

DIE ATMOSPHERE IM KARLI

Sebastian Rauch

1 EINLEITUNG

Fußball zählt weltweit zu den populärsten Sportarten unserer Zeit. Woche für Woche strömen tausende Menschen in die Stadien. Doch warum gehen die Leute eigentlich ins Stadion, wenn sie die Fußballspiele auch bequem im heimischen Wohnzimmer oder in der Kneipe um die Ecke verfolgen könnten? Ist es die Begeisterung für den Sport, die Leidenschaft für einen Verein, die Sympathie für einzelne Akteure, oder spielen gar andere Faktoren eine entscheidende Rolle?

Wenn Zuschauer nach ihren Beweggründen des Stadionbesuches befragt werden, „ist beständig von der – besonderen – Atmosphäre zu hören, die es im Stadion zu erleben gilt“ (Uhrich 2008: IX). Und auch die Aktiven äußern sich in Interviews im Anschluss an das Spiel immer wieder über die tolle Atmosphäre im Stadion, die sie während des Spielverlaufes wahrgenommen haben (ebd.). Als Beispiel kann Klopp, ehemaliger Trainer des Bundesligisten Borussia Dortmund, angeführt werden, welcher nach dem Sieg seiner Mannschaft im 139. Revierderby gegen den FC Schalke 04 am 26. November 2011 auf die Frage eines Journalisten: „Wie haben sie die Atmosphäre im Stadion empfunden?“ mit folgenden Worten antwortete: „Das war Wahnsinn heute, [...], da wird es dann in diesem Stadion generell für jeden Gegner schwer. Aber heute war es noch intensiver“ (Krampe 2011).

Neben den Hauptakteuren auf dem Spielfeld sind vor allem die Organisatoren der Fußballspiele darum bemüht, alles in ihrer Macht stehende dafür zu tun, dass sich im Stadion eine außerordentlich gute Atmosphäre entwickelt. Denn in der heutigen Zeit schaut man nicht mehr nur Fußball! Nein – das Gesamtpaket muss stimmen, und der Aufenthalt im Stadion soll für den Besucher ein einzigartiges Erlebnis sein (vgl. Uhrich 2008: IX).

Für die wesentlichen Beteiligten scheint die Bedeutung des Phänomens Stadionatmosphäre demnach klar zu sein: Fußball, Stadion, Menschen – diese drei Faktoren entwickeln im Zusammenspiel Atmosphäre. Doch ist damit schon alles gesagt? So häufig und selbstverständlich der Begriff Atmosphäre in unserer Gesellschaft auch gebraucht wird, so unklar bleibt, was sich hinter dem Konstrukt Stadionatmosphäre wirklich verbirgt (ebd.). Denn was genau bedeutet Atmosphäre im Stadion überhaupt, und wie kann dieses nicht greifbare Medium definiert werden? Wie nehmen Zuschauer Stadionatmosphäre wahr, und welche Faktoren beeinflussen die individuelle Wahrnehmung?

Im folgenden Beitrag soll dem Leser das Phänomen Stadionatmosphäre am Beispiel des deutschen Frauenfußballvereins 1. FFC Turbine Potsdam und dessen Heimspielstätte verdeutlicht und ein Stück weit nähergebracht werden.

2 ATMOSPHERE UND STADIONATMOSPHERE – EINE THEORETISCHE EINFÜHRUNG

Zum einheitlichen Verständnis erfolgt nachstehend eine kurze theoretische Einführung in die Thematik. Diesbezüglich werden die Begriffe Atmosphäre im Allgemeinen sowie Stadionatmosphäre im Speziellen kurz erläutert und definiert.

DER BEGRIFF ATMOSPHERE

Sowohl für eine eindeutige Begriffsbestimmung als auch für wissenschaftliche Untersuchungen von Atmosphäre muss im Vorhinein die Problematik der theoretischen Verortung des Konstrukts gelöst werden, denn Atmosphäre kann nur dann zu einem empirischen Untersuchungsgegenstand werden, wenn es gelingt, ihre nebulöse Stellung zwischen Person und Umwelt eindeutig zu kennzeichnen. Der Professor für Sportbetriebswirtschaftslehre an der Deutschen Sporthochschule in Köln, Sebastian Uhrich, hat sich mit dem Medium Atmosphäre auseinandergesetzt. Seiner Auffassung nach kann mit Atmosphäre „die spezifische in einer Umwelt und durch diese Umgebung ausgelöste Befindlichkeit eines Menschen“ (Uhrich 2008: 52) ausgedrückt werden. Nach Auffassung von Uhrich nimmt Atmosphäre diesbezüglich eine theoretisch eigene Stellung zwischen der Objekt- und Subjektseite ein. Als Umwelteigenschaften beziehungsweise Objektseite einer Atmosphäre gelten nach Uhrich alle erdenklichen Reize und Faktoren einer räumlich und zeitlich definierten Umwelt wie beispielsweise physische Gegenstände, Raumausmaße sowie Personen und deren Verhalten. Im Fokus der subjektseitigen Darstellung von Atmosphäre stehen die individuellen körperlich-seelischen Befindlichkeiten wie zum Beispiel Gefühle, Affekte, Emotionen oder Stimmungen, welche sich auf die Gefühlswelt einer Person beziehen (vgl. Uhrich 2008: 52 ff.). Demnach entsteht eine Atmosphäre nach Auffassung von Uhrich infolge des Zusammenspiels von den charakteristischen Merkmalen der Umwelt und den individuell bestimmten Befindlichkeiten der leiblich anwesenden Person.

Betrachtet man das Konstrukt Atmosphäre aus geographischer Perspektive, lassen sich Parallelen zum Ansatz von Uhrich ziehen. Grundsätzlich ist festzuhalten, dass in der Geographie die Begriffe Wahrnehmung und Empfindung differenziert voneinander betrachtet werden. „Der Zugang zu Atmosphären führt über das Empfinden, das im Zentrum eines phänomenologischen Verständnisses der sinnlichen Begabtheit des Menschen steht“ (Kazig 2007: 169). Der Human-geograph Kazig versteht unter Atmosphäre ein nicht greifbares Medium. „Die

Konzeptionalisierung von Atmosphäre als Medium in der Beziehung zwischen Mensch und Umwelt rückt auch die pragmatische Dimension von Atmosphären in den Blick und zeigt die Möglichkeit einer Verbindung des Atmosphärenbegriffs mit dem Handlungsbegriff auf“ (Kazig 2007: 167). Somit ergeben sich nach Kazig Ansatzpunkte, um Atmosphären auch aus humangeographischer Perspektive heraus empirisch zu erforschen. „Als Medium [...] sind Atmosphären [zwar] nicht Gegenstand der Wahrnehmung. Vielmehr bilden sie die Rahmenbedingungen für unsere Wahrnehmung“ (Kazig 2007: 169). Der Mensch nimmt Atmosphäre demnach nicht wahr, sondern er nimmt gemäß einer Atmosphäre wahr. Atmosphären beeinflussen die Art und Weise, wie sich Individuum und Umwelt in gegenseitiger Beziehung zueinander entwickeln. Demnach kann mithilfe von Atmosphären der spezifische Zustand – Herausbildung der leiblichen Befindlichkeit des Menschen bezüglich der Umwelt – beschrieben werden, wobei das leibliche Empfinden auf Seite des Individuums den Zugang zu Atmosphären bildet (vgl. Kazig 2007: 170 f.).

Im Rahmen des vorliegenden Beitrages bildet die Definition von Atmosphäre nach Blum die Grundlage für ein einheitliches Begriffsverständnis von Atmosphäre. Die freischaffende Autorin, Architektin und Dozentin an der Zürcher Hochschule der Künste definiert Atmosphäre als die räumliche Konstruktion an der Kontaktzone zwischen Individuum und Raum (vgl. Blum 2010: 12).

Die nachstehende Abbildung visualisiert das theoretische Begriffsverständnis des Konstrukts Atmosphäre im Rahmen des vorliegenden Beitrages.

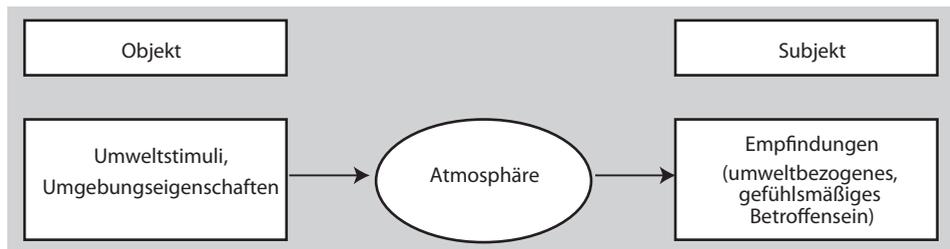


Abb. 1: Allgemeine Konzeption von Atmosphäre; Quelle: Uhrich 2008: 57

DER BEGRIFF STADIONATMOSPHERE

Das Empfinden einer charakteristischen Atmosphäre hat für den Zuschauer einer Sportveranstaltung eine enorme Bedeutung und ist demnach ein entscheidendes Kriterium im Hinblick auf die individuelle Beurteilung der Qualität des Stadionaufenthaltes. Darüber hinaus beeinflusst die individuelle Empfindung maßgeblich die Zufriedenheit des Vor-Ort-Zuschauers. Daraus kann geschlossen werden, dass Atmosphäre und Sportveranstaltung eng miteinander verknüpft sind (vgl. Uhrich 2008: 6 f.).

Im Allgemeinen kann festgehalten werden, dass Atmosphäre im Kontext mit Sportveranstaltungen durch das raumbezogene Zusammenwirken von emotional ansprechenden Umweltreizen und einem Individuum entsteht. Auf dieser theoretischen Grundlage kann Stadionatmosphäre als „das Aufeinanderbezogensein der spezifischen Eigenschaften der Umwelt Stadion und der gefühlsmäßigen Befindlichkeit der anwesenden Zuschauer“ (Uhrich 2008: 59) definiert werden. Demnach entsteht auch das Konstrukt Stadionatmosphäre aufgrund des Zusammenspiels zwischen dem emotionalen Erleben der Personen im Stadion (Subjekt) und den spezifischen Eigenschaften der Umwelt Stadion (Objekt). Abschließend bleibt festzuhalten, dass weder die Eigenschaften des Stadions noch die individuellen Befindlichkeiten auf Seiten der Zuschauer allein eine gute Stadionatmosphäre erzeugen, sondern diese erst aufgrund des Zusammenspiels entsteht (vgl. Uhrich 2008: 62).

Um die Objektseite der Stadionatmosphäre erfassen und abbilden zu können, werden in der Regel die beiden Dimensionen Reizquellen sowie Reizarten herangezogen. Beide Dimensionen gelten in der Fachliteratur als die prägnantesten Umweltstimuli. „Unter Reizquellen versteht man den Ursprung beziehungsweise den Ausgangspunkt, aus dem die Reize hervorgehen. Reizarten bezeichnen dagegen die spezifische Wirkungsweise verschiedener Stimuli“ (Uhrich 2008: 64). Grundsätzlich kann festgehalten werden, dass zahlreiche Faktoren als einfache oder auch komplexe Reize in einem Sportstadion den Vor-Ort-Zuschauer beeinflussen und auf ihn wirken können. Zu den wesentlichsten Reizquellen eines Sportstadions zählen der Veranstalter, die Vor-Ort-Zuschauer sowie spielbedingte Stimuli. Vom Veranstalter gehen dabei sowohl kurzfristig manipulierbare Reize wie beispielsweise Musikeinspielungen, Lichteffekte oder Sprecherdurchsagen als auch langfristig veränderbare Umweltfaktoren wie zum Beispiel die Architektur des Stadions oder die Farbe des Stadiongebäudes aus. Auch Zuschauer gelten als Reizquelle der Umwelt Sportstadion. Allein die physische Gegenwart anderer Personen löst eine aktivierende Wirkung bei Menschen aus. Grundlegend gilt, je höher die Zuschauerzahl bei einer Sportveranstaltung ist, desto stärker ist die gegenseitige Aktivierung. Die Enge der Sitzreihen und die Größe der Stehplatzareale machen folglich einen Unterschied. Darüber hinaus stellt die aktive Beteiligung der Zuschauer eine weitere charakteristische Eigenschaft von Sportveranstaltungen dar. Dazu zählen beispielsweise Anfeuerungsrufe, Klatschen oder das Schwenken von Fahnen. Als letzte wesentliche Reizquelle der Umwelt Stadion ist der Spielverlauf beziehungsweise das Wettkampfgeschehen zu erwähnen. Denn je spannender sich der sportliche Wettkampf gestaltet, umso aufgeladener ist die Stimmung im Stadion. Aus diesem Grund ist der Spielverlauf beziehungsweise das Wettkampfgeschehen eine bedeutende Reizquelle und hat maßgeblichen Anteil an der Entstehung einer guten oder eher schlechten Atmosphäre.

In Bezug auf die Reizarten wird in der Fachliteratur zwischen affektiven, intensiven und kollativen Stimuli unterschieden. Hinsichtlich einer Sportveranstaltung

zählen zu den affektiven Reizen zum Beispiel die bekannte Stadionhymne, vertraute Fangesänge sowie das Erzielen eines Tores. Als intensive Reize gelten im Rahmen einer Sportveranstaltung beispielsweise Flutlicht oder ein stark erhöhter Lärmpegel. Auch kollative Stimuli kann der Zuschauer in einem Sportstadion erleben. Dieser Reizkategorie werden unter anderem ein neues Rahmenprogramm, Fehlentscheidungen des Schiedsrichters, ein überraschender Spielverlauf sowie vielseitige und unerwartete Fangesänge zugeordnet (vgl. Uhrich 2008: 63 ff.).

Abschließend veranschaulicht die nachstehende Abbildung das Verständnis von Stadionatmosphäre im Rahmen des vorliegenden Beitrages.

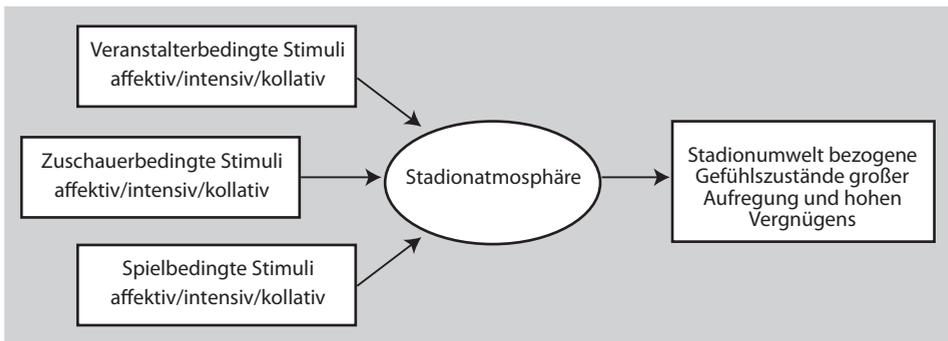


Abb. 2: Konzeptualisierung des Konstrukts Stadionatmosphäre; Quelle: Uhrich 2008: 70

3 FALLANALYSE: DIE ATMOSPHERE IM KARL-LIEBKNECHT-STADION

Im Folgenden wird nun entlang eines Fallbeispiels skizziert, wie sich das Phänomen Stadionatmosphäre konkreter fassen lässt. Als Untersuchungsgegenstand fungierten die Heimspiele des 1. FFC Turbine Potsdam.

Der 1. FFC Turbine Potsdam gehört seit über zehn Jahren zu den Spitzenteams der Frauen-Bundesliga und hat sich zu einer der erfolgreichsten Vereinsmannschaften in Europa entwickelt. Seit dem Aufstieg in die Frauenfußball-Bundesliga im Jahr 1994 konnten sechs deutsche Meisterschaften sowie drei DFB-Pokalsiege errungen werden. Darüber hinaus gewann der 1. FFC Turbine Potsdam im Jahr 2005 den UEFA-Womans Cup. Fünf Jahre später konnte der Gewinn der UEFA-Womans Champions League gefeiert werden. Gegenwärtig verfügt das Karl-Liebkecht-Stadion über ein Fassungsvermögen von 10.787 Plätzen, davon sind 2.003 Sitzplätze.¹ Seit Jahren sind die Anhänger ein wichtiger Bestandteil des Vereins, die ihre Mannschaft sowohl bei Heim- als auch Auswärtsspielen unterstützen. „Unüberhörbar, nicht zu übersehen, ist die Turbine-Anhängerschar ligaweit für ihre lautstarke Unterstützung bekannt.“² Ob nach München, Freiburg, Frankfurt am Main, Sindelfingen, [...] oder nach Woronesh, Trondheim, Stockholm, Reykjavik, Montpellier, Kopenhagen, Madrid... keine Reise ist den Fans vom 1. FFC Turbine Potsdam zu weit, zu schwierig oder zu abenteuerlich (vgl. Splettstößer 2011: 212 ff.). Splettstößer kommt aus diesem Grund zu der Schlussfolgerung, dass die Fans „gerade deshalb [...] eine Macht und für die Spielerinnen die besten Fans der Welt [seien]“ (Splettstößer 2011: 214).

Das Ziel einer Studie war es nun, anhand teilnehmender Beobachtung und der Durchführung sechs leitfadengestützter Interviews – befragt wurden sowohl Spielerinnen und eine Person aus dem Trainerstab als auch Fans – die Atmosphäre im Karl-Liebkecht-Stadion zu ergründen. Im Fokus der empirischen Erhebungen stand in erster Linie: Was bedeutet Stadionatmosphäre für den Einzelnen überhaupt und wie nehmen die Befragten die Atmosphäre während eines Heimspiels des 1. FFC Turbine Potsdam wahr beziehungsweise aufgrund welcher äußeren Umwelteinflüsse und -faktoren – wie beispielsweise Tageszeit, Stadionsprecher, Musikeinspielungen, Umwelt Stadion selbst, Spielverlauf oder Anzahl der Zuschauer – wird das individuelle Empfinden von Stadionatmosphäre sowohl positiv als auch negativ beeinflusst?

1 Vgl. www.babelsberg03.de/verein/unser-stadion/fakten/, Zugriff: 22.03.2015.

2 www.turbine-potsdam.de/verein_fans.php, Zugriff: 21.03.2015.

HAST DU BOCK, TURBINE ZU SCHAUEN?

Auf diese Frage konnte im Zuge der Auswertung der Studie sehr schnell Antwort gefunden werden: JA! Die Motivation beziehungsweise Intention der Menschen, ins Karl-Liebknecht-Stadion zu gehen und sich die Heimspiele des 1. FFC Turbine Potsdam anzuschauen, sind dabei jedoch so individuell wie jeder Besucher selbst. Seitens der Anhänger kristallisierten sich als die wesentlichsten Beweggründe des Stadionbesuchs die Liebe und Leidenschaft für den 1. FFC Turbine Potsdam, die sportliche Entwicklung des Vereins in den vergangenen Jahren, das Interesse am Fußball sowie das Pflegen sozialer Kontakte heraus. Ein Grund für den Stadionbesuch stach allerdings besonders hervor: die angenehme, familiäre Atmosphäre während der Heimspiele im Stadion. Insbesondere erwähnten die Interviewten, dass beim Frauenfußball im Vergleich zu den Männern keine Gefahr von Pöbeleien oder gar gewalttätigen Übergriffen zwischen rivalisierenden Fangruppen sowohl vor, während als auch nach dem Spiel besteht. Vielmehr sprachen sie trotz aller Rivalität von einem freundlichen Miteinander. Das hohe Sicherheitsgefühl beeinflusst somit den Wohlfühlfaktor der Befragten im Stadion in positiver Weise und ist ein Grund, warum die Menschen zu den Heimspielen des 1. FFC Turbine Potsdam gehen.

Auf Seiten der interviewten Spielerinnen sowie der Person aus dem Trainerstab stellte sich im Vergleich dazu ein anderer Beweggrund heraus. Zwar spielen auch die genannten Motive der Zuschauer eine nicht unerhebliche Rolle, was durch die nachstehende Aussage einer Spielerin verdeutlicht wird:

„Gerade im Karli ist die Vorfreude riesengroß. Dann spielen wir jedes Mal vor einer tollen Kulisse. Im Gegensatz zu den anderen Stadien ist die Kulisse echt gigantisch. [...] [Da] ist die Motivation noch einmal extra hoch.“ (Spielerin)

Jedoch ist als Hauptgrund in erster Linie die berufliche Verpflichtung der Befragten anzusehen, weshalb sie ins Karl-Liebknecht-Stadion gehen.

DAS KARL-LIEBKNECHT-STADION – „DAS BESTE BUNDESLIGASTADION“

Die Heimspielstätte des 1. FFC Turbine Potsdam erfüllt den Ergebnissen der Studie zufolge alle notwendigen Voraussetzungen, dass eine besondere Stadionatmosphäre bei den Heimspielen entstehen kann. Dies liegt nach Aussagen der Befragten vor allem an der Größe des Karli, wie es liebevoll von Spielerinnen und Anhängern genannt wird, der Nähe zum Spielfeld und der damit einhergehenden Nähe zu den Akteuren. Die Atmosphäre bei den Heimspielen des 1. FFC Turbine Potsdam gilt als einzigartig in der Frauen-Fußballbundesliga.

„Diese absolute Atmosphäre kommt eben auf, weil man so dicht dran ist. [...] Das ist eben auch der spezielle Charme, der das Karl-Liebknecht-Stadion ausmacht und dementsprechend auch die Atmosphäre.“ (Zuschauer)

Demnach ist die Architektur eines Stadions in Bezug auf die Entstehung und individuelle Wahrnehmung von Atmosphäre ein ganz entscheidender Faktor für Zuschauer und Aktive.

Die Stadien anderer Bundesligamannschaften sind nach Aussagen der Interviewten im Vergleich mit dem Karl-Liebknecht-Stadion nicht konkurrenzfähig. Zudem verwiesen die Aktiven darauf, dass die Auswärtsspiele entweder auf Sportplätzen ohne Stadioncharakter oder in Stadien mit Tartanbahn stattfinden. Hinzu kommt, dass nach Ansicht der Experten kaum ein Bundesligaverein eine vergleichbare Zuschauerkulisse bei Heimspielen vorweisen kann. Auf Grund der genannten Bedingungen entsteht laut Aussage der Befragten in keinem anderen Stadion der Frauen-Fußballbundesliga eine vergleichbare Atmosphäre.

Die angeführten Gründe, den Stellenwert sowie die Einzigartigkeit des Babelsberger Karl-Liebknecht-Stadions für Anhängerschaft und Spielerinnen im deutschen Frauenfußball unterstreicht die abschließende Aussage einer Spielerin, die sich im Hinblick auf die Heimspielstätte des 1. FFC Turbine Potsdam wie folgt äußerte:

„Also, wenn man das Karli jetzt zum Beispiel mit Wolfsburg vergleicht, ist unser Stadion viel besser, alleine schon, weil wir halt ein reines Fußballstadion haben. Bei den Wolfsburger Frauen geht schon durch die Laufbahn die Atmosphäre in diesem Riesenstadion meist ein bisschen unter. [...] Insgesamt finde ich [...], dass dadurch, dass im Karli alle so dicht dran sind und wir auch regelmäßig diese Zuschauerkulisse haben, ist das der größte Unterschied, den wir zu fast allen Stadien haben. [...] Für mich ist es das beste Bundesligastadion.“ (Spielerin)

DIE FANS AUF DER HAUPTTRIBÜNE – „WIE EINE BLAUE WAND“

Die These von Splettstößer, die Fans des 1. FFC Turbine Potsdam seien deutschlandweit einzigartig, konnte im Zuge der Auswertung der Studie bestätigt werden. Stellvertretend dafür steht die Aussage einer Spielerin, die sich über die Anhänger des 1. FFC Turbine Potsdam wie folgt äußerte:

„Die Fankultur ist natürlich ganz besonders bei Turbine.“ (Spielerin)

Dies bezog sie nicht nur auf die Heimspiele, sondern führte weiterhin an:

„Wir haben [auch] bei den Auswärtsspielen immer zwei Fanbusse, die uns überall unterstützen, die [uns] sogar bei den Champions League Spielen [...] [begleiten], ich glaube, das können nicht viele andere Bundesligavereine von sich behaupten, dass sie immer so zahlreich durch die Fans vertreten sind.“ (Spielerin)

Hinsichtlich der Fankultur des Vereins sowie der Zuschauerkulisse bei den Heimspielen stechen insbesondere die Anhänger auf der Haupttribüne hervor. Die meisten Zuschauer kommen mit Trikot, Fanschal und diversen anderen Merchandising-Artikeln eingekleidet ins Stadion. Weiterhin sitzen die beiden organisierten Fanklubs des Vereins auf der Haupttribüne und sorgen durch lautstarke Fangesänge, Anfeuerungsrufe und diverse Lärminstrumente wie Pauken, Trommeln, Tröten oder Rasseln für eine großartige Stimmung, während und nach den Heimspielen. Je nach Spielverlauf variiert die Stimmungskurve bei den Heimspielen. Doch wenn es mal leiser wird, genüge laut Aussage eines befragten Anhängers oft ein kurzer Blick, und plötzlich feuern wieder alle Zuschauer auf der Haupttribüne die Mannschaft lautstark an. Für die Spielerinnen sind ihre Anhänger, insbesondere die Fans der Haupttribüne, einzigartig.

„Wir sagen auch immer wieder, dass sieht aus wie eine blaue Wand, weil viele Fans mit Trikots, Schals und was auch immer in das Stadion kommen. Ist halt schon was Besonderes.“ (Spielerin)

Diese Begeisterung der Anhänger auf der Haupttribüne überträgt sich nach Aussagen der Experten auch auf die restlichen Blöcke im Stadion. Mittlerweile feuern nach Angaben der befragten Anhänger immer mehr Zuschauer die Mannschaft des 1. FFC Turbine Potsdam während der Heimspiele frenetisch an.

TURBINE, SEINE FANS UND DAS KARLI – EIN ATMOSPHERISCHES PHÄNOMEN!

Eine zentrale Fragestellung der Studie war: Was ist Stadionatmosphäre eigentlich und welche Faktoren beeinflussen die persönliche Wahrnehmung? Eine Spielerin beschrieb Atmosphäre wie folgt:

„Die Stimmung im Stadion [...], Fangesänge und Anfeuerungen [...], das macht für mich Atmosphäre im Stadion aus.“ (Spielerin)

Ein Zuschauer definiert Stadionatmosphäre mit folgenden Worten:

„Ein spannendes Spiel, Stimmung und Lautstärke auf jeden Fall. Viele Schlachtrufe, die Mannschaft anfeuern. Das macht für mich schon Atmosphäre aus.“ (Zuschauer)

Grundsätzlich ging aus der Studie hervor, dass, das Stadion sowie dessen Architektur für die Befragten die Grundvoraussetzung bilden, dass überhaupt Atmosphäre entstehen kann. Darüber hinaus konnten weitere Einflussgrößen von Atmosphäre im Zuge der Auswertung eruiert werden. Diese lassen sich in die nach Uhrich definierten veranstalterbedingten-, zuschauerbedingten- sowie spielbedingten Stimuli kategorisieren. Als veranstalterbedingte Stimuli kristallisierten sich dabei das Stadion selbst, die Tageszeit, der Stadionsprecher sowie Musikeinspielungen wie beispielsweise die Tormusik heraus. Die Attraktivität der gegnerischen Mannschaft, Tore, der Schiedsrichter und Spielverlauf stellen für die Experten ebenfalls entscheidende Einflussfaktoren dar, die den spielbedingten Stimuli zugeordnet werden können. Als zuschauerbedingte Stimuli stellten sich die Anzahl der Zuschauer, visuelle Zeichen wie Trikots oder Fahnen, die Stimmung im Allgemeinen, Schlachtrufe im Speziellen sowie die während des Spiels herrschende Lautstärke heraus. Einigkeit herrscht bei allen Experten darüber, dass die Atmosphäre umso besser ist, je mehr Zuschauer sich im Stadion aufhalten.

„Wenn man große Spiele hat, zum Beispiel gegen Frankfurt, Wolfsburg oder Lyon, wenn dann so um die 5000 bis 6000 Zuschauer kommen, dann ist es natürlich [...] etwas Besonderes.“ (Spielerin)

Vor allem gegen diese Gegner wollen die heimischen Fans den Anhängern der Gastmannschaft zeigen, wer der Herr im Karl-Liebknecht-Stadion ist.

Darüber hinaus spielt auch das Wetter eine wichtige Rolle und stellt für die Experten einen entscheidenden Faktor für die Entwicklung von Stadionatmosphäre dar. Ein Befragter sagte in diesem Zusammenhang:

„Das ist schon auch wetterabhängig [...]. Das macht ja auch viel mehr Spaß, ins Stadion zu gehen, wenn die Sonne scheint, wenn einem selber auch das Gemüt ein bisschen erhellt wird durch die Sonne, anstatt man mit einem Regenschirm kommt und es ist kalt.“ (Befragte)

Im Hinblick auf die Atmosphäre im Karl-Liebknecht-Stadion bleibt festzuhalten, dass der Verein 1. FFC Turbine Potsdam, seine Fans und das Karli im Zusammenspiel ein atmosphärisches Phänomen darstellen, da nach Ansicht der Experten im deutschen Frauenfußball nichts Vergleichbares existiert.

Weiterhin besteht unter allen Experten Einigkeit darin, dass mit Beginn der Erwärmung der Mannschaft vor, während und nach dem Spiel eine einzigartige Stimmung im Stadion und somit eine besondere Stadionatmosphäre herrscht.

Darüber hinaus wurde in den einzelnen Gesprächen immer wieder die Begeisterung und Leidenschaft thematisiert, die sich nach Ansicht der Zuschauer auf die Spielerinnen sowie von Spielerinnen auf Fans übertragen kann. Nach Aussage eines Anhängers besteht zwischen Spielerinnen und Fans ein Geben und Nehmen. Somit können Leidenschaft und Begeisterung sowohl auf Seiten der Aktiven als auch auf Seiten der Zuschauer ebenfalls als entscheidende Einflussfaktoren für die Wahrnehmung von Stadionatmosphäre im Karli angesehen werden.

Stellt sich abschließend die Frage: Wann ist die Atmosphäre im Karl-Liebknecht-Stadion denn am besten? Nach Aussagen der Befragten ist die Stadionatmosphäre im Karli dann am Siedepunkt, wenn die Mannschaft des 1. FFC Turbine Potsdam ein Tor erzielt und im direkten Anschluss die Tormusik ertönt. Dann kocht die Stimmung im Karli sprichwörtlich über. Weiterhin stellen die Verkündung der Mannschaftsaufstellung, Fehlentscheidungen des Unparteiischen oder ein Elfmeter für die Heimmannschaft atmosphärische Höhepunkte für die Experten dar.

Die Aussage des Co-Trainers unterstreicht zusammenfassend die Einzigartigkeit der Stadionatmosphäre während eines Heimspiels des 1. FFC Turbine Potsdam. Auf die Frage: „Wenn man das Karli jetzt vergleicht mit anderen Bundesliga-Stadien – wo würden Sie es von der Stimmung her platzieren?“, antwortete er:

„Das ist ganz klar an erster Stelle. Wenn ich sehe, wo die anderen Mannschaften spielen, dann ist kaum so eine Stimmung wie im Karli [...]. Die Stimmung beim Frauenfußball im Karli ist mit keinem anderen Stadion zu vergleichen. Das ist schon die beste Atmosphäre in der ersten Frauenbundesliga.“ (Co-Trainer)

4 RESÜMEE

Schlussendlich bleibt festzuhalten, dass während der Heimspiele des 1. FFC Turbine Potsdam für die Befragten eine besondere Atmosphäre vorherrscht, die durch ein angenehmes, entspanntes, stimmungsvolles und sehr familiäres Klima gekennzeichnet ist. Demzufolge bestätigt die durchgeführte Studie die in der Einleitung angeführte Aussage, dass beständig von der besonderen Atmosphäre die Rede ist, wenn Zuschauer nach ihren Beweggründen befragt werden, warum sie ins Stadion gehen.

Aus der Studie geht weiterhin hervor, dass im Wesentlichen die drei Faktoren Fußball, Stadion und Zuschauer im Zusammenspiel Atmosphäre schaffen. Die persönliche Wahrnehmung von Atmosphäre wird dabei durch die drei Stimuli Veranstalter, Spielverlauf und Zuschauer, sowie die individuellen Gefühlszustände beeinflusst. Anzumerken ist, dass die Beurteilung und Wichtigkeit der einzelnen Stimuli für persönliche Wahrnehmung der Atmosphäre im Karl-Liebknecht-Stadion individuell unterschiedlich ist. Fakt ist aber, dass sich im Zusammenspiel aller Faktoren auf der Subjekt- und Objektseite das Phänomen Stadionatmosphäre entwickelt. Die Wahrnehmung von Stadionatmosphäre durch den Einzelnen ist dabei individuell.

Neben den angeführten Faktoren spielen vor allem die Begeisterung der Zuschauer für den Sport, die Leidenschaft der Fans für den 1. FFC Turbine Potsdam sowie ihre Sympathie für die Mannschaft und einzelne Spielerinnen eine entscheidende Rolle, dass bei den Heimspielen eine im Frauenfußball als einzigartig beschriebene Stadionatmosphäre entsteht. Abschließend kann eine Aussage einer Spielerin angeführt werden, die in einem kurzen Satz beschreibt, was für sie Atmosphäre im Karl-Liebknecht-Stadion bedeute:

„Die Fans, ein geiles Stadion und guter Fußball.“ (Spielerin)

Die Erkenntnisse der Studie geben Aufschluss darüber, welche Voraussetzungen und Faktoren Einfluss auf die Entstehung von Stadionatmosphäre nehmen können. Allerdings können keine allgemeingültigen Aussagen hinsichtlich der Wahrnehmung von Stadionatmosphäre getroffen werden; denn obgleich ähnliche oder zum Teil auch gleiche Einflussfaktoren bei der subjektiven Wahrnehmung aller Beteiligten von Atmosphäre im Babelsberger Karl-Liebknecht-Stadion erkennbar waren, ist und bleibt die Wahrnehmung von Atmosphäre in einem bestimmten Raum ebenso individuell wie der Mensch als Lebewesen selbst.

LITERATURVERZEICHNIS

- BLUM, E. (2010): Atmosphäre. Hypothesen zum Prozess der räumlichen Wahrnehmung. Baden: Lars Müller Verlag.
- KAZIG, R. (2007): Atmosphären – Konzept für einen nicht repräsentationellen Zugang zum Raum. In: Berndt, C.; Pütz, R. (Hrsg.): Kulturelle Geographien – Zur Beschäftigung mit Raum und Ort nach dem Cultural Turn. Bielefeld: Transcript, S. 167–187.
- KRAMPE, D. (2011): Die Atmosphäre war noch intensiver (abrufbar unter URL: <http://www.ruhrnachrichten.de/sport/bvb/Aktuelles-Die-Atmosphaere-war-noch-intensiver;art11635,1480009>, Stand: 22.3.2015).
- OHNE VERFASSER (2014): Stadion. Das Karli grüßt seine Gäste (abrufbar unter URL: <http://babelsberg03.de/verein/unser-stadion/fakten/>, Stand: 22.3.2015).
- OHNE VERFASSER (2014): Verein. Unsere Fans (abrufbar unter URL: http://www.turbine-potsdam.de/verein_fans.php, Stand: 21.03.2015).
- SPLETTSTÖSSER, M. (2011): Turbine Fans sind eine Macht. In: 1. FFC Turbine Potsdam (Hrsg.): Einmal Turbine – immer Turbine, Potsdam, S. 211–224.
- UHRICH, S. (2008): Stadionatmosphäre als verhaltenswissenschaftliches Konstrukt im Sportmarketing. Entwicklung und Validierung eines Messmodells. Wiesbaden: Springer Verlag.