

Stärkung durch die Regionalität: Der Großmarkt von 2000 bis heute

GEMISCHTE GEFÜHLE ZU BEGINN DES JAHRTAUSENDS

Zu Beginn des neuen Jahrtausends betrachteten die Marktteilnehmer die Entwicklung „ihres“ Großmarkts, der für sie in vielfältiger Hinsicht nicht nur zu einem Ort des nüchternen Handelsgeschäfts, sondern auch zu einer sozialen und emotionalen Heimat geworden war, mit gemischten Gefühlen. Sicher, der Großmarkt hatte sich nach dem starken Rückgang in den frühen 1990er Jahren konsolidiert, die Privatisierung war erfolgreicher verlaufen, als von so manchem prophezeit, und auch in wirtschaftlicher Hinsicht war der „Großmarkt Freiburg GmbH“ die Wende geglückt – eine Entwicklung, die auch zu Beginn der 2000er Jahre anhielt und sich in stabilen moderaten Jahresüberschüssen ausdrückte. Geschäftsführung und Markt-

beschicker konnten also stolz sein auf das, was sie im vergangenen Jahrzehnt geleistet hatten. Und dennoch mischte sich in den Stolz über das Erreichte auch eine gewisse Sorge vor der zukünftigen Entwicklung des Großmarkts. So setzte sich Anfang der 2000er Jahre der Strukturwandel im Lebensmitteleinzelhandel zulasten der unabhängigen Einzelhändler zunächst fort. Kummer bereitete auch die schlechte Wirtschaftskonjunktur seit dem Jahr 2002, die sich in erheblichen Umsatzeinbrüchen bei der Gastronomie und dem Lebensmitteleinzelhandel – den wichtigsten Kunden des Großmarkts – niederschlug; einigen Großhändlern auf dem Großmarkt wurde dies zum Verhängnis. Hinzu kam, dass die Firma Merkur-Frucht, die sich in den 1990er Jahren im früheren Lager der Fa. Obermaier niedergelassen hatte, im Jahr 2003 in die Hans-Bunte-Straße umzog. Insgesamt war daher die Entwicklung in den frühen 2000er Jahren durch spürbare Umsatzrückgänge bei den Anbietern gekennzeichnet. Bei den Marktteilnehmern seien „erhebliche Absatz-, Belegungs- und Umsatzrückgänge“ festzustellen, hieß es beispielsweise in einem Bericht der Geschäftsführung über das Betriebsjahr 2003. Auch der Großmarkt blieb von diesen Entwicklungen nicht unberührt: Zu Beginn des Jahrzehnts gingen gerade die Tagesgeldeinnahmen stetig zurück, ebenso sank die Zahl der Daueranbieter leicht.

Eine Tagesanbieterin verkauft ihre Kir-schen, Kartoffeln und Blumen auf den offenen Plätzen im nördlichen Bereich des Großmarktgeländes.

Quelle: Großmarkt Freiburg



Zitat:

Impressionen vom Großmarkt: Bericht des „Sonntag“ vom 1. August 2004

„Schon vor dem Morgengrauen haben mehrere Dutzend Bauern und Gärtner aus der Region auf dem parkplatzähnlichen Gelände im Freiburger Norden ihre Waren aufgehäuft. Kolonnen von Lieferwagen rollen über den Markt und fahren beladen mit Obst, Gemüse und Blumen wieder ab. In der Luft liegt eine Duftmischung aus Himbeeren, Rosen und Zwiebeln. Im ‚Großmarkt-Stüble‘, dem sozialen Mittelpunkt des Markts, gehen schon vor sechs Uhr die ersten Bockwürstchen mit Senf über die Theke. Die Gespräche drehen sich ums Geschäft (‚schwarze Johannisbeere ist aus‘) und um den Fußball (‚die Flaschen in der Nationalmannschaft will doch keiner trainieren‘). Morgenmuffel trinken wortlos ihren Kaffee ...“

Auch die Einnahmen aus „marktfremden“ Tätigkeiten gaben nicht allzu viel Anlass zum Optimismus. Im Jahr 2002 war die Tankstelle auf dem Großmarktgelände geschlossen worden, da sich in unmittelbarer Nähe ein Konkurrent niedergelassen hatte, der verkehrstechnisch günstiger zu erreichen war. Wenige Jahre später schloss aus ähnlichen Gründen auch die Waschanlage ihre Pforten. Dadurch gingen nicht nur Mieteinnahmen verloren, sondern es sank auch die Attraktivität des Großmarkts für jene Einkäufer, die in die Robert-Bunsen-Straße gekommen

waren, weil sie dort einen interessanten Mix aus verschiedenen Obst- und Gemüseanbietern und preiswerten Serviceeinrichtungen vorgefunden hatten. Damit nicht genug, verminderten sich auch die Einnahmen aus den Flohmärkten. Auch sie hatten mit verschärfter Konkurrenz zu kämpfen, nahm doch die Zahl der in Freiburg stattfindenden Flohmärkte seit den frühen 2000er Jahren stetig zu – sinkende Besucherzahlen des Flohmarkts auf dem Großmarktgelände und geringere Einnahmen für den Großmarkt waren die Folge.

SUCHE NACH NEUEN GROSSANBIETERN

Rückgang der Einnahmen aus „marktfremden“ Aktivitäten bei gleichzeitig verminderter Beanspruchung des Großmarktgeländes: Nichts lag folglich näher, als sich nach neuen Großanbietern umzusehen, die sich auf jenen Flächen niederlassen sollten, die auf dem Großmarkt reichlich vorhanden waren. Große Hoffnungen setzte der Großmarkt hier auf die Verhandlungen, die er mit der Gesellschaft „Deutsche See“ seit dem Jahr 2000 führte. Das Unternehmen, vor allem bekannt durch seine Restaurantkette

„Nordsee“, war auf seinem bisherigen Betriebsgelände an seine Grenzen gestoßen und suchte nun in Freiburg und Umgebung nach einem neuen, größeren Firmengrundstück. Vorsorglich wurde deshalb Ende 2000 der Verkauf von „Fischen aller Art“ als weiterer „Marktzweck“ in die Marktordnung aufgenommen. Zunächst nahmen die Verhandlungen auch einen guten Verlauf. Doch als der Firma in Hochdorf ein noch größeres Grundstück angeboten wurde, das obendrein noch mit geringeren finanziellen Lasten

Zahlen und Fakten

Entwicklung der Trödelmärkte 1996 bis 2006

Jahr	Anzahl	Nettomiete pro Jahr in Euro
1996	5	34.000,91
1997	3	20.707,32
1998	4	24.542,01
1999	5	20.835,14
2000	5	19.173,45
2001	5	16.616,99
2002	4	9.714,54
2003	5	11.070,00
2004	5	11.780,00
2005	12	13.000,00
2006	22	9.900,00



Die Einfahrt zum Großmarkt. Marktmeister Bornhauser kassiert gerade eine Früheinkäufergebühr.
Quelle: Großmarkt Freiburg

verbunden war, hatte der Großmarkt das Nachsehen – fast zwei Jahre während Verhandlungen waren umsonst gewesen. Im Jahr 2005 musste der Großmarkt außerdem den Umzug der „Tussen GmbH“ verkraften. Der türkische Großhändler, der in den Jahren davor stark gewachsen war und sich nun vergrößern wollte, zog in das frühere Gebäude von Merkur-Frucht um. Damit befand sich die Firma zwar nach wie vor in unmittelbarer Nachbarschaft und blieb als Anziehungspunkt für Einkäufer erhalten, fiel aber als Untermieter des Blumengroßmarkts in der alten (im Jahr 1975 errichteten) Blumenhalle aus. Und auch die „Großmarkt

Freiburg GmbH“ sah sich im Jahr 2005 mit einem größeren Mietausfall konfrontiert, nachdem die „Obst- und Gemüsevertrieb Südbaden GmbH“ (OGS), die 1998 mit der Erzeugergenossenschaft Efringen-Kirchen fusioniert hatte, ihren Mietvertrag mit der „Großmarkt Freiburg GmbH“ zum 31. Dezember 2005 aus wirtschaftlichen Gründen aufgekündigt hatte. Damit verschwand nicht nur einer der ältesten und wichtigsten Anbieter des Großmarkts, der Gründungsmitgesellschafter gewesen war und zahlreiche Einkäufer an den Großmarkt gelockt hatte. Es fiel auch der zweitgrößte Mietzahler der Großmarktgesellschaft aus.

HAT DER GROSSMARKT NOCH EINE ZUKUNFT?

Mitte der 2000er Jahre befand sich der Großmarkt Freiburg deshalb in einer zwiespältigen Lage. Einerseits konnte die „Großmarkt Freiburg GmbH“ nach wie vor stabile Überschüsse erzielen. Desgleichen war der Umsatz der Gesellschaft in den zehn Jahren seit der Privati-

sierung nur leicht zurückgegangen – ein Rückgang, der vor allem auf die Senkung der Marktentgelte zurückzuführen war. Überdies war es in der ersten Hälfte des Jahrzehnts immer wieder gelungen, für die ausgeschiedenen Großhändler Nachfolger zu finden. Andererseits bestand

in einigen Bereichen auch erheblicher Handlungsbedarf. So musste man die Mietausfälle kompensieren, die für den Blumengroßmarkt bzw. die „Großmarkt Freiburg GmbH“ durch den Auszug der „Tussen GmbH bzw. die Kündigung der OGS entstanden waren. Weiterhin wurde über die zukünftige Nutzung der Flächen nachgedacht, die für den eigentlichen Großmarkt zweck nicht mehr benötigt wurden. Dies galt umso mehr, als die OGS und die Tankstelle ihren Weiterbetrieb aus wirtschaftlichen Gründen eingestellt hatten (siehe oben). Schon wurden innerhalb der Kommunalpolitik Mitte der 2000er Jahre wieder Stimmen laut, dass man angesichts der großen Haushaltsnöte, in denen sich die Stadt Freiburg gerade befinde, den Einnahmeausfall durch die Erbbauzinsermäßigungen nicht länger hinnehmen könne und die Flächen dringender für anderes Gewerbe benötige, zumal auch der privatisierte Großmarkt angesichts der anhaltenden Strukturveränderungen im Lebensmittelhandel auf Dauer keine Zukunft haben werde. Wenngleich diese Stimmen in der Minderheit blieben, war man doch vorgewarnt und musste sich zugleich Gedanken darüber machen, wie man eine konstruktive Antwort auf die unbestreitbar vorhandenen Herausforderungen finden könne. Dass eine Schließung nicht allein im Reich der Fantasie anzusiedeln war, zeigte sich in unmittelbarer Nachbarschaft: In Basel hatte der Großmarkt zum 1. Januar 2004 den Betrieb einstellen müssen.

Typische Großmarktaktivitäten: Landwirte beim Abladen der Ware unter dem „Erzeugerdach“ (oben), eine Selbstmarkterin beim Abrechnen eines Einkaufs (Mitte). Bereit zur Abfahrt: Nachdem die Ware eingekauft und sorgfältig gestapelt ist, kann es jetzt losgehen (unten).

Quelle: Großmarkt Freiburg



TRENDWENDE MITTE DER 2000ER JAHRE

Indes: Beim Freiburger Großmarkt sollte es nicht annähernd so weit kommen. Bereits 2005 signalisierte die Fa. Alexander Bürkle, die nach wie vor ein branchenüberdurchschnittliches Wachstum aufwies und auch flächenmäßig weiter expandieren wollte, erneut Interesse an der Übernahme von weiteren Großmarktflächen. So kam es: Die Elektrogroßhandlung erwarb Ende 2005 die ehemalige Halle der „Obst- und Gemüsevertrieb Südbaden GmbH“ (OGS). Die Firma richtete dort ihr neues Kabbellager ein; zugleich übernahm die Grundstücksgesellschaft des Unternehmens die Gesellschafteranteile der OGS an der „Großmarkt Freiburg GmbH“. Ein Jahr später erwarb Alexander Bürkle außerdem die in direkter Nachbarschaft gelegene Blumenhalle aus dem Jahr 1975. Damit nicht genug, entwickelten sich ab Mitte der 2000er Jahre die äußeren Rahmenbedingungen nach langer Zeit endlich wieder in eine positive Richtung, kam es doch zum ersten

Frisches saisonales Gemüse aus der Region wurde ab Mitte der 2000er Jahre wieder mehr und mehr zum Trend.

Quelle: Großmarkt Freiburg



Mal seit mehreren Jahrzehnten zu strukturellen Veränderungen im Lebensmittelhandel, die zugunsten des Freiburger Großmarkts wirkten. Hatte sich in den ersten zehn Jahren nach der Privatisierung die Tendenz zur Konzentration des Handels mit Obst und Gemüse in den Händen der Discounter, Supermarktketten und C&C-Märkte sowie die „Geiz-ist-geil-Mentalität“ der Verbraucher weiter fortgesetzt, war ab Mitte der 2000er Jahre erstmals ein leichter Gegentrend spürbar. Die Lebensmittelkandale der 1990er und 2000er Jahre – wesentlich begünstigt durch die massenhafte Produktion und Verteilung von Lebensmitteln in riesigen anonymen Strukturen –, das gestiegene Umweltbewusstsein, die Debatten über Nachhaltigkeit und Klimawandel: Sie führten bei einigen Verbrauchern zu einem Umdenken hin zu frischer regionaler Ware. Diese musste zum einen nicht über Hunderte oder gar Tausende von Kilometern hinweg transportiert werden. Zum anderen wusste man von ihr, dass sie aus der unmittelbaren Umgebung kam und vergleichsweise hohe Qualität aufwies. „Regionalität“ wurde nun zu einem Trend, von dem gerade der Freiburger Großmarkt profitieren konnte, waren (und sind) dort doch nach wie vor viele selbstmarktende Kleinerzeuger aus der Region vertreten, die direkt vor Ort produzieren. Auch die sich in der zweiten Hälfte der 2000er Jahre allmählich erholende Konjunktur (ausgenommen der kurze Einbruch im Gefolge der Finanzkrise) spielte dem Großmarkt in die Hände. Sie förderte bei den Verbrauchern die Bereitschaft, beim Einkauf nicht mehr allein auf den Preis, sondern wieder verstärkt auf Qualität und Herkunft zu achten.

Stichwort: Der Marktmeister



Bernd Bornhauser (oben), Marktmeister seit 2000, und sein Vorgänger Gerhard Kranzer (rechts).

Quelle oben: Großmarkt Freiburg, Quelle rechts: Privat

Menschenkenntnis, gute Nerven und Durchsetzungsvermögen – das sind die Grundvoraussetzungen, die der Marktmeister für seine Tätigkeit mitbringen muss. Seine Aufgaben sind vielfältig, für einen geregelten Marktlauf ist er unverzichtbar, ohne ihn würden auf dem Großmarkt Freiburg Chaos und Unordnung ausbrechen. Seit dem Jahr 2000 wird der Posten des Marktmeisters auf dem Großmarkt Freiburg mit einer kurzen Unterbrechung von Bernd Bornhauser ausgeübt, davor hatte 25 Jahre lang Gerhard Kranzer für einen geordneten Marktlauf gesorgt. Noch bevor die Händler auf den Markt kommen,

beginnt Bornhausers Arbeit zwischen 3 und halb 4 Uhr morgens, bei Bedarf auch früher, da er auch für den Winterdienst zuständig ist. Neben der Regelung des gesamten Marktverkehrs und des Verkehrs auf dem Großmarktgelände ist Bornhauser verantwortlich für die Zuteilung von Standflächen, die Prüfung der Zugangsberechtigungen sowie für den Verkauf von



Parkberechtigungen sowie Tages- und Monatsplätzen. Darüber hinaus kümmert er sich aber auch um die Instandhaltung und -setzung der gesamten Großmarktanlage, desgleichen um kleinere Reparaturen und ist für die Organisation von Sonderveranstaltungen, insbesondere des Kranz- und Blumenmarkt verantwortlich. Oftmals ist aber auch seine Schlichterfunktion gefragt, etwa wenn sich auf dem Großmarkt zwei Anbieter oder Einkäufer in den Haaren liegen oder Marktteilnehmer gegen die Marktordnung verstoßen. Kein leichter Job also, dennoch macht ihm der Beruf trotz der nicht gerade angenehmen Arbeitszeiten viel Spaß, denn, so Bornhauser, „ich habe viel mit Leuten zu tun und bin immer an der frischen Luft.“

REGIONALITÄT IST TRUMPF

Desgleichen machte sich für die Marktbeschicker – auch dies ein Ausdruck des Trends zur Regionalität – die Ausbreitung der Wochenmärkte bezahlt, die seit dem Jahr 1992 in Freiburg in den verschiedensten Stadtteilen aus dem Boden schossen (mittlerweile gibt es nicht weniger als 17 Stadtteilmärkte). Auch in Städten und Gemeinden der Umgebung – etwa im Emmendinger Stadtteil Bürkle-Bleiche – entstanden Wochenmärkte,

die sich bei den Verbrauchern großer Beliebtheit erfreuten. Die Anbieter auf den Wochenmärkten waren zwar zu einem guten Teil Erzeuger, die ihre Waren direkt verkauften. Doch deckten sie ihren Zusatzbedarf gerne durch Zukäufe auf dem Großmarkt. Die zunehmende Popularität der Straußwirtschaften, die vermehrte Gründung von Hofläden durch Landwirte aus der Region, die ihr Sortiment ebenfalls durch Zukäufe auf dem Großmarkt