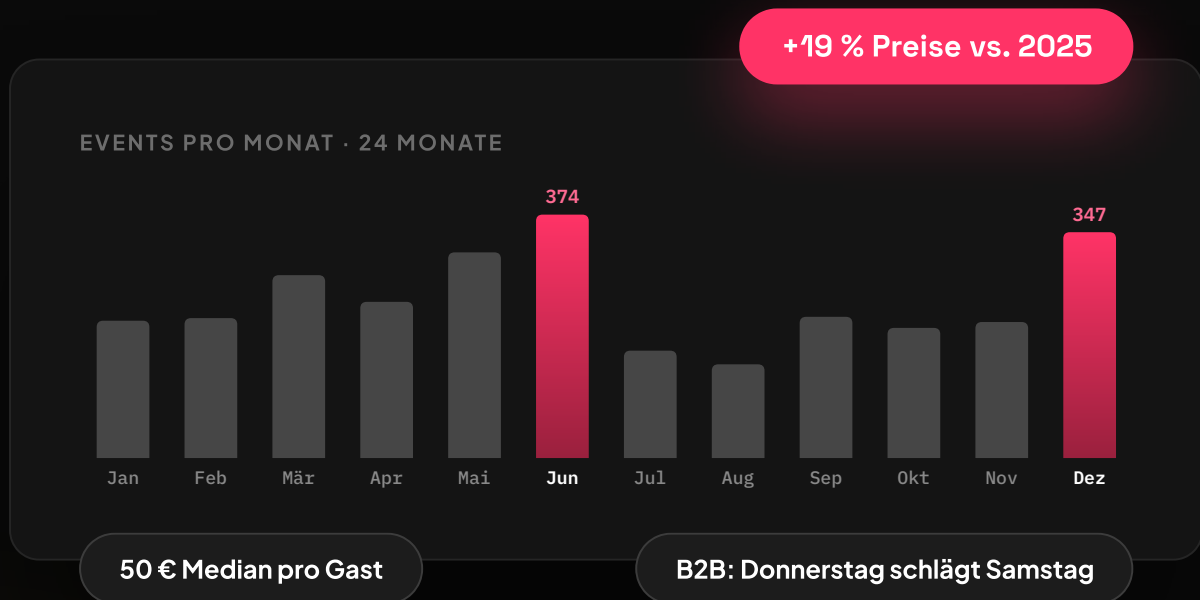


Für Caterer, Eventlocations & Eventagenturen

Der Angebots-Report 2026

Benchmarks aus **3.200+** echten Event-Angeboten —
Preise, Preisentwicklung, Aufbau, Timing und die
Checkliste für Angebote, die verkaufen.



„Was kostet Catering pro Gast?“ — ab heute antwortest du mit Daten.

Die häufigste Frage im Eventgeschäft hat die unbefriedigendste Standard-Antwort: „**kommt drauf an.**“ Stimmt zwar — aber worauf es ankommt, lässt sich messen.

Was kostet Catering pro Gast — wirklich? Wie stark sind die Preise seit letztem Jahr gestiegen? Wie viele Positionen hat ein typisches Angebot? Wann finden Events statt, und wie viel Vorlauf bleibt dir zum Kalkulieren?

Dieser Report beantwortet das nicht mit Bauchgefühl oder Ratgeber-Floskeln, sondern mit anonymisierten Daten aus **3.252 echten Catering- und Event-Angeboten** (2025 und 2026) — erstellt von Caterern, Eventlocations und Eventagenturen im DACH-Raum über Univents. Die aktuellen Benchmarks basieren auf den 1.316 Angeboten aus 2026.

Der Median-Preis pro Gast ist innerhalb eines Jahres von 42 € auf 50 € gestiegen. Wer noch mit den Sätzen von 2025 kalkuliert, verschenkt bei jedem Angebot Marge.

Du bekommst in diesem Report:



Kapitel 1 — Preise: Was Catering pro Gast wirklich kostet, aufgeschlüsselt nach Eventgröße — und warum die Preise in einem Jahr um 19 % gestiegen sind.



Kapitel 2 — Aufbau: Wie echte Angebote strukturiert sind — Positionen, Abschnitte und die MwSt-Realität mit zwei Steuersätzen.



Kapitel 3 — Timing: Wann Events wirklich stattfinden — Saisonkurve, der wahre stärkste Wochentag und wie viel Vorlauf dir bleibt.



Kapitel 4 — Checkliste: Die 10 Punkte des conversion-optimierten Angebots — direkt umsetzbares Handwerk statt Statistik-Versprechen.

Jede Zahl in diesem Report steckt voller Konsequenzen für dein Geschäft — Preissetzung, Kapazitätsplanung, Personaleinsatz und die Frage, wie schnell ein Angebot beim Kunden sein muss.

Die wichtigsten Zahlen auf einen Blick

50 €

Median-Preis pro Gast (netto)
Mittlere Hälfte aller Angebote: 25 € – 103 €

+19 %

Preisanstieg gegenüber 2025
Median 42 € → 50 € pro Gast

2.562 €

Median-Angebotswert (netto)

11

Positionen pro Angebot (Median)
im Schnitt 16

2

Steuersätze pro Angebot
fast immer 19 % und 7 %

61 €

Teuerste Eventgröße pro Kopf
61–100 Gäste, knapp vor 101–200

Do

Stärkster Event-Wochentag
im B2B — vor Freitag und Samstag

Juni

Stärkster Event-Monat
2,6x so viele Events wie im August

30 Tage

Median-Vorlauf
Event-Anlage bis Event-Datum

3.252

Ausgewertete Angebote
2025 + 2026, DACH-Raum



Jede dieser Zahlen ist ein Hebel: **Preissetzung, Kapazitätsplanung, Personaleinsatz** — und die Frage, wie schnell dein Angebot beim Kunden sein muss. Der Rest des Reports schlüsselt sie auf.

Was dich erwartet

KAPITEL 1

Was kostet Catering pro Gast? — Preise nach Eventgröße & +19 % Preisentwicklung

S. 04

KAPITEL 2

Wie echte Angebote aufgebaut sind — Positionen & MwSt-Realität

S. 06

KAPITEL 3

Wann Events stattfinden — Saisonkurve, Wochentage, Vorlauf

S. 07

KAPITEL 4

Die Checkliste: das conversion-optimierte Angebot

S. 09

ANHANG

Methodik & Datenbasis

S. 11

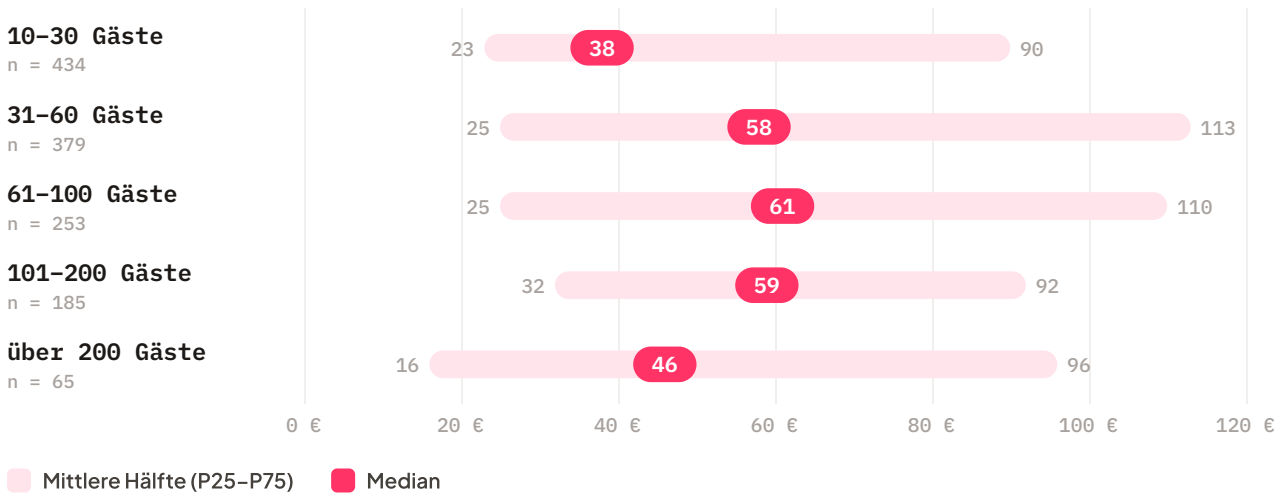
KAPITEL 1 · PREISE

Was kostet Catering pro Gast?

Der Median über alle 1.316 Angebote aus 2026 liegt bei 50 € netto pro Gast. Die mittlere Hälfte aller Angebote bewegt sich zwischen 25 € und 103 € — eine riesige Spanne. Genau deshalb sind Pauschalwerte aus Ratgeber-Artikeln wertlos: Ein Fingerfood-Drop-off für 20 Personen und eine Full-Service-Gala für 90 Gäste sind zwei verschiedene Produkte.

Preis pro Gast nach Eventgröße (netto)

Balken = mittlere Hälfte (P25–P75) · Marker = Median · n = Anzahl Angebote



Der Buckel in der Kurve — und was er bedeutet

Der Preis pro Gast steigt bis etwa 100 Gäste und fällt danach wieder. Das ist kein Zufall, sondern Kostenstruktur:

- **Kleine Events (10–30 Gäste)** sind oft Lieferungen oder Fingerfood ohne großen Service-Anteil — der Median liegt bei 38 €.
- **Ab 60–100 Gästen** kommen Personal, Equipment, Logistik und Technik dazu. Der Service-Anteil pro Gast wächst schneller, als der Wareneinsatz durch Menge günstiger wird — knapp die teuerste Klasse pro Kopf.
- **Ab gut 100 Gästen greifen Skaleneffekte:** Personal und Produktion lasten besser aus, der Median fällt von 61 € auf 59 € und bei Großevents auf 46 €.



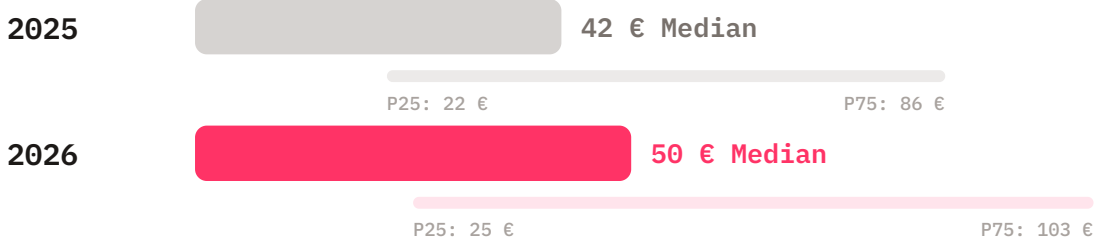
Was du daraus machst: Wenn deine Preise pro Kopf über alle Eventgrößen gleich sind, verschenkst du in der Mitte Marge oder bist bei Großevents zu teuer. Die Kurve gehört in deine Kalkulationslogik.

Preisentwicklung: +19 % in einem Jahr

Der Vergleich mit dem Vorjahr ist das vielleicht wichtigste Ergebnis dieses Reports: **Der Median-Preis pro Gast ist von 42 € auf 50 € gestiegen — plus 19 Prozent.** Auch die gesamte Preisspanne hat sich nach oben verschoben: Die obere Hälfte beginnt 2026 bei 103 € statt 86 €.

Median-Preis pro Gast: 2025 vs. 2026

netto · 2025: n = 1.936 · 2026 (Jan–Jun): n = 1.316



Zwei Gegenchecks, damit die Zahl trägt: **Saisonbereinigt — nur Januar bis Juni beider Jahre — ist der Anstieg mit +27 % (39,60 € → 50,30 €) sogar größer**; die +19 % im Chart sind die konservative Lesart gegen das volle Jahr 2025. Ein Teil geht auf die veränderte Zusammensetzung der Datenbasis zurück (2026 sind mehr Betriebe vertreten) — aber auch Betriebe, die in beiden Jahren Angebote erstellt haben, haben ihre Preise im Median deutlich angehoben. Die Richtung ist eindeutig — und die Konsequenz auch:

Wer 2026 noch mit den Kalkulationssätzen von 2025 anbietet, liegt rechnerisch rund 16 % unter dem aktuellen Markt-Median — bei ~2.500 € Angebotswert sind das ~400 € pro Angebot, die der Markt gerade hergibt. Bei zehn Angeboten im Monat ein fünfstelliger Jahresbetrag.

Der typische Angebotswert

2.562 €

Median-Angebotswert (netto)

Die Streuung ist enorm — vom 300-€-Plattenservice bis zum sechsstelligen Firmenevent. Wichtiger als der absolute Wert ist die Konsequenz: Bei einem Median von ~2.500 € entscheidet **ein einziges zusätzlich gewonnenes Angebot pro Monat** über einen fünfstelligen Jahresumsatz. Alles, was deine Angebotsqualität oder -geschwindigkeit verbessert, hat direkten Hebel.

KAPITEL 2 · AUFBAU

Wie echte Angebote aufgebaut sind

11 Positionen sind der Standard, 35 sind keine Seltenheit

11

Positionen (Median)

16

Positionen (Durchschnitt)

35+

bei den obersten 10 %

Menüs, Getränkepauschalen, Personalstunden, Equipment, Anfahrt: Ein typisches Angebot hat **11 Positionen**. Der Durchschnitt liegt bei 16, weil ein Viertel aller Angebote 24 oder mehr Positionen hat. Das erklärt zwei Dinge:

1

Warum Angebotserstellung so viel Zeit frisst

11 bis 35 Positionen heißt: 11- bis 35-mal Preis nachschlagen, Steuersatz zuordnen, Menge kalkulieren, Text formulieren. Ohne Produktkatalog und Vorlagen ist jedes Angebot Handarbeit.

2

Warum Struktur über Lesbarkeit entscheidet

Ein Kunde, der 35 lose Zeilen bekommt, sucht den Gesamtpreis und überfliegt den Rest. Abschnitte (Speisen / Getränke / Personal / Equipment / Logistik) mit Zwischensummen machen aus einer Zahlenwüste ein lesbares Dokument.

Die MwSt-Realität: fast jedes Angebot hat zwei Steuersätze

Netto-Volumen aller Angebotspositionen nach Steuersatz

Anteil am ausgewerteten Netto-Volumen, 2026

~1,6 % österr. Sätze (20 % / 10 %) →

54,5 %

43,8 %

■ 19 % – Getränke, Personal, Equipment, Technik ■ 7 % – Speisen zur Lieferung/Abholung



Ein typisches Catering-Angebot führt immer beide Steuersätze getrennt auf. Wer nur einen Satz ausweist, bekommt spätestens bei der Rechnung ein Problem – und im schlimmsten Fall eine Diskussion mit dem Steuerberater oder Betriebsprüfer. Der 7/19-Split gehört pro Position sauber zugeordnet, nicht pauschal über das Dokument.

KAPITEL 3 · TIMING

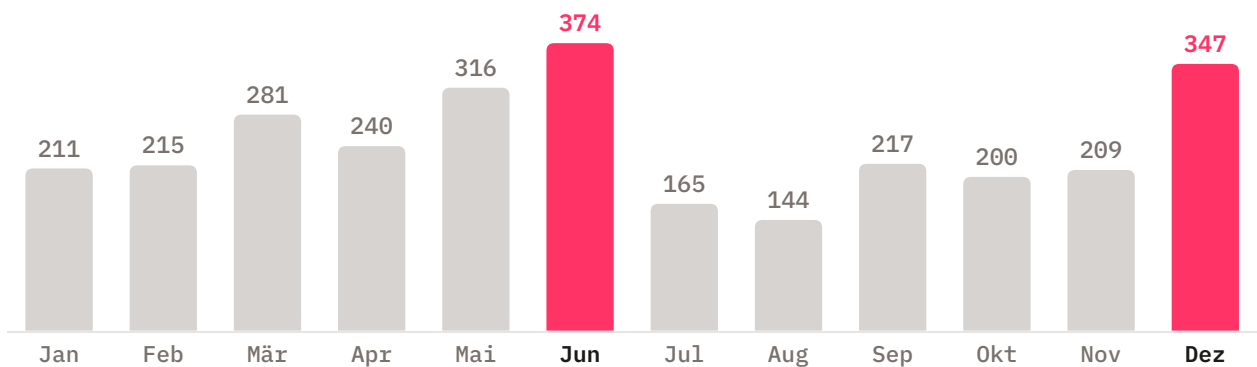
Wann Events stattfinden — und was das für dich heißt

Für dieses Kapitel haben wir die Event-Termine hinter den Angeboten ausgewertet — **2.919 Events über volle 24 Monate** (Juli 2024 bis Juni 2026), damit die Saisonkurve nicht von einem einzelnen Jahr verzerrt wird.

Die Saisonkurve: zwei Gipfel, ein Loch

Events pro Monat

2.919 Events · Juli 2024 – Juni 2026 (24 Monate, aggregiert)



- **Juni ist der stärkste Monat** (Sommerfeste, Hochzeiten, Firmen-Sommerevents), **Dezember der zweitstärkste** (Weihnachtsfeiern) — mit 2,6× bzw. 2,4× dem Volumen des schwächsten Monats.
- **Das echte Sommerloch ist der August** (144 Events), nicht der Januar (211).

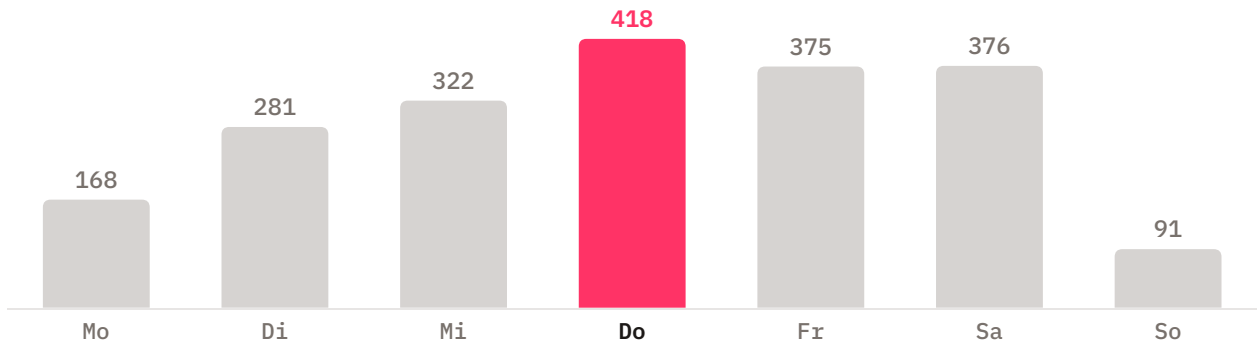


Wer seine Betriebsferien in den August legt, verliert am wenigsten Geschäft — wer im Juni oder Dezember Kapazitätsprobleme hat, verliert am meisten.

Im B2B schlägt Donnerstag den Samstag

Events nach Wochentag

2.031 Events · letzte 12 Monate



Der stärkste Event-Tag im B2B-Geschäft ist der Donnerstag — vor Samstag und Freitag. Firmenevents, Tagungen und Team-Anlässe finden unter der Woche statt, und sie machen im professionellen Catering- und Location-Geschäft die Masse aus. Wer sein Personal- und Produktions-Setup nur auf das Wochenende ausrichtet, plant am eigenen Kalender vorbei.

30 Tage Vorlauf — mehr Zeit hast du selten

30 Tage

Median-Vorlauf, alle Events

39 Tage

Samstags-Events
am längsten im Voraus geplant

26 Tage

Montags-Events
am kürzesten geplant

Ein Monat Vorlauf bedeutet: Anfrage beantworten, Angebot erstellen, nachfassen, Details klären, Personal planen, einkaufen — alles in vier Wochen. **Jeder Tag, den dein Angebot in der Entwurfsmappe liegt, fehlt dir hinten in der Produktionsplanung.**

Und für den Kunden, der parallel bei zwei Mitbewerbern angefragt hat, zählt oft schlicht: Wer liefert zuerst ein professionelles Angebot?

KAPITEL 4 · CHECKLISTE

Das conversion-optimierte Angebot

Die folgenden zehn Punkte sind Praxis-Empfehlungen aus der Arbeit mit hunderten Event-Betrieben — kombiniert mit den Daten aus diesem Report. Es sind keine Statistik-Versprechen, sondern Handwerk: **Jeder Punkt räumt einen konkreten Grund ab, aus dem Angebote liegen bleiben oder verlieren.**

1

Antworte am selben Tag — auch wenn das Angebot später kommt.

Bei 30 Tagen Median-Vorlauf ist Geschwindigkeit ein Wettbewerbsfaktor. Wenn das volle Angebot Zeit braucht: sofortige Eingangsbestätigung mit konkretem Liefertermin („Ihr Angebot erhalten Sie bis morgen 12 Uhr“).

2

Gliedere in Abschnitte mit Zwischensummen.

Bei median 11 und bis zu 35+ Positionen entscheidet Struktur über Lesbarkeit: Speisen / Getränke / Personal / Equipment / Logistik, je mit Zwischensumme. Der Kunde soll in 30 Sekunden verstehen, wofür er was zahlt.

3

Weise beide Steuersätze pro Position korrekt aus.

54 % des Volumens laufen auf 19 %, 44 % auf 7 % — gemischte Angebote sind der Normalfall. Saubere Trennung erspart Rechnungs-Korrekturen und wirkt professionell gegenüber Einkaufsabteilungen.

4

Personalisiere die Kopfzeile.

Eventname, Datum, Ort, Gästezahl, Ansprechpartner — in den ersten Zeilen. Ein Angebot, das nach Serienbrief aussieht, wird wie einer behandelt.

5

Biete eine Option an — aber nur eine.

Eine Alternative (z. B. Menü-Variante oder Getränkepauschale statt Einzelabrechnung) gibt dem Kunden Gestaltungsgefühl und dir einen zweiten Preisanker. Fünf Varianten erzeugen Entscheidungsstau.

6

Setze ein Gültigkeitsdatum und den nächsten Schritt.

„Dieses Angebot ist gültig bis ...“ plus ein konkreter Call-to-Action („Rückmeldung bis 15.08., dann reservieren wir verbindlich“). Ein Angebot ohne Frist lädt zum Liegenlassen ein.

7

Regle Leistungszeitraum und Anzahlung im Angebot, nicht danach.

Auf- und Abbauzeiten, Personal-Stunden, Anzahlungsmodalitäten — alles, was später Diskussionen erzeugt, gehört ins Angebot. Nachverhandlungen kosten Marge und Vertrauen.

8

Versende digital mit Online-Ansicht.

Ein Link, unter dem der Kunde das Angebot ansehen und direkt annehmen kann, schlägt den toten PDF-Anhang: Du siehst, ob und wann es geöffnet wurde — und der Kunde kann mit einem Klick zusagen, statt zu drucken, zu unterschreiben und zu scannen.

9

Fasse systematisch nach — zweimal.

Ein freundliches Nachfassen wenige Tage nach Versand, ein zweites vor Ablauf der Gültigkeit. Nicht als Druck, sondern als Service („Haben Sie noch Fragen? Sollen wir etwas anpassen?“). Die meisten verlorenen Angebote sterben still — nicht an einem Nein, sondern an Funkstille.

10

Arbeite mit Vorlagen und Produktkatalog statt Copy-Paste.

Bei 11–35 Positionen pro Angebot ist ein gepflegter Katalog mit Preisen und Steuersätzen der Unterschied zwischen 15 Minuten und 2 Stunden pro Angebot — und er eliminiert die Tippfehler, die dich beim Kunden Glaubwürdigkeit kosten.



Tipp: Druck diese beiden Seiten aus und leg sie neben dein nächstes Angebot. Zehn Häkchen = ein Angebot, das nicht liegen bleibt.

Methodik & Datenbasis

Preis- und Struktur-Benchmarks (Kapitel 1–2)

1.316 anonymisierte Catering- und Event-Angebote, erstellt zwischen 1. Januar und 30. Juni 2026 über Univents von Caterern, Eventlocations und Eventagenturen im DACH-Raum. Einbezogen wurden Angebote mit plausibler Gästezahl (1–5.000) und positivem Netto-Wert; Ausreißer über 500 € netto pro Gast wurden entfernt. Alle Preise sind Netto-Beträge. Der Positions-Benchmark basiert auf den Angebotspositionen derselben Angebote; der Steuersatz-Split auf dem Netto-Volumen aller Positionen. **Preisentwicklung:** Vergleich mit 1.936 Angeboten aus dem Kalenderjahr 2025 (gleiche Filter) — insgesamt 3.252 ausgewertete Angebote. Saisonbereinigter Gegencheck: Januar–Juni 2025 (n = 847, Median 39,60 €) vs. Januar–Juni 2026 ergibt +27 % — der ausgewiesene Jahresvergleich ist die konservative Variante.

Timing-Auswertungen (Kapitel 3)

Saisonkurve auf Basis von 2.919 Events mit Angebot und Termin zwischen Juli 2024 und Juni 2026 (24 Monate, um Einzeljahr-Effekte zu glätten); Wochentags- und Vorlaufzeit-Auswertung auf Basis von 2.031 Events der letzten 12 Monate.



Was dieser Report nicht behauptet: Wir veröffentlichen keine Annahme- oder Gewinnquoten. Solche Zahlen wären aus Systemdaten nicht seriös ableitbar — Absagen werden in der Praxis selten dokumentiert, und Abschlüsse laufen teils außerhalb der Software. Wir zeigen nur, was die Daten wirklich hergeben: Preise, Strukturen und Termine aus echten Angeboten.



Datenschutz: Keine Einzeldaten, nur Aggregate — kein Rückschluss auf einzelne Betriebe oder Kunden möglich.

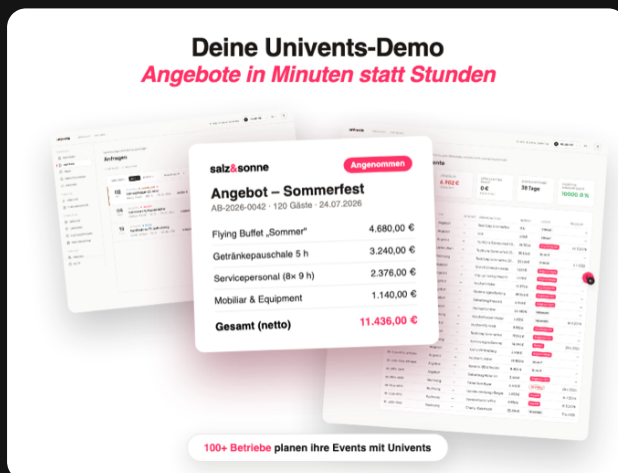
univents

Über Univents: Univents ist die Event-Management-Software für Caterer, Eventlocations und Eventagenturen im DACH-Raum — von der ersten Anfrage über Angebot, Personalplanung und Lieferschein bis zur Rechnung. Die anonymisierten, aggregierten Auswertungen in diesem Report stammen aus Angeboten, die Betriebe mit Univents erstellt haben.

Du hast jetzt die Benchmarks. Wie schnell und wie professionell kommen deine Angebote raus?

Univents ist die Software, mit der Caterer, Eventlocations und Eventagenturen im DACH-Raum ihre Angebote **in Minuten statt Stunden** erstellen — und alles abdeckt, was nach der Zusage kommt.

- ✓ **Produktkatalog & Vorlagen** — 11 bis 35 Positionen in Minuten statt Stunden, ohne Tippfehler
- ✓ **Automatischer 7/19-Split** — beide Steuersätze pro Position korrekt, ohne Nachdenken
- ✓ **Online-Ansicht mit Ein-Klick-Annahme** — du siehst, wann geöffnet wird; der Kunde sagt mit einem Klick zu
- ✓ **Alles nach der Zusage** — Personalplanung, Lieferscheine, Rechnungen aus demselben Event



Sieh es an deinem eigenen Beispiel

In der kostenlosen 30-Minuten-Demo bauen wir dein typisches Angebot einmal live nach — mit deinen Positionen, deinen Preisen, deinem Layout.

👉 Jetzt kostenlose Demo buchen

kostenlos & unverbindlich · univents.app/demo

