

**HOCHSCHULE BOCHUM**

**MASTERSTUDIENGANG**      Architektur Media Management

**VERFASSER**                      Johannes Rudolf Zettel, Dipl. Ing. (FH) - Architektur

**MATRIKELNUMMER**              10210814

## **Stadionarchitektur als Mittel zur Architekturvermittlung**

These

Die moderne Stadionarchitektur bietet Potential zur Architekturdiskussion in der Bevölkerung und zur Planung von Sportstätten im kleineren Maßstab

Master-Thesis zur Erlangung des akademischen Grades Master of Arts

**ERSTPRÜFER**                      Prof. Jan R. Krause

**KORREFERENTIN**                  Prof. Dr. Andrea Mohnert

**ABGABETERMIN**                  08.August 2011

# Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis.....	II
Abbildungsverzeichnis.....	VI
Tabellenverzeichnis .....	IX
Abkürzungsverzeichnis .....	X
<b>1 Einleitung.....</b>	<b>1</b>
1.1 Anlass.....	1
1.2 Problemstellung.....	2
1.3 Zielsetzung und Relevanz .....	2
1.4 Aufbau der Arbeit.....	3
<b>2 Grundlagen der Stadionarchitektur .....</b>	<b>5</b>
2.1 Die Faszination Stadion .....	5
2.2 Die Geschichte der Stadien.....	6
<b>3 Stadiontypen.....</b>	<b>11</b>
3.1 Offizielle Stadioneinteilung - Das Stadion-Infrastruktur-Reglement.....	11
3.2 Zweckorientierte Stadioneinteilung .....	12
3.2.1 Das reine Fußballstadion .....	12
3.2.2 Das Mehrzweckstadion .....	13
3.2.3 Die neuen Arenen .....	14
3.3 Architekturorientierte Stadioneinteilung.....	15
3.3.1 Die Architektur-Ikone .....	16
3.3.2 Das nutzerorientierte Stadion .....	17
3.3.3 Das gewachsene Stadion .....	17
<b>4 Die Stadiondarstellung in den Medien.....</b>	<b>19</b>
4.1 Printmedien .....	19
4.1.1 Tagespresse .....	20
4.1.2 Sportberichterstattung.....	21
4.1.3 Fachpresse .....	23
4.1.4 Fanzines.....	24
4.2 Fernsehen.....	25
4.3 Corporate Design und Namenssponsoring .....	26
4.3.1 Corporate Design .....	26

---

4.3.2	Namenssponsoring.....	27
4.4	Online Medien .....	31
4.4.1	Web-Präsenzen der neuen Arenen .....	31
4.4.2	Soziale Netzwerke .....	32
4.4.3	Sport-Portale.....	33
4.5	Zwischenfazit zur Kommunikationsleistung der Medien.....	34
<b>5</b>	<b>Die Gruppe der Fußballbegeisterten.....</b>	<b>35</b>
5.1	Ultras.....	36
5.2	Fanclubs .....	39
5.3	Interessierte .....	40
5.4	Eventfans.....	41
<b>6</b>	<b>Arten und Wege der aktiven Diskussion .....</b>	<b>42</b>
6.1	Das Gespräch .....	42
6.2	Der Leserbrief.....	43
6.3	Das Diskussionsforum im Internet.....	44
6.4	Das sozialen Netzwerk.....	46
6.5	Das Bewertungsportal.....	47
6.6	Die Podiumsdiskussion .....	48
<b>7</b>	<b>Das Internetforum als vorrangiges Medium der Stadiondiskussion.....</b>	<b>49</b>
7.1	Das Forum auf 11Freunde.de .....	49
7.2	Groundhopping-Foren.....	51
7.3	Foren der Ultra-Gruppierung.....	52
7.4	Vereinsforen .....	53
7.5	Zwischenfazit zur Architekturdiskussion in den Foren .....	54
<b>8</b>	<b>Architekturdiskussion über Elitestadien.....</b>	<b>55</b>
8.1	Die Allianz Arena in München .....	55
8.1.1	Das Stadion und die Planung.....	55
8.1.2	Die Kommunikation in den Medien .....	57
8.1.3	Die Diskussion der Besucher .....	57
8.1.4	Zwischenfazit Allianz Arena .....	58
8.2	Die Veltins-Arena auf Schalke.....	59
8.2.1	Das Stadion und die Planung.....	59
8.2.2	Die Kommunikation in den Medien .....	60
8.2.3	Die Diskussion der Besucher .....	61

---

8.2.4	Zwischenfazit Veltins-Arena .....	61
8.3	Der Signal-Iduna-Park in Dortmund .....	62
8.3.1	Das Stadion und die Planung.....	62
8.3.2	Die Kommunikation in den Medien .....	63
8.3.3	Die Diskussion der Besucher .....	64
8.3.4	Zwischenfazit Signal-Iduna-Park .....	65
<b>9</b>	<b>Die Stadionneubauten in unteren Ligen .....</b>	<b>66</b>
9.1	Die Kommunikation in den Medien .....	66
9.2	Das Stadion des FC Augsburg.....	67
9.2.1	Das Stadion und die Planung.....	67
9.2.2	Die Diskussion der Besucher .....	68
9.3	Der Audi-Sportpark in Ingolstadt .....	69
9.3.1	Das Stadion und die Planung.....	69
9.3.2	Die Diskussion der Besucher .....	70
9.4	Das Stadion des SC Paderborn 07.....	71
9.4.1	Das Stadion und die Planung.....	71
9.4.2	Die Diskussion der Besucher .....	72
9.5	Zwischenfazit zu den kleineren Stadien .....	72
<b>10</b>	<b>Fazit und Ausblick .....</b>	<b>74</b>
10.1	Ergebnisse der geführten Diskussionen .....	74
10.2	Erkenntnisse und Empfehlungen.....	77
10.3	Ausblick.....	78
<b>11</b>	<b>Produktidee und Umsetzung .....</b>	<b>80</b>
11.1	Product.....	80
11.2	Promotion .....	82
11.3	Place.....	84
11.4	Price.....	84
11.5	Umsetzungskonzept.....	85
11.5.1	Rahmenverträge mit Hotels und der Bahn.....	86
11.5.2	Die Zusammenarbeit mit den Vereinen .....	86
11.5.3	Der Zeitplan für den Verkaufsstart zur Saison 2012/2013 .....	87
11.5.4	Die ersten drei Stadiontouren 2012/2013.....	88
<b>Anhang</b> .....	<b>.....</b>	<b>89</b>
Anhang 1:	Die UEFA-Kategorien .....	89
Anhang 2:	Die Trägerschaften der neuen Arenen.....	92

Anhang 3: Auszug aus einer Internetdiskussion .....	95
12 Literaturverzeichnis .....	106
13 Eidesstattliche Versicherung .....	112

## Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: geplante oder bereits durchgeführte Stadionneubauten (Auszug) Quelle: Johannes Zettel .....	2
Abb. 2: Flutlicht des Grotenburg-Stadions in Krefeld, Uerdingen Quelle: Johannes Zettel .....	4
Abb. 3: Panathinaikos-Stadion, Athen 2002 Foto: Gerold Meiners Quelle: <a href="http://de.wikipedia.org/w/index.php?title=Datei:Panathinaikos-Stadion_in_Athen.jpg&amp;filetimestamp=20060316130825">http://de.wikipedia.org/w/index.php?title=Datei:Panathinaikos-Stadion_in_Athen.jpg&amp;filetimestamp=20060316130825</a> (Letzter Aufruf am 15.06.2011) .....	8
Abb. 4: Allianz-Arena in München Quelle: <a href="http://www.panoramio.com/photo/38646635">http://www.panoramio.com/photo/38646635</a> (Letzter Aufruf am 15.06.2011).....	10
Abb. 5: Stadion am Bruchweg in Mainz Quelle: <a href="http://www.panoramio.com/photo/9527238">http://www.panoramio.com/photo/9527238</a> (Letzter Aufruf am 18.06.2011).....	13
Abb. 6: Das Olympiastadion in München Quelle: <a href="http://www.panoramio.com/photo/6213094">http://www.panoramio.com/photo/6213094</a> (Letzter Aufruf am 18.06.2011).....	14
Abb. 7: Rhein-Energie-Stadion in Köln Quelle: <a href="http://www.panoramio.com/photo/1231479">http://www.panoramio.com/photo/1231479</a> (Letzter Aufruf am 18.06.2011).....	15
Abb. 8: Die Architektur-Ikone Allianz Arena, München Quelle: <a href="http://static.panoramio.com/photos/original/1110659.jpg">http://static.panoramio.com/photos/original/1110659.jpg</a> (Letzter Aufruf am 27.07.2011) .....	17
Abb. 9: Das nutzerorientierte Stadion: Die Arena auf Schalke, Gelsenkirchen Quelle: <a href="http://static.panoramio.com/photos/original/1162239.jpg">http://static.panoramio.com/photos/original/1162239.jpg</a> (Letzter Aufruf am 28.07.2011) .....	17
Abb. 10: Das gewachsene Stadion: Westfalenstadion in Dortmund, früher und heute Quellen: <a href="http://www.bvb-korsaren.de/stadion/stadionalt-k2.jpg">http://www.bvb-korsaren.de/stadion/stadionalt-k2.jpg</a> (Letzter Aufruf am 28.07.2011) <a href="http://www.dortmund-airport.de/uploads/pics/Westfalenstadion.jpg">http://www.dortmund-airport.de/uploads/pics/Westfalenstadion.jpg</a> (Letzter Aufruf am 28.07.2011).....	18
Abb. 11: Stadioninnenräume in Mönchengladbach und München (links Gladbach, rechts München) Quellen: <a href="http://www.gesellschaftsbecken.de/images/Borussia/100_1016.JPG">http://www.gesellschaftsbecken.de/images/Borussia/100_1016.JPG</a> (Letzter Aufruf am 20.07.2011) <a href="http://v10.lscache4.c.bigcache.googleapis.com/static.panoramio.com/photos/original/3103011.jpg">http://v10.lscache4.c.bigcache.googleapis.com/static.panoramio.com/photos/original/3103011.jpg</a> (Letzter Aufruf am 20.07.2011) <a href="http://www.falscherdaniel.de/fotos/muenchen/olympiastadion.jpg">http://www.falscherdaniel.de/fotos/muenchen/olympiastadion.jpg</a> (Letzter Aufruf am 20.07.2011) <a href="http://www.electrovoice.com/sitefiles/pr_images/ALLIANZ_arena_WORLD_CUP_02web.jpg">http://www.electrovoice.com/sitefiles/pr_images/ALLIANZ_arena_WORLD_CUP_02web.jpg</a> (Letzter Aufruf am 20.07.2011) .....	26

- Abb. 12: Auswahl von verschiedenen Corporate Designs im Stadionbau  
 Quellen:[http://de.wikipedia.org/w/index.php?title=Datei:Allianz-Arena\\_logo.svg&filetimestamp=20080622084648](http://de.wikipedia.org/w/index.php?title=Datei:Allianz-Arena_logo.svg&filetimestamp=20080622084648)(Letzter Aufruf am 21.07.2011) <http://de.wikipedia.org/wiki/Veltins-Arena> (Letzter Aufruf am 21.07.2011) <http://www.signal-iduna-park.de> (Letzter Aufruf am 21.07.2011) [http://www.stadionwelt-business.de/index.php?rubrik=locations&site=firmen&firma=imtech\\_arena&head=lmtech-Arena-Hamburg&id=379&kat=stadien](http://www.stadionwelt-business.de/index.php?rubrik=locations&site=firmen&firma=imtech_arena&head=lmtech-Arena-Hamburg&id=379&kat=stadien) (Letzter Aufruf am 21.07.2011) ..... 27
- Abb. 13: Merchandisingprodukte vom Stadion – Produktpalette aus dem Online Shop der Allianz Arena  
 Quelle: <http://www.allianz-arena-shop.de/index.shtml> (Letzter Aufruf am 25.06.2011)..... 29
- Abb. 14: Webpräsenz der Allianz Arena  
 Quelle: [www.allianz-arena.de/de/index.php](http://www.allianz-arena.de/de/index.php) (Letzter Aufruf am 22.07.2011)..... 31
- Abb. 15: Auf Facebook gibt es Stadionsdiskussionen zu fast jedem Stadion (hier Essen)  
 Quelle: <http://www.facebook.com/group.php?gid=104625276245149> (Letzter Aufruf am 22.07.2011) ..... 33
- Abb. 16: Gruppeneinteilung der Fußballbegeisterten Quelle: Johannes Zettel..... 35
- Abb. 17: Klassifikation der Fußballfans Quelle: Johannes Zettel ..... 36
- Abb. 18: Choreographie in der Münchner Allianz Arena 2010  
 Quelle: [http://2.bp.blogspot.com/\\_0SXi0l6pcC0/S9B1zfRqPHI/AAAAAAAAABpw/hk5DIUEJaw0/s1600/choreo3.jpg](http://2.bp.blogspot.com/_0SXi0l6pcC0/S9B1zfRqPHI/AAAAAAAAABpw/hk5DIUEJaw0/s1600/choreo3.jpg) (Letzter Aufruf am 28.06.2011)..... 37
- Abb. 19: Screenshot des Fan-Forums des SSV Jahn Regensburg  
 Quelle: <http://www.jahnforum.de>..... 45
- Abb. 20: Screenshot des Bewertungsportals Ciao.de  
 Quelle: [http://www.ciao.de/Allianz\\_Arena\\_Munchen\\_Test\\_3014868](http://www.ciao.de/Allianz_Arena_Munchen_Test_3014868) (Letzter Aufruf am 24.07.2011) ..... 48
- Abb. 21: Das Forum des Fußballmagazins 11Freunde  
 Quelle: <http://www.11freunde.de/forum/1/1308398219/5> (Letzter Aufruf am 25.07.2011) ..... 51
- Abb. 22: Zuschauerrekord für ein Eishockeyspiel, in der Multifunktionsarena auf Schalke  
 Quelle: [http://sport.t-online.de/b/41/56/80/00/id\\_41568000/tid\\_da/index.jpg](http://sport.t-online.de/b/41/56/80/00/id_41568000/tid_da/index.jpg) (Letzter Aufruf am 30.07.2011)..... 60
- Abb. 23: Die Südtribüne des Dortmunder-Stadions, mit den ergänzten Stadionecken  
 Quelle: E.Barz (2006), <http://www.fussball-wm-total.de/Fotos/dort06.jpg> (Letzter Aufruf am 30.07.2011) ..... 63

Abb. 24: EntwürfedesAugsburger Stadions	
Quellen: <a href="http://www.stadionwelt-business.de/images/news/eichholtz_130707_02.jpg">http://www.stadionwelt-business.de/images/news/eichholtz_130707_02.jpg</a> <a href="http://www.stockheim-media.com/tl_files/stockheim-media/news/impuls_arena_modell.jpg">http://www.stockheim-media.com/tl_files/stockheim-media/news/impuls_arena_modell.jpg</a> (Letzter Aufruf am 02.08.2011).....	68
Abb. 25: Der Audi-Sportpark. Ein Bau der Hellmich Unternehmensgruppe	
Quelle: <a href="http://www.audisportpark.de/uploads/pics/Audi_Sportpark_Front_klein.jpg">http://www.audisportpark.de/uploads/pics/Audi_Sportpark_Front_klein.jpg</a> (Letzter Aufruf am 03.08.2011) .....	70
Abb. 26: Visualisierung des Stadions in Paderborn	
Quelle: <a href="http://www.stadion-paderborn.de/sta31.jpg">http://www.stadion-paderborn.de/sta31.jpg</a> (Letzter Aufruf am 05.08.2011).....	72
Abb. 27: Die Uhr im alten Highbury Park wurde symbolisch in das Emirate Stadium mitgenommen	
Quellen: <a href="http://wapedia.mobi/thumb/4d8e504/en/fixed/470/353/Arsenal_Stadium_interior_Clock_End.jpg?format=jpg">http://wapedia.mobi/thumb/4d8e504/en/fixed/470/353/Arsenal_Stadium_interior_Clock_End.jpg?format=jpg</a> (Letzter Aufruf am 03.08.2011) <a href="http://news.bbcimg.co.uk/media/images/50756000/jpg/_50756642_003702001-1.jpg">http://news.bbcimg.co.uk/media/images/50756000/jpg/_50756642_003702001-1.jpg</a> (Letzter Aufruf am 03.08.2011) .....	76
Abb. 28: Das Leipziger WM-Stadion wurde in das alte traditionsreiche Zentralstadion hineingebaut	
Quelle: <a href="http://www.leipzig-info.net/events/fifawm06/stadion.jpg">http://www.leipzig-info.net/events/fifawm06/stadion.jpg</a> (Letzter Aufruf am 04.08.2011) .....	77
Abb. 30: Finanzierungsstruktur von Dr. Günter Vornholz, eigene Abbildung nach Vornholz.....	95

## Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Stadien und deren Umbenennungen 2011/2012 Quelle: Stadionwelt.de* Stadion wurde neu errichtet und ist keine Renovierung oder reine Umbenennung.....	30
Tabelle 2: Werbestrategie der Architektur-Dauerkarte anhand des AIDA- Konzeptes.....	83
Tabelle 3: Überschlagsrechnung für Stadionevent.....	85

## Abkürzungsverzeichnis

DFB = Deutscher Fußball Bund

FIFA = Federation Internationale de Football Association

HPP = HentrichPetschnigg& Partner

UEFA = Union of European Football Associations

o.g= oben genannt

vgl.= vergleiche

o.ä.=oder ähnliches.

# 1 Einleitung

## 1.1 Anlass

Spätestens seit der Vergabe der Fußball-Weltmeisterschaft durch die FIFA am 06. Juli 2000 in Zürich an den Deutschen Fußball Bund (DFB) sind die daraus resultierten Stadionneubauten, welche markante Eingriffe in die Stadtlandschaft oder starke Sanierungsmaßnahmen waren, vielen Menschen in der Bevölkerung der Bundesrepublik bekannt. Den Stadien werden analog zu ihrer architektonischen Anmutung Spitznamen gegeben und die Zuschauer der dort beheimateten Vereine sprechen oft von „Tempeln“. „Längst haben die modernen ‚Theater der Träume‘ in den Städten traditionelle Wahrzeichen wie Kirchen, Museen oder andere Repräsentationsbauten abgelöst.“<sup>1</sup>

Für die FIFA-WM 2006 wurden im Bundesgebiet zwölf Stadien zum Teil neu errichtet, zum Teil aber auch saniert. Noch vor den Titelkämpfen begannen aber auch die anderen Vereine, deren Stadien keine Austragungsorte waren, ambitionierte Neubauprojekte oder Renovierungen durchzuführen. In den 23 Jahren von der Eröffnung des WM-Stadions in Köln-Müngersdorf 1975 und dem Abriss des Volksparkstadions in Hamburg 1998 wurden keine maßgeblichen Neubau-Projekte vorangetrieben. Der Zeitpunkt der WM-Vergabe aber lässt sich als Initialzündung für die Neuorientierung der deutschen Stadionlandschaft festlegen<sup>2</sup>. Man kann sagen, dass sich diese Veränderung von den deutschen Eliteligen auch in Zukunft durch die unteren Spielklassen weiter fortführen wird.

Diese durchgeführten Stadionprojekte sind in Deutschland der Anstoß eines oft polarisierenden Diskurses in den Medien und in der Bevölkerung. Diese Entwicklung und das abnehmende Interesse der Bevölkerung an Architektur sind der Anlass, die Diskussion über Sportarchitektur zu untersuchen. Da der Sport in der Bundesrepublik die breite Masse in seinen Bann zieht und der Fußball als Volkssport in allen Gesellschaftsschichten fest verankert ist, kann die Stadionarchitektur einen

---

<sup>1</sup> Raschke 2006, S.18

<sup>2</sup> vgl. Ney, 2005, S. 226 ff.

großen Beitrag zur Architekturvermittlung und zur Herstellung eines Architekturbewusstseins in der Bevölkerung leisten.

## 1.2 Problemstellung

Da der Diskurs über Stadien nicht auf von Architekten moderierten und organisierten Podiumsdiskussionen stattfindet, sondern innerhalb einer meist fachfremden Gruppe von Teilnehmern, darf man keine fachlich korrekte Sprache oder einen Austausch von Meinungen unter den von Architekten als wichtig empfundenen Gesichtspunkten erwarten. Es wird zu untersuchen sein inwiefern eine Diskussion über die architektonische Qualität der Stadien stattfindet und wie diese zur Gestaltung neuer Stadien beitragen kann.

## 1.3 Zielsetzung und Relevanz



Abb. 1: geplante oder bereits durchgeführte Stadionneubauten (Auszug)

Quelle: Johannes Zettel

Da die Stadien in der deutschen Bundesliga mittlerweile bereits den neuesten Anforderungen im Bezug auf Komfort und Multifunktionalität entsprechen muss man, um die Relevanz des Stadionthemas in der Bundesrepublik zu erkennen, den Blick auf die Städte und Vereine auch außerhalb der 1.Liga richten. Aktuell befinden sich laut dem Internetportal „*Stadionwelt.de*“ zwanzig deutsche Stadien in Planung

oder Bau.<sup>3</sup> Dazu kommen Projekte, die in Ihren Städten zu polarisierenden Gegenständen werden und die Bevölkerung spalten.

Da die Vereine, die derzeit noch ohne fertig gestellten Neubau ihrem Spielbetrieb nachgehen, durch die strenger werdenden Auflagen des Deutschen Fußball Bundes angehalten werden ihre bestehenden Stadien zu modernisieren, kann auch in den nächsten Jahren von der Planung und Ausführung von neuen Stadionprojekten ausgegangen werden. Da sie infrastrukturelle Maßnahmen, multifunktionale Ausrichtungsstätten und nicht zuletzt neue Heimaten für die Gruppe der Fußballbegeisterten sind, bietet das Thema eine hohe Relevanz für die Vermittlung von Architektur in der angesprochenen Zielgruppe der Architekten, der Stadionbetriebsgesellschaften und der Medienvertreter

Diese können die gewonnenen Erkenntnisse bei der Planung und dem Bau neuer Stadien und Arenen, auch im kleineren Maßstab, berücksichtigen. Das Bewusstsein für Architektur in der Bevölkerung anhand des Bautyps Stadion soll dabei neu geweckt werden.

## 1.4 Aufbau der Arbeit

Nach der Einführung in die Problemstellung und Zielsetzung der Arbeit werden im 2. Kapitel die Grundlagen der Stadionarchitektur erläutert. Die Geschichte der Stadien wird aufgezeigt. In Kapitel 3 werden verschiedene Arten der Stadien typisiert und in Kategorien eingeteilt.

Im 4. Kapitel wird die Kommunikationsleistung der einzelnen Medien analysiert, um aufzuzeigen über welche Medien Stadionsdiskussionen angestoßen werden können und woher Architekturdiskussion über Stadien inhaltlich gespeist werden kann.

Ob und wie diese Diskussionsanreize angenommen werden, hängt von den Diskutierenden ab. Deshalb werden in Kapitel 5 die Fußballbegeisterten und ihre Eigenheiten näher beleuchtet.

---

<sup>3</sup> vgl. Stadionwelt.de: Neu- und Umbau Deutschland

Die Kenntnis der möglichen Arten und Wege der aktiven Stadiondiskussion (Kapitel 6) ist für das Verständnis der tatsächlichen Stadiondiskussion von zentraler Bedeutung. Diese findet nämlich vorrangig in Internetforen statt.

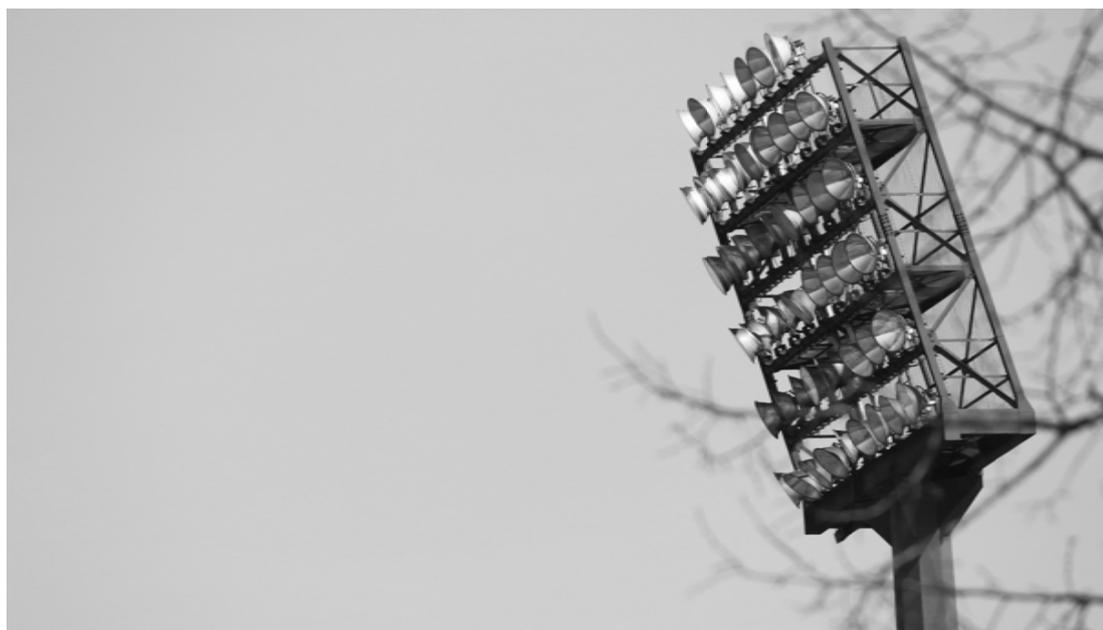
Im Rahmen dieser Arbeit wurden daher mit der Frage „Stadionarchitekturen – Was haltet ihr davon?“ gezielt Architekturdiskussionen in Internetforen gestartet. Die Ergebnisse ausgesuchter Foren werden in Kapitel 7 vorgestellt.

Die gewonnenen Erkenntnisse (Wer redet wie wo worüber?) werden dann beispielhaft für drei Elitestadien (Allianz Arena, Veltins-Arena und Signal-Iduna-Park) in Kapitel 7 miteinander verknüpft.

In Kapitel 8 folgen drei Beispiele von Stadionbauten in unteren Ligen.

Abschließend (Kapitel 10) erfolgt ein Fazit der gewonnenen Erkenntnisse mit anschließendem Ausblick.

Auf Grundlage dieser Master-Thesis wird in Kapitel 11 dann die Architekturdauerkarte vorgestellt. Dieses Produkt setzt die gewonnenen theoretischen Erkenntnisse in die Praxis um und soll dazu dienen das Potential zur Architekturdiskussion, dass die moderne Stadionarchitektur bietet, weiter auszuschöpfen und so die Planung von Sportstätten im kleineren Maßstab voranzutreiben.



*Abb. 2: Flutlicht des Grotenburg-Stadions in Krefeld, Uerdingen*

*Quelle: Johannes Zettel*

## 2 Grundlagen der Stadionarchitektur

### 2.1 Die Faszination Stadion

Die Faszination, die von Stadien und Amphitheatern ausgeht, diente bereits in der frühen Antike der griechischen Stadtstaaten den Herrschern als Instrument zur „Regie der Massen“<sup>4</sup>. Das Motto „Panem et circenses“ - Brot und Spiele – beschrieb im alten Rom, dass man die Bevölkerung ruhig stellen konnte indem man ihr große Massenveranstaltungen im Kolosseum anbot. Dadurch konnten die Herrscher im antiken Rom ihre Bürger leichter kontrollieren.

Waren es Anfangs noch Militärparaden, die in solch großen Bauwerken stattfanden, dass sie oft im Stande waren allen Einwohnern der Stadt einen Platz anzubieten, so folgten schnell sportliche Wettkämpfe die bereits an heutige Leichtathletikveranstaltungen erinnern. Dabei können hier die olympischen Spiele der Antike oder die Gladiatorenkämpfe genannt werden.

Der Architekt Etienne-Louis Boullée beschreibt die „Faszination Stadion“ im 18. Jahrhundert bereits sehr atmosphärisch. „Man stelle sich dreihunderttausend Menschen vor, vereint in einem Amphitheater, wo niemand den Blicken der Menge entgehen könnte. Das würde einen einzigartigen Eindruck machen: die Schönheit dieses erstaunlichen Schauspiels nämlich käme durch die Zuschauer selbst und entstünde allein durch sie“<sup>5</sup>. Was Boullée bereits vor mehr als 200 Jahren beschrieb wird vom deutschen Journalisten Erik Eggers in einem Artikel über den Signal-Iduna-Park in Dortmund in seiner Aktualität bestätigt: „[...]Dann, wenn hier bei Bundesligaspielen über 82.000 Menschen Feste des Fußballs feiern. Dann, wenn die monströse Südtribüne [...] sich in einem Fahnenmeer aus Schwarz und Gelb präsentiert und inbrünstig Lieder auf die Borussia intoniert. Dann, wenn sich die Atmosphäre verdichtet und verengt in ein großes Kino der Gefühle und seinen legendären Ruf als eines der stimmungsvollsten Fußballstadien dieser Republik

---

<sup>4</sup> vgl. Marg, 2006: S. 12

<sup>5</sup> vgl. Boullée, 1987: S.111

erneuert.“<sup>6</sup>

Der Bautyp Stadion lebte also schon immer von seinen Besuchern. In der Gesamtheit der Masse wird der einzelne Fußballfan wichtiger Bestandteil der Atmosphäre, der sich entladenden Emotion. Das Individuum verschwindet in der Masse und verschmilzt mit ihr. Der Mensch wird somit Teil seines eigenen Stadionerlebnisses. Zunächst erscheint die Architektur an sich in den Hintergrund zu treten. Die Faszination entwickelt sich durch die Atmosphäre welche durch die Akustik von mehreren zehntausend und dem gefühlten Kollektiv ausgeht. Das Verlangen der Menschen „mit allen Sinnen physisch vor Ort und mitten im inszenierten Leben zugegen sein zu wollen“<sup>7</sup> prägt den Stadionbesuch zunächst nachhaltig. Das Stadion wird geprägt durch den Menschen und seine Faszination geht von den Besuchern selbst aus. Die Stadionarchitektur entfaltet sich erst dann, wenn die Zuschauer sie mit Leben füllen. Wenn die lauten Fangesänge durch die überdachten Arenen hallen und sich dem einzelnen ein Bild von der sich ihm gegenüber aufbauenden Masse bietet. Die Faszination Stadion ist kein Phänomen der neuen Multifunktionsarenen. Auch die älteren Stadien, denen es häufig an qualitativvoller Architektur mangelt, besitzen diese Faszination. Dennoch ist es die Aufgabe der Architektur atmosphärische Orte zu schaffen, welche in der Lage sind Emotionen –akustische und visuelle- zu bündeln und in der Masse zur Entfaltung zu bringen. Schafft ein Architekt diese Atmosphäre zu entwerfen und zu planen, so rückt das Bauwerk Fußballstadion erstmals in das Blickfeld der Architekturdiskussion in der Bevölkerung. In dieser Arbeit wird anhand von Beispielen die Diskussion der Besucher über die Fußballstadien in Deutschland analysiert.

## 2.2 Die Geschichte der Stadien

192,27 Meter ist die Wettkampfstrecke die der griechische Begriff **stadion** (Stadion) beschreibt. Im Laufe der Zeit entwickelte sich diese Strecke zu einem Oval.<sup>8</sup> Während im antiken Griechenland bereits olympische Spiele in den Stadien ausgetragen

---

<sup>6</sup> Eggers, 2005: S.42

<sup>7</sup> Marg, 2006: S.17

<sup>8</sup> Vgl. Fischer, 2009: S.31

wurden, fanden im römischen Kolosseum Gladiatorenspiele statt um die Massen im zentralistisch ausgerichteten römischen Reich zu beschäftigen und zu kontrollieren.<sup>9</sup> Später, im absolutistischen Frankreich, entstand die Idee den Bautyp des römischen und griechischen Stadions zu reaktivieren. So entstand nach der französischen Revolution auf dem Marsfeld in Paris das größte Stadion der Neuzeit für 600.000 Besucher. Dies war ein sogenanntes „Erdwallstadion“, dessen Tribünen auf angehäuften Erdwällen errichtet wurden, und diente zunächst zur politischen Machtdemonstration. Kurz darauf wurden in diesem Stadion allerdings auch Pferderennen abgehalten. Diese Wettrennen waren ein Auslöser für den Stadionbau der Neuzeit.<sup>10</sup>

Ein weiterer Anstoß für den Bau von Arenen war die olympische Idee von Pierre de Coubertin<sup>11</sup>. Dieser „griff die antike Olympische Idee auf und erweckte sie zu neuem Leben“<sup>12</sup>. 1894 fand in Paris der 1.olympische Kongress statt. Dort wurde beschlossen die olympischen Spiele wieder zu beleben und die weltbesten Athleten einzuladen damit diese gegeneinander wetteifern könnten<sup>13</sup>. Das olympische Motto „citius, altius, fortius“ –immer schneller, immer höher, immer stärker- kann im übertragenen Sinn auch als Sinnspruch für die ab diesem Zeitpunkt entstandene Stadionentwicklung gesehen werden.

Für die ersten olympischen Spiele der Neuzeit wurde das **Παναθηναϊκόν στάδιον** (Panathinaikon-Stadion) in Athen, nach Vorbild des von deutschen Archäologen ausgegrabenen **Ωδείον Ηρώδου του Αττικού** (Odeon des Herodes Atticus) für 40.000 Besucher wieder aufgebaut<sup>14</sup>.

---

<sup>9</sup> Vgl. Marg, 2006: S.12

<sup>10</sup> vgl. <http://deu.archinform.net/projekte/14246.htm> (30.06.2011)

<sup>11</sup> Vgl. Marg, 2006: S.14

<sup>12</sup> Bruckmann, Recktenwald, 2003: S.272

<sup>13</sup> Vgl. Bruckmann, Recktenwald, 2003: S.272

<sup>14</sup> Vgl. Marg, 2006: S.14



Abb. 3: Panathinaikos-Stadion, Athen 2002

Foto: Gerold Meiners

Quelle: [http://de.wikipedia.org/w/index.php?title=Datei:Panathinaikos-Stadion\\_in\\_Athen.jpg&filetimestamp=20060316130825](http://de.wikipedia.org/w/index.php?title=Datei:Panathinaikos-Stadion_in_Athen.jpg&filetimestamp=20060316130825) (Letzter Aufruf am 15.06.2011)

Im Buch „Stadien und Arenen von Gerkan, Marg und Partner“ beschreibt der Architekt Volkwin Marg die jüngere Geschichte des deutschen Stadionbaus.

Die Bewerbung und der Zuschlag Berlins für die olympischen Spiele des Jahres 1916 ist von großer Bedeutung für den Stadionbau in Deutschland. Mit dem Bau des „Deutschen Stadions“ auf dem Grund der Grunewalder Pferderennbahn war quasi der Grundstein für das Berliner Olympiastadion gelegt. Wegen Ausbruchs des ersten Weltkriegs fanden die Spiele allerdings nicht statt. Zur Zeit des Nationalsozialismus bewarb sich Deutschland ein weiteres Mal um die Spiele. Im Jahr 1936 fanden die Olympischen Sommerspiele dann in Berlin statt. Das „Deutsche Stadion“ erhielt durch den Entwurf von Albert Speer zwischen 1933 und 1936 seine heute bekannte architektonische Gestalt. Das Stadion und die olympischen Spiele wurden damals im Dritten Reich so propagandistisch inszeniert, dass sie zur falsch verstandenen Massenerfahrung des deutschen Volkes beitrugen. Deutschland schien die Welt zu beherrschen und Adolf Hitler nutzte die freigesetzte Energie des Volkes zum

2. Weltkrieg.<sup>15</sup> Man kann sagen, dass die olympischen Spiele von 1936 einer politischen Machtdemonstration nahezu gleich kamen und der Sport in den Hintergrund geriet.

Ganz im Gegensatz zu den nationalsozialistisch geprägten Spielen in Berlin mit ihren heroisch, germanischen Architektur, wurden die Schauplätze für die Sommerspiele 1972 in München „architektonisch beschwingt und nicht heroisch und antik anmutend mit frühlingshaften Farben im Erscheinungsbild von Ottl Aicher auf begrünten Hängen im Oberwiesenfeld“<sup>16</sup> gestaltet. Gemeint sind die charakteristischen Anlagen der Architektengemeinschaft Behnisch & Partner mit ihren Zeltdächern, welche vom Architekten Frei Otto zusammen mit Günther Behnisch entwickelt wurden. Der Olympiapark in München, vom Landschaftsarchitekten Günther Grzimek, gilt auf Grund seiner noch heute hohen Besucherrate und seiner Bestimmung als Naherholungsgebiet bis heute als der am nachhaltigsten genutzte Olympiapark aller Zeiten.

Zwei Jahre später, 1974, fanden in Deutschland die Spiele der Fußball Weltmeisterschaft statt. Die damals in Deutschland entstandenen Stadionbauten waren Mehrzweckstadion mit einer multi-athletischen Nutzung. Die Stadion konnten danach auch als Leichtathletik-Stadion genutzt werden.

Für die Fußball-Weltmeisterschaft 2006 wurden teilweise Stadion komplett neu gebaut oder alte Stadion an die neuen Anforderungen im Profi-Fußball angepasst. Diesmal wurde keine multiathletische Nutzung mehr gewünscht. Die Stadion wurden den „zeittypischen Vermarktungsstrategien für den Profifußball“<sup>17</sup> angepasst. So wurde das Olympiastadion in Berlin komplett überdacht und das Westfalenstadion in Dortmund erhielt in mehreren Ausbaustufen eine Kapazität von rund 81.000 Plätzen. Das Stuttgarter Stadion wurde für die Weltmeisterschaft modernisiert.

Die Stadion in Gelsenkirchen, Hamburg, Köln und München waren dagegen Neubauten, die in Ihrer architektonischen Gestalt den neuen Arena-Bau verkörpern. Die Stadion der Fußball-Weltmeisterschaft 2006 sind die jüngste Welle der modernen

---

<sup>15</sup> Vgl. Marg, 2006: S.14-16

<sup>16</sup> Marg, 2006: S.16

<sup>17</sup> Marg, 2006: S.16

Arena-Architektur in Deutschland. Diese Stadien unterscheiden sich von den „alten“ Stadien in einem wichtigen Punkt. „Die maximale Vermarktung des privatisierten Entertainment [...] [führte zur Planung] [...] ausschließlicher Fußballarenen für verschiedene Konsumentengruppen wie VIP-Business, Presse, Normalbürger und Fans.“<sup>18</sup>

Die Stadien werden sich voraussichtlich wohl immer mehr zur Architektur von „Vermarktungsmaschinen“ hin entwickeln. Ursache hierfür sind die Gewinnabsichten der Trägerschaften. Diese und die Finanzierungsmöglichkeiten moderner Arenen werden in Anhang 2 genauer erläutert.



Abb. 4: Allianz-Arena in München

Quelle: <http://www.panoramio.com/photo/38646635> (Letzter Aufruf am 15.06.2011)

---

<sup>18</sup> Marg, 2006: S.16

## 3 Stadiontypen

Will man über die Stadionarchitektur diskutieren, so ist es notwendig die einzelnen Stadiontypen voneinander zu unterscheiden, da sie bei den Fußballbegeisterten auch unterschiedliche Emotionen auslösen können.

### 3.1 Offizielle Stadioneinteilung - Das Stadion-Infrastruktur-Reglement

Das UEFA-Stadioninfrastruktur-Reglement ist eine offizielle Einteilung von Spielstätten für die Teilnahme an den europäischen Wettbewerben. Dabei ist die Möglichkeit Spiele im Fernsehen zu übertragen und der Komfort für Medienvertreter und deren Arbeit als eines der wichtigsten Kriterien zu nennen.

In der Präambel dieses Reglements erläutert die UEFA erst einmal grundsätzlich die Einteilung in vier Kategorien 1-4 (Siehe Anhang 1). Der Grund dafür sind die oben bereits erwähnten einzelnen Wettbewerbe in denen die Vereine europaweit gegeneinander antreten.<sup>19</sup> Das Reglement regelt zudem „die Verantwortlichkeiten für die Überwachung der Einhaltung der Kriterien der geforderten Kategorie [und] kann die Bedingungen festlegen, unter denen die UEFA-Administration Ausnahmen betreffend spezielle infrastrukturelle Kriterien für die geforderte Stadionkategorie bewilligen kann.“<sup>20</sup>

Bevor die UEFA jedoch beginnt die Spielstätten in Klassen aufzuteilen, werden diverse infrastrukturelle Kriterien für alle Kategorien zu Grunde gelegt. Dazu gehören neben einem entwässerbaren und beheizbaren Natur- bzw. Kunstrasen zum Beispiel Mindestbeleuchtungsstärken der Flutlichtanlagen oder die Existenz diverser Einrichtungen wie Umkleidekabinen, Büros für Delegierte der UEFA, Erste-Hilfe- oder Behandlungsräume sowie Anlagen für die Dopingkontrolle. Die Einteilung der Zuschauerblöcke wird im ersten Abschnitt, den Grundvoraussetzungen für eine Kategorisierung nach UEFA-Standards, ebenso geregelt wie die Anforderungen für

---

<sup>19</sup> Vgl. UEFA 2010: S.1

<sup>20</sup> UEFA 2010: S.1

TV-Übertragungen.<sup>21</sup> Eine genauere Beschreibung der vier UEFA-Kategorien findet sich im Anhang.

Eine architektonische Kategorisierung lässt dieses Reglement nicht zu. Die Kategorien sind den Fans außerdem meist unbekannt und tragen somit nicht aktiv zur Diskussion der fußballbegeisterten Bevölkerung bei.

## 3.2 Zweckorientierte Stadioneinteilung

Die im Folgenden getroffene Klassifizierung der Stadiontypen wurde aus Diskussionen mit Fußballfans in diversen Internetforen und aus persönlichen Gesprächen abgeleitet und kategorisiert. Während Fußballstadien aus dem 20. Jahrhundert für die Fans oft Stätten großer Erfolge und traditionsbeladene Bauwerke sind, lösen Mehrzweckstadien mit Laufbahn oder die neue Arena-Architektur häufig Unverständnis aus. Diese nostalgische Komponente bei Fußballstadien kann der Architekt nicht planen, diese entsteht über Jahre hinweg. Stadien mit Laufbahnen werden heutzutage nicht mehr für den Fußball geplant. Sie waren oder sind den Fans ein Dorn im Auge, da man das Spiel nicht direkt vom Spielfeldrand aus sieht, weil eine unpersönliche Distanz zu den Protagonisten auf dem Fußballplatz entsteht.

### 3.2.1 Das reine Fußballstadion

Die reinen Fußballstadien welche aus der zweiten Hälfte des letzten Jahrhunderts stammen, sind gewachsene Stadien. Je nach Erfolg der Vereine wurden die Tribünen erweitert und die Stadien vergrößert. Sie besitzen keine Laufbahn für Leichtathletische Wettkämpfe und sind nicht immer vollkommen überdacht. Den Stadien mangelt es häufig an architektonischer Qualität, da es zweckgebundene Bauwerke sind, die nach und nach zu ihrer Gestalt kamen.

Zu dieser Kategorie der Stadiontypen gehörten in Deutschland das Bökelbergstadion in Mönchengladbach oder das Stadion am Bruchweg in Mainz.

Das größte, reine Fußballstadion befindet sich in Dortmund. Für die

---

<sup>21</sup> Vgl. UEFA 2010: S.2-8

Weltmeisterschaft im Jahr 1974 erbaut wurde dieses Stadion nach und nach immer weiter ausgebaut. Für die WM 74 wurde das Stadion dann auf eine Kapazität von rund 80.000 Zuschauer erweitert. Dieses Stadion ist weltweit als eines der Stadien bekannt, in dem sich die Stimmung am besten entfaltet und die beste Atmosphäre herrscht.

Da die meisten anderen dieser Stadien aber nach und nach von der Stadionlandkarte Deutschlands verschwinden, entsteht bei den Fans eine Art Nostalgie. Aus diesem Grund, wegen ihrer Atmosphäre und ihrem Charme, erfreuen sich diese „Kultstätten“ bei den Anhängern der Vereine großer Beliebtheit.



Abb. 5: Stadion am Bruchweg in Mainz

Quelle: <http://www.panoramio.com/photo/9527238> (Letzter Aufruf am 18.06.2011)

### 3.2.2 Das Mehrzweckstadion

Für Events wie olympische Spiele, Leichtathletik-Weltmeisterschaften oder als städtische Sportanlagen wurden die Mehrzweckstadien geplant. Sie verfügten über flachere Ränge und meist über nur eine überdachte Haupttribüne.

Die Vereine, die dort ihrem Spielbetrieb nachgingen waren dort meistens nicht von Anfang an beheimatet.

Neben dem Olympiastadion in München, dem Parkstadion in Gelsenkirchen, dem

Augsburger Rosenaustadion zählt auch das Nürnberger Easy-Credit-Stadion (vormals Frankenstadion bzw. städtisches Stadion Nürnberg) dazu.

Diese Stadien sind bei den Zuschauern nicht besonders beliebt, da diese wegen der Leichtathletik-Laufbahn eine unpersönliche Entfernung zum Spielfeld aufbauen und die gewünschte Atmosphäre dort schwerer entsteht als in den engeren, reinen Fußballstadien.



Abb. 6: Das Olympiastadion in München

Quelle: <http://www.panoramio.com/photo/6213094> (Letzter Aufruf am 18.06.2011)

### 3.2.3 Die neuen Arenen

Die neuen Arenen, die in Deutschland ab der Vergabe der Fußball-Weltmeisterschaft an Deutschland im Jahr 2000 entstanden sind voll und ganz auf den Profifußball und dessen Vermarktungsmöglichkeiten ausgerichtet. Sie bieten VIP-Logen und Business-Seats, die den Vereinen neue finanzielle Quellen erschließen. Durch die verschiedenen Platzkategorien ist es den Vereinen möglich unterschiedliche Gesellschaftsschichten anzusprechen und diese kategorisiert in ihr Stadion einzuladen.

Die Fußball-Arenen sind voll überdacht, bieten häufig komplett bestuhlte Tribünen und haben einen geschlossenen Baukörper, in dem man keinen Bezug zur Umgebung in der man sich befindet aufbauen kann. Es entsteht häufig das Gefühl einer geschlossenen Halle, wie zum Beispiel in der Arena auf Schalke in Gelsenkirchen. Besonders bekannte Arenen in Deutschland sind die Allianz Arena, die Veltins-Arena „auf Schalke“, und die Imtech Arena in Hamburg.

Bei den Fans werden diese Stadien kontrovers diskutiert. Oft werden die immer gleichen und charakterlosen Stadion-Innenräume als großes Problem kritisiert. Häufig werden diese Stadien mit völlig anderen Bautypen wie Einkaufszentren verglichen.

Das Rhein-Energie-Stadion in Köln kann auf Grund der im Rahmen dieser Arbeit geführten Stadion-Diskussionen als das „neue“ Stadion angesehen werden, welches bei den Fans großen Zuspruch erhält.



Abb. 7: Rhein-Energie-Stadion in Köln

Quelle: <http://www.panoramio.com/photo/1231479> (Letzter Aufruf am 18.06.2011)

### 3.3 Architekturorientierte Stadioneinteilung

Während in der Ausgabe des Stadion-Infrastruktur-Reglements aus dem Jahr 2010 nur vier Kategorien mit den Namen UEFA-Kategorie 1-4 erläutert werden, wurde im

2006 veröffentlichten Stadion-Infrastruktur-Reglement noch eine Kategorie mit dem Namen „Elitestadion“ definiert.

Stadien dieser Kategorie mussten, neben den Grundvoraussetzungen für eine Klassifizierung nach UEFA-Standard eine Mindestkapazität von 30000 Plätzen aufweisen. Von diesen mussten mindestens 1500 als Sitzplätze für VIPs zur Verfügung stehen. Die Unterschiede zur heutigen Kategorie 4 sind jedoch ansonsten marginal. Die Stadien größerer Kapazitäten werden deshalb noch heute als „Elitestadien“ bzw. als „5-Sterne-Stadien“ geführt.<sup>22</sup>

Um jedoch die Stadien unter architektonischen Gesichtspunkten vergleichen zu können, ist es notwendig eigene Kategorien zu erarbeiten. Im Rahmen geführter Diskussionen in Internetforen und persönlichen Gesprächen können drei Architektur-Kategorien eingeführt werden, auf Grund derer auch die Beispiele in Kapitel 8 gewählt werden:

### 3.3.1 Die Architektur-Ikone

Stadien, die eine qualitativ hochwertige Architektur aufweisen, werden von den Fußballfans auch als solche gesehen und wahrgenommen. Das zeigt, dass man kein Architekt sein muss um die Qualität guter Architektur zu erkennen. Der Zielgruppe der fußballbegeisterten Bevölkerung sind die Semantik und die städtebauliche Bedeutung der Arenen bewusst und diese werden als solche auch geschätzt. Die Merkmale dieser Architektur werden jedoch anders kommuniziert als in fachspezifisch geführten Gesprächen. Das beste Beispiel für die Architektur-Ikone unter den deutschen Fußballstadien ist die Allianz-Arena in München (vgl. 8.1).



---

<sup>22</sup> Vgl. UEFA 2006: S.6-10

Abb. 8: Die Architektur-Ikone Allianz Arena, München

Quelle: <http://static.panoramio.com/photos/original/1110659.jpg> (Letzter Aufruf am 27.07.2011)

### 3.3.2 Das nutzerorientierte Stadion

Im Gegensatz zu den Architektur-Ikonen warten die nutzerorientierten Stadien mit einer weniger qualitätsvollen und ästhetischen Architektur auf, als vielmehr mit infrastrukturell gelungenen Planungen. Die reibungslose An- und Abreise, die flüssigen Besucherströme und eine herausragende Lage im Stadtgebiet spielen dabei die größere Rolle. Diese Stadien spielen bei den Fans und Besuchern eine wichtige Rolle, wenn auch die Traditionen und Nostalgien alter Stadien dabei verloren gegangen sind. Das Stadion muss perfekt „funktionieren“. Das beste Beispiel dieses Stadiontyps ist die Arena „auf-Schalke“ in Gelsenkirchen, die oft für Ihre Funktionalität gelobt wird (vgl 8.2).



Abb. 9: Das nutzerorientierte Stadion: Die Arena auf Schalke, Gelsenkirchen

Quelle: <http://static.panoramio.com/photos/original/1162239.jpg> (Letzter Aufruf am 28.07.2011)

### 3.3.3 Das gewachsene Stadion

Der Stadiontyp, der bei der Gruppe der fußballbegeisterten Bevölkerung zu den charakterstärksten und individuellsten zählt ist sicherlich der Typ des „gewachsenen Stadions“. Alte Traditionen blieben im Lauf der Jahre und der verschiedenen

Ausbaustufen erhalten und der Charme vergangener Jahre bleibt dem Stadion als solcher auch erhalten. Als bestes Beispiel hierfür wird der Signal Iduna Park in Dortmund, das ehemalige Westfalenstadion gewählt (vgl. 8.3). Für die Fußball-Weltmeisterschaft 1974 wurde das Stadion eigentlich für ca. 45.000 Zuschauer errichtet. In den 1990er Jahren wurde das Stadion schrittweise zu seiner heutigen Kapazität von ca. 81.000 Zuschauern ausgebaut. Wenn der Fan dort auch architektonische Mängel festmachen kann, wird das Stadion als eines der stimmungsvollsten der Welt genannt. Weitere Beispiele hierfür sind das Fritz-Walter-Stadion in Kaiserslautern oder Das Stadion am Millerntor in St.Pauli.



Abb. 10: Das gewachsene Stadion: Westfalenstadion in Dortmund, früher und heute

Quellen: <http://www.bvb-korsaren.de/stadion/stadionalt-k2.jpg> (Letzter Aufruf am 28.07.2011)

<http://www.dortmund-airport.de/uploads/pics/Westfalenstadion.jpg> (Letzter Aufruf am 28.07.2011)

## 4 Die Stadiondarstellung in den Medien

Die Berichterstattungen in Zeitungen, Zeitschriften, Funk und Fernsehen bieten die Grundlage für den aktiven Diskurs der Fußballfans. Je mehr sich die Fußballstadien zu Vermarktungsmaschinen entwickeln (2.2), umso mehr drängen sie in die Öffentlichkeit und werden zu architektonischen Aushängeschildern und Statussymbolen der Städte und Vereine. In welcher Form und in welchem Umfang die Fußballstadien in den Medien erfassbar sind und welchen Einfluss sie so auf die Stadionwahrnehmung nehmen können soll im Folgenden erörtert werden.

Der deutsche Medienwissenschaftler Werner Faulstich teilt die Medien vier, verschiedene Gruppen ein:

- „1. Primärmedien – Menschmedien (Theater),
2. Sekundärmedien – Schreib- und Druckmedien (Blatt, Brief, Buch, Heft/Heftchen, Plakat, Zeitschrift, Zeitung),
3. Tertiärmedien – Elektronische Medien (Fernsehen, Film, Foto, Hörfunk, Telefon/Handy, Tonträger, Video) und
4. Quartärmedien – Digitale Medien (Chat, Computer, Email, Intranet/Extranet, Multimedia, World Wide Web)<sup>23</sup>.

Im Folgenden wird die Stadiondarstellung in Sekundär-, Tertiär- und Quartärmedien untersucht.

### 4.1 Printmedien

Um die Printmedien im Hinblick auf die Stadiondarstellung ordentlich untersuchen zu können, müssen diese Themengerecht differenziert werden. Hierzu wird die Berichterstattung in vier verschiedenen Differenzierungen untersucht:

Die Tagespresse, sowohl lokal als auch überregional, der Sportjournalismus, die Fachpresse und die inoffiziellen Fanzines, welche zu Fußballspielen von Fangruppierungen herausgegeben werden.

---

<sup>23</sup> Faulstich, 2004: S.9

### 4.1.1 Tagespresse

Egal ob in der lokalen oder der überregionalen Presse: in regelmäßigen Abständen werden Artikel über Fußballstadien in Tageszeitungen verfasst und veröffentlicht. Gründe hierfür können geplante Neubauprojekte sein, oder Stadiondiskussionen die von politischem bzw. öffentlichem Interesse sind. Auch größere Sportereignisse wie eine Weltmeisterschaft oder olympische Spiele können Anlass sein, dass sich die lokale Tagespresse dem Thema Stadion, z.B. in einer Sonderbeilage, zu widmen. Dabei richtet sich die lokale Tagespresse vor allem an die Bürgerinnen und Bürger der angesprochenen Region, aber auch an die Fans eines bestimmten Fußballvereins. Das Ziel der lokalen Zeitungen ist es, betroffene Bürgerinnen und Bürger zu informieren und ihnen eine Meinungsbildung zum Thema zu ermöglichen. Dabei stehen architektonische Gestalt und Qualität, sofern sie nicht Hauptbestandteil der Diskussion in der Bevölkerung sind, meist im Hintergrund der Berichterstattung. So berichtet Daniel Steffen von der Mittelbayerischen Zeitung in einem Artikel vom 17.06.2011 von einer Informationsveranstaltung der FDP zum Thema „Stadionneubau in Regensburg“. Die noch ungeklärte Frage der Finanzierung und die Nutzung des Stadionareals außerhalb der Heimspieltage spielt dabei eine weit wichtigere Rolle, als die Frage nach einer architektonisch qualitativ wertvollen Spielstätte.<sup>24</sup> In der überregionalen Berichterstattung werden in Feuilletons und Sonderbeilagen zudem auch architekturinteressierte Leser angesprochen. In diesen Artikeln widmen sich die Journalisten, im Gegensatz zur Lokalpresse oftmals der Architektur der Stadien und deren ästhetischer und atmosphärischer Gestalt. Die Sprache der Berichterstattung ist zudem fachlich korrekt und vermittelt einen guten architektonischen Überblick. Das Interesse des fachfremden Fußballfans allerdings treffen die Texte aus dem Feuilleton eher weniger und die Artikel werden von ihm, wie aus den im Rahmen dieser Arbeit geführten Diskussionen mit Fußballfans hervorgeht, nur am Rande wahrgenommen. Georg Diez von der Zeit beschreibt in einer WM-Sonderbeilage vom 01.06.2006 die Stadien in Berlin und München. Dabei verwendet er nicht die Sprache der Autoren des rein informativen Genres, sondern eine architektonisch atmosphärische

---

<sup>24</sup> Vgl. Steffen, 2011

Ausdrucksweise:

„Wenn Fußballstadien die Tempel unserer Zeit sind, dann ist es nur selbstverständlich, dass sie ein besonderes Verhältnis zum Himmel haben. In München ist es zum Beispiel so, dass sich die Allianz Arena fast in Luft auflösen scheint, an einem dieser milchigen Vormittage, wo der Himmel ein grauer Schleier ist, der sich über die prall gefüllten Plastikkammern der Stadionhaut legt.[...]Es reckt sich nicht in die Höhe wie eine Kathedrale, schießt nicht nach oben wie ein Wolkenkratzer, es steigt einfach an, fast ein wenig behäbig. Aus diesem Bau spricht eine Sehnsucht, etwas anderes zu sein als nur ein Fußballstadion.“<sup>25</sup>

Georg Diez beschreibt dabei die Architektur als atmosphärisches Erlebnis und hält sich dabei nicht mit wirtschaftlichen oder sportlichen Fakten auf.

Beide Arten der Berichterstattung in der Tagespresse sind notwendig um die politischen Diskussionen und die architektonische Strömung der Stadionarchitektur verstehen und der Bevölkerung vermitteln zu können.

#### 4.1.2 Sportberichterstattung

Der Sportjournalismus muss seit circa zehn Jahren, ähnlich wie die Tagespresse, in zwei Kategorien geteilt werden. Gerade im Thema Fußball gibt es seitdem neben dem klassisch berichterstattenden auch den sportkulturellen Journalismus.

In den bekannten Sportzeitschriften wird hauptsächlich über Zahlen, Fakten und Ergebnisse berichtet um dem Leser umfassende Statistiken des Sports zu liefern. Stadionarchitektur ist dort nahezu ohne Bedeutung. Ausnahmen bilden Berichte über Stadion-Neubauten von Bundesligavereinen und Sonderhefte zu bestimmten Anlässen. Dabei spiegeln die Beiträge über Stadien und Arenen jedoch den generellen Stil der Sportzeitschriften wie „kicker“ und „SportBild“ wieder. Die Bauwerke werden auf Kapazitäten und Baujahre hin verglichen und letztlich auf Zahlen reduziert. Die Architektur spielt dabei keine Rolle.

Vergleicht man die beiden o.g. größten Sportmagazine Deutschlands und das „11 Freunde - Magazin für Fußball-Kultur“ wird der Unterschied schnell deutlich. Die reinen Stadionartikel im neutralen Kicker-Sportmagazin sind denen aus der

---

<sup>25</sup> Diez, 2006

Tagespresse sehr ähnlich. Sie beziehen sich zwar dabei weit mehr auf die betroffenen Vereine und deren wirtschaftliche und sportliche Entwicklung auf Grund eines Stadionbaus, als auf die Bürgerinnen und Bürger der Kommunen. Im Gegensatz dazu beschreiben die Fußballkulturmagazine mitunter sehr atmosphärisch und „nach Art des Feuilletons“<sup>26</sup> das Erlebnis des Stadionbesuchs. Dabei wird weniger auf die Architektur eingegangen als viel mehr auf Nostalgien und Stimmungen die durch bestimmte Stadionbauten bei den Fans ausgelöst werden. Diese können zwar nicht geplant werden, sind aber mitunter das Resultat der Architektur der Bauten. Somit kann der fußballkulturelle Journalismus für die Architekturvermittlung sehr wertvoll sein.

Das „11 Freunde-Magazin“ hat dabei den klassischen Sportjournalismus entscheidend verändert. Mit dem Untertitel „Magazin für Fußballkultur“ „signalisiert das Heft Distanz zum *kicker* und zu anderen Blättern. Fußball ist jetzt Kultur. Die Feuilletonisierung des Massenphänomens ist selbst ein Massenphänomen. Das Schreiben über Fußball hat sich verändert. Weniger Zahlen, Daten, Fakten, mehr Atmosphäre, Psychologie, Fanperspektive und mehr Geschichtenerzählen.“<sup>27</sup> Magazine dieser Art entstammen der Idee des sogenannten „Fanzines“ (siehe 4.1.4.). Der englische Schriftsteller Nick Hornby sagte dazu bevor er den Roman „Fever Pitch“, eine Geschichte über einen Fußballfan, verfasste: „Fußball hat nicht die Literatur, die er verdient“.<sup>28</sup>

Vertreter der deutschsprachigen Fußballkulturmagazine sind zum Beispiel die österreichischen Magazine „ballesterer“ und „Null Acht“ sowie „Der tödliche Pass“ oder „ZWÖLF“ aus der Schweiz.

Um Architektur dem Fan bestmöglich vermitteln zu können sind die Fußballkulturmagazine der beste Weg im Bereich des Sportjournalismus da die Zielgruppe dieser Zeitschriften ein kulturelles Interesse mitbringt und dem Thema Architektur im Sport offen gegenübersteht.

---

<sup>26</sup> Walter, 2010

<sup>27</sup> Walter, 2010

<sup>28</sup> Vgl. Walter, 2010

### 4.1.3 Fachpresse

Während sich der Sportjournalismus und die Tagespresse an die fußballinteressierte Bevölkerung, also die zu untersuchende Zielgruppe, richtet, informiert die Fachpresse Architekten und Bauingenieure. Der Fußballfan wird dabei nicht angesprochen. Das Thema Sportstätten, insbesondere Fußballstadien, wird dort auf einer akademischen und wissenschaftlichen Ebene beleuchtet und erläutert. In den Architektur-Fachzeitschriften finden Sportstätten regelmäßig immer wieder zu aktuellen Ereignissen, wie der Fußball-Weltmeisterschaft 2006, ihren Platz. Nur wenn sie eine außergewöhnlich hohe architektonische Qualität aufweisen können werden sie auch außerhalb dieser erwähnt. So veröffentlichte die Architektur-Fachzeitschrift „Detail“ zur Weltmeisterschaft 2006 ein Themenheft „Stadion“, welche das Hauptaugenmerk auf bauliche Details und Konstruktionszeichnungen richtete. Die Diskussionsthemen, die innerhalb der Gruppe der Fußballfans ihren Platz haben, finden darin keinen Platz. Es gibt auch Magazine, die sich ausschließlich mit dem Thema Stadion befassen.

Das Magazin „Stadionwelt“, welches in den letzten Jahren neben seiner Online-Plattform „Stadionwelt.de“ auch in unregelmäßigen Abständen ein Print-Magazin herausgebracht hat, richtet sich in seinen Online-Sparten „Stadionwelt STADIEN & ARENEN“ oder „Stadionwelt FANS“ sowohl an interessierte Fußballfans als auch an Bauunternehmen und Planer, die sich mit der Planung von Sportstätten befassen. In seinem Resort „Stadionwelt BUSINESS“ berichtet das Online-Magazin aber auch über aktuelle Planungen, die Ausstattung und den Betrieb von Stadien.<sup>29</sup>

Die Leserschaft der Zeitschrift „sb“, eine „Internationale Fachzeitschrift für Sportarchitektur und Sportstättenbau“ zum Beispiel besteht eigenen Angaben zur Folge aus Lesern „aus den kommunalen Planungsämtern und Experten des Sportstättenbaus“.<sup>30</sup>

Es ist festzustellen, dass sich die Fachpresse in den wenigsten Fällen an die Gruppe der Fußballbegeisterten richtet und das Thema Stadionbau immer im Kontext mit fachlichen Beiträgen kombiniert.

---

<sup>29</sup> Vgl [www.stadionwelt.de](http://www.stadionwelt.de)

<sup>30</sup> Sb.iaks.info: <http://sb.iaks.info/index.php?menuid=22>

#### 4.1.4 Fanzines

Ähnlich der Entwicklung der Ultra-Gruppierung (siehe 5.1) formierten sich in den 1980er Jahren Fußballfans unter dem Motto „Reclaim the Game“ – Sich auf das Spiel zurückbesinnen. Da vielen Fans die Kommerzialisierung und Modernisierung ein Dorn im Auge war bzw. heute noch ist begannen sie nichtkommerzielle Publikationen von Fans für Fans herauszugeben. Der Begriff Fanzine setzt sich demnach auch aus den beiden englischen Wörtern Fan und Magazine zusammen.<sup>31</sup>

Die Herausgeber der Magazine, welche meistens im DIN A5 Format und selbst kopiert hergestellt werden wollen keine breite Öffentlichkeit ansprechen sondern eine bestimmte Gruppe von Menschen. Die Hefte werden meistens zum Unkostenbeitrag von 1 Euro verkauft.

Die Autoren können zum Beispiel einer „Ultra“-nahen Gruppierung angehören und Artikel über gemeinsame Interessen wie zum Beispiel der des Groundhoppings veröffentlichen.<sup>32</sup> In der entsprechenden Hopping-Szene ist es gebräuchlich, möglichst viele „Grounds“ also Stadien weltweit besucht zu haben und dazu Berichte in den Fanzines zu verfassen. Eine Kommunikation der Faszination Stadion ist hiermit bereits auf nicht-kommerziellem Wege vorhanden und erfreut sich einer nicht zu vernachlässigenden Beliebtheit. Dennoch muss dabei festgestellt werden, dass es den Stadionbesuchern dabei weniger um die Architektur der Stadien als viel mehr um Atmosphäre und die Erfahrung von Stadionreisen geht.

Die Fanzines entstehen in absoluter „Selbstverwaltung und Selbstorganisation“ und ihre Redaktionen „arbeiten mehrheitlich unabhängig von Vereinen und Verbänden“.<sup>33</sup> Richtet man den Blick auf die Kommunikation der Stadionarchitektur in dieser fachfremden Gruppe, so ist festzustellen, dass es nicht wichtig ist wie ein Stadion architektonisch entworfen oder gestaltet ist, sondern vielmehr, dass das Stadion Atmosphäre besitzt. Diese kommt aber nicht zwingend von geplanter Architektur sondern häufig aus Traditionen und Nostalgien. Die Groundhopping-Berichte in den Fanzines kann man also nicht als Kommunikationsmittel von qualitativvoller

---

<sup>31</sup> Vgl. Hebenstreit, 2011: S.98

<sup>32</sup> Vgl. Hebenstreit, 2011: S.98-99

<sup>33</sup> Hebenstreit, 2011: S.101

Architektur, jedoch als Vermittlungsinstrument des Bautyps Stadion in einer architekturfremden Gruppierung sehen.

## 4.2 Fernsehen

In Fernsehbeiträgen ist der Bautyp Stadion nahezu täglich im deutschen Fernsehen vertreten. Auch weltweit erfreuen sich Sportsendungen, insbesondere Fußballsendungen, großer Beliebtheit. Die Möglichkeit das Fernsehen im Sportbereich als Architekturkommunikationsmittel zu nutzen sind in diesem Falle nahezu optimal. Mit TV-Marktanteilen von über 30 Prozent<sup>34</sup> ist die ARD-Sportschau eines der wichtigsten Formate im deutschen Fernsehen. Die Stadionarchitekturen funktionieren als Massenmedium. Eine gute Stadionarchitektur schafft es zusätzlich zu gut gestalteten, architektonisch wertvollen Merkmalen auch noch Atmosphäre zu entwickeln, die letztlich auch die große Masse an den Fernsehgeräten erreicht. Dass Fußballstadien im Fernsehen zu sehen sind ist eine Tatsache die sich allerdings in den letzten Jahren in einem Punkt stark verändert hat. Die Charakteristika des Stadioninnenraums, waren noch in den 1990er Jahren von Verein zu Verein unterschiedlich. Die charakterstarken Innenräume der Stadien waren unverkennbar und individuell.

Die aktuelle Entwicklung in der Stadionarchitektur lässt Unterschiede der Stadien nicht mehr so gravierend erscheinen wie dies früher der Fall war.

Am Beispiel der Vereine Borussia Mönchengladbach und FC Bayern München ist dies zu verdeutlichen. Waren beide Stadien früher charakteristisch und eindeutig mit Ihren Vereinen verbunden, so können die Fernsehaufnahmen heute nur noch schwer mit den anderen Stadien der Bundesliga, welche auch meistens Neubauten sind, unterschieden werden.

---

<sup>34</sup> Vgl. RP Online, 2003

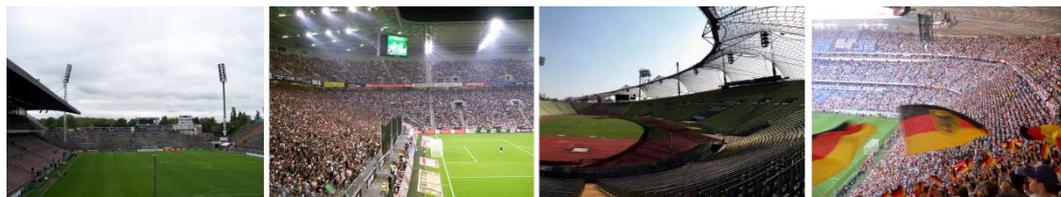


Abb. 11: Stadioninnenräume in Mönchengladbach und München (links Gladbach, rechts München)

Quellen:[http://www.gesellschaftsbecken.de/images/Borussia/100\\_1016.JPG](http://www.gesellschaftsbecken.de/images/Borussia/100_1016.JPG) (Letzter Aufruf am 20.07.2011)

<http://v10.lscache4.c.bigcache.googleapis.com/static.panoramio.com/photos/original/3103011.jpg> (Letzter Aufruf am 20.07.2011)

<http://www.falscherdaniel.de/fotos/muenchen/olympiastadion.jpg> (Letzter Aufruf am 20.07.2011)

[http://www.electrovoice.com/sitefiles/pr\\_images/ALLIANZ\\_AREN\\_AWFNA\\_WORLD\\_CUP\\_02web.jpg](http://www.electrovoice.com/sitefiles/pr_images/ALLIANZ_AREN_AWFNA_WORLD_CUP_02web.jpg) (Letzter Aufruf am 20.07.2011)

Im Bezug auf die Diskussion der Stadionarchitektur kann anhand der Fernsehbeiträge in Sportsendungen eine erste Tendenz erkannt werden. Die fehlenden Charakteristika wie Flutlichtmasten, eigenwillige Stadionarchitekturen und häufig fehlende Stimmung schlägt sich auch in der Diskussion der Fans über Stadionarchitektur nieder.

## 4.3 Corporate Design und Namenssponsoring

### 4.3.1 Corporate Design

„Gemeinhin wird unter Corporate Design (CD), einem Teilbereich der Corporate Identity, das gesamte visuelle Erscheinungsbild eines Unternehmens oder einer Organisation verstanden. Dazu gehören sowohl die Gestaltung der Kommunikationsmittel, wie beispielsweise Firmenzeichen, Geschäftspapiere, Werbemittel und Verpackungen, als auch das Äußere von Produkten selbst. Die gestalterische Umsetzung aller Elemente [...] erfolgt unter einheitlichen Gesichtspunkten, um [...] den Wiedererkennungseffekt beim Kunden zu erreichen.“<sup>35</sup>

Die Architektur selbst ist wohl das markanteste Kommunikationsmedium und Wiedererkennungsmerkmal einer Arena. Nur durch die teils sehr individuell gestalteten äußeren Erscheinungsbilder der Stadien sind die Arenen noch charakteristisch voneinander trennbar. Während Fußballstadien früher

---

<sup>35</sup> Schuler, 2006: S.67

hauptsächlich kommunale Veranstaltungsorte waren, sind sie heute auch Visitenkarten ihrer Städte. Um die Bauwerke bestmöglich vermarkten zu können, werden wie bei anderen großen Bauprojekten, Corporate Designs erstellt. Diese Logos sind nicht nur an den Stadien selbst zu sehen. Sie sind auf Fanartikeln, Briefpapieren und in diversen Online-Medien vertreten und transportieren in den meisten Fällen durch eine abstrahierte Ansicht des Stadions die Architektur zu den Konsumenten. Das Corporate Design vermittelt somit bereits auch auf den Eintrittskarten die architektonischen Merkmale einer Spielstätte. Für den Namenssponsor ist die Verbreitung des Firmennamens innerhalb eines aufeinander abgestimmten Corporate Designs zusätzlich ein positiver Marketingeffekt und geht bereits in den Bereich der „Corporate Architecture“ hinein.



Abb. 12: Auswahl von verschiedenen Corporate Designs im Stadionbau

Quellen:[http://de.wikipedia.org/w/index.php?title=Datei:Allianz-](http://de.wikipedia.org/w/index.php?title=Datei:Allianz-Arena_logo.svg&filetimestamp=20080622084648)

[Arena\\_logo.svg&filetimestamp=20080622084648](http://de.wikipedia.org/w/index.php?title=Datei:Allianz-Arena_logo.svg&filetimestamp=20080622084648) (Letzter Aufruf am 21.07.2011)

<http://de.wikipedia.org/wiki/Veltins-Arena> (Letzter Aufruf am 21.07.2011)

<http://www.signal-iduna-park.de> (Letzter Aufruf am 21.07.2011)

[http://www.stadionwelt-business.de/index.php?rubrik=locations&site=firmen&firma=imtech\\_arena&head=Imtech-Arena-Hamburg&id=379&kat=stadien](http://www.stadionwelt-business.de/index.php?rubrik=locations&site=firmen&firma=imtech_arena&head=Imtech-Arena-Hamburg&id=379&kat=stadien) (Letzter Aufruf am 21.07.2011)

### 4.3.2 Namenssponsoring

„The most powerful way to advertise a brand is to put its logo on a sports arena“<sup>36</sup>.

Tim Leiweke, der Präsident der Anschutz Entertainment Group, laut eigener Aussage auf der Firmenwebsite eines der weltweit führenden Unternehmen im Bereich der Sport- und Unterhaltungsveranstaltungen erläuterte auf der Konferenz „Next Big

---

<sup>36</sup> Bond, 2005

Idea: The Future of Branded Entertainment“, dass in den 70er Jahren des 20. Jahrhunderts die Sportvereine den Großteil ihrer Gewinne über den Kartenverkauf generierten. Am Beispiel der Los Angeles Lakers machte er deutlich, dass sich der Ertrag innerhalb von 30 Jahren beinahe verzehnfacht hat. Hatte der Basketballclub in den 70ern noch Einnahmen in Höhe von 25 Millionen so waren es 2005 rund 200 Millionen US-Dollar. Die starken Umsatzgewinne führte Leiweweke auf das Sponsoring, die Fernseheinnahmen und die Vermarktung von Business-Seats und VIP-Logen zurück.<sup>37</sup>

In einer Diskussion über die Vermarktungsmöglichkeiten von Stadien und Arenen erklärte der Präsident von ClearChannel Entertainment Properties, Bruce Eskowitz, dass die Namensvergabe der Stadien dazu beiträgt, dass der Firmenname nicht mehr nur kurzzeitig beim Besuch des Events wahrgenommen wird, sondern ebenfalls auf DVD's, CD's und in Live-Übertragungen an den Verbraucher herangetragen wird.<sup>38</sup> Während im klassischen Sportsponsoring der Name der Firma mit dem sportlichen Erfolg indirekt in Verbindung gebracht wird, so bleibt das Firmenimage beim Namenssponsoring von Stadien und Arenen weitgehend unbelastet. Die Sponsoren bleiben dabei Unabhängig müssen aber dennoch darauf achten, dass die Hauptnutzer der Stadien trotzdem mit dem Namensgeber assoziiert werden. Der Verein des zugehörigen Stadions darf deshalb nicht für Negativ-Schlagzeilen sorgen.<sup>39</sup>

Darüber hinaus können Sponsoren mit der Patenschaft über ein Stadion ihr Firmenimage positiv prägen und bestimmte Marktsegmente ansprechen.<sup>40</sup> Es geht dabei um „die Schaffung einer realen Erlebniswelt, die die Zielgruppe besuchen kann und mit allen Sinnen wahrnimmt. Solche Erlebniswelten sind im Idealfall durch das Sponsorunternehmen über einen speziellen Laden, in dem man Produkte betrachten kann, zu gestalten. Ziel ist die Aktivierung von Cross-Selling-Potentialen bei Besuchern, die im Rahmen des Sportereignisses noch andere Güter konsumieren

---

<sup>37</sup> Vgl. Bond, 2005

<sup>38</sup> Vgl. Bond, 2005

<sup>39</sup> Vgl. Schuler, 2006: S.17

<sup>40</sup> Vgl. Schuler, 2006: S.17

sollen“<sup>41</sup>.

Im Falle der Münchner Allianz Arena ist dieses Konzept bereits voll umgesetzt. Im Gebäude selbst gibt es die sogenannte Markenwelt mit den Fan-Shops der beiden Münchner Vereine, in denen man die gängigen Fanartikel wie Trikots etc. erwerben kann. Zudem gibt es seit Eröffnung der Arena aber auch einen „Allianz Arena Shop“ in dem Fanartikel zur Allianz Arena selbst angeboten werden. Auf jedem dieser Artikel ist dabei selbstverständlich das Logo der Allianz-Versicherung abgebildet und wird damit weiter unter die Besucher gestreut.

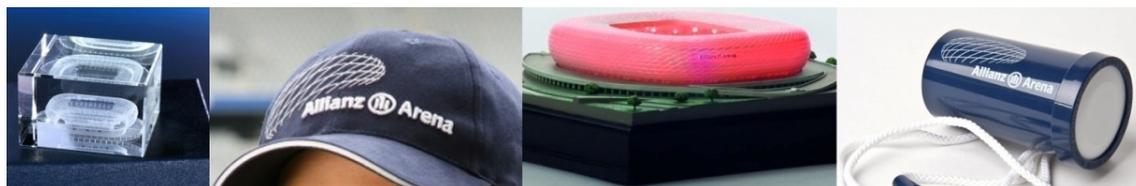


Abb. 13: Merchandisingprodukte vom Stadion – Produktpalette aus dem Online Shop der Allianz Arena

Quelle: <http://www.allianz-arena-shop.de/index.shtml> (Letzter Aufruf am 25.06.2011)

Das Namenssponsoring bei Stadien und Arenen dient also nicht allein dazu, dass der Name bei den Besuchern der Fußballspiele in aller Munde ist, sondern vielmehr auch durch Medienpräsenz und evtl. andere Veranstaltungen kommuniziert wird.

Eigene Produkte zu bewerben und das Firmenimage möglichst positiv und ohne Risiken schlechter Schlagzeilen von Sportlern oder Vereinen zu vermarkten ist eine weitere Chance der Namenspatenschaft im Sportsponsoring.

In wenigen Fällen, kann man die Architektur eines Stadions also auch als gelungene „Corporate Architecture“ bezeichnen. So ist zum Beispiel die Allianz Arena auf den Arena-Fanartikeln jederzeit mit dem Logo präsent und kommuniziert die Architektur so nicht nur in Fachmagazinen oder durch Fernsehbeiträge, sondern ist beim Besucher als architektonisches Objekt allgegenwärtig.

In der nachfolgenden Tabelle werden die Stadien der 36 Bundesligisten (1. und 2. Bundesliga) auf ihre gewechselten Stadionnamen hin verglichen.

---

<sup>41</sup> Schuler, 2006: S.18

Tabelle 1: Stadien und deren Umbenennungen 2011/2012 Quelle: Stadionwelt.de

	Verein	ehemaliger Name / ehemaliges Stadion	neuer Name / neues Stadion	Umbenennung
	1.FC Kaiserslautern	<b>bisher kein Namenssponsorin</b>	Fritz-Walter-Stadion	x
	1.FC Köln	Müngersdorfer Stadion	Rhein-Energie-Stadion*	2004
	1.FC Nürnberg	Frankenstadion	easyCredit-Stadion	2006
	1.FSV Mainz 05	Stadion am Bruchweg	Coface-Arena*	2011
	1899 Hoffenheim	Dietmar-Hopp-Stadion	Rhein-Neckar-Arena*	2009
	Bayer 04 Leverkusen	Ulrich-Haberland- Stadion	BayArena	1998
	Borussia Dortmund	Westfalenstadion	Signal Iduna Park	2005
	Borussia M'Gladbach	Bökelbergstadion	Stadion im Borussia- Park*	2004
	FC Augsburg	Rosenaustadion	SGL-Arena (Impuls Arena)*	2009, 2011
	FC Bayern München	Olympiastadion München	Allianz Arena*	2005
	FC Schalke 04	Parkstadion Gelsenkirchen	Veltins Arena*	2001
	Hamburger SV	Volksparkstadion Hamburg	Imtech-Arena (HSH Nordbank Arena, AOL Arena)	2001, 2007, 2010
	Hannover 96	Niedersachsenstadion	AWD-Arena	2002
	Hertha BSC Berlin	<b>bisher kein Namenssponsorin</b>	Olympiastadion Berlin	x
	SC Freiburg	Dreisamstadion	badenova-Stadion	2004
	VfB Stuttgart	Gottlieb-Daimler- Stadion/Neckarstadion	Mercedes-Benz-Arena	x
	VfL Wolfsburg	VfL-Stadion am Elsterweg	Volkswagen-Arena*	2002
	Werder Bremen	<b>bisher kein Namenssponsorin</b>	Weser-Stadion	x
	TSV 1860 München	Olympiastadion München	Allianz Arena*	2005
	Eintracht Frankfurt	Waldstadion	Commerzbank Arena	2005
	Fortuna Düsseldorf	Rheinstadion	Esprit Arena (LTU Arena)*	2005, 2009
	Alemannia Aachen	Tivoli	Tivoli*	x
	Dynamo Dresden	Rudolf-Harbig-Stadion	glücksgas Stadion	2010
	M SV Duisburg	Wedaustadion	SCHAUISLAND- REISEN-ARENA	2010
	VfL Bochum	Ruhrstadion	rewirpowerSTADION	2006
	Karlsruher SC	<b>bisher kein Namenssponsorin</b>	Wildparkstadion	x
	FC Hansa Rostock	Ostsee-Stadion	DKB-Arena	2007
	Eintracht Braunschweig	<b>bisher kein Namenssponsorin</b>	Eintracht-Stadion	x
	FC St.Pauli	<b>bisher kein Namenssponsorin</b>	Millerntorstadion	x
	Energie Cottbus	<b>bisher kein Namenssponsorin</b>	Stadion der Freundschaft	x
	Union Berlin	<b>bisher kein Namenssponsorin</b>	An der Alten Försterei	x
	Erzgebirge Aue	Erzgebirgsstadion	Sparkassen- Erzgebirgsstadion	2011
	SpVgg Greuther Fürth	Ronhof	Trolli-Arena (Playmobilstadion)	1997, 2010
	SC Paderborn 07	Hermann-Löns- Stadion	Stadion Paderborn (EnergieTeam-Arena, paragon arena)	2008, 2009, 2010
	FC 04 Ingolstadt	Tuja-Stadion	Audi-Sportpark*	2010
	FSV Frankfurt	Stadion am Bornheimer Hang	Frankfurter Volksbank Stadion	2009

\* Stadion wurde neu errichtet und ist keine Renovierung oder reine Umbenennung

## 4.4 Online Medien

Ähnlich wie bei der Stadionsdarstellung in den herkömmlichen Medien, zeigen sich die neuen, digitalen Medien äußerst flexibel und mit großem Potential zur Stadionarchitekturdiskussion in der Bevölkerung. Sämtliche Möglichkeiten online eine Meinung zu vertreten werden derzeit bereits genutzt und enthalten ebenfalls architektonische Statements.

### 4.4.1 Web-Präsenzen der neuen Arenen



Abb. 14: Webpräsenz der Allianz Arena

Quelle: [www.allianz-arena.de/de/index.php](http://www.allianz-arena.de/de/index.php) (Letzter Aufruf am 22.07.2011)

Die Stadionbetreiber-Gesellschaften, welche zur Verwaltung der neuen Arenen (vgl.3.2.3) gegründet werden, betreiben in den allermeisten Fällen eine eigene Web-Präsenz um den Bereich des Ticketings online zu betreiben und Informationen über die Eventlocation zu vermitteln. Auf den Webseiten der Stadien werden neben den

individuellen elektronischen Bezahlssystemen, wie z.B. der „ArenaCard“ in München, oder des „Stadiondeckels“ in Dortmund, auch sämtliche Fakten und technische Daten der Arenen erläutert. In Bildergalerien kann der User (Nutzer) die Spielstätten von zu Hause aus begreifen und sich zum Beispiel Bildschirmhintergründe herunterladen. Die Architektur der Arenen findet somit Platz auf den Bildschirmen der Fußballfans.

#### 4.4.2 Soziale Netzwerke

In den letzten 10 Jahren nahm die Anzahl der angemeldeten Benutzerkonten in sozialen Netzwerken wie „facebook“, „StudiVZ“ oder „Xing“ stark zu. Diesen sogenannten „social Networks“ wird große Macht zugeschrieben. Den Nutzern ist es durch diese Plattformen möglich gemacht worden ihre ganz persönlichen Meinungen selbst zu publizieren. Dies kann in politischen Krisengebieten, wie zum Beispiel Anfang 2011 in Ägypten, dazu dienen, dass internationale Medien, die ihre Berichterstattung aus Sicherheitsgründen abzogen, die Netzwerke wie „facebook“ oder „Twitter“ als „Nachrichten-Agenturen“ verwenden und so die Verbindung in diese Krisengebiete halten können.

Im Bezug auf die Kommunikation von Stadionarchitektur oder Stadionneubauprojekten bedeutet dies, dass jeder unkompliziert und einfach seine persönliche Meinung über Stadien und deren Architektur zu veröffentlichen kann. Jeder User kann seine Meinung öffentlich kommunizieren und Argumente für oder wider ein Projekt liefern.

Auf den Stadion-Facebook-Seiten wird ergänzend zu den Web-Präsenzen der Arenen die Architektur und die Marke vermittelt. Meist dienen die Seiten der Stadien in den sozialen Netzwerken allerdings dazu, Ergebnisse und Nachrichten des jeweiligen Vereines online zu vermitteln. Mit dem „Gefällt-mir“-Button gibt der User ein Statement in der Öffentlichkeit seines persönlichen Netzwerkes ab und verbreitet die Marke somit unter seinen „Freunden“ weiter.

Im erweiterten Kreis der sozialen Netzwerke können auch mobile Applikationen auf Smartphones in die Stadionkommunikation mit eingebunden werden. Die Applikationen lädt der Telefonbenutzer auf sein mobiles Endgerät herunter und erhält zum Beispiel einen Bundesliga-Stadionführer auf sein Handy.

Die Iphone-App „Bundesliga Stadiums“ liefert Verlinkungen zu Wikipedia-Artikeln und erlaubt es dem User Stadionfotos aus den Stadien direkt in die Datenbank online zu stellen und den anderen Interessierten zur Verfügung zu stellen.

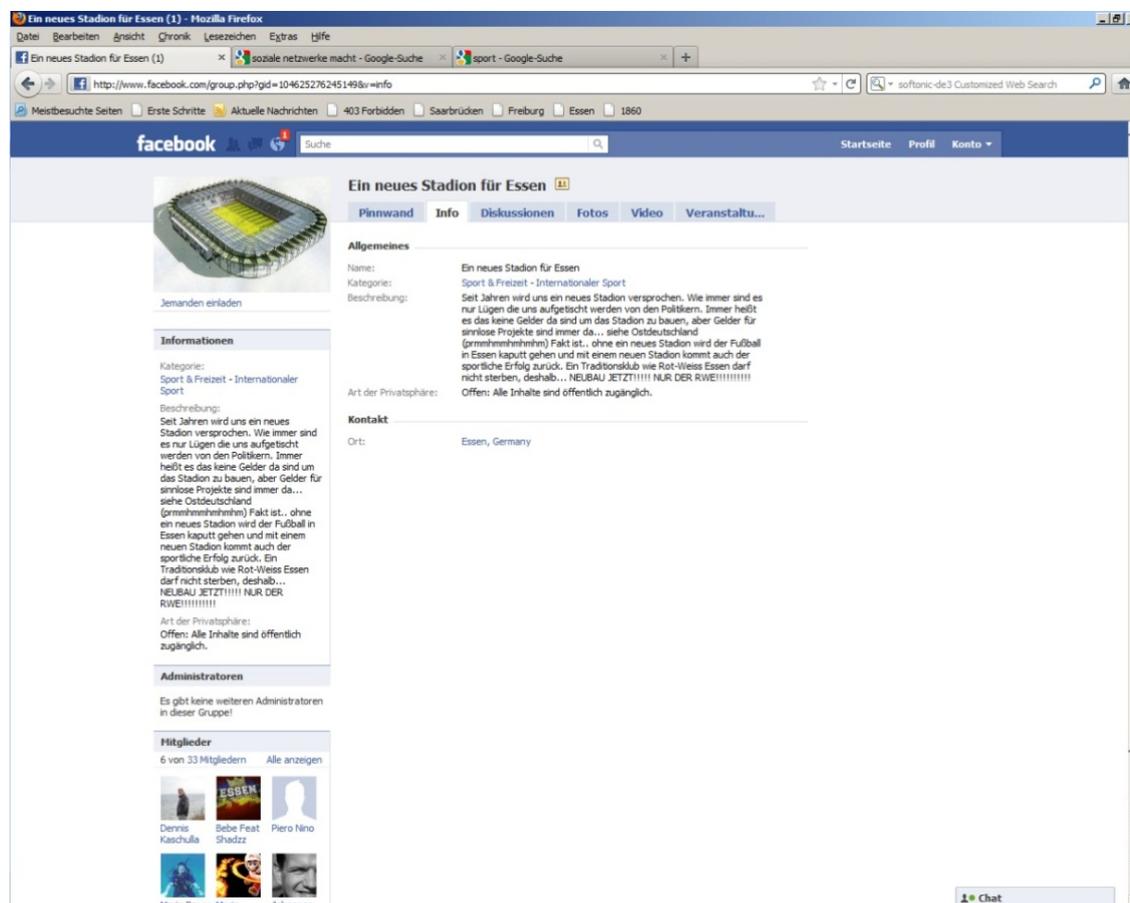


Abb. 15: Auf Facebook gibt es Stadiondiskussionrunden zu fast jedem Stadion (hier Essen)

Quelle: <http://www.facebook.com/group.php?gid=104625276245149> (Letzter Aufruf am 22.07.2011)

#### 4.4.3 Sport-Portale

Zu den größten deutschen Sport-Portalen zählen „Kicker.de“ und „Sport1.de“. Analog zu dem in 4.1.2. beschriebenen Sportjournalismus können hier auch die zugehörigen Online-Sport-Portale genannt werden. Diese liefern ähnlich wie die Print-Version hauptsächlich Fakten wie Ergebnisse und Tabellen. Stadien erhalten dort nur eine Nebenrolle und können bei den Informationen zu den Vereinen mit Anschrift und Daten und Fakten eingesehen werden. Der Beitrag zur Architekturkommunikation ist dort dürftig und ausbaufähig.

## 4.5 Zwischenfazit zur Kommunikationsleistung der Medien

Zusammenfassend muss man die Kommunikationsleistung der Medien, im Bezug auf die Architekturberichterstattung als ausbaufähig betrachten. Während in den Printmedien in den Feuilletons und den kulturellen Fußballmagazinen durchaus architektonische Gedanken transportiert werden liefert das Fernsehen meist nur die reine Sportberichterstattung ab. Das Potential für die Vermittlung von qualitativvoller Architektur anhand von Fernsehbeiträgen, im Rahmen von Bundesliga-Berichten ist immens. Mit Marktanteilen der ARD-Sportschau von über 30 Prozent (siehe 4.2.) erreicht das Fernsehen eine breite Masse an potentiell interessierten Fußballfans. Mit gezielten Hinweisen oder Kameraeinstellungen in den Einleitungen vor den eigentlichen Spielberichten könnte dem Fan vor dem Fernseher Atmosphäre und die architektonische Qualität vermittelt werden. Die Vermittlungsstrategien in den elektronischen Medien (Radio und TV) sind daher ausbaufähig.

Die Fachpresse ist für die Gruppe der Fußballbegeisterten nicht relevant, da sie sich unter fachspezifischen Aspekten mit dem Thema „Stadionbau“ auseinandersetzt. Die Online-Medien setzen bereits stark auf die Vermittlung von „Corporate Architecture“ und den Stadionmarken. Hier kann gezielt mit der Hilfe von professioneller Architekturkommunikation das Produkt, nämlich das Stadion, an den Konsumenten gebracht werden. Das architektonische Interesse und somit die Grundlage für jede Architekturdiskussion kann bei der Zielgruppe Fußballfans somit am leichtesten über die Online-Medien geweckt werden.

## 5 Die Gruppe der Fußballbegeisterten

Der deutsche Soziologe Bernhard Schäfers definiert den Begriff Gruppe wie folgt: „Eine soziale Gruppe umfasst eine bestimmte Anzahl von Mitgliedern (...), die zur Erreichung eines gemeinsamen Ziels (...) über längere Zeit in einem relativ kontinuierlichen Kommunikations- und Interaktionsprozess stehen und ein Gefühl der Zusammengehörigkeit (...) entwickeln. Zur Erreichung des Gruppenziels und zur Stabilisierung der Gruppenidentität ist ein System gemeinsamer Normen und eine Verteilung der Aufgaben über ein gruppenspezifisches Rollendifferenzial erforderlich.“<sup>42</sup>

Die Gruppe der Fußballbegeisterten besteht demnach aus einer größeren Anzahl einzelner Individuen, welche sich in unterschiedlicher Intention mit dem Fußballsport an sich oder im speziellen einem Verein identifizieren und dort ein Gefühl der Zusammengehörigkeit erkennen lässt. Da die Mitglieder dieser Gruppe ihre Vereine allerdings in verschiedener Intensität unterstützen, muss sie weiter untergliedert werden.

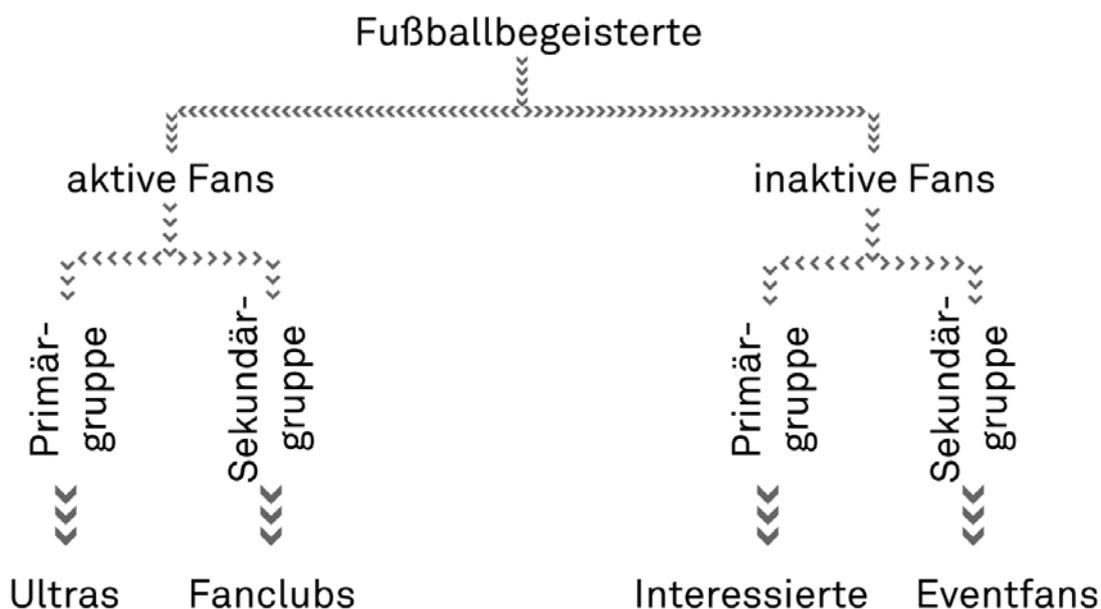


Abb. 16: Gruppeneinteilung der Fußballbegeisterten

Quelle: Johannes Zettel

<sup>42</sup> Rosemann / Bielski, 2001: S.146

Um die Diskussion über die Architektur von Sportstätten, insbesondere von Fußballstadien, analysieren zu können müssen vorab Klassifikationen der einzelnen Gruppierungen getätigt werden. In den Fußballstadien haben sich im 20. Jahrhundert mehrere Gruppen entwickelt. Es gibt bereits viele Kategorisierungen der Fußballfans (siehe dazu Oliver Fürtjes: Fußballfans im sozialen Wandel, Abbildung 1, S.12).

Um allerdings die Architekturdiskussion besser unterscheiden und einordnen zu können werden in dieser Arbeit in Anlehnung an bestehende Fanklassen die aktuellen Gruppierungen der Fußballkultur als Grundlage benutzt werden. So kann man den „puren Fußball“ gegen das „Event“ stellen und die einzelnen Gruppen an diesen Umschreibungen orientieren.

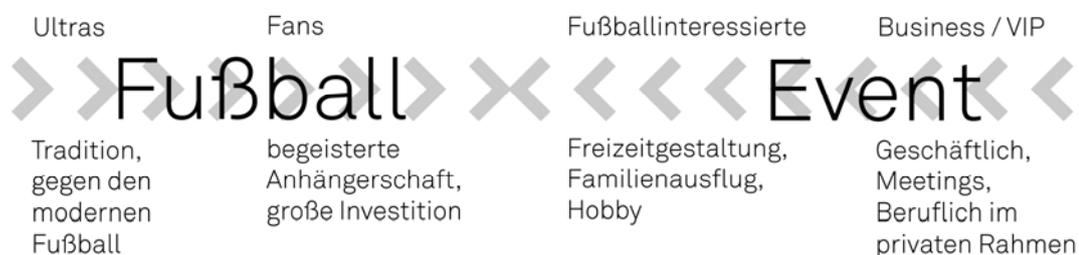


Abb. 17: Klassifikation der Fußballfans

Quelle: Johannes Zettel

Während die Ultra-Gruppierungen dem Fußball eher traditionell gegenüberstehen, werden in VIP-Logen Geschäfte im privaten Rahmen abgeschlossen. Bedenkt man dabei, dass sich beide Gruppierungen unter einem Dach befinden kann man damit rechnen, dass die Architekturdiskussion über Stadien in den verschiedenen Gruppen auch völlig kontrovers geführt werden wird.

## 5.1 Ultras

Die Gruppierung der Ultra-Bewegung entstammt den 1960er Jahren des italienischen Fußballs. Damals schlossen sich, meist jüngere, Fußballfans zu größeren Gruppen zusammen um ihre Vereine organisiert zu unterstützen. Da diese Fangruppierungen häufig eng mit politischen Protesten verknüpft waren, sind Elemente von Straßendemonstrationen heute auch in Fußballstadien zu finden. Dazu gehören die sogenannten Doppelhalter, Spruchtransparente oder der für die Ultra-Bewegung heute charakteristische Einsatz von Megaphonen. Immer noch weisen die gemalten

Transparente in ihrer Grafik und Darstellung Merkmale der 1960er Jahre auf. Als erstes wurde eine Fangruppierung des AC Turin von einer italienischen Zeitung als Ultra bezeichnet, die nach Spielende einen Schiedsrichter bis zum Flughafen verfolgt haben soll. Diese Gruppierung stellt die Grundlage aller europäischen Ultrabewegungen dar.<sup>43</sup>

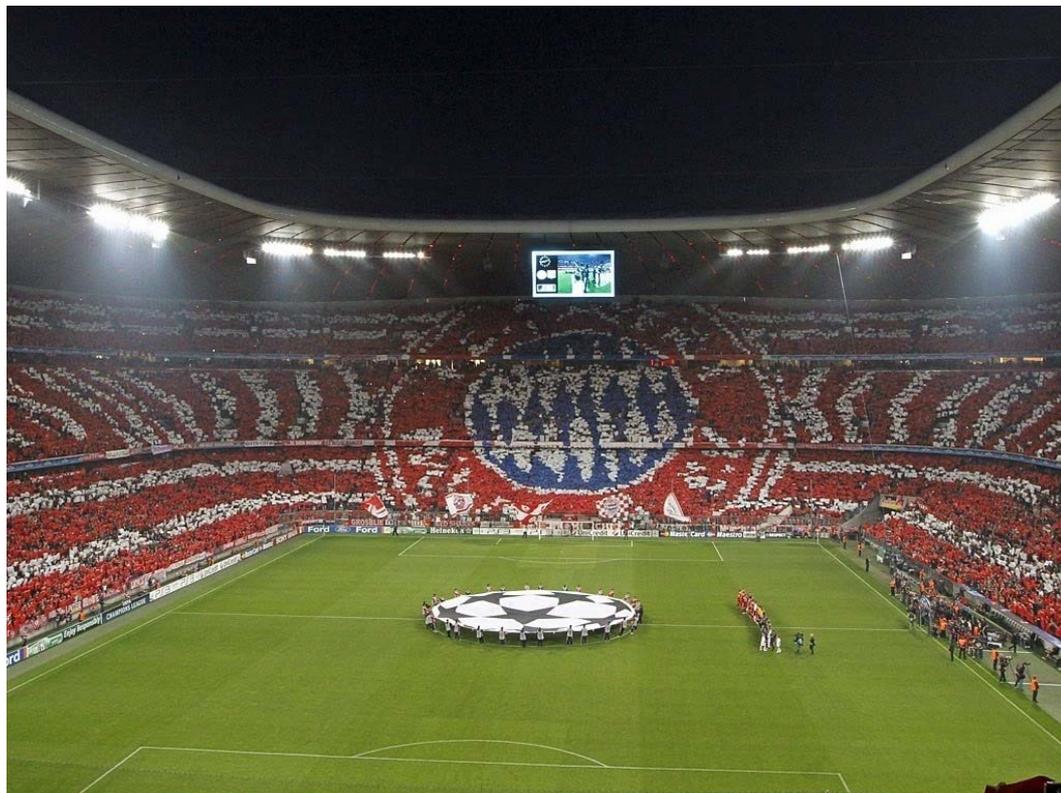


Abb. 18: Choreographie in der Münchner Allianz Arena 2010

Quelle: [http://2.bp.blogspot.com/\\_OSXi0l6pcC0/S9B1zfRqPHI/AAAAAAAAABpw/hk5DIUEJaw0/s1600/choreo3.jpg](http://2.bp.blogspot.com/_OSXi0l6pcC0/S9B1zfRqPHI/AAAAAAAAABpw/hk5DIUEJaw0/s1600/choreo3.jpg)

(Letzter Aufruf am 28.06.2011)

„Während in Italien die politische Orientierung und deren Artikulation im Stadion eine große Rolle spielen, steht bei den deutschen Ultras die Anfeuerung der eigenen Mannschaft im Vordergrund“<sup>44</sup>.

Die Bezeichnung „Ultra“ stammt aus dem lateinischen und bedeutet „über etwas hinaus“ oder „weiter hinaus“. Auf den Fußballfan bezogen bedeutet dieses Präfix sozusagen „über die Fankultur hinaus“. Dies umschreibt die Treue mit welcher die

---

<sup>43</sup> Vgl. Friedmann, 2009: S.13

<sup>44</sup> Gabriel, 2004: S.183

beteiligten ihre Vereine unterstützen. Die Ultra-Bewegung ist demnach eine Organisation „fanatischer Fußballanhänger“<sup>45</sup>.

In den Stadien fallen die Gruppierungen, die in Deutschlands Profibereich in nahezu jedem Verein anzutreffen sind, durch aufwändige Choreographien und den Einsatz von Megaphonen auf.<sup>46</sup>

Mit den sogenannten „Choreos“, bei denen die Fanblöcke in den Vereinsfarben als große Einheit erscheinen, und der dauerhaft lautstarken Unterstützung ihrer Vereine tragen die Ultra-Gruppierungen stark zur Wahrnehmung der Vereine in der Öffentlichkeit und zur Atmosphäre im Stadion bei.

Im Gegensatz zu anderen Fangruppierungen stehen die Ultras dem kommerziellen Fußball und häufig auch den eigenen Vereinen kritisch gegenüber.<sup>47</sup> Dies kann bis hin zum völligen Abwenden des Fanclubs vom Verein führen. Im Falle des SV Wehen Taunusstein wandten sich die „Psychopathen Wehen 1999“ mit Ende der Saison 2006/2007, und dem geschafften Aufstieg in die 2. Bundesliga, von ihrem Verein ab. Als Grund führt die Bewegung auf ihrer bis heute aktiven Internetdomain den Umzug des Vereins nach Wiesbaden und der daraus resultierenden Namensänderung in SV Wehen Wiesbaden an. Eine Rivalität zwischen den Fans aus der Stadt Taunusstein und denen aus Wiesbaden, auf Grund der geographischen Nähe, war hier zusammen mit der Kommerzialisierung des Fußballs der Auslöser für die Auflösung der Ultraszene des SV Wehen Taunusstein.

„Der Kampf gegen den modernen Fußball ist für uns verloren, wir wünschen allen anderen wahren Fans viel Glück im weiteren Kampf“<sup>48</sup>. Dieser letzte Satz auf der Seite der nicht mehr aktiven Fangruppierung aus Wehen zeigt ein weiteres Merkmal der Ultra-Szene auf. Die Solidarisierung der Gruppierungen untereinander.<sup>49</sup> So werden Stadionverbote häufig als Unterdrückung durch die Polizei und Sicherheitskräfte angesehen. Ausdruck verleihen die Fans ihrem Unmut durch Fangesänge wie „Fußballfans sind keine Verbrecher“ oder durch Spruchbanner wie „Immer bei uns!“

---

<sup>45</sup> Thömmes, 2011: S 22

<sup>46</sup> Vgl. Thömmes, 2011: S22

<sup>47</sup> Vgl. Thömmes 2011: S.22

<sup>48</sup> [www.psy-99.de](http://www.psy-99.de), (28.06.2011)

<sup>49</sup> Vgl. Thömmes, 2011: S.22

Die Abgrenzung der Ultra-Bewegung zu Hooligans ist schwer zu definieren. Was man allerdings sagen kann ist, dass die Beweggründe der Ultra-Bewegung immer der Treue und Zuneigung zu einem bestimmten Verein sind. Die anderen Fangruppen in den Vereinen akzeptieren ihre Ultras nicht immer in vollem Umfang, da sie der Meinung sind, dass das Image des Vereins durch deren Handeln Schaden nehmen könnte. Für die Vereine allerdings sind die Ultras ernst zu nehmende Partner da sie optisch und akustisch stark präsent sind und die Atmosphäre in den Stadien häufig von ihnen ausgeht.<sup>50</sup>

Moderne Arenen dürften bei den Ultras auf weniger Gegenliebe stoßen, da ihre Einstellung zu den Modernisierungen im Profifußball eher „traditionalistisch“ ist.

## 5.2 Fanclubs

Das Wort „Fan“ ist die Kurzform des englischen „fanatic“<sup>51</sup> und beschreibt eine Person die „sich leidenschaftlich“ und „mit blindem Eifer (und rücksichtslos) für etwas einsetzt“<sup>52</sup>. Eine genauere, soziologische Definition liefern Jochen Roose, Mike Schäfer und Thomas Schmidt-Lux in ihrem Buch „Soziologie der Fans“: „Fans sind Menschen, die längerfristig, eine leidenschaftliche Beziehung zu einem für sie externen, öffentlichen, entweder personalen, kollektiven, gegenständlichen oder abstrakten Fanobjekt haben und in die emotionale Beziehung zu diesem Objekt Zeit und/oder Geld investieren“<sup>53</sup>.

Auf den Fußball zurück projiziert sind es Personen die einen bestimmten Verein leidenschaftlich und intensiv unterstützen und dabei nicht vor langen Busfahrten oder größeren finanziellen Investitionen zurückschrecken.<sup>54</sup> Ähnlich wie die „Ultras“ sind die Fans in Fanclubs organisiert, jedoch verfolgen sie den Sport mit einer anderen Intention. Während sich die Ultras (wie in 5.1. erwähnt) gegen den Kommerz und den modernen Fußball stellen, sind Fanclubs äußerst wichtig für den Vertrieb von Merchandising-Produkten wie Trikots und Schals. Im Stadion tragen sie ebenfalls

---

<sup>50</sup> Vgl. Thömmes, 2011: S.22

<sup>51</sup> Vgl. Roose et al., 2010: S.12

<sup>52</sup> Duden.de: <http://www.duden.de/rechtschreibung/fanatisch> (30.06.2011)

<sup>53</sup> Roose et al., 2010: S12

<sup>54</sup> Vgl. Thömmes, 2011: S.18

zur atmosphärischen und akustischen Kulisse bei, indem sie mit Schlachtrufen und Fahnen ihr Team anfeuern. Dabei werden sie oftmals als der zwölfte Mann bezeichnet, da sie dazu in der Lage sind die Spieler psychologisch zu unterstützen.<sup>55</sup> Im Gegensatz zum allgemeinen Sprachgebrauch in der Bevölkerung sind Fußballfans keine „homogene Gruppe“<sup>56</sup>. Während das Wort „Fan“ in den Medien und der Öffentlichkeit für nahezu jeden Stadionbesucher verwendet wird muss es in diesem Fall differenziert betrachtet werden. Mit dem Wort „Fan“ ist nicht „das gesamte Spektrum an Zuschauern im Stadion und an den Bildschirmen gemeint, welche sich bei einer Selbsteinschätzung wahrscheinlich ebenfalls als Fans bezeichnen, sondern vielmehr die Gruppe jener, welche auf den Stehplatztribünen ihre Mannschaft lautstark unterstützen und idealtypisch in Vereinsfarben gekleidet sind.“<sup>57</sup> Die Akzeptanz neuer Stadionarchitektur dürfte in dieser Gruppe höher anzusiedeln sein als bei den Ultras, da sie den zeitlichen Veränderungen im Fußball nicht so negativ gegenüberstehen.

### 5.3 Interessierte

Die von den aktiven Fans in den Fanblöcken oft als „Event-Fans“ bezeichneten Fußballinteressierten müssen in dieser Arbeit neu definiert werden.

Da die Entwicklung des Fußballerlebnisses in den letzten 15 Jahren gerade in den Profi-Ligen zum Event-Charakter hinführt, wird der Stadionbesuch auch immer mehr zum Familien- bzw. Eventerlebnis. Die neugebauten Stadien werden von aktiven Fans häufig auch als „Freizeitparks“ oder „Shopping-Malls“ bezeichnet, weil deren äußere Gestalt häufig nicht mehr der „traditionellen“ Stadionarchitektur aus dem 20. Jahrhundert ähnelt.

„Als Fußballinteressiert soll deshalb derjenige bezeichnet werden, der unabhängig seiner Bindungsintensität zu einem bestimmten Verein regelmäßig und ausführlich Fußball, sei es im Stadion oder in den verschiedenen Mediengattungen, rezipiert, so

---

<sup>55</sup> Vgl. Thömmes, 2011: S.18

<sup>56</sup> König, 2002: S.44

<sup>57</sup> König, 2002: S.44

dass ein ausgeprägtes Fakten- und Strukturwissen angenommen werden kann.“<sup>58</sup>

Zusätzlich zum Fußballinteressierten kann man den „Event-Fan“ in diese Gruppe mit einbeziehen, da er ohne ein gewisses Interesse am Fußball das Stadion nicht besuchen würde.

Die Stadionarchitektur dürfte auf diese Gruppe stärker wirken, da sie sich nicht den „Traditionalisten“ anschließt, sondern deren Meinungen diesbezüglich, Beobachtungen in Internetforen zu Folge, stark von den vorher genannten Gruppierungen unterscheidet.

## 5.4 Eventfans

Während die vorher beschriebenen Gruppen ein echtes Interesse am Fußball und dem Spiel bzw. dem besuchten Verein haben, ist die letzte Gruppe abgegrenzt zu betrachten. Da die Vereine den Sponsoren von Business-Seats über den Zutritt zum VIP-Bereich bis hin zur eigenen VIP-Loge verschiedene Leistungspakete anbieten können, werden auf diesen Plätzen durchaus auch Stadionbesucher anzutreffen sein, die aus beruflichen Gründen bzw. ohne echtes Fußballinteresse vor Ort sind.<sup>59</sup>

Die moderne Stadionarchitektur dürfte dieser Gruppe entgegenkommen, da An- und Abreise meist gut geregelt sind und das Umfeld und der Komfort für die Pflege geschäftlicher Kontakte besser geeignet ist als dies bei früheren Stadionneubauten der Fall ist. Eine Diskussion über die Stadionarchitektur kann von dieser Gruppe zusammen mit den anderen nicht erwartet werden, da deren Interesse nicht zwingend dem Fußball gilt und sie somit wohl eher einzeln zu betrachten ist. Die Diskussionsplattformen wie Fußball-Internetforen o.ä. werden von ihr eher weniger konsultiert.

---

<sup>58</sup> Fürtjes, 2009: S.13

<sup>59</sup> Vgl. Arndt et al., 2005: S.116

## 6 Arten und Wege der aktiven Diskussion

Die aktive Architekturdiskussion beginnt in jeder Zielgruppe zu einem anderen Zeitpunkt. Während Architekten untereinander über fachspezifische Probleme bei der Stadionarchitektur sprechen und die Diskussion auf einem fachlich weit höheren Niveau beginnt, findet die Diskussion über die Architektur von Sportstätten bei den Nutzern, den Fans, bereits viel früher statt. Die Aussage eines Fußballfans, dass ein Stadion eine gute Atmosphäre oder einen gewissen Charme mit sich bringt kann und muss in diesem Fall bereits als architektonisches Statement gewertet werden. Die sprachliche Ebene ist zudem in den untersuchten Medien eher umgangssprachlich und salopp. Dennoch ist es möglich eine qualitativ hochwertige Architekturdiskussion zu führen und dadurch auch eine ernst zu nehmende Basis für die Architekturvermittlung anhand der modernen Stadionarchitektur zu entwickeln. Im Folgenden werden Arten und Wege der aktiven Diskussion über Stadien und Arenen beleuchtet und deren Einsatz auf den Nutzen für die Architekturdiskussion in der Bevölkerung bewertet.

### 6.1 Das Gespräch

Die einfachste Methode zu diskutieren ist das Gespräch. Ein Gespräch unter Freunden findet nahezu ständig statt. Bei gemeinsamen Stadionbesuchen werden die Vor- und Nachteile des jeweiligen Stadions unter den Besuchern ausgetauscht und über mögliche Verbesserungen diskutiert. Diese Diskussionen beginnen im Stadion ebenso, wie auf abendlichen Treffen, wenn über aktuelle Themen gesprochen wird. Ein Gespräch über neue Stadien oder vermeintliche Fehlentwicklungen in den vorhandenen Spielstätten bringt die Stadiondiskussion in der Bevölkerung schon sehr früh zum laufen. Die Meinungen werden jedoch völlig ungefiltert und nicht moderiert ausgetauscht und können in diesem Falle nur als Meinungs austausch betrachtet werden. Um eine gerichtete Diskussion zu führen bedarf es fachnahen Beteiligten, die ihr Wissen mit den anderen teilen.

## 6.2 Der Leserbrief

„Der Leserbrief gehört zu den beliebtesten Rubriken jeder Zeitung. Er ist hin und wieder witzig, immer recht kurz und oft interessant. Leserbriefe geben Stimmungsbilder in sehr knapper Form wieder. Ein Anspruch auf inhaltliche und objektive Vollständigkeit erheben sie nicht[...]. Jedermann, auch der jeweilige Leser selbst, könnte ihn geschrieben haben – Volkes Stimme spricht.“<sup>60</sup>

Der Leserbrief ist zwar eine amüsante Form der Presstexte, jedoch bildet er nur eine nebensächliche Diskussionsart. In Zeiten von digitalen Medien können eigene Meinungen einfacher an eine viel größere Öffentlichkeit gerichtet werden. Die Verbreitung von Leserbriefen findet derweil immer noch statt, jedoch ist er als Diskussionsmedium auf Grund der nur täglich oder wöchentlich erscheinenden Verbreitungsmedien wie Lokalzeitungen, zu langsam. Zur Diskussion regt der Leserbrief dennoch an.

Am Beispiel von Leserbriefen zum Thema „Stadion-Streit von FC Bayern mit dem TSV 1860“ im Münchner Merkur vom 05.02.2010 lässt sich die Ähnlichkeit in der Ausdrucksweise zu Beiträgen in Internetforen erklären.

*Leserbrief aus dem Münchner Merkur vom 05.02.2010:*

*„Man muss die Schizophrenie schon gut verstehen, wenn über dieses Thema geschrieben oder diskutiert wird. Bayern hat mit 1860 einen Cateringvertrag der 3000 VIPs vorsieht. 1860 hat 1000 bis 1200. Der Caterer liefert 3000 Portionen hervorragendes Essen in die Arena, das dort aufbereitet und serviert wird. Jetzt bleiben seit Einzug in die Allianz Arena 1500 bis 2000 Portionen übrig, bezahlt wurden lange Zeit laut Vertrag die 3000 gelieferten. Aufgrund der Hygienevorschriften sind diese übrigen Portionen nicht mehr zu verwerten und werden gegen 21 Uhr von einem Sondermüllfahrzeug abgeholt und zu Tierfutter verarbeitet. Wie groß muss die rote Vereinsbrille sein, um diese Vorgehensweise dauerhaft für gut zu finden. Weil es ja einen Vertrag gibt? Ich hatte bisher Herrn Hoeneß sehr respektiert, aber hier müssen irgendwelche Rachedgedanken jegliche Vernunft vertrieben haben. Es wäre doch einfach gewesen, den Caterer zu beauftragen eine neue Kalkulation zu machen, die*

---

<sup>60</sup> Deg, 2005: S.109

*eben nur 1500 Portionen vorsieht. Warum es hier nicht zu einer vorgerichtlichen Einigung kommen konnte, ist vermutlich nur zu verstehen, wenn man zur Führungsriege des FC Bayern gehört.“*

*Robert Lehner, Karlsfeld*

Anhand des vorliegenden Beispiels wird verdeutlicht, dass die Leserbriefe als komplette Zitate unter Nennung des Absenders abgedruckt werden, da sie Einzelmeinungen darstellen und keiner journalistischen Korrektur unterliegen. Dieselbe Art von Meinungsäußerung wird in digitalen Medien in den Diskussions-Internetforen praktiziert.

### 6.3 Das Diskussionsforum im Internet

Die meistgenutzte und attraktivste Form des Meinungsaustausches, auf Grund seiner schnellen Interaktionszeit ist das Internetforum. Der Name „Forum“ stammt aus dem lateinischen und bedeutet Marktplatz. Die Diskussionsforen im Internet sind virtuelle Marktplätze auf denen diskutiert werden kann. Internetforen sind Webseiten die einen Online-Austausch von Informationen zwischen Personen zu einem bestimmten Thema ermöglichen.<sup>61</sup>

Internetforen funktionieren immer nach demselben Prinzip und der gleichen Foren-Hierarchie. Sie sind auf diversen Webseiten als Diskussionsmöglichkeit verankert und dienen zum Meinungsaustausch über gewisse Themen.

Am Beispiel des Vereinsforums des SSV Jahn Regensburg ([www.jahnforum.de](http://www.jahnforum.de)) kann die Foren-Hierarchie bestmöglich beschrieben werden.

Erreicht man die Startseite des Forums erscheinen dort sogenannte „Boards“ bzw. Unterforen. Diese werden im Administrationsbereich des Forums von sogenannten „Moderatoren“ erstellt und sind für den normalen User nicht bearbeitbar. Im Falle des Jahnforums lauten die Kategorien dort beispielsweise „Die Profis“, „Rund ums Stadion“ oder „Die Fanclubs“. Klickt man auf eines dieser Boards erhält man die Ansicht der sogenannten „Threads“, die zu einem bestimmten Thema und passend

---

<sup>61</sup> Vgl. Günther, 2006: S.3

zum Unterforum von Usern angelegt werden können. Innerhalb dieser Threads können User nun miteinander diskutieren.

The screenshot shows the 'Fan-Forum des SSV Jahn Regensburg' website. The main content is a forum overview table with the following data:

Forum	Themen	Beiträge	Letzter Beitrag
<b>SSV Jahn Regensburg</b>			
<b>Die Profis</b> Alle Themen, die unsere Lizenzmannschaft betreffen	2476	85698	Mo, 25.07.11, 0:37 Jan'ni
<b>Die Amateure</b> Alles über die Amateur-Mannschaften...	401	3555	So, 24.07.11, 21:40 Pro Jahn !!!
<b>Rund um's Stadion</b> Eintrittspreise, Technische Anlagen, Stimmung, Stadionsprecher ;-) ...	107	3002	So, 24.07.11, 23:31 Keumel
<b>Auswärtsfahrten</b> Wer fährt mit welchem Bus/Zug und vor allem warum?	262	3169	Do, 07.07.11, 20:54 Heiza
<b>Fanszene SSV Jahn Regensburg</b>			
<b>Die Fanclubs</b>	113	1861	Di, 07.06.11, 17:17 *SSV Jahn_4ever*
<b>Sonstiges</b>			
<b>Fußball allgemein</b> Alles, was sonst noch mit dem runden Leder zu tun hat...	826	8191	Fr, 22.07.11, 12:58 SSV'er
<b>Off Topic</b> Alles, was nichts mit dem Lieblingssport zu tun hat.	211	5320	Fr, 22.07.11, 21:10 Schokotobi
<b>Fragen zum Forum</b> Wie der Name schon sagt...	53	425	Mo, 20.06.11, 11:14 JayJay...

Additional information from the screenshot:

- Unbeantwortete Beiträge anzeigen
- Alle Foren als gelesen markieren
- Aktuelles Datum und Uhrzeit: Mo, 25.07.11, 0:50
- Alle Zeiten sind GMT + 2 Stunden
- Unser Benutzer haben insgesamt 113042 Beiträge geschrieben.
- Wir haben 1542 registrierte Benutzer.
- Der neueste Benutzer ist westline.
- Insgesamt sind 9 Benutzer online: 2 registrierte, kein versteckter und 7 Gäste.
- Der Rekord liegt bei 199 Benutzern am Do, 28.06.07, 1:44.
- Registrierte Benutzer: -Rengschburg-, Thumb

Abb. 19: Screenshot des Fan-Forums des SSV Jahn Regensburg

Quelle: <http://www.jahnforum.de>

Die Antworten auf ein bestimmtes Thema bleiben so gespeichert und können immer wieder nachgelesen werden und ermöglichen das spätere Einsteigen von neuen Usern in die Diskussion. Somit wird eine Diskussion gestartet und bleibt in der Forenhistorie gespeichert.<sup>62</sup>

Die Benutzer können ebenso in einer Hierarchie erklärt werden, wie die Forenbeiträge. Die Administratoren können im Forum alle Bereiche nutzen, lesen und verändern, Moderatoren können nur bestimmte Boards kontrollieren und bei Diskussionen die sich vom eigentlichen Thema entfernen oder bestimmte User beleidigen eingreifen. Der eigentliche User kann Themen in Boards erstellen und

<sup>62</sup> Vgl. Günther, 2006: S.4

Antworten auf bestehende Diskussionen posten.<sup>63</sup>

In den Internet-Diskussionsforen können die Benutzer, ähnlich wie in sozialen Netzwerken ein eigenes Profil mit Foto anlegen und können demnach auch etwas zur Qualität der Diskussion in den Foren beitragen, in dem sie der Anonymität des Internets entgehen und in der Diskussion nicht als völlig unbekannter auftauchen. Der Unterschied zum Leserbrief liegt letztlich nur darin, dass in den Internetforen weniger häufig auf korrekte Rechtschreibung und das Vermeiden von Umgangssprache Wert gelegt wird.

Im Rahmen der Recherche zu dieser Arbeit stellte sich das Internetforum für die Architekturdiskussion anhand des Bautyps Stadion als beste Möglichkeit dafür heraus, in einen Dialog mit den Fans bzw. den architekturinteressierten Fußballbegeisterten zu treten. Jedoch kommt es beim Diskurs über Stadionarchitektur, wie auch allen anderen Themen, ganz stark darauf an welche Internetforen man zum Dialog wählt. Als eine der Grundlagen dieser Arbeit und um die Potentiale der Internetdiskussion möglichst genau beurteilen zu können wurde in zehn verschiedenen Diskussionsplattformen ein und dasselbe Thema („Stadionarchitekturen – Was haltet ihr davon?“) eröffnet.

## 6.4 Das sozialen Netzwerk

Analog zu den Internetforen finden Diskussionen auch in sozialen Netzwerken in sogenannten „Gruppen“ oder „Fanseiten“ statt. Dabei ist die Funktionsweise der Diskussionen ähnlich, jedoch ist die Diskussion nicht anonym sondern jeder User steht im Normalfall mit einem Namen und idealer Weise mit einem Foto seiner Meinung gegenüber und präsentiert diese der Diskussionsrunde. Die Diskussionen können von jedem User verfolgt werden und werden ebenso wie bei den Internetforen fortlaufend gespeichert. Das grafische Layout der Diskussionsrunde ist dabei jedoch nicht so komfortabel wie in reinen Internetforen, da der originäre Nutzen eines sozialen Netzwerkes nicht die Diskussion ist, sondern das Austauschen von kurzen Informationen, die jedoch in der Erfahrung häufig in längere Dialoge ausarten und somit einen Diskurs über ein Thema zulassen.

---

<sup>63</sup> Vgl. Günther, 2006: S.5

## 6.5 Das Bewertungsportal

Ein weiterer Baustein der interaktiven Medien im Internet sind Bewertungsportale, in denen es Usern möglich gemacht wird zum Beispiel Hotels, Restaurants oder andere öffentliche Orte auf ihre Qualitäten zu untersuchen und in den Portalen zu bewerten. Die gewählten Beispiele zur Untersuchung sind Beiträge aus den Bewertungsportalen „Ciao.de“ und „Qype.com“.

Die veröffentlichten Bewertungen der Fußballstadien von Besuchern umfassen dabei hauptsächlich Allgemeines wie Stadionkapazitäten oder Anreise, Preise und Cateringqualität. Jedoch können auch dort Rückschlüsse auf die architektonische Wirkung eines Stadions gezogen werden. Diese Meinungen sind wiederum nur schwer diskutierbare Einzelveröffentlichungen, die jedoch durch unterschiedliche Bewertungen anderer User wiederum eine Diskussion anregen können.

*Fazit des Ciao.de-Nutzers „CaptainAmerika“ zur Veltins-Arena, Gelsenkirchen:*

*„Für mich ist das Stadion nichts besonderes und wirkt auf mich mehr wie eine Turnhalle. Wer sich das Stadion angucken möchte, den kann ich es für einen Besuch empfehlen. Mehrere Besuche dort finde ich aber als zu langweilig. Denn das Stadion hat mittlerweile nichts großes, was andere nicht haben“<sup>64</sup>*

*Ein Beitrag auf Ciao.de zum „Aussehen“ der Allianz Arena von User Hajott:*

*„[...]Von weitem schon kann man die futuristische Konstruktion erkennen.[...]Das Stadion ist komplett in eine Art "Kissen" verpackt, welches aus einzelnen Zellen besteht, die mit Ventilatoren aufgeblasen werden. Nachts sind diese "Kissen" von innen beleuchtet - je nachdem, welche der Münchener Mannschaften gerade spielt, in rot oder blau. [...]*

*Überhaupt ist "Großzügigkeit" der Eindruck, der sich immer wieder aufdrängt. [...]*

*Die Zuschauerplätze sind auf insgesamt drei "Etagen" (Ränge) aufgeteilt. Wenn man den Innenraum betritt, dann ist der erste Eindruck erstmal "Boah". Unglaublich*

---

<sup>64</sup> [http://www.ciao.de/Veltins\\_Arena\\_Gelsenkirchen\\_\\_Test\\_8720939](http://www.ciao.de/Veltins_Arena_Gelsenkirchen__Test_8720939)

*imposant - ein wunderschönes Stadion [...]»<sup>65</sup>*

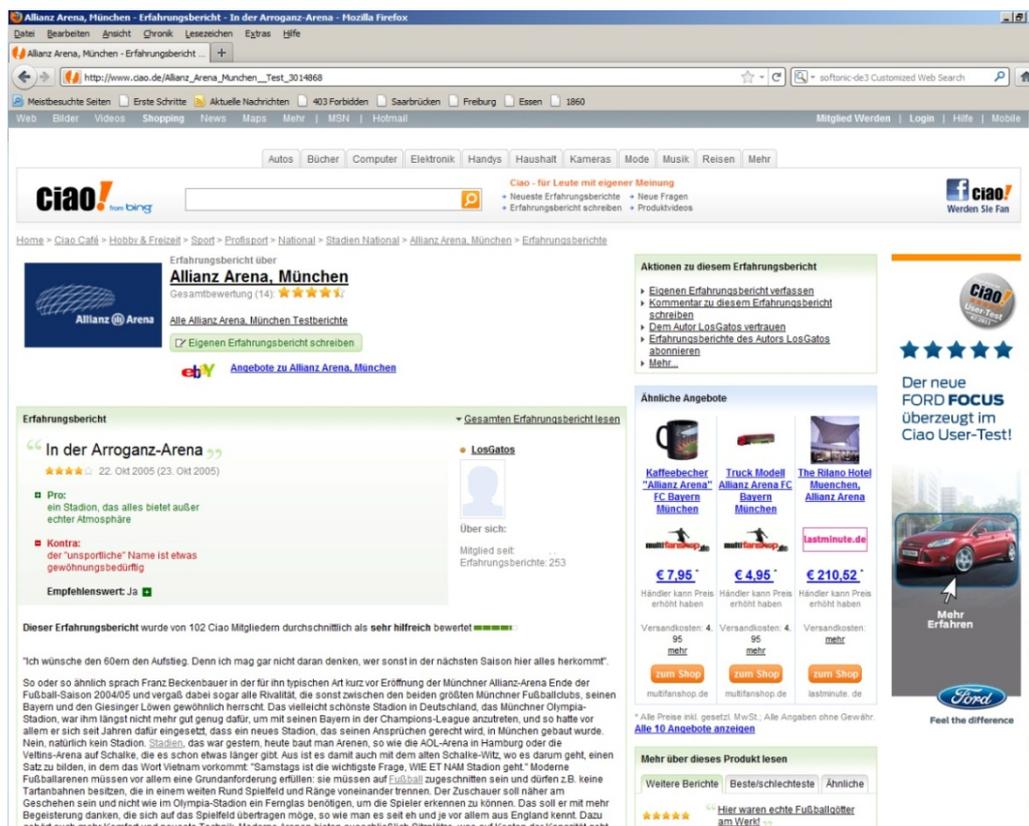


Abb. 20: Screenshot des Bewertungsportals Ciao.de

Quelle: [http://www.ciao.de/Allianz\\_Arena\\_Munchen\\_Test\\_3014868](http://www.ciao.de/Allianz_Arena_Munchen_Test_3014868) (Letzter Aufruf am 24.07.2011)

## 6.6 Die Podiumsdiskussion

Eine weitere, aber eher selten vertretene Art der Architekturdiskussion im Bereich des Stadionbaus sind Podiumsdiskussionen. Im Vorfeld von Planungen oder Entscheidungen im Stadtrat werden diese Podiumsdiskussionen von fachlich kompetenten Bürgern moderiert und laden die Bevölkerung dazu ein ihre Meinung zu kommunizieren. Die Architekturdiskussion im Bezug auf die Stadionarchitektur kann diese Art des Diskurses allerdings nicht fördern, da solche Veranstaltungen nur zu konkreten Bauprojekten veranstaltet werden und keine allgemeine Architekturdiskussion zulassen. Darüber hinaus werden dort oftmals hauptsächlich Sinn oder Unsinn eines so großen Bauvorhabens diskutiert.

<sup>65</sup> [http://www.ciao.de/Allianz\\_Arena\\_Munchen\\_Test\\_3080042](http://www.ciao.de/Allianz_Arena_Munchen_Test_3080042)

## 7 Das Internetforum als vorrangiges Medium der Stadiondiskussion

Betrachtet man die Zielgruppe der fußballbegeisterten Bevölkerung, so lässt sich schnell das meistgenutzte Diskussionsmedium feststellen. Unabhängig von den Themen die im Fußballbereich diskutiert werden, ist der konventionellste Weg einen Diskurs zu beginnen das Internetforum. So werden alle Themen, die sich um den Fußball drehen, von Spielertransfers über allgemeine Sportthemen bis eben hin zum Thema „Stadion“ in den Foren rege diskutiert. Die Erfahrung zeigt, dass Forendiskussionen ein großes Potential zur Meinungsbildung in sich tragen und stimmungsbildend in der Vereinspolitik sein können.

Stellt man, wie in 6.3 beschrieben, im richtigen Forum eine architekturbezogene Frage, so entwickelt sich eine qualitativ hochwertige Architekturdiskussion die es möglich macht, Architektur an der richtigen Stelle zu kommunizieren.

Aufgrund der besonderen Relevanz der Internetforen für diese Arbeit, konzentriert sich die Analyse der Stadiondiskussion auf dieses Medium. Das Thema „Stadionarchitekturen – Was haltet ihr davon?“ wurde in zehn verschiedenen Diskussionsforen zur selben Zeit gestartet.

Um später die Stadionbeispiele in den Kapiteln 8 und 9 besser auf den Diskurs in der Bevölkerung hin untersuchen zu können, werden im Folgenden ausgesuchte Internetforen erläutert und ihr Potential zur Architekturdiskussion im Stadionbereich aufgezeigt.

### 7.1 Das Forum auf 11Freunde.de

***[www.11freunde.de/forum/1/1308398219/3](http://www.11freunde.de/forum/1/1308398219/3)***

Die Diskussion über das oben genannte Thema nahm im Forum des Magazins für Fußballkultur „11 Freunde“ schnell Fahrt auf. Nach anfänglich sehr kurzen Antworten begann eine sehr hochwertige, echte Architekturdiskussion mit ausführlichen Beiträgen der verschiedensten User. Dadurch, dass die Diskussionspartner starke Architektur-Statements abliefern, konnte die Diskussion auf einem hohen Niveau

verlaufen. Der Grund für eine derart gepflegte Stadion-Architekturdiskussion liegt hier auf dem hohem, intellektuellem Hintergrund des Magazins „11Freunde“.

### *Zitatsammlung aus der Diskussion im 11-Freunde-Forum*

*„Was macht ein tollest Stadion aus, architektonisch? – ganz klare, einfache Antwort: Eine eigene Note, unverwechselbare Details, ohne aber gekünstelt zu wirken“*

*User: UrmelAusmEis, 21.Juni 2011, 12:53 Uhr*

*„Im so hochgelobten Westfalenstadion gefällt mir so einiges nicht, die Dachecken bzw. Abstände der Dächer zueinander wirken absolut hingewurstelt. Und wenn ich als Architekturinteressierter in so einem Stadion bin, schau ich ständig auf diese ‚unfertigen‘ Nähte bzw. lasse mich davon ablenken.“*

*User: gelsenkirchen, 21.Juni 2011, 13:32 Uhr*

*„[...] Abends, wenn das Schlauchbott ‚illuminert‘ ist! Für Ortsfremde, die über die Autobahn in die Stadt kommen, muss das einen gewaltigen Eindruck machen[...]“*

*User: Mr\_Wulf, 30.Juni 2011, 10:33 Uhr*

*„Der Architekt kann sich an dieser Stelle nur versuchen doppelt und dreifach abzusichern, dass seine Planung auch umsetzbar ist, damit es nicht hinterher nur zu 2/3 gebaut wird und somit vielleicht markante und wesentliche Teile wegfallen und es heißt, wenn es fertig ist: ‚Da hat aber jemand ein langweiliges und stimmungstötendes Stadion gebaut‘.“*

*User: MarcRamone, 1.Juli 2011, 14:01 Uhr*

*„Mir gefällt der Beton dort einfach besser. Die Oberfläche ist etwas rauher, in den Arenen ist heute alles ganz glatt gestrichen. Eben eine bessere bzw. feinere Betonrezeptur“*

*User: MarcRamone, 06.Juli 2011, 14:52 Uhr*

*„Rauer Beton hin oder her – die meisten Stadien bestehen ja aus Betonfertigteilen. Das macht halt einen gewissen ‚Lego‘-Eindruck aus. Eine Heimspielstätte muss schon fest verankert sein – in den Köpfen der Fans, in der Erde der Stadt.“*

*User: Orangeat und Sukkade, 06.Juli 2011, 15:42 Uhr*

Das 11-Freunde-Forum bietet durch seine niveauvollen Beiträge und der hohen Diskussionsbasis großes Potential zur Architekturdiskussion in der Bevölkerung. Materialitäten und architektonische Merkmale werden dort ebenso detailliert angesprochen, wie infrastrukturelle und nostalgische Gesichtspunkte. Ein Auszug

der Diskussion in diesem Forum befindet sich im Anhang.

Ein noch sehr junges Alternativ-Forum ist das Internetforum des Fachmagazins „Stadionwelt.de“. Die Beiträge sind qualitativ auf demselben Niveau anzusiedeln wie die im 11-Freunde-Forum. Dieses Forum müsste dafür nur bekannter und die Aktivität der User höher sein.

([www.stadionwelt.de/sw\\_stadien/forum/viewtopic.php?f=134&t=60](http://www.stadionwelt.de/sw_stadien/forum/viewtopic.php?f=134&t=60))

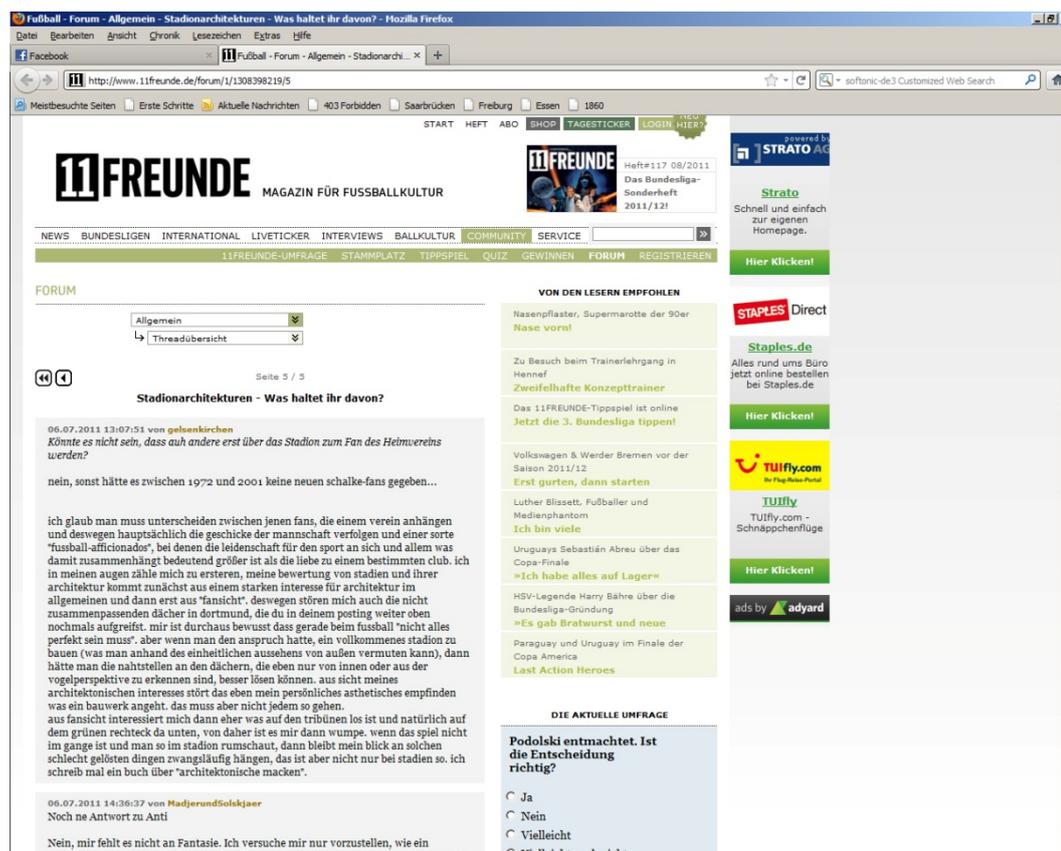


Abb. 21: Das Forum des Fußballmagazins 11Freunde

Quelle: <http://www.11freunde.de/forum/1/1308398219/5> (Letzter Aufruf am 25.07.2011)

## 7.2 Groundhopping-Foren

[groundhopping.kostenloses-forum.be/groundhopping-beitrag3250.html](http://groundhopping.kostenloses-forum.be/groundhopping-beitrag3250.html)

Die Antworten auf das Thema „Stadionarchitekturen“ hielten sich in den Groundhopping<sup>66</sup>-Foren in Grenzen. Zunächst wurde das Thema „Architektur“ durch einen User stark belächelt. Die Diskussion begann mit einer niveaulosen Antwort, die

<sup>66</sup> Siehe 4.1.4 zur Begriffsdefinition Groundhopping

aus einer persönlichen Intention heraus die Berufsgruppe der Architekten in ein falsches Licht rückte. Die Diskussion schloß dabei äußerst schnell und weiter unkommentiert wieder ein.

***„Viele der neugebauten Stadien sehen aus, als hätte man sie aus einem Katalog bestellt. [...] Es fehlt der individuelle Charme und die Identifizierung der Fans des betroffenen Vereins zur neuen Heimat“***

*User: Dominik316, 18.Juni 2011, 17:57 Uhr*

Obwohl man von dieser „stadioninteressierten“ Gruppe erfahrene Antworten erwartet, fand die Diskussion in den Groundhopping-Foren, welche sich per Definition hauptsächlich mit den Besuchen verschiedener Fußballstadien beschäftigen, faktisch nicht statt. Für die weitere Betrachtung der Stadionarchitektur und ihrem Potential zur Architekturdiskussion in der Bevölkerung können diese Foren deshalb nicht als Referenz verwendet werden.

### 7.3 Foren der Ultra-Gruppierung

***[www.ultras.ws/neue-stadien---gute-oder-schlechte-architektur-t9941.html](http://www.ultras.ws/neue-stadien---gute-oder-schlechte-architektur-t9941.html)***

Wie in 5.1 beschrieben, stellt sich die Ultra-Gruppierung gegen die Kommerzialisierung des Fußballs und gegen die, aus ihrer Sicht, „polizeiliche Willkür“ in den Stadien. Demnach nimmt man zunächst an, dass die Diskussion über die neuen Arenen in diesen Foren nicht gerne geführt wird, bzw. die Meinung im Forum eindeutig gegen die neue Stadionarchitektur ausfällt. Interessanter Weise standen in einem vereinsübergreifenden Forum der Ultra-Bewegung die User den neuen Arena-Konzepten nicht vollkommen abweisend gegenüber. Jedoch verlief der Architekturdiskurs eher mager und nicht so ausgiebig. Die Diskussion über Stadionarchitektur erscheint mit mehr Zeitaufwand jedoch möglich, da in den Beiträgen viele atmosphärische Merkmale eines Stadionbesuches beschrieben werden und dadurch auch architektonische Details zur Sprache kommen.

***„Was soll an den neuen Arenen gut sein? Sie dienen nur dem Sicherheitswahn (Überwachung im Stadion). Und um mehr Kohle zu machen wenn es vielleicht überhaupt was Gutes gibt, dann die Akustik und das wars auch schon.“***

*User: riotscout, 18.Juni 2011, 23:19 Uhr*

*„In Schalke angekommen sah man im dunkeln nur die Flutlichter. Mit jedem Schritt näher sah man nur einen Teil der Haupttribüne aber nix vom Stadion. Als man den Eingang passiert immer noch nix. Mit jedeme weiteren Schritt und Herzschlag dann der Effekt wenn man vor diesem riesigen Loch im Boden stand. Hammer!“*

*User: Vor Ort, 19. Juni 2011, 11:46Uhr*

*„So ist es! Das gute alte Gefühl, welches man gerade bei Flutlichtspielen hatte, wo die Funzeln schon von weitem zu sehen waren und die Spannung immer größer wurde, je näher man dem Stadion kam, gibt es heute leider so gut wie nicht mehr“*

*User: Rizzo, 19. Juni 2011, 12:13 Uhr*

Die Foren der Ultra-Gruppierungen scheinen im Gegensatz zu den Groundhopping-Foren für die Architekturdiskussion besser geeignet. Dies dürfte daran liegen, dass den Fans dieser Bewegung sehr viel am Fußball und ihren Vereinen liegt. Für Qualitätsmerkmale der aktuellen Stadionarchitektur dürften diese Meinungen weniger brauchbar sein. Jedoch sind sie wichtig um atmosphärische Merkmale in den Stadien verstehen und eventuell neu anwenden zu können.

## 7.4 Vereinsforen

Zusätzlich zu den vorher genannten Foren wurden im Zuge dieser Arbeit auch ausgesuchte Vereinsforen untersucht. Dabei gibt es in den verschiedenen Vereinsforen häufig bereits Diskussionsrunden zum Thema „Stadionarchitektur“. Die Architekturdiskussion ist ähnlich möglich wie in den unabhängigen, niveaувollen Foren. Hauptsächlich werden in den vereinseigenen Foren die eigenen Stadien diskutiert und Bewertungen über diese abgegeben. Andere Stadien werden oft als Verbesserungsvorschläge zu Rate gezogen und halten dabei die Diskussion teilweise bereits über Jahre am Leben. Im Laufe der Arbeit wurden folgende Vereinsforen untersucht und abonniert:

- Hannover 96 ([www.das-fanmagazin.de/forum](http://www.das-fanmagazin.de/forum))
- FC Augsburg ([www.fcaforum.de](http://www.fcaforum.de))
- Jahn Regensburg ([www.jahnforum.de](http://www.jahnforum.de))
- Borussia Mönchengladbach ([forum.borussia.de](http://forum.borussia.de))
- FC Bayern München ([www.fcbayern.telekom.de](http://www.fcbayern.telekom.de))
- Borussia Dortmund ([www.schwatzgelb.de](http://www.schwatzgelb.de))

- FC Schalke 04 ([www.schalke-block5.de](http://www.schalke-block5.de))

## 7.5 Zwischenfazit zur Architekturdiskussion in den Foren

Zieht man ein Fazit aus der geführten Stadiondiskussion in den Internetforen, ist zusammenfassend zu sagen, dass eine Architekturdiskussion in den richtigen Diskussionsrunden sehr gut möglich ist und, auch ohne Anstoß von außen, bereits über mehrere Jahre stattfand. Man muss jedoch darauf achten, welches Diskussionsforum gewählt wird. Intellektuellere Internetforen oder Vereinsforen eignen sich besonders für die Kommunikation architektonischer Themen, während andere Foren, wie z.B. Groundhopping-Foren oder Ultra-Foren, auf Grund anderer Interessen oder sozialer Unterschiede eher schwerlich bis gar nicht an einer Diskussion über Stadionarchitektur teilnehmen.

Im Sinne der Architekturkommunikation lohnt es sich also, die Gruppe der fußballbegeisterten Bevölkerung anzusprechen und zu einer aktiven Diskussion über Arena-Architektur einzuladen um der Zielgruppe anhand des Bautyps Stadion Architektur zu vermitteln.

## 8 Architekturdiskussion über Elitestadien

Um in der Diskussion mit den Fußballfans eine bestmögliche Kategorisierung der architektonischen Merkmale zu erlangen, war es notwendig die Ergebnisse geführter Diskussionen zu vergleichen. Dabei stellten sich die drei architektonischen Stadiontypen heraus, welche in Kapitel 3.3 bereits erläutert wurden. Auf Basis dieser Kategorien findet der Diskurs der Gruppe der Fußballbegeisterten statt. Im Folgenden werden drei Beispiele auf Ihr Architekturdiskussionspotential hin untersucht:

### 8.1 Die Allianz Arena in München

*„2005 wurde die Allianz Arena anlässlich des Derbys FC Bayern München gegen FC Nürnberg eröffnet. Der großartige und dennoch leicht wirkende Bau erinnert an ein Ufo, das gerade auf der Wiese neben der Autobahn gelandet ist. Eine fast magische Poesie strahlt von der rautenförmigen, transluziden Umhüllung ab, die das Stadion umgibt. Dem Architekturbüro Herzog & de Meuron gelang eine federleichte, selbstverständliche Architektur, die nachhaltig die Fantasie beflügelt. Die Außenfassade nimmt verschiedene Farbkombinationen an, sodass das Stadion, in dem 66.000 Zuschauer Platz finden, mal rot, mal blau, mal weiß leuchtet – kurz, ein leuchtendes Beispiel für Aufmerksamkeit erregende und dennoch schlichte Architektur“.<sup>67</sup>*

#### 8.1.1 Das Stadion und die Planung

Die Allianz-Arena in München ist ein hervorragendes Beispiel der Architektur-Ikonen in der Sportstätten-Architektur. In einem Interview mit der Süddeutschen Zeitung vom 21.02.2002 sprechen die Architekten Jacques Herzog und Pierre de Meuron über das neue Münchner Fußballstadion.

Dem Interview von Hubert Filser und den beiden Schweizer Architekten können die Entwurfsintentionen der Allianz-Arena entnommen werden. Als Vorbild fungierten englische Fußballstadien und der Shakespear Globe in London wegen der möglichst

---

<sup>67</sup> Dippel/Hamel, 2010: S.228

kurzen Distanz der Zuschauer zu den Akteuren auf dem Spielfeld. Der Rasen in der Münchner Arena reicht aus diesem Grund auch bis zu den Zuschauerrängen.

Jacques Herzog sagt in diesem Interview, dass die unmittelbare Beziehung des Publikums zum Spielfeld das „zentrale Anliegen“ war und der Stadionraum die Leute „schlicht umhauen“ soll. Die Nähe zum Spielfeld soll dabei das räumliche Erlebnis noch verstärken und nicht Gefahren durch gewaltbereite Fußballfans fördern.<sup>68</sup>

Die städtebauliche Situation beschreiben die beiden Baseler Architekten als „jungfräulich“, da dieser Teil des Münchner Nordens weitgehend noch unbebaut war. Statt einen technischen und einwandfrei als Stadion erkennbaren Entwurf zu liefern, entschieden sie sich für eine „weiche Lösung“<sup>69</sup>. „Ein Gefäß für Leute, für ein Spiel“<sup>70</sup>. Dabei war es den Architekten wichtig, dass der Stadionkörper nicht von Stahl und Blech umhüllt wird, sondern von Licht und Luft.<sup>71</sup>

Durch die Lichter sollte das Stadion eine eigene Dramatik erhalten und Emotionen vom Stadion nach außen transportiert werden. Die Erschließung vom S-Bahnhof in Fröttmaning über die Esplanade hin zur Arena erklären die Architekten als besondere „Raumdramaturgie“. Zudem soll sie durch die verflochtenen Wege entzerrend wirken.<sup>72</sup>

Die Architektur, so Herzog, „lebt von ihrer Materialität, von ihrer unmittelbaren physischen und räumlichen Wirkung.“<sup>73</sup> Diese Wirkung soll bei der Münchner Arena nicht von Stahl und Betonträgern ausgehen sondern von Licht und Farben.<sup>74</sup>

Nachdem Volkwin Marg von Gerkan Marg und Partner in Hamburg den Trend der neueren Stadionarchitektur als „Inszenierungsarchitektur“ umschrieb, erwiderte Herzog, dass der moderne Fußball einen hohen medialen Stellenwert besitze und die wichtigen Entwurfsgedanken dieses Stadions diesem entsprächen.<sup>75</sup>

---

<sup>68</sup> Vgl. Filser, 2002

<sup>69</sup> Filser, 2002

<sup>70</sup> Filser, 2002

<sup>71</sup> Vgl. Filser, 2002

<sup>72</sup> Vgl. Filser, 2002

<sup>73</sup> Filser, 2002

<sup>74</sup> Vgl. Filser, 2002

<sup>75</sup> Vgl. Filser 2002

### 8.1.2 Die Kommunikation in den Medien

Als Architektur-Ikone wird das Münchner Stadion in diversen Medien rezipiert. In Bildbänden wie z.B. „Allianz Arena“ von Hubertus Hamm, oder auf verschiedenen DVDs kann sich der interessierte Fußballfan in hochwertigen Architekturmedien über die Architektur und den Entwurfsgedanken der Allianz Arena informieren. In Filmen wie „Die Allianz Arena – Europas modernstes Fußballstadion“ von Regisseur Wolfgang Ettllich oder „Built for Champions – Allianz-Arena + Beijing Stadium“ einem TV-Beitrag des Discovery Channel werden Grundlagen für eine niveauvolle Architekturdiskussion gelegt. Man kann jedoch nicht davon ausgehen, dass sich die diskutierenden Fußballfans vorab von diesen informativen Medien leiten haben lassen. Man muss also davon ausgehen, dass die Diskussion, welche im Folgenden betrachtet wird, hauptsächlich mit Argumenten, welche durch den eigentlichen Stadionbesuch und die eigenen Erfahrungen mit dem Stadion gewonnen wurden, geführt wird.

### 8.1.3 Die Diskussion der Besucher

Die Diskussion der Besucher der Allianz Arena muss sehr differenziert betrachtet werden, da sie die Heimspielstätte der beiden großen Münchner Vereine ist. Fans des FC Bayern München sehen das Stadion aus einem völlig anderen Blickwinkel als die des TSV 1860 München. Vergleicht man die beiden Fangruppierungen, so wird schnell deutlich, dass es wichtig ist die Stadionsdiskussionen auf einer neutralen Plattform zu führen, da die Diskussionen in einem vereinseigenen Forum eine zusätzliche Eigendynamik entwickeln, und sich dadurch vom Ziel eines objektiven Diskurses entfernen. Dennoch muss erwähnt werden, dass die Fans des TSV 1860 den Umzug des Vereins in die Arena auch heute noch stark verurteilen. Der Verein liegt seit dem Umzug finanziell am Boden. Die neue Spielstätte stellte sich als zu großes finanzielles Wagnis heraus. Beginnt man eine Diskussion mit den Sympathisanten des Vereins stellt sich schnell heraus, dass sie sich mit der Arena weit weniger identifizieren wie die Fans des FC Bayern.

Über die Allianz Arena wird sehr kontrovers diskutiert. Legt man das Interview mit Herzog und de Meuron zu Grunde (vgl. 8.1.1.), so scheinen zunächst nicht alle Entwurfsgedanken beim Nutzer auch so anzukommen wie es die Architekten

beabsichtigten. Als „steril und kühl“<sup>76</sup> oder „zu grau“<sup>77</sup> wird das Münchner Stadion genau so oft bezeichnet, wie ihm eine schlechte Stadionatmosphäre auf Grund der getrennten drei Ränge, zugeschrieben wird.<sup>78</sup>

Im Gegensatz zu den negativen Argumenten mancher Diskussionsteilnehmer bestätigen andere Internetuser die Entwurfsgedanken des Baseler Büros. Von „markantem Design aus einem Guss“<sup>79</sup> und einer „konsequent fortgeführten Linie“<sup>80</sup> ist derweil genau so die Rede wie von einem „Geniestreich von Herzog und de Meuron“<sup>81</sup>. Die semantische Wirkung die die Arena vom Autobahnkreuz in Fröttmaning aus leistet, wird von den meisten Usern als großartiges, städtebauliches Highlight bezeichnet. Dennoch wird dabei die schlechte infrastrukturelle Erschließung, die nur von Süden aus gewährleistet wird und zudem bei hohem Besucheraufkommen zu Verkehrsinfarkten neigt, stark kritisiert.<sup>82</sup>

#### 8.1.4 Zwischenfazit Allianz Arena

Zusammenfassend kann man beim Stadion des FC Bayern München feststellen, dass Herzog und de Meuron tatsächlich eine Architekturikone geschaffen haben. Denn eine solch kontrovers geführte Diskussion, wie sie in diesem Falle stattfindet belegt mindestens genauso häufig die Entwurfsgedanken des Schweizer Architekturbüros wie sie angefochten werden. Die Zeichenhaftigkeit des Stadions im Münchner Norden, wie sie in der Planung und im Entwurfsprozess entstand, wird von den Besuchern erkannt und wohlwollend zur Kenntnis genommen. Bei der Entwicklung eines atmosphärischen Innenraums allerdings sind sich die Besucher darin einig, dass es in Deutschland stimmungsvollere Arenen gibt wie die in München.

---

<sup>76</sup> [www.11freunde.de/forum/1/1308398219/3](http://www.11freunde.de/forum/1/1308398219/3), 2011

<sup>77</sup> [www.11freunde.de/forum/1/1308398219/3](http://www.11freunde.de/forum/1/1308398219/3), 2011

<sup>78</sup> Vgl. 11Freunde-Forum, 2011

<sup>79</sup> [www.11freunde.de/forum/1/1308398219/3](http://www.11freunde.de/forum/1/1308398219/3), 2011

<sup>80</sup> [www.11freunde.de/forum/1/1308398219/3](http://www.11freunde.de/forum/1/1308398219/3), 2011

<sup>81</sup> [www.11freunde.de/forum/1/1308398219/3](http://www.11freunde.de/forum/1/1308398219/3), 2011

<sup>82</sup> Vgl. 11Freunde-Forum, 2011

## 8.2 Die Veltins-Arena auf Schalke

*„Das 2001 eröffnete und 186 Mio. Euro teure Stadion des FC Schalke 04 im Stadtteil Erle ist eine Sportstätte der Superlative. Seine verschiebbaren Tribünen für über 60000 Zuschauer grenzen direkt ans Spielfeld, ein Schiebedach schützt vor Regen und wer unten nichts erkennt, blickt hinauf zum Videowürfel mit vier Bildschirmen á jeweils 35,6 m<sup>2</sup>. Der Clou aber: Der in einer Betonwanne liegende Rasen ist herausfahrbar.“<sup>83</sup>*

### 8.2.1 Das Stadion und die Planung

Der Text aus dem Reiseführer „Ruhrgebiet“ von Achim Bourmer macht es deutlich. Die Arena „auf Schalke“ ist eine starke Maschinerie, die darauf ausgelegt ist, möglichst multifunktional und modern zu sein. Ein funktionierendes Stadion. Laut der Firmen-Website des Büros Hentrich Petschnigg& Partner (HPP) in Düsseldorf war bei der Planung der Arena die Multifunktionalität der höchste Anspruch an das Stadion welches in direkter Nachbarschaft zum Vorgängerstadion, dem Parkstadion in Gelsenkirchen. „Neben der Hauptnutzung als Fußballstadion mit 60000 Zuschauern kann die Arena „auf Schalke“ witterungsunabhängig auch als Versammlungsstätte für Messen, Ausstellungen, Konzerte oder andere Großveranstaltungen genutzt werden.“<sup>84</sup> Ähnlich wie im Reiseführer über das Ruhrgebiet beschrieben, betont das Büro auf der Referenzseite des Projektes seine Multifunktionalität.

Diese Allround-Nutzung der Arena wird in einem Bericht der Frankfurter Allgemeinen Zeitung vom 12.08.2001 verdeutlicht. Der herausfahrbare Rasen begünstigt die vielfältig angedachten Nutzungen wie Konzerte, „Kirchentage, Musik- oder Opernveranstaltungen“.<sup>85</sup> Zu den interessanten Funktionen des Stadions zählt des Weiteren das Dach, welches sich innerhalb einer halben Stunde schließen lässt und das Stadion so in eine Multifunktionshalle verwandelt. Die Frankfurter Allgemeine Zeitung beschreibt das Stadion in dem Artikel deshalb auch als „Sport- und

---

<sup>83</sup> Bourmer, 2010: S.217

<sup>84</sup> HPP.com, 2011

<sup>85</sup> Blomberg, 2001

Kulturarena“.<sup>86</sup>

Um dieses vielschichtige Konzept zu verdeutlichen kann man als wohl interessantestes Beispiel das Eröffnungsspiel der EishockeyWeltmeisterschaft im Mai 2010 anführen. Dort stellte das Gelsenkirchener Publikum zudem mit 77.000 Zuschauern einen Zuschauerweltrekord für ein Eishockeyspiel auf.



Abb. 22: Zuschauerrekord für ein Eishockeyspiel, in der Multifunktionsarena auf Schalke

Quelle: [http://sport.t-online.de/b/41/56/80/00/id\\_41568000/tid\\_da/index.jpg](http://sport.t-online.de/b/41/56/80/00/id_41568000/tid_da/index.jpg) (Letzter Aufruf am 30.07.2011)

## 8.2.2 Die Kommunikation in den Medien

Nicht nur auf der Firmenwebsite des Büros HPP oder in Reiseführern ist von der Multifunktionalität oder einer „High-Tech-Halle“<sup>87</sup> die Rede. Während die Allianz Arena in den Medien als architektonisches Meisterwerk kommuniziert wird, wird das Schalcker Stadion quer durch die Medienlandschaft als der Prototyp einer funktionierenden Multifunktionsarena beschrieben. Auf Grund des Status eines nutzerorientierten Stadions wird die Arena auf Schalke weniger als Architekturprojekt in den Medien publiziert, als vielmehr als ständiger Schauplatz von Events jeglicher Art. Der Stadioninnenraum erfreut sich demnach, ganz im Gegensatz zur Allianz Arena auch einer höheren medialen Präsenz wie die äußere Erscheinung in München.

---

<sup>86</sup> Vgl. Blomberg, 2001

<sup>87</sup> Blomberg, 2001

### 8.2.3 Die Diskussion der Besucher

Entgegen ihrer in den Medien so positiv kommunizierten Nutzerfreundlichkeit und Multifunktionalität finden sich in der Diskussion mit Fußballfans über die Arena auf Schalke nur wenig positive Eigenschaften. Zu den meistgenannten gehören dabei die hervorragende Sicht von den Rängen aus und die, verglichen mit den anderen großen Arenen, reibungslose An- und Abreise. Diese Punkte werden sowohl von Fanclubangehörigen, als auch von normalen Fußballbegeisterten genannt. Die regelmäßigen Besucher und langjährigen Unterstützer des FC Schalke 04, welche häufig den Charme und die Atmosphäre des alten Parkstadions in Gelsenkirchen loben, reagieren jedoch mit deutlich mehr Gegenargumenten. Vor allem wird kritisiert, dass das Stadion durch das verschließbare Dach und den verlorenen Bezug zur städtebaulichen Umgebung den Fußball mit seiner Freilichtkomponente „um eine wichtige Charaktereigenschaft“<sup>88</sup> beraubt. Die großzügigen Glasfassaden und der in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung 2001 zur Eröffnung hochgelobte Innenausbau besticht durch „viel Holz und geschwungene Deckenformen“<sup>89</sup> und einer freundlichen Anmutung wie in einem „Flughafenterminal“<sup>90</sup>. Dabei werden diese Merkmale von Fans aller Vereine im Diskurs negativ mit den Begriffen „Shopping-Mall“ oder „Stadion aus dem Kaugummiautomaten“ beschrieben.<sup>91</sup> In den Augen der Fans, scheint sich der Verein die Tradition, die der FC Schalke nach außen kommuniziert, dadurch selbst weggenommen zu haben. Das Stadion wird mehr als Mehrzweckhalle denn als Fußballstadion oder gar Heimat des FC Schalke betrachtet. Die Identifizierung der Anhänger des FC Schalke mit der Arena ist zehn Jahre nach ihrer Eröffnung noch nicht erkennbar.

### 8.2.4 Zwischenfazit Veltins-Arena

Als multifunktionales Highlight vom Büro HPP in Düsseldorf geplant, erfüllt die Veltins-Arena diese Funktion hervorragend und die Infrastruktur wird von den

---

<sup>88</sup> Vgl. 11Freunde-Forum, 2011: S.1

<sup>89</sup> Blomberg, 2001

<sup>90</sup> Blomberg, 2001

<sup>91</sup> Vgl. Blomberg, 2001

Besuchern auch als eine der am besten funktionierenden in Deutschland anerkannt. Die Fans hingegen vermissen die Atmosphäre des alten Parkstadions.

Es ist deutlich zu erkennen, dass die Gestaltgebenden, großzügigen Glasfassaden und komfortablen Cateringbereiche der neuen Arenen, bei einem großen Teil der Besucher nicht als Qualitätsmerkmal eines Fußballstadions anerkannt werden.

Stattdessen werden diese eher modernen Einkaufszentren, oder Veranstaltungshallen für kulturelle Events zugeschrieben.

Somit ist die Arena auf Schalke eine hochmoderne Veranstaltungsstätte, die ihrem Ruf in vielerlei Hinsicht gerecht wird, lässt jedoch die Komponenten für ein atmosphärisches und charakterstarkes Fußballstadion vermissen.

### 8.3 Der Signal-Iduna-Park in Dortmund

*„Direkt gegenüber den Westfalenhallen trägt Borussia Dortmund im Westfalenstadion, seit 2005 offiziell ‚Signal-Iduna-Park‘, seine Heimspiele aus. Es wurde für die Fußball-WM 1974 gebaut und fasste damals 54.000 Zuschauer. Mittlerweile hat es Dortmunds berühmtester Verein [...] dreimal erweitert, sodass es heute 81300 Zuschauer fasst. Vor kurzem wurde eine Dachträgerkonstruktion mit riesigen gelben Stahlverstreben montiert, die schon von weitem zu sehen ist. In der Nordostecke auf Ebene 4 hat 2009 das Borusseum eröffnet, das Vereinsmuseum des BVB [...].“<sup>92</sup>*

#### 8.3.1 Das Stadion und die Planung

Als gewachsenes Stadion ist der Signal-Iduna-Park in Dortmund zu sehen. Jedoch muss man weiter zurück blicken als bis zur Errichtung des eigentlichen Westfalenstadions im Jahre 1974. Direkt neben der heute weltweit als einer der stimmungsvollsten anerkannten Arenen befindet sich das Stadion „Rote Erde“, welches ab 1927 die Austragungsstätte der Borussia war und somit zu den traditionsreichsten Stadien in Deutschland gehört. Da der Signal-Iduna-Park direkt an die Westtribüne des alten Stadions angebaut wurde, und man die Arena zu den Typen der „gewachsenen

---

<sup>92</sup> Bourmer, 2010: S.156

Stadien“ zählt, muss dieser Teil der Tradition des BVB auch als Teil des Westfalenstadions gesehen werden.

### 8.3.2 Die Kommunikation in den Medien



Abb. 23: Die Südtribüne des Dortmunder-Stadions, mit den ergänzten Stadionecken

Quelle: E.Barz (2006), <http://www.fussball-wm-total.de/Fotos/dort06.jpg> (Letzter Aufruf am 30.07.2011)

Der Signal-Iduna-Park ist ebenso wenig eine Architektur-Ikone wie die Arena auf Schalke. Dennoch wird er in den Medien als atmosphärisches Stadion transportiert. Die Bezeichnung „Gelbe Wand“ für die Süd-Tribüne kommuniziert die imposante Wirkung die dieser Fanblock auf Besucher des Stadions ausübt. Im Museum Ostwall präsentierte der zeitgenössische Fotograf Andreas Gursky im Frühjahr 2011 ein 6 Quadratmeter großes Foto des Fanblocks auf der Süd-Tribüne. „Diese gelbe Wand ist Kunst. Was man einem echten Borussen nicht erst erklären muss. So eine Fankurve nämlich gibt es nur einmal... Im echten Leben.“<sup>93</sup> Das Dortmunder Stadion kommuniziert Fußballatmosphäre, Identifikation und Charakterstärke. Auf

---

<sup>93</sup> Schröder, 2011

Werbetafeln ist das Stadion in der Stadt allgegenwärtig und wird als Wahrzeichen des Vereins und der Stadt transportiert.

„Schon im leeren Zustand wird die graue Beton-Terrasse zum Monument. Gefüllt wird sie zur Gelben Wand. In die verwandelt sich die Südtribüne nämlich, wenn dort bei Bundesliga-Spielen 24.454 Fans stehen. Spätestens dann kommen [...] auch die Emotionen ins Spiel.“<sup>94</sup>

Das Dortmunder Stadion schafft es seine Besucher, ob ortsansässig oder aus ganz Europa, in den Bann zu ziehen. Diese Faszination wird in allen Medien kommuniziert und lässt alle Stadien dieses Bautyps als einen der charmantesten und traditionsbewusstesten erscheinen.

### 8.3.3 Die Diskussion der Besucher

Führt man sich ein Bild des Dortmunder Signal-Iduna-Parks vor Augen kann von hoher architektonischer Qualität nicht die Rede sein. Dennoch ist der Tenor in der deutschen Fanlandschaft geradezu eindeutig. Am häufigsten wird bei der Arena in Dortmund die Atmosphäre die von der Süd-Tribüne, der größten Stehplatztribüne Europas, ausgeht gelobt. Sehr häufig wird bei der Architekturdiskussion in den Internetforen der Signal-Iduna-Park als Deutschlands bestes Stadion angeführt. Die „riesengroße, steile und mit Menschen vollgepackte Südtribüne“ sei unübertroffen formuliert ein User im Forum von „Stadionwelt.de“.<sup>95</sup>

In den Aussagen, die rein auf die Architektur abzielen, ist die Wahrnehmung jedoch anders.

Die Fans sehen den gewachsenen Charakter des Stadions zwar als Lesbarkeit von Tradition und Werten an, jedoch hat in der Meinung der Masse die Architektur darunter gelitten. Auf Grund der ausformulierten Ecken, welche zur Weltmeisterschaft 2006 zwischen den vier Einzeltribünen hinzugefügt wurden, entstand zwar ein nach außen monolithisch wirkender Baukörper, die bestehenden Dachkonstruktionen der Tribünen wurden aber in diesem Fall nicht homogenisiert. Die leichten Dachversätze bemängeln nur wenige konkret, allerdings bleibt

---

<sup>94</sup> Schabelon, 2007

<sup>95</sup> Vgl. Stadionwelt.de-Forum, 2011

festzuhalten, dass der architektur- und fußballbegeisterten Bevölkerung diese Details auffallen und in einer Architekturdiskussion kritisiert werden.

Das größte Stadion der Bundesrepublik Deutschland sei deshalb architektonisch „alles andere als schön“ und seine Kapazität sei mittlerweile „auch ausgereizt“<sup>96</sup>

#### 8.3.4 Zwischenfazit Signal-Iduna-Park

Dass Architektur und Atmosphäre sich gegenseitig bedingen ist ein wichtiger Bestandteil bei Planungen von Fußballstadien und anderen Sportstätten. Im Falle des Dortmunder Signal-Iduna-Parks wird jedoch deutlich, dass Atmosphäre und Architektur getrennt wahrgenommen werden. Dies kann sich in der Planung von Fußballstadien in Zukunft zu Nutze gemacht werden. Denn erst dann wenn die Atmosphäre in einem Stadion stimmt, richtet sich der Blick der fußballbegeisterten Bevölkerung auf die Architektur.

Quer durch alle Diskussionsforen kann festgestellt werden, dass eine gute Architektur nicht zwingend starke Emotionen freisetzen muss, jedoch eine gute Atmosphäre bei den Fans architektonische Mängel vernachlässigbar werden lässt. Stimmen jedoch Stimmungen und Empfindungen im Stadion nicht, wird schnell die Architektur dafür verantwortlich gemacht.

Wie im Signal-Iduna-Park deutlich wird, spielen lange Traditionen, wie im gesamten Fußball, auch in der Stadionarchitektur eine große Rolle. Diese Mängel können selbstverständlich bei Neubau-Projekten nicht egalisiert werden. Um die neuen Arenen jedoch auf diesen, momentan noch sehr niedrigen, Wert ernsthaft prüfen zu können und ein Urteil über diese Architekturströmung fällen zu können bedarf es einer erneuten Betrachtung des Themas nach mehreren Jahrzehnten, wenn Vereine Titelgewinne und Erinnerungen mit den Bauwerken verknüpfen können.

---

<sup>96</sup> Vgl. Stadionwelt.de-Forum, 2011

## 9 Die Stadionneubauten in unteren Ligen

Wie in der Einleitung der Arbeit erwähnt, sind neue Stadionprojekte nicht nur ein Phänomen der ersten Fußball Bundesliga. Wie in 1.3. verdeutlicht wurde, werden Stadionprojekte in mehreren Städten zeitgleich geplant und vorangetrieben. Von den großen Bundesligastadien bis in die unteren Ligen des deutschen Fußballs werden Stadien neu entworfen. Die umgesetzten Projekte finden ihren Platz meist außerhalb der dicht besiedelten Städte und erfordern in vielen Fällen übermäßig große infrastrukturelle Neuerschließungen. Häufig sind Modulare Stadien, welche in einer Fertigbauweise günstig und schnell erbaut werden können, für die Vereine in unteren Ligen die attraktivsten Neubau-Modelle. Zieht man die Erkenntnisse der Diskussionen in den Internetforen als Akzeptanzbarometer der Bevölkerung zu Rate, stellen diese Neubauten eine schwierige Entwicklung der Stadionarchitektur dar.

Gründe für einen Stadionneubau in den unteren Ligen sind finanziell lukrativere Sponsorenverträge durch attraktives Namenssponsoring an einem neuen Gebäude (vgl. 4.3.2.), die VIP-Logen-Vermietungsmöglichkeiten und die immer strenger werdenden Auflagen des Deutschen Fußball Bundes. Immer häufiger müssen sich Vereine, deren Stadien nicht mehr den heutigen Ansprüchen genügen, aus dem niedrigen Profibereich (3. Bundesliga) in den Amateurfußball (ab Regionalliga) zurückziehen.

Die Neubauten der unterklassigen Vereine stellen sich nicht nur als Prestigeobjekte einzelner Fußballvereine sondern ganzer Städte und Regionen heraus.

### 9.1 Die Kommunikation in den Medien

Im Gegensatz zu den Elitestadien beschränkt sich die mediale Präsenz dieser Stadien auf lokale Printmedien und die regelmäßigen Sportberichterstattungen. In seltenen Fällen werden Stadien dieser Größenordnung auch Öffentlichkeitswirksam als Architekturobjekte kommuniziert und publiziert. Zu diesen Stadien gehört beispielsweise der 2009 eröffnete Neubau des FC Augsburg direkt an der Bundesstraße 17.

## 9.2 Das Stadion des FC Augsburg

Auf der Website des FC Augsburg wird im Bereich „Stadion“ der Bau des Stadions an der B17 beschrieben.

*„Der FC Augsburg hat im Jahr 2006 nach 23 Jahren den Aufstieg in die 2. Fußball-Bundesliga geschafft. Das existierende Rosenaustadion als bisherige Spielstätte, Baujahr 1950-51, entspricht mit Leichtathletiklaufbahn und seinen baulichen Defiziten nicht mehr den aktuellen Anforderungen im Profi-Fußball. Der Verein hat deshalb einen beschränkten Wettbewerb für einen Neubau ausgelobt, an dem Architekturbüros und Baukonzerne als Arge zusammen teilnahmen. [...] Die neue Arena erfüllt als reines Fußballstadion die Richtlinien des DFB und der UEFA. Das Stadion wird zunächst in einer ersten Baustufe komplett errichtet. Es ist von der Konzeption und Statik so ausgelegt, dass eine Erweiterung mittels einer zweiten Ausbaustufe möglich wäre.“<sup>97</sup>*

### 9.2.1 Das Stadion und die Planung

Der Stadionneubau des derzeitigen Bundesligisten FC Augsburg wurde bereits 2004, zu einer Zeit als der FC Augsburg in der Regionalliga Süd vertreten war, angedacht. Der Verein stand zu dieser Zeit kurz vor dem Aufstieg in die 2. Bundesliga, verpasste diesen jedoch mehrere Jahre hintereinander. Der Verein und die Stadt beschlossen damals dennoch den Neubau. Diese infrastrukturelle Maßnahme war zwar nicht der einzige Grund für den sportlichen Aufstieg des FCA, jedoch unterstütze die Entscheidung zum Neubau dieses Prestigeobjekts den Verein bei der Investoren- und Sponsorenfindung.

Die anfänglich geplante Fassade wurde wegen starker „Preissteigerungen beim semitransparenten Profilitglas“<sup>98</sup> und auf Grund des nicht wirtschaftlich herstellbaren runden Dachrandes nicht vollendet. Die Arena an der B17, welche im Juli 2009 eröffnet wurde, erscheint deshalb nach außen hin noch als Stadion ohne Merkmale einer hohen architektonischen Qualität. Das Stadion soll nun eine alternative Fassade aus gespannten Seilen erhalten und der in den Entwürfen

---

<sup>97</sup> FC Augsburg, 2011

<sup>98</sup> Seinsch, 2008

versprochenen Architekturqualität nachkommen.



Abb. 24: Entwurf des Augsburger Stadions

Quellen: [http://www.stadionwelt-business.de/images/news/eichholtz\\_130707\\_02.jpg](http://www.stadionwelt-business.de/images/news/eichholtz_130707_02.jpg)

[http://www.stockheim-media.com/tl\\_files/stockheim-media/news/impuls\\_arena\\_modell.jpg](http://www.stockheim-media.com/tl_files/stockheim-media/news/impuls_arena_modell.jpg) (Letzter Aufruf am 02.08.2011)

### 9.2.2 Die Diskussion der Besucher

In einer Diskussionsrunde im Vereinsforum des FC Augsburg wird bereits seit zwei Jahren über das Stadion im Lechfeld diskutiert. Diese Diskussion findet in vor allem über die Einrichtungen im Stadion und die Probleme im Nutzeralltag statt. Jedoch kann auf den ersten Seiten eine rege Diskussion über das architektonische Erscheinungsbild verfolgt werden. Dabei sehen die Besucher des FC Augsburg die Arena als gelungen an. Die dominierenden Vereinsfarben im Stadion werden als atmosphärisch und emotional bindend bezeichnet. Darüber hinaus sind sich die diskutierenden Fans einig, dass die überwiegend roten Stadionsitze einen sehr warmen Eindruck machen. Das neue Stadion wird in Augsburg schnell als neue

Heimspielstätte akzeptiert und respektiert. Dies liegt zudem daran, dass das bis 2009 genutzte Rosenaustadion mit einer Laufbahn versehen war und Leichtathletikstadion bei den Fans keinen besonderen Zuspruch erhalten (vgl. 3.2.2.).<sup>99</sup> Die Arena im Lechfeld ist damit schnell zur Heimat des FC Augsburg geworden.

### 9.3 Der Audi-Sportpark in Ingolstadt

*„Durch die Nähe zum Spielfeld, die steilen Ränge und die komplette Geschlossenheit ist das Stadionkonzept am englischen Modell orientiert. Die neue Arena ist für rund 15.800 Zuschauer konzipiert. 9.800 Sitz- und 6.000 Stehplätze sorgen für eine einmalige Atmosphäre und machen den Audi-Sportpark zum neuen Zuhause der Schanzer. Schon die Außenansicht des Audi-Sportparks fasziniert mit ihrer mondänen Architektur, die den typischen Charakter eines Fußballstadions nicht vermissen lässt. Auf der Westseite der Anlage wird eine große Piazza angelegt, der ideale Treffpunkt für alle Stadionbesucher. Die Planer achteten vor allem auch auf das Angebot einer optimalen Infrastruktur.“<sup>100</sup>*

#### 9.3.1 Das Stadion und die Planung

Der FC 04 Ingolstadt entstand im Jahr 2004 aus einer Fusion der beiden Fußballvereine ESV und MTV. Der neugegründete Verein startete zunächst in der damals viertklassigen Bayernliga und konnte durch große Privatinvestitionen in den darauffolgenden Jahren den Aufstieg bis in die 2. Fußball-Bundesliga erreichen. Da die in Ingolstadt vorhandenen Fußballstadion nicht für den Einsatz im deutschen Profifußball geeignet waren wurde früh die Planung eines Stadions am Ingolstädter Stadtrand vorangetrieben. Dieses Stadion kann als bestes Beispiel für die modulare Bauweise gesehen werden, die von Bauträgern, wie hier der Hellmich-Unternehmensgruppe aus Duisburg, in kurzen Bauzeiten geliefert werden kann. Dieser Stadiontyp bietet architektonisch anspruchsvolle Merkmale jedoch fehlt seinen Vertretern häufig die Individualität, die bei der Architekturdiskussion unter

---

<sup>99</sup> Vgl. FC Augsburg Fan-Forum

<sup>100</sup> Audisportpark.de, 2011

Fußballfans einen hohen Stellenwert darstellt. Anhand des Ingolstädter Audi-Sportparks ist erkennbar, dass eine Architekturdiskussion über die kleineren Stadien in den unteren Ligen nicht immer unter architektonischen Gesichtspunkten stattfindet, sondern stark an Infrastrukturen und anderen Merkmalen festgemacht wird.



Abb. 25: Der Audi-Sportpark. Ein Bau der Hellmich Unternehmensgruppe

Quelle: [http://www.audisportpark.de/uploads/pics/Audi\\_Sportpark\\_Front\\_klein.jpg](http://www.audisportpark.de/uploads/pics/Audi_Sportpark_Front_klein.jpg) (Letzter Aufruf am 03.08.2011)

### 9.3.2 Die Diskussion der Besucher

Eine Diskussion über die Architektur des Audi-Sportparks findet kaum statt. Die wichtigsten Diskussionspunkte im vereinseigenen Forum sind die Parkplatzsituation und die An- bzw. Abreise. Nimmt man diese Arena als Beispiel der modularen Bauträgerstadien muss man feststellen, dass die Identifikation der ortsansässigen Besucher noch weit hinter den Erwartungen zurückbleibt. Das Projekt wird als zukunftsweisend für den FC 04 Ingolstadt beschrieben, jedoch kann derzeit noch nicht über eine Heimspielstätte des Vereins als mehr über den reinen Austragungsort der Heimspiele des FCI gesprochen werden.

Es ist auffällig, dass in den bundesweiten Foren dieses Stadion, auch auf direkte Anfrage hin, völlig ignoriert und nicht diskutiert wird.

## 9.4 Das Stadion des SC Paderborn 07

*„Und direkt an der Abfahrt Paderborn-Elsen sieht man dann schon die neue Arena stehen. Ich hielt sie von weitem erst für die öffentliche Schwimmhalle oder eine sonstige kommunale Einrichtung, bei näherer Anfahrt aufgrund der ganzen Werbebanner dann für das Lager des direkt daneben gelegenen Möbelhauses Finke, welches den Bau ja auch bezahlt hat. Wellblech, so weit das Auge reicht. Recht erheiternd wirken die zwei Privathäuschen, die mitten auf dem Gelände des Parkplatzes P1 stehen. Da war wohl irgendjemand nicht bereit, sein Grundstück für diesen sehr nützlichen Bau abzutreten. [...] Innen drin wurde es dann aber noch merkwürdiger.“<sup>101</sup>*

Die Einleitung dieses Artikels über den Besuch des Stadions in Paderborn vermittelt die generelle Wahrnehmung der „Energieteam-Arena“ in der Öffentlichkeit. Im Rahmen dieser Arbeit konnte festgestellt werden, dass in allen Foren auf die Frage nach negativen Beispielen der neuen Stadionarchitektur dieses Stadion als eines der ersten genannt wurde.

### 9.4.1 Das Stadion und die Planung

Ähnlich wie in Kapitel 9 beschrieben, wurde auch in Paderborn der Stadionneubau auf Grund eines aufstrebenden Fußballvereins und um den Anforderungen der Stadien im Profifußball gerecht zu werden forciert. Im Jahr 2001 wurden vom Sportclub Paderborn erste konkretere Vorschläge für einen Stadionneubau vorgelegt. Die Diskussion über einen Stadionneubau hielt dabei über zweieinhalb Jahre an bis letztlich am 11.05.2003 der Beschluss zum Ende der bisherigen Heimspielstätte, dem Hermann-Löns-Stadion, beschlossen wurde. Um die Kosten für den Stadionneubau möglichst gering zu halten wurde die Planung und Ausführung zu einem Festpreisangebot in die Hände der BREMER

AG gelegt. Bereits vor der Eröffnung am 20.07.2008 wurde in den gängigsten Internetforen die 3D-Visualisierung des neuen Stadions diskutiert und negativ bewertet.

---

<sup>101</sup> Koslowski, 2009: S.86



Abb. 26: Visualisierung des Stadions in Paderborn

Quelle: <http://www.stadion-paderborn.de/sta31.jpg> (Letzter Aufruf am 05.08.2011)

### 9.4.2 Die Diskussion der Besucher

Bundesweit wird in den Internetforen und in den Stadien selbst darüber gesprochen, dass das Stadion in Paderborn das charakterloseste und identifikationsschwächste im deutschen Fußball ist. Die äußere Erscheinung wird von den Fußballfans als „abstoßend“ bezeichnet, da diese jede vorstellbare Nutzung beinhalten könnte und eher einer „Lagerhalle“ ähnelt (vgl. 9.4.). Die fußballbegeisterte Bevölkerung sieht die architektonischen Mängel in der schlechten Wirkung des Innenraums bestätigt. Dieser wird in den Beiträgen der User als merkwürdig und sonderbar bewertet. Die Diskussion über das Stadion in Paderborn wird auf Grund seiner mangelnden architektonischen Qualität durch alle Internetforen immer wieder geführt, flacht jedoch immer schnell wieder ab, da dieses Stadion als solches auf keine große Akzeptanz bei der Zielgruppe stößt. Wenn es auch negativ auffällt, so trägt die Arena stark zur Stadionsdiskussion in der Bevölkerung bei und liefert dabei die meisten Negativbeispiele für die Planung neuer Fußballarenen.

## 9.5 Zwischenfazit zu den kleineren Stadien

Die Anforderungen des Deutschen Fußball Bundes an die Stadien der Profiligen steigen stetig an. Nicht nur die Stadionsicherheit wird dabei betrachtet. Auch Komfort und Modernität werden zunehmend wichtiger für die Stadien und Arenen in den unteren Ligen.

Da der Bau von Sportstätten dieser Größenordnung jedoch meist teuer und durch Städte und Kommunen mitfinanziert werden muss, werden in den unteren Ligen, abgesehen von wenigen Ausnahmen, wie dem Stadion des FC Augsburg, meist

günstige modulare Lösungen aus Fertigbauteilen favorisiert. Die architektonische Qualität, die Identifikation und der Charakter der Vereinseigenen Spielstätten bleiben dabei, den Diskussionen nach, zunehmend auf der Strecke. Eine qualitative Steigerung der architektonischen Qualität der neuen Stadionprojekte muss sich durch die kritische Auseinandersetzung mit den bisher realisierten Neubauten entwickeln. Im Folgenden Kapitel werden die wichtigsten Architekturmerkmale aus den Foren-Diskussionen zusammengefasst und Empfehlungen für die Planung neuer Arenen gegeben.

## 10 Fazit und Ausblick

Als Schlussfolgerung aus den Foren-Diskussionen mit Fußballfans können architektonische Elemente festgemacht werden, die dem Bautyp Stadion entweder eine besondere Ästhetik oder einen besonderen Charakter verleihen und dennoch keine größeren finanziellen Belastungen für die Vereine bedeuten müssen.

### 10.1 Ergebnisse der geführten Diskussionen

In den Diskussionen über die architektonische Qualität der neuen Stadien und Arenen welche seit den späten 1990er Jahren entstanden, konnten charakteristische Merkmale festgemacht werden, die die Qualität und die Beliebtheit bei der Zielgruppe der fußballbegeisterten Bevölkerung nachhaltig steigern.

Die meist genannten Merkmale, die bei der Planung von Arenen berücksichtigt werden sollten, sind die unmittelbare Nähe der Zuschauer zum Spielfeld und eine möglichst ausgereizte steile Neigung der Tribünen. Letzteres allerdings steht dem oft geforderten Kriterium der Erweiterbarkeit von Stadien entgegen. Die Atmosphäre und Stimmung bei den Fans kann jedoch architektonisch unterstützt werden indem die Zuschauerränge nicht in einen Unter- und einen oder mehrere Oberränge unterteilt werden. Um Fan-Choreographien, die zur Entwicklung von Atmosphäre beitragen, zu erleichtern, ist es notwendig möglichst große, zusammenhängende Tribünenflächen zu schaffen.

Ein weiterer viel diskutierter und auch positiv bewerteter Punkt in der Entwicklung der Stadionarchitektur ist der Wegfall der Laufbahn, durch die Errichtung reiner Fußballarenen. Dabei ist es fast in jedem ausführlicheren Beitrag erwähnt worden, dass die Stadien heutzutage immer mehr amerikanischen Shopping-Malls ähneln. Die äußere Form einer Arena sollte demnach noch deutlich erkennbar die eines Fußballstadion sein. Starke Architekturstatements wie „Form should follow function. Not the other way around!“ wurden im 11-Freunde-Forum ebenso getroffen wie die Aussage, dass die Dachkonstruktionen bei Neubauprojekten besonders wichtig seien. Diesbezüglich wurden die Entwürfe für die zuletzt stattfindenden Europa- und Weltmeisterschaften in den Jahren 2008 und 2010 besonders gelobt.

In den Augen der Fußballfans ist es notwendig, dass bei der Stadionplanung darauf

Wert gelegt wird, dass keine sich ständig wiederholenden architektonischen Themen aufgegriffen werden. Die Stadien der Vereine sollten über eine eigene, individuelle Note mit „unverwechselbaren Details ohne dabei aber gekünstelt zu wirken!“<sup>102</sup> verfügen. Ein Merkmal, durch welches ein Stadion nach Meinung der Fans ebenfalls eine hohe Architekturqualität aufweist, ist ein homogener Baukörper der durch klare, durchgängige Linien ein stimmiges Ganzes erzeugt. Einzelne stehende Tribünen und nach und nach erweiterte Stadien werden zwar häufig als stimmungsvoll und traditionell gesehen, jedoch erweckt eine homogene Architektur in der Bevölkerung eine zufriedener Grundhaltung gegenüber der neuen Stadionarchitektur.

Städtebauliche und architektonische Aspekte, die in den kommenden Jahren immer mehr aus der Stadionlandschaft verschwinden fallen unter den Gesichtspunkt der Stadion-Nostalgie. Zu diesen Elementen zählen beispielsweise die weithin sichtbaren und Atmosphäre bringenden Flutlichtmasten. Diese waren zum Beispiel Markenzeichen der Stadien in Rostock, Gelsenkirchen und Offenbach. Bei den neuen Stadien, die vollüberdacht sind, werden die Beleuchtungsanlagen der Arenen unterhalb der Dachkanten installiert. Das Element des Flutlichtmasten wird in den kommenden Jahren mehr und mehr aussterben. Ein Vorteil der neuen Anlagen ist die nur noch geringe Schattenbildung auf den Spielfeldern.

Zudem werden bei den Fußballfans Stadien als qualitativ höher eingestuft wenn sie in einer besiedelten und gewachsenen Struktur aufzufinden sind. Beispiele hierfür sind die AWD-Arena in Hannover, das Jahnstadion in Regensburg oder das Grünwalder Stadion in München. Die Entwicklung der neuen Arenen auf unerschlossenen Stadtrandgebieten wird kritisch beurteilt. Auch dieser Punkt kann aus wirtschaftlichen und infrastrukturellen Gründen in Zukunft jedoch nicht anders gelöst werden.

Um dem offenbar vorhandenen nostalgischen Grundbedürfnis der Fußballfans zu entsprechen, sind Maßnahmen wie die Integration von Bestandteilen der bisherigen und oft favorisierten alten Spielstätten in die neuen Projekte ein besonders guter Weg die Identifikation mit einem Stadion bereits vom ersten Tag an zu fördern. Hierfür gibt es bereits realisierte Beispiele, wie zum Beispiel die symbolische Integration der

---

<sup>102</sup> Vgl. 11-Freunde-Forum.de, 2011

charakteristischen Stadionuhr des alten Highbury Park in London in das Emirates Stadium oder der Stadionneubau in Leipzig, welcher sogar komplett in das vorhandene, traditionsreiche „Stadion der Hunderttausend“ integriert wurde.

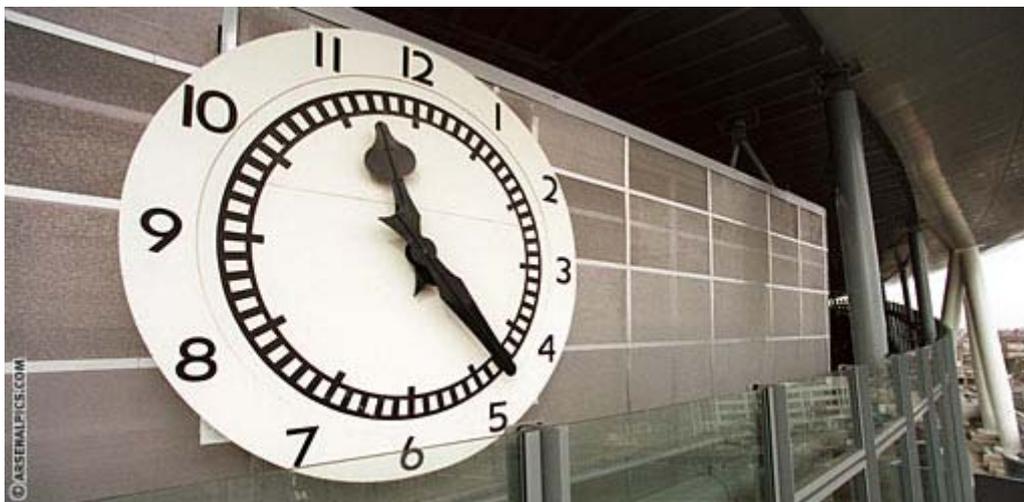


Abb. 27: Die Uhr im alten Highbury Park wurde symbolisch in das Emirate Stadium mitgenommen

Quellen:

[http://wapedia.mobi/thumb/4d8e504/en/fixed/470/353/Arsenal\\_Stadium\\_interior\\_Clock\\_End.jpg?format=jpg](http://wapedia.mobi/thumb/4d8e504/en/fixed/470/353/Arsenal_Stadium_interior_Clock_End.jpg?format=jpg)

(Letzter Aufruf am 03.08.2011)

[http://news.bbcimg.co.uk/media/images/50756000/jpg/\\_50756642\\_003702001-1.jpg](http://news.bbcimg.co.uk/media/images/50756000/jpg/_50756642_003702001-1.jpg)

(Letzter Aufruf am 03.08.2011)

In der Kritik der Bevölkerung stehen im Bezug auf Stadionneubauten auch häufig deren Architekten. Die Entwürfe der Planer sollten dem zu Folge mehr aus der Besuchersicht heraus entstehen, als weniger aus einem Streben nach einem städtebaulichen Highlight. Ein User im 11-Freunde-Forum schildert diese Problematik wie folgt: „Architekten sehen [...] zu viele Dinge von schräg oben und

vergessen dabei allzu häufig, wie es sich anfühlt von schräg unten.“<sup>103</sup>

Um das bestmögliche Ergebnis im Entwurfsprozess von Stadien und Arenen liefern zu können, sehen die Diskutierenden die Architekten in der Pflicht. Sie sollen die aktuellen Strömungen in der Fankultur erkennen und die lokale Mentalität in ihre Entwürfe einfließen lassen.



Abb. 28: Das Leipziger WM-Stadion wurde in das alte traditionsreiche Zentralstadion hineingebaut

Quelle: <http://www.leipzig-info.net/events/fifawm06/stadion.jpg> (Letzter Aufruf am 04.08.2011)

## 10.2 Erkenntnisse und Empfehlungen

Vergleicht man die architektonischen Merkmale bereits realisierter Stadien und Arenen mit den Diskussionsinhalten der Besucher, so muss festgestellt werden, dass die Entwicklung der Stadionarchitektur in der Bevölkerung kritisch gesehen wird. Die neue Stadionlandschaft in der Bundesrepublik wirkt auf viele Diskussionsteilnehmer austauschbar und charakterlos. Dabei beschränken sich die meisten Aussagen auf die sich immer stärker ähnelnden Innenräume der Bauwerke, da sie es den Fußballfans schwer machen eine Identifikation mit dem eigenen Stadion aufzubauen.

---

<sup>103</sup> Vgl. 11-Freunde-Forum.de, 2011

Die fehlenden Traditionen werden dabei zwar häufig als negative Entwicklungen genannt, müssen jedoch auf Grund der erst jungen Arena-Geschichte in den nächsten Jahrzehnten erneut betrachtet werden. Als bestes Beispiel für den Konflikt zwischen äußerer und innerer Wirkung wurde in 8.1 die Allianz-Arena in München vorgestellt. Von außen bietet die Arena eine stark semantische Wirkung, die im städtebaulichen Kontext besonders stark auffällt. Der Stadioninnenraum hingegen wird als steril und kühl angesehen.

Aus den betrachteten Stadien kann bezüglich ihrer infrastrukturellen Erschließung, nur eine Empfehlung für die möglichst entzerrte An- und Abreise, wie sie zum Beispiel in der Arena auf Schalke funktioniert, gegeben werden.

Um den negativen Diskussionsbeiträgen bezüglich der oft verloren gehenden Traditionen entgegenzuwirken, können Elemente aus den bestehenden Spielstätten wirkungsvoll in neue Arenen integriert werden, ohne dabei künstlich oder gar kitschig zu wirken.

Um den Sportstätten im kleineren Maßstab Atmosphäre und Charakter zu verleihen ist es wichtig, dass künftig auch modular von Bauträgern erstellte Stadien eindeutig mit dem Verein identifizierbar sind und keine Stadien aus der Retorte darstellen.

### 10.3 Ausblick

Dass sich die Stadionarchitektur in den letzten Jahren stark verändert und weiterentwickelt hat, ist quer durch die verschiedenen Ligen sichtbar. Diskussionen über Stadionarchitektur finden auf vielen verschiedenen Wegen statt. Dies reicht vom persönlichen Gespräch unter Interessierten, über die Nutzung der herkömmlichen Methoden der Meinungsäußerung wie Leserbriefe bis hin zu den Möglichkeiten des Web 2.0. Möchte man eine niveauvolle und konstruktive Architekturdiskussion über die neuen Arenen führen, so ist es wichtig das meistgenutzte Medium der fußballbegeisterten Bevölkerung, die Internetforen, zu nutzen. Dabei sollte dringend von vornherein eine sorgfältige Auswahl der Internetplattformen und Kommunikationsmedien getroffen werden. Als niveauvollste Diskussionsplattformen erwiesen sich im Rahmen dieser Arbeit Foren aus dem Genre der fußballkulturellen Printmedien. Sowohl das 11-Freunde- als auch das Stadionwelt-Forum ließen eine Architekturdiskussion auf hohem Niveau zu. In abgeschwächter Form gilt diese

Aussage auch für vereinseigene Diskussionsforen, da dort zwar keine objektive Beurteilung von bestehenden Stadien möglich ist, jedoch trotzdem interessante Ansätze diskutiert werden können. Weniger konstruktive Diskussionen werden in Foren von Interessensgruppen wie Ultras und Groundhopper geführt, da diese durch ihre Ideologien geleitet werden und Modernisierungen und Weiterentwicklungen kritisch gegenüberstehen.

Für die Planung und Entwicklung neuer Stadionprojekte ist es schwer einen Konsens bei den Fußballfans zu finden, da zu viele unterschiedliche Meinungen und Ansichten existieren. Allerdings können sich Architekten im Entwurfsprozess von konkreten Stadionprojekten anhand einer moderierten und geleiteten Architekturdiskussion im Internet starker Statements bedienen und wichtige identifikations- und charakterbildende Elemente in ihre Stadionentwürfe einfließen lassen. Dadurch würde neben der Steigerung der Akzeptanz der modernen Stadionarchitektur auch die Architekturdiskussion und das Ansehen des Berufs des Architekten in der Bevölkerung nachhaltig gefördert.

## 11 Produktidee und Umsetzung

Im Rahmen der vorliegenden Arbeit haben sich viele Möglichkeiten aufgetan wie man eine qualitativ hochwertige Architekturdiskussion anstoßen kann. Für Architekten, Stadionbetriebsgesellschaften, Medienvertreter und Reiseveranstalter die die Architekturdiskussion in der Bevölkerung aktiv vorantreiben möchten wird im Folgenden die Produktidee der „Architektur-Dauerkarte“ vorgestellt. Das Produkt ist eine Umsetzungsmöglichkeit deren Entwicklung anhand der 4Ps (Product, Promotion, Place, Price) systematisch vorgestellt und anschließend durch Umsetzungsvorschläge konkretisiert wird.<sup>104</sup>

### 11.1 Product

Das Konzept der Architektur-Dauerkarte wird von den bestehenden „Auswärtsdauerkarten“ mancher Vereine abgeleitet, wobei der Kunde für alle Auswärtsspiele seines Vereins Eintrittskarten zugesandt bekommt. Die Architektur-Dauerkarte hingegen soll es den architekturinteressierten Fußballfans ermöglichen, interessante Stadionprojekte in Zusammenarbeit von Architektur und Atmosphäre zu erleben.

Angeboten wird das Projekt in der ersten Saison in zwölf ausgewählten Stadien der ersten und zweiten Fußball-Bundesliga. Diese Stadien werden zunächst drei Themen-Touren zugeordnet. Der Fan kann über die im Folgenden aufgezeigten Vertriebskanäle (vgl. 11.2.) einzelne Stadionevents buchen. Die frei buchbaren Stadionevents beinhalten folgende Leistungen:

TAG 1:

- **Anreise über ein im Produktpaket beinhaltetes Bahnticket (vgl. 11.5.1.)**  
Das Event-Ticket berechtigt zur Anreise an den Standort des Stadions.
- **Übernachtung in einem modernen Hotel (vgl. 11.5.1.)**  
Im Event enthalten ist eine Übernachtung inkl. Frühstück in einer Filiale der bundesweit vertretenen MotelOne Hotelkette

---

<sup>104</sup> Vgl. Meffert / Bruhn, 1995

- **Meet-and-Greet mit einer Persönlichkeit des gastgebenden Vereins**  
Am Vorabend des Spiels wird das Stadion von der gesamten Reisegruppe besucht. Dort trifft man auf eine aktuelle oder ehemalige Persönlichkeit des gastgebenden Vereins zum Gespräch. Um den Einstieg in die Architekturführung zu erleichtern wird hier zunächst der Fußballfan angesprochen. Dies nimmt die Distanz der Besucher zum Thema Architektur.
- **Architekturführung im Stadion**  
Im Anschluß an das Meet-and-Greet führt ein ortsansässiger Architekt durch das Stadion und erläutert architektonische Themen und beantwortet Fragen aus Sicht der Architekten. Durch die aufgelockerte Situation aus dem Meet-and-Greet sind die Teilnehmer aufnahmefähiger für neues und das Architekturinteresse wird geweckt

TAG 2:

- **Besuch eines Spiels im Stadion**  
Nach der Architekturführung kann beim Abendlichen Zusammensein über das gerade erlebte „leere“ Stadion diskutiert werden. Am nächsten Tag wird als Abschluss des Stadionevents ein Spiel des im Stadion beheimateten Vereins angesehen um die Symbiose von Architektur und Atmosphäre erleben zu können.

Zusätzlich werden in bekannten sozialen Netzwerken Architektur-Dauerkarten-Gruppen eingerichtet, in denen die erlebten Stadiontouren auch nach dem erlebten Event diskutiert werden können.

Nach Abschluss des einzelnen Stadionevents, erhält der Kunde einen Stempel auf seiner Architektur-Dauerkarte. Sammelt der Fan alle Stempel einer Themen-Tour, so erhält er als Bonus zwei Eintrittskarten für ein Spiel eines Vereines seiner Wahl. Kann der Stadiontourist, oder der moderne Groundhopper, alle zwölf Stempel auf seiner Architekturdauerkarte nachweisen, werden ihm in Zusammenarbeit mit dem Deutschen Fußball Bund zwei Eintrittskarten für den VIP-Bereich bei einem Spiel der deutschen Nationalmannschaft zur Verfügung gestellt.

## 11.2 Promotion

Um die Architektur-Dauerkarte der Gruppe der fußballinteressierten Bevölkerung zu vermitteln, werden dabei folgende Vertriebskanäle und Werbepattformen gewählt:

- **Vereine und Stadionbetriebsgesellschaften**

Die Vereine bzw. die Stadionbetriebsgesellschaften können das Produkt der Architektur-Dauerkarte über ihre Ticketing-Abteilungen vertreiben. So werden die eigenen Fans angesprochen und das Interesse an der im Stadion angebotenen Architekturführung geweckt. Das Produkt kann dabei auf den Web-Präsenzen online bestellt werden.

- **Eventagenturen (z.B. Jochen Schweizer)**

Eventagenturen wie „Jochen Schweizer“ oder „MyDays“ bieten Erlebnisse jeglicher Art an. So können auf ihren Internetportalen oder in ihren Filialen in Einkaufszentren Events wie Goldschmiedekurse oder Bungee-Sprünge gebucht werden. Das Stadionevent eignet sich gut für das Produktportfolio der Unternehmen und ist für diese ein neuer Baustein. Durch die Werbebeilagen in Zeitungen und Zeitschriften, sowie die Internetpräsenzen, wird das Interesse einer breiten Öffentlichkeit geweckt. Dadurch wird eine hohe Werbewirksamkeit ermöglicht.

- **Zeitschriften (z.B. 11Freunde)**

Durch Anzeigen in den zielgruppenorientierten Zeitschriften, wie 11Freunde, wird die wichtigste Gruppe, die fußballkulturell interessierten Fans, angesprochen. Ein beiliegendes Bestellformular oder der Hinweis auf die Internetseite der Architektur-Dauerkarte schaffen die Möglichkeit des direkten Bestellvorgangs eines Stadionevents.

- **Architektur-Dauerkarte.de**

Auf der eigenen Website der Architektur-Dauerkarte werden die einzelnen Bausteine der Stadionevents in Wort und Bild erläutert. Als besonderer Baustein wird dabei der Download des „Stadionquartetts“, einem Kartenspiel mit Informationen zu Architekten und Technischen Daten angeboten. Die Website wird zudem auf Internetportalen des gesamten Interessensfeldes „Sport“ beworben.

- **Architektenkammern und Fachzeitschriften**

Durch das Thema Architektur soll dieses Produkt auch in Fachzeitschriften, bzw. von den Architektenkammern, als vermittelndes Instrument angeboten werden. Im Rahmen von Architekturveranstaltungen zum Thema, oder in berufsständischen Zeitungen, wird das Produkt angeboten. Der Kontakt von Architekten und Fußballfans ist im Bereich des Architekturdiskurses anhand von Stadionbauten ein starker Faktor zur Vermittlung von Qualitätsmerkmalen der Stadien.

- **Soziale Netzwerke und Online-Werbeanzeigen**

Wie in 11.1. bereits erläutert, werden in Sozialen Netzwerken sogenannte Gruppen zur Diskussion über die Architektur-Dauerkarte gegründet. Durch die hohen Userzahlen der sozialen Netzwerke wird dort das Thema Architekturdiskussion anhand von Stadionarchitektur aktiv und nachhaltig vorangetrieben.

- **Am Projekt beteiligte Unternehmen (z.B. MotelOne, Deutsche Bahn AG)**

Die in 10.5.1. erwähnten Kooperationspartner bewerben das Produkt auf ihren Webseiten und sonstigen Publikationen und nehmen es ebenso in ihr Produktportfolio auf. Durch Werbeaktionen in unternehmenseigenen Publikationen wird das Produkt an Kunden herangetragen und weckt dadurch die Aufmerksamkeit des potentiellen Kunden.

*Tabelle 2: Werbestrategie der Architektur-Dauerkarte anhand des AIDA-Konzeptes*

Werbestrategie AIDA	
Attention	Über die beschriebenen Vertriebskanäle wird die Aufmerksamkeit des Kunden zum beworbenen Produkt geweckt.
Interest	Ein ansprechendes Corporate Design der Architektur-Dauerkarte steigert das Interesse und leitet zu den Verkaufsstellen (Online oder Ticket-Services) weiter. Darüber hinaus werden die Bausteine des

	Stadionquartetts oder die zu erwartenden Boni (freie Eintrittskarten und Nationalmannschaftstickets) als Teaser eingesetzt.
Desire	Das einzigartige Erlebnis eines mehrtägigen Stadionevents mit Architekturführung mit zusätzlichem Meet-and-Greet einer Fußballpersönlichkeit in Kombination mit dem Besuch eines Bundesligaspiels, führen zu dem Wunsch das Event zu erleben.
Action	Durch einfache Bestellformulare und den schnellen Versand der Tickets und aller zusätzlichen Informationen, wird es dem Kunden erleichtert sich für das Produkt zu entscheiden.

### 11.3 Place

Das Produkt wird bundesweit in den in 10.2. beschriebenen Vertriebskanälen angeboten. Dabei ist darauf Wert zu legen, dass hauptsächlich die Zielgruppe der fußballkulturell Interessierten Fans, welche sich im Rahmen dieser Arbeit herausgebildet hat (vgl.5.), am stärksten angesprochen wird.

Die teilnehmenden Stadien und deren Auswahl werden im Kapitel 10.5.4. genauer erläutert.

### 11.4 Price

Der Preis und die Paketzusammenstellung des Produktes bedürfen zunächst einer Zielgruppenorientierten Bedarfsanalyse.

Da der zeitliche Aufwand einer Stadiontour mit vier beteiligten Stadien an vier verschiedenen Wochenenden nicht zu unterschätzen ist könnte der Kunde wegen Terminproblemen davon abgehalten werden die Dauerkarte zu erwerben. Demnach ist es wichtig, dass sich die Stadionevents einzeln buchen lassen und die Touren auch auf längere Sicht vollendet werden können. Um dennoch den Charakter einer

echten Stadionevents zu erhalten können die Events auch als Pakete gebucht und besucht werden. Im Folgenden werden anhand einer Überschlagsrechnung die Kosten eines solchen Stadionevents erläutert:

*Tabelle 3: Überschlagsrechnung für Stadionevent*

Überschlagsrechnung eines beispielhaften Stadionevents	
Anreise mit Bahn über ausgehandelte Sparangebote	30,00 €
Übernachtung in einem Hotel der MotelOne-Hotelkette	60,00 €
Catering bei Meet-and-Greet (pro Person)	10,00 €
Honorar Vereinspersönlichkeit (pro Person)	15,00 €
Honorar ortsansässiger Architekt (pro Person)	30,00 €
Architekturführung im Stadion	10,00 €
Eintrittskarte zum Spiel	25,00 €
<b>Gesamtpreis pro Event</b>	<b>180,00 €</b>

Bei der Buchung einer vollständigen Tour in vier Stadien kann ein Rabatt von ca. 5% pro besuchtem Stadion gewährt werden, so dass sich der Gesamtpreis einer Tour, inklusive jeweils 4 Hotelübernachtungen, Sitzplatz-Eintrittskarten zu Bundesligaspielen und Architekturführungen mit einem Meet-and-Greet auf ca. 680,00 € beläuft.

## 11.5 Umsetzungskonzept

Um das Produkt zur Saison 2012/2013 auf den Markt bringen zu können wird in den folgenden Punkten das Umsetzungskonzept und ein Rahmenterminplan aufgestellt.

### 11.5.1 Rahmenverträge mit Hotels und der Bahn

Um die Anreise mit der Bahn und die Übernachtungen in den Hotels im Paket anbieten zu können, müssen in Zusammenarbeit mit kompetenten Partnern Rahmenverträge ausgehandelt werden. Erst dadurch ist es möglich einen Gesamtpreis des Stadionevents zuverlässig zu kalkulieren.

Die Deutsche Bahn AG bietet bereits im alltäglichen Betrieb Sparangebote wie zum Beispiel die Ländertickets oder Spartickets zum Preis von 29 Euro. In Zusammenarbeit mit dem Unternehmen kann die in der Dauerkarte enthaltene Anreise beispielsweise zum Preis von 30 Euro angeboten werden.

Um die Übernachtungen in qualitativ hochwertigen, aber preisgünstigen Hotels zu gewährleisten, wird ebenfalls ein Rahmenvertrag mit den MotelOne-Hotels ausgehandelt. Die Preise von 60 Euro entsprechen einem durchschnittlichen Übernachtungspreis pro Nacht und Zimmer.

### 11.5.2 Die Zusammenarbeit mit den Vereinen

Um die Eintrittskarten für die Bundesligaspiele und die Architekturführungen organisieren zu können, muss eng mit Vereinen bzw. den Stadionbetriebsgesellschaften der teilnehmenden Stadien zusammengearbeitet werden. Ein bestimmtes Kartenkontingent muss dabei für die Architektur-Dauerkarte bis beispielsweise 3 Wochen vor dem Spieltag geblockt werden. Nicht gebuchte Karten im Zuge des Stadionevents gehen an den Verein zurück, der die Karten dann in den freien Verkauf zurückgeben kann.

### 11.5.3 Der Zeitplan für den Verkaufsstart zur Saison 2012/2013

Der Zeitplan für den Verkaufsstart zur übernächsten Saison beinhaltet alle notwendigen Verhandlungs-, Promotion- und Produktionsschritte um die Architektur-Dauerkarte zum Start der Saison 2012/2013 im August 2012 anbieten zu können:

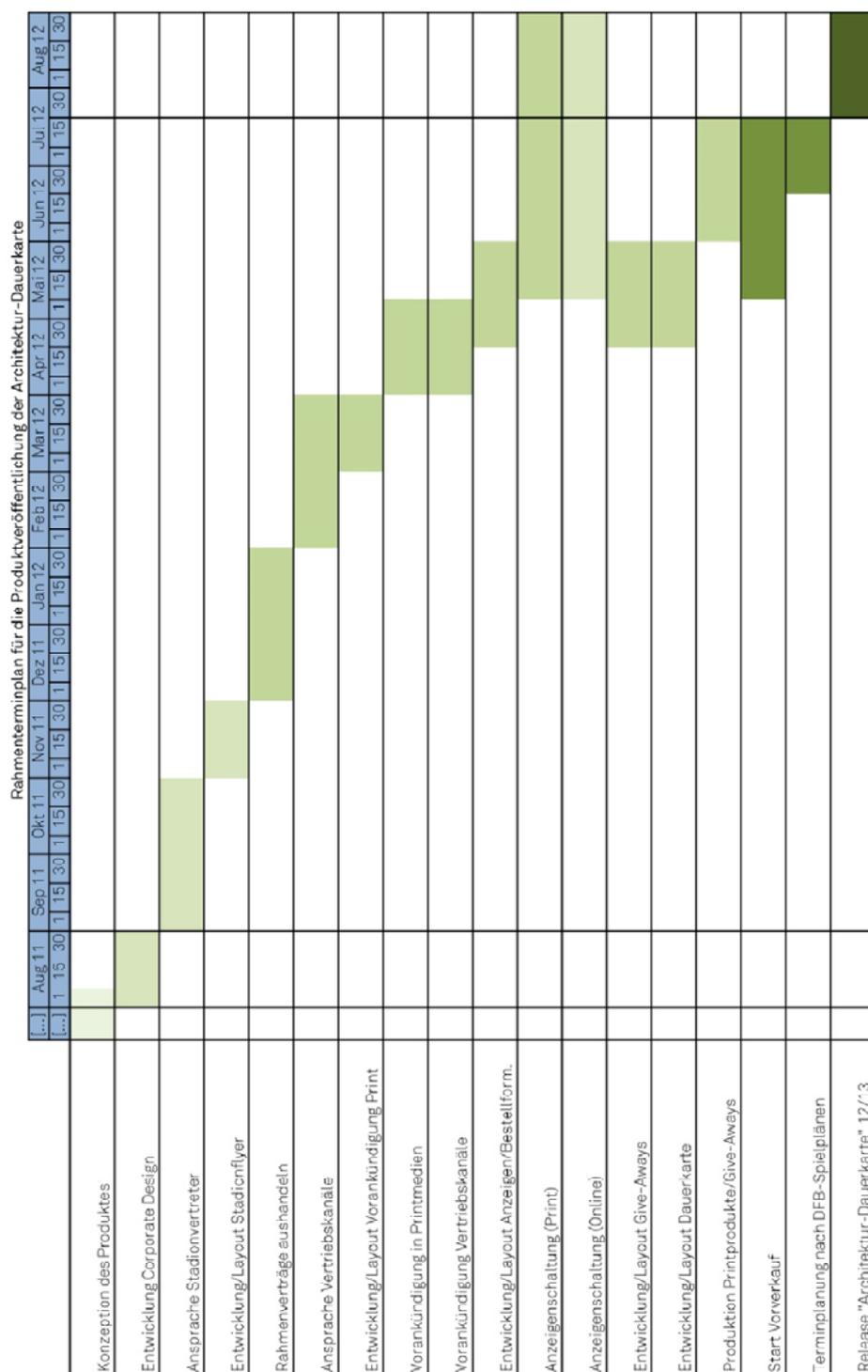


Tabelle 4: Zeitplan für den Verkaufsstart der Architektur-Dauerkarte

### 11.5.4 Die ersten drei Stadiontours 2012/2013

Die ersten drei, nach Farben benannten, ausgearbeiteten Stadiontours setzen sich auf Grund thematischer Übereinstimmungen wie folgt zusammen:

- **Rote-Tour (Architekturikonen)**
  - Allianz Arena, München (Herzog und De Meuron)
  - Rhein Energie Stadion, Köln (Gerkan Marg und Partner)
  - Esprit-Arena, Düsseldorf (HentrichPetschnigg und Partner)
  - Olympiastadion, Berlin (Gerkan Marg und Partner)
  
- **Gelbe-Tour (gewachsene Stadien)**
  - Signal-Iduna-Park, Dortmund
  - Easy-Credit-Stadion, Nürnberg
  - Millerntorstadion, Hamburg-St.Pauli
  - Red-Bull-Arena, Leipzig
  
- **Blaue-Tour (Arenen)**
  - BayArena, Leverkusen
  - Arena auf Schalke, Gelsenkirchen
  - Commerzbank Arena, Frankfurt
  - Coface Arena, Mainz

Wie in 11.1. erläutert kann der Fan beim Abschluss einer Tour, welche auch über mehrere Saisons besucht werden können, den Bonus von zwei freien Eintrittskarten beim Verein seiner Wahl erhalten. Beim Abschluss des gesamten Programms erhält er Eintrittskarten in den VIP-Bereich bei einem Spiel der deutschen Nationalmannschaft.

## Anhang

### Anhang 1: Die UEFA-Kategorien

#### UEFA-Kategorie 4

Die UEFA-Kategorie 4, welche bis 2006 noch als „Elitestadion“ geführt wurde, muss heute neben den Grundvoraussetzungen für eine Klassifizierung nach UEFA-Standard der Kategorie 4 eine Mindestkapazität von 8000 Plätzen aufweisen. Von diesen müssen mindestens 500 als Sitzplätze für VIP's des Gastgebers und 100 für VIP's der Gastmannschaft zur Verfügung stehen. Ein Hospitality-Bereich für die Bewirtung der VIP-Plätze muss eine Fläche von 400 m<sup>2</sup> aufweisen. Zusätzlich muss das Stadion über 100 Mediensitzplätze, von denen 50 mit Tischen ausgestattet sein müssen, und 25 TV- und Radiokommentatorenplätze verfügen. Ein Kontrollraum, mit gutem Überblick über die gesamte Spielstätte muss im Stadion ebenso integriert sein wie eine moderne Videoüberwachungsanlage.

Das Spielfeld muss die Abmessungen von 105 x 68 Metern aufweisen. Die Flutlichtanlage muss eine Mindestleistung von 1400 Lux aufweisen können. Sollte es während des Spiels einen Stromausfall geben muss das Stadion ein Notstromaggregat vorweisen können, mit dem es weiterhin möglich ist das Flutlicht mit 800 Lux leuchten zu lassen.

Für Medienvertreter muss ein Arbeitsraum von 200 m<sup>2</sup> Fläche und eine Kameraplattform von 10 m<sup>2</sup> zur Verfügung stehen. Um Pressekonferenzen nach den Spielen abhalten zu können muss ein Medienkonferenzraum vorhanden sein und mit einer PA-Anlage und Tischen ausgestattet sein. Für die Pressekonferenzen ist es weiterhin notwendig, dass die Räumlichkeiten 75 Sitzplätze für die Medienvertreter anbieten können. Darüber hinaus muss ein TV-Studio von 25 m<sup>2</sup> und einer Mindestraumhöhe von 2,30 Meter vorhanden sein.

Eine sogenannte Mixed-Zone, in der Medienvertreter, Offizielle und Sportler in ihre Bereiche verteilt werden und zu Interviews nach den Spielen aufeinander treffen, muss vorhanden sein und für mindestens 50 Medienvertreter ausgelegt sein.

Vor dem Stadion müssen mindestens 150 VIP-Parkplätze und ein Ü-Wagen-Bereich von 1000 m<sup>2</sup> zur Verfügung stehen.<sup>105</sup>

### **UEFA-Kategorie 3**

Die Mindestkapazität für die UEFA-Kategorie 3 sind 4500 Plätze, von denen mindestens 250 als Sitzplätze für VIP's angeboten werden müssen. Zusätzlich muss das Stadion über 50 Mediensitzplätze, von denen 25 mit Tischen ausgestattet sein müssen, und 5 TV- und Radiokommentatorenplätze verfügen. Ein Kontrollraum, mit gutem Überblick über die gesamte Spielstätte muss im Stadion integriert sein. Das Spielfeld muss die Abmessungen von 105 x 68 Metern aufweisen. Die Flutlichtanlage muss z.B. für Fernsehübertragungen eine Mindestleistung von 800-1200 Lux aufweisen können.

Für Medienvertreter muss ein Arbeitsraum von 100 m<sup>2</sup> Fläche und eine Kameraplattform von 6 m<sup>2</sup> für zwei Kameras zur Verfügung stehen. Um Pressekonferenzen nach den Spielen abhalten zu können muss ein Medienkonferenzraum vorhanden sein und mit einer PA-Anlage und Tischen ausgestattet sein. Für die Pressekonferenzen ist es weiterhin notwendig, dass die Räumlichkeiten 50 Sitzplätze für die Medienvertreter anbieten können. Darüber hinaus muss ein TV-Studio von 25 m<sup>2</sup> und einer Mindestraumhöhe von 2,30 Meter vorhanden sein.

Eine sogenannte Mixed-Zone, in der Medienvertreter, Offizielle und Sportler in ihre Bereiche verteilt werden und zu Interviews nach den Spielen aufeinander treffen, muss vorhanden sein.

Vor dem Stadion müssen mindestens 100 VIP-Parkplätze und ein Ü-Wagen-Bereich von 200 m<sup>2</sup> zur Verfügung stehen.<sup>106</sup>

### **UEFA-Kategorie 2**

Für die Klassifizierung eines Stadions in die UEFA-Kategorie 2 ist eine Mindestkapazität von 1500 Plätzen aufzuweisen, von denen mindestens 100 als

---

<sup>105</sup> Vgl. UEFA 2010: S.14-16

<sup>106</sup> Vgl. UEFA 2010: S.13-15

Sitzplätze für VIP's angeboten werden müssen. Zusätzlich muss das Stadion über 20 Mediensitzplätze, von denen 10 mit Tischen ausgestattet sein müssen, und 2 TV- und Radiokommentatorenplätze verfügen. Ein Kontrollraum, mit gutem Überblick über die gesamte Spielstätte muss im Stadion integriert sein.

Das Spielfeld kann in der Größe variieren. Die Länge des Spielfeldes muss zwischen 100 und 105 Metern aufweisen können, während die Breite 64 bis 68 Meter betragen muss. Die Flutlichtanlage muss z.B. für Fernsehübertragungen eine Mindestleistung von 500-800 Lux aufweisen können.

Für Medienvertreter muss ein Arbeitsraum von 100 m<sup>2</sup> Fläche und eine Kameraplattform von 6 m<sup>2</sup> für zwei Kameras zur Verfügung stehen. Um Pressekonferenzen nach den Spielen abhalten zu können muss ein Medienkonferenzraum vorhanden sein und mit einer PA-Anlage und Tischen ausgestattet sein. Für die Pressekonferenzen ist es weiterhin notwendig, dass die Räumlichkeiten 30 Sitzplätze für die Medienvertreter anbieten können. Darüber hinaus muss ein TV-Studio von 25 m<sup>2</sup> und einer Mindestraumhöhe von 2,30 Meter vorhanden sein.

Eine sogenannte Mixed-Zone, in der Medienvertreter, Offizielle und Sportler in ihre Bereiche verteilt werden und zu Interviews nach den Spielen aufeinander treffen, muss vorhanden sein.

Vor dem Stadion müssen mindestens 50 VIP-Parkplätze und ein Ü-Wagen-Bereich von 200 m<sup>2</sup> zur Verfügung stehen<sup>107</sup>

### **UEFA-Kategorie 1**

Dass ein Stadion in die niedrigste UEFA-Kategorie 1 aufgenommen und geführt werden kann muss es eine Mindestkapazität von 200 Plätzen aufweisen, von denen mindestens 50 als Sitzplätze für VIP's angeboten werden müssen. Zusätzlich muss das Stadion über 20 Mediensitzplätze und 2 TV- und Radiokommentatorenplätze verfügen. Das Spielfeld kann in der Größe variieren. Die Länge des Spielfeldes muss zwischen 100 und 105 Metern aufweisen können, während die Breite 64 bis 68 Meter betragen muss. Es muss ausreichend Flutlicht vorhanden sein.

Für Medienvertreter muss ein Arbeitsraum von 50 m<sup>2</sup> Fläche und eine

---

<sup>107</sup> Vgl. UEFA 2010: S. 10-11

Kameraplattform von 4 m<sup>2</sup> zur Verfügung stehen. Um Pressekonferenzen nach den Spielen abhalten zu können muss ein Medienkonferenzraum vorhanden sein.

Darüber hinaus muss ein Raum im Stadion in ein TV-Studio umgebaut werden können.

Vor dem Stadion müssen mindestens 20 VIP-Parkplätze und ein Ü-Wagen-Bereich von 100 m<sup>2</sup> zur Verfügung stehen.<sup>108</sup>

## Anhang 2: Die Trägerschaften der neuen Arenen

Beleuchtet man die verschiedenen Typen der aktuellen Arenen, so ist es auch wichtig deren Trägerschaften kurz mit den früher gebauten Stadien zu vergleichen, da sich die Art und Weise der Finanzierungsmodelle äußerst komplex entwickelt hat und somit auch zur architektonischen Qualität der Stadien beiträgt.

Dr. Günter Vornholz, Branchen- und Marktanalyst bei der Norddeutschen Landesbank und Sportökonom, beschreibt in einem Aufsatz über die Rentabilität von Stadien im Mai 2005, dass Stadien „rentable Investments sein können[...]. Dies setzt aber eine bestimmte Vorgehensweise bei der finanzwirtschaftlichen Planung voraus. Unter konservativen Annahmen werden zunächst die Einnahmepotenziale bestimmt, um daraus ableiten zu können, wie hoch das Investitionsvolumen sein darf. Nur bei einigen wenigen Stadien können zusätzliche Einnahmen aus Events zur Refinanzierung berücksichtigt werden.“<sup>109</sup>

Die Wettbewerbssituation bei den Stadionneubauten kann grundsätzlich in zwei übergeordnete Märkte aufgeteilt werden:

A) Monofunktionale Arenen: Monofunktionale Stadien sind die Stadien, in denen ausschließlich Fußball gespielt wird und keine Fremd-Events stattfinden. Dies sind zum Beispiel der Signal-Iduna-Park in Dortmund auf Grund von statischen Problemen und auf Grund von politischen Auflagen auch die Allianz Arena in München. Diese Arenen stehen in keinerlei Wettbewerb zueinander, da diese Stadien nur für den Vereinssport zur Verfügung stehen und die Vereine in Deutschland im

---

<sup>108</sup> Vgl. UEFA 2010: S.8-9

<sup>109</sup> Dr.Vornholz, 2005: S.22

Gegensatz zu den U.S.A. eine starke Bindung an ihre Spielstätten haben.<sup>110</sup>

B) Multifunktionale Arenen: Die Multifunktionalen Stadien stehen derweil auch nur bedingt in Konkurrenz zueinander, da wegen den unterschiedlichen Größenordnungen wiederum verschiedene Teilmärkte ermittelt werden können. Darüber hinaus stehen die Multifunktionalen Arenen nicht im Wettbewerb mit den geschlossenen, auch Arenen genannten, Hallen. Da für die Veranstaltung von Stadion-Events wie Konzerte völlig andere Licht- und Soundanlagen benötigt werden, planen die Veranstalter von Tourneen selten gemischte Veranstaltungsreihen in Stadien und Hallen.<sup>111</sup>

Dr. Günter Vornholz, folgert daraus, dass es „keinen Markt mit dem homogenen Gut Arenen gibt“<sup>112</sup>. Er unterscheidet den Wettbewerb vielmehr in „unterschiedliche Teilmärkte“<sup>113</sup>.

Bis zur Entwicklung der neuen Sportarenen wurden die Stadien, obwohl sie durch die hohen Betriebskosten große Defizite einführen, in den meisten Fällen von den Kommunen getragen. Diese sahen es als Verpflichtung der öffentlichen Hand gegenüber dem Bürger an, ausreichend Sportanlagen bereitzustellen.<sup>114</sup>

Die Investitionskosten der älteren Stadien sind allerdings in keinster Weise mit denen der heutigen Arenen vergleichbar.

Die Investitionskosten für die Fußball-WM 1974 von 273 Millionen DM wurden fast vollständig durch öffentliche Gelder finanziert. Diese öffentliche Finanzierung lässt sich bei den gestiegenen Kosten der Stadion-Neubauten dem Steuerzahler heute nur noch schwer erklären. Musste man für die Arena auf Schalke in Gelsenkirchen 358 Millionen DM investieren, so beliefen sich die Umbaukosten für das Berliner Olympiastadion auf 473 Millionen DM. Somit übersteigen bereits die Kosten eines einzelnen Stadions das gesamte Investitionsvolumen der WM 1974.<sup>115</sup> Zusätzlich hat sich die finanzielle Situation der Kommunen im Lauf der Jahre deutlich verschlechtert, so dass eine öffentliche Finanzierung der Stadien in Frage gestellt

---

<sup>110</sup> Vgl. Dr. Vornholz, 2005: S.6-7

<sup>111</sup> Vgl. Dr. Vornholz, 2005: S.6-7

<sup>112</sup> Dr.Vornholz, 2005: S.8

<sup>113</sup> Dr.Vornholz, 2005: S.8

<sup>114</sup> Vgl. Eisenberger, 2003: S.2

<sup>115</sup> Vgl. Pauli, 2002: S.18

werden muss<sup>116</sup>.

Die Kommunen fordern derzeit mehr finanzielles Engagement der Vereine oder privater Investoren, da die Mieten für die Stadien bei steigenden Gewinnen der Bundesligavereine nahezu gleich geblieben sind.

Ende der 90er Jahre bemühte man sich häufiger um private Investoren. Damals geplante Stadionprojekte wurden meist nicht vollendet oder in verkleinertem Umfang realisiert. So wurden für die Weltmeisterschaft 2006 die Stadien ebenfalls meist öffentlich finanziert. Die Arena auf Schalke erhielt dabei z.B. eine Bürgschaft in Höhe von 225 Millionen DM des Landes Nordrhein-Westfalens<sup>117</sup>.

Auf Grund zu hoher Investitionsrisiken wie dem eventuellen sportlichen Abstieg der Vereine, haben private Investoren kein großes Interesse an der Stadionfinanzierung<sup>118</sup>. Da die Vereine eventuelle Gewinne direkt wieder in die Mannschaften stecken würden, um den sportlichen Abstieg zu vermeiden, bietet dieses Finanzierungsmodell keine Vorteile für die privaten Investoren.<sup>119</sup>

Die derzeit praktizierte Finanzierungsform ist derzeit die Public-Private-Partnership.<sup>120</sup> Hierbei kommt es zu „Kooperationen zwischen Politik und Verwaltung sowie den verschiedenen privaten Investoren – hierzu zählen neben ‚normalen Investoren‘ auch die Vereine und Kreditinstitute – [...]. Ziel ist es Kosten als auch das Risiko zu teilen.“<sup>121</sup>

Dabei können die Städte Projekte finanzieren, die sie sonst nicht stemmen könnten. In Zusammenarbeit mit der privaten Wirtschaft profitieren sie von deren Erkenntnissen. Die privaten Investoren dagegen minimieren durch das Engagement der Kommunen ihr wirtschaftliches Risiko.<sup>122</sup>

---

<sup>116</sup> Vgl. Eisenberger, 2003: S.3

<sup>117</sup> Vgl. Eisenberger, 2003: S.3

<sup>118</sup> Vgl. Pauli, 2002: S.156

<sup>119</sup> Vgl. Eisenberger, 2003: S.3-4

<sup>120</sup> Vgl. Eisenberger, 2003: S.4

<sup>121</sup> Eisenberger, 2003: S.4

<sup>122</sup> Vgl. Eisenberger, 2003: S.4

Modellhafte Organisations- und Finanzierungsstruktur  
nach Dr. Günter Vornholz, Mai 2005

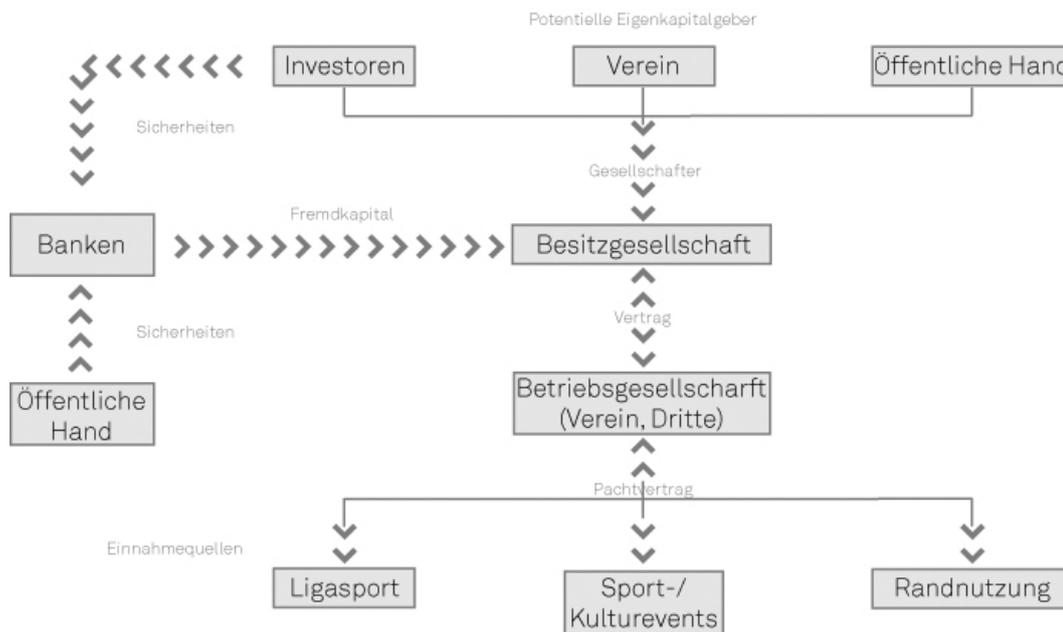


Abb. 29: Finanzierungsstruktur von Dr. Günter Vornholz, eigene Abbildung nach Vornholz

### Anhang 3: Auszug aus einer Internetdiskussion

[www.11freunde.de/forum/1/1308398219/1](http://www.11freunde.de/forum/1/1308398219/1)

Stadionarchitekturen – Was haltet ihr davon?

User	Beitrag
Dralbert	<p>Hallo alle miteinander,</p> <p>als langjähriger Fußballfan und Architekt schreibe ich momentan eine wissenschaftliche Arbeit über die Architektur von Stadien und die Akzeptanz bzw. die Diskussion unter den Fans. Ihr würdet mir dabei sehr helfen und eventuell einen Beitrag zur Stadionarchitektur leisten.</p> <p>Was mich deshalb mal interessieren würde ist:</p> <p>&gt;&gt;Was haltet ihr generell von den neugebauten bzw. renovierten Stadien? (Allianz Arena, Veltins-Arena, Westfalenstadion, Imtech-Arena Hamburg etc.)</p> <p>&gt;&gt;Was würdet ihr bei diesen Stadien als "besondere Architektur" bezeichnen?</p> <p>&gt;&gt;Was gefällt euch besonders an diesen neugebauten Stadien?</p> <p>&gt;&gt;Was gefällt euch überhaupt nicht an diesen neugebauten Stadien?</p>

	<p>&gt;&gt;Was ist euch besonders wichtig wenn ihr in ein Stadion geht?</p> <p>&gt;&gt;Wie wichtig ist euch die Architektur bzw. das äußere Erscheinungsbild der Fußballstadien?</p> <p>Ich brauche jetzt nicht komplett diese Fragen beantwortet... Es wäre nur sehr hilfreich wenn ihr euch ungefähr an diesen Fragen orientieren könntet</p>
Qwertz3000	Ich halte da nix von: alles die gleichen, unpersönlichen, atmofreien Geschäftshäuser. Sehen von außen aus wie Shoppingmalls. Entsetzlich.
Dralbert	<p>@qwertz3000</p> <p>Okay. Das ist ein Statement. Kannst du mal sagen, was für dich persönlich ein Stadion ausmacht? Was genau? Kannst du es irgendwie festmachen?</p>
mehmetwirdankendir	<p>Allianz Arena, Veltins-Arena, , Imtech-Arena Hamburg etc.</p> <p>In drei von ihnen war ich bereits. Ich muss sagen toller Komfort für einen reinen Fußballkunden. Aber alle haben ein Problem. Sie wirken steril und kühl und alle - zumindest von innen - gleich und austauschbar.Bei mir kommt unweigerlich immer wieder der Vergleich Stadien aus dem Kaugummiautomaten auf. Ebenfalls unnötig sind die Zahlkarten. Oftmals müssen mindestens 10 EUR draufgeladen werden als Mindestverzehr. Die Karte wird dann meistens einem freundlichen Heimfan geschenkt. Am besten wird m.E. Fußball noch im Stehen erlebt. Und besagte Stehplätze gibt es eigentlich nicht mehr. Daher Riesenvorteil für Dortmund.</p> <p>Riesenkritik an der Allianz Arena. Drei Ringe spalten die Fans. Es ist kaum möglich in diesem Stadion eine ordentliche Stimmung zu erzeugen. Weder die Löwen noch wir haben das je dauerhaft fertig gebracht. Außer 60 spielt gegen Augsburg oder es kommt zu uns ein echer CL-Kracher. Choreografien werden damit ebenfalls erschwert.</p> <p>Das Projekt der Kickers aus Offenbach finde ich dagegen sehr lobenswert.</p>
Dralbert	<p>Den Bieberer Berg finde ich als Projekt auch sehr gelungen!!! Top!</p> <p>Gibt es denn Möglichkeiten Stadien zu planen, in denen Ihr euch <b>wirklich</b> wohl fühlt und denen Ihr auch architektonische Qualität zusprechen würdet? Welche Merkmale machens denn für euch aus?</p>
mehmetwirdankendir	Mei die alte Leier halt. Ohne Schnörkel, nah am Platz. Ränge steil und durgängig bis nach oben. Der alte Bökelberg mit Vollüberdachung vielleicht.
Jim Panse	Freistehende Tribünen, möglichst steil, nahe am Spielfeld, keine 10 Meter hohen Werbebanden, selbstverständlich keine Laufbahn, keine RockamRing-Stadionbeschallung... mehr brauchts eigentlich nicht.
Jim Panse	Und ja, unser Stadion wird hoffentlich nen richtig schönes Schmuckkästchen, auch wenn man dem Alten natürlich immer noch hinterhertrauert.
Qwertz3000	Da kann ich mich meinen Vorrednern nur anschließen. Und ich persönlich mag die etwas kleineren Stadien (bis 30.000 oder 40.000) lieber, aber damit stehe ich wohl eher alleine da.
Andreas Blenke	Endlich bewirbt hier mal ein Forschender nicht einfach einen schnöden Fragebogen, sondern stößt mit ein paar offenen Fragen wirklich mal eine Diskussion an. Dafür schon einmal herzlichen Dank und ein ebensolches Willkommen, Dr. Albert.

Andreas Blenke	<p>Da will ich dann mal gleich ein wenig ausführlicher mittun.</p> <p>» Mit Arenaarchitektur verbinde ich zuallererst die Geschlossenheit moderner Fußballstadien. Früher gab es halt irgendwann irgendwo mal einen Platz, auf dem gespielt wurde, der war von Hängen umgeben, auf denen die Zuschauer saßen und standen.</p> <p>Dann wurde an einer Seite eine Tribüne gebaut (zunächst ohne Dach, später mit), dann u. U. noch eine an der Gegengerade und in den Kurven. Dieses ursprünglich organische Wachstum spiegelte sich noch lange in Fußballstadien wieder: vier Seiten mit vier Häusern, die Ecken blieben offen (und wurden oft erst später zugebaut, wenn das Zuschauerinteresse es nahelegte).</p> <p>Dann kamen die Arenen und man fand sich in einem geschlossenen Kolosseum wieder, manchmal (wie bei Schalke) geht das so weit, daß man sich schon in einer großen Halle wähnt und nicht mehr in einer Freilichsportstätte).</p> <p>-----</p> <p>» Schwer zu sagen, was einem generell besser gefällt. Bei guter Stimmung und pickepackevoll sind die Arenen zumindest ein Erlebnis. Da aber die akustische Herrschaft häufig von einer Gruppe ausgeübt wird, die sich um den konkreten Verlauf eines Spiels nicht sehr schert, kann dieser Vorteil sich in einen Nachteil verkehren, man fühlt sich dann manchmal genervt und lautstark belästigt.</p> <p>Ein an den Ecken (und nach oben) zumindest optisch offenes Stadion kann diesen Effekt meines Erachtens eher abfedern, weil es nicht die sprichwörtliche (<i>Hexen-</i>) <i>Kesselatmosphäre</i> forciert. Ich bin bspw. mal gespannt, wie sich das im Falle des neuen Mainzer Stadions auswirkt, wo sie ja traditionell ein hervorragendes Publikum haben und man sich auch als Gästefan immer gerne aufhielt.</p> <p>Ich bemühe mich nostalgische Erinnerungen aus den Erwägungen herauszuhalten und verzichte deshalb auf den naheliegenden Vergleich zwischen Bökelberg (schön eng) und Borussiapark (schön neu) — natürlich gefällt es einem auch am Ort großer Erfolge besonders gut.</p> <p>Was auf jeden Fall an gut geplanten modernen Arenen gefällt: Viele leistungsfähige Toiletten und Stände für Freß- und Biernachschub.</p> <p>-----</p> <p>» Häufiger Nachteil neuer Stadien ist ihre Lage außerhalb bewohnter Gebiete. Wenn man nach dem Spiel erst mal beim Shuttle an- oder im Stau stehen muß, bevor man noch auf ein Erfrischungsgetränk für Erwachsene absacken kann, dämpft das ein wenig die Stimmung (z. B. auch in Gladbach); noch schlimmer, wenn das Umland (z. B. von Sinsheim) nicht mal attraktive Einkehrmöglichkeiten bietet.</p> <p>Auch die Restaurants in den oder um die Stadien sind selten geeignet, die Stimmung nach dem Spiel aufrecht zu erhalten (oder nötigenfalls zu heben): meist eine grausame Mischung aus Friseursbistro und Eventbahnhofsalle mit dem ewig gleich schlechten (und ewig überkauften) Sortiment der immer gleichen Caterer. An die Eckneipe im <i>Viertel</i> reicht nichts heran.</p> <p>Auch die geringere Verfügbarkeit von Stehplätzen mißfällt mir — mich hält es bei einem spannenden Spiel nur schwer auf dem Sitz, da stehe ich lieber gleich. Auch die vielen Gitter und Sperrn überall stören mich sehr (wenn ich</p>
----------------	---

Andreas Blenke	<p>auch einsehe, daß sie wohl nötig sind). Trotzdem frage ich mich auch manchmal, ob die Stadionbesucher sich früher auch etwas zivilisierter benahmten, weil sie eben nicht von schützenden Gittern umgeben und von Freund und Feind und Spieler getrennt waren. Es gebärdet sich immer der Hund am wildesten, der weiß, daß die Leine ihn sicher zurückhält. Aber das führt wohl zu weit.</p> <p>Sehr oft genieße ich die weniger glamourösen Stadien der Amateurligen. Alles eine Nummer kleiner, familiärer und menschlicher. Die Würschtel (und ein regionaltypisches Bier) gibt es oft an einem richtigen Stand. Es besteht noch ein (häufig sehr lustiger) Kontakt zwischen Gästen und Heimfans. Man kriegt die Gegend um einen herum mit, in der der Verein oft noch sehr verwurzelt ist.</p> <p>Niemand zwingt mich noch zweimal zusätzlich wegen einer Plastikbezahlkarte anzustehen (was ich ohnehin boykottiere) und mir dabei auch noch einzureden, dies sei für mich ein Vorteil. Die ganze Atmosphäre vom Kassenhäuschen bis zum Ordner ist leutseliger und entspannter. Auch so etwas wird beeinflußt durch die Architektur.</p> <p>-----</p> <p>» Was ist mir wichtig, wenn ich ins Stadion gehe? Zuallererst eine gute Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln. Wenn ich mit dem Auto anreise habe ich auch kein Problem damit, woanders zu parken und dann mit der Tram zum Stadion zu fahren (nicht so gerne mit einem Shuttleservice, der geht schon öfter mal gehörig in die Hose, Beispiele: Kaiserslautern, Sinsheim, Frankfurt, wo es keinen gibt; besser direkt vor's Stadion mit dem ÖPNV wie z. B. in Frankfurt, Mannheim und Mainz). Ein Stehplatz wäre schön, ordentliche Toiletten und Verpflegung, für die man nicht das halbe Spiel verpaßt, weil man ewig ansteht.</p> <p>Dann habe ich gerne eine gute Sicht im Stadion aber auch nach draußen (bin ich im Wald oder stehen da Häuser?). Ich mag es gerne etwas kleiner und intimer — die Stimmung kann da genauso gut sein wie in einer riesigen Arena. Danach suche ich gerne noch ein Lokal auf (grundsätzlich lieber Holz und Tuch als Stahl und Glas), was aber bei Auswärtsfahrten meistens durch die schmalen und nicht bedarfsgerechten Pläne der Bahn zunichte gemacht wird (auch deshalb um so wichtiger die gute Anbindung an öffentliche Verkehrsmittel).</p> <p>-----</p> <p>» Die Architektur eines Stadions ist für mich als Besucher eines Fußballspieles eher zweitrangig in dem Sinne, daß gute Architektur in den Hintergrund tritt, wenn sie funktioniert. Im Zweifel gebe ich also der Zweckgerichtetheit den Vorzug gegenüber der Schönheit eines Stadions. Es sollte ja eigentlich jedes Bauwerk funktional <i>und</i> ansehnlich sein, da man aber das Stadion länger von innen als von außen sieht, sollten die Menschen darinnen nicht nur einen schönen Anblick sondern auch einen schönen Platz bekommen.</p> <p>Wenn man darüber hinaus noch eine beeindruckende Fassade und architektonische Form hinbekommt — um so besser; mir würde es dann gefallen, wenn die Gestaltung einen Bezug zum Verein hat, und es wäre auch schön, wenn eher der Eindruck eines <i>zweiten Wohnzimmers</i> als der eines <i>Fußballtempels</i> hervorgerufen würde.</p> <p>Mal ein Negativbeispiel älterer Bauweise: das Frankenstadion in Nürnberg ist ein architektonisch wichtiges Bauwerk, aber für den Fan geradezu eine unerträgliche Folter. Durch die Laufbahn und die Bauweise rückt man sehr weit</p>
----------------	--

Andreas Blenke	<p>weg vom Spielfeld, zudem ist die Sicht auf vielen Plätzen unzulänglich. Das insgesamt negative Erlebnis wird noch gesteigert durch überfordertes Personal. So sollte man es nicht mehr machen.</p> <p>Ich hoffe, damit ist Dir fürs erste geholfen, und es war nicht zu ausschweifend. Ansonsten gerne nachhaken. Man sieht sich bald schon im Pokal. Vielleicht schaffe ich es ja nach Regensburg das wäre schön — mal wieder ein gutes Kneitinger zu mir nehmen.</p>
Dralbert	<p>@Andreas Blenke: Vielen Dank für deine super Antwort! Genau so etwas brauche ich für meine Arbeit. Ich befasse mich dort genauer gesagt mit der "Stadionarchitektur als Mittel zur Architekturvermittlung". Es ist nämlich in meinen Augen wichtig, dass Architekten und Planer zu den ganzen Forderungen nach "Shopping Malls" nicht vergessen, dass sie es für Fans bauen. Für Fans und ihre Emotionen.</p> <p>Viele Grüße aus Regensburg und vielleicht geht sich ja auf ein Kneitinger aus (Sehr löblich, dass du ein Kneitinger kennst und schätzt ;-)</p>
GTEvo	<p>Solange ich Christoph Daum, Jürgen Klinsmann, Jens Lehmann, Jogi Löw, Oli Bierhoff, MV und seine charmante Gattin, Franzivan Almsiek, Hopp, Zwanziger, Maria Höfl-Riesch und Ehemann Marcus Höfl, die Klitschkos, den Mann vom Checkpoint Charly und seine Frau, Volker Roth und seine Spiessgesellen (Amerell, Krug..) nicht sehen, riechen, hören kann, ist mir scheissegal ob eine Arena überdacht, nur Stehplätze, ne Tartanbahn noch aussen drum herum hat und Kühe über die Wiese traben...Hauptsache es ist eine STADION und die Bratwurst kommt nicht aus Nürnberg, Rheda und nennt sich Bruzzler.</p> <p>Arenen werden überbewertet! Holger</p>
Marc Ramone	<p>Da versuche ich auch gerne mal meine Eindrücke zu erläutern. Dazu muss ich das Feld etwas von hinten aufräumen.</p> <p>[...]</p> <p>Was vermitteln uns solche Bilder? Da gab es mal ein Leben, dort fand etwas Wichtiges für viele Menschen statt. Es atmet und riecht nach Historie.</p> <p>So etwas kann ein Neubau nicht bieten. Er kann trotzdem eines der wesentlichsten Elemente im Fußball fördern: Ambiente.</p> <p>Ein Stadionneubau sollte den Fußball im Zentrum feierlich zur Geltung kommen lassen.</p> <p>Das wird schwer bei den finanziellen Machtkämpfen, aber genau da fordere ich Geschick von Architekten und Marketing bzw. Werbestrategen. Eine Monsteraufgabe.</p> <p>Ein Stadion sollte dem Fußball ein würdiges Ambiente geben, den Fußball im Mittelpunkt präsentieren. Bei modernen Stadien oder speziell Arenen hängt viel vom (ablenkenden) Drumherum ab (Beschallungsanlage) und Wettereinfluss (ein Dach schließt ihn aus) oder die "Innenverkleidung" durch Werbung.</p> <p>Ein Blick Richtung Tor wirkt oft wie eine Flickenschusterei (2 schräge Banner neben dem Tor (kamerawinkelgerecht), eine flexible mobile Werbewand parallel zur Torauslinie und eine Werbewand direkt dahinter am Zaun. Da kann auch kein Stadionarchitekt wirksam integrierte und sichtbare Werbeflächen schaffen, wenn die "Innenarchitekten" und Werbestrategen den</p>

MarcRamone	<p>Fußball ästhetisch regelrecht demontieren und zukleistern. Aber die Kernaussage ist: Die Ästhetik soll für den Fußball sprechen und das Stadion nicht zu einem Design ala Baumarktwerbung verkommen lässt.</p> <p>Ein Stadion sollte vermitteln und transportieren können, dass hier und jetzt etwas ganz besonderes stattfindet und kein effizientes Durchscheuchen der Gäste zur Zahlungsabwicklung. Ein Stadion sollte das Gefühl von zuhause oder nennen wir es "Heimat" geben. Der große Dauerkartenanteil ist hier ein großes Indiz dafür.</p> <p>Es sollte Bodenhaftung bieten und nicht zu luftig wirken. Das wird jedoch mit dem Leichtbau und der transparenten Bauweise meistens erzielt. Das wirkt oft nur wie so ein dünnes Gerüst, etwas "wüst", "schick", "verschnörkelt" oder "schnörkellos" angebracht, aber es wirkt meist steril. Mal so, mal so. Ich verstehe dort die Bauherren, es ist natürlich eine Kostenfrage und leichtes Material bietet heute eine sehr hohe Stabilität. Ein Architekt mag sagen, das würde diese Epoche exakt wider spiegeln. Mir als Stadionbesucher nimmt es aber den Effekt des heimisch fühlens.</p> <p>Ein paar Erinnerungen wie Stadien auf mich angenehm wirkten:</p> <p>Ich mochte es immer schon auf ein Stadion zu zugehen, wo in der Ferne bereits das Stadion als Wahrzeichen zu erkennen war. Ganz maßgebend waren dort die Flutlichtmasten.</p> <p>Gut gelungen war es immer, wenn es von Anfang an eine Fußballatmosphäre versprühte. Auf dem Weg zum Parkstadion Gelsenkirchen oder ins alte Wedaustadion von Duisburg hatte ich dieses Gefühl. Das waren Bauwerke die von der Ferne ganz typisch nach Fußball aussahen, die irgendwie dingfest wirkten, heimisch und auch beim Reingehen eine pure Fußballatmosphäre boten. Hier ganz besonders beim alten Parkstadion, wenn man die Gegengerade entlang ging. Man konnte oberhalb der Ränge entlanggehen und von dort ging es runter in die Ränge und Blöcke. Nur die Haupttribüne war anders. Man sah also von oben ins weite Runde und spürte schon den Spirit. Bis dahin war es klasse. Die Umlaufbahn war nicht gut. Die neue Arena auf Schalke wirkt komplett anders: Man geht hin und sieht eine Halle (für?), geht man rein fühlt man sich wie im Flughafen auf dem Weg zum Gate mit Shoppingmalls und erst mit Gang durchs Tor zum Block bemerkt man "ein Fußballspiel"! Dann wirkt der ganze Firlefanz wie Videowürfel, die Dachstreben werfen Schatten bei Sonnenschein und die rollbare Betonplatte (für das Spielfeld) steht nicht dafür, dass genau hier an dieser Stelle mal ein historisches Tor fiel, sondern es wird anschließend verschoben und weg ist der Mythos. Sehr gut gelungen ist allerdings: Die Sicht ist von überall wunderbar.</p> <p>Die Idee der Mehrzweckhalle ist finanziell völlig nachvollziehbar. Wer mich jedoch als Fußball Fan fragt, dem kann ich nur so antworten. Das Dach bietet Komfort und Gewährleistung, nimmt jedoch Atmosphäre. Jedes Spiel ist gleich, da die Grundatmosphäre konstant ist. Im Parkstadion erinnert man sich an windige Momente, starken Regen, blendende Sonne oder Schmutzspiele. Wird diese Wetterkomponente genommen, wird der Atmosphäre etwas genommen. Wetter wirkt auch auf die Zuschauer.</p> <p>Auf Schalke: Es ist eine Mehrzweckhalle. Der Verein der sich so sehr auf Tradition beruht hat sie sich damit selbst genommen. Es ist nicht das Zuhause vom S04, er ist nur einer von mehreren Gästen im Stadion. Für mich muss ein Stadion zum Verein gehören, zumindest gefühlt. Es muss den Verein repräsentieren. Ich erinnere mich noch wie ich auf dem Stadtplan von San Francisco las "Home of 49ers". DAS fand ich klasse! So soll es sich anfühlen.</p>
------------	---

<p>MarcRamone</p>	<p>Was macht ein Fußballspiel aus? Zu einem großen Teil die Atmosphäre, also das Drumherum! Also kommt es tatsächlich zu einem großen Teil auf die Verpackung an. Diese zu gestalten ist schwer.</p> <p>Oben wird mit München ein Beispiel gebracht, wie mehrere Ränge die Atmosphäre beeinflussen. Es gibt jedoch Stadien mit noch mehr Rängen und dennoch guter Atmosphäre. Das kommt es auf die Mentalität an. Die muss berücksichtigt werden.</p> <p>Ich mag ein Stadion, wenn es...</p> <p>... eine eigenwillige Note hat, Charisma bietet:  <a href="#">Keine Ahnung wo</a>  oder das Olympia Stadion in Berlin. Trotz Umlaufbahn bietet es einen tollen Anblick.</p> <p>... Atmosphäre bietet. Die ist ortsabhängig:  <a href="#">Hier das Beispiel mit 4 Rängen</a>  Aber der alte Tivoli in Aachen war auch klasse, ahm, mit weniger Rängen. Den Bedürfnissen entsprechend.</p> <p>... den Verein repräsentiert. Stichwort Farben:  <a href="#">Villa Park</a></p> <p>... gute Sicht bietet, kompakt ist und offen wirkt:  <a href="#">Köln</a>  Eigentlich nach dem Westfalenstadion mit das beste Stadion meiner Meinung nach, aber auch dort wird mit der Werbung für Flickenschusterei gesorgt und entzieht dem Fußball die feierliche Atmosphäre.</p> <p>Werbung muss sein, aber die Stadionbetreiber sollten darauf achten, dass sie homogen ist. Auf dem Bild vom Kölner Stadion sieht man wie sehr die Sponsoren alle 4 Meter wechseln. Das ist nix!</p> <p>Und ... Flutlicht!</p> <p>Das schwierigste Kapitel: Stehplätze, Stimmung und Sicherheit.</p> <p>Das wird schwer für Architekten. Man kann keinem Architekten vorwerfen, wenn er sich da an harten und festen Sicherheitsvorschriften halten muss die ihm aufgebrummt wurden, weil es gewaltbereite Zuschauer gibt. Ohne diese könnten sie nämlich viel persönlichere Stadien bauen. Keine Frage. Eine ganz schwierige Aufgabe!</p> <p>Wichtig:</p> <p>Nah am Spielfeld  Gute Sicht  Stehplätze sollten zahlreich vorhanden sein.  Gute Verkehrsanbindung und alteingesessene Gastronomie. Ursprüngliches Umfeld.  Ein Stadion sollte eine Begegnungsstätte und keine Abfertigungsstätte sein.  Zum nervigen Kleinkram mit den Kartenzahlssystem schließe ich mich gerne an:  Mag ich nicht! Ich lade die nie auf.</p>
<p>Einrudithömmes</p>	<p>Hallo Dralbert,</p> <p>ich glaube, ganz so einfach ist es nicht. Auch wenn die Allianz-Arena für viele ein solch abschreckendes Beispiel ist wird die "Mehrheit" der "Fans" doch lieber gerne überdacht sitzen als sich bei Regen und Sturm in ein offener Rund</p>

Einrudithömmes	<p>unzähliger Regionalligisten zu stellen. Und wenn dann tausendmal über die tolle Atmosphäre fabuliert wird, zu wenig Gästeklos sind schon irgendwie... unschön.</p> <p>In der Tendenz hängt die "Mehrheit" der "Fans" aber doch an Stimmung, Freude, Hoppsassa und hier bedingen sich Architektur und Verhalten der Zuschauer auch ein wenig. Ich meine es war in Köln, wo im neuen Stadion die Ecken erst nachträglich dicht gemacht wurden, weil die "Atmosphäre" (hier: Gesang und Geräusch) einfach aus technisch Gründen verpufften und siehe da: herrliche Folklore an wohl beinahe jedem Heimspieltag.</p> <p>Wenn du also technisch vorgehen willst, dann nimm die Wünsche "reines Fußballstadion ohne Laufbahn", "möglichst geschlossen", "steile Ränge". Aber den Rest wirst du schwer messen können geschweige denn in eine Bauanweisung umsetzen. Manchmal hat man auch einfach Glück und auch so ein hässliches Entlein wie der Gladbacher Borussia Park entfaltet durch das Engagement seiner temporären Bewohner so etwas wie Atmosphäre.</p> <p>Da der "Fan" jedoch zur Melancholie neigt, wird er in der Regel erst einmal alles neue abwettern werden und sich erst nach und nach in die schnöde neue Welt einfühlen.</p> <p>PS: Schützenswert sind natürlich ALLE halb verwitterten Plätze im Bundesgebiet, welche echten "Traditionsvereinen" zuzurechnen sind... :-)</p>
Dralbert	<p>@einrudithömmes</p> <p>Vielen Dank. Dein Beitrag ist genau das was ich eigentlich genauso erwartet habe. Ich möchte auch keine konkrete "Bauanleitung" schreiben. Ich möchte versuchen zu verstehen, ob Stadionarchitektur bei den Fans als "Architektur" ankommt bzw. ob und in welcher Form es möglich ist mit Fußballfans über dieses Thema zu diskutieren. Und wie es sich hier zeigt, ist die Diskussion darüber mehr als nur ansatzweise möglich. Ich empfinde das Niveau (Architekturbezogen) mit dem hier diskutiert wird nämlich schon sehr hoch.</p>
Orangeat und Sukkade	<p>Kann Andreas und Marc da überall mehr oder weniger zustimmen. Nachhaken möchte ich nochmal bei dem Punkt des "organisch gewachsenen Stadions". Das Gegenteil davon geht mir nicht nur gegen den Strich, sondern könnte, meiner Meinung nach, auch Auslöser sein, weshalb die neuen Arenen so kontrovers diskutiert werden.</p> <p>Hier muss man auch darauf hinweisen, dass die monetäre Entwicklung im Fußball sich gerade in diesen Stadionneubauten widerspiegelt. Ehemals wurden Stadien nach Vorgabe der Fans errichtet und von dieser Gruppe - Zuschauereinnahmen - wurde auch maßgeblich das Geld in die Kassen gespült. Heute ist es umgedreht: Die Vorgabe liefert der Verein und das Vermarktungsumfeld, in dem er auftritt. (Zweitliga-Stadien werden bereits europapokaltauglich errichtet, für den Fall dass...).</p> <p>Auch die pauschalen Sicherheitsvorgaben - die beim Europa-League-Teilnehmer in etwa die gleichen wie beim Zweitliga-Abstiegskandidaten sind - verringern das Alleinstellungsmerkmal.</p> <p>Stehplätze. Ein weiterer Punkt. Ein Fußballfeld ist zunächst mal ein Fußballfeld, bei dem man als Zuschauer an der Seitenlinie steht. All-Seater-Neubauten beschwören den Event-Charakter herauf. Wetterunabhängig und bequem. Ob das ein Land auf Dauer vertragen kann, das sich auf Fritz-Walter-Wetter beruft?</p> <p>Ich find's wichtig, dass beim Fußball mit der Freiluftkomponente, die den Sport nun mal ausmacht, kokettiert wird. Schalkes Hallenfußball ist das Gegenteil</p>

<p>Orangeat und Sukkade</p>	<p>davon und in diesem Sinne sicherlich ein Rückschritt. Es beraubt dem Fußball um eine wichtige Charaktereigenschaft. Komfort beim Fußball bedeutet für mich nicht unbedingt in einer vollverglasten Loge mit Hummer gefüttert zu werden, sondern - genauso wie die Akteure auf dem Rasen - den Bedingungen der Natur wenigstens halbwegs ausgeliefert zu sein. Entsprechend fühl ich mich auf einem Graswall beinahe wohler als auf der Haupttribüne der Imtech-Arena.</p> <p>Nun forder ich keine naturbelassenen Spielstätten. Aber Zuschauerränge sollten nichts weiter als zweckmäßige Zuschauerränge sein und kein Kino-Feeling aufkommen lassen. Das ist im Grunde genommen das Gegenteil davon, was uns dieser Sport vorlebt.</p> <p>Zum neuen Stadion-Zeitalter - es wäre einfach schön, wenn sich die Arenen der natürlichen Beschaffenheit des Spiels wieder angleichen. Keine Event-Tempel, sondern Fußballplätze ohne bewirtschaftenden Charakter, gebaut zum Zuschauen ohne Hindernisse und Vorgaben. Keine ramschigen Betonfertigteile für eine Arena aus einem Guss und keine Entfremdung durch Bequemlichkeitsvorgaben. Zumindest <i>ich</i> brauch das nicht. Natürlich - ein Stadion ohne Laufbahn ist geiler, Überdachung ist genauso ok. Mir reichen drei Stehplatztribünen und eine Haupttribüne völlig. Auch möchte ich beim Profifuball nicht gezwungen werden, 30€+ für einen unbequemen Schalensitz auszugeben. Aber das ist mittlerweile eine Vorgabe. Die raren Stehplätze sind durch Dauerkarten blockiert.</p> <p>Nichts desto weniger, erlebt die Bundesliga ja einen Zuschauerzuspruch von über 40.000 je Spieltag. Irgendwo liegt da ja der Hase im Pfeffer. Vielerorts lobt man Deutschland ja auch für die "modernste Stadionlandschaft Europas". Und ich glaube, genau das ist der springende Punkt. Wir haben mittlerweile eine sehr große Mittelschicht in Deutschland, die sich insbesondere durch Konsum auszeichnet. Und ein Sitzplatz zu errichten, fordert nun mal den höheren Aufwand, gegenüber Stehtraversen. Gut ist, was teuer ist. Und so viele Kunden, die die Bundesliga in den vergangenen 15 Jahren neu angezogen hat, denken in diesem Muster. Kleider machen Leute. Und ich glaube, hier ist eine echte Bewegung entstanden. Die Reichweite des Fußballs heutzutage, der problemlose und bequeme Stadionbesuch (wenn man ein bisschen Geld hat). Ich glaube, den meisten Bundesliga-Fans, geht es um diese Bewegung an sich - nicht um das alte Spiel Fußball und dessen Authentizität.</p> <p>(Ich schweif schon wieder ab).</p> <p>Schöne Architektur kann ein Stadion natürlich aufwerten. Aber jedes Geisterspiel in jedem noch so schönen Stadion, verkommt zu einem Spiel ohne Interesse für den Außenstehenden. Behaupte ich mal. Daher wird es immer auf die Gepflogenheiten der Fans ankommen. Ein Stadion wie die Lohmühle in Lübeck wird mit 6000 Zuschauern - sagen wird: 3000 hinter den Toren (ebenerdig aufschüssig) und 3000 auf der Haupttribüne, die damit pickepackevoll aussieht - immer mehr hermachen, als die AWD-Arena mit vergleichbarem Zuschaueraufkommen. Obwohl ich die runde Panorama-Ansicht des Hannoveraner Stadions gelungen finde.</p> <p>Ich hab' nicht mal was gegen die großen "Volksstadion" (mit Laufbahn), wie sie früher in jeder dt. Großstadt anzutreffen waren und wie es heute noch in Berlin existiert oder ansatzweise in Hannover (oval). Diese Stadien waren für jedermann. Und das Spiel selbst gab die Vorgabe für die Atmosphäre. Heute wird der Perfektionismus vom Verein vorgegeben, dem sich die Fans zu stellen haben.</p> <p>Ich persönlich steh auch eher so auf die 20.000er-Stadien. Weil das meiner</p>
---------------------------------	--

<p>Orangeat und Sukkade</p>	<p>Meinung nach dem durchschnittlichen Stadion einer durchschnittlichen Stadt nahe kommt und sich hier die Stimmung nicht so verliert. Ich war noch nie aufm Betzenberg, kann mir aber sehr gut vorstellen, dass mir das Stadion dort gefällt. Durch viele Bauabschnitte und den unveränderten Standort, wirkt es auf mich größer und "mächtiger" als z.B. die imtech-Arena, die wieder eine Vorgabe liefert.</p> <p>Schützenswerte Stadien in Deutschland wird es wohl nicht mehr so viele geben. Zudem kommt hinzu, dass ich als Norddeutscher im Süden nur wenige Stadien bisher besucht habe. Mein Heimatstadion, die Lohmühle, bietet eigentlich alles. Unüberdachte Stehplätze, teilweise ohne festen Untergrund. Eine 15 Jahre alte Haupttribüne, die neuen Anforderungen gerecht wird. Eine alte Holztribüne, die leider etwas verschandelt wurde, durch die Schalensitz-Vorgabe. Außerdem gefällt mir die Ursprünglichkeit des Dreisamstadions. (Na klar, der SC Freiburg erzielt damit geringere Einnahmen, weil man keine erhöhten Vorgaben an die Fans machen kann. Aber sind die Sportclub-Fans tatsächlich unzufrieden mit der Spielstätte?).</p> <p>Ich mag das Stadion von Eintracht Braunschweig. Weil die Fans es mit Leben füllen und nicht der Verein mittels Vorgabe ("...wollen englische Atmosphäre schaffen!"). Bei Union Berlin in der Alten Försterei, war ich noch nicht. Aber hier zeigt es sich, wie viel Charme ein Projekt haben kann, das auf die Hilfe der Fans angewiesen ist und mit begrenzten finanziellen Mitteln auskommen muss. Während sich der westdeutsche Mittelschichtsbürger halt für den Wert einer halben Eigentumswohnung einen protzigen Wagen aus dt. Landen kauft, repariert der Ossi mit 'ner Haarspange 'nem Plastikclip von einer Toastbrotpackung seinen Trabi. Klar, hat das mehr Charme.</p>
<p>MarcRamone</p>	<p>Man merkt es dieser Diskussion schon an: Ein Stadion ist für uns (Fußballfans) etwas ganz besonderes.</p> <p>Die Architektur beeinflusst auf jeden Fall das Verhalten und für uns Fußballfans ist das Verhalten maßgebend, denn daraus resultiert die Atmosphäre.</p> <p>Eine sehr saubere und sterile Umgebung färbt ab. Nach diesem Verhaltensmuster hat z.B. ein Bürgermeister von New York die Stadt sauberer gemacht und zu großen Teilen vom Vandalismus befreit. Das Rezept? Er ließ die schäbigen Gegenden aufpolieren. Folglich sahen sich die Leute in einer schöneren Umgebung und es war schlicht und einfach keine Ambiente mehr für Graffiti, Vandalismus und sorglose Müllentsorgung. In diesen ehemaligen Problemvierteln blieb es sauber!</p> <p>Zum Fußball aber gehört ene aufbrausende Stimmung dazu und die wird im Keim erstickt, wenn die Umgebung zu sauber und steril ist. Leider beißt sich hier das Wunschdenken mit den gewaltbereiten Zuschauern.</p> <p>Ein Grundsatz ist auch: Ein Fußballfan geht wegen dem Verein ins Stadion und zwar in egal welchem Stadion der Verein spielt. Er geht nicht ins Stadion wegen dem Bauwerk, um dann das Spiel nicht sehen zu wollen. Köder ist immer das Spiel, nie das Stadion.</p> <p>Stadien die andere ködern haben meistens ein großes historisches Vermächtnis. Einen Ruf, einen Mythos und schick sind sie meistens nicht. Der Bökelberg dürfte hier besonders als ehemaliges Beispiel herhalten.</p> <p><i>Ein Stadion ohne Atmosphäre, kann also noch so sehr eine Architekturikone sein... Wenn die Atmo nicht stimmt ist es einfach nur ein "schnöder Kasten"?</i></p>

MarcRamone	<p>Ja!</p> <p>Wie gesagt, man geht zum Spiel und nicht in eine Bauwerksbesichtigung. Das Stadion sollte als Gebäude aufgabenorientiert sein wie z.B. ein Museum. Ein gutes Museum sieht architektonisch gerne grandios aus, lenkt aber nicht von der ausgestellten Kunst im Innern ab! Im Gegenteil, genug Licht, genügend freie Flächen, damit bestimmte Ausstellungsstücke alleine zur Geltung kommen. Die Bauwerksfarben und Winkel beeinflussen die Werke nicht.</p> <p>Ein Stadion sollten den Fußball im Fokus haben. Durch die hohe Anzahl der immer wiederkehrenden Zuschauer, wird der Ort zur Pilgerstätte. Sowa hat (wunschgemäß) gerne "Wohnzimmercharakter". Es sollte pur sein.</p> <p>Ein aufwändiger oder schicker Stadionbau wäre aber nicht pur.</p> <p>Aber man darf nicht vergessen, es wurde oben schon erwähnt, die Zielgruppe ist heute eine andere als z.B. in den 80ern . Die Gesellschaft auch, mehr konsumorientiert. Die Stadien erfüllen entsprechend den Zweck. Da geht was verloren: Spirit.</p>
[...]	[...]

Die oben abgedruckte Diskussion kann vollständig unter angegebenen Link nachgelesen werden.

## 12 Literaturverzeichnis

**11Freunde-Forum**– „Stadionarchitekturen – Was haltet ihr davon?“ (Stand: 05.08.2011)

URL: [www.11freunde.de/forum/1/1308398219](http://www.11freunde.de/forum/1/1308398219) (Letzter Aufruf am 05.08.2011)

**AEGworldwide.com**: Anshutz Entertainment Group

Firmenwebsite Stand: 01.07.2011

URL: [www.aegworldwide.com/](http://www.aegworldwide.com/) (letzter Aufruf 01.07.2011)

**Ankenbrand, Bernd H.** (2007), Die Verbriefung und Bewertung von Namensrechten mittels Informationsderivatebörsen, Josef Eul Verlag, Lohmar-Köln, 2007

**Arndt, Marc-Alexander et al.** (2005): „Im Schatten der Top-Partner: Co-Sponsoring in der Fußball-Bundesliga“, In: „Marketing für Fußballunternehmen: Sportmanagement und professionelle Vermarktung“, Erich Schmidt Verlag, Berlin 2005

**Audisportpark.de**(2011): „Audi Sportpark – das neue Zuhause des FC Ingolstadt 04“,

In: [www.audisportpark.de](http://www.audisportpark.de) (Stand: 02.08.2011)

URL: <http://www.audisportpark.de/index.php?id=9> (Letzter Aufruf am 02.08.2011)

**Blomberg, Katja** (2001): „Stadion mit Schiebedach und rollendem Rasen“, In: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 12.08.2001

**Bond, Paul** (2005): „Leiweke: Arenas give brands the biggest bang for their buck“ in Amusement Business am 14.02.2005, Stand: 01.07.2011

URL: <http://www.allbusiness.com/services/amusement-recreation-services/4591309-1.html> (letzter Aufruf 01.07.2011)

**Boullée, Etienne-Louis** (1987): Architektur. Abhandlung über die Kunst. Artemis, Zürich 1987

**Bourmer, Achim** (2010): Ruhrgebiet, Verlag Karl Baedeker GmbH, Ostfildern, 2010

**Bruckmann, Klaus /Recktenwald, Heinz-Dieter** (2003), Schulbuch Sport, Meyer & Meyer Verlag, Aachen 2010

**Canetti, Elias** (1980): Masse und Macht, Fischer Taschenbuchverlag, Frankfurt/Main

**Das Fanmagazin – die kritische Seite rund um die Roten** (Hannover96)

„Stadionarchitektur – Wie seht ihr das?“ (Stand: 05.08.2011)

URL:[www.das-fanmagazin.de/forum/hannover\\_96/niedersachsenstadion/46151-stadionarchitektur\\_wie\\_seht\\_ihr\\_das/](http://www.das-fanmagazin.de/forum/hannover_96/niedersachsenstadion/46151-stadionarchitektur_wie_seht_ihr_das/) (Letzter Aufruf am 05.08.2011)

**Deg, Robert** (2005): Basiswissen Public Relations: Professionelle Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden, 2009

**Dippel, Andrea / Hamel, Christine** (2010): München, Dumont Verlag, Köln, 2010

**Duden.de**: Duden online, Stand: 30.06.2011

URL: [www.duden.de](http://www.duden.de) (letzter Abruf am 30.06.2011)

**Diez, Georg** (2006): „Überdachte Geschichte“ In: Die Zeit vom 01.06.2006, Nr.23

**Eggers, Erik** (2005): „Der wuchtige Mythos“ in „Faszination Stadion 2006 – Die WM-Stadien“, S.42 ff., Stadionwelt, Brühl 2005

**Eisenberger, Philipp** (2003): Die Finanzierung von Sportarenen, GRIN Verlag, Norderstedt 2003

**Faulstich, Werner** (1998): Grundwissen Medien, Wilhelm Fink Verlag, Paderborn 2004

**Fan-Forum des SSV Jahn Regensburg – „Stadionarchitektur – Was haltet ihr davon?“** (Stand: 05.08.2011)

URL: [www.jahnforum.de/viewtopic.php?t=8127](http://www.jahnforum.de/viewtopic.php?t=8127) (Letzter Aufruf 05.08.2011)

**FC Augsburg** (2011): „Die Arena“, In: [www.FC-Augsburg.de](http://www.FC-Augsburg.de) (Stand: 01.08.2011)

URL:

[http://www.fcaugsburg.de/cms/website.php?id=/index/stadion/SGL\\_arena/arena.htm](http://www.fcaugsburg.de/cms/website.php?id=/index/stadion/SGL_arena/arena.htm) (Letzter Aufruf am 03.08.2011)

**FC Augsburg Fan-Forum – „Das Lechfeldstadion ist eröffnet!“** (Stand: 05.08.2011)

URL:[www.fcaforum.de/wbb3/index.php?page=Thread&threadID=15256&pageNo=1](http://www.fcaforum.de/wbb3/index.php?page=Thread&threadID=15256&pageNo=1) (Letzter Aufruf 05.08.2011)

**Filser, Hubert** (2002): „Der Fall ist rund – Ein Objekt der Begierde: Jacques Herzog und Pierre de Meuron über das Münchner Fußballstadion“, in: Süddeutsche Zeitung vom 21.02.2002

**Fischer, Joachim** (2009): Die Architektur der Gesellschaft: Theorien für die Architektursoziologie, transcript Verlag, Bielefeld 2009

**Friedmann, Fabian**(2009): Polizei und Fans – ein gestörtes Verhältnis? Eine empirische Untersuchung von gewalttätigem Zuschauerverhalten im deutschen Profifußball, Diplomica Verlag GmbH, Hamburg 2009

**Fürtjes, Oliver**(2009): Fußballfans im sozialen Wandel. Der Fußball und seine Entproletarisierung – Eine empirische Analyse, Diplomica Verlag GmbH, Hamburg 2009

**Gabriel, Michael**(2004): „Ultra-Bewegungen in Deutschland: Von Doppelhaltern und Choreografien, die Antwort der Kurve auf den Fußball als Event, In: „Ballbesitz ist Diebstahl: Fans zwischen Kultur und Kommerz“, Verlag Die Werkstatt, 2004

**Günther, Fabian** (2006): Internetforen, Kommunikation zwischen Mündlichkeit und Schriftlichkeit (Stand: 18.07.2011)

URL: <http://transfer.tr.fh-hannover.de/person/villiger/lehre/Internetforen.pdf>

(Letzter Aufruf am 24.07.2011)

**Groundhopping-Forum** – “Stadionarchitekturen – Was haltet ihr davon?” (Stand: 05.08.2011)

URL: [groundhopping.kostenloses-forum.be/groundhopping-forum-20.html](http://groundhopping.kostenloses-forum.be/groundhopping-forum-20.html) (Letzter Aufruf 05.08.2011)

**Hebenstreit, Stefan**(2011): „ReclaimtheGame“ In: „Handbuch Alternativ Medien“ (Hrsg. Bernd Huttner), AG SPAK Bücher, Neu-Ulm, 2011

**Hpp.com**: HPP Architekten, Arena aufSchalke, Multifunktionales Stadion in Gelsenkirchen

Firmenwebsite Stand: 25.07.2011

URL: [www.hpp.com/de/projekte/bautypologien/stadien-arenen/schalke-arena.html](http://www.hpp.com/de/projekte/bautypologien/stadien-arenen/schalke-arena.html)

(Letzter Aufruf 25.07.2011)

**Koslowski, Carsten** (2009): „Dritte Liga war schön...“, Books on Demand GmbH, Norderstedt 2009

**König, Thomas**(2002): Fankultur: Eine soziologische Studie am Beispiel des Fußballfans, LIT Verlag, Münster, 2002

**Langer, Daniel** (2010) : Faszination Ultras – Aspekte und Erklärungsansätze zur Fußballfan- und Jugendkultur, ScientiaBonnensis, Bonn 2010

**Marg, Volkwin** (2006): Stadien und Arenen von Gerkan, Marg und Partner, HatjeCatz, Ostfildern-Ruit 2006

**Meffert, Heribert / Bruhn, Manfred** (1995): Dienstleistungsmarketing, Grundlagen – Konzepte – Methoden, Gabler Verlag, Wiesbaden 2006

**Ney, Matthias** (2005): „Bauboom im Vorfeld der WM“ in „Faszination Stadion 2006 – Die WM-Stadien“, S.226 ff., Stadionwelt, Brühl 2005

**Pauli, Markus** (2002): Kooperationsformen der Stadionfinanzierung im deutschen Profifussball: eine institutionenökonomisch fundierte, modelltheoretische Untersuchung, Mohr Siebeck, Tübingen, 2002

**Psy-99.de**: „Auflösung der Psychopathen Wehen 1999“, In: [www.psy-99.de](http://www.psy-99.de) Stand: 28.06.2011

URL: [www.psy-99.de](http://www.psy-99.de) (letzter Abruf am 28.06.2011)

**Raschke, Rudi** (2006): Stadion, Collection Rolf Heyne, München, 2006

**Roose, Jochen et al.**(2010): Fans: Soziologische Perspektiven, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden, 2010

**Rosemann, Bernhard / Bielski, Sven**(2001): Einführung in die pädagogische Psychologie, Beltz Verlag, Weinheim (2001)

**RP Online** (2003): „Gelungenes ‚Sportschau‘-Comeback“, In: RP-Online.de (Stand: 16.07.2011)

URL: [http://www.rp-online.de/gesellschaft/medien/Gelungenes-Sportschau-Comeback\\_aid\\_15674.html](http://www.rp-online.de/gesellschaft/medien/Gelungenes-Sportschau-Comeback_aid_15674.html) (Letzter Aufruf: 27.07.2011)

**Schabelon, Thorsten** (2007): „Wo das Herz des BVB schlägt“, In: Spiegel-Online (Stand 28.07.2011)

URL: <http://www.spiegel.de/sport/fussball/0,1518,496564,00.html> (Letzter Aufruf am 28.07.2011)

**Schröder, Anja** (2011): „Die Gelbe Wand ist Kunst – nicht nur im Dortmunder Stadion“, In: Westdeutsche Allgemeine Zeitung vom 27.04.2011

**Schuler, Tobias** (2006): Sportsponsoring durch Namensrechte an Stadien, GRIN Verlag, Norderstedt 2006

**Schulze, Ludger** (2005): „Hochmodern und archaisch“; In: Süddeutsche Zeitung vom 02.06.2005, S.31

**Seinsch, Walter** (2008): „Fassade impulsarena“, In: FC Augsburg.de (Stand: 30.07.2011)

URL:

<http://www.fcaugsburg.de/cms/website.php?id=/index/aktuell/blog/data10084.htm>

(Letzter Aufruf am 01.08.2011)

**Sogenannte Fans – Fanzines:** Website deutscher Fanzines Stand: 03.07.2011

URL: [www.sogenannte-fans.de/fanzines](http://www.sogenannte-fans.de/fanzines) (letzter Abruf am 04.07.2011)

**Stadionwelt.de**(2011): Neu- und Umbau Deutschland; In: www.stadionwelt.de .

Stand: 11.06.2011

URL:[http://www.stadionwelt.de/sw\\_stadien/index.php?folder=sites&site=neubau\\_d](http://www.stadionwelt.de/sw_stadien/index.php?folder=sites&site=neubau_d)

(letzter Abruf am 11.06.2011)

**Stadionwelt.de-Forum**(2011): „Welches ist das beste Stadion Deutschlands?“ – Stand:28.07.2011)

URL:<http://www.stadionwelt.de/sw-stadien/forum/viewtopic.php?f=53&t=210>

(Letzter Aufruf: 01.08.2011)

**Stadionwelt.de-Forum**– „Stadionarchitekturen – Was haltet ihr davon?“ (Stand: 05.08.2011)

URL:[www.stadionwelt.de/sw\\_stadien/forum/viewtopic.php?f=134&t=60&p=374#p374](http://www.stadionwelt.de/sw_stadien/forum/viewtopic.php?f=134&t=60&p=374#p374) (Letzter Aufruf am 05.08.2011)

**Stadtfragen.ch:** „Stadion für Superbauern; von Nestern und Autoreifen“, Büro für Stadtfragen, Stand: 30.06.2011

URL: [www.stadtfragen.ch/2009/04/ein-ikon-ist-keine-ikone/](http://www.stadtfragen.ch/2009/04/ein-ikon-ist-keine-ikone/)

**Sb.iaks.info**(2011): „Leserschaft und Zielgruppen“, Internationale Fachzeitschrift für Sportarchitektur und Sportstättenbau „sb“, Stand 14.07.2011

URL: <http://sb.iaks.info/index.php?menuid=22> (Letzter Aufruf: 23.07.2011)

**Steffen, Daniel** (2011): „Ein Stadion mit Hotel und Gastronomie“ In: Mittelbayerische Zeitung vom 17.06.2011

**Stürzebecher, Peter** (2002): Architecture for Sport, Wiley-Academy, Chichester 2002

**Thömmes, Frank**(2011): Fußball Coaching – Die 100 Prinzipien, Handbuch für Trainer und Übungsleiter, Copress Sport, München, 2011

**Trumpbour, Robert C.** (2007): The new cathedrals politics and media in the history of stadium construction, Syracuse University Press, Syracuse, New York 2007

**UEFA** (2006): UEFA-Stadioninfrastruktur-Reglement, Zürich, 2006 (20.07.2011)

URL: <http://de.uefa.com/newsfiles/551807.pdf> (Letzter Aufruf 20.07.2011)

**UEFA** (2010): UEFA-Stadioninfrastruktur-Reglement, Zürich, 2010 (13.07.2011)

URL:

[http://de.uefa.com/MultimediaFiles/Download/Regulations/uefaorg/Stadium&Security/01/48/48/87/1484887\\_DOWNLOAD.pdf](http://de.uefa.com/MultimediaFiles/Download/Regulations/uefaorg/Stadium&Security/01/48/48/87/1484887_DOWNLOAD.pdf) (Letzter Aufruf 21.07.2011)

**Ultras Deutschland** – „Neue Stadien – Gute oder schlechte Architektur?“ (Stand: 05.08.2011)

URL: [www.ultras.ws/viewtopic.php?t=9941&start=0&postdays=0&postorder=asc&highlight=](http://www.ultras.ws/viewtopic.php?t=9941&start=0&postdays=0&postorder=asc&highlight=) (Letzter Aufruf 05.08.2011)

**Verspohl, Franz-Joachim** (1976): Stadionbauten von der Antike bis zur Gegenwart. Regie und Selbsterfahrung der Massen, Anabas-Verlag, Gießen 1976

**Dr. Vornholz, Günter** (2005): Rentabilität von Stadien – Können Stadien wirtschaftlich erfolgreich sein oder welchen Beitrag hat die öffentliche Hand zu leisten?

(01.07.2011)

URL: [http://www.ak-spoek.de/Rentabilitaet\\_von\\_Arenen.pdf](http://www.ak-spoek.de/Rentabilitaet_von_Arenen.pdf) (Letzter Aufruf 01.07.2011)

**Walter, Klaus** (2010): „Für die anderen Fans“ In: Die Zeit vom 25.02.2010 Nr. 09

## 13 Eidesstattliche Versicherung

Name: Johannes Rudolf Zettel, Dipl. Ing. (FH) Architektur

Matrikelnummer: 10210814

Ich versichere wahrheitsgemäß, dass ich die vorliegende Masterarbeit selbständig verfasst und keine anderen, als die von mir angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt habe. Alle Stelle, die wörtlich oder sinngemäß aus veröffentlichten und nicht veröffentlichten Schriften entnommen sind, sind als solche kenntlich gemacht. Die Arbeit ist in gleicher oder ähnlicher Form noch nicht als Prüfungsarbeit eingereicht worden.

Mir ist bekannt, dass meine Masterarbeit sowohl auszugsweise, als auch als Gesamtwerk in der Hochschulreihe oder zu Darstellungszwecken im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit der Hochschule veröffentlicht werden kann.

Bochum, den 08.August 2011

.....

Johannes Zettel