

Wandel der Logistik im Laufe der Geschichte

Berlin-Brandenburger Wirtschaftsarchiv blickt auf Entwicklung des Warenumschlags

Berlin um 1900: Die Industriemetropole hatte einen Riesenbedarf an Gütern aller Art, um die schnell wachsende Bevölkerung zu versorgen. Häfen wurden dringend als Warenumschlagplätze gebraucht und ebenso – quasi im Kleinen – Markthallen, die dann die Produkte an den Mann brachten. Mit dieser spannenden Themenkombination lockte die Forschungsstelle für Wirtschaftsgeschichte der Region am 3. Mai rund 70 Gäste in das Ludwig Ehrhard Haus zum 6. „Industrie-Kulturabend“ des Berlin-Brandenburger Wirtschaftsarchivs (BBWA).

Es ging um 90 Jahre „Behala“ - Berliner Hafen- und Lagerhaus AG und 100 Jahre Westhafen und um die Renaissance der Berliner Markthallen in der Neuzeit. Die Zukunft im Blick hatte Peter Stäblein, Geschäftsführer der Behala, bei der Begrüßung der Gäste und verwies auf die leistungsstarken Logistiklösungen seines Unternehmens für die Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg. Sein Amtsvorgänger, Rainer Frohne, dagegen blickte zurück auf die wechselvolle 90-jährige Geschichte des Westhafens und die bereits 100-jährige Vergangenheit des Osthafens.

Errichtet wurden die beiden Binnenhäfen, um die notwendige Versorgung der wachsenden Bevölkerung sicherzustellen. Nach ihrer Gründung



Geschichte und Zukunft im Blick: Peter Stäblein, Rainer Frohne, Nils Busch-Petersen, Klaus Dettmer (v. l.)

übernahm die Behala ab 1923 auch alle weiteren großen Berliner Häfen und hat ereignisreiche Jahrzehnte bis heute durchgestanden.

Nils Busch-Petersen, Hauptgeschäftsführer des Handelsverbandes Berlin-Brandenburg, widmete sich dem historischen Auf und Ab bei den Berliner Markthallen: Vor 140 Jahren entstand die erste von 15, die ebenfalls der Versorgung der Stadt auf der Bezirksebene dienten. Vier davon sind

heute noch in Berlin zu finden – und sie haben eine gute Chance noch weiter zu bestehen. Denn: „Was treibt Berlin an? Es sind die Touristen und nicht (nur) die Kaufkraft der Berliner“, erklärte Busch-Petersen. So sieht er in der Anziehungskraft der Hallen für Touristen die Chance auf eine zukünftige Renaissance der Markthallen – und denkt dabei an so attraktive Hallen wie in Krakau, Barcelona und den Fischmarkt in Göteborg. nad