

MARCO HEMMERLING

KIOSK PARCOURS



OLGA DERKSEN

JANINE TÜCHSEN



Inhalt

Kiosk Parcours

Prolog

Marco Hemmerling

Janine Tüchsen

Olga Derksen

Die Geschichte des Kiosks

Janine Tüchsen

Am Büdche

Stefan Matthiessen

Kioske stehen in Paris

Michel Melenhorst

Kiosk als sozialräumlicher Ort

Kathleen Schmidt

The São Paulo Lanchonete

Lasse Lyhne-Hansen

Der Kiosk mit der blauen Tür

Olga Derksen

Büdchenzauber

Marco Hemmerling

Bonner Kioske der Nachkriegszeit

Franz-Josef Talbot

Kiosk - ein Ort der Wahlverwandtschaften

Ulrike Kerber

Kiosk Studie - Feldforschung im Kölner Stadtraum

Marco Hemmerling

A window and a man

Olga Derksen

Dat Büdche

Interview: Ilkin Heydar'ov

Der Kiosk als urbane Infrastruktur

Ingrid Breckner

Kioske aus der Handelsperspektive

Sabine Benoit

Kiosk Nights

Rúni Weihe

Städtische Wirklichkeit

Jana Gioia Baurmann

There's a kiosk in the block where I live

Wouter Dons

Eine Collage aus Kiosken

Kato Hiroshi

Die Kioske Bishkeks

Janine Tüchsen

German kiosks in the South of Brazil

Isabelle Mangoni/Tomás Culleton

KölnKiosk

Interview: Shirin Shanghahgi

Büdchen 2.0

Stefanie Heinrich

Kiosk, Königswerder Str., Hannover, 1992

Kathrin Volk

Neuling

Interview: Pia Aletta Peters

Spaziergang durch Kopenhagens Kioske

Philipp Ohnesorge | Janine Tüchsen

Stadt in Karamell

Jonis Hartmann

Prolog

Marco Hemmerling

Janine Tüchsen

Olga Derksen

Kioske gibt es in verschiedenen Stilen, Farben und Formen. Sie tauchen in unterschiedlichen Kontexten auf: Mal freistehend als Pavillon, mal angeschmiegt an ein bestehendes Gebäude, als Ladenlokal oder auch nur als Fenster in einer Hauswand im städtischen Straßenzug. Häufig ergänzt mit allerlei provisorischen Anbauten, Schildern, Markisen und Leuchtreklamen und der Einnahme des Stadtraumes vor dem eigentlichen Kiosk.

Diesen sonderbaren Ein-Raum-Verkaufsstätten liegt kein erkennbares architektonisches oder gestalterisches Konzept zu Grunde. Alles ist auf Zweckmäßigkeit und maximale Aufmerksamkeit ausgerichtet. Und doch bilden Sie, trotz ihrer großen Diversität, einen leicht wiedererkennbaren Typus in der Stadt: als ein ungeschöntes, ehrliches Phänomen des urbanen Alltags sind sie in ihrer Ausprägung ein Gegenentwurf zu Design und Trend und somit zeitlos. Gleichzeitig passen sich Kioske ihrer räumlichen und sozialen Umgebung optimal an. Und diese Anpassungsfähigkeit ist vermutlich das entscheidende Kriterium für ihre Akzeptanz und Überlebensfähigkeit in einem dynamischen urbanen Kontext.

Dennoch wirkt der Kiosk ein wenig aus der Zeit gefallen. Viele Kioske sind in wirtschaftlich prekären Situationen und in vielen Städten ist vom Kiosksterben die Rede. Besonders

die verlängerten Öffnungszeiten der Supermärkte machen den Kioskbetreibern seit einigen Jahren zu schaffen.

Ökonomische betrachtet ist der Kiosk eine kleinformative Betriebsform (< 50 m²) des Einzelhandels, in welcher Artikel des täglichen Bedarfs (z.B. Zeitungen, Zeitschriften, Tabakwaren, Süßwaren, Getränke) angeboten werden, die in der Regel zum unmittelbaren Konsum gekauft werden. Die Angaben zu der Anzahl von Kiosken in Deutschland schwanken sehr stark, zwischen 18.000 und 48.000. Sie beruhen auf Schätzungen unterschiedlicher Institutionen, da es kein einheitliches Gewerbeverzeichnis von Kiosken in Deutschland gibt. Um einen Kiosk zu eröffnen, müssen lediglich einige rechtliche Auflagen erfüllt werden. Der Kiosk gilt demnach als Einzelhandelsbetrieb und unterliegt somit den Ladenöffnungsgesetzen. Konzessionen werden von den jeweiligen Kommunen vergeben.

Der Kioskbetreiber darf während der Ladenöffnungszeiten seine Waren an jedermann über die Straße verkaufen. Allerdings dürfen bei dieser Betriebsart keine Getränke ausgeschenkt werden. Denn damit würde der Kioskbetreiber zum längeren Verweilen einladen und müsste Gästetoiletten nachweisen. Das Aufstellen von Tischen, Bänken und Stühlen ist zudem untersagt. Soweit die Theorie. Trotz aller Gesetze und Verbote fällt auf, dass vor Ort vieles umgangen, vergessen oder nicht so genau genommen wird. So findet man diverse Sitzgelegenheiten und trifft die Kioskgänger gesellig beim Bier am Büdchenfenster. Wenig verwunderlich also, dass die Mitarbeiter des Ordnungsamts nicht zu den gern gesehenen Gästen am Kiosk gehören. Auf der anderen Seite wird vieles toleriert. Man schaut nicht so genau hin. Diese doch recht zwiespältige Situation trägt ganz wesentlich zur Identität der Kioske bei. Sie bewegen sich ein Stück weit in der Grauzone und man bekommt bei näherer Betrachtung das Gefühl, dass sich hier ein fragiles

Gleichgewicht eingestellt hat. Der Bedeutung von Kiosken für die Bildung von Nachbarschaften steht ein Kontrollsystem entgegen, das eben diese besondere Qualität wiederum einschränkt. Die Städte sind aufgefordert hier aktiv zu werden und einen gelingenden Rahmen für diese Orte des städtischen Lebens zu schaffen. Denn Kioske sind weit mehr als nur Verkaufsstätten. Sie übernehmen Quartiersfunktionen und bieten eine Bühne für den öffentlichen Diskurs. Als spontane Treffpunkte, unvermittelte Orte des Austauschs und Transitzonen sind sie mehrdimensional und nie gleich. So gibt es keine einheitlichen Öffnungszeiten, sie schwanken von Kiosk zu Kiosk und ändern sich von Werktagen zum Wochenende manchmal auch spontan je nach Verfassung des Besitzers oder dem Bedarf der Kunden.

Tagsüber erscheinen Sie anders als nachts, ein wenig wie Dr. Jekyll und Mr. Hyde ändern sie Ihre Identität. Andere Verkäufer hinter der Theke, an Partygängern und Nachtschwärmern angepasste Waren, wechselndes Klientel und Besucheraufkommen sowie Leuchtreklame und Musik verändern die Atmosphäre.

Jeder Kiosk hat zudem sein spezielles auf die Kunden ausgerichtetes Angebot. Neben den Standards wie Zigaretten, Getränke, Zeitungen und Süßigkeiten gehören Spezialprodukte wie Backwaren, Kaffeespezialitäten und besondere Markenwaren sowie erweiterte Dienstleistungen, wie Internetzugang, Paketservice, Lottoannahme und Schlüsseldienst dazu. Darüber hinaus gibt es kleine und große Gefälligkeiten vom Bewahren von Geheimnissen bis hin zum Ausfüllen der Steuererklärung. Vor allem aber wirkt die Person hinter der Theke prägend auf die Identität des Kiosks. Es gehört zum Leben eines Kioskbesitzers, sich die Geschichten aus dem Alltag der Kunden anzuhören - ein Ohr zu haben für die Wünsche und Sorgen der Menschen. Dies

schaftt Vertrautheit in einem oft anonymen städtischen Kontext. Der Besuch des Kiosks bleibt unverbindlich und ist trotzdem persönlich. Vor dem Kiosk sind alle gleich. Hier gibt es weder sichtbare noch unsichtbare Schwellen für unterschiedliche Milieus. Jeder ist willkommen und kann Teil dieser losen Gemeinschaft werden, unabhängig von Herkunft, Alter, Geschlecht oder Einkommen. Es entstehen im besten Sinne temporäre Wahlverwandtschaften. Insofern erzeugt der Kiosk ein verdichtetes Abbild der Stadtgesellschaft und einen Raum des urbanen Austauschs. Zufall und Offenheit statt Planung und Abgrenzung. Diese integrative Rolle des Kiosks steht für einen situativen Urbanismus, den man in unserer individualisierten Digitalmoderne nur noch sehr selten findet: Als Möglichkeitsraum und Bühne städtischen Lebens.

Aber wieso gibt es den Kiosk eigentlich noch, wo doch alle Veränderungen der modernen Zeit immer deutlicher machen, dass er scheinbar überflüssig, veraltet und nicht mehr zeitgemäß ist? Was macht ihn aus und welche Erfahrungen und Erlebnisse verbinden wir mit ihm? Warum ist der Kiosk wichtig für den Stadtraum und die Bildung von Nachbarschaften? Und wird es ihn auch zukünftig noch geben?

Wir haben dazu mit unterschiedlichen Menschen gesprochen, Geschichten gehört, die sehr persönlich sind und dennoch für die Eigenart und das Typische des Kiosks als solches stehen. Wir sprachen über wundervolle Momente im Bündchen, darüber sich kennen und schätzen zu lernen, sich zu helfen, Nachbarschaft zu gestalten und zu prägen. Diese Publikation erzählt davon in historischen Betrachtungen, inspirierenden Erzählungen, Interviews mit Kioskbesitzern, wirtschaftlichen Analysen sowie durch künstlerische Projekte, internationale Beiträge und eindringliche Bilder.

Letztendlich entscheiden wir selbst, ob die Kioske überleben oder nicht. Ein Besuch lohnt immer, denn der Kiosk inspiriert und bereichert. Versprochen!

Die Geschichte der Kioske

Janine Tüchsen

Im Stadtbild von hoher Bedeutung hat der Kiosk schon immer die besondere Rolle einer Nahversorgung, eines Treffpunktes und eines Rückzugsortes übernommen. Als Anlaufpunkt für Nachbarn, Touristen und Vorbeikommende ist er als ausdrucksstarkes und seit Jahrhunderten festes Element in unserem urbanen Raum nicht mehr wegzudenken.

Über die Zeit hat der Kiosk viele Veränderungen durchlebt - überlebt hat er dennoch, trotz immer wiederkehrender schwerer Zeiten. Und so hat er bis heute zum Einen eine nachbarschaftsbildende Funktion in einer häufig doch so anonymen Grossstadt eingenommen und bildet zum Anderen die einzige versorgende Einheit in ländlichen Gegenden. Der Kiosk ist anpassungsfähig, das hat das lange Durchhaltevermögen bewiesen. Er ist flexibel und offen für jeden, jederzeit. Der Kiosk ist reich an Eindrücken und Perspektiven, dadurch nicht wirklich zu kategorisieren. Er beobachtet die Umgebung - Stadt und Mensch, schreibt und erzählt Geschichten!

War das schon immer so? Wie konnte der Kiosk überleben? Und welche wichtigen Eigenschaften sind Grundlage für die stetige Existenz auch in der hektischen Welt zwischen Globalisierung und dem 21. Jahrhundert?

Ob nun im Alten Ägypten als Wohnungen für Götter und Könige oder als Herrschaftsbauten im islamischen

Kulturkreis, der Kiosk war ursprünglich - ganz entgegen seiner heutigen Erscheinung - ein privates Gebäude. Zu dieser Zeit war er vor allem der Gottheit für einen temporären Aufenthalt oder dem Sultan, seiner Familie und den Mitgliedern des Hofstaates vorbehalten.

Aber schon im Osmanischen Reich (vor allem in Istanbul) entwickelten sich kleine Strassenkioske, mehrheitlich aus leichten Materialien erstellt, die als 'Wasserhäuschen' dienten.

Wichtig war es, die Unvollkommenheit menschlicher Werke zu akzeptieren und nicht danach zu streben für die Ewigkeit zu bauen. Viele dieser Konstruktionen waren zwar Zelte, die in nur kurzer Bauzeit und zu den verschiedensten Anlässen errichtet wurden, aber aus dem Grund auch wieder schnell verschwanden und im Laufe der Zeit ersetzt wurden - denn Denkmalschutz gab es zu dieser Zeit nicht.



01 Meilensteine der historischen Entwicklung des Kiosks

In der islamischen Kultur ist der Kiosk stark mit der Gartenbaukunst verbunden. Die irdischen Gärten galten als Spiegel des Paradieses und wurden deshalb mit besonderer Sorgfalt eingerichtet und gepflegt. Geprägt von Schönheit und Leichtigkeit gab es eine klare Grenze zwischen Innen und Aussen, die den Kiosk als atmosphärischen Blickfang im Kontrast zu den regelmässigen Barockgärten erscheinen liess.

Mit dem Ende des Osmanischen Reiches verloren die Kioske, die über einen langen Zeitraum hinweg ein wichtiges

Element herrschaftlichen Bauens gewesen waren, endgültig ihre ursprüngliche Funktion. Ein grundlegender Wandel vollzog sich und die Kioske, die früher ausschliesslich private Aufenthaltsräume waren, sind von nun an der Öffentlichkeit zugänglich und gehören als besondere Attraktivität zum allgemeinen kulturellen Alltagsangebot.

Ein Kulturaustausch zwischen dem Vorderen Orient und Europa führte zu einer Übernahme von bestimmten Bau- und Stilformen. So verbreiteten sich die kleinen Architekturen mit ihren ganz unterschiedlichen Funktionen weit über Ländergrenzen hinaus. Prachtkioske und Brunnenhäuschen prägten das Stadtbild, die einen wurden Museen oder gastronomische Einrichtungen, während die anderen die Versorgung der Stadtbevölkerung mit gutem Trinkwasser sicherten.

Auch Bauten für einen temporären Aufenthalt wurden als Kioske bezeichnet - es ging dabei um einen vorübergehenden Schutz vor Wind und Wetter, um einen heimlichen Rückzugsort für Liebende oder schlicht um einen Platz zum Ausruhen. In der ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts gab es Tendenzen, die die Architektur der Fertighäuser auf die Kioske übertragen wollten und so die Standardisierung dieser forderte - allerdings mit wenig Erfolg.

Später wurden Kioske auf öffentlich zugänglichen Strassen und Plätzen gebaut und hatten die Aufgabe, den Vorübergehenden etwas anzubieten, das als Erfrischung gelten kann. Alkoholische Getränke wurden allerdings nicht geführt, da die Trinkhalle - die auch unter dem Oberbegriff Kiosk geführt wurde - neben ökonomischen Hintergedanken auch die 'Trinksucht' bekämpfen sollte. Der exzessive Alkoholgenuss, der vor allem unter der Arbeiterschaft während des industriellen Aufschwungs in den 70er Jahren

des 19. Jahrhunderts weit verbreitet war, führte zu einem Verbot des Verkaufs von Alkohol durch 'ordnungsbehördliche Verordnungen' bis etwa 1920. Der unmittelbare Verzehr an Trinkhallen und Kiosken ist es bis heute noch.

Gebäudetechnisch interessant ist, dass nicht der Innenraum als der wesentliche Teil eines Kiosks angesehen wurde. Er wird zwar auf unterschiedlichste Art genutzt, aber das wichtigste Element war - und ist bis heute - der Übergang zwischen innen und aussen; sei es das offene Fenster, die Durchreiche oder die Türschwelle, die die Verbindung zwischen dem meist gestalteten Vorplatz und der Verkaufsfläche im Innenraum darstellt. Hier findet der typische Dialog statt. Hier wird interagiert und die Einzigartigkeit eines jeden Kiosks deutlich.

Ende des 19. Jahrhunderts wünschte man sich bei der architektonischen Umsetzung elegante Formen und moderne Materialien. Die Erscheinung einzelner Kioske unterschied sich enorm: Formen in Verbindung mit charakteristischen Bauelementen bekannter historischer Stilepochen prägten das vorhandene Stadtbild und wurden mit den neuen architektonischen Vorstellungen ergänzt. Kioske wurden zu richtigen Verkaufshäuschen. Da Tradition und Kunst in der Gestaltung des Kiosks eine immer unwichtigere Rolle spielte, hat man sich ganz auf die Funktion und die Aufgaben der kleinen Versorgungseinrichtung konzentriert.

Zeitgleich führte die Kommerzialisierung des Kiosks zu einer Zunahme der Lebendigkeit in der Stadt: aus den herrschaftlichen Gärten und den überwiegend ruhig gelegenen Standorten, zieht der Kiosk über Strassen und Plätze im urbanen Umfeld nun in Grosstädte und Ballungszentren und kann so von viel mehr Menschen wahrgenommen werden. Er wird zu einer vielbesuchten

Dienstleistungseinrichtung in der Stadtöffentlichkeit und somit zu der Institution Kiosk.

Neben Mineralwasser und Limonade wurde das Angebot durch Tee, Kaffee, Milch, losen Kautabak, Zigaretten und Zigarren (oftmals eine zum sofortigen Genuss) sowie Blumen erweitert. Neben diesen üblichen Lebens- bzw. Genussmitteln boten die Kioske ab Beginn des 20. Jahrhunderts auch Zeitungen und Zeitschriften an, um einen breiten Leserkreis über aktuelle politische, wirtschaftliche und gesellschaftliche Themen auf dem Laufenden zu halten.

Doch durch die Gleichstellung von Medien und dem Hörfunk als moderne Informationsquelle während der NS-Zeit verschwanden nach und nach die Aufgabenbereiche der Kioske. Mit Kriegsbeginn wurden auch typische Erfrischungen zur Mangelware. Nach dem Zweiten Weltkrieg gab es wenig solcher Einrichtungen. Diejenigen, die den Krieg überstanden hatten, wurden entweder im kalten Winter 1946/47 als Brennholz verfeuert oder standen leer. Die Währungsreform 1948 veränderte die Situation und in kürzester Zeit belebten sich die Strassen und damit auch die Kioske, die übrig geblieben waren. Neben den langentbehrten Genüssen wie Kaffee und Tabak wurden auch Dienstleistungen wie das Entwickeln von Filmen oder die Aufgabe von Suchanzeigen sowie Tauschbörsen angeboten. Es machte den Eindruck, als seien die unscheinbaren Buden mit die ersten gewesen, die Ausgangspunkt für den Neuanfang waren. Kein anderer Ort war für die typischen Handelsgeschäfte jener Zeit offenbar so gut geeignet und wie geschaffen zum Improvisieren: man hatte nicht viel, versuchte aber aus dem Wenigen etwas zu machen.

Und heutzutage verfolgt der Kiosk dieses Konzept des erfolgreichen Improvisieren weiterhin: Alles ist erlaubt, und als kiosk-geeignet gilt das, was einen Abnehmer finde.

Nach Butenschön kann ein Kiosk 'so vieles sein, früher ein Lusthaus, jetzt ein Handelsgebäude, ein Schmuckstück im Stadtbild und ein Arbeitsplatz, ein Miniaturhaus und ein Möbelstück, eine Würstchenbude und eine Strassenküche. Er ist klein und bescheiden genug, um in einem Park oder auf dem Bürgersteig aufgestellt zu werden, aber auch gross genug, um einen profitablen Umsatz zu machen.' (Butenschön, P. (1981) Der Kiosk im Stadtbild / Kiosken i bybildet (Byggekunst 63/1981, Nr.3, S.148)

Aus der Not heraus entstanden und ursprünglich mit anderer Funktion, hat sich der Kiosk so über Jahre, Grenzen und Kulturkreise hinaus zu dem entwickelt, was ihn heute ausmacht: In seiner schlichten Bescheidenheit ist er ein ganz alltäglicher Ort - er strebt nichts anderes an und genau das macht ihn so charmant.

Literaturverzeichnis

Naumann, E. (2003) | 'Kiosk. Entdeckungen an einem alltäglichen Ort; vom Lustpavillon zum kleinen Konsumtempel.' | Marburg: Jonas-Verl. (Zugl.: Berlin, Freie Univ., Diss., 1999).

Mann, Barbara E. (2006) | 'A Place in History - modernism, Tel Aviv, and the creation of jewish urban space'

Am Büdche

Stefan Matthiessen



Vor einigen Jahren, als ich nach Köln zog, schenkten mir Freunde aus der Domstadt eine Postkarte. Darauf stand "Köln wird immer schöner, je länger man hinschaut". Auch wenn die Entscheidung nach Köln zu ziehen damals bereits aus tiefstem Herzen getroffen wurde und ich dem Rheinland im Allgemeinen auch immer schon sehr angetan war, verstehe ich heute erst wirklich, wie wahr der schnöde Spruch war.

Sich mit Köln zu identifizieren fällt vermutlich leichter als mit den meisten Städten - sowohl im In- als auch im Ausland.

Auch wer keinen Karneval mag, nicht mit dem Effzeh sympathisiert und einem das hiesige Kölsch nicht schmeckt, überwiegt ein heimeliges Gefühl, eine Art omnipräsenter Rausch der Zugehörigkeit. Folklore, Selbstüberschätzung, die nirgendwo glorreicher zelebrierte Vollkommenheit des Unperfekten tun ihr übriges.



