

## Großmarktdach als Fußballplatz

Der „Fußballhimmel“ am Berliner Ostbahnhof

Die anspruchslosen Hallen des großflächigen Einzelhandels sind ein Bautyp der Peripherie. Wenn sie in dichter bebaute Lagen eindringen, stellt sich schnell die Frage nach der angemessenen Nutzungsdichte. Im Falle des Metromarktes nahe dem Berliner Ostbahnhof ist es gelungen, die große Dachfläche als Sportplatz zu gestalten. Doch erst nach der Eröffnung im September wird sich zeigen, ob sich die Interessen der Öffentlichkeit und die Ansprüche des Eigentümers auf Dauer konfliktfrei verbinden lassen.



Noch bis vor kurzem schlummerte das Gelände des Wriezener Bahnhofs als unberührte Industriebrache vor sich hin, in den Schlaf gewiegt von den Träumen der Berliner Subkultur, überragt vom Technoklub Berghain und vom Redaktionsgebäude des Neuen Deutschland, beschallt vom Klappern der S-Bahn, eingerahmt von den Plattenbauten an der Straße der Pariser Kommune und nach Norden angeschlossen an die Stalinbauten bis zur Karl-Marx-Allee. Kaum ein Jahr verging, an dem nicht eine der vier Berliner Architekturfakultäten ein visionäres Entwurfsseminar für die Bahnhofsbrache veranstaltete und alle möglichen städtebaulichen Hybride von interkulturellen Busbahnhöfen bis zu Mediatheken für Gehörlose auf das Gelände projiziert wurden. Und wahrscheinlich wären alle Seminarteilnehmer mit dem, was die Realität jetzt anbietet, durchgefallen: zwei rechteckige Kisten, Großhandelskaufflächen, Hallen aus Stahlbetonkonstruktionen mit einer Hülle aus aufgeschraubten Isopaneelen. Dazwischen aufgemalt Parkplätze in weißem Fischgrätenmuster. Schon 1991 hatte die Senatsverwaltung festgelegt, dass das Gelände auch weiterhin als Gewerbegebiet ausgewiesen werden sollte, im Gegensatz zu anderen innerstädtischen Gewerbeflächen, die zu Wohn- und Kulturzwecken umgewidmet wurden. Und während die Senatsverwaltung hoffte, die kleineren Betriebe des Spreeufers könnten sich wieder in der Nähe

des Bezirks am Ostbahnhof ansiedeln, verkaufte die Deutsche Bahn AG das Gelände an Großhandelsketten als meistbietende Nutzer: Metro Cash & Carry und einen Baumarkt. Auf dem menschenleeren Parkplatz riecht es in der Julihitze nach verbranntem Asphalt und Gummi. Hin und wieder weht Baustellensand durch die Luft. Der Unterschied zu den übrigen 117 Metrofilialen in Deutschland liegt in einem 105 x 68 Meter großen, FIFA-gerechten Fußballfeld, von unten aus durch das Ballfangnetz auf dem Dach zu erkennen. Warum sich die Unternehmensleitung von Metro Cash & Carry dazu entschloss, kein normales, begrüntes Trapezblechdach zu realisieren, sondern stattdessen auf dem Hallendach ein öffentlich nutzbares Fußballfeld für die Berliner Fußballvereine und den Bezirk Friedrichshain anzubieten? Raum zum Fabulieren. Der Pressesprecher von Metro redet von einer Bürgerinitiative, die sich bei der Unternehmensleitung durchgesetzt hätte. Der Architekt und sein Bauleiter erzählen, wie bei der Offenlegung des Bebauungsplans Stimmen laut wurden, die mehr Grün- und Freiflächen für den Bezirk forderten. Ein Sprecher der Senatsverwaltung weist auf einen Workshop im April 2005 für die Anwohner der Rüdersdorfer Straße hin, bei dem es um Grünflächengestaltung ging und bei dem erstmals die Idee von einem Fußballfeld auf dem Dach des Metromarktes aufkam. Letztlich aber sei die Initiative von der Unter-

nehmensleitung von Metro ausgegangen, und der Bezirk habe dieses Angebot angesichts leerer Kassen und des Mangels an Sportanlagen dankend angenommen. Ein anderer Sprecher der Senatverwaltung erzählt von den Protesten der Anwohner und des Kollegiums des Dathe-Gymnasiums gegen die 26 Hektar Einkaufsparkwüste, die hier seit Januar in kleinen Schritten asphaltiert wird. Es würde zu viel Verkehr geben (der Metromarkt rechnet mit einem Einzugsgebiet von fünfzig Kilometern), dafür zu wenig Grünflächen und Fußgängerverbindungen durch das Gelände – außerdem würde der Einzelhandel der anliegenden Straßen Kunden verlieren. Der vorhergehende Sprecher der Senatsverwaltung, hingewiesen auf jene Bürgerproteste, antwortet darauf indirekt, dass öffentliche Anhörungen von Bebauungsplänen im Innenstadtgebiet nie ohne Protest

und Widerspruch abliefen und als völlig normal einzustufen seien. Möglich jedoch, dass der Metro-Unternehmensleitung solche Einwände von Anwohnern noch nicht zu Ohren gekommen sind, liegen doch fast alle deutschen Metromärkte in der protestfreien Unbestimmtheit der Peripherie. Und während der Bezirksamtssprecher weiter betont, wie wichtig der Fußballplatz für die Schulen des Bezirks sei, geben der Architekt und sein Bauleiter zu, dass man erst später darauf gekommen sei, den Fußballhimmel in Friedrichshain auch Schulen zur Verfügung zu stellen. Zum Glück ist dieser direkt vom Parkplatz aus zu erreichen, da das Treppenhaus nur von außen zugänglich ist; Erschließung und Funktionsräume des Platzes sind wie ein rechteckiger Bügel an die Kiste angedockt; auf dem Dach Umkleiden, Toiletten, Schiedsrichterraum





und Gastronomie, vertikal der Fahrstuhl und das offene, eingezäunte und abschließbare Treppenhaus. Pragmatische Anspruchslosigkeit in Grau und Metall, Treppenläufe aus Beton, zusammengehalten durch den Fahrstuhlkern im Gegenüber einer Betonscheibe, mit der Großmarkthalle durch Stege aus Gitterrosten verbunden. Oben angekommen, erweitert sich der Radius des Blickfelds um Kilometer über die Stadtlandschaft hinweg, eingerahmt von der grünen Fläche und dem Ballfangnetz. Halle, Parkplatz und Treppenhaus sind verschwunden und vergessen, und über die Weite des Fußballfeldes weht frischer Wind, obwohl der Kunstrasen kein Wasser speichern kann und die kultivierte und lebendige Dachbegrünung jenseits des Ballfangzauns die Sommerhitze nicht überstanden hat und zu kümmerlichem Dachbraun vertrocknet ist. Und wenn die Spieler sich nicht mehr auf den Ball konzentrieren, sondern über die Stadt blicken? Das Gefühl, über der Stadt zu schweben, lenkt zugleich die Aufmerksamkeit zurück auf das Spielgeschehen. Wie viel das gekostet habe? Der Architekt und sein Bauleiter blicken verschämt zu Boden, das sei vertraulich, aber es wäre billiger gewesen, hätte man das Grundstück nebenan gekauft und den Fußballplatz dort errichtet. Denn was auf den ersten Blick so selbstverständlich erscheint, erforderte einen beachtlichen konstruktiven Aufwand. Das bei Metromärkten übliche Stahlfachwerk musste durch

40 Tonnen schwere Stahlbetonträger ersetzt werden, nicht nur um die erhöhten Dachlasten zu tragen, sondern auch um eventuell auftretende Schwingungen des Daches aufzufangen – zum Beispiel dann, wenn alle 600 Zuschauer der Tribüne zur selben Zeit aufspringen und „La Ola“ praktizieren. Zu diesem Zweck wurde nicht nur ein Statiker, sondern auch ein Dynamiker hinzugezogen, der die mögliche Schwingung des Daches mit dem zu erwartenden Panikgefühl der Zuschauer in Relation setzt und daraus die notwendige Aussteifung der Konstruktion ableitet. Auch die Pfosten des Ballfangnetzes und die Flutlichtmasten benötigten aufgrund der höheren Windlasten im Obergeschoss eine Sonderkonstruktion; jeder Pfosten des Ballnetzes musste über ein 70 Kilogramm schweres Punktfundament fixiert und an der Oberfläche an einer drei Zentimeter dicken Stahlplatte festgeschraubt werden.

Die Entscheidung für den Kunstrasen hängt ebenfalls mit der Dachlage zusammen, da ein Wasserspeicher für den Naturrasen, ganz abgesehen von seinem Gewicht, sofort durch die Drainage des Daches wieder hätte abgeführt werden müssen. So schichten sich jetzt Lava und geschredderte Gummitelchen unter den Kunstrasennoppen, die FIFA-tauglich und verbrennungsarm zwei Zentimeter hoch mit Gummigranulat und Sand gefüllt sind. In der Platzmitte prangt dunkelgrün der Metroschriftzug, zwar vom Spielfeld aus kaum zu erkennen, da-



Die Organisation der Trainingszeiten für Schulen und Vereine soll mit dem Bezirk vertraglich festgelegt werden. Die Unterhaltung des Platzes einschließlich Platzwart übernimmt der Bauherr.

Querschnitt im Maßstab 1:1500  
Fotos Seite 17 und kleines Bild oben:  
Anne Kockelkorn, Berlin;  
alle anderen: Udo Meinel, Berlin



für aus der Vogelperspektive beim Anflug auf Berlin-Tegel sicher gut zu lesen.

Keiner der Berliner Bezirke hätte sich dieses Fußballfeld leisten können – und kein ästhetisch anspruchsvoller Architekt hätte ihn so geplant. Wird der Verkauf von öffentlicher Verantwortung zur Imageaufwertung eines Großhandelskonzerns beschleunigt durch das Zusammenspiel von Medientauglichkeit und Fußballfieber? Rainer Grünwald, Vorsitzender der Geschäftsführung, sprach zur Eröffnung am 29. Juni von „Präsenz im Stadtraum als soziale Partnerschaft“ und dass „Fußball als Mittel gegen Gewalt, Drogen und Armut, als Weg zur Toleranz und Völkerverständigung“ eingesetzt werden soll. Noch werden Architekturstudenten nicht auf den Dialog mit Unternehmensführungen vorbereitet. Hier gibt es Neuland zu entdecken.

