

An die Bezirksvertretung Münster West

über
MM - Frau Spinnen

9.3.21



Antrag lfd. Nr. A-W/0050/2020 der Fraktion Bündnis 90/Die Grünen/GAL in der Bezirksvertretung Münster-West vom 05.08.2020
„Gastronomie in Gievenbeck und anderen Stadtteilen“

Die Verwaltung möge prüfen, wie sich die Ausstattung der Stadtteile im Bezirk West, vor allem in Gievenbeck, mit gastronomischen Angeboten wie einfachen Schankwirtschaften darstellt und wie ggf. die Ansiedlung solcher Angebote in den Stadtteilen motiviert und unterstützt werden kann.

Stellungnahme Münster Marketing:

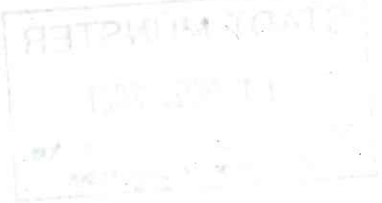
Gastronomische Angebote wie Bars und Kneipen sind ein wichtiger sozialer Faktor in Quartieren und Stadtteilen. Sie machen einen Teil des Stadtteilgefühls aus, sind Treffpunkt, Orte des Miteinanders, der Kommunikation und (Alltags-)Kultur. Aus diesem Grund sind Kneipen oder andere Arten von Schankwirtschaften eine kulturelle und soziale Bereicherung.

Die Idee von Kneipen als Kommunikationsorte und (Nachbarschafts-)Treffpunkte wird auch in den Plänen zum zukünftigen **Oxford-Quartier** in Gievenbeck mitgedacht. Auf dem Gelände der ehemaligen Oxford-Kaserne werden perspektivisch gastronomische Angebote Teil des neuen Quartiers werden. An welchen Stellen oder in welchen bestehenden oder zukünftigen Gebäuden der Aufbau von Kneipen, Bars oder anderen gastronomischen Angeboten denkbar wäre, steht aktuell noch nicht fest. Attraktive Standorte sind hierfür vor Allem an der zentralen Achse, der Gumprichstraße und am Quartiersplatz, dem Simonsplatz. Die planungsrechtlichen Voraussetzungen sind hier dafür gegeben. Im Rahmen der entsprechenden Grundstücksvergaben wird die Option der gastronomischen Nutzung als Bedarf aus dem Stadtteil und als ein Baustein eines lebendigen Quartiers platziert.

Darüber hinaus gibt es in anderen Gemeinden und Städten gute Beispiele von **bürgergenossenschaftlichen Kneipen**. Das Prinzip: Bürgerinnen und Bürger gründen eine Genossenschaft, kaufen zusammen mit vielen Mitzeichnern eine ehemalige Kneipe oder Gaststätte und erwecken diese wieder mit Leben. Genossenschaftsmitglieder können durch den Kauf von Anteilen das Projekt unterstützen. Ist eine Kneipe gekauft, muss sich die Genossenschaft um einen neuen Pächter kümmern.

Eine andere Alternative bietet das Modell der **PopUp-Kneipe**. Für einen temporären Zeitraum wird in einer passenden Immobilie oder in einer mobilen Variante eine Kneipe aufgebaut. Der Reiz daran: Es handelt sich häufig um ungewöhnliche Orte, an denen PopUp-Kneipen auftauchen und nach kurzer Zeit wieder verschwinden. Das Wissen, dass die Kneipe nur für einen temporären Zeitpunkt an einem bestimmten Ort zur Verfügung steht, erhöht das Interesse der Besucher und zugleich die Kreativität der Anbieter. Dadurch können auch neue Orte, die bisher wenig Aufmerksamkeit erhielten, in den Fokus gerückt werden.

Beide Modelle sind abhängig vom bürgerschaftlichen Engagement im Stadtteil. Um ein Gefühl dafür zu bekommen, ob solche Modelle in Gievenbeck auf Interesse stoßen, wird Münster Marketing mit verschiedenen Akteuren im Stadtteil sprechen, über Best Practice-Beispiele die beiden Vorschläge vorstellen und zusammen mit den Gievenbecker/innen überlegen, welche Möglichkeiten es für eine Umsetzung gibt. Die Umsetzung hängt wesentlich auch von einer passenden Immobilie ab.



Im Auftrag

J. Kohake
Julia Kohake