

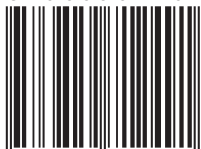
Baedeker SPECIAL GUIDE

DAS PLUS ZUM BAEDEKER MADRID

Märkte in Madrid

- Gestern, heute und Ideen für morgen
- Ein buntes Angebot: Alltägliches, Exotisches und Klatsch
- Treffpunkt für Einheimische, Einwanderer und Touristen

ISBN 978-3-8297-1249-1



9 783829 712491

€ 17,95 [D]
€ 18,50 [A]

*Einst war der Gang
zum Mercado so
selbstverständlich wie
die Morgentoilette ...*

► Seite 3

*... heute konkurrieren
Supermärkte mit
den Stadtteilmärkten.*

► Seite 5

*Antonio Muñoz betreibt einen Stand
im Stadtteilmarkt Antón Martín, in
einer Seitenstraßen zwischen der
Plaza Mayor und dem Museum
Centro de Arte Reina Sofía.*

*Mit Internet und Telefon
als neuen Einkaufs-
möglichkeiten sowie
einem Gourmetangebot
werden neue Markt-
kunden gewonnen.*

► Seite 7



EINE INSTITUTION AM SCHEIDEWEG

Etliche der traditionsreichen Stadtteilmärkte Madrids stehen vor dem Aus, andere haben die Zeichen der Zeit erkannt und sich neu erfunden.

Man sieht Antonio Muñoz seine dreiundsechzig Jahre nicht unbedingt an. Der Madrilene trägt ein weißes Hemd und einen anthrazitfarbenen Pullover, wirkt gepflegt vom Scheitel bis zur Sohle. Mit seiner großrahmigen Brille und seinem unverbindlichen Lächeln könnte er als Buchhalter durchgehen. Wäre da nicht der graue Arbeitskittel, der darauf schließen lässt, dass Antonio Muñoz keine Papierstapel bewegt, sondern Kisten mit Obst und Gemüse. Antonio Muñoz betreibt einen Stand im **Stadtteilmarkt Antón Martín** in einer kleinen Seitenstraße zwischen der Plaza Mayor und dem Museum »Centro de Arte Reina Sofía«. Im Obergeschoss des in die Jahre gekommenen Marktgebäudes residiert die Flamenco-Schule »Amor de Dios«, in der einst Joaquín Cortés seine ersten Schritte lernte. Die Talentschmiede zog vor sieben Jahren in die Räume unter dem Dach, und mit ihr kam neues Leben in das Viertel, das in den vergangenen Jahren vor allem vom Zuzug von Einwanderern geprägt war. Die wenigen Kunden kann Antonio Muñoz an diesem Freitagnachmittag an den Fingern abzählen. Aber das war am Vortag nicht anders und

vergangene Woche auch nicht. Doch Antonio Muñoz schaut nach vorne, schon weil ihm ein Schwelgen in der Vergangenheit die ganze Misere der Gegenwart vor Augen führen würde. »Die meisten Kunden kommen am Samstag, machen den großen Einkauf für das Wochenende«, sagt er. An diesem Tag füllen sich die Gänge der Markthalle mit Leben. »Vor ein paar Jahren war hier jeden Tag die Hölle los, doch seit sich die Wirtschaftskrise über Spanien legte, konzentriert sich das Geschäft auf den Samstag.« Damit könnte er zwar noch die laufenden Kosten decken, aber die Zeiten, in denen er am Monatsende etwas zur Seite legen konnte, sind vorbei. Viele seiner immer weniger werdenden Kunden sind Frauen jenseits der sechzig, für die der tägliche Gang zum Mercado so selbstverständlich ist wie die Morgentoilette. Sie gehören einer Generation an, die ohne Supermärkte aufwuchs und sich an den Ständen außer mit Tomaten, Oliven und »serrano« auch mit dem neuesten Klatsch aus der Nachbarschaft eindeckten. Der wird auf den Gängen ähnlich ernsthaft und leidenschaftlich gehandelt wie Wertpapiere auf dem Parkett der Wall Street.



Mercado Antón Martín: Der Händler steht für Qualität und Service.

Markt und Integration

Für Julio Ignacio Robles, Professor für Anthropologie an der Universidad Autónoma de Madrid, besitzen die **Märkte in Madrid** eine wichtige soziokulturelle Funktion. »Vor allem für Alleinstehende sind die Mercados eine Möglichkeit, zumindest während des Einkaufs aus der Isolation herauszutreten und am Nachbarschaftsleben teilzuhaben«, so der Wissenschaftler.

Die Märkte haben seiner Meinung nach auch eine wichtige Aufgabe bei der Integration von Ausländern. »Die leben erfahrungsgemäß in einer Parallelwelt. Das trifft vor allem auf Einwanderer aus Fernost, in geringerem Maße aber auch auf Lateinamerikaner zu.« Die Zahl

beider Einwanderergruppen ist in den vergangenen Jahren, als Spanien dank seines Wirtschaftswunders und seiner lockeren Einwanderungsgesetze bei Immigranten immer beliebter wurde, sprunghaft angestiegen. »In den Mercados treffen alle sozialen Schichten des Viertels aufeinander. Es ist der einzige öffentliche Ort, an dem alle ethnischen Gruppen in zwanglosem Kontakt miteinander stehen«, so der Wissenschaftler.

Bestes Beispiel für die integrierende Rolle der Märkte ist der seit 1875 bestehende Traditionsmarkt **Los Mostenes**. Der ist im Erdgeschoss eines schmucklosen Wohnhauses aus rotem Backstein untergebracht und fest in der Hand von süd-

amerikanischen und chinesischen Einwanderern. Hier fragen die Kunden nicht nach kulinarischen Erfindungen aus Spanien, sondern nach »sancocho de pollo«, kolumbianischem Hühncheneintopf, oder exotischen Pilzen und angeblich gesundheitsfördernden Wurzeln aus Fernost. »Dieser Mercado hat sich an die neue Realität im Viertel angepasst«, sagt Robles. Sein Warenangebot trägt der hohen Zahl an Ausländern Zoll, die sich hier im Schatten der Gran Vía in den vergangenen Jahren niedergelassen haben. »Die Mercados, die diesen Sprung nicht schaffen, werden es in Zukunft sehr schwer haben«, prophezeit er.

In Madrid gibt es **sechsendvierzig Markthallen**. Standkonzessionen werden vergeben wie an Taxifahrer: Wer eine bekommt, behält sie ein Leben lang. Die Geschicke der Mercados werden von Eigentümergemeinschaften gelenkt, die sich aus Standbesitzern zusammensetzen. Das garantiert den Märkten eine gewisse Eigenständigkeit. Damit können aber nicht alle Eigentümergemeinschaften umgehen, denn so mancher Mercado steckt seit Jahren in einer selbst gemachten Krise.

Geschichte

Ihren Ursprung haben die Stadtteilmärkte im Mittelalter. Damals wurden alle erdenklichen Waren unter freiem Himmel dargeboten,

von gezimmerten Stühlen bis zum lebenden Huhn.

Ab dem frühen 19. Jh. nahmen sie allmählich ihre gegenwärtige Form an. Um 1835 ordnete die Stadtverwaltung den Bau von festen Holzbuden an, Händler erhielten dadurch erstmals Lagerraum. Doch erst ab 1870 sollten die ersten Mercados ein Dach über dem Kopf bekommen: Los Mostenses, La Cebada, Chamberí und La Paz.

Nach dem Spanischen Bürgerkrieg (1936–1939) boten die Stadtteilmärkte ein derart tristes Bild, dass die franquistische Stadtverwaltung zu Beginn der 1950er-Jahre einen Modernisierungsplan entwarf. Die Mercados, die noch immer ein Leben unter freiem Himmel fristeten, bekamen eine schützende Struktur, meist aus Stahl und Glas. Erstmals wurden in allen Stadtteilmärkten außerdem hygienische Mindeststandards durchgesetzt. Die Mercados erlebten einen wirtschaftlichen und gesellschaftlichen **Auftrieb**.

1986 trat Spanien der Europäischen Gemeinschaft bei. Die Mercados sahen sich plötzlich einer bis dato unbekanntenen Konkurrenz ausgesetzt: **Supermärkten**. Im Wochenrhythmus eröffneten vor allem Filialen französischer Einzelhandelsriesen im gesamten Stadtgebiet Konsumtempel, in deren Regalen nicht nur Lebensmittel, sondern auch Waschmittel und Glühbirnen