

Befragung zur Hochschulgastronomie

Abschlusspräsentation für das Studierendenwerk Thüringen

Jena, 24.02.2023



Projektziel & Vorgehen

Executive Summary

Ergebnisse im Detail

118+4816441945
43%3466346%>364= -3544
*84%16539842166511
5:«2498461»1*84%16539842166511
98461»1*848795+5665016
43%3466346%>364= -3544
3%3466346%>364= -3544
4981165=«4988461»1*848795+5665016
6539841665118+471574
65118+4816441945
51654%45036>364= -3544
981165=«4988461»1*848795+5665016
5665016
89842165=«4988461»1*848795+5665016
2988461»1*848795+5665016
795456651654%45346%>364= -3544
34%43%3466346%>364= -3544
514%1524%8795456651654%45346%>364= -3544
4534%443%3466346%>364= -3544
1665118+4816441945
9842165=«4988461»1*848795+5665016
98461»1*848795+5665016
648981165=«4988461»1*848795+5665016
5+364÷343%3466346%>364= -3544
453446%>364= -3544
3648981165=«4988461»1*848795+5665016
5:«498461»1*848795+5665016
81165=«4988461»1*848795+5665016
4%43%3466346%>364= -3544
84%16539842166511
4534%43%3466346%>364= -3544
1665118+4816441945
64= -364÷364981165=«4988461»1*848795+5665016
346%>364=0-364÷364981165=«4988461»1*848795+5665016

Projektziel

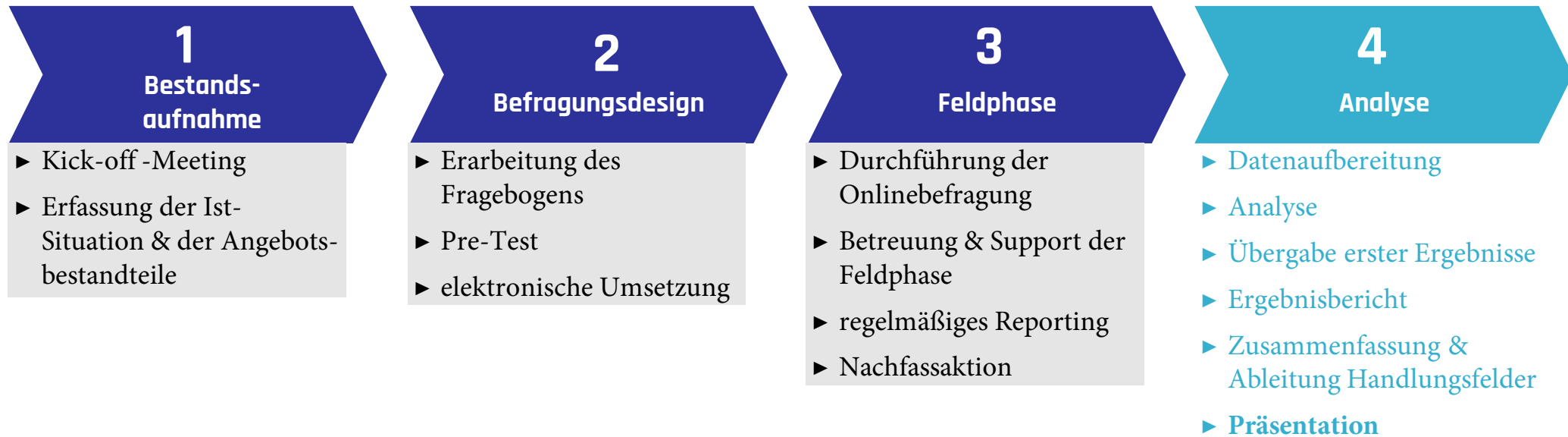
In der Umfrage 2022 wurden Nutzer*innen und Nichtnutzer*innen der Mensen und Cafeterien des Studierendenwerks Thüringen befragt.

Mit der Befragung sollen u.a. folgende Fragen beantwortet werden:

- ▶ Wie häufig nutzen die befragten Personen die Mensen und Cafeterien des Studierendenwerks?
- ▶ Welche Relevanz spielt Preis im Vergleich zur Qualität beim Essen in der Mensa?
- ▶ Was kann unternommen werden, um Nichtnutzer*innen zur Nutzung zu bewegen?
- ▶ Wie wichtig sind verschiedene Qualitätsmerkmale beim Mensaessen und wie werden diese bewertet?
- ▶ Wie zufrieden sind die Nutzer*innen mit den Verpflegungsangeboten insgesamt sowie hinsichtlich einzelner Angebotsbestandteile, sowie Service und Aspekte der Örtlichkeit? Wie wichtig sind diese Aspekte?
- ▶ Wie bewerten die Nutzer*innen die verschiedenen Menülinien und wie wichtig sind ihnen diese?
- ▶ Zu welchen Informationen wünschen die befragten Personen Werbung in den Mensen und Cafeterien?

Vorgehen

Das Projekt teilt sich in vier Phasen. Derzeit befinden wir uns in der letzten Phase.



- ▶ Die Erhebung wurde als Vollerhebung in Form einer anonymisierten **Online-Befragung** konzipiert und mit der Befragungssoftware LimeSurvey umgesetzt.
- ▶ Der Befragungszeitraum erstreckte sich über 3 Wochen (von 7. bis 27. November 2022). Es konnte eine Teilnehmendenzahl von **9.633 Probanden** erzielt werden, was einer Rücklaufquote von rund 16% entspricht.
- ▶ Die Versendung der Einladungen sowie der Erinnerungsschreiben erfolgte per E-Mail durch die Hochschulen.

Stichprobenbeschreibung

Die Stichprobe zeigt bereits ungewichtet eine gute Durchmischung hinsichtlich Status, Hochschule und auch Internationalität.

Status:

86%
Studierende



14%

Mitarbeitende

0,2% externe Gäste

n=9.633

Internationalität:

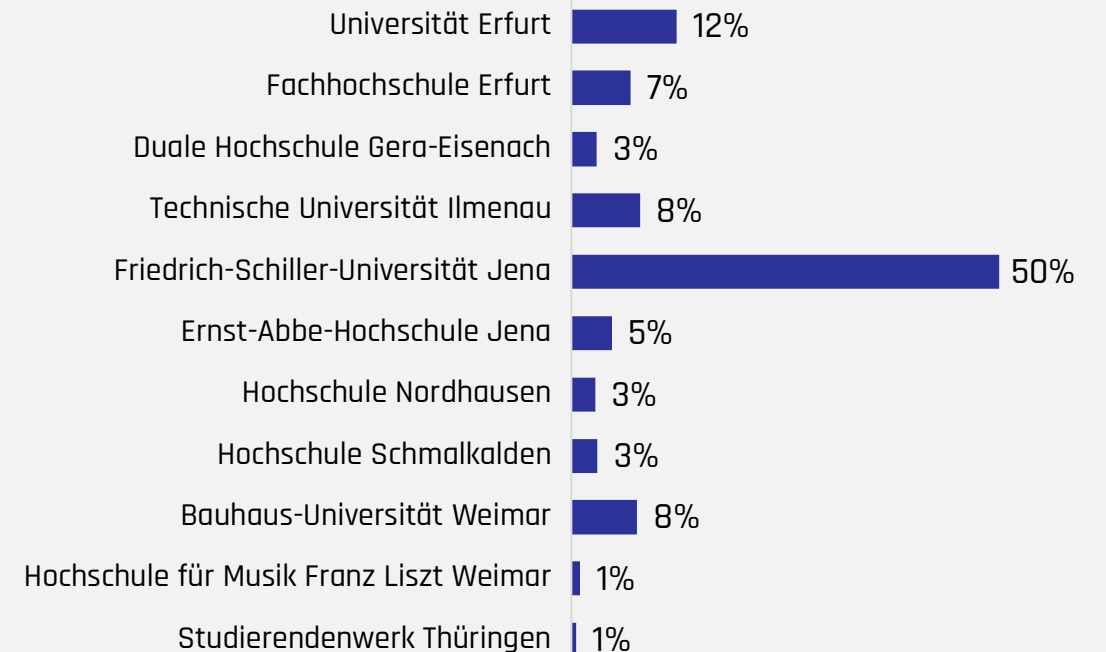
89%



11%
internationale Studierende

n=8.273

Hochschule/ Institution:

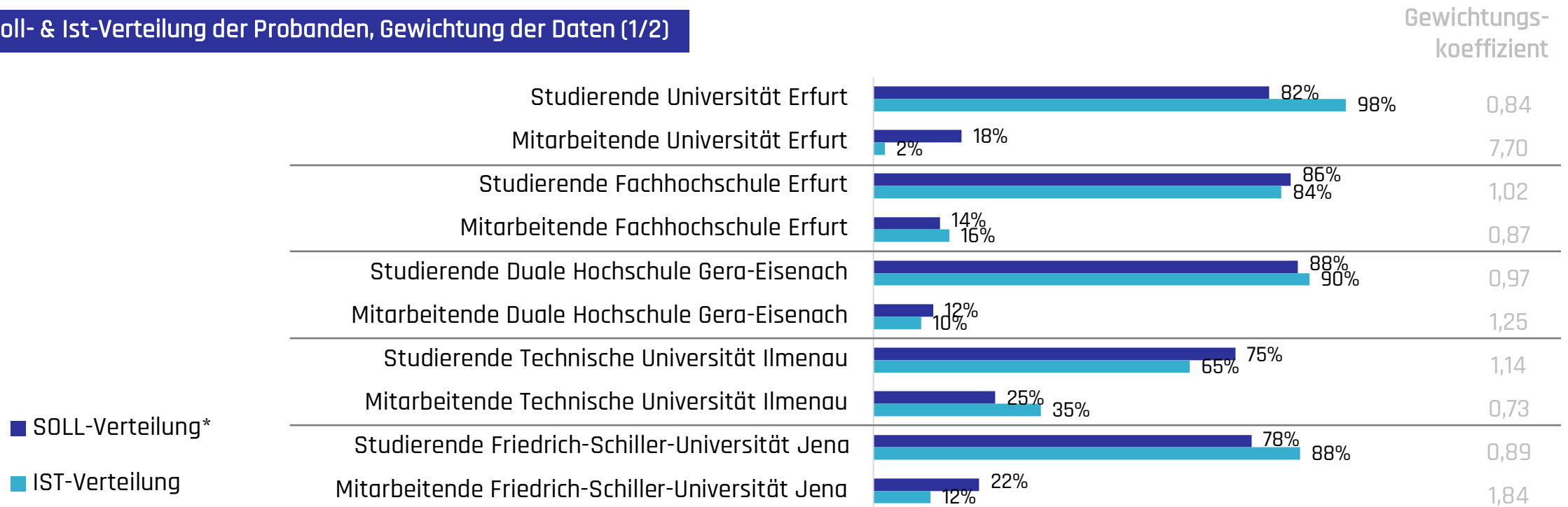


n=9.611

Gewichtung der Stichprobe

Die Stichprobe wurde der realen Verteilung von Studierenden und Hochschulmitarbeitenden angeglichen (Gewichtung). Hierdurch wird die Repräsentativität der Daten sichergestellt.

Soll- & Ist-Verteilung der Probanden, Gewichtung der Daten (1/2)



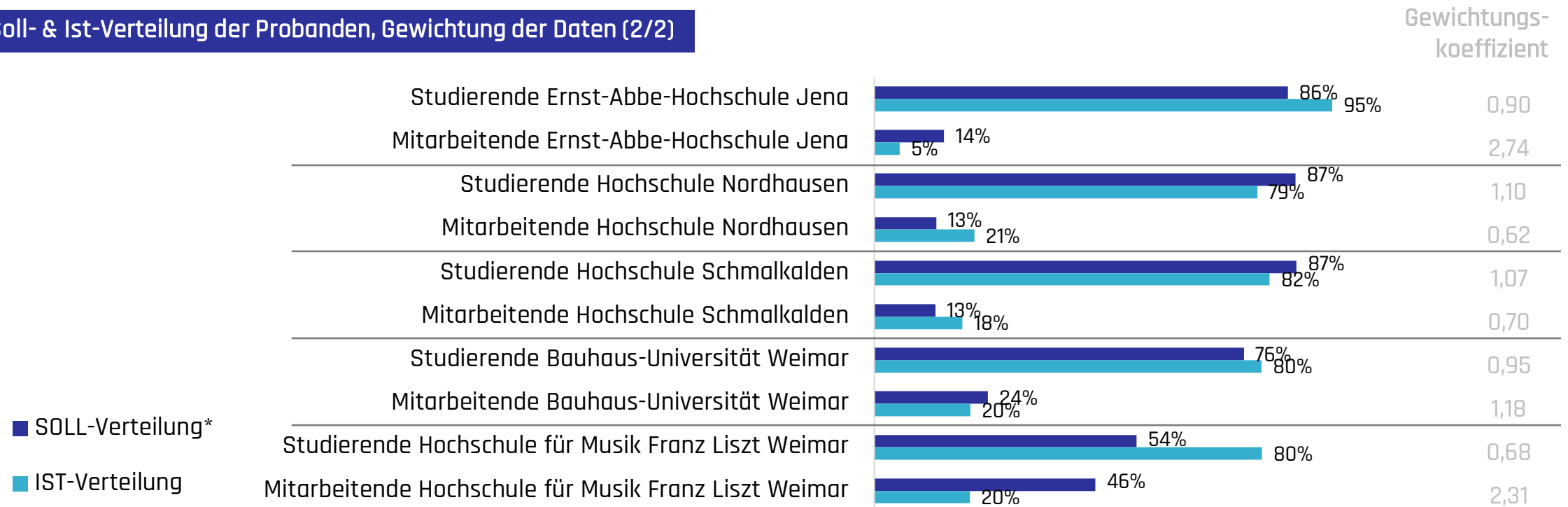
*Quelle: Thüringer Landesamt für Statistik, Studierende und Personal an den Hochschulen in Thüringen 2019/20. / Thüringer Landesamt für Statistik, Studierende insgesamt im Wintersemester 2021/2022 nach Hochschulen.

% der befragten Personen (IST) bzw. % der statistisch erfassten Personen (SOLL)

Gewichtung der Stichprobe

Die Stichprobe wurde der realen Verteilung von Studierenden und Hochschulmitarbeitenden angeglichen (Gewichtung). Hierdurch wird die Repräsentativität der Daten sichergestellt.

Soll- & Ist-Verteilung der Probanden, Gewichtung der Daten (2/2)



*Quelle: Thüringer Landesamt für Statistik, Studierende und Personal an den Hochschulen in Thüringen 2019/20. / Thüringer Landesamt für Statistik, Studierende insgesamt im Wintersemester 2021/2022 nach Hochschulen.

% der befragten Personen (IST) bzw. % der statistisch erfassten Personen (SOLL)

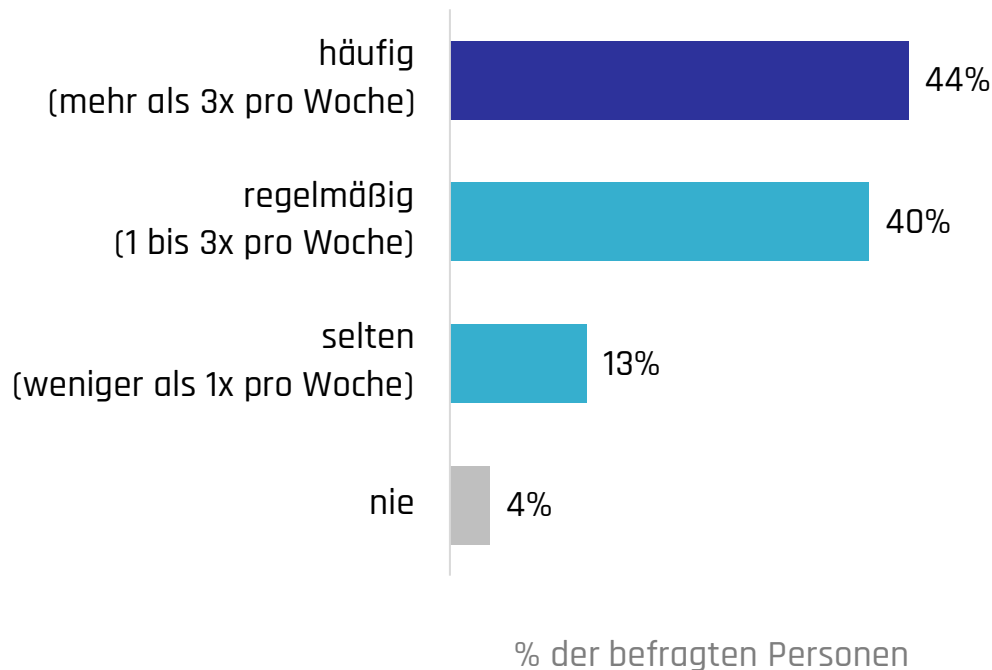
Executive Summary

- ▶ Knapp die **Hälfte** der Befragten sind Stammgäste der Mensen und Cafeterien – nutzt diesen den Großteil der Woche. **Weitere 40%** nutzen sie zumindest ein paar Tage in der Woche.
- ▶ Der **Nichtnutzeranteil** hat sich erfreulicherweise trotz Pandemie **nicht erhöht**.
- ▶ Für die **Mehrheit** der Mensanutzer*innen spielt die **Qualität des Essens** eine **größere Rolle als** der **Preis**. Für ein Drittel hat der Preis eine größere Relevanz.
- ▶ Hinsichtlich der verschiedenen **Qualitätsmerkmale** geht es den Nutzer*innen vor allem um **frische Zubereitung**. **Regionalität, fairer Handel** und **Bioprodukte** sind zweitrangig, aber **nicht unwichtig**.
- ▶ Alle Qualitätsmerkmale bewerten die Nutzer*innen der Mensen und Cafeterien durchschnittlich als **eher gut**.
- ▶ Insgesamt ist der **Großteil** der Nutzer*innen mit den Mensen und Cafeterien **zufrieden**.
- ▶ Alle Aspekte des **Angebots** werden durchschnittlich als **eher gut** bewertet.
- ▶ Viele Aspekte im **Service** erhalten Bewertungen in Richtung „**sehr gut**“.
- ▶ Die drei **Menülinien** sind der Nutzer*innen alle **ähnlich wichtig** und alle drei werden mit „**eher gut**“ bewertet.
- ▶ Die **Themen**, zu denen sich die Nutzer*innen Infos in den Mensen und Cafeterien wünschen, sind **sehr unterschiedlich**. Es zeigt sich kein klares Bild. Viele Themen sind für einen Teil interessant.

Nutzung der Mensen & Cafeterien

Der Anteil der Stammgäste liegt in der Hochschulgastronomie des STW Thüringen in 2022 bei 44% und wird damit seit 2015 stabil gehalten. Trotz Pandemie ist auch der Anteil der Nichtnutzer*innen weiterhin auf sehr niedrigem Niveau.

Wie oft nutzen Sie AKTUELL in einer typischen Semesterwoche während der Vorlesungszeit die Mensen und Cafeterien des STW Thüringen?



n=9.633

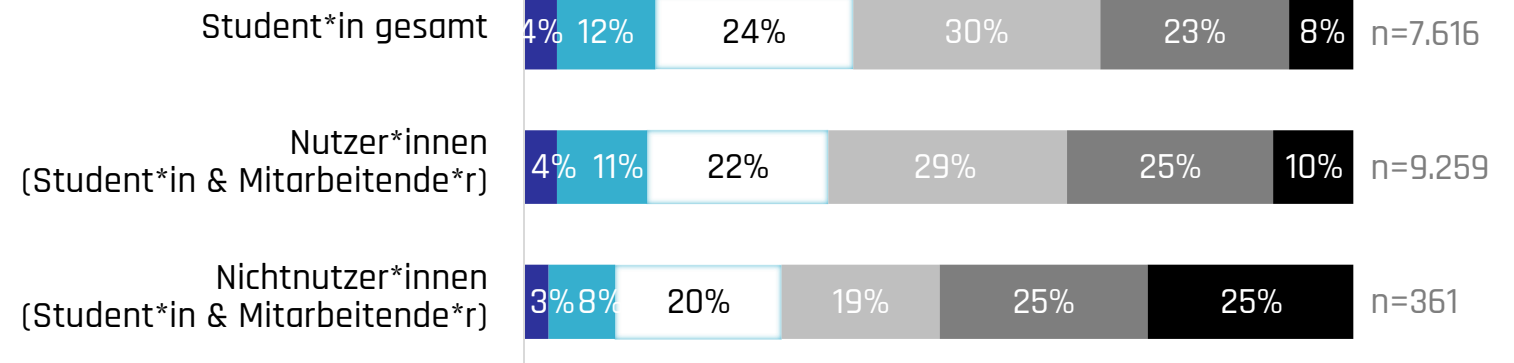
	2022	2019	2015
Stammgäste	44%	40%	44%
sporadische Gäste	53%	57%	52%
Nichtnutzer*innen	4%	3%	4%
	n=9.633	n=8.327	n=7.623

Preis vs. Qualität

64% der Nutzer*innen der Mensen und Cafeterien ist die Qualität des Essens wichtiger als der Preis. Bei den Nichtnutzern*innen liegt dieser Anteil nur geringfügig höher (69%). Allerdings geben mehr Nichtnutzern*innen an, dass ihnen die Qualität deutlich wichtiger ist.

Wichtigkeit von Preis vs. Qualität des Essens bei der Verpflegung in den Mensen und Cafeterien
Nutzer*innen vs. Nichtnutzer*innen

- Preis deutlich wichtiger
- Preis wichtiger
- Preis ein wenig wichtiger
- Qualität ein wenig wichtiger
- Qualität wichtiger
- Qualität deutlich wichtiger

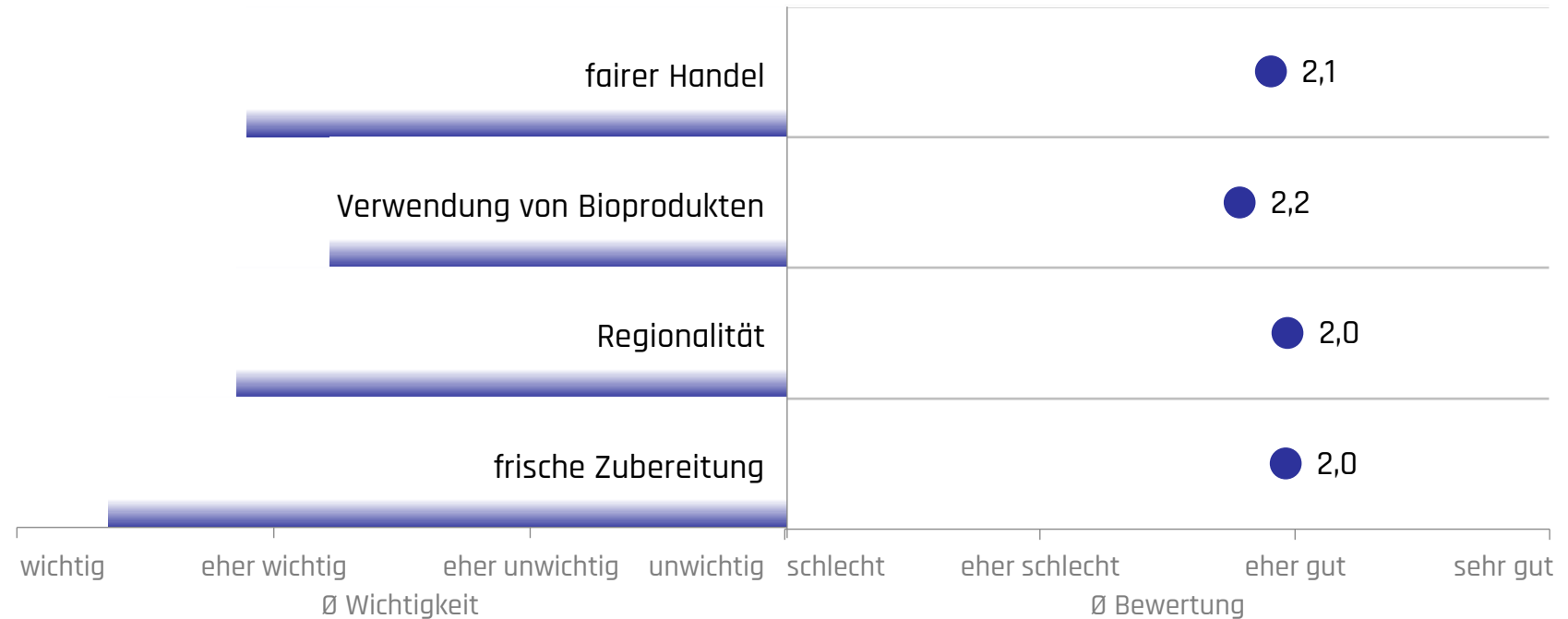


% der befragten Personen je Segment

Qualitätsmerkmale – Wichtigkeit & Beurteilung

Das wichtigste Qualitätsmerkmal beim Mensa- und Cafeteria-Essen ist aus Sicht der befragten Personen die frische Zubereitung. Diese wird im Durchschnitt mit gut bewertet. Auch die anderen Qualitätsmerkmale erhalten gute Bewertungen.

Wichtigkeit (links) und Bewertung (rechts)
der Qualitätsmerkmale des Mensa- und Cafeteria-Essens

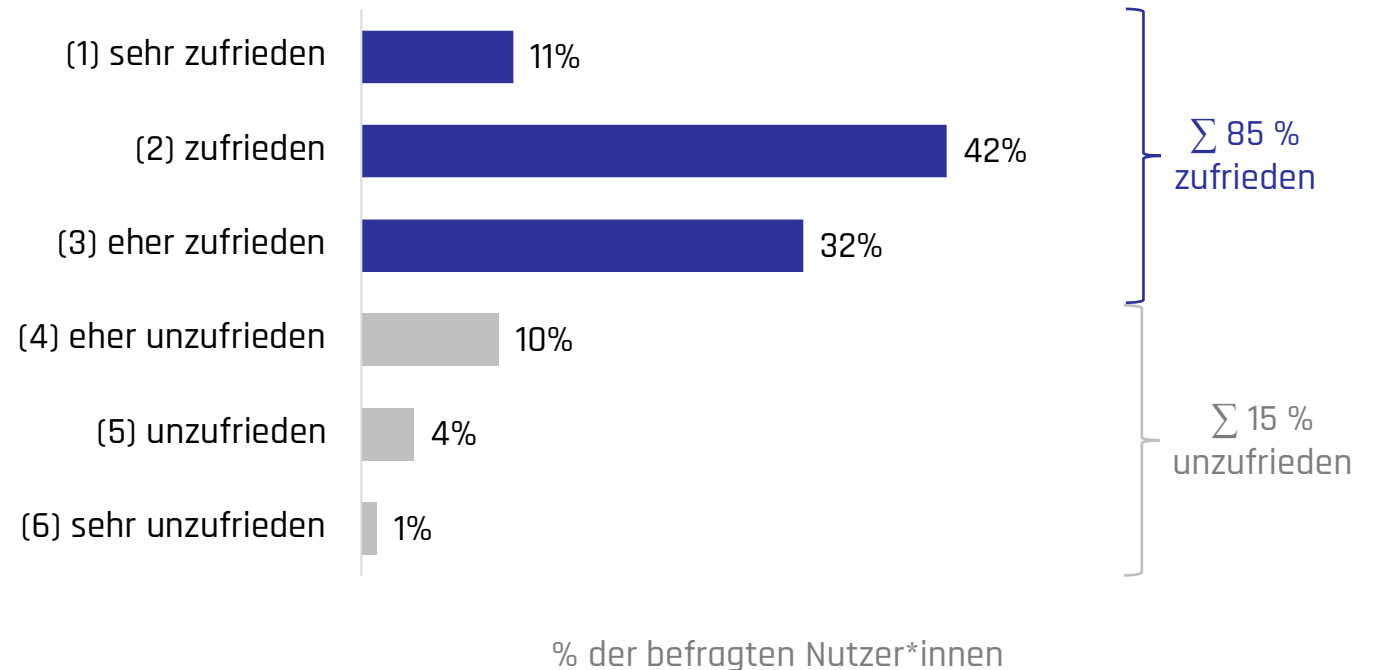


$n_{\text{Wichtigkeit}}=9.190$ | $n_{\text{Bewertung}}=7.169$

Zufriedenheit

Gut die Hälfte der Nutzer*innen der Mensen und Cafeterien (53%) ist mit den Verpflegungsangeboten in diesen insgesamt zufrieden bis sehr zufrieden. Ein weiteres Drittel ist eher zufrieden – scheint dies also etwas ambivalenter zu sehen. Insgesamt ist aber der Großteil der Nutzer*innen zufrieden.

Gesamtzufriedenheit mit den Verpflegungsangeboten
in den Mensen und Cafeterien des STW Thüringen

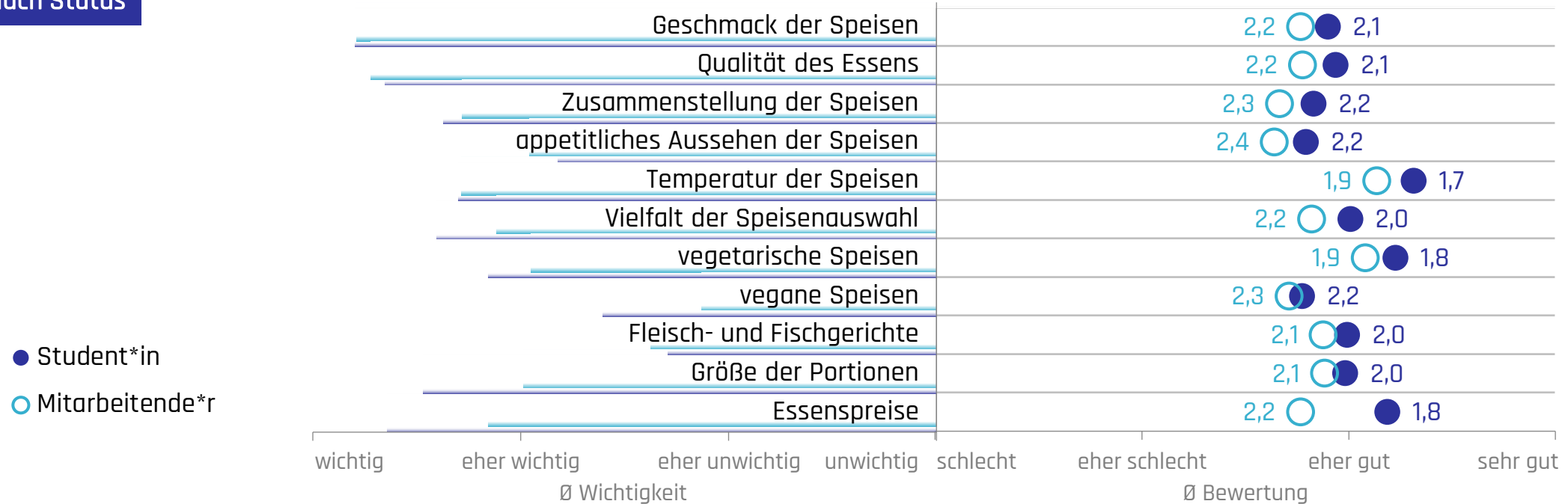


n=9.265

Angebot – Wichtigkeit & Bewertung

Bei Studierenden und Mitarbeitenden ist die Wichtigkeit von Angebotsaspekten nur vereinzelt unterschiedlich. Allerdings bewerten Mitarbeitende das Angebot in nahezu allen Aspekten etwas schlechter als Studierende. Das Niveau der Bewertungen ist aber in beiden Zielgruppen meist gut.

Wichtigkeit (links) und Bewertung (rechts)
des Angebots in den Mensen und Cafeterien
nach Status

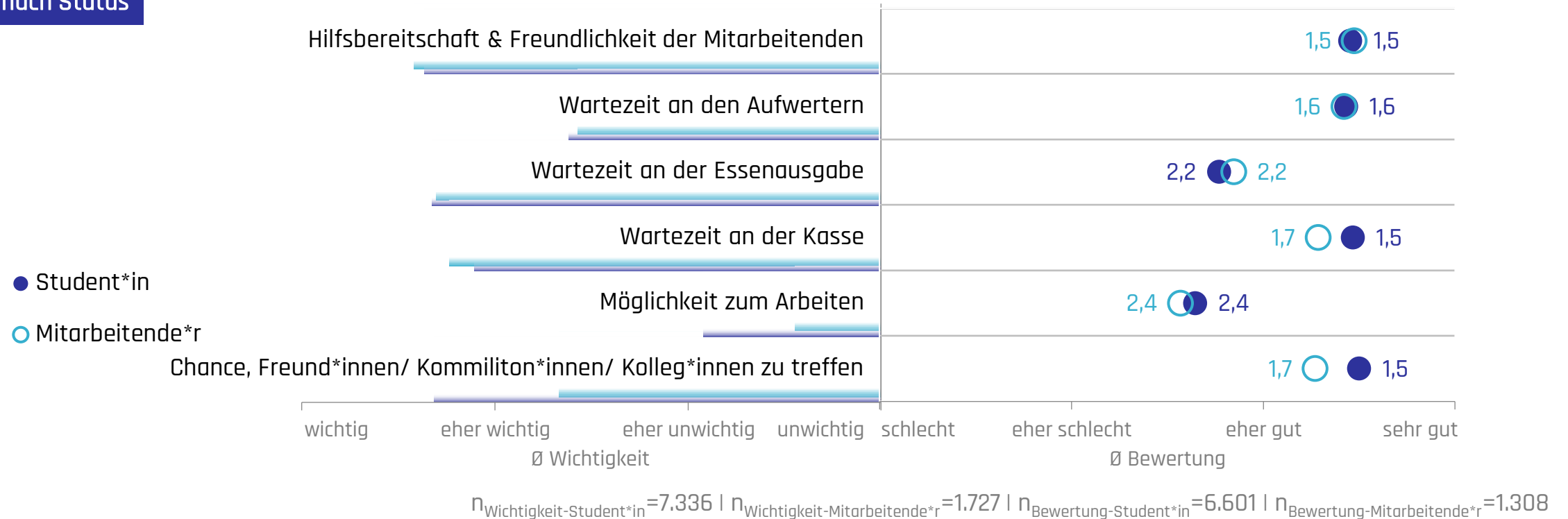


$n_{\text{Wichtigkeit-Student*in}}=7.416$ | $n_{\text{Wichtigkeit-Mitarbeitende*r}}=1.731$ | $n_{\text{Bewertung-Student*in}}=6.786$ | $n_{\text{Bewertung-Mitarbeitende*r}}=1.497$

Service – Wichtigkeit & Bewertung

Die Wartezeit an der Kasse und die Chance, Freund*innen oder Kommiliton*innen/ Kolleg*innen zu treffen, wird von den Studierenden etwas besser bewertet. Insgesamt fallen aber alle Bewertungen bei Studierenden und Mitarbeitenden gut bis sehr gut aus.

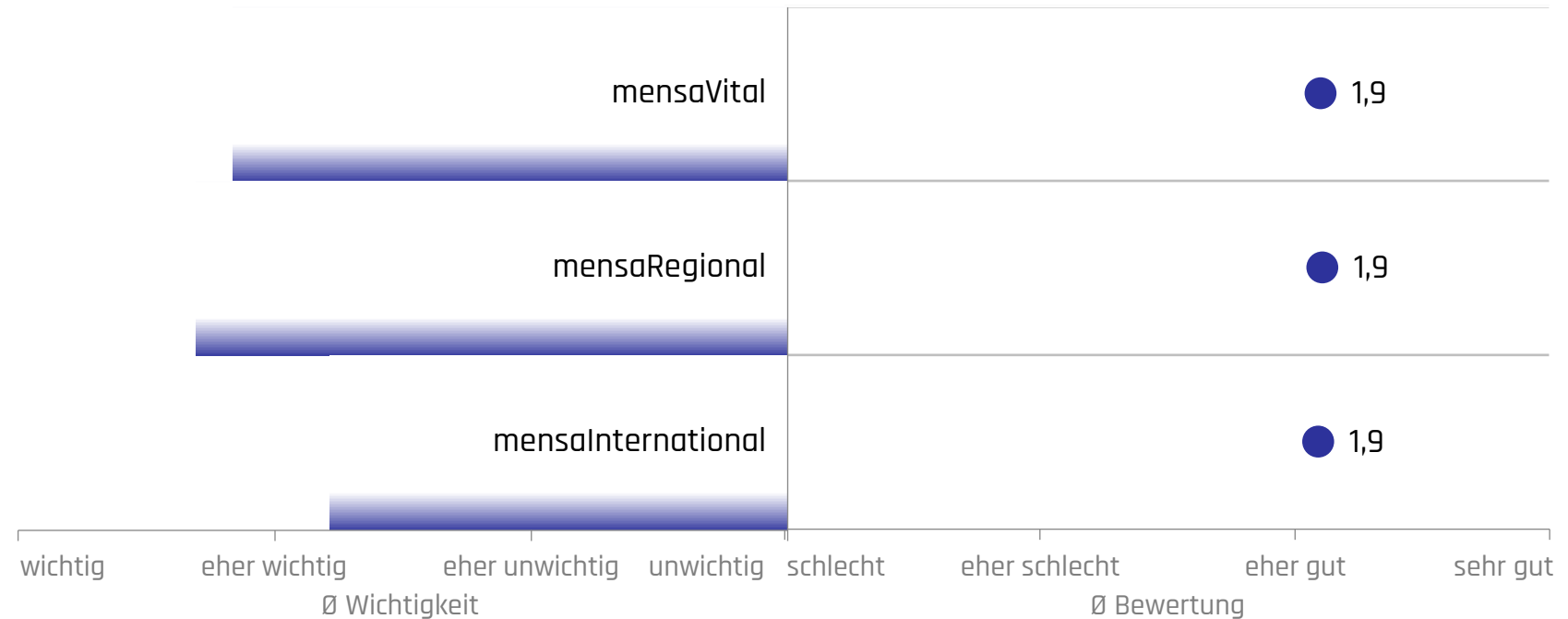
Wichtigkeit (links) und Bewertung (rechts)
des Service in den Mensen und Cafeterien
nach Status



Menülinien – Wichtigkeit & Bewertung

Alle drei Menülinien sind den befragten Personen im Durchschnitt eher wichtig – wobei „mensaInternational“ etwas weniger wichtig ist. Die Menülinien werden alle im Durchschnitt als eher gut bewertet.

Wichtigkeit (links) und Bewertung (rechts)
der drei Menülinien in den Mensen und Cafeterien



$n_{\text{Wichtigkeit}}=9.079$ | $n_{\text{Bewertung}}=8.593$

Informationen in den Mensen und Cafeterien

Gut die Hälfte der befragten Personen (58%) hat ein eher bis sehr hohes Interesse, sich über Projekte von anderen Studierenden in den Mensen und Cafeterien zu informieren. Für individuelle Angebote einzelner Studierender interessiert sich knapp die Hälfte (45%).

Interesse sich in den Mensen und Cafeterien zu folgenden Themen zu informieren

- (1) sehr hoch
- (2) eher hoch
- (3) eher gering
- (4) sehr gering

Projekte von anderen Studierenden
(z.B. interkulturelle Abende, Diskussionsrunden, Partys)



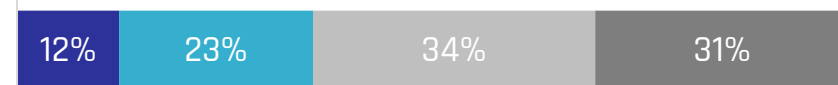
individuelle Angebote einzelner Studierender
(z.B. Nachmieter*in gesucht, Fahrrad zu verkaufen)



über Firmen und deren Produkte
(z.B. Sondertarife für Studierende)



Stellenangebote
(jeglicher Art, nicht nur Stellen in den Mensen und Cafeterien)



% der befragten Personen

n=9.159

Kontakt

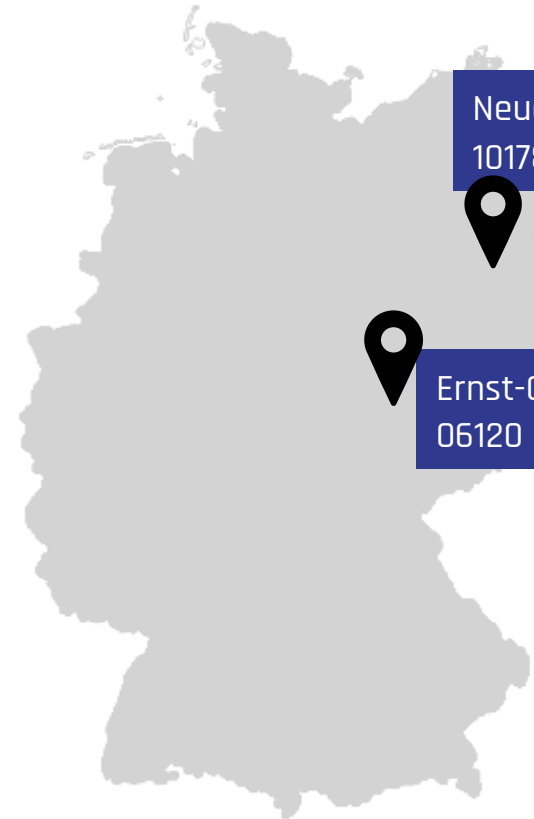
Dr. Falk Ritschel
ritschel@conomic.de
+ 49 (0) 345. 17 11 830



Saskia Ernst
ernst@conomic.de



Christian Nestor
nestor@conomic.de



Neue Schönhauser Straße 6
10178 Berlin

Ernst-Grube-Straße 14
06120 Halle (Saale)