich schnell davon, dass Backen

wahre handwerkliche Kunst sein kann. »Mein Beruf ist Berufung«, schwärmt die leidenschaftliche Bäckerin, die für ihre Kuchen gern auch mal Früchte aus dem eigenen Garten erntet. In einer Zeit, in der Nahrungseinkauf und -zubereitung vor allem die Kriterien »billig« und »schnell« erfüllen muss, wagt Markthalle Neun ein Zeichen zu setzen. Im Entschluss zum Genuss liegt für Maier auch der Anfang einer ganz neuen Lebenseinstellung. Denn wer stehen bleibt, um sich hier und da von einem exotisch-würzigen Duft verführen zu lassen oder Sabine Zelles farbenprächtige, duftende Blumenvielfalt zu bewun-

dern, der braucht Mut zur Muße, zur Ruhe und zum Verweilen. Der Markt lädt ein genau hinzusehen, Essen bewusster wahrzunehmen sowie Interesse und Wertschätzung an unserer täglichen Nahrung zu zeigen.

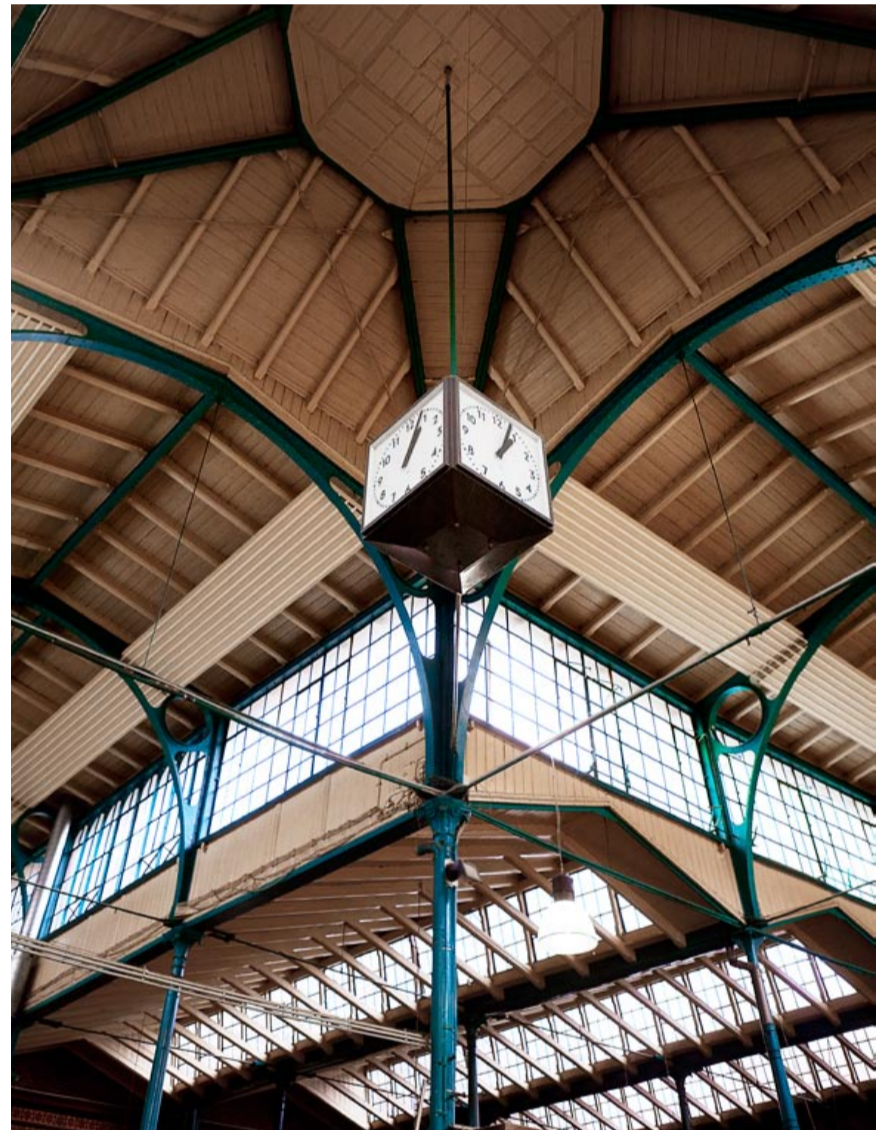
## WENIGER IST MEHR

Vertrauen in Qualität und Wissen um die Herkunft der Produkte spielen eine große Rolle. Bei einem Plausch mit Käsehändler Ivo Knippenberg etwa erfährt der Kunde nicht nur, welcher Käse die optimale Reife hat. Knippenberg kann auch zu jedem seiner Käse aus überwiegend ökologischer Landwirtschaft eine Geschichte erzählen.

Gute Qualität muss nicht teuer sein, davon sind die Betreiber der Halle überzeugt. Mit saisonalen Produkten könne man sogar Geld sparen. »Es ist ein ganz großes Stück Lebensqualität, mit wenigen, einfachen und dafür guten Zutaten zu kochen«, findet Niedermeier. »Denken Sie nur mal an Pellkartoffeln mit Kräuterquark. Wie lecker können die schmecken, wenn die Kartoffeln und die Kräuter liebevoll vom Biobauern gezüchtet wurden, und der Quark von einer Käserei aus dem Umland stammt, die ich persönlich kenne!« Vielleicht gibts dazu noch eine vom Balkon geerntete Wildtomate?

ELENA RUPP

Der Dornröschenschlaf der Markthalle Neun ist vorbei: Ab Oktober findet hier freitags und samstags wieder ein Wochenmarkt statt



# LEBENS-MITTEL-PUNKT

## SENATSBAUDIREKTORIN REGULA LÜSCHER FINDET: DIE ZEIT IST REIF FÜR EINE POSITIVE VERÄNDERUNG

Manchmal braucht es einen Rückgriff in die Tradition, um einen Schritt in die Zukunft zu machen. »Markthalle Neun« knüpft an die Tradition der Markthallen an, wie wir sie lieben – Orte von denen wir schwärmen, weil es dort rumort und nach Stadt riecht. Dies sind aber auch Orte, die wir häufig nur noch als pittoreske Erinnerung an die letzte Reise mit uns tragen. Eine Markthalle im eigenen Quartier? Zweifel gab es, ob die »olle« Eisenbahnhalle wieder flott zu machen sei, oder ob ein »ordentlicher« Supermarkt nicht viel besser wäre fürs Geschäft. Am besten mit Parkhaus und allem drum und dran – so wie wir das überall haben. Aber wie uninspiriert sind diese vermeintlichen Rezepte! Ist der uniformierte Allerweltmarkt nicht bereits auf dem Rückzug – zumindest in den Städten? Und wird er nur deshalb noch benutzt, weil es meist nichts anderes gibt? Glücklicherweise haben sich viele Menschen Gedanken darüber ge-

macht, was ein Markt für die Stadt, den Bezirk, das Leben, den öffentlichen Raum und das Miteinander bedeutet. Ein solcher Markt ist weit mehr als ein Ort, an dem lediglich mit Waren gehandelt wird. Ein Markt wie dieser ist ja auch Treffpunkt, Informationszentrale, Kommunikationsort – und ein sinnliches Erlebnis. Kurz: das, wovon die Stadt lebt. Genau dies greift »Markthalle Neun« auf: die Idee von der Markthalle als Kreuzungspunkt des Quartiers, an dem sich das Öffentliche und der »Kiez« manifestieren. Die kulinarische Komponente, die in dem neuen Konzept eine besondere Rolle spielt, sorgt zudem dafür, dass wir nicht nur herkommen um Einkäufe zu erledigen, sondern auch eine Weile hängen bleiben.

## TRADITIONSORT MIT MODERNEM KONZEPT

Besonders gefällt mir der Ansatz, mit dem Temporären zu beginnen und den Markt schrittweise wachsen zu

lassen. Wenn die alte Markthalle nicht mehr so funktionierte wie einst, so müssen wir ausprobieren, wie es heute gehen könnte. Dieses Experiment erfordert Mut und veränderbare Konzepte. Daher ist der Stufenplan eine gute Basis für eine solide Entwicklung. Vor allem ist er ein Ansatz, all jene mit auf den Weg zu nehmen, die daran Interesse haben. Ich bin ganz sicher, dass die temporäre Herangehensweise im und am Gebäude Manches auslösen wird, was wir heute noch gar nicht erahnen. Die temporäre Aneignung des Ortes wird so zum kreativen Suchpfad für das Dauerhafte. Ich drücke beide Daumen, dass die frischen Ansätze des Konzepts Erfolg haben. Ich wünsche dem Ort und allen, die hier leben, dass die »Markthalle Neun« zu einem wahren »Lebens-Mittel-Punkt« wird.

REGULA LÜSCHER

# REVOLUTION AM KAFFEESTAND

## DER PROTEST DER ANWOHNERINITIATIVE »EISENBahn. MARKTUNDKULTUR.HALLE« HAT SICH AUSGEZAHLT

Als am 30. Januar 2010 ein Anwohner mit einer Journalistin die Eisenbahn-Markthalle in Kreuzberg betrat, heftete sich den beiden sofort ein Security-Mann an die Fersen. Im Umfeld waren wenige Tage zuvor Plakate mit einer Einladung zum »Kaffeetrinken an Inges Kaffeestand« aufgetaucht. Anlass für den Aufruf waren Hinweise, dass das schöne, 120 Jahre alte, denkmalgeschützte Gebäude an einen Investor verkauft und an eine große Handelskette vermietet werden sollte. Mehrere hundert Menschen aus der Nachbarschaft kamen und protestierten gegen das drohende Verramschen einer der letzten originalen Markthallen Berlins durch den rot-roten Senat. Die »Abendschau«, die Berliner Tageszeitungen und sogar die FAZ berichteten ausführlich. Die Aktion blieb nicht ohne Wirkung: Die Senats-Wirtschaftsverwaltung – deren Spitzenpersonal der Partei »Die Linke« angehört – legten innerhalb kürzester Zeit eine Kehrtwende hin.

Sie stornierte den fast abgeschlossenen Deal und startete stattdessen einen transparenten Konzept-Wettbewerb zum Verkauf der Markthalle zum Festpreis von 1,15 Millionen Euro. Wichtige Kriterien waren deren Wiederbelebung mit kleinen Händlern und Kulturveranstaltungen. Zurzeit beherrschen Aldi, Drospa, KiK und Kamps mit ihren in die Halle »abgestellten« Großboxen drei Viertel der Fläche. Jetzt also, fast zwei Jahre nach dem Aufbegehren der Anwohner, startet das neue Marktangebot in der Eisenbahnhalle. Die Erwartungen sind hoch: Eine »Halle für alle« solle es werden, fordern die engagierten Nachbarn, einen Genuss-Tempel für die »Bionade-Bourgeoisie« gelte es zu verhindern, horrorphantasieren Indymedia-Aktivistinnen. Viele Entwicklungen sind offen. Fest steht: Die Eisenbahnhalle ist gerettet. Schön, dass man hier bald wieder hören wird: »Darf's ein bisschen mehr sein?!«

CHRISTOPH ALBRECHT



Slow-Food-Gründer Carlo Petrini setzt sich für die Förderung regionaler Produkte ein

## »DAS WIRD EIN RIESENERFOLG«

**SLOW-FOOD-GRÜNDER CARLO PETRINI ÜBER DIE MARKTHALLE NEUN, BIOBAUERN IM FLÄMING, KLUGE UND DUMME VERBRAUCHER UND DAS DESASTER NAMENS EU-AGRARPOLITIK**

Herr Petrini, haben Sie ein Lieblingsgericht aus der Berliner Küche?

Leber mit Zwiebeln und Äpfeln! Das ist eine köstliche Kombination. In Italien wissen viele Leute überhaupt nicht, was die deutsche Küche für eine Vielfalt an tollen Rezepten bietet: Spätzle, eure fabelhaften regionalen Suppen, Tafelspitz ...

... Oh, jetzt entfernen wir uns aber kulinarisch wieder aus Berlin. Mit der von Ihnen gegründeten Slow-Food-Bewegung setzen Sie sich seit 25 Jahren für eine bessere Qualität und eine größere Vielfalt des Essens ein. Was heißt das konkret?

Wir wollen erreichen, dass unser Essen aus gut schmeckenden Produkten besteht, die sauber und umweltschonend erzeugt und zu einem fairen Preis verkauft werden. Ich war gerade in den USA, wo Slow Food inzwischen mehr als 50 000 Mitglieder hat und es mehr als 10 000 Bauernmärkte gibt. Vor zehn Jahren waren es noch weniger als hundert. Viele dieser Märkte haben wir ins Leben gerufen.

**»WIR MÜSSEN LEBENSMITTELN IHREN WERT ZURÜCKGEBEN. DAS IST EINFACHER, WENN DIE VERBRAUCHER BEI DEN ERZEUGERN DIREKT EINKAUFEN«**

Diese Renaissance der Märkte erleben wir weltweit und die Wiedereröffnung der Markthalle Neun in Kreuzberg ist ein weiteres Beispiel dafür. Ist das nur eine kurzfristige Modeerscheinung, oder verändert sich unser Verhältnis zu Lebensmitteln gerade? Ich stelle bei meinen Reisen um die Welt fest, dass sich die Leute immer stärker für regionale Gemüse- und Obstsorten und die kulinarische Tradition ihrer Gegend interessieren. Wir können diese Biodiversität nur erhalten, wenn wir gleichzeitig das Wissen über die Verarbeitung und Zubereitung dieser Sorten weitergeben. Das geht am besten im direkten Kontakt zwischen Bauern und Konsumenten. Spannend ist, dass diese Entwicklung vor allem von jungen Leuten angestoßen und vorangetrieben wird. Deshalb bin ich überzeugt davon, dass das keine Mode ist, sondern ein Bedürfnis.

In Deutschland hat Slow Food trotzdem noch immer das Image einer Gourmetvereinigung. Im Schnitt geben die Deutschen nur elf Prozent ihres Einkommens für Lebensmittel aus. Können sich das »gut, sauber und fair« produzierte Essen dann nicht nur die Besserverdiener leisten?

Fakt ist, dass gutes Essen heute zu billig ist. In den Sechziger Jahren haben die Deutschen noch bis zu 50 Prozent ihres Einkommens für Essen ausgegeben. In unserer heutigen Gesellschaft wird den Lebensmitteln einfach kein Wert mehr beigemessen. Wir schmeißen bis zu 40 Prozent unserer Nahrung weg. Im jetzigen System machen nur der Handel, die großen Nahrungsmittelkonzerne und die industriell betriebene Landwirtschaft gute Geschäfte. Die Bauern dagegen bekommen viel zu wenig Geld für ihre Arbeit. Wir müssen den Lebensmitteln ihren Wert zurückgeben. Daher diskutieren wir eigentlich weniger über den Preis, sondern über den Wert einer Sache. Wenn die Verbraucher in der Markthalle Neun regionale Produkte direkt von den Bauern und Erzeugern kaufen, ist es viel einfacher, ihnen den Wert dieser Sachen zu vermitteln, als in anonymen Supermärkten.

Lässt sich ein Markt konzept, wie es Markthalle Neun in Kreuzberg jetzt startet, denn auch wirtschaftlich erfolgreich betreiben? Die Markthalle Neun wird ein Riesenerfolg für alle Beteiligten. Davon bin ich überzeugt, weil die Betreiber eine ganzheitliche Strategie verfolgen. Sie bringen kleine, landwirtschaftliche Betriebe und Lebensmittelproduzenten aus Berlin und Brandenburg direkt mit ihren Kunden auf dem Markt zusammen. Begleitet wird das Ganze von pädagogischen Projekten wie Schulgärten und der Zusammenarbeit mit Schulen und Jugendgruppen in Kreuzberg. Das entspricht genau dem Ansatz von Slow Food, den wir auch bei unseren Earth Markets verfolgen. Ein Markt darf nie nur ein ökonomisches, sondern muss immer auch ein kulturelles Projekt sein. Man muss bei den Verbrauchern Interesse für die Herkunft und Produktion der Lebensmittel wecken und ihnen erklären, wieviel Arbeit darin steckt. Nur so

kann diese Wegwerf- und Konsumismusgesellschaft verändert werden.

Haben Sie dafür ein Beispiel?

Ich war kürzlich bei einem Biobauern in Teltow-Fläming bei Berlin. Er hat fantastischen Kohl auf seinen Feldern, aber von der aktuell geltenden Agrarpolitik wird er mehrfach bestraft. Zuerst muss er für seine Zertifizierung als Biobetrieb Geld bezahlen. Da er keine Pflanzenschutzmittel benutzt, wandert die Hälfte seiner Ernte auf den Kompost, weil die Kohlköpfe braune Stellen haben. Und am Ende muss er sich den Vorwurf gefallen lassen, dass er nur Produkte für reiche Biohedonisten herstellt. Das ist nicht nachhaltig – und unerträglich. Wenn man ihm aber die Möglichkeit gäbe, auch die weniger schön aussehenden Kohlköpfe zu verkaufen, beispielsweise in der Markthalle Neun, könnte er seine Ware insgesamt günstiger anbieten.

Aber diesen Kohl will doch keiner kaufen. Doch, das ist genau das, was ich meine, wenn ich sage, dass man die Verbraucher erziehen muss. Deswegen plädiere ich dafür, so früh wie möglich damit anzufangen, am besten schon bei Kindern. Der kluge Verbraucher müsste meines Erachtens den hässlichen Kohl zu einem niedrigeren Preis einkaufen und etwas mehr von den äußeren Blättern entfernen. Er hätte dann einen einwandfreien Biokohl. Deswegen ärgert es mich auch immer, wenn ich als Slow-Food-Chef mit diesen Gentrifizierungsvorwürfen konfrontiert werde: Ich selbst unterscheide nicht zwischen armen und reichen Verbrauchern, sondern zwischen klugen und dummen.

Apropos, wie finden Sie die EU-Agrarpolitik? Sie ist ein einziges Desaster. In Brüssel müssen sie langsam verstehen, dass wir mit der industriellen Massenproduktion nicht mehr weiterkommen, sei es bei Tieren mit dem Einsatz von Hormonen und von Antibiotika oder beim Getreide-, Obst- und Gemüseanbau durch den Einsatz von Chemie und Pestiziden. Die Böden gehen davon kaputt. Und dass die Fleischproduktion im industriellen Maßstab gefährlich ist, dürfte spätestens seit den BSE- und Dioxinskandalen jeder begriffen haben.

**»ES KANN NICHT SEIN, DASS AGRARLOBBY UND POLITIK FESTLEGEN, WIE GURKEN ODER ZUCCHINI AUSSEHEN DÜRFEN«**

Lässt sich das System denn so umstellen, dass eine nachhaltige, biologisch betriebene Landwirtschaft uns alle ernährt? Wir brauchen weiterhin beides. Große konventionelle Landwirtschaft, aber auch kleine Erzeuger. Es ist auch nicht so, dass der Bioanbau ein Allheilmittel ist, zumal er inzwischen auch im industriellen Maßstab betrieben wird. Es kann aber nicht sein, dass die Agrarlobby gemeinsam mit der Politik in Brüssel festlegt, wie Gurken oder Zucchini aussehen dürfen, und übertriebene Hygienestandards durchsetzt, die nur die industrielle Landwirtschaft einhalten kann. Bei den Vorschriften für Länge, Krümmung und Hygiene geht es ja nie um die Qualität der Ware.

Hintergrund ist vielmehr, dass man krumme Gurken schlechter verpacken und lagern kann. Wenn man aber alles andere verbietet, bedeuten all diese Regelungen zusammen eine massive Benachteiligung für landwirtschaftliche Kleinbetriebe. Außerdem fördern sie Monokulturen statt Artenvielfalt. Und dann gibt es plötzlich einen EHEC-Skandal und es vergehen Wochen, bis bekannt ist, woher der Virus stammt. Das ließe sich verhindern, würde man die regionale Produktion und eine neue Generation von Bauern fördern, die auf nachhaltigen Anbau setzt.

2013 werden die EU-Agrarsubventionen neu verteilt. Sind Sie zuversichtlich, dass Sie mit Ihren Forderungen Gehör finden?

Ich bin da sehr optimistisch. Wir stecken mitten in einer Krise, die viele unterschiedliche Ebenen unseres Lebens betrifft. Fukushima, die Finanz- und Eurokrise, der Klimawandel, dies alles stellt uns vor große Herausforderungen. In den USA gibt es die Redewendung: »Never let a crisis go to waste!« Verschwende niemals eine Krise. Ein Paradigmenwechsel, wie wir ihn propagieren, muss daher jetzt durchgesetzt werden. Dafür sind viele Schritte nötig – und Konzepte wie das der Markthalle Neun. Toll, dass das hier in Kreuzberg umgesetzt wird.

Sie betonen die Bedeutung regionaler Produkte, sind aber gleichzeitig eine international tätige, in 170 Ländern vertretene Organisation. Kommt es da nicht automatisch zu Interessenkonflikten?

Grundsätzlich bin ich der Auffassung, dass die Landwirtschaft zunächst einmal der Versorgung vor Ort dienen soll. Aber Sie dürfen auch nicht alles in solchen Schwarz-Weiß-Kategorien sehen. Kaffee wird nun mal nicht dort produziert, wo er getrunken wird. Deswegen will ich bestimmt nicht den Italienern ihren Espresso verbieten, oder den Berlinern ihren Latte Macchiato. Aber wenn wir die Wertschätzung für Essen in unserer globalisierten Welt wieder erhöhen und weniger Lebensmittel wegschmeißen, haben wir schon extrem viel erreicht.

Vielen Dank für das Gespräch.

**DAS INTERVIEW FÜHRTEN NIKOLAUS DRIESSEN, FLORIAN NIEDERMEIER UND TIL KNIPPER**

»Es ärgert mich immer, wenn ich mit Gentrifizierungsvorwürfen konfrontiert werde. Dabei könnten gute Lebensmittel viel billiger sein, wenn die geltenden Regelungen der Agrarpolitik anders wären«



Die Markthalle IX oder »Eisenbahn-halle« zwischen Eisenbahn- und Pücklerstraße ist neben der Arminius-halle in Moabit das am besten erhaltene Beispiel für die historischen Berliner Markthallen. Sie ist eine von ursprünglich vierzehn städtischen Hallen, die kurz vor der Wende vom 19. zum 20. Jahrhundert in Berlin errichtet wurden. Der Bau der Hallen fällt in eine Zeit, der einige tief greifende gesellschaftliche Entwicklungen vorausgegangen waren. Mitte des 18. Jahrhunderts führten Missernten zu einer extremen Verteuerung der Grundnahrungsmittel. Bekannt aus diesen Jahren ist die Kartoffelrevolution von 1847, bei der die Stadtbevölkerung gegen die überhöhten Lebensmittelpreise Sturm lief und begann, die Wochenmärkte zu plündern. Diese Entwicklung hatte erstmals den Gedanken von zentralen, überdachten und leicht zu überwachenden Orten für den Lebensmittelhandel beflügelt. Zwar scheiterten erste Versuche an fehlenden Finanzmitteln. Doch bald verschärfte sich die Notwendigkeit einer zentralen Lebensmittelversorgung: In den kommenden vier Jahrzehnten verdreifachte sich die Zahl der Stadtbewohner auf rund 1,5 Mio – das Umland konnte deren Bedarf mit den kleinen Wochenmärkten nicht mehr bedienen.

#### DER BAU DER MARKTHALLEN ENDE DES 19. JAHRHUNDERTS

Als um 1880 die Stadtbahn eröffnete, waren endlich auch die infrastrukturellen Voraussetzungen geschaffen und der Weg zum Bau von überdachten Marktplätzen nicht mehr weit: Die Stadtväter begannen ein Konzept zu erarbeiten, um in den dicht bewohnten Gebieten Berlins ein Netz von Markthallen zu errichten. Verantwortlich für Konzeption und Realisierung waren der damalige Stadtbaureferent Hermann Blankenstein (1829–1910) und der Architekt August Lindemann (1842–1921). Bereits 1886 konnten die ersten der vierzehn Hallen eröffnet werden. Neben der großen Zentralmarkthalle am Alexanderplatz wurden kleinere

## EINE HALLE MIT GESCHICHTE

### DIE DENKMALGESCHÜTZTE MARKTHALLE IX FEIERT IHREN 120. GEBURTSTAG



Historische Innensicht der Eisenbahnhalle mit Blick auf den Ausgang Eisenbahnstraße

Stadtteilmarkthallen erbaut, die die offenen Wochenmärkte ersetzen.

#### ARCHITEKTUR DER MARKTHALLEN

Die Gestaltung der Markthallen orientierte sich an der von Blankenstein bevorzugten »Hellenischen Renaissance«. Dieser Baustil greift auf die Architektursprache Karl Friedrich Schinkels (1781–1841) zurück und dominierte den Berliner Kommunalebau bis ins ausgehende 19. Jahrhundert hinein. Die kleinen Bezirksmarkthallen waren direkt in das Straßensystem eng besiedelter Wohnquartiere eingebunden. Es gab also keine strikte Trennung zwischen Wohn- und Gewerbegebiet. So waren die Hallen oft nicht nur öko-

nomisches, sondern auch soziokulturelles Zentrum des jeweiligen Bezirks. Die überdachten Markthallen boten zahlreiche Vorteile: Die Verkaufsstände waren nun vor Wind und Wetter geschützt. Die hygienischen Zustände wurden verbessert, und verderbliche Güter konnten besser geschützt und gekühlt werden. Der Handel wurde außerdem polizeilich überwacht, so dass die Anbieter und deren Waren besser kontrolliert werden konnten.

#### 120 JAHRE: BLÜTE UND VERFALL

In den ersten Jahren nach dem Bau der Hallen florierte dort der Handel mit Lebensmitteln. In den Jahren vor dem

Ersten Weltkrieg begann das Geschäft aber zu stagnieren, weil die Markthallen nicht mehr als modern galten und mit der Konkurrenz von Einzelhandel und Kaufhäusern kämpften. In den zwanziger Jahren ging es allerdings wieder bergauf. Die Wirtschaftskrise führte dazu, dass auch viele einst wohlhabende Berliner das günstige Angebot in den Markthallen nutzten. Die Bombenangriffe des Zweiten Weltkriegs überstand die Eisenbahnhalle zwar weitgehend unbeschadet. Doch die Kriegsschäden in der näheren Umgebung und die folgende »Kahlschlagsanierung« hatten negative Folgen fürs Geschäft, da nun großer Wohnungsleerstand herrschte. Mit dem Mauerbau 1961 waren die Hallen

plötzlich vom Hinterland abgeschnitten. Außerdem veränderte sich die Bevölkerungsstruktur, Kaufkraft und Interesse am Marktangebot flauten ab. 1977 zog ALDI in die Halle, 1981 folgte Drospä und 2004 schließlich der Textildiscounter Kik. Die letzten kleinen Händler zogen kurz danach aus.

#### EIN AUSBLICK

Mit dem architektonischen Reiz, den die heute noch erhaltenen Markthallen ausstrahlen, sind diese Bauwerke ausnahmslos Zeugen von historischem Rang. In ihnen kontrastieren nicht nur beständig sich verändernde Warenangebote – und das damit zusammenhängende, unterschiedliche Konsumverhalten der Kundschaft. Besonders die kleineren von ihnen sind – ähnlich wie der Wochenmarkt – geeignet, auch gesellschaftliche Festpunkte zu setzen, Zusammengehörigkeit zu fördern und identitätsstiftend auf die nähere Bewohnerschaft zu wirken. In diesem Sinne bleibt der Markthalle Neun zu wünschen, dass sie sich bald wieder mit Leben füllt und etwas von ihrer ursprünglichen Bestimmung zurück-erhalten möge.

PETER LEMBURG  
ELENA RUPP

Dr. Peter Lemburg ist Architekt mit Spezialgebiet Denkmalpflege und Architekturgeschichte sowie Verfasser eines Denkmalschutzgutachtens über die Markthalle



## SAGE MIR, WO DU EINKAUFST...

### ... UND ICH SAGE DIR, WER DU BIST. BERLINALE-CHEF DIETER KOSSLICK ÜBER DIE ETHIK GUTEN ESSENS

»Wo kann man hier verschiedene Lebensmittel einkaufen?«, fragte vor etwa 2500 Jahren der Philosoph Sokrates einen jungen Mann in einer Gasse Athens. Sokrates schob eine zweite Frage nach: »Wo können die Menschen gut und anständig leben?« Der Philosoph stellte die scheinbar kleine Aktion des Einkaufs in Zusammenhang mit der Lehre vom guten Leben und den großen Fragen der Ethik. Der junge Mann, den Sokrates befragte, hieß Xenophon. Er wusste keine Antwort auf Sokrates' zweite Frage, doch er folgte ihm und wurde sein Biograph. So wissen wir heute, dass – laut Sokrates – die Ethik des guten Lebens nicht in der Anhäufung materieller Dinge besteht, sondern in der Praxis der Freundschaft, im

politischen Engagement, aber auch im Sport und in der Esskultur: Der zeitgenössische Hamburger Gastrosoph Harald Lemke analysiert in seinem Buch »Ethik des Essens« die sokratische Lehre, die mit dem Einkaufsverhalten beginnt. Aus philosophischer Sicht ist der Verbraucher ein Souverän, der sich bewusst machen sollte, dass seine Kaufentscheidungen weitreichende Konsequenzen haben. Diese Idee greift auch der Oscar-nominierte Film FOOD, INC. auf und zeigt uns, welche katastrophalen Folgen die industrielle Lebensmittelfertigung hat. Im Abspann gibt er praktische Handlungsanweisungen, wie jeder von uns zum mündigen Verbraucher werden kann: »Du kannst die Welt verändern mit jedem Bissen.« Kauf Produkte von Firmen, die Arbeiter, Tiere und Umwelt mit Respekt behandeln. »Kauf Nahrungsmittel aus der Umgebung. Kauf auf Märkten.« Wähle Lebensmittel, die die Saison bereithält.

Achte darauf, dass die Lebensmittel biologisch sind. »Erkundige dich nach Herkunft und Zutaten. Lies das Kleingedruckte auf den Etiketten.« Leg einen Garten an, sei er auch noch so klein. »Koch mit deiner Familie und esst zusammen.« Setz dich an deiner Schule für gesundes Essen in der Pause ein. Eine Markthalle oder ein Wochenmarkt bieten – anders als ein Supermarkt – Möglichkeiten, regionale Produkte aus erster Hand zu kaufen und Kontakt zu den Erzeugern zu knüpfen. Die Hände der Erzeuger, die in der Erde gewühlt haben, sind die wahren Gütesiegel für die Qualität der Produkte.

Dieter Kosslick und Thomas Struck vom Kulinarischen Kino der Berlinale wünschen der neuen »Markthalle Neun« einen guten Start und ein langes Leben.

#### DIE GESCHMACKSTAGE

... wurden 2008 vom Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz initiiert und finden jedes Jahr in Berlin statt. Vom 1. bis zum 9. Oktober wollen sie Menschen aller Altersgruppen ermuntern, mit frischen Produkten selbst zu kochen und sich zu gemeinsamen Mahlzeiten an einem Tisch zu versammeln. In der Markthalle Neun wird es zu diesem Anlass verschiedene Aktionen geben: Slow-Food-Aktivistinnen laden am Eröffnungssamstag zu einem »Interkulturellen Einmachen« ein. Am 2. Oktober wird die evangelische Emmaus-Kirchengemeinde dort um 11 Uhr einen Erntedankgottesdienst feiern. Anschließend gibt es ein gemeinsames Mittagessen in der Markthalle.

**AUSSTELLUNG 120 JAHRE MARKTHALLE IX**

ZUM 120. JAHRESTAG WERDEN FOTOGRAFIEEN EHEMALIGER HÄNDLER IN DER MARKTHALLE GEZEIGT

ÖFFNUNGSZEITEN MO-SA 8-20 UHR  
DIE AUSSTELLUNG LÄUFT BIS ENDE DES JAHRES  
DER EINTRITT IST FREI



**IMPRESSUM**  
Redaktion: . . . . . Elena Rupp, Til Knipper  
V.i.s.d.P.v: . . . . . Markthalle Neun GMBH  
Eisenbahnstraße 42/43, 10997 Berlin  
Satz/Gestaltung: Büro für Film und Gestaltung,  
Sebastian Fessel, Stefan Stefanescu  
Bildnachweis: . . . . . Stefanescu (S. 1 oben, Mitte,  
S. 2 Mitte); Einundzwanzigwölf  
(S. 1 unten); Archiv Slow Food Deutschland,  
Stefan Abtmeyer (S. 3); Paul Schirmhofer  
(S. 4 unten), aus: »Mal was Richtiges/  
Männer-Kochbuch«, Mosaik bei Goldmanns  
**WWW.MARKTHALLENEUN.DE**

**Geschmackstage 2011**  
1. bis 9. Oktober 2011  
*regional genießen*

**taz. die tageszeitung**