

Markthallen des 21. Jahrhunderts

Eine Revitalisierung eines historischen Handelskonzepts oder ein neues urbanes Phänomen?

Studentin



Alexandra Peters

Ausgangslage: Ob in London, Oslo oder Zürich: Moderne Markthallen sind im Trend. Markthallen bieten regionale Spezialitäten, vielfältige gastronomische Angebote sowie neue Aufenthaltsorte an und verzeichnen aktuell einen starken Aufwärtstrend. Sie scheinen bei den Einwohner:innen sowie Tourist:innen sehr beliebt zu sein und weisen eine hohe Besucher:innenfrequenz auf. Markthallen werden immer häufiger als Lösungsansatz für aktuelle Herausforderungen der Innenstädte, wie dem Attraktivitätsverlust und dem Rückgang von Passantenzahlen, eingesetzt. Dabei bilden die modernen Markthallen mit innovativen Ideen und Erlebnischarakter kein grundlegend neues Einzelhandelskonzept: Erste Markthallen entstanden schon im 19. Jahrhundert und boten damals eine Vielzahl an Vorteilen gegenüber den bis dahin bestehenden Wochenmärkten. Daneben dienten die historischen Markthallen der alltäglichen Versorgung der Bevölkerung mit Waren und Lebensmitteln. Erst im 20. Jahrhundert kam es zu einer Zäsur. Neue Formen des Einzelhandels und der Logistik brachten Typologien wie das Warenhaus oder den Supermarkt hervor. Dies führte in den meisten europäischen Ländern zum "Untergang der Markthalle". Nachdem viele Markthallen im Laufe des 20. Jahrhunderts schliessen mussten oder umgenutzt wurden, ist in den letzten 15 Jahren ein Trend hin zur neuen modernen Markthalle zu beobachten. Die vorliegende Arbeit verfolgt das Ziel, das moderne Markthallenkonzept mittels einer Typologisierung und Untersuchung dreier Markthallen genauer zu betrachten. Die begleitende Forschungsfrage lautet dabei: "Markthallen des 21. Jahrhunderts - Eine Revitalisierung eines historischen Handels-Konzepts oder ein neues urbanes Phänomen?". Die Forschungsarbeit bildet somit den Ausgangspunkt für weiterführende Untersuchungen hinsichtlich des Entwicklungspotenzials moderner Markthallen im Kontext aktueller innerstädtischer Herausforderungen.

Vorgehen: Die Entstehungsgeschichte des Markthallentypus wurde mittels umfangreicher Literaturrecherche erforscht. Um den modernen Markthallentypus zu erläutern, wurden drei Markthallen (Stuttgart, Basel und Kopenhagen) genauer untersucht. Im Rahmen der Untersuchung der modernen Markthallen fand eine Feldforschung in der Markthalle Stuttgart statt. Dabei wurden eine strukturierte Beobachtung sowie Walking Interviews durchgeführt. Damit abschliessend die Forschungsfrage der Arbeit beantwortet werden kann, erfolgte die Gegenüberstellung und ein Vergleich mittels Kriterien der historischen und modernen Markthallen.

Ergebnis: Wird sich auf die Grundlage der in dieser Arbeit erlangten Erkenntnisse bezogen, so kann gesagt werden, dass die modernen Markthallen nur

wenige Bezüge zu dem historischen Konzept der Markthallen im 19. und 20. Jahrhundert aufweisen. Der Zweck der Markthallen hat sich dabei über die Zeit gewandelt. Während die historischen Markthallen die Versorgung der Bevölkerung zum Ziel hatten, werden Markthallen heute vermehrt für Tourismus- und Marketingzwecke genutzt. Allerdings bietet der moderne Markthalle Typus durchaus das Potential, auf die bereits genannten Herausforderungen der Innenstädte zu reagieren.

Innenraum Markthalle Stuttgart

Eigene Darstellung



Feinkoststand Markthalle Stuttgart

Eigene Darstellung



Referentin

Prof. Dr. Tanja Herdt

Korreferentin

Prof. Dr. Tanja Herdt

Themengebiet

Raumentwicklung und
Landschaftsarchitektur