

# CATERING & PAYMENT



# DIE PARTNER IM CATERING

Während einige Clubs das **Catering in Eigenregie** – teils über eigens dafür gegründete Gesellschaften – durchführen, setzt die Mehrheit auf die **Erfahrung von externen Partnern**.

Mit dem FC Augsburg und dem 1. FC Köln haben sich jüngst zwei Clubs dafür entschieden, das Catering im Stadion selbst durchzuführen. Der Bundesligist aus Bayern setzt mit seinem neuen Konzept auf Regionalität, Vielfalt und Qualität; auch der Zweitligist aus dem Rheinland will das Thema Nachhaltigkeit beim Gastroangebot in den Vordergrund rücken.

Die beiden Clubs folgen dem Beispiel acht anderer Profifußball-Clubs, die das Stadion-Catering ebenfalls in Eigenregie umsetzen. Die restlichen 46 Clubs setzen auf die Expertise von aufs Catering spezialisierten Partnern.

Dabei gibt es nur vier Unternehmen, die an mehreren Standorten die Verpflegung mit Speisen und Getränken verantwortlich sind. Neben Big Player Aramark Restaura-tions GmbH, die gleich acht Stadien betreuen, sind dies die A|S|H arena catering GmbH & Co. KG mit vier Stadien sowie die Supreme Sports Hospitality GmbH und die Levy Restaurants GmbH mit je zwei Stadien. ◆



## Stadionwelt®

Weitere Tabellen und Übersichten zu zahlreichen Themen finden Sie online im Data Center von Stadionwelt.

### Cateringpartner: Bundesliga 2024/25

Club	Partner
1. FC Heidenheim	- <sup>1)</sup>
1. FC Union Berlin	Alte Försterei Veranstaltungs GmbH <sup>1)</sup>
1. FSV Mainz 05	Gaul Catering GmbH & Co. KG
Bayer 04 Leverkusen	Bayer Gastronomie GmbH <sup>1)</sup>
Borussia Dortmund	BVB Event & Catering GmbH <sup>1)</sup>
Borussia Mönchengladbach	Aramark Restaura-tions GmbH, BHG.BROICHATERING (GMBH2), BR Ausschankservice, Harald Röbers
Eintracht Frankfurt	Supreme Sports Hospitality Frankfurt GmbH
FC Augsburg	- <sup>1)</sup>
FC Bayern München	DO & CO München GmbH
FC St. Pauli	Stereolicious GmbH
Holstein Kiel	Budenzauber Betriebs- und Catering GmbH
RB Leipzig	Gastrobüro GmbH & Co. KG
SC Freiburg	Bellini GmbH <sup>3)</sup>
TSG 1899 Hoffenheim	Levy Restaurants GmbH
VfB Stuttgart	Aramark Restaura-tions GmbH
Vfl Bochum 1848	Aramark Restaura-tions GmbH
Vfl Wolfsburg	412 Events GmbH & Co. KG, FKP Eventservice GmbH
Werder Bremen	Supreme Sports Hospitality Bremen GmbH

1) Kein externer Cateringpartner 2) VIP-Caterer

3) Zusätzlich weitere verschiedene eigenständige Kioskbetreiber.

Stand: 21.10.2024

Quelle: Clubs

### Cateringpartner: 2. Bundesliga 2024/25

Club	Partner
1. FC Kaiserslautern	FCK Gastronomie GmbH <sup>1)</sup>
1. FC Köln	- <sup>1)</sup>
1. FC Magdeburg	CE Veranstaltungslogistik & Eventcatering GmbH
1. FC Nürnberg	Aramark Restaura-tions GmbH
Eintracht Braunschweig	A S H arena catering GmbH & Co. KG
FC Schalke 04	FC Schalke 04 Arena Management GmbH <sup>1)</sup>
Fortuna Düsseldorf	Aramark Restaura-tions GmbH
Hamburger SV	Aramark Restaura-tions GmbH
Hannover 96	Hannover Congress Centrum (HCC)
Hertha BSC	Aramark Restaura-tions GmbH
Karlsruher SC	Levy Restaurants GmbH
SC Paderborn	A S H arena catering GmbH & Co. KG, Schröder Eventfood
SC Preußen Münster	Bröker Gastro & Events, Mario Engbers Gastronomie & Service GmbH, Pipeline Gastronomie GmbH
SpVgg Greuther Fürth	Keepers & Cooks GmbH
SSV Jahn Regensburg	Regensburg Events GmbH
SSV Ulm 1846	Steer Gastro GmbH
SV Darmstadt 98	Stolz Service GmbH
SV Elversberg	place2b EVENT.CATERING.

1) Kein externer Cateringpartner

Stand: 21.10.2024

Quelle: Clubs

# KEIN BIER FÜR VIER

Für zahlreiche Fans gehören **Bratwurst und Bier** unweigerlich zum **Stadionerlebnis**. Was **Getränke und Speisen** in den deutschen Profistadien zur Saison 2024/25 **kosten** und wie sie sich im Vergleich zur vergangenen Spielzeit entwickelt haben.

Die im deutschen Volksmund gängige Redewendung „Kein Bier vor Vier“ dürfte so ziemlich jedem bekannt sein. In Deutschlands Stadien findet diese nur bedingt Anwendung, werden doch schon vor Spielbeginn die Getränkestände hochfrequentiert angelaufen. Etwas angepasst trifft die Redensart schon eher zu: „Kein Bier für Vier“. Der Blick auf die Bierpreise in den Stadien der Bundesliga, 2. Bundesliga und 3. Liga zeigt auf, dass fast drei Viertel aller 56 Proficlubs 5,00 Euro oder mehr für einen halben Liter Bier verlangen.

Betrachtet man nur die beiden oberen Ligen gibt es mit dem 1. FC Magdeburg und dem SSV Ulm 1846 sogar nur zwei

Clubs, die ihr Stadionbier für 4,50 Euro anbieten. Bei den Ulmer ist der Preis jedoch mit Vorsicht zu genießen. Der letztjährige Drittligist schenkt das Bier nicht wie in den meisten Stadien üblich als halben Liter aus, sondern in einem 0,4-Liter-Becher. In der Hochrechnung liegt der SSV Ulm 1846 damit bei 5,63 Euro pro halber Liter Bier. Damit zahlen die Besucher des Donaustadion im Ligavergleich am meisten.

Ähnlich teuer wird es beim 1. FC Kaiserslautern, 1. FC Nürnberg, Fortuna Düsseldorf und der SpVgg Greuther Fürth. Die vier Zweitligisten rechnen für 0,5 Liter Bier 5,50 Euro ab und treiben den durchschnittlichen Bierpreis in der 2. Bundesliga

## Getränkpreise: Bundesliga 2024/25<sup>1)</sup>

Club	Bierpreis	Bierpreis alkoholfrei	AFG <sup>2)</sup>
1. FC Heidenheim	5,00	5,00	4,5 <sup>3)</sup>
1. FC Union Berlin	5,00	5,00	4,00
1. FSV Mainz 05	5,20	5,20	4,80
Bayer 04 Leverkusen	4,90	4,90	4,70 <sup>4)</sup>
Borussia Dortmund	4,90	4,90	4,60 <sup>5)</sup>
Borussia Mönchengladbach	5,00	5,00	5,00
Eintracht Frankfurt	5,00	5,00	4,80 <sup>5)</sup>
FC Augsburg	4,90	4,90	4,50 <sup>3)</sup>
FC Bayern München	5,50	5,50	4,70€ <sup>5)</sup>
FC St. Pauli	5,20	5,20	4,30 <sup>5)</sup>
Holstein Kiel	5,00 <sup>6)</sup>	5,00 <sup>6)</sup>	4,00 <sup>6)</sup>
RB Leipzig	5,30	5,30	4,00 <sup>7)</sup>
SC Freiburg	5,00	5,00	3,90
TSG 1899 Hoffenheim	5,00	5,00	4,80
VBV Stuttgart	5,20	5,20	5,00 <sup>8)</sup>
VfL Bochum 1848	5,30	5,30	5,30
VfL Wolfsburg	5,30	5,30	4,90 <sup>10)</sup>
Werder Bremen	5,50	5,00	5,00 <sup>11)</sup>

1) Alle Preise in Euro, Gebinde: 0,5 Liter

2) Alkoholfreie Getränke

3) Wasser günstiger (3,00 Euro)

4) Wasser günstiger (4,10 Euro)

5) Wasser günstiger (3,50 Euro)

6) Für 0,4 Liter

7) Für Apfelschorle, Wasser günstiger (3,00 Euro); Cola als 0,25 Liter für 3,50 Euro

8) Wasser günstiger (3,80 Euro)

9) Kindergetränk

10) Wasser günstiger (4,00 Euro)

11) Wasser günstiger (4,20 Euro)

Quelle: Clubs

Stand: 8/2024

## Getränkpreise: 2. Bundesliga 2024/25<sup>1)</sup>

Club	Bierpreis	Bierpreis alkoholfrei	AFG <sup>2)</sup>
1. FC Kaiserslautern	5,50	5,50	4,50 <sup>3)</sup>
1. FC Köln	4,90	-	4,90 <sup>4)</sup>
1. FC Magdeburg	4,50	4,50	4,50
1. FC Nürnberg	5,50	5,50	4,50
Eintracht Braunschweig	5,00	5,00	4,50 <sup>5)</sup>
FC Schalke 04	5,10	3,40 <sup>6)</sup>	4,90 <sup>7)</sup>
Fortuna Düsseldorf	5,50	5,50	5,00 <sup>3)</sup>
Hamburger SV	5,00	5,00	5,00 <sup>8)</sup>
Hannover 96	5,00	4,00 <sup>9)</sup>	4,50 <sup>8)</sup>
Hertha BSC	4,90	4,90	4,80 <sup>9)</sup>
Karlsruher SC	5,10	5,10	4,90
SC Paderborn	5,00	5,00	4,00 <sup>10)</sup>
SC Preußen Münster	5,00	-	4,50 <sup>9)</sup>
SpVgg Greuther Fürth	5,50	5,50	4,50 <sup>9)</sup>
SSV Jahn Regensburg	4,90	4,90	4,25
SSV Ulm 1846	4,50 <sup>11)</sup>	-	4,50 <sup>11)</sup>
SV Darmstadt 98	5,00	5,00	5,00 <sup>3)</sup>
SV Elversberg	5,00	5,00	4,50

1) Alle Preise in Euro

2) Alkoholfreie Getränke

3) Wasser günstiger (4,00 Euro)

4) Wasser günstiger (4,40 Euro)

5) Wasser (3,00 Euro) und Apfelschorle (3,50 Euro) günstiger

6) Für 0,33 Liter

7) Wasser günstiger (2,00 Euro)

8) Wasser günstiger (4,20 Euro)

9) Wasser günstiger (3,50 Euro)

10) Wasser günstiger (3,00 Euro)

11) Für 0,4 Liter

Quelle: Clubs

Stand: 8/2024

in die Höhe. 13 von 18 Clubs liegen derweil unter dem Durchschnitt von 5,11 Euro pro halben Liter. Neben den bereits angeführten Magdeburgern, die das günstigste Bier verkaufen, bleiben nur der 1. FC Köln, Hertha BSC und der SSV Jahn Regensburg unter der magischen Fünf-Euro-Marke.

In Fußball-Oberhaus sind dies mit Bayer 04 Leverkusen, Borussia Dortmund und dem FC Augsburg derweil nur drei Clubs. Für je 4,90 Euro geht der halbe Liter über den Tresen. Die vermeintlich teuerste „Halbe“ ist in der Münchener Allianz Arena und dem Bremer Weserstadion zu finden – beide Clubs berechnen 5,50 Euro. Etwas unter dem Radar fliegt der Bierpreis im Kieler Holstein-Stadion. Für 5,00 Euro können die Besucher ihr Stadionbier erwerben, bekommen dafür allerdings „nur“ 0,4 Liter. In der Hochrechnung (6,25 Euro für 0,5 Liter) wandern die „Störche“ damit an die Tabellenspitze des Bierpreis-Rankings – nicht nur in der Bundesliga, sondern im gesamten Profifußball.

Im Schnitt müssen die Besucher der Bundesligastadien 5,19 Euro zahlen, was im Vergleich zur 2. Bundesliga pro

Getränkpreise: 3. Liga 2024/25 <sup>1)</sup>			
Club	Bierpreis	Bierpreis alkoholfrei	AFG <sup>2)</sup>
1. FC Saarbrücken	5,00	5,00	4,50 <sup>3)</sup>
Alemannia Aachen	5,00	3,50 <sup>3)</sup>	4,50 <sup>4)</sup>
Borussia Dortmund II	4,00 <sup>5)</sup>	4,00 <sup>5)</sup>	3,00 <sup>6)</sup>
DSC Arminia Bielefeld	4,90	4,90	4,00
F.C. Hansa Rostock	5,00	5,00	4,00 <sup>7)</sup>
FC Energie Cottbus	4,50 <sup>8)</sup>	4,50 <sup>8)</sup>	4,00 <sup>9)</sup>
FC Erzgebirge Aue	4,50	4,50	4,50 <sup>4)</sup>
FC Ingolstadt	4,90	4,90	4,90 <sup>10)</sup>
FC Viktoria Köln	5,00	5,00	5,00 <sup>7)</sup>
Hannover 96 II	5,00	3,00 <sup>3)</sup>	4,00
Rot-Weiss-Essen	4,50	2,50 <sup>11)</sup>	4,50
SC Verl	5,00	5,00	4,00 <sup>12)</sup>
SG Dynamo Dresden	4,50	-	4,50 <sup>7)</sup>
SpVgg Unterhaching	4,50	-	4,00 <sup>7)</sup>
SV Sandhausen	4,80	4,80	4,80 <sup>7)</sup>
SV Waldhof Mannheim	4,50	-	4,00
SV Wehen Wiesbaden	5,00	3,50 <sup>11)</sup>	4,30 <sup>7)</sup>
TSV 1860 München	5,00	5,00	5,00 <sup>4)</sup>
VfB Stuttgart II	5,20	5,20	5,00 <sup>13)</sup>
VfL Osnabrück	5,00	3,50 <sup>4)</sup>	4,50 <sup>7)</sup>

1) Alle Preise in Euro  
 2) Alkoholfreie Getränke  
 3) Für 0,33 Liter  
 4) Wasser günstiger (4,00 Euro)  
 5) Für 0,4 Liter bzw. 3,50 Euro für 0,3 Liter  
 6) Für 0,4 Liter; 2,50 Euro für 0,3 Liter  
 7) Wasser günstiger (3,50 Euro)  
 8) Für 0,4 Liter  
 9) Für 0,4 Liter; Wasser günstiger (4,00 Euro für 0,4 Liter)  
 10) Wasser günstiger (4,30 Euro)  
 11) Für 0,3 Liter  
 12) Wasser günstiger (3,00 Euro)  
 13) Wasser günstiger (3,80 Euro)  
 Quelle: Clubs  
 Stand: 8/2024

## DURCHSCHNITTSPREIS FÜR 0,5 LITER BIER



halbem Liter 0,08 Euro mehr macht. Die 3. Liga hingegen liegt mit ihrem Durchschnittspreis von 4,90 Euro noch unter der Fünf-Euro-Marke. Bei mehr als einem Drittel aller Clubs werden 4,50 Euro fällig. Beim FC Energie Cottbus bekommen die Fans für diesen Preis jedoch nur 0,4 Liter Inhalt, was in der Hochrechnung 5,625 Euro pro halbem Liter bedeutet und es zum teuersten Bier der Liga macht. Bei Zuschauern, die im Stadion Rote Erde bei einem Heimspiel von Borus-



sia Dortmund II ein Bier genießen möchten, werden derweil nur 4,00 Euro abgerechnet, allerdings ebenfalls für 0,4 Liter Inhalt, sodass die Zweitvertretung des Bundesligisten über dem Durchschnittspreis der 3. Liga liegt.

## PREISSENKUNG VS. PREISSTEIGERUNG

Mit 5,00 Euro ebenfalls knapp über dem Durchschnitt liegt der Bierpreis im Städtischen Stadion an der Grünwalder →

Cateringpreise: Bundesliga 2024/25 <sup>1)</sup>			
Club	Bratwurst	Pommes	Brezel
1. FC Heidenheim	4,80	-	2,50
1. FC Union Berlin	4,00	-	4,00
1. FSV Mainz 05	4,10	4,00	2,50 <sup>2)</sup>
Bayer 04 Leverkusen	4,30	3,50	4,00
Borussia Dortmund	3,80	3,60	3,80
Borussia Mönchengladbach	3,90	3,30	3,50
Eintracht Frankfurt	4,30	4,50	3,50
FC Augsburg	3,90	3,90	4,50 <sup>2)</sup>
FC Bayern München	5,00	4,50	5,50
FC St. Pauli	4,80 <sup>3)</sup>	4,50	4,50
Holstein Kiel	4,00	5,50	3,00
RB Leipzig	3,90	4,50	3,40
SC Freiburg	3,60	3,90	2,00
TSG 1899 Hoffenheim	4,20	3,50	2,50
VfB Stuttgart	4,60	5,50	4,20 <sup>2)</sup>
VfL Bochum 1848	4,20	-	4,50
VfL Wolfsburg	4,20	4,00	5,00
Werder Bremen	4,00	3,70	5,00

1) Alle Preise in Euro  
Quelle: Clubs

2) Riesenbrezel

3) In Bio-Qualität  
Stand: 8/2024

Straße beim TSV 1860 München. Im Vergleich zur Vorsaison haben „Löwen“ ihren Bierpreis sogar um 0,50 Euro gesenkt. Grund dafür ist der neue Caterer, der bereits vor seinem Amtsantritt eine Änderung der Preispolitik bei den Getränken angekündigt hatte. Zudem gibt es bei den Münchenern in der ersten Dreiviertelstunde nach Stadionöffnung eine Happy Hour, in der es die „Early-Bird-Halbe“ für nur 3,50 Euro gibt. Als Anlass für die Preisanpassung wird vom Caterer Kundennähe angeführt, da er den Fans „nicht den letzten Cent aus der Tasche ziehen“ wolle.

Vierorts ist der Getränkepreis im Vergleich zur vergangenen Saison hingegen auf einem konstanten Niveau geblieben. In der 2. Bundesliga verlangen sogar deutlich mehr als die Hälfte aller Clubs denselben Preis wie noch im Vorjahr. Andere wiederum mussten ihre Preise nach oben anpassen. So beispielsweise Bundesligist Union Berlin, der sich aufgrund „höherer Kosten für Waren, Energie sowie auch im Personalwesen“ zu einer Bierpreiserhöhung von 0,50 Euro veranlasst sah. Auch die Zweitligisten 1. FC Kaiserslautern und der FC Schalke 04 haben den Bierpreis um 0,50 Euro angehoben. In Gelsenkirchen ist dafür aber das Wasser deutlich günstiger geworden. Von vormals 4,20 Euro pro halbem Liter Wasser haben die „Königsblauen“ den Preis auf 2,00 Euro

Cateringpreise: 2. Bundesliga 2024/25 <sup>1)</sup>			
Club	Bratwurst	Pommes	Brezel
1. FC Kaiserslautern	4,00	3,50	2,00
1. FC Köln	4,10	4,00	4,50
1. FC Magdeburg	3,50	3,00	3,00
1. FC Nürnberg	4,00	4,00	4,00
Eintracht Braunschweig	4,00	3,50	3,50
FC Schalke 04	3,50	3,90	3,50
Fortuna Düsseldorf	4,20	4,00	4,60
Hamburger SV	4,50	-	4,80
Hannover 96	4,40	4,80	4,80
Hertha BSC	4,20	4,00	4,50
Karlsruher SC	4,10	3,40	2,00
SC Paderborn	3,50	3,50	3,50
SC Preußen Münster	4,00	4,50	4,00
SpVgg Greuther Fürth	4,50	4,00	2,50
SSV Jahn Regensburg	4,50	4,50	2,00
SSV Ulm 1846	4,50	-	2,00
SV Darmstadt 98	4,00	3,50	2,00
SV Elversberg	4,00	-	2,00

1) Alle Preise in Euro  
Quelle: Clubs

Stand: 8/2024

gesenkt. Dies sei ein wichtiger Beitrag im Sinne der Nachhaltigkeit und für das soziale Engagement, sagt Guido Kabacher, Geschäftsführer der Arena Management GmbH.

## JETZT GEHT'S UM DIE WURST

Ebenfalls einen wichtigen Beitrag für mehr Nachhaltigkeit leistet der FC St. Pauli. Schon seit der letzten Saison verkauft der Club seine Stadionwurst ausschließlich in Bio-Qualität. „Die Umstellung auf Bio-Lebensmittel im gesamten Stadion ist einer der größten Hebel für mehr Nachhaltigkeit, den wir haben“, betonte Franziska Altenrath, die beim FC St. Pauli für den Bereich Nachhaltigkeit verantwortlich ist, im Rahmen der Umstellung.

Preislich ordnet sich die Wurst in Bio-Qualität dabei im oberen Preissegment ein. Mit 4,80 Euro ist sie aber noch nicht die teuerste Bratwurst der Liga. Die gibt es derweil beim deutschen Rekordmeister FC Bayern München für 5,00 Euro. Diesen Preis verlangen sonst nur Stadtrivale 1860 München sowie die SpVgg Unterhaching in der 3. Liga.

Damit liegen die drei Clubs jeweils fast 1,00 Euro über dem jeweiligen durchschnittlichen Ligapreis. In der 3. Liga kostet

Cateringpreise: 3. Liga 2024/25<sup>1)</sup>

Club	Bratwurst	Pommes	Brezel
1. FC Saarbrücken	4,00	-	2,00
Alemannia Aachen	4,00	3,00	3,50
Borussia Dortmund II	4,00	-	-
DSC Arminia Bielefeld	3,70	3,30	3,30
F.C. Hansa Rostock	4,00	4,00	3,50
FC Energie Cottbus	4,00	3,50	3,00
FC Erzgebirge Aue	3,50	3,50	3,00
FC Ingolstadt	4,60	4,30	1,70
FC Viktoria Köln	4,00	3,50	3,00
Hannover 96 II	3,50	3,50	2,00 <sup>2)</sup>
Rot-Weiss-Essen	3,50	3,00	3,00
SC Verl	3,50	3,50	3,50
SG Dynamo Dresden	4,00	-	3,50
SpVgg Unterhaching	5,00	-	-
SV Sandhausen	4,10	3,50	-
SV Waldhof Mannheim	4,50	3,00	-
SV Wehen Wiesbaden	4,30	4,00	2,20
TSV 1860 München	5,00	-	4,50
VfB Stuttgart II	4,60	5,50	4,20 <sup>3)</sup>
VfL Osnabrück	4,00	4,00	3,50

1) Alle Preise in Euro  
Quelle: Clubs

2) Laugenstange

3) Riesenzwezel  
Stand: 8/2024

die Bratwurst im Schnitt 4,09 Euro, in der 2. Bundesliga 4,08 Euro und in der Bundesliga sogar 4,19 Euro.

Den Titel der günstigsten Stadionwurst teilen sich indes gleich sieben Clubs. Beim 1. FC Magdeburg, FC Schalke 04, SC Paderborn, FC Erzgebirge Aue, Hannover 96 II, Rot-Weiss Essen und dem SC Verl kostet das Grillgut 3,50 Euro. Im Oberhaus kann kein Club diesen Preis

### DURCHSCHNITTSPREIS FÜR EINE BRATWURST

**4,19 €**

Bundesliga

**4,08 €**

2. Bundesliga

**4,09 €**

3. Liga

mitgehen, der SC Freiburg kommt mit 3,60 Euro pro Bratwurst aber sehr nahe.

Damit konnten die Breisgauer ihren Preis aus dem letzten Jahr halten – ähnlich wie etwas mehr als die Hälfte aller Bundes- und Zweitligisten. Während es bei einigen Clubs nur minimale Erhöhungen gab, sind die Bratwürste bei Eintracht Braunschweig, der SpVgg Greuther Fürth und dem SSV Ulm 1846 um gleich 0,50 Euro teurer geworden. Der 1. FSV Mainz hat seinen Preis um gleich 0,60 Euro erhöht, dies allerdings schon zur Rückrunde in der vergangenen Spielzeit. Als Grund führten die Mainzer dafür, „die im Einkauf und beim Personal gestiegenen Kosten. Deshalb müssen die Preise für bestimmte Produkte im Public Catering der MEWA ARENA angepasst werden.“

Sogar 1 Euro teurer im Vergleich zur letzten Saison ist die Bratwurst im Stadion An der Alten Försterei. Ähnlich wie beim Bierpreis führen „höhere Kosten für Waren, Energie sowie auch im Personalwesen“ zum doch deutlichen Preisanstieg.



Inwiefern und ob die teils gestiegenen Preise das Konsumverhalten der Stadionbesucher überhaupt beeinflussen, bleibt abzuwarten. Im Vergleich zum Fußball-Großturnier im vergangenen Sommer sind die Preise – zumindest was das Bier angeht – in der neuen Fußball-Saison eher erschwinglich. Ein halber Liter Bier kostete während der UEFA EURO vergleichsweise stolze 7,00 Euro. Also nochmal 0,75 Euro mehr als das teuerste Bier der Spielzeit 2024/25. Die deutschen Stadiongänger dürften sich somit – rein auf den Bierpreis im Vergleich bezogen – wieder auf das normale „Bundesliga-Bier“ freuen. Und das auch vor 4, allerdings eben nicht für 4. ◆

# FAN-RANKING: GASTRONOMIE-ANGEBOT IN DER BUNDESLIGA

Gemeinsam mit Data Intelligence Partner **SLC Management** hat **Stadionwelt** die **Fan-Zufriedenheit mit dem Catering-Angebot** der Fußball-Bundesligisten untersucht.

**D**er Schiedsrichter pfeift zur Halbzeit, ein Großteil der Fans verlässt die Plätze in Richtung Umlauf. Während die einen die sanitären Anlagen aufsuchen, stellen sich die anderen für den Verpflegungsnachschub an. Bei einer durchschnittlichen Stadionkapazität von fast 40.000 Plätzen in der Fußball-Bundesliga kann es da mitunter recht schnell sehr voll werden.

Daher ist es für die Clubs essenziell, dass sich zum einen die Servicequalität – beispielsweise durch schnelles und qualifiziertes Personal – auf einem hohen Niveau bewegt und dass zum anderen auch ausreichend Verpflegungsstände zur Auswahl stehen. Bei der Befragung unter 5.659 Fans und Kunden der Bundesliga im Juni 2024 mit Blick auf die vorangegangene Spielzeit schnitt der FC Bayern München hinsichtlich der Anzahl der Verpflegungsstände mit einer Benotung von 1,92 am besten ab, dicht gefolgt vom VfL Wolfsburg mit einer Note von 1,96.

Wie wichtig eine ausreichende Anzahl an Verpflegungsständen ist, zeigt Dominik Hils, Senior Club Consultant bei SLC Management, an einem Beispiel auf: „Ein Fan steht in der Halbzeit-Pause in der Schlange an einem Verpflegungsstand, entscheidet sich jedoch, nichts zu kaufen, da die Wartezeit zu lang ist und er rechtzeitig zur 2. Halbzeit auf seinem Platz sein möchte. Durch mehr Stände und – da dies nicht immer möglich ist – vor allem auch durch optimierte Prozesse, könnte die Ausgabengeschwindigkeit erhöht und Wartezeiten reduziert werden, was zu höheren Einnahmen führen würde.“

Die angesprochenen, langen Wartezeiten hindern viele Stadion-Besucher zudem daran, mehr Geld im Stadion auszugeben. Bei der jüngsten Umfrage im Oktober 2024 unter 5.450 Fans und Kunden der Bundesliga gaben mit 67,7% mehr als zwei Drittel die Wartezeiten an den Verpflegungsständen als Haupt-Hindernisfaktor für Mehrausgaben an.

Generell besteht bei den Fans die Bereitschaft, bei einem optimalen Angebot und einer optimalen Versorgung mehr Geld für Essen und Trinken auszugeben. Das gaben mehr als drei Viertel der Befragten an. So liegen die potenziellen Mehrausgaben pro Fan bei 7,85 Euro bei einem Heimspiel.

## OPTIMIERUNG DURCH SMARTE LÖSUNGEN

Wie viel Mehreinnahmen den Clubs somit insgesamt verloren gehen, rechnet Jens Jaschinski, Director Consultancy bei SLC Management, vor: „Bei optimalem Angebot könnte ein Bundesligist im Schnitt mehr als 300.000 Euro Mehreinnahmen im Bereich Catering pro Spieltag generieren. Das entspricht Mehreinnahmen von rund 5 Mio. Euro pro Saison. Sicherlich sind bei solch einer Berechnung weitere Faktoren zu berücksichtigen, jedoch schafft diese Zahl eine gewisse Vorstellung über die Relevanz von Kundenorientierung und Servicequalität. Die Faktoren, die die Fans am meisten daran hindern mehr auszugeben, sind die Wartezeiten an den Verpflegungsständen sowie die Preise. Die Wartezeiten könnten mithilfe von Lösungen wie beispielsweise dem Pre-Ordering und optimierten Zahlungssystemen verkürzt werden.“

Das erwähnte Pre-Ordering wird derweil allerdings nur in vier der insgesamt 56 Profi-Stadien angeboten, was auf ein ungenutztes Potenzial hinweist. Immerhin planen elf weitere Clubs von der Bundesliga bis zur 3. Liga die Einführung von Vorbestellungen im Stadion.

Als weitere bedeutende Faktoren, die verhindern, dass Stadion-Besucher mehr Geld an den Catering-Ständen ausgeben, werden die Preise von Speisen und Getränken angeführt. So kostet ein halber Liter Bier in der aktuellen Bundesliga-Saison 2024/25 im Durchschnitt 5,19 Euro, für eine Bratwurst werden durchschnittlich 4,19 Euro fällig. Mit am teuersten wird es derweil in der Allianz Arena.

**Gesamt-Ranking „Gastronomie“**

Platzierung	Club	Gesamt-Note
1.	SC Freiburg	2,16
2.	Borussia Mönchengladbach	2,20
3.	FC Bayern München	2,22
4.	RB Leipzig	2,22
5.	1. FC Heidenheim	2,23
6.	1. FSV Mainz 05	2,23
7.	Bayer 04 Leverkusen	2,25
8.	Borussia Dortmund	2,26
9.	1. FC Union Berlin	2,34
10.	VfL Wolfsburg	2,35
11.	Darmstadt 98	2,43
12.	Eintracht Frankfurt	2,43
13.	VfL Bochum	2,52
14.	FC Augsburg	2,53
15.	1899 Hoffenheim	2,58
16.	Werder Bremen	2,71
17.	1. FC Köln	3,05
18.	VfB Stuttgart	3,12

Die Gesamtnote setzt sich zusammen aus den Einzelbewertungen in den Bereichen Anzahl der Verpflegungsstände, Angebot an Speisen & Getränken und Preis-/Leistungsverhältnis (siehe rechts)

Quelle: SLC Management

**SC FREIBURG IST „GASTRONOMIE-MEISTER“**

So ist es wenig verwunderlich, dass der FC Bayern München in puncto Preis-/Leistungsverhältnis keine Top-Platzierung in der Umfrage aus dem Juni 2024 erreichte und mit einer Benotung von insgesamt 2,88 nur auf dem 13. Rang landete. Auf der anderen Seite wurde das vielfältige Catering-Angebot des deutschen Rekordmeisters von den Fans äußerst positiv wahrgenommen. Hier landen die Münchener – wie auch schon bei der Anzahl der Verpflegungsstände – mit einer Note von 1,85 an der Spitze der Bewertung.

Im Gesamt-Ranking „Gastronomie“, das sich aus allen drei erwähnten Bereichen zusammensetzt, belegt der FC Bayern München somit den 3. Platz. Als Gesamtsieger geht der SC Freiburg hervor, der zwar in zwei der drei Kategorien jeweils „nur“ den 7. Platz belegt, aber überall eine solide Note erzielt. Am zweitbesten schnitt derweil Borussia Mönchengladbach ab.

**Angebot an Speisen & Getränken (Top5)**

Platzierung	Club	Gesamt-Note
1.	FC Bayern München	1,85
2.	RB Leipzig	1,93
3.	Borussia Mönchengladbach	2,01
4.	Bayer 04 Leverkusen	2,01
5.	1. FC Heidenheim	2,05

**Anzahl der Verpflegungsstände (Top5)**

Platzierung	Club	Gesamt-Note
1.	FC Bayern München	1,92
2.	VfL Wolfsburg	1,96
3.	Borussia Dortmund	2,03
4.	Bayer 04 Leverkusen	2,04
5.	Borussia Mönchengladbach	2,06

**Preis- / Leistungsverhältnis (Top5)**

Platzierung	Club	Gesamt-Note
1.	SC Freiburg	2,36
2.	1. FC Heidenheim	2,41
3.	1. FSV Mainz 05	2,50
4.	Borussia M' Gladbach	2,55
5.	1. FC Union Berlin	2,60

Quelle: SLC Management

Den größten Optimierungsbedarf sehen die Fans derweil beim VfB Stuttgart. Während die Schwaben in der vergangenen Spielzeit sportlich einen starken 2. Platz in der Fußball-Bundesliga belegten, findet sich der Club im Gastronomie-Ranking am anderen Ende der Tabelle wieder.

Verbesserungspotenziale und somit die Chance auf erhebliche Mehreinnahmen gibt es aber sicherlich bei allen Clubs. „Der Kundenkontaktpunkt Gastronomie ist essenzieller Bestandteil der Fan-Experience und kann stetig optimiert und fanorientierter gestaltet werden - die Gastronomie um uns herum, außerhalb des Venues - hat sich massiv weiterentwickelt und bietet den Kunden immer wieder neue Reize und Motivation, Erlebnisse in Anspruch zu nehmen sowie Zeit und Geld zu investieren. Dieser Thematik dürfen wir uns auch beim Sporterlebnis nicht verschließen, selbst wenn Sport immer noch der Protagonist ist,“ sagt Maximilian Madeja, Managing Partner bei SLC Management. Es gelte daher, die Präferenzen und Meinungen der Fans kontinuierlich und individuell zu überprüfen, ergänzt Jens Jaschinski abschließend. ◆



# PRE- UND IN-SEAT-ORDERING IM DEUTSCHEN PROFIFUSSBALL

Um der zunehmenden **Wichtigkeit der Fan-Experience** in den deutschen Stadien gerecht zu werden, bieten vereinzelt Clubs im deutschen Profi-Fußball **zusätzliche Services im Bereich Catering** an. Stadionwelt mit der Übersicht.

**O**b beim Ticketkauf, beim Einlass, während der Verweildauer im Stadion oder bei der Abreise nach dem Spiel oder der Veranstaltung: Dem Besucher soll ein möglichst rundum perfektes Erlebnis geboten werden. Darauf haben auch die Clubs im deutschen Profifußball ein besonderes Augenmerk.

Smarte Lösungen wie intelligente Wegeführung oder digitale Ticketkontrollen beschleunigen die Prozesse und sorgen dafür, dass beim Besucher nicht schon vor dem

eigentlichen Betreten des Stadions Unmut entsteht. Als ein neuralgischer Punkt im Stadion selbst können die Catering-Stände betrachtet werden. So können aufgrund zahlreicher Faktoren unnötig lange Wartezeiten für die Besucher entstehen, bei denen so schnell eine Unzufriedenheit mit dem Angebot bzw. dem Service entstehen kann.

Auch hier bieten sich den Clubs und Catering-Partnern Lösungsansätze, die zumindest zum Teil die hohe Freqüentierung an den Ständen entlasten und so Unzufriedenheit bei den Besuchern verhindern können. Vereinzelt greifen die Clubs im deutschen Profifußball schon auf entsprechende Lösungen zurück.

So bieten beispielsweise vier Clubs das sogenannte Pre-Ordering an, bei denen Besucher per App Vorbestellungen tätigen, die sie in der Folge zu einem bestimmten Zeitpunkt an einem eigens dafür errichteten Point of Sale abholen können. Beim FC Bayern München ist es sogar möglich, das Essen per In-Seat-Ordering an den Sitzplatz zu bestellen. Diesen Service gibt es sonst so nur beim VfB Stuttgart.

Sicherlich hängt die Umsetzung der Services von der Gegenüberstellung von Kosten und Nutzen zusammen, aber allein die Tatsache, dass sich die entsprechenden Catering-Services bei gleich elf weiteren Clubs in Planung befinden, zeigt das Potenzial von Pre-Ordering und mitunter auch von In-Seat-Ordering auf. ◆



**Stadionwelt®**

Die Übersichten zu den Catering-Services der deutschen Profifußball-Clubs finden Sie im Data Center von Stadionwelt.

# „MEHRWERT DER GERINGEREN WARTEZEIT“

**Farid Rahmani**, Unternehmens- und Projektentwicklung bei **Arminia Bielefeld**, spricht im Interview über die **Pre-Ordering -Funktion** in der **SchücoArena**.



Farid Rahmani

**Im März 2022 haben Sie in der SchücoArena das sogenannte Pre-Ordering – also das Vorbestellen von Speisen und Getränken – eingeführt. Was hat Sie damals zu diesem Schritt bewegt?**

RAHMANI: Im Rahmen der Corona-Pandemie haben wir uns generell mit der Digitalisierung der Bezahlmöglichkeiten an unseren Kiosken beschäftigt. Zum einen wollten wir unkompliziert bargeldlose Zahlungen mit den gängigen Zahlungsformen ermöglichen, zum anderen haben wir über Innovationen nachgedacht, die Mehrwerte für unsere Fans bieten. Durch die Vorbestellmöglichkeit sollen Wartezeiten eingespart werden.

**Wie viel Zeit ist zwischen der ersten Idee und der letzten Umsetzung vergangen und wie sahen die einzelnen Projektphasen/-schritte aus?**

RAHMANI: Die erste Idee ist im Frühjahr 2021 entstanden. In der Folge wurden Möglichkeiten zur Umsetzbarkeit ausgelotet und gemeinsam mit unseren Partnern Tonfunk und Hoch5 entwickelt. Der erste interne Test wurde zum Spiel am 19. Februar 2022 gegen 1. FC Union Berlin durchgeführt. Der Go-Live folgte dann zum Spiel gegen den FC Augsburg am 4. März 2022.

**Welche Erfahrungen haben Sie zu Beginn gemacht, welche Learnings haben Sie daraus gezogen und welche Prozessoptimierungen haben Sie vorgenommen?**

RAHMANI: In der Anfangsphase haben wir aktiv an Heimspieltagen auf unseren sozialen Kanälen auf die Möglichkeit der Vorbestellung hingewiesen. Dies hat sich in den Nutzungszahlen widerspiegelt, die im Zusammenhang mit den Posts kontinuierlich angestiegen sind. Nach den ersten Heimspielen war schnell erkennbar, dass deutlich mehr Getränke bestellt wurden als Speisen. Daher liegt der Fokus seit

Beginn der Saison 2022/2023 ausschließlich auf der Vorbestellung von Getränken. Zusätzlich haben wir die Standorte der Abholpunkte angepasst, um eine bessere Sichtbarkeit zu erreichen.

**Wie wird das Pre-Ordering von den Fans angenommen? Wie viele Zuschauer nutzen das Feature und wie viele stellen sich „klassisch“ an den Catering-Ständen an und geben Ihre Bestellung dort auf?**

RAHMANI: Die Vorbestellung wird insbesondere bei langen Warteschlangen an den bekannten Kiosken häufiger genutzt, da hier der Mehrwert der geringeren Wartezeit genutzt wird. Über eine Saison hinweg liegt die Anzahl der Vorbestellungen bei durchschnittlich 115 pro Spieltag.

**Wie sieht die logistische Umsetzung im Stadion aus? Gibt es verschiedene Stände, an denen nur Vorbestellungen verarbeitet werden oder gibt es Fast-Lanes an allen Cateringständen für Vorbesteller?**

RAHMANI: Aktuell bieten wir insgesamt drei Abholpunkte an, die sich auf den verschiedenen Tribünenseiten der SchücoArena verteilen. Zwei von den Abholpunkten sind in bestehende Kioske integriert, einer befindet sich an einem separaten Stand. Diese Auswahl richtet sich nach den örtlichen Gegebenheiten sowie nach der erwarteten Nachfrage, die am Stand am größten ausfällt.

**Was ist technisch und infrastrukturell im Stadion notwendig, damit eine solche Pre-Ordering-Funktion ermöglicht werden kann?**

RAHMANI: Technische Voraussetzungen sind Kassen, die einen integrierten Scanner besitzen. Unsere Fans erhalten nach der Bestellung per E-Mail einen QR-Code. Dieser wird an der Kasse gescannt. Infrastrukturell empfiehlt sich eine gute Sichtbarkeit der Stände, damit diese von den Fans problemlos wahrgenommen werden können. ◆