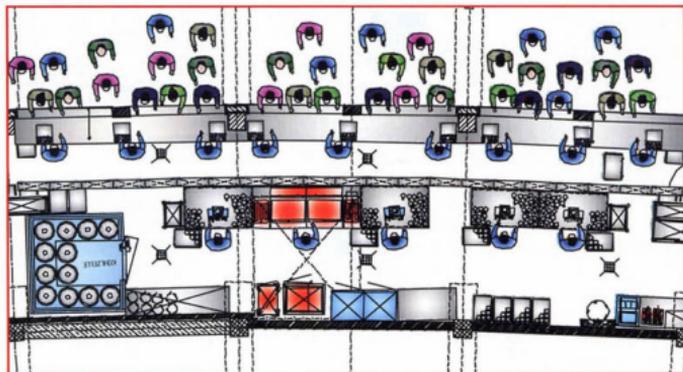




# Frankfurter im Cabrio

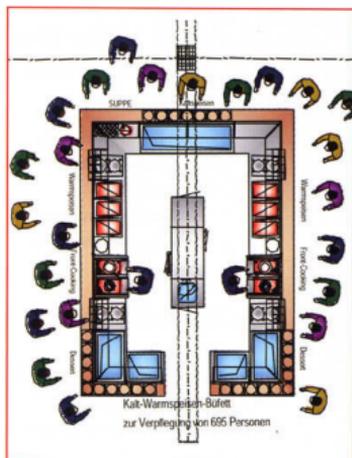
Stadiongastronomie bedeutet immer eine Polarisierung der Aufgaben: Kioskbetriebe auf der einen, VIP-Catering auf der anderen Seite. Erstere erfordern vor allem Tempo und reibungslosen Workflow, letzteres einen exzellenten Service und Spitzenqualität für ein extrem anspruchsvolles Publikum. Und das alles in einem Zeitfenster von ca. 4 Stunden an etwa 25 Tagen im Jahr. Nicht nur von der operativen, auch von der Planungsseite her betrachtet, stellen beide Disziplinen ihre eigenen Herausforderungen an die Ausführenden. Ein Besuch in der neuen Frankfurter Commerzbank-Arena (50.300 Plätze) mit Gastro-Planer Friedhelm Frank (Reisner & Frank GmbH).

Je früher wir als Foodservice-Planer mit einbezogen werden, desto besser“, betont Friedhelm Frank. Leider ist dies bei den wenigsten Stadionprojekten der Fall: „Grundsätzlich führt die Gastronomie bei der Stadion-Planung ein Schattendasein. Wenn wir als Gastro-Planer zum Zuge kommen, ist oft schon alles zu spät.“ Zu spät? „Nicht genügend Platz für Anlieferung, Lager, Lastenaufzüge und Küchen. Das erschwert die gastronomische Logistik und verursacht später immense Kosten, die nichts mit der eigentlichen Leistung zu tun haben“, so Frank. In der neuen Frankfurter Commerzbank-Arena (ehemals Waldstadion), die ihrer einmaligen Dachkonstruktion den Spitznamen ‘Größtes Cabrio der Welt’ verdankt, fanden er und der projektverantwortliche Geschäftsführer und zukünftige Nachfolger Ruven Eichert jedoch relativ gute Arbeitsbedingungen für die Ausführungsplanung vor. „Natürlich ist Gastro-Planung immer ein enger, oft auch streitbarer Dialog mit den Architekten und Bauherren. Wichtig ist, das Notwendige durchzusetzen. Die Zusammenarbeit mit dem Architekturbüro gmp (Berlin) war beim Waldstadion sehr angenehm.“ In der Arena im Frankfurter Süden konnten Klaus Reisner und Friedhelm Frank – wie auch in der Münchener Allianz-Arena – an den 22 Kiosken (12 auf Ebene 2, 10 auf Ebene 04) ihr nach neuesten Erkenntnissen aus-



Plan für die Kioske in der Commerzbank-Arena: dreiteiliges Konzept für maximales Tempo, damit die kurzen Zeitfenster optimal genutzt werden können

## Buffetstation im VIP-Bereich: flexible Module und Frontline-Cooking ermöglichen Abwechslung und Volumenkontrolle.



gelegtes dreiteiliges Kiosk-Konzept umsetzen, bei dem die gesamte Länge der jeweiligen Einheit (insgesamt 200 m) als Point of Sale zur Verfügung steht und das Team im Grunde ähnlich arbeitet wie bei McDonald's: Im hinteren Bereich der autark bewirtschafteten Units wird produziert und gezapft, in der Mitte stehen griffbereit Getränke und Speisen (bei Bedarf warmgehalten), vorne kassieren 4 bis 10 Mitarbeiter bargeldlos und geben die Ware aus. Zielwert pro Transaktion: wenige Sekunden. Um das kurze Zeitfenster der Halbzeitpause optimal und umsatzstark zu nutzen, bedarf es allerdings auch einer intensiven Schulung des Personals, damit jeder Handgriff sitzt. Alle Mitarbeiter haben Sichtkontakt mit den Kunden, sodass die Produktion von Speisen und das Zapfen der Getränke entsprechend der Nachfrage erfolgen können. „Rund 25 % der Fans nutzen die Halbzeit, um zu essen oder zu trinken“, erzählt Friedhelm Frank. Das sind in einer ausverkauften Commerzbank-Arena etwa 12.000 Menschen, die in 15 Minuten bedient werden müssen.

Wichtig für die Planung: Die Stadien setzen gestern wie heute auf erlös- und ertragsreiche Klassiker: eine schmale Produktkette, in der die Matadore Bratwurst und Bier auf keinen Fall fehlen dürfen. „Das gastronomische Sortiment sollte pro Kiosk auf wenige attraktive und umsatzstarke Produkte beschränkt sein“, lautet die Strategie der Planer. „mit denen zugleich ein Image von Einzigkeit angestrebt wird: Qualität und Geschmacksnuancen sollen mit dem Erlebnis Fußballspiel gleichgesetzt werden.“

Da dennoch auch eine gewisse Vielfalt gefragt ist, ergänzen in der Commerzbank-Arena Schnitzel, Frikadellen und Pommes Frites das an allen Kiosken identische Sortiment. Alles (bis auf die Pommes frites) übrigens direkt im Brötchen serviert – das spart Material, Müll und vereinfacht das stadiogastronomische Prinzip vom 'rechten Hand essen, linke Hand trinken'. Um die Kunden nach dem Kauf möglichst schnell von der Kiosktheke weg zu locken, haben Reinsner und Frank Senf- und Ketchup-Stationen in einigen Metern Entfernung durchgesetzt – im Einklang mit strengsten Brandschutzbestimmungen.

Dem schmalen Fast-Food-Sortiment an den Kiosken stehen im Businessbereich wechselnde Buffets mit entsprechenden Anforderungen an die Planung gegenüber. In der Commerzbank-Arena befinden sich auf 2.200 qm sechs Buffets mit integriertem

## Planer: Reinsner & Frank

Das Mitte der 90er Jahre von Klaus Reinsner und Friedhelm Frank gegründete Unternehmen Reinsner & Frank GmbH Ingenieure und Unternehmensberater ist für die öffentliche Gastronomie, Gemeinschaftsverpflegung, Care-Catering, Verkehrs-, Stadion- und Freizeitgastronomie tätig und wird in der Nachfolgeregelung von Ruvén Eichert und Karsten Reischl weitergeführt. Auf der Grundlage gastronomischer und planerischer Fachkompetenz aus mehr als 25 Jahren Branchenerfahrung der Gründer erarbeiten die beiden Planungsbüros in München und Karlsruhe Lösungen für Neu-, Um- oder Erweiterungsbauten in allen Größen Dimensionen und sind in diesem Sektor führend auf dem deutschen Markt. Das Aufgabenspektrum reicht von Beratung über Konzeption und Planung bis zur Realisierung. Im Bereich der öffentlichen und Stadiongastronomie zählen die Fünf Höfe und die Allianz Arena in München, das Westfalenstadion in Dortmund, die neuen Flughafen-Terminals in Hamburg und München, die



Friedhelm Frank

Galerie in Stuttgart und auch die AWD Arena in Hannover zu den Top-Referenzen des Unternehmens. In der Frankfurter Commerzbank-Arena zeichnet Reinsner & Frank verantwortlich sowohl für die Ausschreibungs- als auch für die Ausführungsplanung.

[www.reinsner-frank.de](http://www.reinsner-frank.de)



Klaus Reinsner

## Die Stadien setzen gestern wie heute auf erlös- und ertragsreiche Klassiker.

Frontline-Cooking für gut 2.000 VIP-Gäste. Bestückt werden sie von der Hauptküche auf der Ebene 01 (730 qm) sowie je eine Relaisküche auf den Ebenen 01 bis 03 (zwischen 140 und 310 qm). Die Bestückung der 13 Getränkebars mit integrierter Thekenkühlung erfolgt aus den Getränkeköhlzellen, die in den angrenzenden Relaisküchen angeordnet sind. Die Foodservicestationen zeichnen sich durch modulare Ausstattung aus, will heißen, je nach Bedarf können Grill, Wok, oder Induktion angeschlossen werden. Das im Preis für den Business-Seat bzw. Loge enthaltene All-you-can-eat-Angebot weckt hohe Erwartungen und vor allem vor und

nach dem Spiel eine starke Nachfrage. Zwischen An- und Abpfiff lässt der Andrang jedoch spürbar nach. Bei der Beschickung der Buffets steht die Mengensteuerung im Vordergrund – ein kalkulatorischer Balanceakt, bei dem von Feierabend mit dem Abpfiff

### In der Commerzbank-Arena sind echte Frankfurter Würstchen Pflicht.

keine Rede sein kann. Denn generell gilt: Wenn das Spiel am Nachmittag stattfindet, essen und trinken etwa 80 % der VIP-Gäste direkt im Anschluss etwas, abends sind es immerhin noch 45 %. In der Commerzbank-Arena gehören dann übrigens echte Frankfurter Würstchen zum Pflichtprogramm.

In den 74 Logen (6-20 Personen) wird – soweit nicht anders gewünscht – ein einheitliches Buffet angeboten. Ein bis zwei eigene

Servicekräfte pro Loge erhöhen hier den Personalaufwand beträchtlich. Für die Verpflegung und den Service im Business- und Logenbereich hat der Caterer in den meisten deutschen Bundesliga-Stadien zwischen 20 und 50 € pro Gast zur Verfügung.

Das Küchensystem basiert auf dem Einsatz von ready-to-cook- und ready-to-serve-Produkten mit einem 90%igem Conveniencegrad. Wichtigstes thermisches Equipment sind leicht und sparsam zu reinigende Kombidämpfer, die viele andere Geräte überflüssig machen. „Die Kücheneinrichtung ist heute für Stadien und Arenen nicht mehr das große planerische Thema“, erklärt Friedhelm Frank. „Wir konzentrieren uns auf optimale Waren- und Geschirr-Logistik und immer effektivere und attraktivere Lösungen, inklusive verbesserter Arbeitsbedingungen.“ Nicht zu vernachlässigen sind allerdings auch Anlieferung und Entsorgung

**Fortsetzung auf Seite 86**

## Commerzbank-Arena

<b>Eröffnung</b>	15. Juni 2005
<b>Kapazitäten</b>	44.000 Sitzplätze, 6.300 Stehplätze
<b>Nutzung</b>	17 Bundesliga-Spiele Eintracht Frankfurt, 5 Spiele Frankfurt Galaxy, ca. 2-3 Konzerte pro Jahr
<b>Fast Food</b>	22 Kioske mit 200 laufenden Metern Theke
<b>VIP</b>	2.000 Business Seats, 78 Logen
<b>Lounges</b>	Ebene 01: Businesslounge 2.200 qm + Terrasse 600 qm (1.300 Pers.), Pressecafe (70); Ebene 02: zwei Lounges 345 qm und 235 qm (700 Pers.)
<b>Preise</b>	Loge 42.000-175.000 € Business Seat 3.500-5.000 €
<b>Baukosten</b>	126 Mio. €
<b>Küchentechnik</b>	3,35 Mio. €
<b>Küchen</b>	Hauptküche (Ebene 01, 730 qm), 3 Relaisküchen (Ebene 01-03, 140-310 qm)
<b>Ausgaben</b>	6 Buffets mit Front Cooking (Ebenen 01+02), 13 Getränkebars (Ebenen 01-03)
<b>Spitzname</b>	'Größtes Cabrio der Welt'

**Fortsetzung von Seite 33**

von Material und Produkten: Ausreichend Lagerraum (Trockenlager, Kühlager, TK-Lager, Getränke, Rohwaren, Non-food) gehört ebenso zu den gastro-planerischen Schwerpunkten wie von Lkw befahrbare Zufahrtswege und ein vernünftiges Müllkonzept (Nassmüll – gekühlt –, allgemeiner Müll, Mehrweg, Leergut).

„Was wir wohl nie völlig beseitigen können, sind die teilweise langen Wege zwischen Lager, Küche und Ausgabestationen“, gibt Friedhelm Frank zu. Getränke, Rohwaren, Fertigwaren, Non-food und Mehrwegbecher müssen in die Küchen und Kioske transportiert werden; Kalt- und Warm Speisen sowie Snacks aus den Küchen in die Lounges und Logen; Geschirr, Besteck und Müll wiederum aus Küchen, Logen, Lounges und Kiosken in die Spülküchen – da ist ein ausgetüfteltes Logistikkonzept gefragt.

Für die Bewirtschaftung der unterschiedlichen gastronomischen Geschäftsfelder empfehlen die Profi-Planer Reisner und Frank, sinnvoll abgegrenzte Lose zu bestimmen, die an einen oder mehrere Betreiber vergeben werden. Im Falle der Commerzbank-Arena ist

Marktführer Aramark für sämtliche gastronomischen Dienstleistungen im Stadion verantwortlich. Da der finanzielle Aufwand eines Stadionneubaus für ganze 17 Bundesliga-Spieltage im Jahr immens ist, sind die gastronomischen Einheiten in der Regel auch auf die Ausrichtung jeglicher Events und Feiern wie Seminare, Tagungen und Produktpräsentationen, aber auch Hochzeiten und Firmenfeiern ausgelegt. Diese werden von der zentralen Küche auf der Ebene 01 aus organisiert. „Die Nachfrage nach Veranstaltungen aller Art ist erfreulich groß“, berichtet Gerald Rosendahl, Bereichsleiter Leisure bei Aramark. Der Caterer ist in Frankfurt auch an spielfreien Tagen mit 12 festen Mitarbeitern vor Ort, die sich neben den Sonderveranstaltungen auch um das Auffüllen der Lager und Geschirr-/Gläserchränke kümmern. Zwei Tage vor jedem Spiel beginnt die Küchenmannschaft mit der Vorbereitung der Speisen.

Im Vorfeld der Fußball-Weltmeisterschaft 2006 wurde die deutsche Stadionlandschaft mit Millioneninvestitionen auf Weltniveau gebracht. Die neue Commerzbank-Arena gilt als einer der schönsten und funktionalsten Neubauten der letzten Jahre. „Mit dem Ergebnis der Foodservice-Planungen sind wir jedenfalls sehr zufrieden“, resümiert Friedhelm Frank. BM

