

Aufstand der Aldi-Berliner gegen die grünen Gutverdiener
Stand: 20:09 Uhr | Lesedauer: 6 Minuten
Berthold Seewald

Die Markthalle Neun in Kreuzberg hat sich vom alternativen Projekt zum teuren Foodmarket gewandelt. Proteste der Anwohner zeigen: Das politisch-ökologische Sendungsbewusstsein des grünen Milieus verliert die sozialen Realitäten aus dem Blick.

In diesen Tagen macht ein Berliner Kulturkampf die Runde, der weit in die Geschichte zurückschauen lässt, zum Ursprung jenes bizarren Rituals, den Tag der Arbeit mit gewalttätiger Randalen zu begehen. 32 Jahre ist die erste Straßenschlacht in Kreuzberg inzwischen her.

Sie fand ihren Höhepunkt im Sturm auf einen Supermarkt der Urberliner Marke Bolle. Der wurde zunächst ausgeplündert und anschließend in Brand gesteckt. Noch viele Jahre später konnte man die Ruinen am Görlitzer Bahnhof bestaunen.

Bolle war am 1. Mai 1987 nicht der einzige Laden, den – je nach Perspektive – der linksradikale Mob oder der revolutionäre Aufstand Unterprivilegierter traf. Auch Lokale anderer Ketten, die als nicht „kiezgerecht“ galten, wurden attackiert. Gleichwohl wurde der Sturm auf Bolle zum Gründungsmythos der Mai-Krawalle.

Eine Generation später lohnt dieser Blick zurück, um den merkwürdigen Streit einzuordnen, der derzeit den Kreuzberger Kiez erschüttert. Vor einer schönen Markthalle aus dem Jahre 1891, nur wenige Hundert Meter vom Görlitzer Bahnhof entfernt, trafen sich am vergangenen Wochenende Menschen und demonstrierten: für Aldi und gegen Luxusfood. „Gutes Essen für alle statt Marktstände für Investor*innen“ brachte ein Plakat die Frontstellung auf den Punkt.

Das ist einigermaßen erstaunlich, denn die Markthalle Neun, um die es geht, versteht sich selbst als „Kiezmittelpunkt“, als Forum einer kleingewerblichen Alternative gegen „Discounter und ihre Geschäftspraktiken“. Mit diesem Konzept konnte eine Anwohnerinitiative 2009 den Berliner Senat davon überzeugen, die baufällige Halle nicht an einen Großinvestor zu verkaufen, sondern nach einer denkmalgerechten Sanierung für einen reduzierten Kaufpreis einer Betreibergesellschaft zu übertragen.

Seit 2011 bieten auf knapp 3000 Quadratmetern diverse Stände ihre Produkte an, die vom Bio-Käse aus Brandenburg bis zu den Würsten einer gläsernen Metzgerei reichen. Daneben haben zahlreiche Streetfood-Angebote dafür gesorgt, dass die Markthalle Neun inzwischen zu einem weit über Berlin hinaus bekannten Gastro-Hotspot geworden ist.

Berliner nehmen das Mietproblem selbst in die Hand

Mit einer Unterschriftenaktion wollen Berliner Mieter der Initiative „Deutsche Wohnen & Co enteignen“ einen Volksentscheid herbeiführen. Dabei soll über Enteignungen abgestimmt werden. Ökonomen zeigen Skepsis.

Quelle: WELT

Einzigster Schönheitsfehler für die Betreiber und manche Kunden war allerdings ein Aldi-Markt, der bislang noch geduldet war, zum 31. Juli aber seine Kündigung erhalten hat. Stattdessen darf nun eine Filiale der Drogeriekette DM einziehen, die das Angebot des Wochenmarktes ergänzen soll,

wie die Halleninhaber auf ihrer Website betonen. Außerdem unterstütze DM faire Produkte und soziale Projekte, wird einer von ihnen zitiert. Viele Anwohner sehen das offenbar anders. „Omi braucht Aldi“, hieß es auf einem Protestplakat.

Man kann die Kreuzberger Aufregung durchaus als gelungene Versuchsanordnung einer nationalen Debatte verstehen. Auf der einen Seite fürsorgliche Aktivisten, die sich für gute Nachbarschaft, individuelle Läden und faire Produktionsbedingungen einsetzen und damit einen Gegenentwurf zu den Plantagen, Schlachthöfen und Fabriken bieten wollen, was „uns allen“ hilft, wie es geradezu beschwörend heißt.

Auf der anderen Seite viele Nachbarn, für die die Markthalle Neun längst zu einer „Event-Location“ mit überhöhten Preisen verkommen ist, die die Touristen und ihre Busse nerven und die in Aldi den letzten Anbieter ausgemacht haben, der ihrem schmalen Einkommen gemäß ist. Einkaufen bei Aldi als Menschenrecht – was wohl die Plünderer von Bolle dazu sagen würden?

Nun könnte man den Konflikt erst mal mit den Mitteln des gesunden Menschenverstandes lösen. Im Umkreis von zwei Kilometern gebe es vier weitere Aldi-Filialen, haben die Betreiber der Halle recherchiert, zudem mehrere Pennys und einen Lidl-Markt in 250 Meter Entfernung.

Entgegen umlaufender Gerüchte sei der nicht von Schließung bedroht, beteuern sie, um außerdem darauf hinzuweisen, dass nach Auskunft der Aldi-Geschäftsführung kein Mitarbeiter durch die Kündigung seinen Job verlieren werde. Allerdings müsse sich ihre Halle „auch für die Händler und Produzenten rechnen, die hinter den ehrlichen Lebensmitteln stehen“, was möglicherweise auf ein weiteres Motiv der Kündigung verweist.

Wirtschaftliche Zwänge können allerdings auch die Demonstranten ins Feld führen. Längst werden die Gründerzeitbauten des ehemaligen Postzustellbezirks SO 36 von der Gentrifizierungswelle überrollt. Die Mieten steigen, der Kiez verändert sich rasant, mit der Welt von „Herrn Lehmann“, mit dem Leander Haußmann 2003 dem Kreuzberg der Vorwendezeit ein cineastisches Denkmal setzte, haben viele Häuser nur noch die Fassade gemein. Und wenn diese saniert und gestrichen wird, stehen viele Bewohner vor der bangen Frage, ob sie sich das noch leisten könnten.

Aldi bietet zwar keine Antwort darauf, aber es ist ein Symbol. Der Discounter steht für das Versprechen des niedrigen Preises, daneben auch für gelebte Tradition, die es um die Ecke so lange gab und die so viel realer war und ist als die Vision von einem Kiez, der durch kleine Gewerbetreibende und ihre gesunden Angebote zu einer humanen Insel im globalisierten Allerlei der Verbraucherkonzerne gemacht werden könnte.

Das soziale Experiment der Markthalle ist für Kritiker längst ein Grund, warum „die Mieten hier weiter steigen und Menschen mit geringem Einkommen und kleine Gewerbetreibende verdrängt werden“, heißt es in einer Erklärung. Aldi steht aus dieser Sicht für die Be- und Verdrängten. Für sie lautet die logische Konsequenz: „Der Kapitalismus ist an allem schuld“, wie aus der Gruppe der Demonstranten zu hören war. Aldi als Verbündeten zu sehen sagt einiges aus über eine Stimmung im Land.

Die Rhetorik der Aufklärung endet da, wo die Emotionen beginnen. Die missionarische Botschaft, mit natürlichem Anbau, individuellen Läden und fairen Preisen ließen sich gewachsene Strukturen einer heimeligen Nachbarschaft über die Zeit retten, verflüchtigt sich in dem Maße, wie diese gut gemeinten Rezepte als Motoren der Veränderung wahrgenommen werden. Wenn Fabrik-Gauda den Geschmack eines guten Frühstücks ausmacht, dann wird Bio-Bergkäse als störend empfunden, vor allem, wenn er wesentlich teurer ist und neue, gut verdienende Nachbarn die Schlange am Verkaufstresen verlängern.

Beileibe kein Kreuzberger Problem

Wenn die Entsorgung der Kiezvergangenheit mit moralischen Argumenten unterfüttert wird, gerät die Aufklärung selbst ins Zwielflicht. Der antikapitalistische Furor, der sich im grünen Erbhof Kreuzberg reflexartig gegen Investoren, Schwaben, Touristen, Käufer, Sanierer, Politiker, alles Bürgerliche und Bürokratische Bahn bricht, wendet sich gegen seine Wortführer.

Die Arroganz, mit der diese ihre Vorstellungen von einer besseren Weltordnung als alternativlose Verheißung durchzusetzen suchen, provoziert den Widerstand jener, in deren Namen dies geschieht. Das ist beileibe kein Kreuzberger Problem, sondern darf getrost auch auf andere Quartiere gewendet werden, in denen eine besser verdienende grün-bunt geprägte Bohème sich ihres politisch-ökologischen Sendungsbewusstseins versichert und dabei die sozialen Realitäten zunehmend aus dem Blick verliert.

Auf die Preiskritik der Demonstranten angesprochen, gab die Inhaberin eines Markthallenstandes einem Reporter gegenüber zu Protokoll, dass die Nährwerte ihres Gemüses höher seien und man daher nicht so viel davon brauche. Außerdem würde ohnehin zu viel unnötiges Zeug gekauft. Gegen ein derartiges Weltverbesserungskonzept erscheint Aldi durchaus wie ein Symbol der Freiheit.