

Atmosphärische Erlebnisqualität untersucht am Beispiel des Krystallpalast Varietés Leipzig

Bachelorarbeit zur Erlangung
des Grades Bachelor of Arts
im Studiengang Kultur- und Medienpädagogik

eingereicht von

Nadin Loewe (Matrikel: 18554)

Erstprüfer:	Prof. Dr. phil. Hardy Geyer
Zweitprüfer:	Prof. Dr. paed. Matthias Ehram
Tag der Themenübergabe:	13.07.2015
Tag der Einreichung:	07.09.2015

***„Dieses neue Varieté kann
sich mit den besten der
Welt vergleichen, denn nicht
die Größe zählt, sondern
Qualität und Atmosphäre sind
entscheidend.“***

***[Hans Moretti, mehrfacher
Weltmeister der Magie und
Schirmherr des neuen
Krystallpalast Varietés]***

Inhaltsverzeichnis

Einleitung	1
I. Varieté und Atmosphäre	2
I.1 Varieté.....	2
I.2 Atmosphäre.....	4
I.3 Zusammenhang und Fragestellung Atmosphärebegriff und Varietéatmosphäre ..	5
II. Atmosphäre und Wahrnehmung	7
II.1 Wahrnehmung	7
II.1.1 Zeichen-Wahrnehmung	7
II.1.2 Atmosphärische Wahrnehmung	7
II.2 Der gestimmte Raum	11
II.3 Elemente von Atmosphäre	12
II.3.1 Ekstasen	12
II.3.2 Materielle und Immaterielle Elemente von Atmosphäre	14
II.3.3 Der Mensch als Element von Atmosphäre.....	17
II.4 Zusammenfassung	19
III. Untersuchung der Atmosphäre eines Varietés	20
III.1 Definition des Konstruktes Varietéatmosphäre.....	20
III.2 Methode zur empirischen Untersuchung von Atmosphäre im Varieté.....	21
III.3 Ergebnisse der Befragung	22
III.4 Interpretation und Folgerung	24
IV. Fazit und Ausblick.....	28
Literaturverzeichnis.....	II
Anlagenverzeichnis	IV

Einleitung

In der Architektur und Landschaftsgestaltung sind die Akteure bemüht, die Dinge so zu gestalten, dass ihnen ein besonderes Ambiente innewohnt, sich darin eine gewisse Stimmung einstellt bzw. sich eine besondere Atmosphäre entfaltet. In der bildenden Kunst spricht man seit Walther Benjamin von einer Aura, die ein Original zu umgeben scheint und vom Rezipienten in seiner unmittelbaren Umgebung wahrgenommen wird. Pädagogen sind bestrebt möglichst günstige Lernumgebungen zu schaffen um somit atmosphärisch stimulierend zum Lernprozess beizutragen. Ebenso hat sich die Konsumverhaltensforschung dem Konzept der Atmosphäre angenommen um daran verschiedenste Marketingstrategien abzuleiten und absatzsteigernde Erlebniswerte zu kreieren. Somit sollen Ausgabebereitschaft und Wiederkehrabsicht der Konsumenten gefördert werden.

Es sind ebenfalls Erlebniswerte, die den Besuchern des Krystallpalast Varietés in Leipzig geboten werden sollen. Das Hauptprodukt des privatwirtschaftlichen Unternehmens sind die internationalen Varietéshows. Mit dem Leitbild „Theater der Sinne“ verspricht das Varieté dem Gast ein allumfassendes Angebot, nicht nur aus vergnüglicher Unterhaltung, sondern auch aus kulinarischem Genuss und gastorientierter Serviceleistung. Der Gast soll mit einem positiven Gefühl das Varietétheater verlassen. Dies ist ebenfalls aus unternehmerischer Sicht wichtig. Erfahrungsgemäß erweitert sich der Publikumsbereich besonders durch persönliche Weiterempfehlungen und Mundpropaganda (Vgl. Heinze 09.01.2006).

Davon ausgehend, dass atmosphärische Erlebnisqualitäten maßgeblich zur positiven Stimmungsbildung beitragen, stellen diese also einen wichtigen Faktor für das Unternehmen dar. Ziel dieser Bachelorarbeit ist es, anhand des Phänomens und Konstrukts Atmosphäre die Erlebnisqualität des Krystallpalast Varietés zu untersuchen und verschiedene Indikatoren zur positiven Umgebungsgestaltung einer solchen Einrichtung herauszuarbeiten. Mit der Arbeit soll die Wichtigkeit der besonderen Atmosphäre an einem Veranstaltungsort dargelegt und mögliche Potentiale speziell des Krystallpalast Varietés aufgedeckt werden.

I. Varieté und Atmosphäre

I.1 Varieté

Laut Duden besitzt das Wort Varieté (oder auch Varietee) zwei Bedeutungen. Es meint zum einen das (Varieté-)Theater, als Aufführungsort und Veranstaltungstätte, zum anderen die Vorstellung und Aufführung an sich, welche (u.a.) in einem solchen Theater dargeboten wird (Vgl. Bibliographisches Institut GmbH). Für die Analyse von Erlebnisqualitäten am Beispiel des Krystallpalast Varietés in Leipzig werden beide Aspekte, sowohl der Ort als auch die Kunstform Varieté, von Bedeutung sein. Von daher soll zunächst eine allgemeine Begriffsklärung vorgenommen werden, bevor im Folgenden näher auf das Krystallpalast Varieté eingegangen wird.

Die künstlerische Veranstaltungsform Varieté hat ihre Wurzeln in den artistischen, musikalischen und komödiantischen Darbietungen des mittelalterlichen fahrenden Volkes. Es waren jedoch nicht die reisenden Künstler, die die ersten festen Aufführungsstätten schafften, sondern ökonomisch denkende Sesshafte, meist Kneipen- und Gaststättenbesitzer. Um ihre Gäste zu unterhalten und sich damit von anderen Gasthäusern abzuheben, engagierten sie Musiker, Komödianten und Artisten (Vgl. Jansen 1990, S. 17–21). Die Ursprünge des Varietés fanden also auf den Brettern des Gastronomiegewerbes statt. Das Varieté bildet damit, laut Günther (1978), die Grundform bühnengebundener Unterhaltungskunst in Verbindung mit gastronomischer Konsumtion (Vgl., S. 14). Auch heute wird in den Varietés Getränke und Speisen serviert. Dieser Aspekt unterscheidet das Varieté von vielen anderen künstlerischen Unterhaltungsformen, wie zum Beispiel vom Theater oder Zirkus.

Die Kunstform Varieté zeichnet sich durch eine Vielfalt einzelner künstlerischer Darbietungen aus, die „in Szenen eingebettet sein können, nicht müssen“ (ebd., S. 13). So ergeben sich zwei Wirkungsebenen: Zum einen die einzelnen Darbietungen, zum anderen die Gesamtinszenierung. Hügel (2003) beschreibt dies folgendermaßen: „Das Varieté kennt kein Rollenspiel; es interpretiert nur sich selbst. Mag der Inszenierungsaufwand [...] noch so hoch sein; beim Einzelnen

bleibt die eigene Persönlichkeit sichtbar“ (Hügel 2003, S. 462). Die künstlerischen Säulen des Varietés bilden Conférencier, Tanz, Musik und Gesang, Komik, Magie, Akrobatik aller Art und Dressur (Vgl. Günther 1978, S. 261–334). Die Palette der künstlerischen Genres ist demnach groß und definiert sich stets neu. Der Anspruch des Künstlers ist, das Publikum durch Außergewöhnliches, Innovatives, Besonderes und Verblüffendes zu unterhalten und zu begeistern.

In Deutschland entstanden die ersten Variététheater im internationalen Vergleich relativ spät. In der Zeit der Industrialisierung und Urbanisierung in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts, erbaute sich das wohlhabende Bürgertum riesige und prunkvolle Unterhaltungspaläste. Der ursprüngliche Bau des Krystallpalastes in Leipzig wurde 1881 „nach englischen Plänen und dem Vorbild des Krystallpalastes in London aus Glas und Eisen gefertigt“ (Busse 1998, S. 16). Dieser Bau hatte bis 1943 Bestand. Im Zweiten Weltkrieg wurde der Palast vollständig durch Bomben zerstört.

Das Krystallpalast Variété Leipzig, wie es heute existiert, wurde am 17. November 1997 inmitten der Innenstadt wiedereröffnet. Die gigantischen Ausmaße des einstigen Krystallpalastes wurden abgelegt. Statt der insgesamt 15 000 Personen, die in dem riesigen Stahl-Glasbau Platz fanden, sind es heute bis zu 200 Publikumsplätze. Bis zu 100 Restaurantgäste haben vor oder nach der Show die Möglichkeit ein Drei-Gänge-Menü zu sich zu nehmen. Im Salon „Friedel Höhnisch“ haben noch einmal 40 Menü Gäste Platz. Insgesamt zeichnet sich das heutige Variétéhaus durch Intimität und Behaglichkeit aus. Der Variétésaal ist im Vergleich zu anderen Variététheatern klein, so dass die Nähe zur Bühne und damit auch zu den Künstlern eine Besonderheit darstellt. Den Namen Krystallpalast rechtfertigt ein großer Kronleuchter, der den Eingangsbereich ziert.

Die Variétéshows des Krystallpalastes sind meist Eigenproduktionen und zeichnen sich durch internationale Künstler und einem qualitativ hochwertigen Unterhaltungscharakter aus. Die Shows wechseln im zwei bis vier-Monats-Rhythmus und bieten dem Publikum stets inhaltliche wie auch künstlerische

Abwechslung. So wird dem Gast zwar immer etwas Neues geboten, jedoch halten sich Konzeptshows und traditionelles Nummernprogramm die Waage.

Neben dem Hauptprodukt Varietéshow finden auf der Bühne des Krystallpalastes ebenfalls Gastspiele statt sowie die jährlich im Sommer ausgerichtete Newcomershow, ein internationales Varietéfestival. Ebenfalls eine Produktion des Krystallpalastes ist die weihnachtliche Dinnershow „Gans Ganz Anders“ in einem historischen Spiegelzelt. Als zweites Standbein, während der publikumsschwachen Sommermonate, dienen die verschiedenen Angebote am Störnthaler See im Leipziger Neuseenland.

In dieser Arbeit wird ausschließlich das heutige Variététheater mit seinen internationalen Varietéshows unter dem Aspekt der atmosphärischen Erlebnisqualitäten in den Blick genommen. Dazu soll im Folgenden der Begriff Atmosphäre in Kürze beleuchtet werden.

I.2 Atmosphäre

Der Begriff Atmosphäre ist in seinem meteorologischen Ursprung die Bezeichnung der einen Planeten umgebenden Gashölle und wird aus den griechischen Worten *atmis*, *atmos* (Dampf, Dunst, Rauch) und *sphaira* (Ball, Kugel) zusammengesetzt. Bereits im 18. Jahrhundert lassen sich erste Bezüge zu Personen oder Gegenständen finden, was Atmosphäre als etwas die Dinge Umgebendes definiert oder auch als spürbare Nähe zu bzw. Anwesenheit von etwas. (Vgl. Hauskeller 1995, S. 32 f.; Vgl. Rauh 2012, S. 75) Dass dem Begriff ein gewisses Maß an Diffusität und Vagheit anhaftet, ist zum einen der Verwendungsweise in der Alltagssprache, aber auch der Beschaffenheit des Gegenstandes Atmosphäre selbst geschuldet (Vgl. Rauh 2012, S. 27). Man spricht von einer heiteren Atmosphäre eines Frühlingstages, vom Gefühl der Geborgenheit im elterlichen Wohnzimmer oder auch von Spannung in der Luft nach einem Streit. Doch was genau diese Befindlichkeiten und Assoziationen auslöst ist nicht greifbar. Es ist, „als würde man in etwas hineingeraten und etwas wahrnehmen, das noch kein Teil von mir ist, etwas, das noch nicht zu mir gehört“ (Böhme 2001, S. 46 f.). Dieses Etwas ist das Atmosphärische.

Atmosphären werden vom Menschen in seiner leiblichen Präsenz erfahren bzw. erspürt (Vgl. Böhme 2013a, S. 25). Sie lösen eine bestimmte Befindlichkeit aus, durch die der Mensch seiner eigenen Befindlichkeit in der Welt und seiner Beziehungen zu den Dingen um ihn herum bewusst wird. Somit ist Atmosphäre etwas zwischen Objekt und Subjekt Befindliches, ein Dazwischen, das „die Beziehung von Umgebungsqualitäten zur menschlichen Befindlichkeit bestimm[t]“ (Böhme 2001, S. 31). Wie die Dunstkugel den Planeten allumfassend umgibt, so umgibt Atmosphäre alles und jede Einzelheit in einer Wahrnehmungssituation.

Trotzdem braucht es „[u]m eine Atmosphäre überhaupt als solche zu bemerken, [...] eine besondere Atmosphäre“ (Rauh 2012, S. 203). Dies kann eine besonders erhabene Atmosphäre in einem Kirchengebäude sein, eine friedliche Atmosphäre unter einem Baum an einem lauen Sommertag, eine bedrohliche Atmosphäre im Warteraum des Zahnarztes oder eben auch die gespannte Atmosphäre im Zuschauerraum eines Theaters kurz vor der Öffnung des Vorhanges. Diese besonderen Atmosphären bestimmen die Erlebnisqualität an einem Ort und lösen Befindlichkeiten aus. Dies ist, wie eingangs schon erwähnt, von Interesse für u.a. Architekten, Landschaftsgestalter, Bildungseinrichtungen, Konsumanbieter und auch Kultureinrichtungen.

I.3 Zusammenhang und Fragestellung Atmosphärebegriff und Variétéatmosphäre

Es ist die atmosphärische Wahrnehmung von Umgebungsqualitäten, die allein schon den ersten Eindruck bestimmen. Indem man einen Raum betritt, nimmt man dessen Atmosphäre wahr und fühlt sich entweder wohl oder nicht. So sind die ersten Eindrücke, die der Gast im Varieté erhält, entscheidend. Die Kunstform Varieté versucht immer das Außergewöhnliche zu präsentieren und so ist auch das Krystallpalast Varieté Leipzig konzipiert. Das Leitbild besagt: „Wir lassen Sie träumen mit einzigartigen Kompositionen artistischer Attraktionen, musikalischer Sternstunden, komödiantischer Vergnügen und kulinarischer Köstlichkeiten“ (Krystallpalast Varieté Leipzig GmbH & Co. KG o. J., Leitbild). Der Gast soll sich in einer besonderen und außeralltäglichen Atmosphäre wiederfinden. Architektur und Inneneinrichtung übernehmen dabei eine wichtige Funktion. Service

und das Unterhaltungsprogramm erbringen jeweils einen weiteren wichtigen Faktor.

Wichtig ist aber auch, inwiefern sich der Gast von dieser Atmosphäre mitreißen lassen möchte. In dieser Arbeit wird die These aufgestellt, dass neben dem Theaterbau an sich, die Stimmung, die am Veranstaltungsort herrscht, ein Indikator für Atmosphäre ist. Es soll untersucht werden, inwiefern die Stimmung des Gastes die Atmosphäre im Varietésaal beeinflussen kann. Es wird angenommen, dass eine ausgelassen und fröhliche Stimmung die Atmosphäre im Varietésaal beeinflusst, welche wiederum die Stimmung der Gäste prägt. Hierzu wird im folgenden Kapitel zunächst dargelegt, wie Atmosphäre wahrgenommen wird und welche Faktoren Atmosphäre ausmachen.

II. Atmosphäre und Wahrnehmung

II.1 Wahrnehmung

II.1.1 Zeichen-Wahrnehmung

Wahrnehmung basiert scheinbar in erster Linie auf allem, was mit den fünf Sinnen erfahrbar gemacht werden kann. Ich nehme wahr, was ich sehe, höre, schmecke, rieche und ertaste. Im Laufe der persönlichen Entwicklung und Sozialisation lernt man, das Wahrgenommene in die persönliche Lebenswirklichkeit einzuordnen und abrufbar zu machen, so dass im Folgenden lediglich die Zeichen gelesen und mit dem vorhandenen Wissen abgeglichen werden müssen. „In der Zeichen-Wahrnehmung basieren Korrespondenzen auf einem Lesen, Verweisen und Begreifen.“ (Rodatz 2010, S. 51) Ein Beobachter eines Straßentreibens beispielsweise kann anhand von Kleidung, Bewegung, Gestik und Mimik der vorbeilaufenden Passanten deren gesellschaftlichen Status erkennen. „Die Wirklichkeit der Erscheinung einer Person korrespondiert mit dem dahinterstehenden gesellschaftlichen Status dieser“ (ebd., S. 48). Wahrnehmen heißt jedoch immer auch zugleich Nichtwahrnehmen. Böhme verweist hierbei auf den Wahrnehmungsschlüssel nach Hoffmann-Axthelm, der deutlich macht, „da[ss] einerseits durch die kulturelle Evolution [...], andererseits durch die spezielle Gesellschaftsformation und den Stand der Produktivkräfte [...] und da[ss] schließlich durch die frühkindliche Sozialisation, insbesondere die Geschlechtsrollenidentifikation, Bedingungen geschaffen werden, die festlegen, was überhaupt als Wahrnehmung möglich ist“ (Böhme 2001, S. 32 f.). Dies hat ebenso Einfluss auf die atmosphärische Wahrnehmung.

II.1.2 Atmosphärische Wahrnehmung

Atmosphäre als etwas die Wahrnehmung betreffendes findet seine erste wissenschaftliche Definition durch Hubertus Tellenbach, der sich von der psychologischen Perspektive dem Konstrukt nähert. Laut ihm strahlt alles Organische Atmosphäre aus (Individuen, Gruppen, Landschaften, Kulturen), welche durch den Oralsinn wahrgenommen wird. Duft und Geschmack ergeben also das, was Tellenbach als Atmosphärisches bezeichnet. Alles Organische, oder alles, „was

aus einem Gesamt von organischen Bildungen konvergiert“ (Tellenbach 1968, S. 46), bringt eine Emanation oder Ausstrahlung hervor. Dies ist das durch den Oralsinn wahrgenommene Atmosphärische (Vgl. Tellenbach 1968, S. 46 f.). Tellenbach sieht darin eine Möglichkeit der frühkindlichen Kommunikation, da sich Säuglinge in der ersten Lebensphase beinahe ausschließlich durch Geruchs- und Geschmackssinn orientieren. So nehmen sie durch Geruch und Geschmack die Atmosphäre der Mutter wahr und diese schließlich auch an. Körperliche Atmosphäre ist also, laut Tellenbach, übertragbar („Nestgeruch“) (Vgl. ebd., S. 52 f.) und ebenso für das Hegen von Sympathie und Antipathie verantwortlich.

Nach Tellenbach waren es Hermann Schmitz und aufbauend Gernot Böhme, die sich der Definition von Atmosphäre als Medium der Wahrnehmung angenommen haben. Laut Schmitz, der den Begriff in der neuen Phänomenologie einführt, sind Atmosphären gegenstandslose Gefühle von denen ein Subjekt affektiv betroffen sein kann und die sich in unbestimmte Weiten ausbreiten. Atmosphären sind also nicht örtlich begrenzt und stellen zudem ein äußerliches Phänomen dar. Die leiblichen Regungen oder auch Stimmungen sind ein leibliches Phänomen (Vgl. Hauskeller 1995, S. 21). Damit unternimmt Schmitz eine klare Unterscheidung zwischen Stimmung und Atmosphäre. Gernot Böhme bezieht sich in seinem Verständnis von Atmosphäre auf Schmitz und baut auf dessen Begriff die neue Aisthetik auf. Atmosphäre ist nach Böhme etwas, was Dinge ausstrahlen und von dem wir ergriffen werden können, als spürbare „Beziehung von Umgebungsqualitäten und menschlichem Befinden“ (Böhme 2013b, S. 22). Es ist die Möglichkeit eines Subjektes sich in Beziehung zu einem Objekt zu setzen und sich der eigenen Anwesenheit gewahr zu werden.

Das atmosphärische Spüren von Anwesenheit ist das grundlegende Phänomen von Wahrnehmung (Vgl. Böhme 2001, S. 42). Bevor überhaupt Zeichen gelesen werden können, wird der Mensch von Gefühlsmächten ergriffen. In diese räumlich ergossenen Atmosphären, *gerät* man sozusagen *hinein*, z.B. durch das Betreten eines Raumes (Vgl. ebd., S. 46 f.). Sie sind leiblich ergreifende Mächte, da sie eine innerliche Betroffenheit auslösen. Gefühle sind also sowohl subjektiv als auch objektiv. Objektiv im Sinne von Atmosphäre und subjektiv im Sinne von

affektiver Betroffenheit des Subjekts durch Atmosphäre (Vgl. Paetzold 2012, S. 230 f.). Trotz eigener betrübter Stimmungslage ist der Mensch in der Lage, die gelöste und fröhliche Stimmung beispielsweise einer Geburtstagsgesellschaft wahrzunehmen. Atmosphäre ist demnach kein Resonanzphänomen, sondern wird als Gegenstand der Wahrnehmung erfahren. Die äußere Stimmung muss nicht zwangsläufig mit der inneren Gemütslage übereinstimmen, sondern kann durchaus von dieser abweichen. Da Wahrnehmung an sich wiederum immer subjektiv ist, schreibt Böhme Atmosphären eine *Quasi-Objektivität* zu. (Vgl. Böhme 2001, S. 48 f.) Demnach ist jedes wahrnehmungsfähige Subjekt A in der Lage die Entäußerungen oder auch Ekstasen¹ eines Objektes B wahrzunehmen, solange es sich in dessen atmosphärischen Raum aufhält. Dabei gilt, dass Atmosphären *wahrnehmungsräumlich* sind, nicht aber *ortsräumlich*. Das bedeutet, sollte B ebenfalls ein wahrnehmungsfähiges Subjekt sein, nimmt dies nicht zwangsläufig auch A wahr. „[Es] gilt nicht: weil etwas da ist, wird es wahrgenommen, sondern: erst indem etwas wahrgenommen wird, ist es da“ (Hauskeller 1995, S. 34).

Die menschliche Gefühlslage kann durch eine Atmosphäre affektiv betroffen sein, sich also dem Gefühl annehmen, muss aber nicht. Wie Atmosphäre auf ein wahrnehmendes Subjekt wirkt, ist von zwei Faktoren abhängig. Zum einen davon, mit wie viel Macht das Gefühl auf das wahrnehmende Subjekt einwirkt, ob es also gegen das Gefühl anfechten kann oder davon überwältigt wird. Zum anderen hängt es davon ab, wie sich das Subjekt wiederum durch Preisgabe auf das Gefühl einlässt oder sich mit Widerstand zu ihm verhält. Wenn sich das Subjekt einer Atmosphäre annimmt, von ihr also betroffen ist, so ist dies, in Böhmies Worten, eine Ingressionserfahrung. Es erfährt sie als einen Anflug von Stimmung und gerade nicht als dessen Stimmung. Die äußere Atmosphäre kann die innere Stimmung beeinflussen, sie entweder durch einen starken Kontrast verstärken oder aber schwächen und modifizieren. (Vgl. Böhme 2001, S. 47 ff.) Wenn als Folge einer Ingressionserfahrung die subjektive Stimmung und die des Raums

¹ Unter Ekstasen versteht Böhme das Aus-sich-Heraustreten der Dinge, wodurch sie im Raum seiner Anwesenheit spürbar werden. Vgl. Böhme 2001, S. 131–137

nicht nur verschieden sind, sondern auch verschieden bleiben, so ist dies eine Diskrepanzerfahrung (Vgl. Rodatz 2010, S. 57) (siehe Abb. 1).

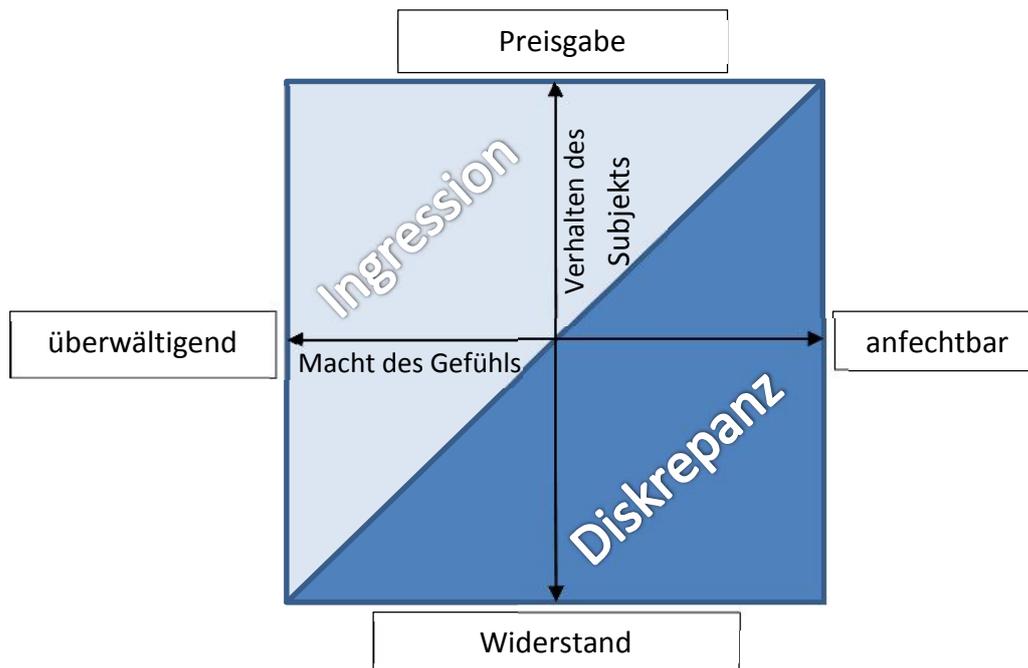


Abbildung 1 Diskrepanz- und Ingressionserfahrung

Diskrepanzen können in bestimmten Situationen als selbstverständlich hingenommen werden, wie möglicherweise in dem o.g. Beispiel eines Trauernden bei einer Geburtstagsgesellschaft. Diese Unterschiede in den Gefühlsregungen beider Parteien sind unverkennbar und nachvollziehbar. Der Trauernde wird sich wohl nur schwer der gelösten und beschwingten Atmosphäre hingeben, es sei denn es ist gerade sein Bestreben sich von seiner gedrückten Stimmung ablenken zu lassen. In anderen Situationen können Diskrepanzen allerdings auch irritierende Wirkung auf das wahrnehmende Subjekt haben. Gerade in der modernen Kunst wird teilweise eben nicht darauf Wert gelegt, dass sich der Zuschauer oder Betrachter von der Atmosphäre eines Objektes oder einer Umgebung gestimmt fühlt. Oftmals ist es gerade die Störung und Zertrümmerung dieser Atmosphäre, die angestrebt wird, um eine Irritation beim Rezipienten hervorzurufen.

Die Reaktion auf gewissen Atmosphären hängt stark vom subjektiven Kontext und der subjektiven Prägung ab. Das wahrnehmende Subjekt spürt Atmosphäre und begreift sie kognitiv. Atmosphäre kann demnach wie ein Zeichen gelesen

und eingeordnet werden, so wie ein Kind den Geruch (nach Tellenbach die Atmosphäre) der Mutter nach kurzer Zeit mit dem Gefühl der Geborgenheit und Sicherheit assoziiert. Die atmosphärische Wahrnehmung ist demnach immer auch abhängig von der Zeichen-Wahrnehmung und umgekehrt.

Nach Schmitz und Böhme lässt sich die innere Stimmung unter bestimmten Bedingungen durch äußere Gefühle, sprich Atmosphäre, beeinflussen. Im Folgenden stellt sich die Frage, ob sich der Raum ebenso durch die eigene Gemütslage stimmen lässt.

II.2 Der gestimmte Raum

Zunächst müssen zwei Raumkonzepte unterschieden werden. Zum einen gibt es das Konzept des geometrischen Raumes, der mit mathematischen Mitteln errechnet werden kann. Dabei kann es sich sowohl um einen in sich geschlossenen Raum in einem architektonischen Gebäude handeln, als auch um offene Räume, wie einen Garten, ein Feld oder einen Wald. Das zweite Raumkonzept ist der Raum leiblicher Anwesenheit. Dieser ist keine physikalisch-mathematische Größe und weder durch Grenzen noch durch Ortsangaben zu ermitteln. Der Raum leiblicher Anwesenheit geht vom wahrnehmenden Subjekt und vom durch Atmosphäre besetzten Raum selbst aus. Er ist flächen- und körperlos und geprägt durch das Spüren von Anwesenheit. (Vgl. Löw 2001, S. 19; Schmitz 2012, S. 39)

Bollnow (1994) nennt diesen Raum den gestimmten Raum. Er ist kein Raum neben einem anderen, sondern vielmehr ein Aspekt, unter dem wir den Raum betrachten. Das Raumempfinden einer Person ist nicht allein von den äußeren Gegebenheiten der Umgebung abhängig, sondern ebenso vom seelischen Zustand der Person. Diese Gestimmtheit der Person wirkt sich auf deren Raumempfinden aus, so wie sich der Raum auf die Gestimmtheit der Person auswirken kann (s.o.). Bollnow macht dies am Beispiel von Enge und Weite deutlich. Eng ist, was dem Menschen nicht genügend Spielraum zur Entfaltung des Lebens bietet. Weite gibt diesen Bereich zur Entfaltung frei. Doch ein Raum kann einer Person heute als weit und offen erscheinen, morgen wiederum als beengt. Je nach Gemütslage kann ein offener Raum sogar eine bedrückende Wirkung auf eine Per-

son haben, die die Nähe der umgebenden Hülle eines Raumes eher bevorzugt. Im Zustand tiefster Traurigkeit sucht eine Person möglicherweise eher die Beengtheit als die Ferne und Offenheit. Andersherum ist ein fröhlicher euphorischer Mensch stets bemüht sich aus der Beengtheit zu befreien und die Enge zu sprengen. (Vgl. Bollnow 1994, S. 89, 129 f.)

Das, was Bollnow als gestimmten Raum bezeichnet, nennt Thomas Fuchs (2000) den Stimmungsraum. Als Grundphänomen des Stimmungsraumes definiert er den Ausdruck, im Sinne von Erscheinung, physiognomische Gestalt oder Wesen. Wie die menschliche Physiognomie, also Mimik und Gestik, so besitzen auch leblose Gegenstände eine besondere Ausdrucksintensität, die den Ausdrucksgehalt des Stimmungsraumes bildet und atmosphärisch wahrgenommen werden kann. (Vgl. Fuchs 2000, S. 194–199) Der Raum wird also durch den Ausdrucksgehalt der Dinge atmosphärisch geprägt bzw. gestimmt, die sich im Wahrnehmungsbereich des Subjektes befinden und sowohl lebendig als auch leblos sein können. Wie allerdings der gestimmte Raum vom wahrnehmenden Subjekt erfasst wird, hängt vom Erscheinungscharakter ab, den der Raum auf das Subjekt hat. Dieser Erscheinungscharakter ist wiederum subjektiv und kann, wie eben dargelegt, abhängig sein von den inneren Regungen des Subjektes, aber auch vom subjektiven und kognitiven Kontext.

Der kognitive Kontext ist nach Axthelms Wahrnehmungsschlüssel nicht nur individuell sondern auch gesellschaftlich und kulturhistorisch geprägt (siehe Kapitel II.1.1 Zeichenwahrnehmung). So lassen sich Elemente finden, die einen Raum atmosphärisch stimmen und von Gruppen mit einem ähnlichen Kontext auch ähnlich wahrgenommen und gedeutet werden.

II.3 Elemente von Atmosphäre

II.3.1 Ekstasen

Das wahrnehmende Subjekt nimmt die Atmosphäre oder die Gestimmtheit eines Raumes als Gesamt der von ihm erfassten Ausdruckserscheinungen wahr. Gernot Böhme bezeichnet diese Ausdruckserscheinungen als Ekstasen und meint damit das, „wodurch sich Dinge als anwesend bemerkbar machen“ (Böhme 2001, S.

131). Laut Böhme ergibt sich die Gestimmtheit eines Raumes durch das Zusammenspiel der einzelnen Ekstasen, „die ihre Intensitäten im Wechselspiel steigern oder unterdrücken können und sogar müssen, um der Einheit des Subjekts zu entsprechen“ (Hauskeller 1995, S. 40). Der Raum wird von ihnen ausgreifend eingenommen. Sie seien nicht zu verwechseln mit den Eigenschaften der Dinge. Eigenschaften sind Charakteristika, die ein Ding hat, die es von anderen abhebt und eingrenzt (Material, Form, Größe, Konsistenz, etc.). Ekstasen wiederum lassen das Objekt aus sich heraustreten und dadurch in der Wahrnehmung präsent sein. Ein Objekt kann zum Beispiel optisch wahrgenommen werden. Doch ist es nicht das Objekt an sich, welches durch das wahrnehmende Subjekt gesehen wird, sondern die Farben, die im Gesamt ein Bild des Objektes ergeben. Es ist nicht Musik, die man akustisch wahrnimmt, sondern Geräusche und Klänge, die im Zusammenspiel als Musik interpretiert werden. Farben, Töne und Gerüche zählt Böhme zu jenen Ekstasen, die ebenfalls Eigenschaften sein können. Der Eindruck von Schwere oder Leichtigkeit eines Objektes hingegen muss nicht zwangsläufig mit den Eigenschaften dessen übereinstimmen. So kann eine Brücke beispielsweise, trotz der Tonnen verbauten Materials, durch Formen und Bauweise den Anschein von Leichtigkeit bewirken. Ebenso zählt Böhme die Voluminösität oder Mächtigkeit eines Objektes als typische Ekstase auf. Diese ist nicht gleichbedeutend mit dem Raum, die das Ding real einnimmt. Vielmehr wirkt es durch den Raum, den es beansprucht. „Die Ekstase der Voluminösität wird deshalb auch nicht oder jedenfalls nicht bloß durch das reale Volumen erzeugt, sondern auch durch die Stellung, die Konstellation zu anderen Dingen, durch Abstandsbildung und natürlich auch durch die Gestalt“ (Böhme 2001, S. 143). Zu den Gestalten zählt Böhme, neben den Raumgestalten, die Linienführungen in der Ebene. Ihre ekstatische Wirkung erzeugt eine Bewegungsanmutung, durch z.B. Schwingen, Aufstreben oder Geknicktsein (Vgl. ebd., S. 137 ff.).

Jeder Wahrnehmungsraum ist „die Schnittmenge einer Pluralität von atmosphärischen Ekstasen. [...] Alle Erscheinungscharakteren ordnen sich zu einem einzigen Wahrnehmungscharakter, der den atmosphärischen Raum als ganzen prägt“ (Hauskeller 1995, S. 40). Mittlerweile hat sich ein Cluster ästhetischer Akteure

etabliert, die versuchen jenen Wahrnehmungscharakter zu beeinflussen und Atmosphären zu kreieren. Die Bandbreite dieser Akteure zieht sich vom „Gärtner und Landschaftsarchitekten über den Lichtdesigner, (Innen-)Architekten, Bühnen- und Maskenbildner bis zum Werbefotografen“ (Hasse 2012, S. 18). All jene schaffen, bewusst oder unbewusst, bestimmte Atmosphären, indem sie sich gezielt Ekstasen zunutze machen um dem Raum eine besondere Umgebungsqualität zu verleihen.

Um zu untersuchen, welche Faktoren Einfluss auf Atmosphäre haben, schlägt Claudia Lorenz (1999) vor, einen Katalog von Merkmalen aufzustellen, „die an der Konstituierung von spezifischen Atmosphären beteiligt sind“ (S. 21). Dies soll im Folgenden geschehen. Dabei wird auf Ergebnisse bereits getätigter Analysen von Uhrich (2008), Seggern und Havemann (2004), Zumthor (2006) sowie Lorenz (1999) eingegangen. Diese setzten sich mit Atmosphäre in verschiedenen Bereichen auseinander.

II.3.2 Materielle und Immaterielle Elemente von Atmosphäre

Claudia Lorenz erarbeitet sich in Anlehnung an Böhmes Aufzeichnungen zu Atmosphären einer Stadt und kirchlicher Gebäude einen Katalog von Merkmalen, die zu bestimmten Atmosphären beitragen. Diese fasst sie in sieben Kriterien zusammen: (1) Raumform, (2) Form- Farb- und Materialbeziehung, (3) Raumausstattung, (4) Anordnung und Struktur der Objekte in einem Raum, (5) Beschaffenheit von Fußböden, Türen, Treppen u.a. Elementen eines Raumes, (6) das Licht und schließlich (7) die Menschen selbst, die sich in einem Raum aufhalten (Vgl. Lorenz 1999, S. 22–23). Bis auf die letzte Kategorie sind alle anderen architektonischer oder innenarchitektonischer Gedanken zum Raum entsprungen. Sowohl bei der Planung eines Gebäudes als auch bei der Frage der Ausstattung werden erste atmosphärische Details festgelegt.

Auch Seggern und Havemann (2004) stellen fest, „dass ‚die‘ Atmosphäre stets ein Zusammenspiel mehrerer Faktoren ist“ (S. 82). Die Autoren nennen einige dieser Faktoren, die sie im Zusammenhang einer Analyse zur besonderen Atmosphäre eines öffentlichen Platzes untersuchten. Darunter fallen ebenso die Beleuchtung,

Beschaffenheit (also Art der Pflasterung) und die Möblierung (also Ausstattung) des Raumes, die ebenfalls von Lorenz genannt wurden. Als weiteres Kriterium benennen Seggern und Havemann die Dimension des Raumes, also die Weite und Offenheit. Dies deckt sich mit Bollnows Aussagen zu Enge und Weite eines Raumes und die damit einhergehende Gestimmtheit dessen. Neben architektonischen Gegebenheiten gibt es jedoch auch weitere Faktoren, denen die Autoren besondere Wichtigkeit zur Schaffung von Atmosphäre zusprechen. Die Art und Weise, wie ein Platz oder Raum „seiner vorgesehenen Funktion gerecht oder wie er sonst noch genutzt wird“ (ebd.) ist deren Meinung nach ausschlaggebend für die Stimmung, die ein Ort ausstrahlt. In deren Analyse handelt es sich um den Ernst-August-Platz in Hannover, der zum einen der Bahnhofsvorplatz zum anderen Übergang zur Innenstadt ist. Die Funktionen eines solchen Platzes wären z.B. Aufenthaltsort für Zugreisende, Ort der Erholung als Gegenpol zur zum Konsum anhaltenden Innenstadt-Atmosphäre sowie ein möglicher Treffpunkt. Daneben fungiert der Platz nach den Untersuchungen der Autoren aber auch als Ort des Verweilens und der Kommunikation, was zum einen durch eine gewisse Atmosphäre begünstigt wird, jedoch wiederum auch atmosphärisch zurückwirkt. Die Autoren stimmen auch hier mit Lorenz überein, dass die Anwesenheit von Menschen ebenso ausschlaggebend für Atmosphäre ist wie die anwesenden Menschen selbst. Seggern und Havemann fügen dem nur noch hinzu, dass auch die Abwesenheit von Menschen und gerade von bestimmten Menschengruppen ebenso zur Atmosphäre beiträgt. In ihrer Analyse stellen sie fest, dass sich „die [...] deutlich seltenere Anwesenheit von Punks, Obdachlosen und anderen Randgruppen“ als eher ambivalenter Faktor darstellt (ebd., S. 73). Zuletzt werden die äußeren Einflüsse, also Tages- und Jahreszeiten sowie Wetterbedingungen als mitwirkende Faktoren genannt, die zur atmosphärischen Wirkung eines Platzes beitragen.

Ganz allgemein für die Architektur spricht Peter Zumthor (2006), indem er Kategorien benennt, die Einfluss auf die atmosphärische Architektur haben. Auch er benennt Form und Material als primäre Eigenschaften eines Gebäudes um atmosphärisch zu wirken. Wie die anderen Autoren ist für ihn auch Licht ein wichtiges

Element von Atmosphäre in der Architektur. Zusätzlich benennt er die Klänge und Töne eines Raumes als weitere Elemente. Ebenso spielt für ihn die Temperatur (auch im Sinne von Temperiertheit) eine wichtige Rolle. Zumthor stimmt mit Böhme überein, indem er die Größe, Schwere und Masse der Dinge im Raum als ein Kriterium aufzählt. Als eine weitere Kategorie benennt Zumthor das Gleichgewicht zwischen Freiheit und Führung der Bewegungen im Raum, die durch die architektonischen Gegebenheiten beeinflusst werden. Fühlt sich der Mensch durch den Raum geführt oder eher alleingelassen? Beengt ihn die Vorstellung den Weg vorgegeben zu bekommen oder fühlt er sich frei in der Wahl seiner Richtungen? Auch sei die Spannung zwischen Innen und Außen ein wichtiges Element, damit sich bereits beim Betreten eines Raumes eine deutliche Diskrepanz bzw. Ingression einstellen kann. (Vgl. Zumthor 2006, S. 21–62)

Die von den Autoren genannten Elemente, die eine besondere Atmosphäre ausmachen, sollen hier zu einem Katalog zusammengefasst werden. Beim Versuch eine Ordnung oder Struktur zu erlangen, fällt auf, dass die Autoren den architektonischen Bedingungen und Gestaltungsmöglichkeiten viel Aufmerksamkeit zukommen lassen. So werden Dimension des Raumes, Formen, Farben, Materialien, Möblierung und Anordnung sowie Lichtbeschaffenheit und Spannung zwischen Innen und Außen genannt. Diese sollen hier unter materielle Elemente zusammengefasst werden.

Darüber hinaus wurden sowohl von den Autoren Lorenz, Seggern und Havemann sowie Zumthor als auch von Böhme und Tellenbach Faktoren genannt, die nicht baulichen oder gestalterischen Umsetzungen unterliegen. Klänge und Geräusche sowie Gerüche werden sinnlich wahrgenommen und beeinflussen das atmosphärische Empfinden. Atmosphäre unterliegt den äußeren Einflüssen wie Tages- oder Jahreszeit und Wetter. Temperatur kann ebenso zu den äußeren Einflüssen gezählt werden. Jedoch kann ein Raum auch relativ zur messbaren Temperatur kalt oder warm wirken. Die Funktion eines Raumes beeinflusst Atmosphäre ebenso wie die Nutzung dessen. Zu guter Letzt sind es immer auch die Menschen, die sich an einem Ort aufhalten und ihn mit ihrer Anwesenheit prägen. Dieser Gruppe von Elementen soll hier der Begriff immaterielle Elemente von

Atmosphäre übergestellt werden. Abbildung 1 zeigt die Zusammenstellung und Ordnung aller genannten Elemente und soll für weitere Untersuchungen zur Atmosphäre genutzt werden.

Materielle Elemente	Immaterielle Elemente
<ul style="list-style-type: none"> • Dimension des Raumes • Form des Raumes • Material und Beschaffenheit • Möblierung und Ausstattung sowie Anordnung und Struktur der Objekte • Lichtbeschaffenheit • Farben • Größe, Schwere und Masse • Freiheit und Führung durch den Raum • Spannung zwischen Innen und Außen 	<ul style="list-style-type: none"> • Geruch • Klänge und Töne, Geräusche • Äußere Einflüsse (Tags-, Jahreszeit sowie Wetterbedingungen) • Temperatur, Temperiertheit • Funktion und Nutzung des Raumes • Menschen: Erscheinung und Verhalten

Tabelle 1: Katalog gesammelter Elemente von Atmosphäre

II.3.3 Der Mensch als Element von Atmosphäre

Dass besonders Menschen Einfluss auf Atmosphäre haben oder deren Anwesenheit und Verhalten eine besondere Atmosphäre ausmachen, zeigen die Ergebnisse einer Untersuchung von Sebastian Uhrich (2008) zu Atmosphäre in Fußballstadien. Der Autor erstellt als Ergebnis methodischer Befragungen ein Formatives Messmodell guter Stadionatmosphäre und formuliert darin 15 Indikatoren, die eine gute Stadionatmosphäre während eines Fußballspiels ausmachen (siehe Abb. 2).

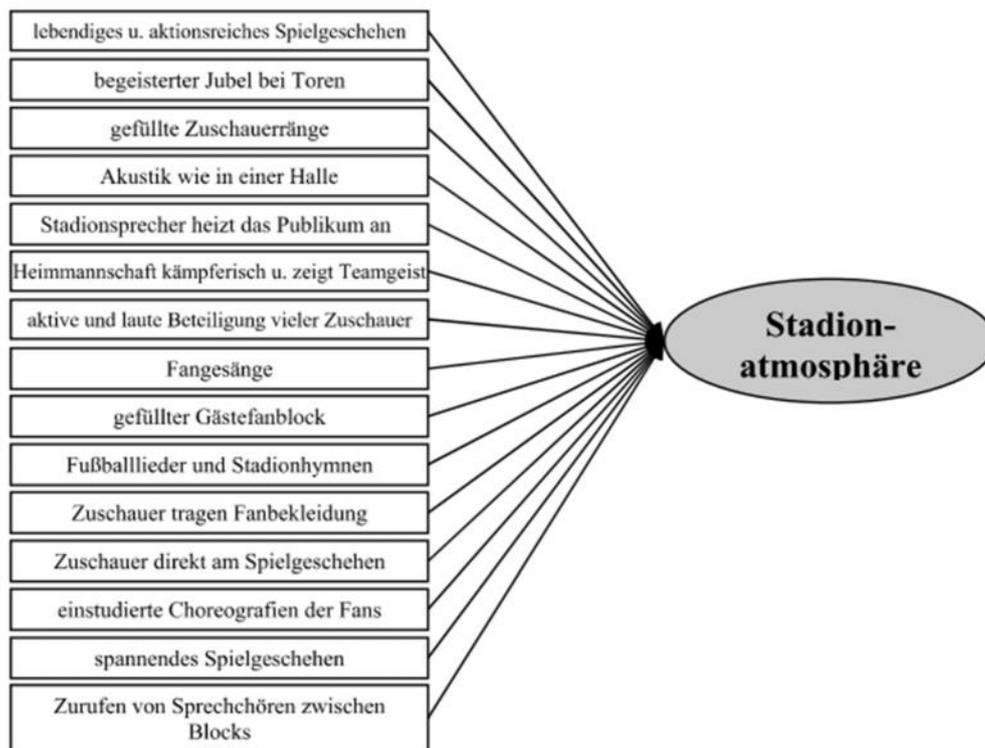


Abbildung 2 Formatives Messmodell guter Stadionatmosphäre (Uhrich 2008, S. 70)

Die einzelnen Indikatoren zeigen, dass es nicht der Stadionbau ist, der die Atmosphäre während eines Fußballspiels ausmacht. Es ist auch nicht das Fußballspiel allein, welches die Menschen in Euphorie versetzt. Es sind all die Aktionen der Fans oder auch Nichtfans, die Geräuschkulisse, die von ihnen erzeugt wird und die Farben, die von ihnen getragen werden.

Diese verschiedenen Ausdruckscharaktere prägen den gestimmten Raum in einer Umgebung. In einem Fanblock wird sich dieser Ausdruckscharakter möglicherweise in Euphorie und Freude oder in Enttäuschung und Traurigkeit oder Wut äußern. Ob daraus eine Ingressions- oder Diskrepanzerfahrung für das wahrnehmende Subjekt erwächst, hängt stark vom Erscheinungscharakter ab, also davon, wie diese Emotionen vom Subjekt wahrgenommen werden. Ist diese Person ebenso ein Fan, so wird sie sich höchst wahrscheinlich von der Stimmung um ihr herum *anstecken lassen*. Ist sie dagegen Fan der gegnerischen Mannschaft, so wird die Stimmung um ihr herum höchst wahrscheinlich als bedrohlich wahrgenommen und stellt damit einen starken Kontrast und eine Diskrepanzerfahrung dar.

Durch innere Regungen wird also nicht nur der eigene Wahrnehmungsraum geprägt. Durch z.B. Mimik und Gestik erhalten Stimmungen einen Ausdruckscharakter, durch die sie entäußert werden. Damit ist die innere Stimmung ebenfalls ein Indikator für die Gestimmtheit des Raumes und damit der Atmosphäre.

II.4 Zusammenfassung

Die vorangegangenen Ausführungen zeigen, dass Atmosphäre durch Wahrnehmung und affektiver Betroffenheit Einfluss auf die Gemütslage des wahrnehmenden Subjektes hat. Es setzt sich entweder durch Ingression oder Diskrepanz mit seiner Umwelt in Beziehung. Andersherum wirkt die innere Gestimmtheit einer Person auf deren Raumempfinden zurück. Neben vielen weiteren materiellen und immateriellen Faktoren trägt der Mensch als wahrnehmendes Subjekt gleich zweifach zur Gestimmtheit des Raumes bei: Zum einen durch seine eigene Wahrnehmung und zum anderen durch seinen Ausdruckscharakter. Dieser ist durch wahrzunehmende Zeichen wie z.B. Kleidung, Bewegung, Gestik und Mimik geprägt aber auch durch die Entäußerungen der inneren Regungen.

Im Folgenden soll nun untersucht werden, wie sich der Faktor Mensch auf die besondere Atmosphäre im Krystallpalast Varieté Leipzig auswirkt. Davon ausgehend, dass eine besondere Stimmung auch Einfluss auf die besondere Atmosphäre im Varieté hat, soll nun analysiert werden, welche Indikatoren eine gute Stimmung im Publikum begünstigen.

III. Untersuchung der Atmosphäre eines Varietés

III.1 Definition des Konstruktes Varietéatmosphäre

Auf Grundlage der bisherigen Ausführungen lässt sich die Varietéatmosphäre als eine herrschende Größe zwischen den spezifischen Ekstasen der Umwelt im Varieté und der affektiven Befindlichkeit der Gäste definieren. In der folgenden Untersuchung soll aufgezeigt werden, welche Faktoren zu einer besonderen Atmosphäre beitragen. Hierzu ist es nötig den Gegenstand der Untersuchung hinreichend einzugrenzen und festzulegen, welche konkreten Inhalte das Konstrukt Varietéatmosphäre erfasst.

Mit dem Blick auf den Zeitaspekt wird die Atmosphäre während einer Veranstaltung untersucht. Dies entspricht dem Zeitrahmen vom Betreten des Varietés mit der Absicht eine Varietéshow zu erleben und evtl. auch das Showmenü einzunehmen, bis zum Verlassen des Theatergebäudes. Das Varieté weist außerhalb von Showbesuchen ebenfalls eine Atmosphäre auf, z.B. beim Kauf der Eintrittskarten. Auch in dieser Situation beeinflusst der Raum das Befinden der Personen, doch im Gegensatz zur Atmosphäre während einer Veranstaltung ist diese nicht relevant als Erlebniswert. Auch der Weg zum Varieté als Einstellung auf den Variétébesuch kann eine relevante Größe darstellen, jedoch lässt sich diese nur bedingt vom Veranstalter beeinflussen. Lediglich das Champus-und-Chauffeur-Arrangement stellt eine Möglichkeit dar, den Gästen eine möglichst gute Einstimmung auf den Abend zu bieten. Allerdings ist dies eine Zusatzleistung und auch nur für eine begrenzte Gästezahl pro Abend verfügbar. Deshalb soll auch dieser Aspekt aus der Untersuchung ausgeschlossen werden.

Als räumliche Begrenzung des zu untersuchenden Gegenstandes dienen zum einen die Grenzen des Theaterbaus. Zum anderen sollen auch nur die Bereiche betrachtet werden, in denen sich typischerweise die Gäste während der Veranstaltungszeit aufhalten. Foyer, Restaurant mit Lichthof und der Varietésaal zählen dazu. Nicht betrachtet werden Garderobe, der Toilettenbereich sowie Raucherraum und der Außenbereich. Auch der Salon „Friedel Höhnisch“ wird zunächst aus der Betrachtung ausgeschlossen, da dieser nur bei kompletter

Auslastung der Kapazitäten im Restaurant zur Bewirtung der Gäste oder bei Exklusivbuchung zur Verfügung steht. Im Rahmen dieser Arbeit wird deshalb auf die Untersuchung dieser Räumlichkeit verzichtet.

Das Gebäude des Krystallpalastes ist aufgrund baulicher wie auch funktioneller Faktoren bereits atmosphärisch besetzt. Die materiellen Elemente, die vom Theaterbau und der Innenausstattung getragen werden, tragen durchaus zur Atmosphärenbildung bei, sollen hier aber nicht näher untersucht werden. Von Bedeutung ist aber, dass das Varieté mit Bühne und Zuschauerraum offensichtliche Elemente eines Theaters; mit Service und Gastronomie auch Elemente eines Varietés aufweist. Es soll also keine Irritation oder atmosphärische Störung provoziert werden. Das Gegenteil ist der Fall. Dem Gast wird es möglichst leicht gemacht, sich auf die besondere Atmosphäre einzulassen und somit die Show zu genießen. Auf Grundlage der bisherigen Ausführungen wird angenommen, dass sich die innere Gestimmtheit der Personen im Publikum zusätzlich auf die Gestimmtheit des Raumes auswirkt. Dass sich das Publikum entspannt und ausgelassen unterhalten lässt, ist die Zielstellung eines jeden Varietéabends. Dafür sorgen die Varietéshows, die anhand der jeweiligen Dramaturgie darauf ausgelegt sind, Euphorie im Publikum zu erzeugen. Wie stark sich der Gast davon mitreißen lässt, hängt mitunter von den Menschen in seinem Wahrnehmungsraum ab. Mit der folgenden empirischen Untersuchung soll diese These untermauert werden.

III.2 Methode zur empirischen Untersuchung von Atmosphäre im Variété

Um die Atmosphäre im Krystallpalast Variété zu untersuchen wurde auf Erfahrungswerte zurückgegriffen. Dazu wurden mittels Leitfadeninterviews Experten in ihrem jeweiligen Arbeitsbereich im Variété befragt. „Als Experte gilt jemand, der auf einem begrenzten Gebiet über ein klares und abrufbares Wissen verfügt“ (Mayer 2009, S. 41). Die Interviews wurden mit den jeweiligen Verantwortlichen der Bereiche Restaurant, Theatersaal und Eingangsbereich geführt. Als Experten zeichnet sie aus, dass sie zu beinahe allen Veranstaltungen zugegen sind und sich

um das Wohl des Gastes bemühen. Sie haben ein Gespür für die Stimmungen des Gastes und Vergleichswerte durch jahrelange Erfahrung im Krystallpalast Variété.

Das Leitfadeninterview bietet sich als Forschungsmethode an, da es einen „ökonomischen Weg“ darstellt um konkrete Aussagen über einen Gegenstand zu ermitteln (Vgl. ebd., S. 37). Da verschiedene Parteien befragt werden, sind die Antworten, da durch den Interview-Leitfaden vorstrukturiert, gut vergleichbar. Die Befragten haben die Möglichkeit zu antworten, der Interviewer kann zudem individuell auf den Befragten eingehen.

Zur Erarbeitung des Leitfadens wurden Themenkomplexe herausgearbeitet. Mit der Annahme, dass sich die Stimmung des Publikums auf die Atmosphäre auswirkt, wurden folgende Komplexe formuliert:

1. Stimmung während der Veranstaltung am aktuellen Spielabend
2. Stimmung beeinflussende Faktoren
3. Einfluss der Stimmung auf die Atmosphäre im Variété
4. Mögliche weitere Faktoren, die Atmosphäre ausmachen/beeinflussen

Diesen Kategorien wurden nachfolgend Nachfrage-Themen zugeordnet, anhand derer das Interview geführt wurde. Die Fragen wurden innerhalb des Interviews situativ angepasst. Es wurde jeweils nur ein Interview mit dem Restaurantchef (R), der Saalchefin (S) und dem Maître de Plaisir (M) geführt, mit der Absicht vor allem durch Erfahrungswerte aussagekräftige Informationen zu erhalten. Zur Auswertung der Interviews dient ein pragmatisches Auswertungsverfahren (Vgl. ebd., S. 48). Die Interviews werden anhand der vorher erstellten Komplexe und Nachfrage-Themen in ein Kategorienschema eingeordnet und logisch verknüpft. Die Antworten können so leicht miteinander verglichen werden. Die Ergebnisse der Befragung werden im Folgenden zusammengefasst.

III.3 Ergebnisse der Befragung

Zunächst wurde die Situation zur vergangenen Veranstaltung erfragt. Die Befragten beschreiben die Stimmung im Allgemeinen als gut. Begründet wird die Stimmung vor allem mit dem Service, der am Abend geboten wird. Laut

Restaurantchef werden die Erwartungen, die an das Restaurant gestellt werden i.d.R. mehr als erfüllt. Damit steige auch die Zufriedenheit des Gastes. Außerdem sei das Arbeitsklima ein wichtiger Faktor für eine gute Stimmung im Publikum. Künstler und Servicepersonal vermitteln dem Publikum eine positive Grundstimmung. Die Antworten wurden, obwohl die Frage auf die aktuelle Veranstaltung gerichtet war, allgemein gehalten und treffen somit auf beliebige Spieltage zu. Die Publikumsstruktur im Restaurant sei an diesem Tag durchschnittlich gewesen. Zur Show kamen zusätzlich ehemalige Künstler und Freunde des Hauses (Aktion Künstlerstammtisch), die regelmäßig die Varietéshows besuchen. Ansonsten seien an diesem Tag keine Besonderheiten in der Publikumsstruktur bemerkbar gewesen. Im Vergleich zu anderen Spieltagen war die Stimmung durchschnittlich gut: „Ein ganz normaler Tag halt“ (Loewe 08.08.2015c, S. 2). Allgemein wird festgestellt, dass sich im Restaurant eher keine Stimmungsdynamik ergibt. Im Saal ist die Stimmung meist während der zweiten Veranstaltung gehobener als zur ersten, was auch an diesem Tag zu beobachten war.

Anschließend wird nach Faktoren gefragt, die die Stimmung des Publikums beeinflussen können. Sowohl von der Saalchefin als auch vom Restaurantchef wird bemerkt, dass bei größeren Gruppen eine Stimmungsdynamik entsteht und sich die Gäste gegenseitig beeinflussen. Bei Paaren hingegen ist die Stimmung eher konstant. Deren mitgebrachte Stimmung ist kaum zu beeinflussen. Bei Schulklassen als größere und auch jüngere Gruppen herrscht im Theatersaal eine sehr ausgelassene Stimmung. Es wird angemerkt, dass auch die innere Gestimmtheit des Servicepersonals Einfluss auf den Gast hat. Allgemein gilt: Wenn der Gast sich aufgehoben fühlt und zufrieden ist, ist die Stimmung auch dementsprechend gut.

Bevor der Einfluss der Stimmung auf die Atmosphäre erfragt wurde, sollten die Interviewten die Atmosphäre im Variété, bzw. in deren Wirkungsbereich allgemein beschreiben. Die besondere Atmosphäre des Varietés wird, nach Meinung der Befragten, klar durch die Räumlichkeiten bestimmt, ist aber ebenso abhängig vom Grad der Zufriedenheit der Gäste. Das Atmosphärenverständnis der Befragten beschränkte sich bis auf wenige Erläuterungen des Interviewers auf die All-

tagssprache. Stimmung und Atmosphäre wurden aufgrund dessen von den Interviewten häufig als Synonym verwendet. Dies war für die Befragung nicht hinderlich, sollte aber in der Auswertung beachtet werden. Der Zusammenhang zwischen Stimmung und Atmosphäre konnte oft in den Interviews nicht klar formuliert werden. Er wurde besonders dann beobachtet wenn Negativstimmungen wegen Unzufriedenheit aufkamen. Diese schlug sich spürbar atmosphärisch nieder. Im Restaurant hat die Atmosphäre, laut Restaurantchef, wenig Einfluss auf die innere Gestimmtheit der Gäste, die sich nur wenig durch äußere Gestimmtheit beeinflussen lässt. Im Varietésaal können allerdings einzelne Missstimmungen die Atmosphäre arg verderben. Wiederum eine gute Stimmung kann sich positiv auf die Atmosphäre auswirken.

Wie empfänglich die Gäste für die Atmosphäre im Variété sind, ist abhängig, mit welchen Erwartungen sie das Variété betreten. Erstbesucher nehmen die Atmosphäre anders wahr als Stammgäste oder erfahrene Variétébesucher. Wichtig sei auch die Art und Weise, wie die Gäste in Empfang genommen werden. Der Maître und in einigen Situationen auch der Conférencier haben die Möglichkeit „das Eis zu brechen“. Die Gäste mögen es, „an die Hand genommen zu werden“. Stammgäste wiederum können persönlich angesprochen werden, was eine familiäre Atmosphäre erzeugt. Auf die Frage, welche weiteren Faktoren die Atmosphäre im Variété beeinflussen, antworten die Interviewten, dass diese durchaus auch jahreszeitenabhängig sei. Besonders gut sei sie zur Vorweihnachtszeit oder Silvester. Das hängt, neben der Möglichkeit zuvor auf dem Weihnachtsmarkt zu verweilen, auch mit den gehäuften Gruppenbuchungen zusammen und dem vergleichsweise jüngeren Publikum. Wenn Gruppen im Publikum sitzen, ist meist die Stimmung am besten. Zu Shows zur späteren Stunde und am Wochenende ist der Saal, laut der Befragten, besonders gut gestimmt.

III.4 Interpretation und Folgerung

Die Antworten waren aufgrund der Arbeitsbereiche der Interviewten oft servicebezogen. Eine gute Stimmung zeichnet sich dort vor allem durch Zufriedenheit der Gäste aus, weniger durch Euphorie. Das bedeutet, dass im Restaurant eine gute Stimmung durch guten Service erreicht oder zumindest aufrechterhalten

werden kann. Es zählt nicht der Unterhaltungswert sondern der Wohlgefühlcharakter. Die Serviceleistung im Varietésaal muss als Zusatzleistung zum eigentlichen Unterhaltungsprogramm, der Show, betrachtet werden. Durch die Gastronomie wird dafür gesorgt, dass der Gast unbeschwert die Show genießen kann. Wenn für das leibliche Wohl des Gastes gesorgt ist, ist dieser empfänglicher für die Gefühle, die durch die Show übertragen werden sollen. Die Bereitschaft, sich unterhalten zu lassen und sich auf die Show einzustimmen, ist dementsprechend höher.

Die Auswertung der Befragungen zeigt, dass besonders Gruppen eine eigene Stimmungsdynamik entwickeln, die sich positiv auf die Gesamtstimmung im Saal auswirken kann. Die These, dass sich Stimmung auf Atmosphäre auswirkt, wird damit untermauert. Stimmungen werden durch den Ausdruckscharakter der Personen entäußert und von anderen in deren Wahrnehmungsbereich wahrgenommen. Atmosphäre wirkt hierbei als Medium, welche affektive Betroffenheit auslöst. Je stärker das Gefühl und je höher die Bereitschaft, sich auf das Gefühl einzulassen, desto spürbarer wird diese Atmosphäre wahrgenommen. Im günstigen Fall folgt daraufhin eine Ingressionserfahrung. Die Gäste, die in einer größeren Gruppe das Variété besuchen, sind untereinander bereits sehr aufgeschlossen und die gemeinsam entäußerten Gefühle können umso mächtiger auf sie einwirken. Umso stärker wird auch deren atmosphärische Umgebungsqualität von anderen wahrgenommen. Von Paaren geht, laut der Interviews, weit weniger Einfluss aus. Sie bleiben häufiger für sich und treten weniger aus sich heraus. Negativstimmungen wirken in diesem Umfeld eher als Kontrast, werden demnach auch leicht wahrgenommen und als Störung empfunden. Ob diese allerdings die gesamte Raumstimmung beeinflussen, hängt vom individuellen Gast und dessen Wahrnehmungsraum ab. Im Krystallpalast Variété wurde das Potential von Gruppenbuchungen aus rein unternehmerischer Sicht bereits erkannt. Gruppenanfragen werden zusammen mit Exklusivanfragen gesondert von Mitarbeitern des Marketings betreut. So kann im Rahmen der Möglichkeiten auf individuelle Wünsche eingegangen werden. Mit Blick auf die atmosphärische Erlebnisqualität zeigt sich nun eine weitere Dimension: Besu-

cherguppen können positiv zur besonderen Atmosphäre während der Veranstaltung beitragen. Dies steigert die Erlebnisqualität für alle Gäste. Da bereits auf die Akquise und Betreuung von Gruppen während der Angebots- und Buchungsphase sehr viel Wert gelegt wird, bedarf es hierbei keinen großen Handlungsbedarf. Bei der Bewerbung der Show sollte allerdings darüber nachgedacht werden, ob Aktionen für Paare, wie der Pärchentag oder verschiedene Partnerangebote, auf Aktionen für Gruppen umstrukturiert werden können.

Erfahrungsgemäß empfinden die Gäste des Krystallpalastes die Führung durch den Raum durch Service und Maître als angenehm. Sie fühlen sich dadurch aufgehoben und von Entscheidungen entlastet. Der Gast gerät dadurch in eine geborgene Atmosphäre. Ihm wird suggeriert, dass er sich keine Sorgen zu machen braucht, da für ihn bereits alles vorbereitet ist und er erwartet wird. Außerdem trägt der Umgang mit dem Gast ebenfalls zur Einstimmung auf den Abend bei. Diese hat sich im Gespräch als sehr wichtige Komponente herausgestellt. Die persönliche Begrüßung durch den Maître de Plaisir und der Empfang im Restaurant werden von den Gästen positiv aufgenommen. Dadurch verfestigt sich die Rolleneinteilung in Gast und Gastgeber. Diese kann aber auch zerstört werden, mit provozierten Irritationen, wie etwa der Führung des Gastes durch den Backstage-Bereich über die Bühne in den Saal. Dies war beispielsweise bei der Show „Winterflimmern“ der Fall. Der Gast nahm die Rolle des Darstellers ein, womit eine Irritation beim Gast hervorgerufen wurde, aber auch eine besondere Einstimmung auf die Show.

Der Besuch des Restaurants vor der Show ist außerdem eine gute Möglichkeit der Einstimmung auf die Show. Die Gäste nehmen nach dem Menü entspannt und locker im Varietésaal Platz. Nicht zu unterschätzen sei auch der Weg zum Variété. Zwar war dieser nicht Gegenstand der Untersuchung, jedoch wurde festgestellt, dass vor allem in der Weihnachtszeit der Besuch des Weihnachtsmarktes als gute Möglichkeit zur Einstimmung auf den Abend genutzt wird. Treffpunkte bzw. Wegbegleitungen könnten aber auch das gesamte Jahr über dem Krystallpalast Variété zur Vorbereitung der Gäste auf die Show verhelfen. Eine Bar oder Lounge könnte als Alternative zum Drei-Gänge-Menü, aber auch

als möglicher Treffpunkt für die Gäste dienen. Maître oder Künstler könnten dort den Besucher bereits vor der Show harmlos bespaßen (Vgl. Loewe 08.08.2015b, S. 2).

Die Interviews wurden während der eher publikumsschwachen Saison im Sommer geführt. Um der qualitativen Untersuchung einen repräsentativeren Charakter zu verleihen wird empfohlen, die Interviews zur Hochsaison im Herbst und Winter zu wiederholen und die Erfahrungswerte der Interviewten mit tatsächlichen Eindrücken zu vergleichen. Die Befragten stimmten mit Ihren Aussagen darüber überein, dass zur Adventszeit eine besonders gute Stimmung und Atmosphäre im Varieté herrscht. Ebenso wird empfohlen, in dieser Zeit den Salon „Friedel Höhnisch“ auf dessen atmosphärische Eigenschaften zu untersuchen, da er zu dieser Zeit wieder verstärkt genutzt wird.

IV. Fazit und Ausblick

Das privatwirtschaftliche Unternehmen Krystallpalast Varieté Leipzig bieten seinen Besuchern mit seinen internationalen Varietéshows und dem kulinarischen Angebot unterhaltsame und vergnügliche Erlebniswerte. Das Ziel ist es dem Gast mit jedem Besuch etwas Außergewöhnliches zu bieten. Neben der Qualität der Varietéshow und dem gastronomischen Service nehmen die Gäste die atmosphärische Erlebnisqualität des Varietés wahr, welche die innere Gestimmtheit des Besuchers beeinflussen kann. In dieser Arbeit wurde dargelegt, welche Faktoren zu einer positiven und besonderen Atmosphäre beitragen können. Neben baulichen Bedingungen, die dem Variététheater bereits eine besondere Atmosphäre zutragen, sorgen Verhalten und innere Gestimmtheit der Personen im Variététheater dafür, dass sich eine besondere Stimmung ausbreitet und zu einer Veränderung der Atmosphäre beiträgt. Anhand einer qualitativen empirischen Untersuchung wurden positiv beeinflussende Faktoren ausgemacht. Gruppen tragen zu einer guten und ausgelassenen Gesamtstimmung im Publikum bei. Sie lassen sich besonders von den Gefühlen, die von der Bühne aus durch die Künstler übertragen werden sollen, mitreißen. Diese Erkenntnis wurde als Potenzial formuliert, die sich das Varieté zunutze machen kann. Für eine besondere Atmosphäre im Varietésaal ist es förderlich, weniger Paare, dafür aber Gruppen, für die Shows zu begeistern. Wie dies erreicht werden kann ist eine Frage des Marketings.

Die besondere Atmosphäre im Varieté trägt zum besonderen Erlebnischarakter der Veranstaltungen bei. Natürlich kann diese nur ihre Wirkung auf den Gast haben, wenn auch alle anderen Faktoren, vom Empfang über die Show bis zur Serviceleistung, einen positiven Eindruck auf den Gast hinterlassen. Für den Krystallpalast ist es besonders wichtig, dass der Besucher zufrieden und mit einem guten Gefühl das Haus verlässt und gern wieder den Fuß über die Eingangsschwelle setzt. Eine positive Atmosphäregestaltung kann durchaus einen Beitrag dazu leisten.

Literaturverzeichnis

Bibliographisches Institut GmbH (Hg.) (o.J.). Dudenverlag. Online verfügbar unter www.duden.de/rechtschreibung/Variete, zuletzt geprüft am 06.08.2015.

Böhme, Gernot (2001): *Asthetik. Vorlesungen über Ästhetik als allgemeine Wahrnehmungslehre*. München: Fink.

Böhme, Gernot (2013a): *Architektur und Atmosphäre*. 2., korrigierte Aufl. Paderborn: Fink.

Böhme, Gernot (2013b): *Atmosphäre. Essays zur neuen Ästhetik*. 7., erw. und überarb. Aufl. Berlin: Suhrkamp (edition Suhrkamp, 2664).

Bollnow, Otto Friedrich (1994): *Mensch und Raum*. 7. Aufl. Stuttgart: Kohlhammer.

Busse, Anja (1998): *Saltos, Stars und Sekt auf Marken. Krystallpalast Varieté Geschichten*. Leipzig: stoneart verlag.

Fuchs, Thomas (2000): *Leib, Raum, Person. Entwurf einer phänomenologischen Anthropologie*. Stuttgart: Klett-Cotta.

Günther, Ernst (1978): *Geschichte des Varietés*. DDR - Berlin: Henschelverlag Kunst und Gesellschaft (Taschenbuch der Künste).

Hasse (Hg.) (2012): *Atmosphären der Stadt. Aufgespürte Räume*. Berlin: Jovis Verlag.

Hauskeller, Michael (1995): *Atmosphären erleben. Philosophische Untersuchungen zur Sinneswahrnehmung*. Berlin: Akademie Verlag.

Heinze, Dirk (09.01.2006): Interview Rüdiger Pusch, Geschäftsführer, Krystallpalast Varieté Leipzig. Interview mit Rüdiger Pusch. Krystallpalast Varieté Leipzig. online.

Hügel, Hans-Otto (Hg.) (2003): *Handbuch Populärer Kultur. Begriffe, Theorien und Diskussionen*. Stuttgart: Metzler.

Jansen, Wolfgang (1990): *Das Varieté. Die glanzvolle Geschichte einer unterhaltenden Kunst*. Berlin: Edition Hentrich (Beiträge zu Theater, Film und Fernsehen aus dem Institut für Theaterwissenschaften der Freien Universität Berlin, 5).

Loewe, Nadin (08.08.2015a): Experteninterview zur Atmosphäre im Krystallpalast Varieté Leipzig. Interview mit Restaurantchef. Restaurant des Krystallpalastes. Transkription.

Loewe, Nadin (08.08.2015b): Experteninterview zur Atmosphäre im Krystallpalast Varieté Leipzig. Interview mit Maître de Plaisir. Büro des Krystallpalastes. Transkription.

Loewe, Nadin (08.08.2015c): Experteninterview zur Atmosphäre im Krystallpalast Varieté Leipzig. Interview mit Saalchefin. Theatersaal des Krystallpalastes. Transkription.

Lorenz, Claudia (1999): Atmosphäre. Eine praktische Annäherung an den ästhetischen Begriff Gernot Böhmes am Beispiel des Museums für Moderne Kunst Frankfurt am Main. In: *Mitteilungen & Materialien, Zeitschrift für Museum und Bildung* (51), S. 16–33.

Löw, Martina (2001): Raumsoziologie. 1. Aufl., Originalausg. Frankfurt am Main: Suhrkamp (1506).

Mayer, Horst Otto (2009): Interview und schriftliche Befragung. Entwicklung, Durchführung und Auswertung. 5., überarb. Auflage. München: Oldenbourg.

Paetzold, Heinz (2012): Theorie der Erfahrung von Atmosphären offener städtischer Räume. In: Christiane Heibach (Hg.): *Atmosphären. Dimensionen eines diffusen Phänomens*. Paderborn: Fink (Bd. 3), S. 229–245.

Rauh, Andreas (2012): Die besondere Atmosphäre. Ästhetische Feldforschungen. Bielefeld: Transcript.

Rodatz, Christoph (2010): Der Schnitt durch den Raum. Atmosphärische Wahrnehmung in und ausserhalb von Theaterräumen. Bielefeld: Transcript (23).

Schmitz, Hermann (2012): Atmosphäre und Gefühl. Für eine neue Phänomenologie. In: Christiane Heibach (Hg.): *Atmosphären. Dimensionen eines diffusen Phänomens*. Paderborn: Fink (Bd. 3), S. 39–56.

Seggern, Hille von; Havemann, Antje (2004): Die Atmosphäre des Ernst-August-Platzes in Hannover. Beobachtungen und Experimente im öffentlichen Raum. Hannover: Inst. für Freiraumentwicklung und Planungsbezogene Soziologie [u.a.] (Beiträge zur räumlichen Planung, H. 74).

Tellenbach, Hubertus (1968): Geschmack und Atmosphäre. Medien menschlichen Elementarkontaktes. Salzburg: Otto Müller Verlag (Neues Forum, 8).

Uhrich, Sebastian (2008): Das Konzept Atmosphäre in Fußballstadien - Konzeptualisierung und Operationalisierung. In: Martin Benkenstein (Hg.): *Neue Herausforderungen an das Dienstleistungsmarketing*. 1. Aufl. Wiesbaden: Betriebswirtschaftlicher Verlag Dr. Th. Gabler / GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden (Gabler Edition Wissenschaft Focus Dienstleistungsmarketing), S. 41–77.

Krystallpalast Varieté Leipzig GmbH & Co. KG (o. J.): Website. Online verfügbar unter www.krystallpalast.de/, zuletzt geprüft am 06.08.2015.

Zumthor, Peter (2006): *Atmosphären. Architektonische Umgebungen. Die Dinge um mich herum*. Basel, Boston, Berlin: Birkhäuser.

Anlagenverzeichnis

- Anlage 1:** Loewe, Nadin (08.08.2015a): Experteninterview zur Atmosphäre im Krystallpalast Varieté Leipzig. Interview mit Restaurantchef. Restaurant des Krystallpalastes. Transkription
- Anlage 2:** Loewe, Nadin (08.08.2015b): Experteninterview zur Atmosphäre im Krystallpalast Varieté Leipzig. Interview mit Maître de Plaisir. Büro des Krystallpalastes. Transkription
- Anlage 3:** Loewe, Nadin (08.08.2015c): Experteninterview zur Atmosphäre im Krystallpalast Varieté Leipzig. Interview mit Saalchefin. Theatersaal des Krystallpalastes. Transkription
- Anlage 4:** Eidesstattliche Erklärung

Experteninterview zur Atmosphäre im Krystallpalast Varieté Leipzig

Interviewer: Nadin Loewe

Datum: 08.08.2015

Ort: Krystallpalast Varieté Leipzig, Restaurant

Interviewte Person: Restaurantchef (R)

Ablauf:

- Vorstellung
- Darlegung der Ziele der Befragung
- Auf Anonymität der Befragung verweisen
- Gesprächsführung anhand des Leitfadens

Leitfaden:

5. Stimmung während der Veranstaltung am aktuellen Spielabend

- a. Wie würdest Du die Stimmung während der letzten Vorstellung beschreiben?
- b. Was könnten Faktoren für eine solche Stimmung sein?
- c. Wie schätzt du das Publikum am Abend ein (Besonderheiten in der Altersstruktur, Gruppen, besondere Anlässe)?
- d. Wie ist diese Stimmung mit anderen Tagen zu vergleichen?

6. Stimmung beeinflussende Faktoren

- a. Welche Bedingungen begünstigen eine besonders gute Stimmung?

7. Einfluss der Stimmung auf die Atmosphäre im Varieté

- a. Wie würdest Du die allgemeine Atmosphäre im Varieté beschreiben?
- b. Inwiefern hat die allgemeine Stimmung des Publikums Auswirkung auf die Atmosphäre im Varieté?

8. Mögliche weitere Faktoren, die Atmosphäre ausmachen/beeinflussen

- a. Was, denkst Du, macht die besondere Atmosphäre des Varietés für den Besucher aus?
- b. Welche Dinge wirken sich positiv/ negativ auf die Atmosphäre im Varieté aus?

Anlage 1

Die Stimmung gestern war wie immer locker. Das liegt vor allem am qualitativ hochwertigen Service. Wenn ich zum Beispiel einen lockeren Umgang mit dem Gast pflege, dann kommt es auf dem Gast drauf an, ob ich eher locker oder formal mit ihm umgehe. Der Kellner muss das einschätzen können. Dafür machen wir ja auch die entsprechende personelle Einteilung, wenn wir personell gut aufgestellt sind. Natürlich gibt es immer solche Gäste, die der Meinung sind: ‚Ich habe dafür gezahlt, also kann ich auch bekommen, was ich will‘, aber das ist die Ausnahme. Besonders ist bei uns die Verbindung mit der Show. Dadurch sind die Erwartungen einfach niedriger als unsere Leistung tatsächlich ist. Das Preis-Leistungs-Verhältnis ist, meiner Meinung nach, einfach mal sehr gut. Dann sind die Gäste schon einmal überrascht. Meist erwarten die einfach was anderes und darüber sind sie schon einmal erstaunt. Wir haben es hier aber auch in dem Sinne einfacher, da unsere Abläufe planbar sind, im Gegensatz zu einem à-la-carte-Restaurant. Wir können uns viel mehr auf den Gast einlassen, da die Abläufe klar sind und nur selten Unvorhergesehenes passiert. Dadurch sind die Gäste schon einmal positiv vom Service überrascht. Die Stimmung im Restaurant ist ansonsten immer sehr individuell. Der Gast hat schlechte Laune, wenn der Service nicht hinhaut.

Gestern hatten wir eine Siebener-Gruppe, ansonsten Paare und Dreier-Konstellationen. Nichts Besonderes.

Das Klientel ist sehr wichtig für die Stimmung. Ältere Herrschaften sind immer sehr vorsichtig. Die denken immer, wir bescheißen sie, hinterfragen jeden Preis. Ansonsten herrscht ja im Restaurant auch eher keine Euphorie sondern Zufriedenheit. Obwohl man schon sagen kann, dass die Stimmung einzelner die anderen ansteckt, die steigen dann darauf ein. Das ist gerade bei Gruppen der Fall. Bei Pärchen herrscht immer ein gewisser Grundtenor, egal was passiert. Die gehen meist aus dem Restaurant raus, wie sie reingegangen sind.

Faktoren für die Stimmung hier im Restaurant ist schon einmal der Einlass. Da fängt es an. Die Leute fühlen sich aufgehoben. Sie werden abgeholt, müssen sich keinen Tisch selber suchen. Dann muss ich natürlich schauen, wie spreche ich

Anlage 1

den Gast an. Ist der Kellner unzufrieden? Kann man es ihm ansehen? Ist das Lächeln echt oder gespielt? Das merkt der Gast einfach mal. Also ist das Betriebsklima sehr wichtig. Wenn der Kellner schlecht gelaunt ist, schafft er es nicht, dem Gast einen schönen Abend zu bereiten. Die Stimmung schwappt über. Das Betriebsklima ist das A und O.

Dann gibt es natürlich gewisse Service-Ablauf-Regeln, die eingehalten werden. Wir müssen uns immer klar machen, dass der Gast viel Zeit hat. Der Gast hat Zeit um zu beobachten. Der sieht, wenn ein Kellner nichts zu tun hat oder wenn er Stress hat und damit nicht klar kommt. Aber den Service an sich nimmt der Gast nur unbewusst wahr. Er nimmt halt das Gesamtpaket wahr. Wenn er das Haus am Abend verlässt, war er vielleicht mit der Gastro zufrieden, aber sieht immer das Gesamtpaket.

Was die Atmosphäre hier ausmacht, ist erst einmal die Räumlichkeit an sich. Das ist hier kein 08/15 viereckiger Raum. Er wirkt groß, gerade auch durch den Lichthof. Dann, dass wir teilweise keine normalen Stühle haben, sondern Sessel. Das wirkt auf jeden Fall atmosphärisch. Auch wenn einige der Meinung sind, dass die Sitzhöhe ungeeignet ist. Ansonsten ist hier im Restaurant die Stimmung klar durch Atmosphäre beeinflussbar, aber nur schwer. Ändern ist immer möglich, aber zu 80% geht der Mensch so raus wie er gekommen ist. Man muss halt den Gast einschätzen können. Mit dem Service ist die Atmosphäre durchaus beeinflussbar, aber das hängt von der Auslastung ab. Wie sehr kann ich mich auf den Gast konzentrieren. Das geht einfacher, wenn mehrere Gruppen im Restaurant sitzen, als wenn ich viele kleine Pärchen bedienen muss.

Zum Weihnachtsmarkt herrscht immer eine gute Atmosphäre. Die Leute kommen schon ein wenig angetrunken herein. Weihnachten generell ist die Stimmung immer gut. Da kommen halt auch viele Gruppen und entwickeln eine gewisse Gruppendynamik. Außerdem sind es da weniger die Rentnergruppen, sondern auch mal viele jüngere Leute. Dann natürlich Silvester. Da will auch jeder gute Stimmung haben und lässt sie sich nicht so einfach vermiesen. Die Grundeinstellung ist mal schon eine andere. Und ansonsten ist es auch Tageszei-

Anlage 1

ten-abhängig. Die Kaffeeshow ist immer etwas verhaltener als abends. Da findet das Menü ja auch schon ziemlich zeitig statt.

Wie die Atmosphäre auf die Gäste wirkt, kann man so pauschal gar nicht sagen. Unsere Stammgäste die wissen, was sie erwartet, obwohl es trotzdem immer was anderes ist. Aber da ist natürlich die persönliche Betreuung, die da eine große Rolle spielt. Man kennt sich und kann die Leute auch ganz anders begrüßen. Die Leute fühlen sich aufgehoben und kommen deshalb auch immer wieder. Auch bei den Erstbesuchern muss man wieder unterscheiden. Ist der Gast ein erfahrener Weggeher, geht er also regelmäßig in die Oper oder ins Varieté oder fein essen. Aber dieser wird feststellen, dass unser Menü qualitativ sehr gut ist im Vergleich zu anderen Varietés. Die, die nicht so oft weggehen, sind generell immer begeistert. Weil sie oftmals gar nicht wissen, was sie erwartet. Viele haben die Karten geschenkt bekommen und denken, das Varieté ist ein simpler Zirkus. Die haben einfach andere Erwartungen. Die kommen ins Haus hinein und sehen erst einmal diesen Kronleuchter und sind verblüfft. Das ist halt keine Dorf-kneipe, aber auch kein Nobelrestaurant. Es ist genau die Mitte. Das spricht halt auch eine breite Klientel an. Wir gehen ja auch den kulinarischen Mittelweg.

Experteninterview zur Atmosphäre im Krystallpalast Varieté Leipzig

Interviewer: Nadin Loewe (L)

Datum: 08.08.2015

Ort: Krystallpalast Varieté Leipzig, Restaurant

Interviewte Person: Maître de Plaisir (M)

Ablauf:

- Vorstellung
- Darlegung der Ziele der Befragung
- Auf Anonymität der Befragung verweisen
- Gesprächsführung anhand des Leitfadens

Leitfaden:

9. Stimmung während der Veranstaltung am aktuellen Spielabend

- a. Wie würdest Du die Stimmung während der letzten Vorstellung beschreiben?
- b. Was könnten Faktoren für eine solche Stimmung sein?
- c. Wie schätzt du das Publikum am Abend ein (Besonderheiten in der Altersstruktur, Gruppen, besondere Anlässe)?
- d. Wie ist diese Stimmung mit anderen Tagen zu vergleichen?

10. Stimmung beeinflussende Faktoren

- a. Welche Bedingungen begünstigen eine besonders gute Stimmung?

11. Einfluss der Stimmung auf die Atmosphäre im Varieté

- a. Wie würdest Du die allgemeine Atmosphäre im Varieté beschreiben?
- b. Inwiefern hat die allgemeine Stimmung des Publikums Auswirkung auf die Atmosphäre im Varieté?

12. Mögliche weitere Faktoren, die Atmosphäre ausmachen/beeinflussen

- a. Was, denkst Du, macht die besondere Atmosphäre des Varietés für den Besucher aus?
- b. Welche Dinge wirken sich positiv/ negativ auf die Atmosphäre im Varieté aus?

Anlage 2

M: Die Stimmung war heute natürlich durch die Hitze bestimmt. Die Leute waren ja schon fertig, als sie ins Haus reinkamen. Ansonsten waren die Leute abgeschlossen. Es war ein schöner Abend. Die erste Show ist immer etwas verhaltener. Bei der zweiten sind die Leute immer etwas lockerer, da haben sie schon gegessen und etwas getrunken.

N: Was beeinflusst die Stimmung der Leute?

M: Na einmal natürlich die Räumlichkeit. Die Leute sind schon einmal ziemlich begeistert von der Spielstätte. Dann die künstlerische Live-Atmosphäre. Es ist ja alles so nah, fast zum Anfassen. Dann bietet es eine gute Alternative zum Fernsehen. Gerade bei jungen Leuten, so pubertierende Teenager, wenn die von ihren Eltern her geschleift werden. Die sind dann immer sehr skeptisch und mürrisch. Da machen ich dann immer schon ein Späßchen: ‚Da ist aber jemand besonders glücklich hier zu sein‘. Ich versichere ihm dann aber, dass da für jeden was dabei ist. Und zum Schluss kommen dann auch diese Teenager vergnügt aus dem Saal.

N: Was macht die besondere Atmosphäre im Varieté aus?

M: Also der Conférencier ist sehr wichtig. Es kommt immer darauf an, wie man die Menschen in Empfang nimmt. Das war bei der letzten Show hier, Winterflimmern, mit dem Fernseh motto ganz gut gemacht. Da waren die Menschen ganz irritiert, dass sie hinter der Bühne in den Saal gelassen werden. Da konnte man mit den Leuten schon seinen Spaß machen. Wenn da einer sich zierte und meinte, er sei doch gar kein Künstler, da habe ich dann gesagt: ‚Tja, einmal Kleindarsteller, immer Kleindarsteller‘. Da war das Eis gebrochen. Die Leute freuen sich, wenn sie an die Hand genommen werden und sie harmlos bespaßt. Dann mögen sie hier das Verspielte, die kleine Nostalgie, die in der Luft liegt. Das könnte, meiner Meinung nach, noch verbessert werden. Also dieses Treppenhaus und der Eingangsbereich müssten einfach umgestaltet werden. Da muss man noch etwas machen. Das muss atmosphärischer sein.

N: Zu welchen Zeiten herrscht eine besonders gute Stimmung?

Anlage 2

An den Wochenenden. Und natürlich zur Herbst- und Wintershow. Wenn Gruppen oder Grüppchen im Saal sitzen. Familien, so mit Vater Mutter und pubertierenden Kindern, da ist die Stimmung eher mies. Aber die steigt während der Show.

Experteninterview zur Atmosphäre im Krystallpalast Varieté Leipzig

Interviewer: Nadin Loewe (L)

Datum: 08.08.2015

Ort: Krystallpalast Varieté Leipzig, Theatersaal

Interviewte Person: Saalchefin (S)

Ablauf:

- Vorstellung
- Darlegung der Ziele der Befragung
- Auf Anonymität der Befragung verweisen
- Gesprächsführung anhand des Leitfadens

Leitfaden:

13. Stimmung während der Veranstaltung am aktuellen Spielabend

- a. Wie würdest Du die Stimmung während der letzten Vorstellung beschreiben?
- b. Was könnten Faktoren für eine solche Stimmung sein?
- c. Wie schätzt du das Publikum am Abend ein (Besonderheiten in der Altersstruktur, Gruppen, besondere Anlässe)?
- d. Wie ist diese Stimmung mit anderen Tagen zu vergleichen?

14. Stimmung beeinflussende Faktoren

- a. Welche Bedingungen begünstigen eine besonders gute Stimmung?

15. Einfluss der Stimmung auf die Atmosphäre im Varieté

- a. Wie würdest Du die allgemeine Atmosphäre im Varieté beschreiben?
- b. Inwiefern hat die allgemeine Stimmung des Publikums Auswirkung auf die Atmosphäre im Varieté?

16. Mögliche weitere Faktoren, die Atmosphäre ausmachen/beeinflussen

- a. Was, denkst Du, macht die besondere Atmosphäre des Varietés für den Besucher aus?
- b. Welche Dinge wirken sich positiv/ negativ auf die Atmosphäre im Varieté aus?

Anlage 3

N: wie war die Stimmung gestern hier im Saal während der Veranstaltung?

S: supi. Alle waren zufrieden. Das Programm kommt gut an. Die Getränke gehen gut.

N: Getränke sind ein guter Indikator für eine gute Stimmung?

S: Ja, auf jeden Fall. Wenn die Leute gut drauf sind, trinken sie auch mehr.

N: Was, glaubst du, machte die gute Stimmung aus?

S: Das Arbeitsklima. Die Künstler, die Gastro sind gut drauf. Das bekommen die Gäste mit.

N: Gab's gestern Auffälligkeiten im Publikum? Besondere Gäste? Oder Durchschnitt?

S: Gestern war Künstlerstammtisch, aber das macht kein Unterschied zu anderen Gästen. Die lassen sich noch genauso begeistern. Wir haben gerade eine klassische Varietéshow, die mögen sie eh lieber. Von der Altersstruktur war von 23 bis 70 alles dabei. Ein ganz normaler Tag halt.

N: Kannst du Showzeiten ausmachen, zu denen die Stimmung meist besonders gut ist?

S: Am Wochenende. Je nach Spielzeit ist es ziemlich unterschiedlich. Wenn Schulklassen da sind, ist die Stimmung am ausgelassensten. Da geht's immer ab. Aber ansonsten gibt es auch keinen Unterschied zwischen Erstbesuchern und Stammgästen. Wichtig ist immer, dass man selber gute Laune hat, lächelt, Blickkontakt mit den Leuten hat. Dann ist auch schon die Begrüßung wichtig. Wie das der Max macht. Wie er sie begrüßt und zum Platz bringt. Das klappt immer besser, wenn er sich Zeit nehmen kann für die Gäste. Dann macht er auch mal sein Späßchen. Da kommt gut an.

N: Wie ist die allgemeine Atmosphäre hier im Varieté?

S: Das Arbeitsklima muss halt passen, auf allen Ebenen. Wenn die Gäste sich aufgehoben fühlen, herrscht auch eine gute Atmosphäre.

Anlage 3

N: Was hat die Stimmung der Leute mit der Atmosphäre im Saal zu tun?

S: Na wenn eine Omagruppe meckert, dass ihr Platz scheiße ist, hatten wir letz-
tens, dann ist alles doof, egal was man macht und was noch passiert. Es ist
schwer, diesem Gast noch irgendetwas recht zu machen. Der wird sich auch nicht
mehr von der Show hinreißen lassen. Dann gibt es ja immer diese Gruppendy-
namik. Wenn es am Nachbartisch Gemurre gibt, dann lässt man sich selbst gern
anstecken. Aber natürlich auch anders herum. Fröhliche Menschen können auch
andere anstecken. Und wenn ein Kellner mit einem Gast nicht klar kommt, dann
wechseln wir sofort den Kellner, wenn es gar nicht geht. Die Begrüßung ist schon
wichtig.

N: Wann herrscht so eine besondere Stimmung?

S: Bei Betriebs- oder Familienfeiern. Wenn der Alkoholpegel steigt. In der zwei-
ten Hälfte sind die Menschen meist aufgetaut. Da ist meistens bessere Stim-
mung. Und wenn die Gäste vorher gegessen haben, dann sind sie entspannt.

Eidesstattliche Erklärung

Leipzig, 28.08.2015

Ich erkläre hiermit an Eides statt, vorliegende Arbeit selbstständig und ohne Zuhilfenahme unzulässiger Hilfsmittel angefertigt zu haben. Wörtliche oder dem Sinne nach übernommene Ausführungen sind gekennzeichnet, so dass Missverständnisse über die geistige Urheberschaft ausgeschlossen sind. Diese Arbeit war bisher noch nicht Bestandteil einer Studien- oder Prüfungsleistung in gleicher oder ähnlicher Fassung.