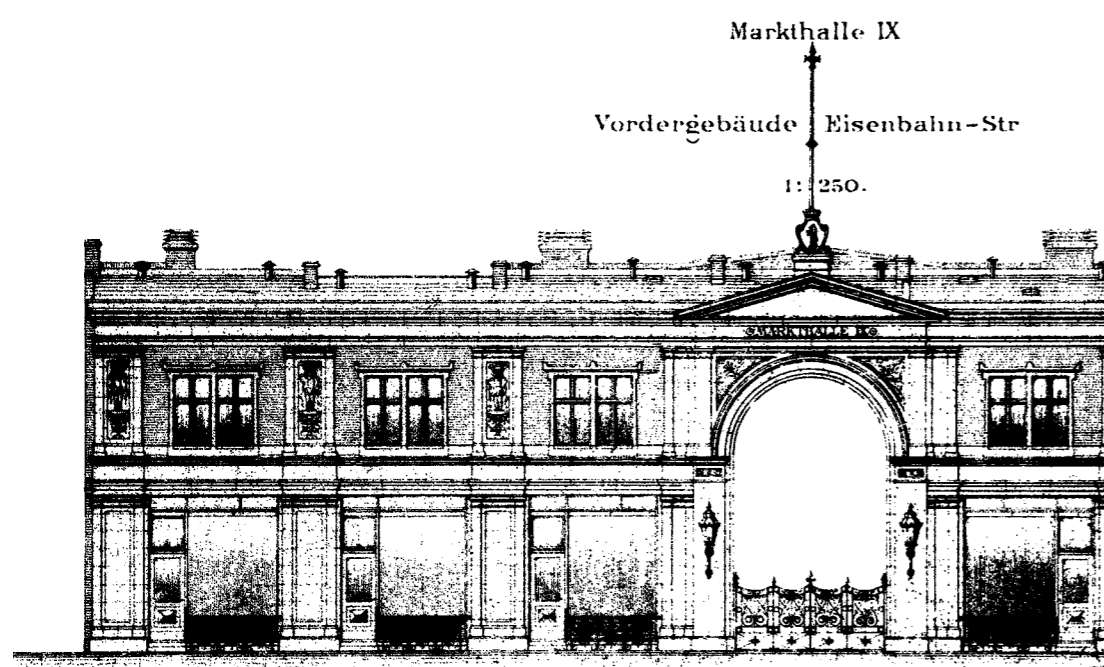


**MARKT
HALLE
NEUN**





LIEBE HÄNDLER UND PRODUZENTEN

Seit mittlerweile zehn Jahren arbeiten wir an der Vision in Berlin einen zeitgemäßen, dauerhaften Lebensmittelmarkt zu etablieren. Mit der historischen Eisenbahnhalle in Kreuzberg, der neunten von ehemals vierzehn Markthallen in Berlin, haben wir nun den idealen Standort gefunden, diese Vision schrittweise Realität werden zu lassen. Wir treten mit dem Ziel an, diesen unvergleichlich authentischen Ort mittelfristig und nachhaltig als den besten Lebensmittelstandort Berlins zu etablieren. Das Beste definiert sich dabei nicht über den höchsten Preis, sondern durch die Auswahl der Marktanbieter und die besondere Leidenschaft, mit der sie bei uns Ihr Geschäft betreiben. Zugleich sollen die bei uns vertretenen Betriebe eine Größe haben, die gegenüber dem Kunden Transparenz und Glaubwürdigkeit noch sicherstellt. Wir suchen leistungsfähige und leidenschaftliche Partner, die unsere Vision teilen. Gemeinsam werden wir in einem Umfeld Gleichgesinnter, mitten im sich rasant entwickelnden Stadtteil Kreuzberg, in der einzigartigen Atmosphäre der historischen Markthalle von 1891 eine echte Perspektive für eine nachhaltige Form der Lebensmittelwirtschaft in Berlin schaffen. >



Seit eineinhalb Jahren nutzen wir die Möglichkeit, kleinere Veranstaltungen in der Halle zu organisieren und dadurch den Standort besser kennenzulernen. Sein Potenzial hat sich sowohl anhand der überwältigenden Besucherzahlen gezeigt als auch durch das Interesse der Medien und Kooperationspartner, die wir gewinnen konnten. Sei es während eines Erzeugermarktes mit *Slow Food*, einem öffentlichen Kochen von Tim Raue mit anschließendem Kino-Screening des *Kulinarischen Kino* der Berlinale oder bei diversen Kulturveranstaltungen, unter anderem mit dem alternativen Nobelpreisträger Nnimmo Bassey.



Wir sehen unsere Aufgabe darin, die Markthalle so zu beleben, dass dort gute Händler und Produzenten mit guter Ware einzeln und gemeinsam gute Geschäfte machen können. Unterstützt werden wir dabei durch die mehrfach prämierten Architekten von *raumlabor berlin* und einem Team von erfahrenen Unternehmern, das sich in der Projektgruppe *Markthalle Neun* zusammengefunden hat.



Vielen Dank für Ihr Interesse und auf hoffentlich bald in der Markthalle IX

**BERND MAIER
FLORIAN NIEDERMEIER
NIKOLAUS DRIESSEN**



Eine nur die ist die echte

Lodix

Creme

ist die rechte.

Der Schuhputz
Lodix
ist der beste
Feinstes Terpentin
Fabrikat

PA PA GE

Der Schuhputz
Lodix
ist der beste
Feinstes Terpentin
Fabrikat

Jm Schuhvertrieb Wrangelstr.18
nahe der Manteuffelstraße

finden Sie enorme Auswahl zu billigsten Preisen

Hausfrau **3 Tropfen Kaol** erzeugen Metall-Dauerglanz

Arbin
terpentinolwax
der gute Schuhputz

Ich hab's

lung 157

Schmalz

210

Karola-Staschke

Po Wei. De
5⁴⁶ 30⁴
10⁴⁶ 60⁴

Blau
5⁴⁶ 35⁴

Eduard

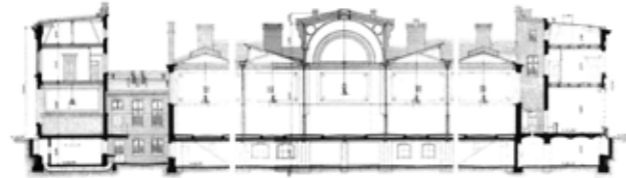
WITTLER
BROT

MARKT — JETZT!

Märkte international: Eindrücke vom Borough Market, London. Spalte rechts unten: die Chelsea Market Hall in New York, Simulation eines Marktprojektes in Rotterdam, Marktanlage in Barcelona

Der Lebensmittelmarkt in Deutschland ist seit Jahrzehnten durch intensiven Wettbewerb und hohen Preisdruck geprägt. Fast der gesamte Handel liegt heute in der Hand weniger Großverteiler. Sie verfügen über einen Marktanteil von 70 Prozent und bringen die Ware über Supermärkte und Discounter an den Endverbraucher. Selbst in der Biobranche ist ein Konzentrationsprozess zugunsten immer größerer Verkaufsflächen und eines in Verpackung, Vielfalt und Design an den konventionellen Supermärkten angepassten Sortiments feststellbar. Für die Verbraucher wird es immer schwieriger, an frische, regionale Erzeugnisse zu kommen. Parallel dazu gibt es einen gesellschaftlichen Trend zu mehr Natürlichkeit und Einfachheit im Leben. Viele Menschen entwickeln einen bewussteren Umgang mit ihrem Körper, ihrer Gesundheit und ihrer Ernährung. Daraus resultiert eine entsprechende Nachfrage nach Lebensmitteln: Weg von der Überindustrialisierung der Lebensmittel, hin zu ursprünglichen Produkten. Davon können insbesondere kleine Einzelhändler und regionale Produzenten profitieren, die sich durch deutlich bessere Qualität und Transparenz von den großen Einzelhandelsketten abheben. Bisher können sie ihre Waren in der Regel nur auf Wochenmärkten anbieten. Diese erfreuen sich großer Beliebtheit, finden aber eben nur wöchentlich statt. Überhaupt ist das Thema Essen wieder in. Es gibt unzählige Kochsendungen und Köche wie Eckhard Witzigmann, Johann Lafer und Alfons Schubeck werden als Stars verehrt. Nicht weniger prominent sind aber auch eher unkonventionelle Typen wie Jamie Oliver oder Tim Mälzer. Wichtig ist für sie, sich ihre Unabhängigkeit von der konventionellen Lebensmittelindustrie zu bewahren und gleichzeitig eine gewisse Lässigkeit auszustrahlen. Gerade diese neue Generation identifiziert sich mit bunten Bezirken voller Kreativität wie Kreuzberg SO36.





REGIONAL, INTERNATIONAL, PERSÖNLICH

Wo anderenorts gesichtslose Einzelhandelskonzerne das Stadtbild eines Kiezes und die Lebensmittelkultur seiner Anwohner bestimmen, ist unsere Vision für die Eisenbahnmarkthalle eine andere: Hier steht der türkische Metzger neben dem brandenburger Biogärtner, der libanesische Fladenbrotbäcker neben der Berliner Blutwurstmanufaktur und die *Münchener Hoffsterei* neben dem französischen Käsehändler. Kartoffeln und Äpfel mitten in der Großstadt und doch wie aus Omas Garten. Der frische, regionale Fisch schwimmt im Aquarium, bis er beim Kauf vor den Augen des Kunden geschlachtet und ausgenommen wird, oder gleich nebenan in der asiatischen Suppenküche oder an der spanischen Tapasbar Verwendung findet. Nebenbei erklären Händler die Herkunft ihrer Waren und geben wertvolle Tipps für deren Zubereitung. Zwischen den reich gefüllten Ständen tummeln sich Menschen jeden Alters, aller sozialen Schichten und Nationalitäten. Im Morgengrauen Frühstückstreff der Frühaufsteher und Marktlieferanten, aber auch der Nachtschwärmer und Taxifahrer, ist die Markthalle IX tagsüber lebendiger Marktplatz für den guten Lebensmitteleinkauf oder den besonderen Mittagstisch in angenehmer Atmosphäre, sowie beliebtes Ausflugsziel für Touristen. Am Abend trifft sich die Nachbarschaft beim täglichen Einkauf an der Metzgertheke und verweilt auf ein Glas Bier oder Wein. Es entsteht eine Kultur des Marktplatzes als Stadt in der Stadt, als Anfang und Verdichtung allen städtischen Lebens.

Die Markthalle IX schafft in Berlin ein bislang nicht vorhandenes, einzigartiges Angebot: Qualitätsbewusste, spezialisierte Händler und regionale Produzenten werden an einem Ort vereint. Sie profitieren von der Bündelung, da spezielle Kundensegmente aus ganz Berlin angesprochen und beliefert werden

können, insbesondere auch gastronomische Großeinkäufer. Wir wollen gemeinsam mit den Händlern den kleinteiligen, qualitätsbezogenen Einzelhandel sowie die regionale Lebensmittelproduktion und -verarbeitung fördern, weil sie für handwerklich bewusste Lebensmittelproduktion und artgerechte Tierhaltung stehen.

Der Kunde hat den Vorteil, nicht der Einkaufspolitik nur eines Händlers ausgeliefert zu sein. Die Händler und Produzenten befinden sich in Konkurrenz um den Kunden und haben eben kein Monopol auf einzelne Angebote. Der Händler wiederum hat den Vorteil, sich im Rahmen des Marktes zu präsentieren und so erheblich mehr Kundschaft gewinnen zu können als an einem Einzelstandort.

LEBENSGEFÜHL MARKT

Neben den kaufmännischen Aspekten vermittelt der Markt auch ein ganz anderes Lebensgefühl. Der Einkauf wird zum sinnlichen Erlebnis: Es duftet nach Obst, Gemüse, Fleisch, Brot, Blumen, Käse, Fisch, Kaffee und Schokolade. Die Ware liegt frisch in der Auslage. Die Beratung ist kompetent und die Produzenten selbst stehen oft als direkter Ansprechpartner hinter dem Marktstand bereit. Der Besuch wird auch zu einem sozialen Erlebnis, weil man in der Markthalle nicht nur einkauft, sondern sich inspirieren lässt, den Nachbarn trifft, einen Kaffee trinkt oder Handwerk in der Schaubäckerei, beim Kaffeerösten oder an der Ölmühle erleben kann.

Der Markt erfüllt dabei den Wunsch nach begreifbaren und erfahrbaren lokalen Strukturen, lokaler Kultur und Tradition. Auch die Sehnsucht des Stadtmenschen nach dem Landleben wird bedient, wenn der Sternekoch mit Kindern und Erwachsenen in der Schauküche kocht und Kräuter verwendet, die zuvor vom *Prinzessinnengarten* unter kräftiger Gärtnerhilfe der Anwohner in den Innenhöfen der

Die Markthalle IX, Eingang Eisenbahnstraße. Links: Historischer Schnitt aus den Planungsjahren





Vorherige Doppelseite: Collage zur zukünftigen Nutzung der Markthalle (raumlabor berlin). Rechts: Fassade zur Pücklerstraße, links: historische Standnummerierung



Halle angebaut wurden. *Slow Food* veranstaltet Regionaltage, an denen besondere heimische Obst- und Gemüsesorten vorgestellt, verkostet und zubereitet werden. Während der internationalen *Grünen Woche* stellen internationale Aussteller Spezialitäten vor, die nicht im Messezentrum zu finden sind. Hier kann saisonale Ernährung wieder verstanden, gelernt und vor allem gelebt und genossen werden. Hier gibt es den Fisch lebend, geschlachtet und ausgenommen, filetiert, gebeizt, vorgebraten, geräuchert oder gleich zum Verzehr im Brötchen, in der asiatischen Suppe, oder frisch vom Grill mit mediterranem Gemüse. Die Rezepte, den passenden Wein, die richtige Kartoffel und den Blumenstrauß gibt es gleich dazu. Die besten Gäste trifft man hier auch. Das Angebot spricht also all jene an, für die Lebensmittel neben der biologischen Grundlage unserer Existenz auch mit Genuss, Kultur, Geselligkeit und allgemein Lebensqualität zu tun haben.

MARKT UND GROSSMARKT ZUGLEICH

Das gebündelte Angebot aller Händler spricht aber vor allem auch Großverbraucher aus der Gastronomie an. Sie finden in der Markthalle die geballte Kompetenz regionaler Lebensmittelproduktion und ersparen sich viele Einzelbestellungen. Der für die Rentabilität einer Lieferung erforderliche Mindestbestellwert wird über die Bündelung des Ange-

botes leicht erreicht. Das wiederum bedeutet für die Händler die Möglichkeit, neben dem einzelnen Hallenbesucher auch auf anderen Kanälen (z. Bsp. Frische-Newsletter für Gastronomiekunden) als gemeinsamer Anbieter aufzutreten und so aus mehreren Bestellungen bzw. Lieferungen einen einzigen Vorgang zu machen. Die Vorteile für beide Seiten liegen auf der Hand. Zudem hilft dieser Großmarkt im Markt, auch in der Anlaufphase der neuen Halle die Umsätze zu generieren, die nötig sind, um die einzelnen Stände rentabel zu betreiben und den bei Frischeprodukten unerlässlichen Warendurchsatz zu gewährleisten.

Das einzigartige Angebot der neuen Markthalle IX wird durch die besondere Atmosphäre der alten Eisenbahnmarkthalle noch betont und verstärkt. Analog zum Gesamtkonzept wollen wir die historische Bausubstanz behutsam freilegen, um die Geschichte der Eisenbahnmarkthalle erfahrbar zu machen und gleichzeitig Raum für moderne Interpretationen zu schaffen. Die historische Front zur Eisenbahnstraße mit ihren kleinen Läden und Markisen wird in den ursprünglichen Zustand zurückversetzt. Die Außenflächen im Erdgeschoss werden weiterhin überwiegend als Gastronomie- und Einzelhandelsflächen genutzt.

Im freigelegten Innenraum der Halle greift ein modulares System flexibler Räume die Idee eines überdachten Marktplatzes wieder auf und bietet gleichzeitig den Rahmen für jene Kreativität, für die Berlin heute national und international so berühmt ist. Vorgesehen sind sechzig bis einhundert Marktstände und großzügige Freiflächen, die auch für unterschiedlichste Veranstaltungen genutzt werden können. Die konkrete Ausgestaltung der Räume, Wege und Plätze, sowie die Erschließung weiterer Ebenen und Terrassen ist Teil eines fortlaufenden künstlerisch-kreativen, sozio-kulturellen Prozesses.



EIN ORT MIT POTENZIAL

**EIN HISTORISCHER MARKTPLATZ
IN KREUZBERG SO 36**



Das historische Industriedenkmal Markthalle IX bietet die ideale Kulisse für das besondere Einkaufserlebnis eines Marktbesuchs. Seit 1891 ist die Halle ein etablierter Marktstandort im Herzen von Kreuzberg, das aufgrund der mietskasernenartigen Bebauung bundesweit eine der höchsten Bevölkerungsdichten aufweist.

Der weltberühmte Bezirk entwickelt sich zurzeit in allen Bereichen extrem dynamisch. Zwar ist das heftig umstrittene Bauprojekt *Media-Spree* ins Stocken geraten, unbestritten aber wird in den nächsten Jahren die Öffnung zum Spreeufer den Bezirk verändern. Nicht zuletzt durch den Bau der geplanten Fußgängerbrücke am Ende der Eisenbahnstraße wird Kreuzberg auch mit den Nachbarbezirken Friedrichshain und Prenzlauer Berg enger zusammenwachsen. Schöneberg, Neukölln und Treptow gehören ebenfalls zum direkten Einzugsgebiet.

Traditionell ist Kreuzberg bekannt für sein großes Angebot an Bars und Restaurants. In letzter Zeit häufen sich die Neueröffnungen. Vor allem kleine, manchmal auch nur temporär geöffnete Restaurants oder Dining Clubs mit offener Küche prägen die Gastro-Szene. Auch die aus den USA bekannte Bewegung der sogenannten »foodies« ist hier fest verwurzelt: Konsumenten, die sich mit Leidenschaft für Lebensmittel, Rezepte und die gesellschaftlichen Aspekte rund um das Thema Essen interessieren.



Kristallpalast: Die Markthalle mit ihrer beeindruckenden Dachkonstruktion aus dem 19. Jahrhundert. Rechts: Details mit typischen Gründerzeit-Ornamenten

Das Thema Lebensmittel beinhaltet für uns neben kulinarischen und kulturellen Aspekten auch eine soziale und politische Komponente. Die Markthalle IX soll ein Treffpunkt und Forum für all diejenigen werden, die sich für diese – aus unserer Sicht zentralen Themen – interessieren und engagieren. Wir haben daher in den letzten beiden Jahren angefangen, mit unseren Netzwerkpartnern Veranstaltungen in der Markthalle durchzuführen und für die Zukunft zu planen.



WELTMARKT BERLIN-BRANDENBURG

Gemeinsam mit *Slow Food* werden wir den ersten sogenannten Weltmarkt in Deutschland etablieren. Weltmärkte (*Mercati della Terra*) sind ein internationales Netzwerk an Erzeugermärkten, die gemäß den Slow Food-Prinzipien organisiert sind. Am 3. Oktober 2010 haben wir gemeinsam mit einem breiten Aktionsbündnis unter dem Motto »Kreuzberg schmeckt – Kiez trifft Region« einen ersten konkreten Schritt dazu unternommen. Bei einem bunten Tag in der Markthalle hatten Händler aus der Region die Möglichkeit, sich und Ihre Produkte vorzustellen und mit über tausend Besuchern Themen rund ums gute, saubere und faire Essen zu diskutieren.

ERNÄHRUNGSERZIEHUNG

Einer der fünf Leitsätze der Ottawa-Charta zur Gesundheitsförderung heißt: »Persönliche Kompetenzen entwickeln«. Da gesundheitsförderliche Verhaltensweisen bereits im Kindesalter geprägt werden, ist dabei eine frühzeitige Gesundheitserziehung entscheidend. In Zusammenarbeit mit der Vernetzungsstelle Schulverpflegung Berlin e.V. und der Planungs- und Koordinierungsstelle Gesundheit vom Bezirksamt Kreuzberg-Friedrichshain werden wir uns daher regelmäßig mit Kindern und Jugendlichen im Klassenverbund morgens zum Einkaufen in der Markthalle treffen, in der Markthallenküche kochen und im Anschluss dort gemeinsam essen. Es geht darum, den Kindern die ganze Vielfalt an Lebensmitteln nahe zu bringen, sie am Kochen teilhaben zu lassen und ihnen so den Genuss am Essen zu vermitteln.



AKTIONSBÜNDNIS FÜR EINE ALTERNATIVE LEBENSMITTELWIRTSCHAFT

Unter dem Motto »Wir haben es satt – Nein zu Gentechnik, Tierfabriken und Dumpingexporten« haben während der Grünen Woche am 22. Januar in Berlin 22 000 Menschen für eine grundlegende Reform der Agrarpolitik, die Abkehr von der industrialisierten Landwirtschaft und besseren Verbraucherschutz demonstriert. Als Auftaktveranstaltung haben wir gemeinsam mit dem Organisationsteam der Demonstration am Abend vorher zu einem öffentlichen Gespräch in die Markthalle eingeladen. Eröffnet wurde die Veranstaltung von Dr. Ursula Hudson, Co-Vorsitzende von Slow Food Deutschland. Im Anschluss diskutierte

Nnimmo Basse, Träger des Alternativen Nobelpreises 2010 und Leiter der Weltorganisation *Friends of the Earth* mit der renommierten Journalistin und Buchautorin Tanja Busse. Im nächsten Jahr werden in der Markthalle parallel zur Grünen Woche auf einem Erzeugermarkt eine Woche lang gentechnikfreie, gesunde und fair produzierte Lebensmittel angeboten. Ein inhaltlich hochklassiges Rahmenprogramm bestehend aus Vorträgen, Diskussionen aber auch Musik rundet die Veranstaltung ab und wird sie als Treffpunkt und Forum für Gleichgesinnte außerhalb des Messegeländes etablieren.



KULINARISCHES KINO

Unter der Schirmherrschaft von Umweltsenatorin Katrin Lompscher haben wir gemeinsam mit dem *Kulinarischen Kino* der Berlinale und *Slow Food* den sogenannten *Terra Madre Day* in der Markthalle veranstaltet. Dieser internationale Aktionstag findet jedes Jahr zum Gründungstag der Slow-Food-Bewegung statt und will das Bewusstsein für nachhaltig erzeugte und möglichst regionale Lebensmittel stärken. Dazu kochte der in Kreuzberg aufgewachsene und mittlerweile als Sternekoch gefeierte Tim Raue ein Menü mit regionalen Zutaten. Im Anschluss präsentierte das Kulinarische Kino der Berlinale im benachbarten Eiszeitkino zwei Dokumentarfilme. Die Fortführung der Zusammenarbeit mit dem Kulinarischen Kino der Berlinale ist beschlossen und gemeinsam mit Slow Food soll ein mehrtägiges Kino-Sommerfestival in der Markthalle stattfinden.



PÄDAGOGISCHER LEHRGARTEN

Im Rahmen der Zwischennutzung von Freiflächen in der Markthalle haben wir das urbane Landwirtschaftsprojekt *Prinzessinnengarten* angesprochen, die schließlich ihr Winterquartier in der Markthalle eingerichtet haben. *Prinzessinnengarten* versteht sich als eine soziale, ökologische und partizipative Landwirtschaft in der Stadt, aber auch als Instrument, um die Nachbarschaft in dem sozial schwachen Quartier zu stärken und zu aktivieren. Es ist ein öffentlich zugänglicher Ort, der neben der biologischen auch die kulturelle und soziale Vielfalt fördern soll. Gleichzeitig versteht sich der *Prinzessinnengarten* als Bildungseinrichtung und veranstaltet eine »Gartensprechstunde«. Gemeinsam mit den Betreibern des *Prinzessinnengartens* wollen wir die Innenhöfe der Markthalle zu pädagogischen Lehrgärten umfunktionieren, um dort regelmäßige Führungen für Schulklassen und interessierte Anwohner durchzuführen.



BUNTE VIELFALT

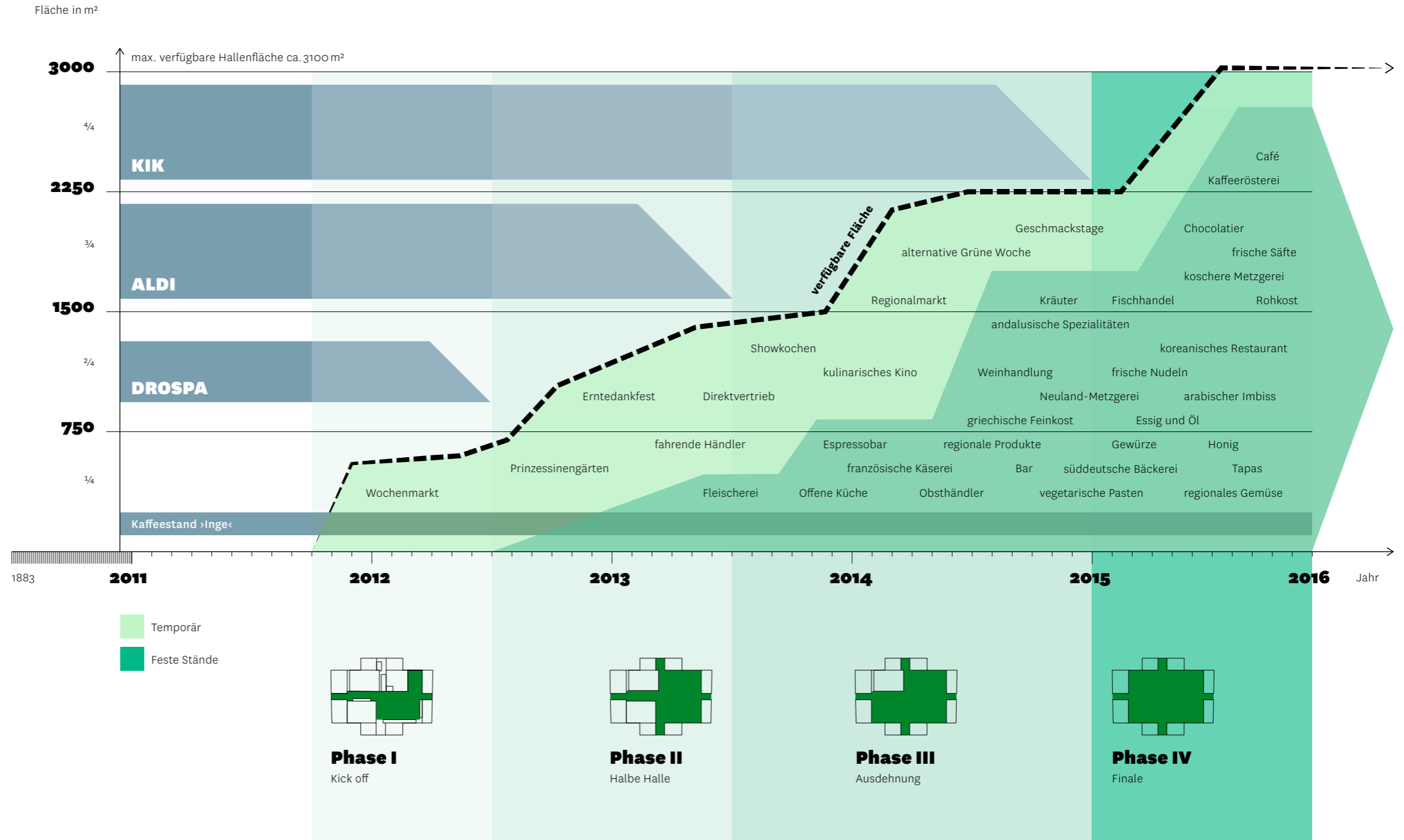
RAUM FÜR IHR KONZEPT

INFORMATIONEN FÜR HÄNDLER
MARKT HALLE NEUN



ENTWICKLUNG IN STUFEN

Die Erfahrungen, die wir bei der Durchführung der bisherigen Veranstaltungen in der Halle in den vergangenen Monaten gesammelt haben zeigen, dass eine kleinteilige Markthalle nur als Entwicklungsprozess funktionieren kann. Das ist teilweise auch durch bestehende Verträge mit Bestandsmietern vorgegeben. Wir wollen daher mit wöchentlich zwei Markttagen starten und eine gemeinsame Wachstums- und Etablierungsstrategie verfolgen. Es ist durchaus vorstellbar und erwünscht, dass in dieser Phase bereits einige Marktteilnehmer feste Stände einrichten und ständig betreiben. Viele Vorteile des Standortes können von den Mietern sofort genutzt werden. An erster Stelle ist hier das Bauwerk als solches zu nennen. Neben der einzigartigen Atmosphäre, die es ausstrahlt und die dem Markt einen ganz besonderen Rahmen verleiht, kann der Markt im Gegensatz zu anderen Wochenmärkten witterungs- und jahreszeiten-unabhängig stattfinden. Die Halle bietet auch in hygienischer Hinsicht ganz andere Möglichkeiten als ein Straßenmarkt. Das war auch der ursprüngliche Beweggrund der Stadt die Markthallen zu errichten. Auch können die Stände zwischen zwei Markttagen aufgebaut bleiben und die Ware entweder am Stand oder in den bestehenden Keller- und Kühlräumen der Markthalle gelagert werden.





Wir, das sind Nikolaus Driessen, Florian Niedermeier und Bernd Maier. Als Entwickler und Betreiber der *Markthalle Neun* fühlen wir uns einer verantwortungsbewussten Stadtentwicklung unter besonderer Berücksichtigung des Milieu- und Denkmalschutzes und den Interessen unserer Mitstreiter und Kunden verpflichtet.

Gemeinsam vereinen wir sämtliche Kompetenzen, die für die erfolgreiche Realisierung des Projektes Markthalle IX notwendig sind: Wir wohnen selbst in unmittelbarer Nachbarschaft zur Halle und kennen die Probleme, aber vor allem auch das Entwicklungspotenzial des Stadtteils. Seit annähernd zwei Jahren engagieren wir uns im ständigen, vertrauensvollen Dialog mit den Anwohnern und dem Bezirk für eine denkmalgerechte Wiederbelebung der Eisenbahnmarkthalle und haben maßgeblich dazu beigetragen, dass sie überhaupt Gegenstand einer qualitätsbezogenen Ausschreibung wird. Durch die Zusammenarbeit mit der Rahlfs Immobilien GmbH verfügen wir über die notwendigen Referenzen in der nachhaltigen Entwicklung großer Einzelhandelsimmobilien. Gleichzeitig steht die Meierei als Beispiel für eine ästhetisch anspruchsvolle Entwicklung von Einzelhandelsflächen, den behutsamen Umgang mit historischer Bausubstanz und deren Ergänzung durch innovative Designelemente. Als Lebensmitteleinzelhändler besitzen wir zudem jene Branchenkenntnis, die erforderlich sein wird, um die Markthalle als konkurrenzfähigen Lebensmittelmarkt in Berlin zu etablieren. Dieses spezifische Immobilien- und Einzelhandels-Knowhow wird ergänzt durch vielfältige kaufmännische und juristische Erfahrungen sowie ein weit verzweigtes Netzwerk in die Medien- und Kulturszene. Das alles, gepaart mit unserer Begeisterung für die Eisenbahnmarkthalle, sind ideale Voraussetzungen, diese wieder in neuem Glanz erstrahlen zu lassen.



Kontakt:

Projektgruppe Markthalle Neun
Hedemannstraße 25, D-10969 Berlin
info@markthalleneun.de
www.markthalleneun.de

Ansprechpartner:

Nikolaus Driessen 0179 501 54 65, driessen@markthalleneun.de
Florian Niedermeier 0178 403 42 41, niedermeier@markthalleneun.de
Bernd Maier 0170 489 43 41, maier@markthalleneun.de
Fax 030 93 62 45 03

Impressum:

2011, Markthalle Neun
Redaktion: Nikolaus Driessen, Florian Niedermeier, Bernd Maier
Gestaltung: Sebastian Fessel, Andreas Koch, István Scheibler, Stefan Stefanescu
Fotos: Archiv, Markthalle Neun, Stefan Stefanescu
Architektursimulationen, Grundriss, Infografik: raumlabor berlin

22 GRÜNDE DAFÜR

- Historische Halle mit einmaliger Atmosphäre
- Etablierter Marktort seit 1891
- Kreuzberg SO36 – zentraler Standort mit großem Entwicklungspotenzial
- Städtebauliche Entwicklung am Spreeufer
- Ausgesuchte Händler – besonderes Angebot, starke Gemeinschaft
- Gegenseitige Sortimentsergänzung
- Markt für Gastronomie und Endverbraucher an einem Ort
- Innovatives Marketing und Online-Auftritt
- Gemeinsame Aktionen – saisonales Kochen, Warenkunde, Jahreszeiten- und Festtafeln
- Kundenlieferservice
- Bildung einer starken Marke mit hohem Bekanntheitsgrad und Wiedererkennungswert
- Netzwerkpartner – u.a. *Slow Food*, *Berlinale Kulinarisches Kino*
- Erreichen neuer Kundenkreise – auch Touristen
- Überdachter Markt – witterungs- und jahreszeitenunabhängige Flächen
- Lagerfläche im Keller, trocken und abschließbar
- Kühlräume vorhanden
- Stände über Nacht gesichert, Ab- und Aufbau nicht nötig
- Toiletten, Aufenthaltsräume, Umkleiden vorhanden. Duschen möglich
- Authentisches Wachstum durch Phasenmodell, d.h. große Chancen bei überschaubaren Risiken
- Zeitliche Wachstumsmöglichkeit auf bis zu sechs Tage/Woche
- Räumliche Wachstumsmöglichkeit – fester Stand mit besseren hygienischen und technischen Möglichkeiten
- Attraktives Raumkonzept der Architekten von *raumlaborberlin* unter Berücksichtigung des historischen Charmes