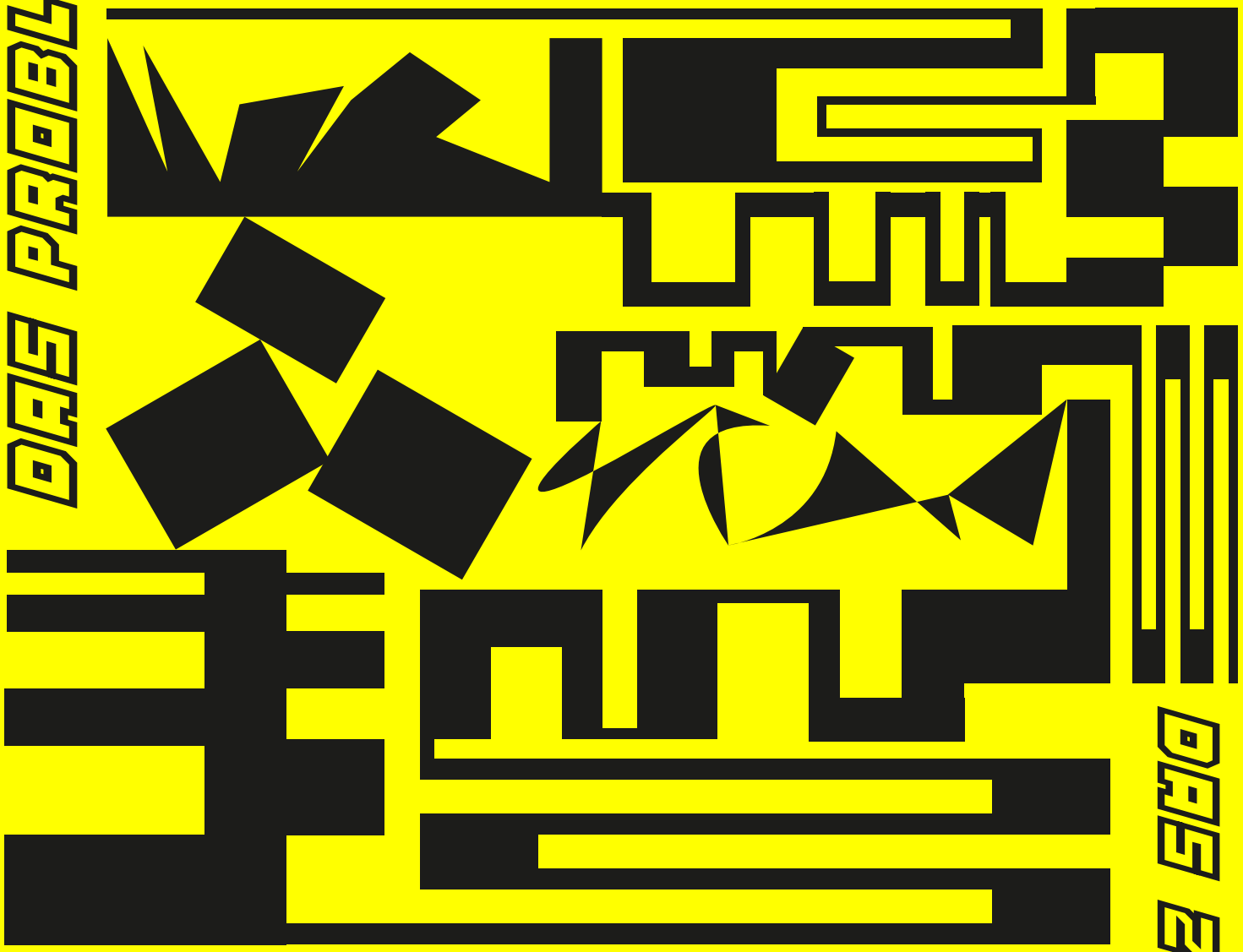
KIOSKKULTUR

DAS PROBLEM

DER FREIE MARKT HAT MÜNCHEN STARK IN DER HAND. DADURCH ENTWICKELTEN SICH BEKANNTE SOZIALE UND URBANE DISPARITÄTEN. POLITISCHE GEGENMAßNAHMEN VERSAGEN SEIT JAHRZEHNTEN. NIEDRIGSCHWELLIGE LÖSUNGSANSÄTZE WIE DAS KIOSK WERDEN ZUDEM DURCH ÜBERMÄßIGE REGULIERUNGEN VERHINDERT.



DAS ZIEL

KIOSKKULTUR ETABLIEREN, UM DIE SOZIALE DURCHMISCHUNG, BEGEGNUNGEN UND INFORMELLE SUBKULTUR ZU BEGÜNSTIGEN. STADTRÄUME UND NACHBARSCHAFTEN BELEBEN. ULTIMATIV KANN SO EINE SOZIALE UND URBANE TRANSFORMATION IN MÜNCHEN DURCH NIEDRIGSCHWELLIGE LÖSUNGSANSÄTZE ANGETOßEN WERDEN.

"MISSED CHANCE KIOSKCULTURE MUNICH!"

EHH

1

2

3

4

Pilot
4-5

State of Emergency

Die sozialen und urbanen Probleme
6-7

Der Kiosk... Ein Lösungs-ansatz?
8-9

Der Kiosk: 200 Jahre eine prag-matische Lösung
10-11

Aus Wasser werde Bier
12-17

Der Kiosk im geteilten Deutschland
18-19

Münchens Kultur
20-21

Münchens 70er: nackt durchs Paradies
22-23

Münchens Nachtleben:
24-25

5

6

7

8

Warum Kiosk Kultur ist

Kioskkultur: Unsere Definition 26-27

Der Kiosk als Monument: 28-31

Das Kiosk: ein kultureller

Interventionen: Kioskkultur auf dem Prüfstand

Was wäre, wenn... ? 34-35

Intervention Kiosk am Goetheplatz 36-39

Intervention Study-Kiosk Luisenstraße 40-43

Intervention Nachbarschaftskiosk am Fuchsbau 44-47

Intervention Night-Life-Kiosk am Lehnbachplatz 48-51

Ein Anfang und kein Ende 52-53

Liebe Kioskbesitzerinnen und Kioskbesitzer 54-55

Liebe Politikerinnen und Politker 56-57

Liebe Münchnerinnen und Münchner 58-59

Inhalts- und Abbildungsverzeichnis 60-61

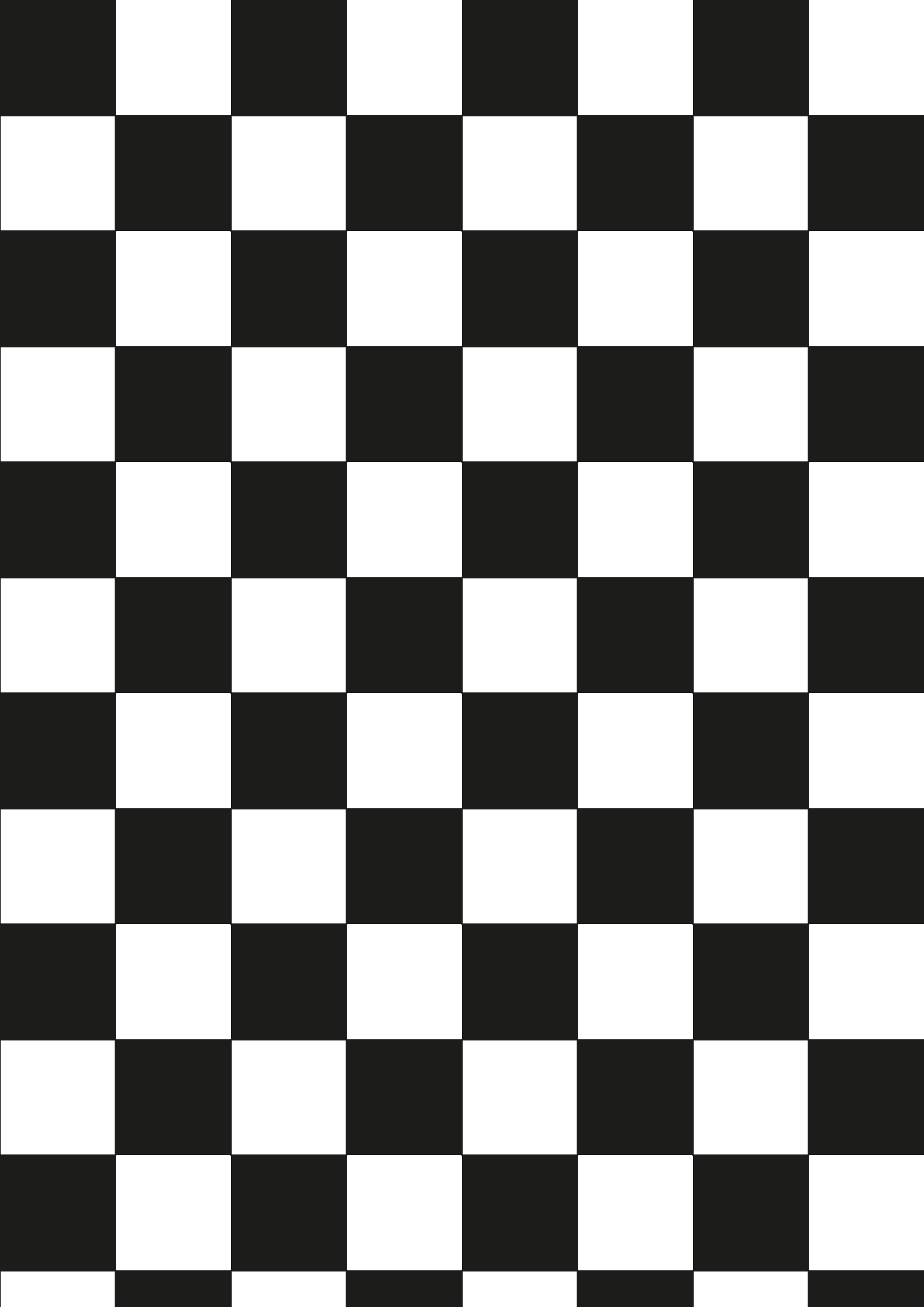
Unterstützer*innen 62-63

1. Pilot

In München nach 20 Uhr Bier, Zigaretten, Snacks oder auch alltägliche Produkte kaufen zu wollen, erweist sich oft als erfolglose oder teure Mission. Obwohl man sich in einer europäischen Metropole befindet, gibt es nur hochpreisige Tankstellen oder Bars. In anderen Großstädten in Deutschland ist das anders. Hier findet man sein Glück an Häuserecken, Bahndurchgängen und auch an abgelegenen Orten, wie etwa in der Nähe von Wohnsiedlungen: Ein Kiosk bzw. Späti, der auch unter der Woche bis spät in die Nacht geöffnet hat.

Deshalb entstand im Rahmen des Studios „Emergency Measures“ vom Lehrstuhl für Urban Design an der TUM dieses Kioskprojekt. Ziel ist es, einen Beitrag zur notwendigen sozialen Transformation der Stadt München zu liefern. Das folgende Projekt untersucht einen informellen, niedrigschwelligen Lösungsansatz, da herkömmliche politische Maßnahmen in der Vergangenheit wenig positive Veränderungen brachten. Stattdessen wird auf Begegnung, Zufälligkeit und soziale Durchmischung gesetzt. Da der Kiosk diese Aspekte vereint und Kioskkultur viele andere positive Eigenschaften mit sich bringt, bergen diese Orte eine unterschätzte Chance für das Stadtleben. Das Projekt basiert auf einer Analyse von Stadtstruktur und Kiosk, aus der dann unsere Thesen hervorgehen. Schließlich werden diese durch experimentelle Interventionen im Stadtbild geprüft. Den Abschluss bildet ein Leitfaden, der potenziellen Interessenten Möglichkeiten zur Umsetzung dieser Strategie geben soll.

Unser Team besteht aus Johannes, einem Solinger, der seit seiner Jugend den Kiosk als Selbstverständlichkeit sieht. Robbe, ein Erasmus-Student aus Antwerpen, ist generell an Münchens Kultur und Ausgehmöglichkeiten interessiert. Zuletzt noch Kilian, ein gebürtiger Münchner, der nur durch Besuche in Städten wie Berlin die Vorzüge einer weit verbreiteten Kioskkultur kennengelernt hat.



2. State of Emergency

Soziale und urbane Probleme in München

München und sein Umland sind unter den Top 5 der reichsten Landkreise Deutschlands mit Starnberg, Stadt und Landkreis München gleich dreimal vertreten. Wohlstand prägt hier Kultur und Gesellschaft. Doch soziale Durchmischung und Gerechtigkeit, dazu stärkere Maßnahmen gegen ethnische und soziale Segregation, finden leider kaum Platz in der Landeshauptstadt, sowie viele Münchner*innen eben auch nicht.

Obwohl im Stadtentwicklungskonzept „Perspektive München“ das Ziel der sozialen und ethnischen Mischung eine wichtige Rolle spielt, ist bei näherer Betrachtung klar erkennbar eine Schönung der Tatsachen zu erkennen. Die Segregation zwischen Deutschen und Ausländern wirkt zum Beispiel auf den ersten Blick niedrig. Doch, wenn man Ausländer näher in Herkunftsregionen aufspaltet, wird klar: Personen aus den ehemaligen EU-Gastarbeiterländern sind im Gegensatz zu Südosteuropäern, Flüchtlingen und Afrikanern deutlich weniger segregiert. Hauptauslöser dieser Probleme ist der freie Wohnungsmarkt. Dieser hat München durch seine wirtschaftliche Attraktivität fest in der Hand. Die Auswirkungen: Wohnungsnot, starke Gentrifizierung, hohe Preise und zum Beispiel die Absenz eines typischen Studentenviertels. Wir alle leiden. Die Student*in, die sich kein WG-Zimmer nahe ihrer Universität leisten kann. Die alleinstehende Oma, welche die zu große 4-Zimmer-Wohnung nicht aufgeben kann, da der Markt ihr keine sinnvolle Alternative bietet (Lock-in-Effekt). Der Ausländer, der sich gesellschaftlich integrieren will, aber es räumlich nicht kann. Dies zu ändern ist eine politische Aufgabe von Bund, Freistaat und der Stadt München. Doch so etwas dauert lange Zeit und erfordert viele Kompromisslösungen.

Wir wollen helfen – am besten gleich morgen. Da die Umverteilung und Enteignung von Münchner*innen vermutlich unsere Handlungsmöglichkeiten sprengen, haben wir nach Möglichkeiten gesucht, wenigstens die sozialen Auswirkungen dieser Disparitäten in München zu bekämpfen. Das Werkzeug, ein bewährtes Multitool für eine niedrigschwelligere Herangehensweise an die genannten Probleme:
der Kiosk.

Abbildung 1: Grafikdarstellung der verschiedenen Lösungsansätze

Der Kiosk: Ein Lösungsansatz ?

Nein, das ist kein schlechter Scherz, sondern Realität. Während der Industrialisierung entsteht zum ersten Mal eine Kiosk-ähnliche Infrastruktur. So wird den Arbeitern der Zugang zu sauberem Trinkwasser ermöglicht, ohne alle Wasserleitungen neu legen zu müssen. Aus akuter Not entstanden, passen sich Kioske bis heute schnell diversen Problemen und unbefriedigten Bedürfnissen an. Warum also nicht der Versuch, aktuelle negative Auswirkungen mit diesem Multitool abzufedern?

Unsere These: Der Kiosk begünstigt soziale Durchmischung, etabliert mehr informelle Subkultur. Er stärkt Gemeinschaftlichkeit, informiert, ist Kulturort, belebt Stadtbild und Nachtleben.
Wie eine Insel im Meer der Gentrifizierung, die Grundbedürfnisse nach 20 Uhr zu günstigen Preisen befriedigt.
All das kann zu einem Umdenken in der Gesellschaft führen und nachhaltig soziale und urbane Strukturen positiv transformieren.

Ob und wenn nötig, durch welche Veränderungen im und um den Kiosk das möglich ist, soll im folgenden Projekt analysiert und experimentell geprüft werden. Zudem werden auch rechtliche und strukturelle Hindernisse rund um den Kiosk behandelt.

WARUM NICHT SCHRITT FÜR SCHRITT?!
POLITISCHE AGENDA
BÜROKRATIE
KOMPLIZIERTE PROZESSE
GEZETZE
1° FLOOR
DIE SOZIAL TRANSFORMIERTE STADT
SUBKULTUR
INFORMELLITÄT
BEGEGNUNG
SOZIALE DURCHMISCGUNG

3. Der Kiosk: 200 Jahre eine pragmatische Lösung

Der Kiosk war schon immer ein niedrigschwelliger Lösungsansatz, der vor allem schnell auf akute Probleme und Bedürfnisse anpassbar war. So entstand die dem heutigen Kiosk ähnliche Infrastruktur ab dem 19. Jahrhundert. In der ersten Phase, während der Industrialisierung, stand die Bereitstellung von sauberem Trinkwasser im Vordergrund, insbesondere für die Arbeiter*innenschaft. Der Kioskbesuch war notwendig auf dem Weg zur Arbeit oder nach Hause.

In der zweiten Phase wandelte sich die Kioskstruktur zu Kleinstgeschäften, die Luxusgüter wie Alkohol und Tabakwaren sowie tägliche Bedarfsartikel anboten. Kioske wurden zu einem Konsumort für verschiedene Nutzer*innengruppen.

Aus Wasser werde Bier

1. Epoche: Die Seltersbuden

Während der industriellen Revolution (ab ca. 1840) entstanden öffentliche Kioske, besonders in Industriestädten wie dem Ruhrgebiet. Sie boten der Arbeiter*innenschaft Zugang zu sauberem Mineralwasser, da das Leitungswasser ungenießbar war. Diese Kioske, bekannt als Seltersbuden oder Trinkhallen, reduzierten den Alkoholkonsum, minimierten Arbeitsunfälle und förderten die Volksgesundheit. Sie wurden von Mineralwasseranbietern betrieben und befanden sich zwischen Arbeitsplatz und Wohnsiedlung der Arbeiter*innen. Die Kioske wurden zum sozialen Treffpunkt, verbesserten das soziale Leben und waren an die Schichtwechsel angepasst.

2. Epoche: Press

Ab etwa 1900 begann die Presse-Epoche, in der sich Kioske weiterentwickelten. Mineralwasseranbieter und nun auch Industriebetriebe betrieben Buden, die oft direkt auf dem Werksgelände standen. Kriegswitwen und -versehrte führten Kioske auch als Lebensgrundlage. Während des Ersten Weltkrieges tauchten „Milch-Buden“ auf, verschwanden jedoch aufgrund der Nahrungsmittelknappheit bald wieder. Die Kioske gewannen an Bedeutung durch das wachsende Angebot an Presseerzeugnissen. Sie wurden wichtige Verbreitungsorte für aktuelle Nachrichten aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft. Dies führte dazu, dass die Kioske sich zu kleinen Verkaufsständen entwickelten, das Sortiment erweiterten und die Öffnungszeiten ausdehnten, wodurch sie zu gesellschaftlichen Alltagsorten wurden.

3. Epoche: Der Kiosk-Boom

Nach dem Zweiten Weltkrieg und dem Wirtschaftswunder ab 1950 erlebten Kioske einen Boom mit kontinuierlichen Sortimentserweiterungen, einschließlich Softgetränken, Printartikeln, Alkoholika, Tabakwaren und Süßigkeiten. Es entstand die beliebte „bunte Tüte“. Trotz Schließungen durch den Rückgang von Arbeitsplätzen entwickelten sich Kioske weiter zu Kleinstgeschäften. Sie wurden auch in den Abend- und Nachtstunden frequentiert und erfüllten verschiedene Funktionen: Notfallversorgung und Freizeitnutzung. Kioske wurden wichtige soziale Treffpunkte, wo Nachbarschaften zusammenkamen, miteinander aßen und tranken.

4. Epoche: Der Rückgang der (Schwer-)Industrie

Ab den 1960er Jahren ging die (Schwer-) Industrie zurück, was zu einem Rückgang der Kioske führte. Um dem entgegenzuwirken, erweiterten die Kioske ihr Angebot um Lebensmittel wie Suppen, eingelegte Gurken und belegte Brötchen. Außerdem begannen sie seit den 1990er Jahren, Mobilfunkkarten und Internetzugänge anzubieten. Gleichzeitig wandelten sich Tankstellen zu Kleinstgeschäften und verkauften nun auch Getränke, Snacks und belegte Brötchen. Die Tankstellen durften zudem ihre Öffnungszeiten verlängern, was zu starker Konkurrenz für die Kioske führte.

5. Epoche: Rückgang der Nachfrage
Nach der Wiedervereinigung führte die Liberalisierung der Ladenöffnungszeiten zu verstärktem Konkurrenzdruck, sowohl von Tankstellen als auch von Supermärkten. Dies führte zu Kiosk-Schließungen, da der Umsatz an große Einzelhändler mit breitem Warenangebot und niedrigen Preisen verloren ging. Trinkhallen erlebten einen Rückgang der Nachfrage nach traditionellen Produkten wie Tabak, Alkohol, Süßigkeiten und Printmedien.
Trotzdem begann eine Wertschätzung für die Kioskkultur, was zu Überlegungen zum Denkmalschutz führte. Einige historische Kioske, wie das „Bundesbüdchen“ in Bonn und der Verkaufspavillon am Kasseler Hauptbahnhof, wurden unter Denkmalschutz gestellt. In dieser Zeit übernahmen vermehrt Zuwander*innen den Betrieb von Kiosken, ähnlich den Kriegsverwitweten und -verletzten, um ihren Lebensunterhalt zu sichern.

6. Epoche: Der heutige Kiosk

In den 2010er Jahren erlebten Kioske eine neue Blütezeit. Der Betrieb von Kiosken liegt jetzt zu etwa 80% in den Händen von Zuwander*innen. Das Sortiment hat sich erweitert, mit Kiosken, die nun warme Speisen wie Hot Dogs, Currywurst und Burger anbieten. Es gibt auch eine Veränderung im Konsumverhalten, wie das Phänomen des „Cornerns“, bei dem junge Erwachsene preiswerte Getränke am Kiosk vor dem Ausgehen konsumieren.
Zusätzlich erfahren Kioske neue Nutzungen, zum Beispiel als Ausstellungsorte oder Kulturtreffpunkte. Diese Anpassungen sind Teil einer ständigen Transformation, um den veränderten Bedürfnissen ihrer Nutzer*innen gerecht zu werden und ihre Existenz zu sichern.

Abbildung 2: Foto einer Seltersbude auf dem Firmengelände zu Beginn der Industrialisierung.

Abbildung 3: Foto eines Pressestandes um die Jahrhundertwende

Abbildung 4: Foto einer Trinkhalle zu Beginn des Wirtschaftswunders

Abbildung 5: Foto einer Trinkhalle zur Zeit der Wiedervereinigung. Entwicklung zu dem heutigen Kiosk-Stil

1800

1900

Lest die Kasseler Post !
Kassels größte u meistbeachtete Tageszeitung
mit den weitaus meisten Familien-Anzeigen !

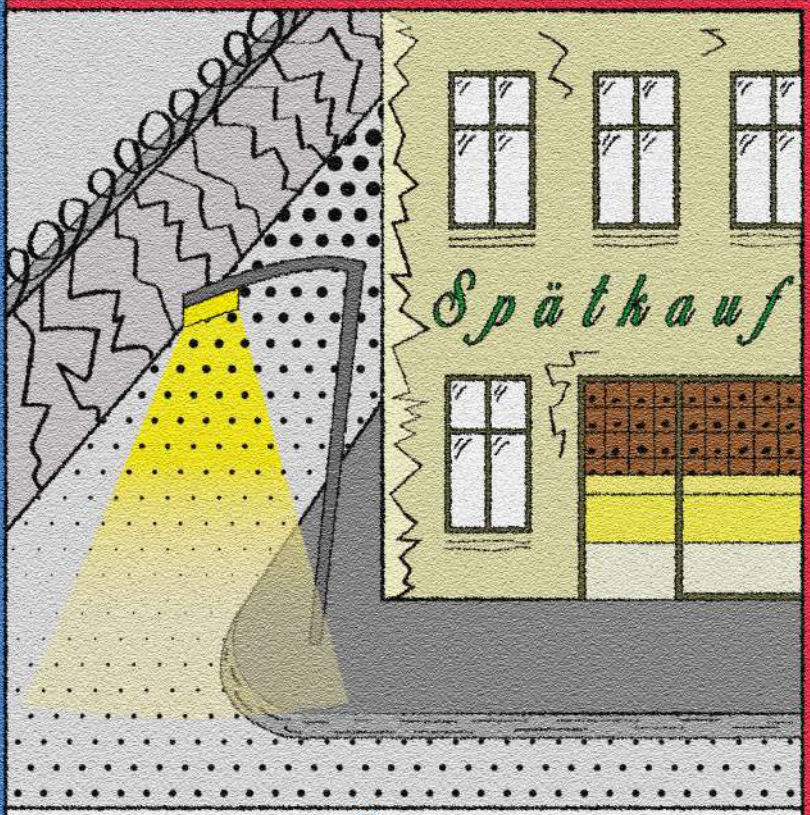
Trinkhalle
Lindener Bier
Trinkhalle
Trinkhalle
NEUE HEFTE
Eine prima

1955

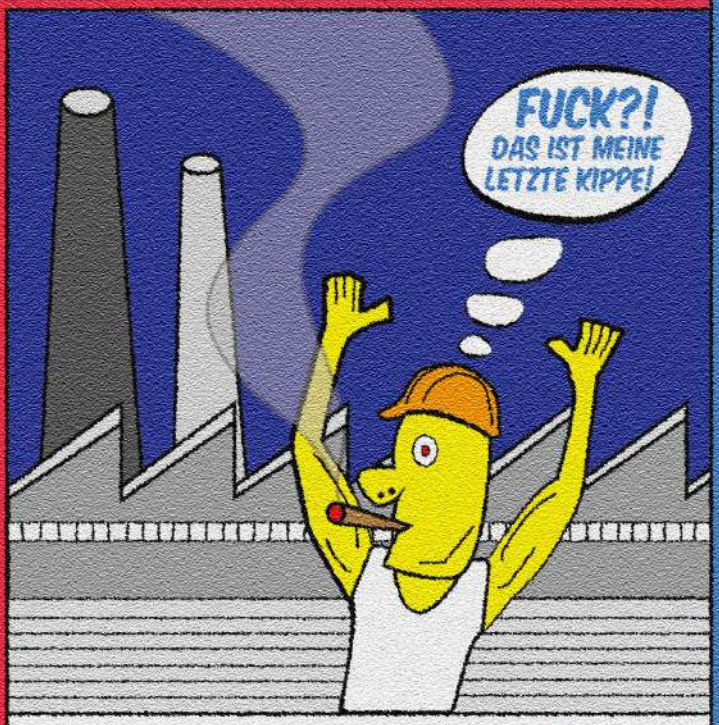
1990

KIOSKKULTUR

WOHER KOMMT DER BEGRIFF SPÄTI?

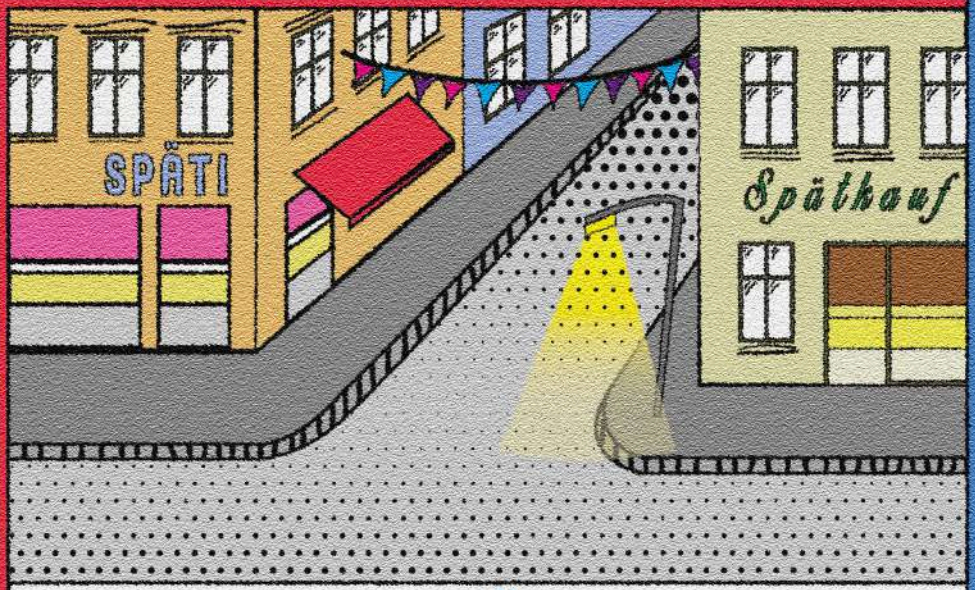


DER BEGRIFF SPÄTI ENTSTAND IN DER BLÜTEZEIT DES SOZIALISMUS, DER DDR.



GEDACHT WAREN DIESE FÜR DIE SCHICHTARBEITER, WELCHE SO BESTIMMTE PRODUKTE IN DER NACHT ERWERBEN KONNTEN.

IN DEN SPÄTVERKAUFSTELLEN GAB ES PRODUKTE WELCHE IN DEN SUPERMÄRKTEN AUSVERKAUFT WAREN.



NACH DEM MAUERFALL ÜBERNAHM AUCH DER WESTEN DEN BEGRIFF SPÄTI. EIN KULTURBEGRIFF WURDE GEBOREN, WELCHER VIELE MENSCHEN SEITHER BEGLEITET.

Abbildung 6: Comic über die Geschichte von Spätis in Berlin, Woher kommt der Begriff „Späti“?

Der Kiosk im geteilten Deutschland

In der DDR wurden Spätverkaufsstellen, auch als „Späti“ abgekürzt, als staatlich gelenkte Einrichtungen geschaffen. Diese hatten oft begrenzte Öffnungszeiten und eine eingeschränkte Produktauswahl. Die staatliche Kontrolle diente dazu, die Versorgung der Bevölkerung zu gewährleisten und den Konsum steuern zu können. Die Spätverkaufsstellen waren Teil der zentralisierten Planwirtschaft der DDR.

Mit dem Mauerfall 1989 und der deutschen Wiedervereinigung änderten sich die wirtschaftlichen Bedingungen drastisch. In den neuen Bundesländern wurde das bestehende Wirtschaftssystem durch ein marktwirtschaftliches ersetzt. Dies führte zu einem rapiden Wandel im Einzelhandel. Viele ehemalige Spätverkaufsstellen in der DDR wurden privatisiert und zu unabhängigen, privat geführten Geschäften umgewandelt.

In den alten Bundesländern gab es bereits zuvor kleine, privat geführte Geschäfte, die als „Spätis“ bekannt waren. Diese zeichneten sich durch flexible Öffnungszeiten, eine breitere Produktpalette und eine unabhängige Geschäftsführung aus. Nach der Wiedervereinigung übernahmen viele ehemalige DDR-Spätverkaufsstellen dieses Konzept und entwickelten sich zu den vielfältigen und beliebten „Spätis“ der heutigen Zeit.

4. Münchens Kultur

Die Vorstellung von Münchner Kultur ist in der breiten Masse und vor allem im Ausland stark vom Oktoberfest geprägt. Zwar findet dieses nur an ein paar Wochen im Jahr statt, doch vereint es viele Stereotypen bayrischer Kultur: Bier, deftiges Essen, Blasmusik, Lederhosen und Dirndl. Natürlich hat München deutlich mehr zu bieten, jedoch mangelt es an kulturellen Veranstaltungen im informellen Stadtraum. Kultur wird hier oft nur von einer bildungsbürgerlichen Schicht in oft hoch subventionierten Museen etc. konsumiert.

Durch kulturelle Angebote in und um den Kiosk könnte hingegen ein vermehrter Kontakt zwischen Kultur und Gesellschaft geschaffen werden.

Auch die Subkultur ist für eine Stadt dieser Größe schwach ausgeprägt. Spontanität, Informalität, Zufälligkeit und eine gewisse Offenheit für anderes fehlen in der Landeshauptstadt. Allerdings war man hier in den 70er Jahren bereits deutlich weiter. Damals war Münchens sehr offene Kulturszene sogar Thema in der New York Times.

Abbildung 7: Foto einer Polizeaktion gegen Hippies am Monopterus

Münchens 70er: Nackt durch den Englischen Garten

München war nicht immer so öde, sauber, spießig, oder wie man es auch bezeichnen mag. In den 70ern als das „deutsche San Francisco“ bezeichnet, wurde München Heimat von Musiker*innen, Künstler*innen und alternativen Lebensstilen.

Sex, Drogen und Olympia: Das beschreibt das München im Zeitalter des Aufbruchs, des Neuerfindens und der sexuellen Revolution. Neben der U-Bahn bekam München in den 70ern vor allem Aufmerksamkeit durch die Olympischen Spiele 1972. So entwickelte es sich schnell zu einer internationalen Bühne des Discosounds und einer kulturellen Brutstätte für Offenheit und Toleranz. Das „Blow Up“, die erste deutsche Großraumdisco, das „Yellow Submarine“, ein Nachtclub im legendären „Schwabylon“ mit 600.000 Liter Aquarium inklusive Haie oder das „Domicile“, Europas wichtigster Jazzclub, abgebrannt wegen einer Kippe, bildeten nur die Spitze der Liste von bekannten Clubs in München. Kein Wunder, dass Weltstars wie Freddy Mercury oder die Rolling Stones München als temporäre Heimat wählten. Die Stadt bot viel Toleranz und die nötige Infrastruktur, wie das legendäre „Musicland Musikstudio“ am Arabellapark. Mit am bekanntesten war wohl die Münchner Hippiebewegung, welche ganze Teile des Englischen Gartens und Schwabing einnahm. Motto war die neu gewonnene sexuelle Selbstbestimmtheit, sodass der Englische Garten mitten in der Stadt zu einer großen FKK-Freiwiese wurde. Aussteiger und Hippies sahen den Monopteros als ihren Wohnsitz.

Es lag ein Gefühl der Freiheit und Inspiration in der Luft, das in wenigen Städten Deutschlands so greifbar schien wie in der bayerischen Landeshauptstadt. Heutzutage ist davon leider wenig übriggeblieben. So gibt es klare Unterschiede zu Städten wie Berlin, Köln oder Hamburg.

Abbildung 8: Comic über Kioskkultur und die Probleme in München

Münchens Nachtleben:

Wenn man heute nachts durch die Straßen Münchens zieht, merkt man schnell: Von den wilden 70ern ist nicht mehr viel übrig. Es ist still, die meisten Straßen leer und wie geleckt, Kioske und Imbisse geschlossen. Eine Stadt, die nachts an den meisten tagsüber belebten Orten wie ausgestorben scheint. Klar, Türkenstraße und Gärtnerplatz sind da durch die erhöhte Bardichte eine Ausnahme. Nachts jedoch sucht man auch dort vergebens nach einer Alternative zur Bar.

Was fehlt? Ein offener Kiosk.

Könnte dieser nicht helfen, wieder Schwung in das Münchner Nachtleben zu bringen? Ein besonderer Ort, an dem unvergessliche Nächte beginnen und enden können.
Unglücklicherweise erschweren Besonderheiten, wie das besonders rigide bayerische Ladenschlussgesetz (dazu später mehr) und eine eher abwehrende Haltung konservativer Kreise die Entfaltung informeller Kultur. So gibt es in der Metropole München nur zwei Kioske, die 23 Stunden geöffnet haben: An der Reichenbachbrücke und der Münchner Freiheit. Auffällig ist, dass in Städten wie Köln und Berlin nicht nur weit über 1000 Kioske existieren, sondern auch ein deutlich höherer Anteil von ihnen 23 Stunden geöffnet haben. Zudem schließen dort Supermärkte eben nicht schon um 20:00. Deshalb ist dort das Angebot an preisgünstigen Artikeln auch nachts leichter verfügbar. Während man in einer Münchner Bar mittlerweile meist an die 5€ für ein Bier zahlt, sind es im Kiosk nur ca. 1,30€ bis 3€. Ähnlich ist es beim Kaffee: durchschnittliche 3,20€ im Café, verglichen mit 1,80€ im Kiosk. Daran ist zu erkennen, dass vor allem einkommensschwache Menschen auf den Kiosk angewiesen sind. Er ist Anziehungspunkt vieler Menschen, welche sich das Ausgehen in Etablissements wie Bars nicht mehr leisten können. So könnten attraktiv platzierte Kioske mit längeren Öffnungszeiten Münchens Nachtleben aufwerten.

KIOSKKULTUR

UND DIE PROBLEME IN MUENCHEN

Abbildung 9 & 10: Grafikdarstellung über den Vergleich von Kiosk und Monument
⟶

5. Warum Kiosk Kultur ist

Kioskkultur: Unsere Definition

Der Begriff „Kioskkultur“ bezieht sich auf die sozialen, kulturellen und wirtschaftlichen Aspekte, die mit Kiosken in urbanen Gebieten verbunden sind. Diese Kultur basiert auf spontanen und zufälligen Interaktionen. Die Vielfalt der angebotenen Produkte und Dienstleistungen spiegelt sich in den sozialen Dynamiken und Nutzungsmöglichkeiten, die sich rund um diese kleinen Geschäfte entwickeln. Die Kioskkultur fördert auch die Ausbildung lokaler Gemeinschaft mit spezifischen Besonderheiten, indem sie einen Beitrag zur sozialen Vernetzung und zur Wahrung einer bestimmten Identität leistet. Zudem kann ein Kiosk persönlichen Ritual einer Einzelperson oder Gruppe sein.

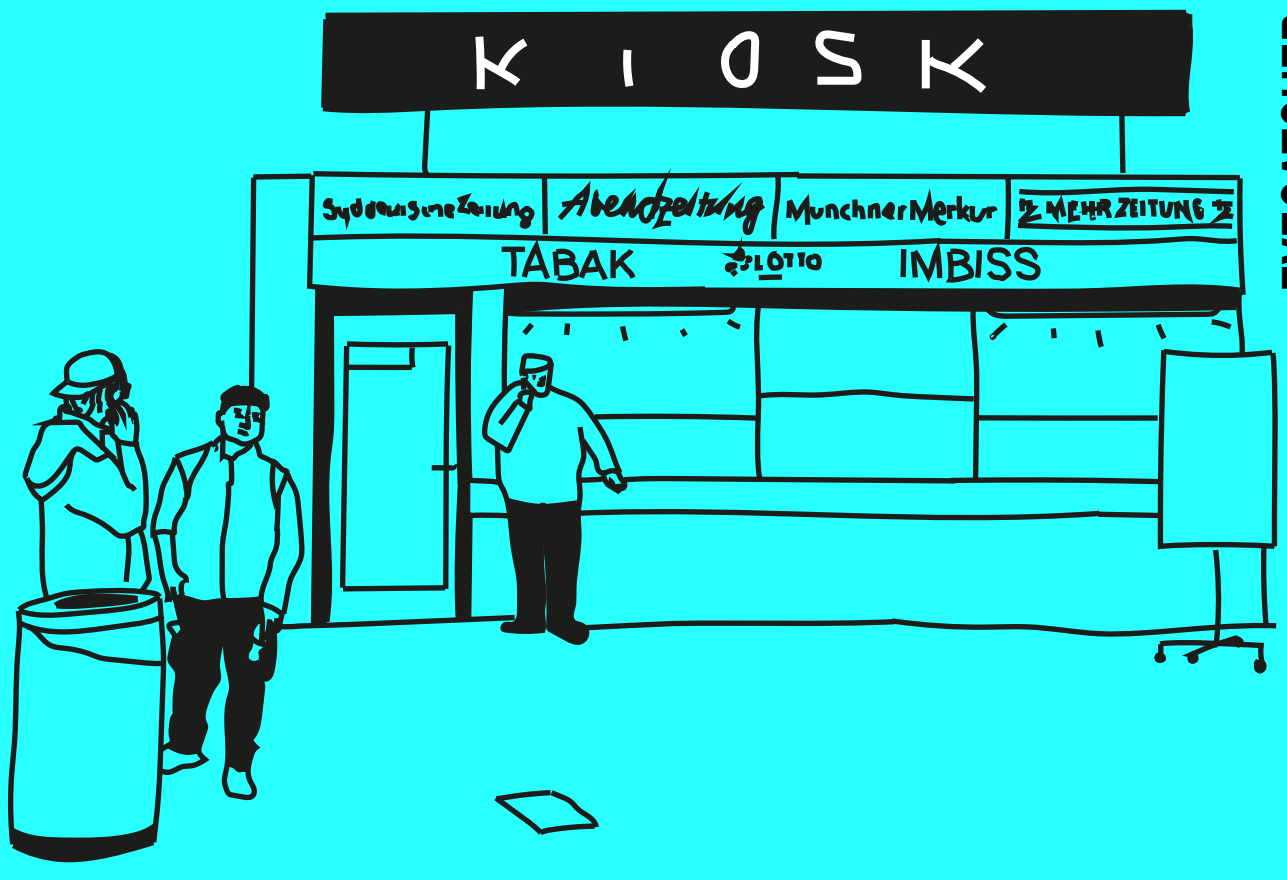
Kioskkultur kann sich auf einen bestimmten Kiosk und seine Umgebung beziehen oder auch die allgemeinen Nutzungseigenschaften dieser Orte definieren. Spezifische Kioskkulturen unterscheiden sich durch Eigenschaften wie Standort, Öffnungszeiten, Produkte und räumliche Gegebenheiten des städtischen Kontexts.

OUR MONUMENTS THAT BECOME PUBLIC KIOSKS

*PLACE WHERE PEOPLE MEET
*PLACE WHERE PEOPLE TALK
*PLACE WHERE PEOPLE PARTY
*PLACE WHERE PEOPLE PLAY
*PLACE WHERE PEOPLE DRINK
*PLACE WHERE PEOPLE EAT
*PLACE WHERE PEOPLE GATHER AT EVERY TIME OF DAY

VOL 1

AND A KIOSK THAT WANTS TO BECOME YOUR MONUMENT



EYECATCHER

COMMON-GROUND

*PLACE WHERE PEOPLE MEET
*PLACE WHERE PEOPLE TALK
*PLACE WHERE PEOPLE PARTY
*PLACE WHERE PEOPLE PLAY
*PLACE WHERE PEOPLE DRINK
*PLACE WHERE PEOPLE EAT
*PLACE WHERE PEOPLE GATHER AT EVERY TIME OF DAY

VOL 2

Abbildung 11:
Illustration zum Konzeptmodell „THIS CAN BECOME YOUR MONUMENT“

Der Kiosk als Monument:

„Inspiriert von Venturis Skizze: Lernen von Las Vegas“

Was macht einen Kiosk zu einem Gewinn für das städtische Leben? Um das herauszufinden, sind wir mit offenen Augen durch die Stadt gegangen. Schnell wurde uns bewusst: Gar nicht so leicht. Deswegen die Entscheidung, erste Aspekte zunächst in einem abstrakten Modell darzustellen. Auch viele Fragen flossen in den Prozess des Modellbaus: „Was bedeutet ein Kiosk für die Bewohner*innen Münchens? Wie wirkt ein Kiosk auf eine Gemeinschaft? Ob und wie nutzen wir selbst den Kiosk?“

„This can become YOUR Monument.”

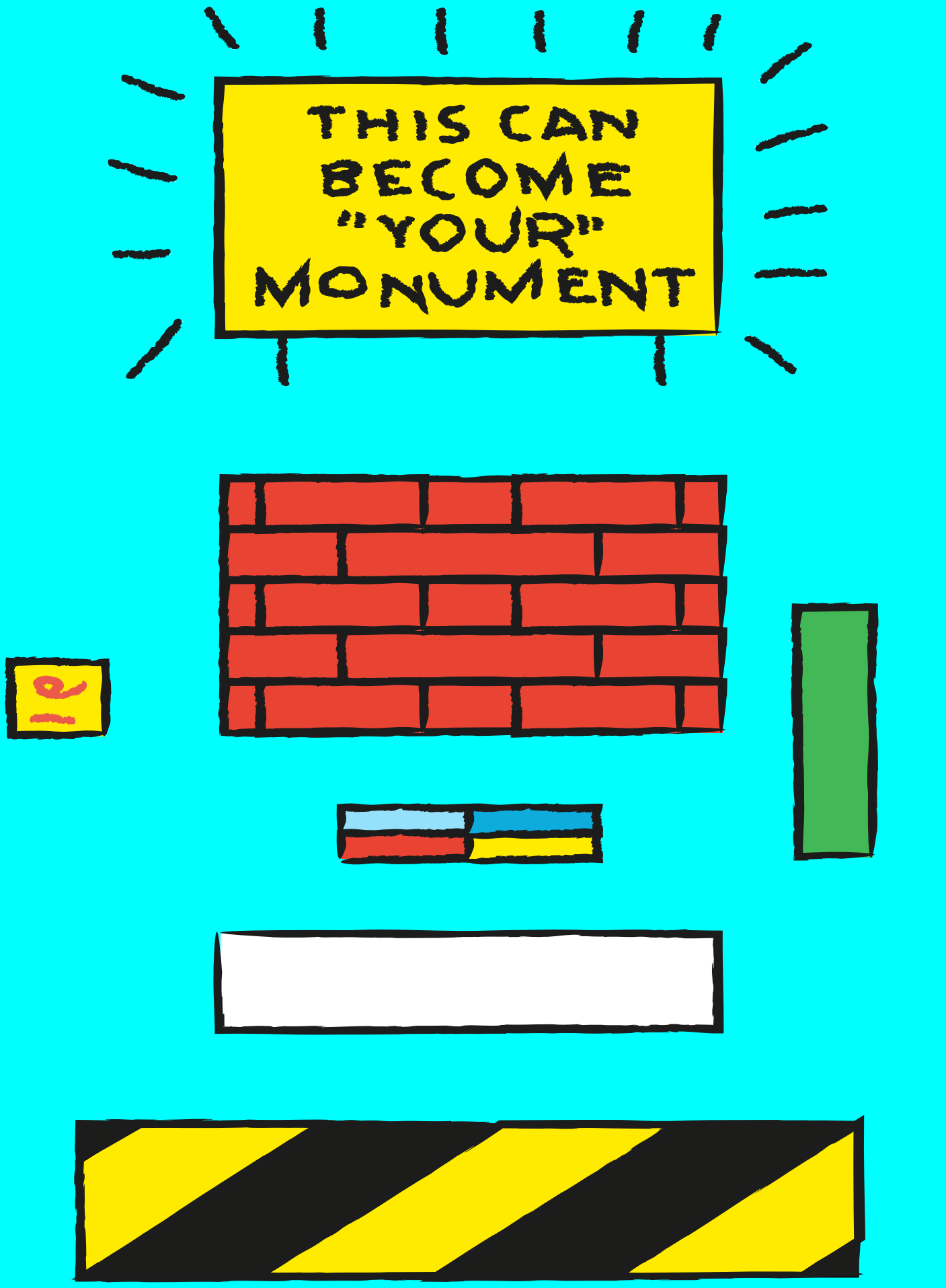
Die These: Ein Kiosk hat Ähnlichkeiten zu einem klassischen Monument im städtischen Raum. Er ist immer zugänglich, multifunktional und für jeden bedeutet er etwas anderes. Egal zu welcher Uhrzeit, sei es als Treffpunkt, Ort der Zusammenkunft, Konsumstätte oder als ein öffentlicher Aufenthaltsort, die Menschen eignen sich diese Räume an. Jeder/e nutzt diese beliebig nach seinen/ihren Vorstellungen. Eine weitere Gemeinsamkeit: Die Sichtbarkeit. Wie bei einem klassischen Monument, welches oft von weitem zu erkennen ist, fällt der Kiosk durch bunte oft leuchtende Reklametafeln aus der Ferne auf. Die allgemeine Zugänglichkeit bewirkt Durchmischung. Egal, ob Bewohner oder Tourist, ob arm oder reich, jung oder alt, ob Mann oder Frau. Diese Orte sind für alle geschaffen, werden unterschiedlich wahrgenommen, aber drängen niemanden ihre Nutzung auf.

Diese Einflüsse bestimmten den Prozess dieses Modellversuchs maßgeblich. Ein Kiosk oder unser persönliches „Kiosk-Monument“, vielleicht ein Ort, von dem man später seinen Kindern erzählt.

„Bei diesem Kiosk an der Ecke haben wir früher immer…?“

Kioske, so unsere Vorstellung, können stark mit persönlichen Erinnerungen verknüpft sein. Sie können viele Personen oft auf eine unscheinbare Art und Weise prägen. Ob man sich seinen morgendlichen Kaffee oder sein Feierabendbier im Kiosk holt. Ob als Treffpunkt oder sozialer Ort, vielleicht nur für einen kleinen Plausch mit dem Kioskbesitzer. Der Kiosk ist Alltag. Das kann den Kiosk zu unserem persönlichen Monument, einem Ort, an dem ein bestimmtes Verlangen gestillt werden kann, machen.

„Benutzt du Kioske und wenn ja, wie?“


THIS CAN
BECOME
"YOUR"
MONUMENT

WIE MACHE ICH MEINEN KIOSK ZU EINEM KULTURORT MEINER NACHBARSCHAFT

GEMEINSCHAFT
Involvieren Sie die örtliche Gemeinschaft in die Gestaltung und Nutzung des Kiosks. Dies könnte durch Kooperationen mit Schulen, Kunstgruppen oder Gemeinorganisationen geschehen.

FLEXIBLE NUTZUNG
Machen Sie den Kiosk multifunktional, damit er für verschiedene kulturelle Aktivitäten genutzt werden kann. Dies könnte die Möglichkeit beinhalten, den Raum für temporäre Ausstellungen, Performances oder Workshops anzupassen

NACHHALTIG
Integrieren Sie nachhaltige Praktiken in den Betrieb des Kiosks. Dies könnte den Einsatz von umweltfreundlicher Materialien, Recycling oder die Förderung von Nachhaltigkeitsinitiativen in der Gemeinschaft umfassen wie Aufräumaktionen.

INFORMATIONSZENTRUM
Verwandeln Sie den Kiosk in ein Informationszentrum für die Nachbarschaft. Bieten Sie Informationen zu lokalen Veranstaltungen und kulturellen Aktivitäten an. Zudem kann ein schwarzes Brett zum Austausch von Dienstleistungen dienen.

LOKALE PRODUKTE
Nutzen Sie den Kiosk um lokale Produkte zu verkaufen. Dies gibt den Besuchern die Möglichkeit, authentische Produkte der Region zu erwerben und stärkt die Autenthizität.

GESTALTUNG
Verleihen Sie dem Kiosk eine künstlerische Note, indem Sie lokale Künstler erlauben, Wandgemälde oder Graffiti zu erstellen. Die Kunstwerke können lokale Geschichten, Traditionen oder kulturelle Elemente repäsentieren.

TAUSCHECKE / BÜCHERECKE
Schaffen Sie eine Tauschecke mit Büchern, Magazinen und Produkten. Somit könnte Die Nachbarschaft sich Ihre eigene, kleine und unverbindliche Bücherei erschaffen.

VERANSTALTUNGEN
Organisieren Sie regelmäßig kulturelle Veranstaltungen, Konzerte, Diskussionsrunden oder Workshops. Dies zieht Menschen an und schafft eine lebendige, kulturelle Atmosphäre.

GASTRONOMIE
Wenn möglich, integrieren Sie lokale kulinarische Elemente in die Angebotspalette des Kiosks. Dies könnte lokale Spezialitäten, Getränke oder Snacks umfassen

DIGITALE PRÄSENZ
Nutzen Sie soziale Medien oder eine Website, um die Aktivitäten des kulturellen Kiosks zu fördern und mit der Community zu interagieren. Dies kann auch dazu beitragen, die Bekanntheit des Ortes zu steigern.

Abbildung 12: Illustration zum Thema „Wie mache ich meinen Kiosk zum Kulturort meiner nachbarschaft?“

Der Kiosk: Ein kultureller Ort

Der Kiosk ist ein sozial durchmischter Ort der Begegnung. Neben den naheliegenden Hauptfunktionen eines Kiosks definiert dieser einen speziellen urbanen Raum in seiner Umgebung. Besonders die Informalität, Zufälligkeit und Spontanität zeichnen diesen Stadtraum aus. Eine weite Verbreitung des Kiosks im Stadtbild und die offene Zugänglichkeit schaffen erhöhte Erreichbarkeit. Diese breite Erreichbarkeit ist eine besondere Qualität, um diese Räume auch für eine kulturelle Kommunikation zu öffnen.

Der Kiosk als informelle Kleinbühne der lokalen Nachbarschaft. Warum? Diese spezielle Nutzung ist in Städten wie Berlin und Köln bereits Alltag. Hier finden Ausstellungen, Konzerte, Diskussions- und Informationsrunden in Kiosken statt. Kein Eintritt, niedriger Aufwand und ein kleiner Rahmen bieten eine Alternative zu offiziellen Veranstaltungen in extra dafür gestellten Räumen wie Museen. Kultur nicht als Luxusgut, sondern als Sprachrohr einer vielfältigen Gesellschaft an einem für alle zugänglichen Ort des Alltags. Kulturelle Aktivitäten ziehen Menschen mit unterschiedlichsten Interessen und Hintergründen an. Zudem könnten lokale Künstler*innen auf der Suche nach Möglichkeiten sein, ihre Werke zu präsentieren. Der Kiosk bietet eine informelle Bühne und gibt allen die Chance, ihre Kunst einer lokalen Öffentlichkeit zu präsentieren.

Wichtig ist: Wenn der Kiosk kulturelle Aufgaben erfüllt, kann somit mehr erreicht werden als nur der vermehrte Verkauf von Waren. Die Schlüsselkomponente bei der Umwandlung eines Kiosks ist sicherzustellen, dass der Ort einen Mehrwert für die Menschen bietet. So wird gleichzeitig der Kundenstamm nachhaltig vergrößert. Die Umwandlung von Kiosken in Orte des kulturellen und sozialen Austauschs erfordert Kreativität, Engagement und die Vernetzung mit lokalen Akteur*innen.

Durch die Umsetzung dieser in der Grafik aufgeführten Verbesserungsvorschläge kann der Kiosk zu einem lebendigen Zentrum für kulturelle Interaktion und lokale Identität werden. Hierbei können soziale und urbane Strukturen aufgebrochen und neu zusammengesetzt werden.

Die folgenden Fotos entstanden bei unseren Interventionen →

6. Interventionen: Kioskkultur auf dem Prüfstand

Was wäre, wenn... ?

Unsere Interventionsreihe versucht verschiedene Aspekte der Kioskkultur experimentell zu untersuchen. Die Leitfrage „Was wäre, wenn…?“ soll die These „Kioskkultur: Die Brechstange aktueller urbaner und sozialer Strukturen“ durch reale Eingriffe in Gesellschaft und Stadtbild prüfen. Gibt es Veränderungen, die wir unternehmen können, um Kioskkultur in München zu implementieren? Wird Kioskkultur von der Bevölkerung angenommen bzw. gewollt? Welche potenziellen Nutzungsgruppen gibt es und was sind ihre Bedürfnisse?

Um diese Fragen beantworten zu können, reicht es nicht, vom Schreibtisch aus Konzepte und Szenarien zu entwickeln. Wir müssen zu den Münchner*innen auf die Straße, wo Kioskkultur stattfinden könnte. Hierzu haben wir ein Kiosk-Mobil gebaut. Dieses bietet uns die Möglichkeit, einen Kiosk an jedem öffentlichen Ort der Stadt zu simulieren. Mit dabei ist, was wir für die jeweilige Intervention brauchen. Meist ein Kasten Bier, aber auch mal nur Kaffee, Tee oder statt des Kiosk-Mobils ein paar leere Kästen zum Sitzen. Die Interventionen sollen möglichst vielseitig sein und zusammen alle wichtigen Aspekte einer diversen Kioskkultur widerspiegeln. Gerade der Diskurs mit den Passanten und deren Reaktion spielen hier die Hauptrolle. Das Ziel ist es, möglichst viele Gesellschaftsgruppen in unser Projekt mit einzubeziehen und auf die unterschiedlichen Nutzungsmöglichkeiten eines Kiosks aufmerksam zu machen.

Kann Kioskkultur die Brechstange aktueller sozialer und urbaner Strukturen sein?

Intervention: Kiosk am Goetheplatz

Die Lindwurmstraße, 2,4 km lang, verbindet Sendling und die Isar-Vorstadt Münchens. Unter ihr die viel genutzte U-Bahnlinie U6. Es ist Freitagabend, kurz vor Halloween. Draußen regnet es stark, aber die vielen jungen Münchner*innen hält das nicht davon ab, sich zu verkleiden, um auf eine der vielen privaten Halloween Partys an diesem Abend zu gehen. Auch wir machen uns auf den Weg. Das Ziel: Ein paar Bier zum Vorglühen am Kiosk und später eine Wohnheim-Party.

Der Treffpunkt soll irgendwo in der Mitte von uns liegen, gut erreichbar sein mit den „Öffis“. Da bietet sich der Goetheplatz an. Die U6 verbindet viele wichtige Orte des Nachtlebens in München. Außerdem gibt es einen Kiosk, der bis 2:00 morgens geöffnet ist. Da es regnet, ist ausgemacht: Wir holen das Bier im Kiosk und setzen uns ins witterungsgeschützte Zwischengeschoss der U-Bahnstation. Im Gepäck: Karten, Musikbox, Schachbrett, Kerzen und ein paar leere Kästen zum Sitzen. Es soll gemütlich werden mitten in der Stadt.

Erlaubt ist das nicht, aber es gibt keine bessere Option bei kühlen Temperaturen und Regen. Die Stadt München bietet keine öffentlichen, überdachte Orte, die für solche inoffiziellen Zusammenkünfte in Frage kommen. Bar oder zuhause? Eine Frage, die in München leider oft keine dritte Option zulässt. Aber was wäre, wenn es auch die Möglichkeit: „Am Kiosk in der Stadt“ geben würde?

Die Gruppe, bestehend aus uns, Kommiliton*innen und privaten Freunden, hat sich langsam eingefunden. Zuerst stehen wir intuitiv seitlich an einer der Treppen, die schon fast im Kiosk endet. Aber wir merken bald, dass wir etwas im Weg sind. So verlegen wir die Sache direkt in die Mitte. Kein Problem, denn das Zwischengeschoss ist groß. Schon etwas komisch. Die Fahrgäste verbringen maximal 20 Sekunden hier. Ein ganzer städtischer Raum geschaffen, nur um ihn zu durchlaufen. Ja, fast schon ein Ort, den man gar nicht wahrnehmen soll. Aber für uns wird dieser Raum auf einmal unsere eigene kostengünstige Bar, unsere WG-Küche, eine Art Wohnzimmer in der Öffentlichkeit.

Die Passant*innen schauen oft erst etwas verdutzt und lächeln dann. Man merkt, wie ungewohnt diese Situation für uns Münchener*innen ist. Einige geben uns einen Daumen nach oben, andere fragen, ob sie ein Foto von uns machen dürfen. Ein Foto von jungen Leuten, die genau das machen, was man an einem Freitagabend von diesen erwartet? Aber diese Schamlosigkeit, mitten in der Öffentlichkeit, scheint die Leute zu irritieren. Immer wieder verweilen Passant*innen sogar für ein paar Minuten, unterhalten sich mit uns über diese ungewohnte Situation. Sie sind interessiert und vergessen für einen Moment, dass sie einfach nur die U-Bahn nehmen wollen. Nach zwei Stunden ist es dann so weit: Sechs Männer in Uniform samt Schlagstock und Pistole kommen die Rolltreppe nach oben. Unsere Runde wird von der U-Bahn Security aufgelöst. Freundlich wird uns mitgeteilt, dass sie volles Verständnis für uns hätten, gerade bei schlechtem Wetter. Leider sei hier der Aufenthalt trotzdem nicht erwünscht. Einer der Passant*innen hatte die Behörden alarmiert. Deswegen geht es für uns nun direkt vor den Kiosk, auf den Bürgersteig. Halb im Regen trinken wir dort noch unser Bier zu Ende. Wir beobachten, wie viele andere junge Leute sich noch mit einer „Weghalben“ am Kiosk ausstatten und den Ort dann schleunigst wieder verlassen.

„Bar oder zuhause?“ Aber was wäre, wenn…?

U
U

U

Bin gleich da

Intervention: Study-Kiosk Luisenstraße

Die unscheinbare „Garage“ in der Luisenstraße war bereits ein besonderer Ort für viele Münchner*innen, als noch die Weinbar „Von & Zu“ ihre Kund*innen mit außergewöhnlicher Atmosphäre und gutem Wein anlockte. Leider schloss diese zum Jahresende 2020. Direkt umgeben vom Stammgelände der TUM, der Hochschule für Musik und Theater sowie der Geografie Fakultät der LMU, birgt dieser Ort nun großes ungenutztes Potenzial.

Die Idee: Ein „Study-Kiosk“

Als Student*in kennt man das: Zwei Vorlesungsblöcke nachmittags a 1,5 Stunden. Danach muss erstmal mit Kommiliton*innen kurz gequatscht werden, bevor es heim oder zurück in die jeweiligen Arbeitsräume geht. Hierbei bildet sich eine Menschentraube in Gängen und Foyers der Uni, die nicht so recht weiß: „Wohin…?“

In unmittelbarer Nähe der Universitäten der Maxvorstadt gibt es kaum in Frage kommende Orte für diesen kurzen, informellen, aber besonders wichtigen sozialen Austausch. Stehcafé zu klein und auf Dauer zu kostspielig, Nachhölzer Forum ohne Bier und nur für TUM-Student*innen zugänglich, etc.

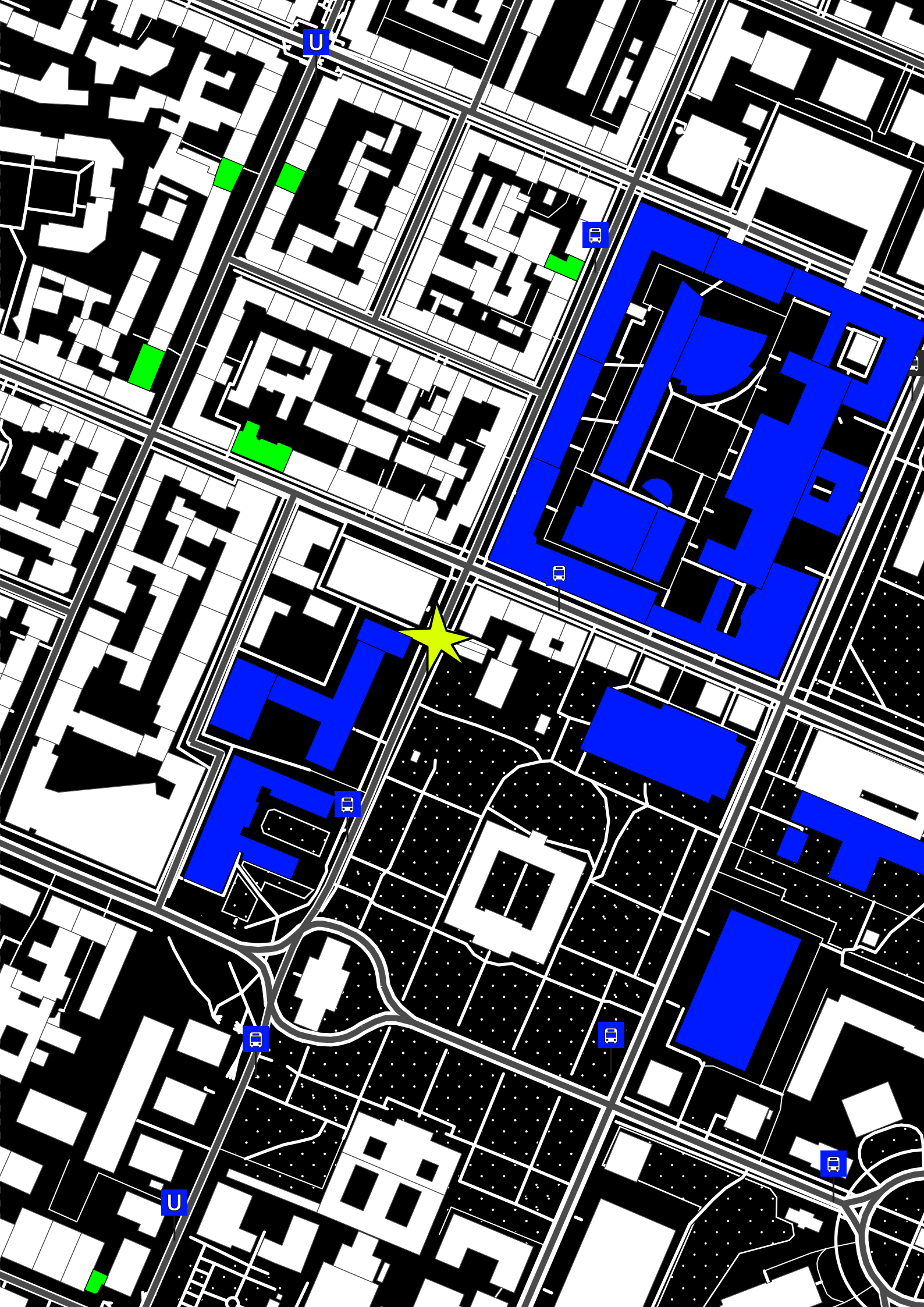
Was wäre, wenn diese ungenutzte Garage für kleines Geld Getränke, Snacks, Tabak vielleicht sogar Notfall-Studiumszubehör anbietet? Ein „Study-Kiosk“, genau in der Mitte verschiedener Unis, direkt angrenzend an den Park zwischen Mensa und Königsplatz? Um diese Frage zu prüfen, fuhren wir samt Kiosk-Mobil, zwei Kästen Bier und Musikbox bei Temperaturen um den Gefrierpunkt Mittwoch nachmittags direkt vor die Garage und warteten ab…

Unsere ersten „Kunden“: Zwei rumänische Herren mittleren Alters, schon etwas angetrunken, aber in bester Laune. Es hat keine fünf Minuten gedauert, aber die Aussicht auf Bier lockte schnell verschiedene Leute an. Das gehört zur Kioskkultur dazu. Durchmischung war das Ziel.

Jetzt tausche ich mit Fremden eines unserer Biere gegen einen Klopfer Kräuterschnaps. Die Kommunikation läuft über gebrochenes Deutsch, viel gestikulieren und einem Einfachen: „Prost“. Echte Kioskkultur eben. Nach und nach trauen sich dann auch Studierende an unseren Kiosk heran. Zunächst liegt erstmal Verwunderung in der Luft: „Wie Freibier? Dürft ihr das? Ist das wirklich ein Uniprojekt?“ Trotzdem stellen sich Fremde zu uns, trinken ihr Bier und wir fangen an, sich mit s zu unterhalten. Ein paar der Geografie Student*innen geben uns den Tipp, dass es bei ihnen am Eingang jeden Tag warmen Glühwein von der Fakultät gäbe. Quasi ihr eigener „Study-Kiosk“. So halte ich auf einmal neben meinem Bier auch einen Becher warmen Glühwein in der Hand, eine willkommene Abwechslung. Die Musik- und Theaterstudent*innen kamen bereits als kleine Gruppe vorbei und bleiben deswegen erstmal unter sich. Der neue inoffizielle Raum füllt sich nun natürlich, zufällig und ohne äußere Zwänge. Als dann auch ein paar der Architekturkommiliton*innen auftauchen, sind wir zu einer beachtlichen Gruppe verschiedenster Menschen gewachsen. Dies lockert weiter die Stimmung und gibt unseren „Kund*innen“ langsam ein Gefühl der Legitimation dieser zufälligen Gegebenheit: Eine Konstellation aus Fremden und Bekannten auf einem Bürgersteig in München. Kein Anlass, nichts Offizielles. Es wird gestanden, umhergegangen, getrunken, sich unterhalten…, aber ohne die 1,5 m2 Kiosk: undenkbar.

So entwickelte sich unsere Intervention noch für ein paar Stunden: Leute gingen, andere kamen, Gruppenfotos hier, Fragen da, gute Gespräche und viel Gelächter. Als wir unseren Kiosk schließen mussten, verflogen Wärme, Stimmen und Gemeinschaftlichkeit von diesem Ort. Zurück bleiben nur der Bürgersteig und ein kaltes Garagentor mit unendlich verpassten Geschichten und der Frage:

„Was wäre, wenn...?“



PHENIX

6 dicembre 2023 • 17:11:19

Intervention: Nachbarschaftskiosk am Fuchsbau

Der Fuchsbau ist ein ikonisches Wohngebäude der 70er im Stil des Brutalismus. Er entstand in der Entwicklung zu mehr verdichteten Wohnformen in Großstädten. Wir wählten diesen Standort für unsere Intervention „Nachbarschafts-Kiosk“, da er bereits eine gewisse Identität mit seiner Nachbarschaft verbindet.

Diese Intervention soll prüfen, ob ein Kiosk eine besondere Rolle für die Nachbarschaft einnehmen kann. Zudem soll herausgefunden werden, welche verschiedenen Nutzergruppen es gibt bzw. was deren Erwartungen an einen Kiosk sind. Hierfür fuhren wir unser Kiosk-Mobil an einem Samstagmittag bei Minusgraden auf den Hof des Fuchsbaus, direkt gegenüber vom Supermarkt. Zunächst bauten wir unsere Installation auf. Ein Absperrband, um einen Dialograum zu schaffen, eine Kiosk-Flagge, um die Aufmerksamkeit der Anwohner zu gewinnen. Auf den Kiosk kamen dann noch Kamillentee, Pralinen und Zeitungen. Diesmal braucht es auch keinen Alkohol, da Kioskkultur mehr kann als nur Freizeitnutzung.

Das soll heute getestet werden: Kann der Kiosk Informationszentrum, Anlaufstelle, Begegnungs- und Identifikationsort einer Nachbarschaft sein? Was wäre, wenn in einer der ungenutzten Gewerbemöglichkeiten direkt am Hof des Fuchsbaus ein Kiosk mit richtigem Konzept für die Anwohner eröffnen würde?

Unsere erste Unterhaltung, ein Vater und seine Tochter aus der unmittelbaren Umgebung. Sie sind gerade mit dem Einkaufen fertig geworden, da sieht die Grundschülerin unseren Kiosk und fragt: „Papa, was machen die da?“ Der Vater zuckt mit den Schultern und kommt auf uns zu. Beide nehmen dankend einen Becher Kamillentee an und wir kommen ins Gespräch. Es stellt sich heraus, dass er Architekt ist und den Kiosk bisher nicht als besonderen Ort der Stadt wahrnahm. Er stimmt zu: In München muss sich etwas ändern und er kann sich vorstellen, dass der Kiosk ein Mehrwert für die Gesellschaft sein kann. Gerade der Punkt der sozialen Durchmischung und des Austauschs von Informationen und Dienstleistungen innerhalb einer Nachbarschaft interessiert den Mann. Währenddessen entdeckt das Mädchen unsere Comics und liest diese laut vor. Das Thema ist auch für die jüngsten Bewohner interessant, und zusammen erklären wir kindgerecht die Ziele des Projekts. Leider werden wir vom Hausmeister unterbrochen: „Was macht ihr hier? Mich haben schon mehrere Anwohner angerufen und gefragt, gegen was hier demonstriert wird.“ Wir werden vom Privatgrundstück vertrieben und gehen 15 m weiter auf den öffentlichen Bürgersteig - kein Problem. Die nächsten Gespräche finden mit einer Frau und einem Mann mittleren Alters statt. Der Mann, welcher vor Jahren nach München zog, hat nur kurz Zeit. Ihm gehen die praktischen Vorteile eines Kiosks in unmittelbarer Nähe, wie er es von seinen früheren Wohnorten kannte, ab. Die Frau bleibt länger und sieht vor allem eine Chance: „Der Stadtraum gehört uns allen, aber so richtig benutzen darf man ihn nicht.“ Sie wirkt frustriert von der Politik und glaubt auch nicht an eine Belebung der Stadt durch eine Kioskkultur. Zuletzt hält ein Rentner bei uns. Er ist Fan des freien Marktes und behauptet, in den USA gäbe es keines dieser Probleme. Ihm gefällt der Ansatz, sich von politischen Maßnahmen abzuwenden, jedoch geht er nicht wirklich auf die Kiosk-Thematik ein. So diskutieren wir über sämtliche andere Themen. Nicht schlimm, es zeigt: Ein Kiosk ist ein Ort, an dem Rentner und Student*innen ins Gespräch kommen. Nach insgesamt drei Stunden packen wir unsere Sachen und ziehen weiter.

Was wäre, wenn dieser soziale Austausch einen Ort bekommt? Nachbarn, die sich unterhalten beim Holen der morgendlichen Zeitung oder Kaffees auf dem Hof ihrer Wohnsiedlung.

REWE
OUR MONUMENTS THAT
BECOME PUBLIC KIOSKS

Tele·Pizza
KIOSKKULTUR
WIE MACHE ICH MEINEN KIOSK ZUM KULTURORT MEINER NACHBARSCHAFT

Intervention: Night-Life-Kiosk am Lehnbachplatz

Der Lenbachplatz, nahe Stachus, ist geprägt durch seine hohe Dichte an Diskotheken. So sind hier vier der wichtigsten Ausgehmöglichkeiten direkt nebeneinander: Die Rote Sonne, 089 Bar, das Pacha und das Sweet. Aufgrund dieser Gegebenheiten prüfen wir hier, welche neuen Möglichkeiten ein Kiosk an diesem Ort für das Nachtleben in München eröffnen könnte.

Die Frage diesmal: Was wäre, wenn in einem Viertel des nächtlichen Lebens ein Kiosk geöffnet hätte, der die Gelüste des Partyvolks vor oder nach dem Clubbesuch befriedigt?

Es ist Samstagnacht nach 22 Uhr, draußen hat es inzwischen -10 Grad. Wir stellen unser Kiosk-Mobil direkt auf den Gehsteig gegenüber den Diskotheken. Mit dabei: Bier, Tee, Musikbox und die restlichen Pralinen. Leider war das Mitbringen einer vorgekochten Suppe nicht möglich. Denn es soll nicht immer ausschließlich um Alkohol gehen. So kann eine warme Suppe oder Tee vor bzw. nach dem Besuch im Club, gerade bei solchen Temperaturen, das Gemüt heben. Ja, denn München bietet nicht nur zu wenige Möglichkeiten, nachts noch Bier zu erwerben, sondern auch fast alle Imbisse sind spät in der Nacht bereits geschlossen. Viele Münchner*innen kennen die Situation: Eine/-r schaut auf der MVG-App nach dem schnellsten Heimweg, eine zweite Person ist auf Google Maps, um nach einem geöffneten Imbiss zu suchen. Beides oft mit ernüchternden Ergebnissen. Da wäre selbst eine Tiefkühlpizza aus dem Kiosk eine kulinarische Offenbarung.

Zunächst überqueren ein paar der Türsteher die Straße. Wir werden direkt gefragt, ob wir Glühwein hätten. Da dem leider nicht so ist, reden wir kurz über unsere Aktion. Anschließend gehen diese wieder ihrer Beschäftigung nach. Ein Problem haben sie mit unserem Kiosk nicht, im Gegenteil, auch sie haben ja Bedürfnisse, die im Moment nicht befriedigt werden können. Die erste Partygruppe erkundigt sich, ob wir Zigaretten verkaufen, da der Automat in der 089 Bar anscheinend preislich widerspiegelt, dass keine Konkurrenz vorhanden ist. Trotz fehlender Zigaretten bleiben sie eine Weile, da in den Clubs noch sehr wenig los ist. Denn einmal im Club muss man erstmal bleiben. Unser Kiosk bietet da mehr Freiheiten. Die Gruppe ist sich sowieso noch nicht einig, welcher der Clubs es denn werden soll. Es kommt ein älterer Mann dazu, der auf der Suche nach einem Bier ist. Er hatte uns schon von weitem gesehen. Der Mann gibt zu, dass er sich das Bier in einer Bar bzw. im Club nicht leisten kann. Er ist Rentner, hat sein Leben lang in München gewohnt und gearbeitet. Doch am sozialen Nachtleben, so der Mann, kann er schon seit Längerem nicht mehr teilnehmen. Er ist uns sehr dankbar und erzählt uns von seiner Einsamkeit. Dann verschwindet er mit einem zaghaften Lächeln im Dunklen. Immer wieder schauen einige Gruppen kurz vorbei, tanzen etwas zum Techno aus den Boxen und ziehen dann weiter. Diesmal steht der Spaß im Vordergrund und wir erzählen immer nur kurz von unserem Projekt. Schließlich stoppen Jugendliche aus Bayreuth am Kiosk. Sie sind für das Wochenende nach München gefahren, um etwas Großstadtluft zu schnuppern. Eigentlich wollten sie in einen der Clubs gehen, doch bleiben sie bis zum Ende am Kiosk. Denn der Clubbesuch war nur ein Plan wegen der mangelnden Alternativen. Wir machen etwas Party und unterhalten uns. Ihnen gefällt die Aktion sehr und schon unterschreiben wir auf der Rückseite eines unserer Poster für sie als Andenken. Nach einem abschließenden Gruppenfoto erkundigen sie sich bei uns, ob es noch etwas Ähnliches in der Stadt gäbe. Wir müssen sie leider enttäuschen. Der Clubbesuch ist trotzdem keine Option mehr für die Jungs.

So machen sie sich auf den Weg in die Innenstadt mit der Frage: Was wäre, wenn es mehr solcher Orte auf den Straßen Münchens gäbe?

gebraut in Rosenheim
am Inn
Hell

FREENOW
M KK 481

7. Ein Anfang und kein Ende

Im letzten Teil des Projekts sprechen wir direkt zu den drei Akteur*innen, die Veränderungen in der Nutzung der Kioske in München hervorrufen können: Die Kioskbesitzer*innen, die Stadtverwaltung und auch alle Münchner*innen.

Unser Semesterprojekt analysiert Vergangenheit und Gegenwart. Die daraus entstandenen Thesen wurden durch experimentelle Interventionen in den Straßen Münchens geprüft und hinterfragt. Jetzt fordern wir dazu auf, die Ergebnisse persönlich zu bewerten.

Kann Kioskkultur München positiv verändern?

Wollen wir mehr informelle Orte beleben?

Ist ein vermehrt auf den Straßen stattfindendes Nachtleben etwas Positives?

Bin ich an den erweiterbaren Nutzungsmöglichkeiten eines Kiosks interessiert?

Wenn Sie diese Fragen mit ja beantworten können, dann ist jetzt Zeit, die im Projekt genannten Veränderungen vorzunehmen. Denn nur so kann sich eine neue Kultur rund um den Kiosk etablieren und akuten Problemen entgegengewirkt werden. Hier der Leitfaden, welche Interessensgruppen nun welche Aufgaben tragen.

Unsere Arbeit endet, wo euere beginnt…

Abbildung 13: Comic „Wie ich mein Kiosk zum Kulturort machen kann“

Liebe Kioskbesitzerinnen und Kioskbesitzer,

Warum sollte ich meinen Kiosk zum Begegnungs- und Kulturort meiner Nachbarschaft machen?

Indem du deinen Kiosk zu einem Begegnungs- und Kulturort deiner Nachbarschaft machst, trägst du maßgeblich zur Bereicherung des lokalen Gemeinschaftslebens bei. Ein Kiosk kann weit mehr sein als nur ein Verkaufsort für Waren. Er kann zu einem Treffpunkt für Menschen unterschiedlicher Hintergründe und Interessen werden. Hier sind einige Gründe, warum die Umwandlung deines Kiosks sinnvoll ist:

Ein Kultur- und Begegnungsort kann dazu beitragen, die Identität deiner Nachbarschaft zu stärken. Auch kleine Veränderungen können deinen Kiosk aus der Menge herausstechen lassen. Das hat positive wirtschaftliche Auswirkungen. Durch gesteigerte Aufmerksamkeit aufgrund von Veranstaltungen und der Förderung einer lokalen Identität, verbunden mit deinem Kiosk, lassen sich Verkäufe steigern. Wie das geht?

Durch neue Aufenthaltsqualitäten am Kiosk und die Organisation von kulturellen Veranstaltungen wie Lesungen, Konzerten oder Kunstausstellungen schaffst du eine Plattform, durch die Menschen zusammenkommen können. Dies fördert den sozialen Austausch und stärkt die Bindungen innerhalb der Gemeinschaft. Dies kann weiter unterstützt werden, wenn der Kiosk als Lokalinformationsmedium fungiert, zum Beispiel durch ein „schwarzes Brett“. Kulturelle Aktivitäten ziehen Menschen mit unterschiedlichsten Hintergründen an. Zudem können talentierte Künstler*innen aus deiner Nachbarschaft auf der Suche nach Möglichkeiten sein, ihre Werke zu präsentieren. Dein Kiosk kann eine Bühne für diese bieten und ihnen die Chance geben, ihre Botschaft einer lokalen Öffentlichkeit zu präsentieren. Somit entsteht eine starke Bindung zwischen Mensch und Kiosk, was mehr Kund*innen bedeutet. So entstehen gewisse alltägliche Rituale und Traditionen, wie der Kiosk als Treffpunkt einer Freundesgruppe etc., die eine Nutzungsveränderung hervorrufen.

Wichtig ist: Wenn dein Kiosk kulturelle und soziale Aufgaben erfüllt, kannst du somit weit mehr erreichen als nur den vermehrten Verkauf von Waren. Du wirst zu einem aktiven Gestalter des sozialen Lebens in deiner Nachbarschaft und trägst dazu bei, eine lebendige und inspirierende Umgebung zu schaffen.

Wenn auch nur im kleinen Stil, jede Besserung zählt!

KIOSKKULTUR

WIE ICH MEIN KIOSK ZUM KULTURORT MACHEN KANN

RECHTLICHE HINDERNISSE: UNKLARHEIT! GEGEN! KIOSKKULTUR

SITZMÖGLICHKEITEN

Wenn Sie Sitzmöglichkeiten für Ihre Kunden bereitstellen möchten, müssen diese in der Regel stabil und sicher sein. Außerdem müssen sie so angeordnet sein, dass der Fußgängerverkehr nicht behindert wird. Die genauen Anforderungen können je nach örtlicher Verordnung variieren.

LÄRM UND RUHESTÖRUNG

Sie sollten sicherstellen, dass Ihr Geschäftsbetrieb keine übermäßige Lärmbelästigung für Anwohner und Passanten verursacht. Es gibt örtliche Vorschriften, die die Betriebszeiten und Lärmpegel regeln können.

SONDERNUTZUNGSERLAUBNIS

Wenn Sie als Kioskbesitzer den Gehsteig oder öffentliche Flächen für den Betrieb Ihres Geschäfts nutzen möchten, benötigen Sie eine Sondernutzungserlaubnis von der örtlichen Stadtverwaltung oder dem Ordnungsamt. Diese Erlaubnis regelt, welche Flächen Sie nutzen dürfen.

BARRIEREFREIHEIT UND INKLUSION

Es ist wichtig sicherzustellen, dass der Zugang zu Ihrem Kiosk und den bereitgestellten Sitzmöglichkeiten barrierefrei ist, um Menschen mit Behinderungen den ungehinderten Zugang zu ermöglichen.

MINDESTBREITE GEHWEG

Die Sondernutzungserlaubnis wird normalerweise unter Berücksichtigung der Mindestbreite des Gehsteigs erteilt. Der Gehweg muss für Fußgänger ausreichend breit bleiben, um sicher passieren zu können.

PFLEGE UND INSTANDHALTUNG

Als Kioskbesitzer sind Sie oft verpflichtet, die Flächen, die Sie nutzen, regelmäßig zu reinigen und in einem gepflegten Zustand zu halten. Dies kann auch Teil Ihrer Auflagen in der Sondernutzungserlaubnis sein.

Abbildung 14: Grafikdarstellung „Rechtliche Hindernisse: Unser Staat !GEGEN! Kioskkultur

Liebe Politikerinnen und Politiker,

Wir prangern die deutliche Überregulierung von Kleinverkaufsstellen an. Zudem wollen wir einen Teil dazu beitragen, Münchens Gesellschaft endlich sozialer zu gestalten.

Die Nutzung von Kiosken ist durch eine Vielzahl von Gesetzen eingeschränkt. Außerdem variieren Einschränkungen erheblich je nach Standort. Die unübersichtliche Natur dieser gesetzlichen Regelungen trägt zu einer beträchtlichen Herausforderung für Kioskbetreiber*innen bei.

Die Bandbreite der Gesetze, die Kioske betreffen, reicht von gewerberechtlichen Vorschriften über Bau- und Brandschutzauflagen bis hin zu arbeitsrechtlichen Bestimmungen. Jeder Standort kann spezifische Anforderungen und Genehmigungsverfahren haben, was es den Betreiber*innen erschwert, eine einheitliche Betriebsstruktur zu entwickeln. Generell ist fraglich, ob ein Kiosk bis zu einer bestimmten Größe bzw. Umsatz eine so starke Regulierung benötigt. Klar, Hygienevorschriften, Barrierefreiheit, WC-Pflicht bei Konsummöglichkeiten vor Ort sind generell sehr wichtig. Jedoch ist ein Kiosk kein Restaurant, und Umbauten für neue Nutzungsmöglichkeiten somit unrealistisch. Muss ein Kiosk, der Flaschenbier verkauft, so sauber sein wie eine Bar? Wir würden uns wünschen, dass Konsumenten*innen hier selbst entscheiden könnten, ob sie für billigere Preise an einem Kiosk nicht auf einen gewissen Luxus verzichten wollen. Eine schwer zu erlangende Sondernutzungserlaubnis ist dabei die einzige Möglichkeit für ein/-e Betreiber*in, den Kiosk durch zum Beispiel Sitzmöglichkeiten aufzuwerten. Zudem müssen Kioske, wenn sie als Einzelhandelsbetrieb deklariert sind, sich wie Supermärkte an das Ladeschlussgesetz halten und um 20:00 schließen. Gerade diese Erschwernisse blockieren die Entfaltung einer Kioskkultur, welche den Stadtraum aufwerten würde. Inzwischen gibt es zwar Bemühungen, durch Kioske dezentral gelegene öffentliche Flächen zu beleben, wie im Antrag der Grünen vom 03.08.23 im Münchner Stadtrat. Jedoch ignoriert die Politik meist Forderungen nach Gesetzesänderungen in der Kioskbranche. Eine Harmonisierung der gesetzlichen Bestimmungen auf regionaler oder nationaler Ebene könnte zudem dazu beitragen, die Unübersichtlichkeit zu verringern und eine einheitliche und transparentere Betriebsumgebung für Kioske zu schaffen.

Abbildung 15: Grafikdarstellung „WIR brauchen DICH“

Liebe Münchnerinnen und Münchner,

Kioskkultur kann euer Leben verbessern. Doch jede Veränderung in der Nutzung der Münchner Kiosks hängt auch stark vom Verhalten der Konsument*innen ab. Deshalb ist es wichtig, dass wir die bereits bestehenden Kiosks der Stadt anfangen, stärker wahrzunehmen. Wir selbst haben durch dieses Projekt gemerkt: Der Kiosk ist bereits allgegenwärtig. Klar, die Öffnungszeiten, Nutzungsmöglichkeiten und räumlichen Qualitäten Münchner Kioske sind ausbaufähig. Jedoch reicht es nicht, auf Veränderungen von außen zu warten, bis man sie in den persönlichen Alltag integriert. Zudem wird so das wirtschaftliche Interesse geweckt. Kioske werden längere Öffnungszeiten anbieten und ihre Nutzungsmöglichkeiten den Bedürfnissen der Bürger*innen anpassen.

Kioskkultur ist auch eine persönliche Entscheidung.

Weder Staat noch Betreiber*innen halten euch davon ab, sich an einem Kiosk zu treffen und euch die öffentlichen Stadträume anzueignen. Fragt, ob ihr einen Zettel mit regelmäßigen Mitfahrgelegenheiten oder Dienstleistungen am Kühlschrank befestigen dürft. Packt euer Instrument oder Campingstuhl auf dem Platz vor dem Kiosk aus. Statt sich nach 20:00 Getränke, Essen oder Snacks vor die Haustür liefern zu lassen, einfach mal zum nächsten Kiosk gehen. Die Frage: „Bar, Café, oder eben Stadt“, bewirtet durch das nächste Kiosk, kann neue Abwechslung und Vorteile für vor allem junge Münchner*innen bedeuten. Kleiner Profitipp: Keine Lust auf dumm Rumhocken beim nächsten Tinder-Date? Schnappt euch ein Bier am Kiosk und erkundet einen neuen Teil der Stadt zusammen. (Wir garantieren eine Erfolgssteigerung bis +42,0%). Die Möglichkeiten sind unendlich, da die Nutzung informell stattfindet. Flunky Ball in der Bar ist undenkbar, aber der Stadtraum kann neue Freiheiten bieten. Einfach mit offenen Augen Räume neu durchdenken. Eurer Kreativität sind hier keine Grenzen gesetzt.

Du brauchst Kioskkultur? Kioskkultur braucht dich! Lasst uns unsere Stadt aufwerten, Leute zusammenbringen, um unsere Gemeinschaft zu stärken und München auf neue Weise zu nutzen.

WIR brauchen DICH

**IN DEN STRAßEN, IN DER STADT,
DAS KIOSK MACHT DIE SPALTUNG PLATT!**

8. Inhaltsverzeichnis

State of Emergency:
https://www.wiwo.de/finanzen/vorsorge/studie-zum-wohlstand-wo-die-reichsten-und-aermsten-staedte-deutschlands-liegen/24245424.html
https://stadtundgruen.de/artikel/kiosk-objekt-der-begegnung-im-staedtischen-raum-9623

Geschichtlicher Hintergrund:
https://kiosk-kassel.webflow.io/kioskkultur/kioskkultur

Münchens Kultur:
https://www.tz.de/muenchen/stadt/70er-jahre-muenchen-tz-schaut-zurueck-6314223.html
https://silo.tips/queue/kioske-in-deutschland-eine-bestandsaufnahme-5?&queue_id=-1&v=1705675755&u=MjAwMTo0Y2EwOjA6ZjIzMjphMDg0OmFjODk6OTkxZDpjMzBk

Ein Anfang und kein Ende
https://stadt.muenchen.de/service/info/gaststaettenerlaubnis-beantragen/1063662/
https://ru.muenchen.de/pdf/2023/ru-2023-08-04.pdf
https://www.sueddeutsche.de/muenchen/schwanthalerhoehe-eine-frage-der-verordnung-1.4816710
https://www.lekkerland.de/magazin/kiosk-eroeffnen/kiosk-genehmigung/

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Grafikdarstellung der verschiedenen Lösungsansätze, eigene Darstellung

Abbildung 2: Foto einer Seltersbude auf dem Firmengelände zu Beginn der Industrialisierung (https://kiosk-kassel.webflow.io/kioskkultur/kioskkultur)

Abbildung 3: Foto eines Pressestandes um die Jahrhundertwende (https://kiosk-kassel.webflow.io/kioskkultur/kioskkultur)

Abbildung 4: Foto einer Trinkhalle zu Beginn des Wirtschaftswunders (https://kiosk-kassel.webflow.io/kioskkultur/kioskkultur)

Abbildung 5: Foto einer Trinkhalle zur Zeit der Wiedervereinigung. Entwicklung zu dem heutigen Kiosk-Stil (https://www.wochenblatt-reporter.de/wochenblatt-ludwigshafen/c-lokales/eine-gemischte-tuete_a186715)

Abbildung 6: Comic über die Geschichte von Spätis in Berlin, Woher kommt der Begriff „Späti“?, eigene Darstellung

Abbildung 7: Foto einer Polizeiaktion gegen Hippies am Monopterus (https://www.facebook.com/ZeitreisenMuenchen/photos/hippie-treff-monopteros-einmal-in-der-woche-radelte-ein-briefträger-zum-monopter/1098352846996668/)

Abbildung 8: Comic über Kioskkultur und die Probleme in München, eigene Darstellung

Abbildung 9 & 10: Grafikdarstellung über den Vergleich von Kiosk und Monument, eigene Darstellung

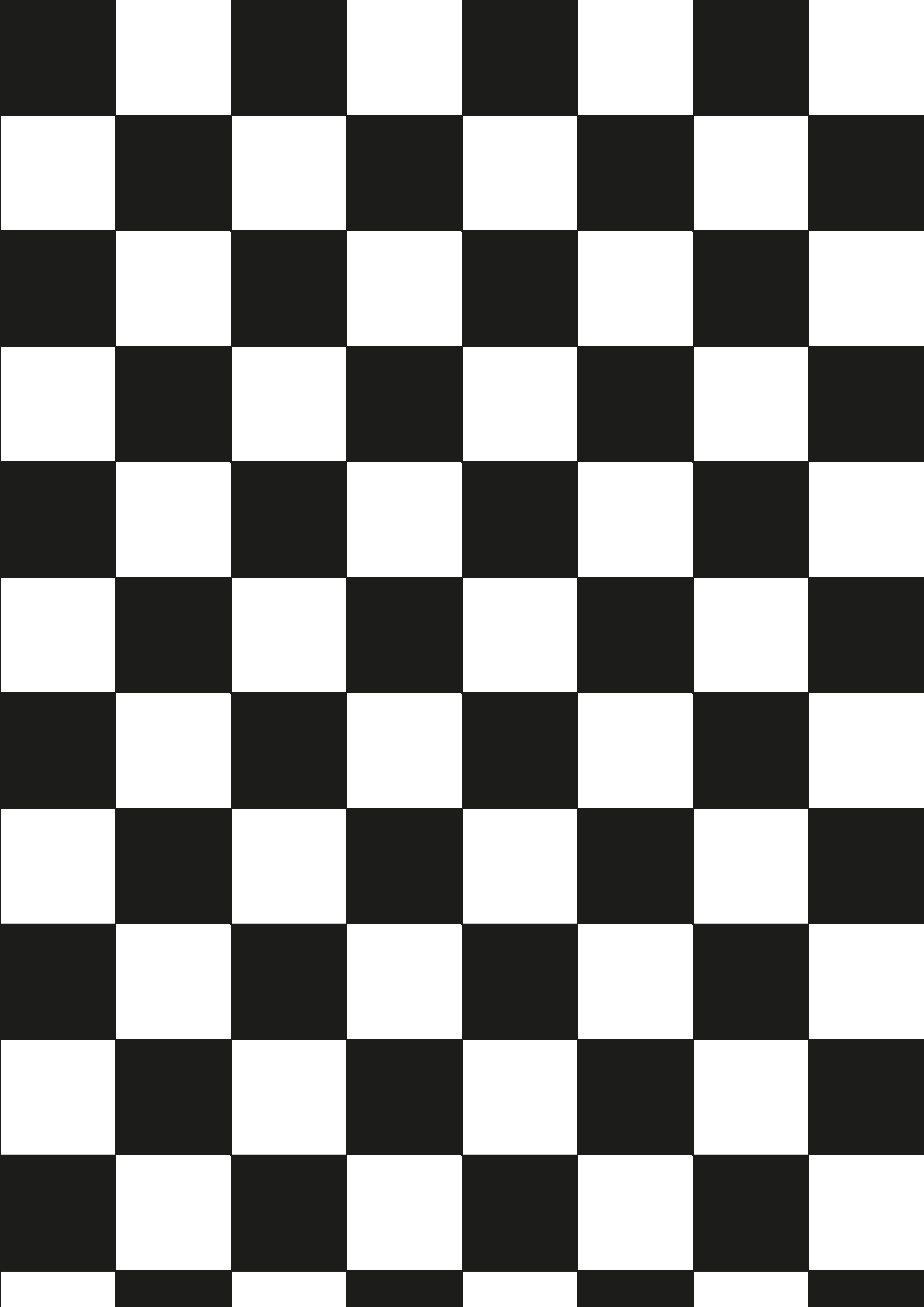
Abbildung 11: Illustration zum Konzeptmodell „THIS CAN BECOME YOUR MONUMENT“, eigene Darstellung

Abbildung 12: Illustration zum Thema „Wie mache ich meinen Kiosk zum Kulturort meiner Nachbarschaft“, eigene Darstellung

Abbildung 13: Comic „Wie ich mein Kiosk zum Kulturort machen kann“, eigene Darstellung

Abbildung 14: Grafikdarstellung „Rechtliche Hindernisse: Unser Staat !GEGEN! Kioskkultur, eigene Darstellung

Abbildung 15: Grafikdarstellung „Wir brauchen DICH“, eigene Darstellung



Unterstützer*innen

Hiermit bedanken wir uns bei:

SEIT 1040
BAYERISCHE STAATSBRAUEREI
Weihenstephan
ÄLTESTE BRAUEREI DER WELT

HARIBO

Mit Unterstützung von

Landeshauptstadt München

Kompetenzteam Kultur- Kreativwirtschaft München

KIOSKULTUR

Johannes Scholl, Kilian Schäffer, Robbe Baert, Matthias Faul, Benedikt Boucsein

Technische Universität München

Professur für Urban Design

2024

Umschlaggestaltung: Johannes Scholl
Texte: Kilian Schäffer
Illustratoren: Johannes Scholl, Robbe Baert
Film: Franca Rudolph, Kilian Schäffer

Für Anfragen, Kommentare oder Genehmigungen wenden Sie sich bitte an:
info.ud@ed.tum.de

WINTERSEMESTER 2023–2024

Technische Universität München