



Kölner Kioske: nützlich, nachbarschaftlich und manchmal schön anzusehen – wie dieser in der Schanzenstraße

Kölner Kiosk-Kultur

Bedrohter Büdchenzauber

MIKRO-KOSMOS
des Monats

Köln ohne Büdchen? Unvorstellbar! Doch die verlängerten Öffnungszeiten der Supermärkte machen den Kioskbetreibern zu schaffen. PRINZ hat nachgefragt: Wie fit sind sie für die Zukunft?

Als ich vor Jahren einen Monat im Hamburger Exil verbrachte, wollte ich mir sonntags den „Tatort“ anschauen. Wie es sich gehört, mit Chips und Bier. Um kurz nach acht hatte ich aber weder das eine noch das andere. Kein Problem, gehe ich eben schnell zum nächsten Büdchen – dachte ich. Auf der Straße stellte ich fest: Weit und breit kein Kiosk in Sicht. Diesen „Tatort“ verbrachte ich durstig, snacklos – und baff, dass ein Büdchen nicht in jeder Stadt zur

Grundversorgung gehört. In Köln ist das natürlich anders. Seit Ende des 19. Jahrhunderts gibt es die kleinen Verkaufsstände. Früher fand man sie meist in Parknähe, heute überall in der Stadt. Zu fast jeder Uhrzeit steht ihre Tür – oder ihr Fenster – offen, um die Dinge des täglichen und nächtlichen Bedarfs zu besorgen. Vom Spülmittel bis zur Packung Zigaretten. Erst wenn die Büdchen schließen, schläft die Stadt. Das bedeutet für die Inhaber: Marathonschichten hinterm Tresen. Zwölf bis 15 Stunden sind Standard. „Wir haben von 6 bis 23 Uhr geöffnet, 365 Tage im Jahr“, sagt Mehmet vom Dreikönigen-Büdchen in der Südstadt. Er teilt sich den Laden mit seinem Bruder Ercan. „Einen Kiosk kann man nur als Familienbetrieb führen“, meint er. „Sonst würde keiner von uns seine Familie sehen.“ Die etwa 800 Kölner Trinkhallen haben in den vergangenen Jahren Privilegien eingebüßt. Die langen Öffnungszeiten der preiswerteren Supermärkte machen das einst lukrative Feierabend- und Wochenendgeschäft für sie zur Durststrecke. „Wir haben die Konkurrenz vom ersten Tag an deutlich gespürt“, erzählt Emilia Fishmann vom Kiosk M+T in der Brüsseler Straße. Der Druck wird noch weiter zu-

nehmen, prophezeit die Münchener Unternehmensberatung Bain & Company in ihrer Studie „Der deutsche Kioskmarkt“. Ihre Empfehlung für Büdchenbetreiber: „Konsumententrends erkennen“. Take-away-Angebote vom belegten Brötchen bis zum Cappuccino seien eine ausbaufähige Nische.

Ismael Arslan vom „Pico Coffee“ im Agnesviertel hat sein Angebot bereits ausgebaut. Er verkauft neben dem traditionellen Sortiment von der Zeitung bis zum Schokoriegel auch Sandwiches, Crêpes und Kaffeespezialitäten. Außerdem können seine Kunden das kiosk-eigene WLAN nutzen. Arslan pflegt aber auch gute, alte Kiosktraditionen. Wem nach einem „Verzällche“ ist, der bekommt es von ihm. Und wer einen Ort braucht, um den Wohnungsschlüssel für die Handwerker abzugeben, kann sich ebenfalls auf ihn verlassen.

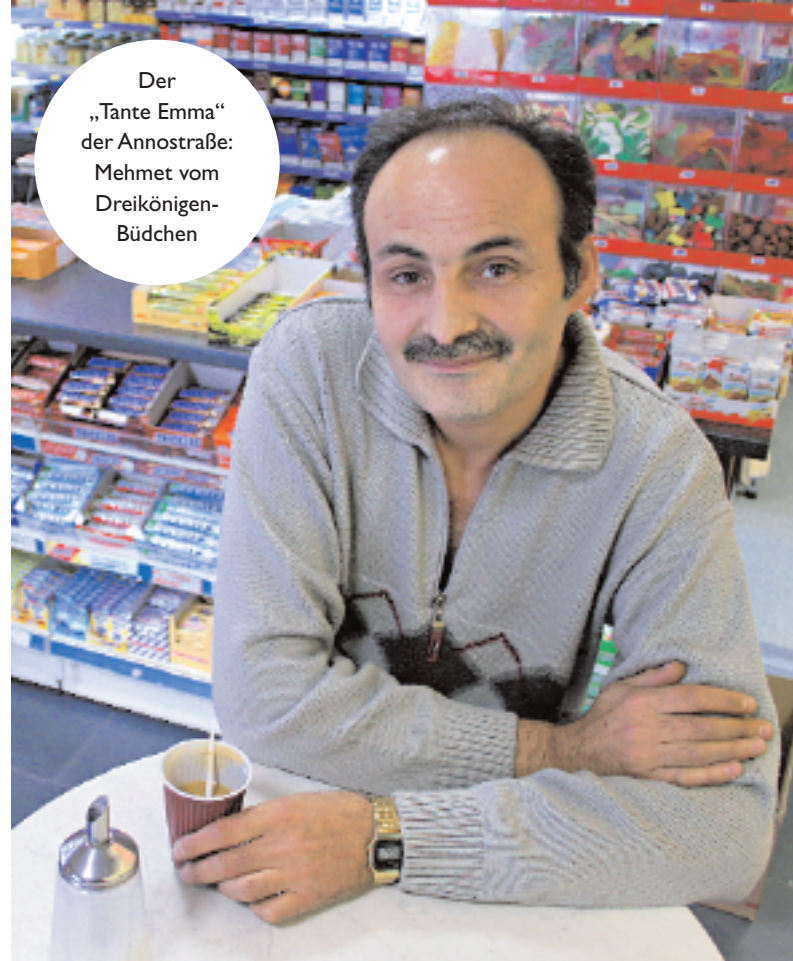
Büdchen sind Treffpunkte im Veedel. Man kennt sich. Shira Fleisher und Julian Rademacher gefällt das. Sie sind Stammkunden bei Emilia Fishmann. Das kann Vorteile bringen: „Wenn ich mal 20 Cent zu wenig dabei habe, ist das kein Problem“, erzählt Shira. Für sie spielen Kioske auch eine wichtige Rolle im Nachtleben. „Büdchen ersetzen so manche



Der „immer nette“ Service hat Achim (links) und Willi (Mitte) zu Stammgästen bei Ismael Arslan gemacht



Kaugummis, Korn und Kippen – Kioske machen jeden glücklich



Der „Tante Emma“ der Annostraße: Mehmet vom Dreikönigen-Büdchen

Bar. Vor allem im Sommer kann man sich davor treffen und gemütlich ein Bier trinken.“ Die Nachbarschaftsfunktion der Kioske in Köln findet Anke von Heyl einzigartig. Die Kunsthistorikerin bietet seit vier Jahren Stadtrundgänge zum Thema Büdchen an. Sie weiß: „Das Sortiment eines Kioske spiegelt, welche Leute im Umfeld leben.“ In manchen Büdchen gäbe es mehr Wirtschafts-, in anderen mehr Musikmagazine. Kioskbetreiber, die die Wünsche ihrer Stammkunden kennen und sich darauf einstellen, haben ihrer Meinung nach gute Überlebenschancen. Hinzu kommt ein weiterer – eigentlich unschlagbarer – Wettbewerbsvorteil: „Im Büdchen fühlen sich die Menschen aufgehoben. Manchmal dient der Kiosk sogar als Familienersatz. Das kriegst du im Supermarkt nicht.“

Susanne Theisen

WEN WIR GETROFFEN HABEN

Ismael Arslan Pico Coffee ► Weissenburgstr. 0, Tel. 16 91 22 91, picocoffee.de, tgl. 7-23 Uhr

Ercan und Mehmet Dreikönigen-Büdchen ► Ecke Anno-/Dreikönigenstraße, tgl. 6-23 Uhr

Emilia Fishmann Kiosk M+T ► Brüsseler Str. 44a, So-Do 9-0, Fr/Sa 9-2 Uhr

Anke von Heyl Sehenswert – Agentur für Stadterlebnisse ► Tel. 27 22 55 38, sehenswert-koeln.de

Steht Köln ein Kiosk-Sterben bevor? Ein leer stehendes Büdchen in Ehrenfeld



Treue Kioskgänger: Julian und Shira bei Emilia Fishmann im Belgischen Viertel

