



MERCADOS DEL MUNDO

Marheineke Markthalle, de Berlín

ALFONSO REBOLLO ARÉVALO

Coordinador del Consejo de Redacción de *Distribución y Consumo*

Marheineke Markthalle es uno de los tres mercados cubiertos que quedan en Berlín. Este formato comercial que en los años treinta era la principal forma de abastecimiento de alimentación de la ciudad no superó los destrozos de la guerra, tras la que no se reconstruyeron los mercados destruidos, cediendo la primacía de la distribución alimentaria a las grandes cadenas de supermercados y a su complemento, el llamado “comercio étnico”.

El Marheineke Markthalle está situado en el centro de la Marheinekeplatz, en el distrito de Kreuzberg, cerca de lo que se ha dado en llamar el “pequeño Estambul”.

Se llega a él dando un agradable paseo por Bergmannstrasse (una encantadora calle bien arbolada y con parques, o cementerios como parques, y preciosas casas de no más de cinco pisos) o bien por Gneisenaustrasse cotilleando en sus famosas tiendas de segunda mano, de ropa y cualquier otro artículo, a las que tan aficionados son los berlineses (y alguien me dijo que, en general, los alemanes).

El mercado se construyó en 1892 como parte del ensanche de la ciudad y ya en 2007 fue remodelado en su forma actual. El edificio es muy sencillo, de planta rectangular que da lugar a una única gran sala. Llama la atención la profusión de aberturas al exterior. Además de las puer-

tas de acceso principales, situadas en los extremos del mercado, uno de sus laterales está ocupado por un buen número de establecimientos con puerta de calle que albergan a otros tantos establecimientos de restauración que sacan sus mesas a la calle y son usados con profusión por los berlineses.

La rehabilitación del mercado ha respetado la sencilla construcción exterior, mientras que el interior se ha remodelado completamente con un diseño funcional y muy “ligero”, que junto con un excelente mantenimiento hace que la sensación al entrar sea de una gran luminosidad y limpieza, libre de cualquier salpicadura u olor. A esa sensación contribuyen el boni-



to diseño de los puestos y los elementos de animación que, colgados o en el suelo, decoran la sala del mercado.

La disposición interior del mercado está formada por cuatro filas de puestos que dan lugar a un amplio pasillo central y a dos laterales más estrechos en los que los puestos se encuentran adosados a los dos laterales más largos. En estos laterales se alojan, en uno de ellos, actividades de venta de productos de no alimentación y de servicios, como una copistería; en el otro pasillo lateral se sitúan los bares y cafeterías con comunicación con la calle.

El pasillo central es el eje del mercado, y donde se alojan los establecimientos de alimentación. La mezcla comercial está

enfocada hacia los productos frescos y las “especialidades”, que aparecen como señas de identidad de Marheineke Markthalle. Ambos términos merecen un comentario más detenido. De productos de alimentación en fresco hay, creo recordar, no más de cinco establecimientos de los veintitantos dedicados a alimentación: dos fruterías, una o dos carnicerías y una pescadería. Excepto la frutería, ninguno de estos puestos vende sólo producto en fresco, sino que todos complementan su oferta con alimentos preparados. La carnicería con embutidos, salchichas y platos preparados y la pescadería con preparaciones de arenques, salmón y otros pescados ahumados. En ambos casos, en estos puestos es posible comprar por

ciones que la gente toma de pie, sentada en unos de los bares del mercado o, simplemente, caminando.

Pero el hecho de que la carnicería ofrezca carne de vacuno, y no sólo cerdo, al corte; que la pescadería ofrezca la posibilidad de comprar un pescado fresco por piezas, no fileteado y envasado, aunque la oferta se limite a no más de veinte piezas; y que la frutería ofrezca la posibilidad de comprar al peso frutas y hortalizas de una amplia gama de productos convierten al Marheineke Markthalle en un comercio muy especial al que se dirigen los clientes en busca de productos que es difícil adquirir en el comercio habitual de la ciudad y que equipara, aun manteniendo las distancias, a este mercado con los



mercadillos semanales a los que acuden los agricultores del campo de Brandenburgo a vender sus productos frescos y que son tan apreciados por los berlineses, que consideran a sus productos casi como “delicatesen”.

En cuanto a las “especialidades” de las que alardea el mercado, se refiere a varios puestos que venden productos de otros países: un italiano, un griego, un español, un árabe, junto con algún puesto dedicado a los productos de alguna región de Alemania. Posiblemente por la parquedad de la cocina alemana, y en concreto de la berlinesa, es posible encontrar en Berlín restaurantes y comercios de alimentación de las más diversas nacionalidades, las que reúne el mercado son de las más apreciadas.

Por supuesto es posible encontrar una gran variedad de selectos productos de charcutería y panaderías en las que venden una alta variedad de panes de gran calidad, junto con la bollería y pastelería tan habituales para los alemanes.

Dos notas más caracterizan la oferta del Marheineke Markthalle: la calidad de los productos y el hecho de que buena parte de la oferta sea de productos bio o eco, la existencia de bares y restaurantes, así como la posibilidad de comprar comida preparada o precocinados, tanto para llevar (es frecuente la compra diaria de la cena en estos establecimientos camino de casa de vuelta del trabajo) como para consumir en el momento (más frecuente a mediodía, haciendo un breve alto en el trabajo).

Esta mezcla comercial podría entenderse como orientada a la compra esporádica de productos de delicatesen. No es así, sin renunciar a la compra de los clientes de fin de semana o turistas, la oferta del Marheineke Markthalle está muy orientada a la satisfacción de las necesidades de los consumidores de su entorno, que adquieren en el mercado los productos de consumo diario, e incluso resuelven en el mercado sus necesidades de copistería o tintorería, lo que convierte al Marheineke Markthalle en un auténtico “centro comercial de compra cotidiana”. ■

