



Das harmonische Nebeneinander von Discounter und alternativem Gemüse soll bald ein Ende haben

## DIE ESSER IM NIRGENDWO

Das Foodie-Bashing kommt im echten Leben an. Warum Berlin eine Soli-Kampagne für Aldi erlebt

TEXT: JÖRN KABISCH FOTO: HENDRIK HAASE

**E**s wird zum Sport, über Esser herzuziehen. Kaum eine Kabarettensendung, die ohne Seitenhieb auskommt auf Menschen, die normale Essgewohnheiten infrage stellen. Schalten wir mal rein, an einem zufälligen Tag der Woche: Dieter Nuhr thematisiert im Ersten die Zuckerverzichtler, er will weiter Süßes essen, Lisa Eckhart macht sich im Anschluss über Menschen lustig, die sich Fleischersatz aus Gemüse in den Mund stecken. Überhaupt Vegetarier und Veganer. Die haben es ganz schwer. In der *Anstalt* (ZDF), gab es vor einigen Monaten gleich eine ganze Themensendung zu Ernährung, da bekamen die richtig ihr Fett weg. Es ist inflationär.

Menschen, die sich zu einem politischen Ernährungsstil entscheiden, werden Freiwillig. Man kann verfolgen, wie Kabarettisten sich fragen, ob Landwirtschaftsministerin Julia Klöckner, nicht vom Glyphosat lässt, weil sie es mit Drei-Wetter-Taft verwechselt, und sich im Anschluss an Helikoptereltern reiben, die ihre Kinder aus der Kita nehmen, wenn sie dort keinen glutenfreien, zuckerreduzierten und bienenfreundlichen Mittagstisch bekommen. Das ist okay, Kunst darf das. Trotzdem darf man feststellen: Eine gewisse Widersprüchlichkeit ist da.

Jetzt hat sich aber etwas Entscheidendes verändert: Die Auseinandersetzung ist im richtigen Leben angekommen (und

damit sind nicht nur die sozialen Medien gemeint). Und plötzlich kann keiner mehr richtig darüber lachen.

Was ist passiert?

In der Markthalle Neun in Kreuzberg hat in den vergangenen zehn Jahren auf der Fläche eines halben Fußballfelds unter einem hohen Glasdach eine Plattform für eine kleinteilige, regional ausgerichtete Lebensmittelproduktion und -vermarktung entwickelt. Zwischen Ständen für Gemüse, Käse oder Fisch haben Lebensmittelhandwerker gläserne Manufakturen eingerichtet. Das Gemüse hier hat kein Glyphosat berührt, das Fleisch stammt von Tieren, die keinen Massenstall von innen gesehen haben. Ja, man könnte fast

annehmen, hier sei die Ernährungswende bereits Realität, eine Vision von gutem Essen abseits der industriellen Lebensmittelwirtschaft, von gutem Essen, wie es sich viele für alle wünschen. Sie zieht deshalb Besucher an, von nah und fern, ist längst ein Modell für ähnliche Projekte, in Hamburg und in Köln beispielsweise.

Doch in einem Pavillon in der Halle sitzt ein Discounter der Marke Aldi. Den gibt es schon viel länger als die schöne neue Welt des guten Essens. Und immer war er darin ein schwarzer Fleck. Und natürlich macht er den kleinen Händlern in der Halle Konkurrenz. Manche Produkte kosten hier nur ein Zehntel wie an den Ständen, Brot etwa. Nun haben die Betreiber der Markthalle Aldi gekündigt. Ende des Sommers soll er raus.

Seit das bekannt wurde, tobt der Kiez. Als handele es sich nicht um einen Discounter im Besitz einer der reichsten Milliardärsfamilien Deutschlands. Sondern als sei da eine Lebensmittel-Tafel vor die Tür gesetzt worden. Obwohl der nächste Discounter nur zweihundert Meter entfernt ist, sehen Anwohner die *wohnnaher Versorgung mit günstigen Lebensmitteln* in Gefahr. Erst kochten die sozialen Medien über, dann kam es zu wütenden Demonstrationen. In kürzester Zeit gründete sich, wo vor Jahren zum Teil gewalttätiger Protest lange verhinderte, dass sich eine Filiale von McDonald's ansiedelt – Motto *Kreuzberg ist anders* –, eine Initiative namens *Aldi bleibt*.

Der Protest wird als Blaupause für alle möglichen Konfliktlagen gesehen, die die Hauptstadt gerade beschäftigen. Da ist die Rede von einem Streit links gegen links, von der Ankunft der Gelbwesten nun auch in der deutschen Hauptstadt, da wird die Markthalle als *Gentrifizierungs-Motor* gemalt, voll von Hipstern und älter gewordenen Yuppies.

Und die Beobachtung ist richtig: Die Markthalle zieht ein jüngerer, zahlungskräftiges Publikum an, das auch die Umgebung um die Markthalle attraktiv findet, einen Kiez der sich verändert, aber auch noch das alte Flair Kreuzbergs mit seiner autonom-anarchischen Vergangenheit und der speziellen Mischung von

Wohnen und Arbeiten beinhaltet. Aber warum die Wut? Man könnte stolz darauf sein, so eine lebenswerte Umgebung entwickelt zu haben. Doch stattdessen werden gedankliche Verteidigungsanlagen aufgebaut. Die Ängste um das Erreichte waren selten so hoch.

Eine bessere Perspektive auf die Lage könnte eine Unterscheidung werfen, die vom britischen Journalisten David Goodhart stammt – ursprünglich, um zu erklären, warum sich das Leave- und die Remain-Lager in der britischen Brexit-Debatte bis heute so unversöhnlich gegenüberstehen. Goodhart unterscheidet zwischen den jungen, mobilen *Anywheres*, die sich überall und nirgends zu Hause fühlen und den *Somewheres*, denen, die an einem Ort geblieben sind und sich oft eher zurückgelassen als daheim fühlen. Es ist ein Kulturkampf abseits aller politischen

### **Der Kiez tobt – als werde mit Aldi eine Lebensmittel-Tafel vor die Tür gesetzt**

Muster. Rund um die Markthalle Neun kann man diesen Clash häufig beobachten, vor allem am Donnerstag, wenn Streetfood-Tag ist und ein junges Publikum, Berliner wie internationale Crowd, viele mit dem Smartphone um den Hals, die Halle füllt.

Der Vergleich ist deshalb interessant, weil er ins Licht rückt: Essen und Ernährung, wie sie in der Markthalle praktiziert werden – handwerklich, regional, bio, mit Blick auch auf faire Produktionsbedingungen – ist eigentlich ein Heimat-, also ein Somewhere-Projekt. Für die sogenannten Hipster, für das grüne Bürgertum mit ihren Kindern, für viele der Händler, aber auch für die Betreiber der Markthalle selbst. Deshalb war das Erstaunen über das Geschrei der Aldi-Schützer so groß, und anfangs auch die Sprachlosigkeit. Was über die eigenen Kreise anschlussfähig erschien, ist es eben doch nicht.

Inzwischen wird genau darüber diskutiert – über eine Markthalle für alle: Aber was soll das sein? Ein Ort, an dem Reich und Arm gleichermaßen einkaufen können und wollen? Genau das ist doch

der Discounter. Aldi trifft bis heute zwei gemeinsame kleinste deutsche Nenner. Erstens: Hauptsache billig. Zweitens: Hauptsache Wertarbeit. Geschafft hat das die Discountergruppe, weil sie so groß ist, dass sie den Zwischenhandel umgehen kann. Aldi Nord und Aldi Süd verkaufen für rund achtzig Milliarden Euro Lebensmittel, da kann man selbst Großproduzenten und angesehenen Markenartiklern die Preise diktieren.

Die Sache lässt sich besser lösen, wenn man Frage nach dem guten Essen stellt. Es gibt abseits von Geschmacksfragen eine Vorstellung davon. Die Antwort beinhaltet immer auch ein gesellschaftliches Zukunftsmodell, ein gemeinsames Abkommen. Als die Westdeutschen nach dem Krieg anfangen, sich die Bäuche vollzustopfen und jeden Tag Fleisch auf den Tisch kam, war das ein kulinarisches *Nie wieder* und gleichzeitig die körperliche Entsprechung der Wirtschaftswunderzeit. Der spätere Siegeszug der Discounter war dann nicht allein Ausdruck einer Geizist-geil-Haltung, sondern des Wunsches nach einer Egalisierung der Konsumenten. Alles ist erschwinglich, bei uns dürfen Reich wie Arm das Gefühl haben, ein Schnäppchen zu machen: Das war die frohe Botschaft in der sozialen Aldi-Marktwirtschaft. Nur: Für den billigen Einkauf zahlt immer jemand drauf, wenn nicht irgendwo ein Billiglöhner, dann die Umwelt.

Was kommt morgen? Dafür bietet die Markthalle Neun keine ausreichende Antworten, eben weil doch so viel Somewhere darin steckt. Es ist gewissermaßen ein kulinarischer Ponyhof und funktioniert ähnlich wie die schönen Bilder von glücklichen Tieren und Pflanzen auf den Aldi-Packungen. Das reicht nicht.

Der laute Aufstand der Aldi-Schützer ist nämlich auch ein Protest gegen eine Politik mit dem Portemonnaie und eine Absage an den Glauben an die Macht des Konsumenten. Der nichts anderes ist, als der Versuch, das Politische als Privates zu betreiben, und das muss, weil dem Wesen nach unpolitisch, gerade in Kreuzberg ins Nowhere führen. 