



AUSWÄRTSSIEG IN SÜDAFRIKA FÜR DEUTSCHES TEAM: ARENA ONE BEWIRTET ÜBER 100.000 GÄSTE IN DEN FUSSBALLSTADIEN VON JOHANNESBURG UND PRETORIA

München, 2. Juli 2010

Ganz Deutschland fiebert dem Viertelfinale bei der FIFA Fußballweltmeisterschaft 2010 in Südafrika am kommenden Samstag entgegen. Die Deutsche Nationalmannschaft könnte mit einem Sieg in der Begegnung gegen den Favoriten Argentinien ihre Erfolgsserie im Turnier fortsetzen. Dagegen geht die Mission Südafrika für ein anderes Team aus Deutschland bereits jetzt als einer der größten Erfolge in die Unternehmensgeschichte ein. Bis zum Ende des Turniers am 11. Juli 2010 wird der Hospitality-Partner Arena One aus München weit über 100.000 Gäste im VIP Bereich des Soccer City Stadiums in Johannesburg und zwei weiteren Stadien gastronomisch betreut haben. Hinter dem Team des deutschen Unternehmens liegen Monate der ganz besonderen Vorbereitung. Im Gegensatz zu anderen internationalen Veranstaltungen wie den Olympischen Winterspielen in Vancouver im Februar dieses Jahres, bei denen die Münchner Partner des Deutschen Hauses waren, mussten in Südafrika zunächst völlig neue Strukturen aufgebaut werden.

Dr. Stephan Thewalt und Frank Wassermann ist Erleichterung, aber auch Stolz anzumerken. Hinter den beiden Geschäftsführern von Arena One liegt ein Projekt, das von vielen Skeptikern eher in den Bereich einer „Mission Impossible“ eingestuft worden war. Für 21 der insgesamt 64 Fußballspiele hatte das Unternehmen die Verantwortung für den Bereich VIP Catering übernommen. Ein Auswärtsspiel der besonderen Art, denn ihr Heimspiel bestreitet Arena One in der Allianz Arena zu München und als exklusiver Hospitality-Partner im Olympiapark München. Von den Bedingungen, unter denen die Catering-Spezialisten aus Deutschland sonst national und international agieren, ist Südafrika auch in 2010 allerdings nach wie vor weit entfernt.

Im Jahre 2008 hatte Arena One den Zuschlag erhalten, zur FIFA Fußballweltmeisterschaft in Südafrika für drei Stadien das VIP Catering zu übernehmen. Seitdem liefen die Vorbereitungen auf das weltumspannende Großereignis auf Hochtouren. Die Münchner Hospitality-Experten konnten hierbei auf die Erfahrungen bei der Fußball-Weltmeisterschaft 2006 in Deutschland und die Betreuung des Confederation Cups 2009 in Südafrika zurückgreifen. „Mit dem Confederations Cup im vergangenen Jahr begann die heiße Phase“, so Alexander Gausmann, Leiter Catering & Events, der in den vergangenen Jahren nicht nur gelernt hat, unter erschwerten Bedingungen logistische Voraussetzungen für eine Veranstaltung zu schaffen, die auch bereits in einem Land wie Deutschland vier Jahre zuvor ein Höchstmaß an Perfektion und Professionalität abverlangt haben. „Der Umgang mit der südafrikanischen Mentalität war zweifellos die größte Herausforderung.“

Zunächst musste die komplette Logistik mit einer eigenen Produktionsstätte für eine Logistikstraße aufgebaut werden. Fündig wurden die Münchner in Kempton Park, einem Flughafengelände nördlich von Johannesburg. Auf einem Flug-Hangar wurde eine Fläche von rund 4.000 Quadratmetern angemietet, um genügend Platz für die Errichtung der Küchenproduktionsstätte zu haben. So wurde zum Beispiel das

Blumenkühlhaus vor Ort für die Zeit der WM zur Kühlstätte für Fleisch umfunktioniert. Doch nicht nur die Küchenproduktion musste Arena One in Südafrika komplett neu aufsetzen. So bauten die Mitarbeiter zusätzlich ein Barcodesystem auf, das gewährleistete, dass später alle Speisen, Ausrüstung und Getränke im richtigen Stadion und in der richtigen Suite, Loge oder Business Area landeten.

Im Soccer City Stadium, in dem unter anderem die Eröffnungs- und Abschlussfeier der WM stattfindet, betreut der Caterer rund 300 Logen und VIP-Bereiche, die sogenannten „marquee areas“, und verantwortete bei 21 der 64 Spiele die gastronomische Betreuung der Businessgäste. Für das Eröffnungsspiel verarbeitete das Küchenpersonal unter anderem 16 Tonnen Lebensmittel, die mit Hilfe von drei Sattelschleppern ins Stadion transportiert worden waren. Hinzu kamen 25.000 Gabeln, Messer, Teller und Tassen für die Gäste. Da ein Großteil der benötigten Ausrüstung nicht in Südafrika zu bekommen war, mussten rund 15 Container mit 350.000 Teilen aus Deutschland auf die Reise geschickt werden. Insgesamt wurden rund 950.000 Teile zur Durchführung der Fußballweltmeisterschaft benötigt. Bis zu drei Monate war die Ausrüstung auf dem Seeweg unterwegs, da durfte bei der Planung kein Fehler gemacht werden, denn eine Nachorder war aufgrund des langen Transportweges somit fast unmöglich.

Auch vor Rückschlägen war das Team von Arena One trotzdem nicht gefeit, zum Beispiel als die Container in den Häfen Südafrikas aufgrund eines Streiks der Hafentarbeiter nicht ausgeladen werden konnten. Diverse Lieferungen kamen deutlich später als geplant in den Stadien und Produktionsstätten an. Letztlich steht und fällt der Einsatz in Südafrika jedoch mit dem Personal. Insgesamt wurden rund 1.200 Mitarbeiter, davon 50 von Arena One aus Europa, für die Betreuung der Logen und Businessbereiche benötigt. Alle Servicekräfte erhielten Schulungen und interkulturelle Trainings, um den internationalen Standards zu genügen und somit diesem Großereignis die Professionalität zukommen zu lassen, die bei den hochrangigen Gästen aus aller Welt notwendig ist und auch erwartet wurde. Die Trainer sahen sich in den Schulungen mit Mentalitätsunterschieden konfrontiert und hatten teilweise mit Verständigungsproblemen zu kämpfen, da südafrikanische Servicekräfte oft nur wenig Englisch sprechen. Aufgrund der Erfahrung einer hohen Mitarbeiterfluktuation vor und während des Confederations Cup 2009 baute Arena One zudem einen deutlich größeren Mitarbeiterpool als eigentlich benötigt auf. Hier konnte das Münchener Unternehmen auf sein bereits vorhandenes Netzwerk vor Ort zurückgreifen.

Nach all den Vorbereitungen fieberte zum Eröffnungsspiels am 11. Juni 2010 das gesamte Team von der Projektleitung über die Köche bis zu den Servicekräften dem größten internationalen Sportereignis des Jahres entgegen, die Weltmeisterschaft konnte beginnen. Eine anfängliche Herausforderung für die Projektleitung lag darin, bei jedem Spiel in jeder Loge die Gäste wieder von dem gleichen Koch und der gleichen Servicekraft zu betreuen – eine Art der Serviceorientierung, welche die Logengäste zu schätzen wussten. So entwickelte sich im Laufe der Weltmeisterschaft ein reger interkultureller Austausch zwischen Gästen und Servicekräften.

Um sich das lokale Know-how zu sichern, hatte Arena One im Vorfeld der WM mit dem international erfahrenen Caterer „By word of mouth“ aus Südafrika ein Joint Venture vereinbart. Mit der prämierten Spitzenköchin Karen Short, die schon den Friedensnobelpreisträger und Ex-Staatspräsident Nelson Mandela oder den früheren

US-Präsidenten Bill Clinton bekocht hat, stand Arena One somit eine professionelle und erfahrene Köchin mit Kenntnissen landestypischer Besonderheiten zur Seite. Im Vorfeld der Weltmeisterschaft reiste das Projektteam rund zehn Mal nach Südafrika, um mit Karen Short mögliche Gerichte zu besprechen, die Märkte zu durchforsten und Probe zu kochen. Herausgekommen ist eine internationale Speisekarte mit südafrikanischen Einflüssen, die dem Gast Lust und Neugier auf das südafrikanische Essen machen sollte. Alle potentiellen Lieferanten wurden persönlich kontaktiert, um schon im Vorfeld aus einem schwierigen Unterfangen ein berechenbares Risiko zu machen. Wichtig war in diesem Zusammenhang, dass Lieferanten gefunden wurden, die den Bedarf an der benötigten Menge an Food und Equipment abdecken konnten. Mittelständische Unternehmen vor Ort wurden zur Bereitstellung von handgefertigten Teilen wie Schalen oder Körben zur Dekoration und Lieferanten für Lebensmittel beauftragt. Fleisch und Käse wurden bereits Monate vor der WM vor Ort bestellt, eine vorausschauende Entscheidung, wie sich später zeigte, denn in den letzten Wochen vor dem Großevent stiegen die Lebensmittelpreise in Südafrika teilweise um 20 Prozent.

Für Arena One ist die FIFA Fußballweltmeisterschaft 2010 mehr als „nur“ eine weitere Sport-Großveranstaltung in der Bilanz des noch jungen Unternehmens. „Wir haben uns, aber auch unseren Auftraggebern in Südafrika eindrucksvoll unter Beweis stellen können, über welche Qualitäten unser Team auch unter außergewöhnlich komplexen wie schwierigen Bedingungen zu Höchstleistungen auflaufen kann. Es hat sich wieder einmal aber auch gezeigt, wie wichtig es ist, uns als Hospitality-Partner früh in die Planung eines Events mit einzubeziehen. Mit diesem Rückenwind aus Südafrika werden wir in die Bewerbung für weitere große internationale Events gehen“, betont Frank Wassermann.



Für mehr Informationen zur FIFA Fußballweltmeisterschaft 2010 in Südafrika besuchen Sie doch auch unsere Website unter arena-one.com.



Über Arena One

Arena One ist ein national und international tätiger Hospitality-Experte für Arenen und Hallen sowie für Großveranstaltungen - vor allem im Sportsegment. Ursprünglich 2004 als reiner Caterer für die Allianz Arena München gegründet, fusionierte Arena One 2006 mit der Haberl Gastronomie GmbH & Co KG. Damit wurde das Münchener Unternehmen auch exklusiver Catering- und Hospitality-Dienstleister im Olympiapark München. Das expandierende Unternehmen mit rund 320 Mitarbeitern zählt heute zu den führenden Event-Caterern in Deutschland.

Informationsstand: Juli 2010

Für weitere Informationen:

Tanja Harrer
Arena One GmbH
Unternehmenskommunikation
Tel. +49 (0)89 – 35 09 48 – 511
tanja.harrer@arena-one.com

Stephanie Woelcke
Wilde & Partner Public Relations GmbH
Tel. +49 (0)89 – 17 91 90 – 0
info@wilde.de