



Gastronomiebefragung  
des Studentenwerks Thüringen

Management Summary

3. September 2015

▶ Ausgangssituation, Projektziel & Vorgehen

Informationen zur Stichprobe

Methodik & Typologie

Beurteilung des Angebots

Wachstumspotentiale

Handlungsfelder

Ziel des Projektes ist die Durchführung einer repräsentativen Umfrage zur Leistungsbeurteilung der Gäste in den Einrichtungen der Hochschulgastronomie des Studentenwerks Thüringen.

## Ausgangssituation:

- ▶ Nach einer ersten Erhebung der Kundenzufriedenheit mit den Einrichtungen des Studentenwerks Thüringen in 2013, erfolgte nun eine zweite Befragung.

## Projektziel:

- ▶ Die Meinungen und Wünsche der Studierenden und der Mitarbeiter in Erfahrung bringen, vor allem die Beurteilung verschiedener Leistungsmerkmale durch Kunden unterschiedlicher Potenzialgruppen.
- ▶ Auf diese Weise sollen einerseits Aspekte herausgearbeitet werden, deren Umsetzung bereits positiv bewertet wird und somit die Kundenbindung fördert.
- ▶ Weiterhin können so Handlungsfelder aufgezeigt werden, aus denen sich konkrete Maßnahmen ableiten lassen, welche ebenfalls zur Kundenbindung sowie zur Kundenneugewinnung angesetzt werden können.
- ▶ Die Befragungsschwerpunkte liegen in diesem Jahr u.a. auf den Bereichen fleischloses Angebot, mensaVital- Angebot und weitere Zusatzangebote.

Das Projekt teilt sich in fünf Phasen. Derzeit befinden wir uns mit der Ableitung zentraler Handlungsempfehlungen in der finalen Phase.



- Erfassung der Ist-Situation
- Aufnahme der verschiedenen Leistungsmerkmale
- Unterscheidung der Zielgruppen und Standorte

- Entwicklung eines Fragebogendesigns für die standardisierte Befragung unter der Leitung des Studentenwerks Thüringen
- Pretest
- Elektronische Umsetzung der Befragung

- Kontaktaufnahme mit Studierenden und Mitarbeitern der relevanten Hochschulen per E-Mail-Verteiler
- Incentive für die Teilnahme (Verlosung unter allen Teilnehmern)
- Elektronische Befragung
- Test auf Repräsentativität der Stichprobe

- Deskriptive Analyse der Befragungsergebnisse
- Analyse und Darstellung möglicher Zusammenhänge

- Zusammenfassung der Befragungsergebnisse
- Ableitung von Handlungsempfehlungen
- Erarbeitung einer Management Summary
- Präsentation der Projektergebnisse

Ausgangssituation, Projektziel & Vorgehen

▶ Informationen zur Stichprobe

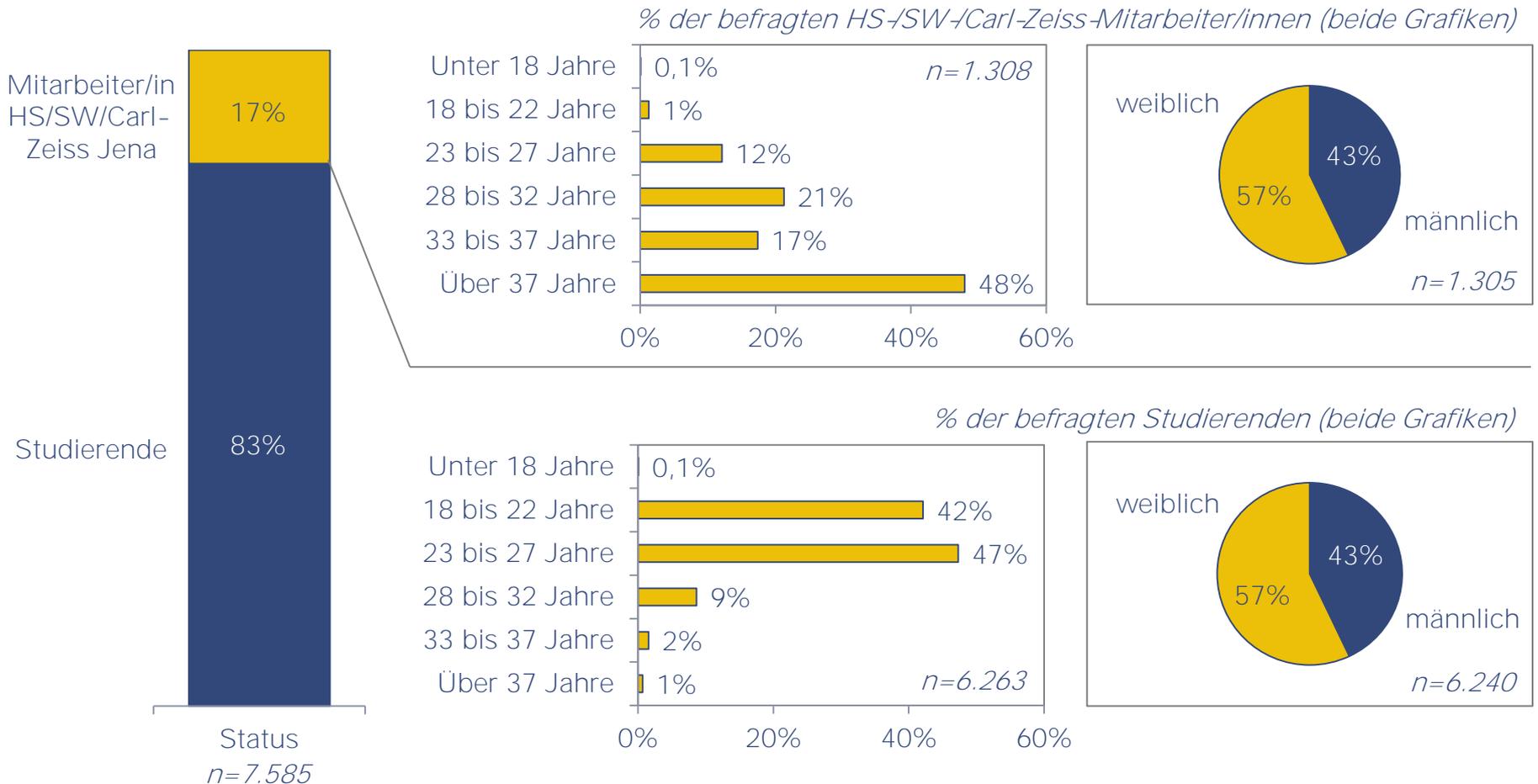
Methodik & Typologie

Beurteilung des Angebots

Wachstumspotentiale

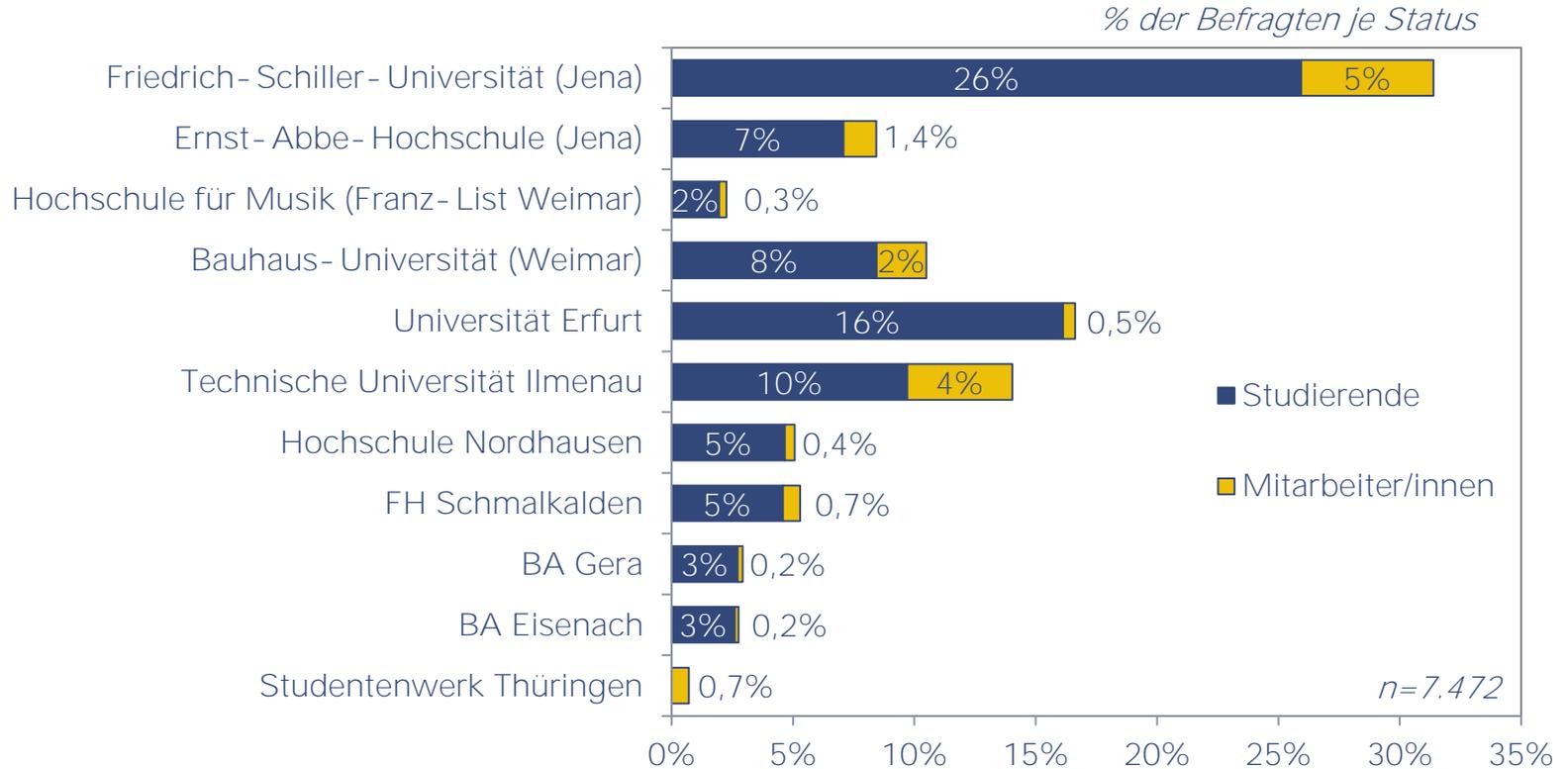
Handlungsfelder

Von den Befragten sind 83% Studierende. Knapp 90% davon sind jünger als 28 Jahre. Fast die Hälfte der befragten Mitarbeiter ist hingegen über 37 Jahre alt.



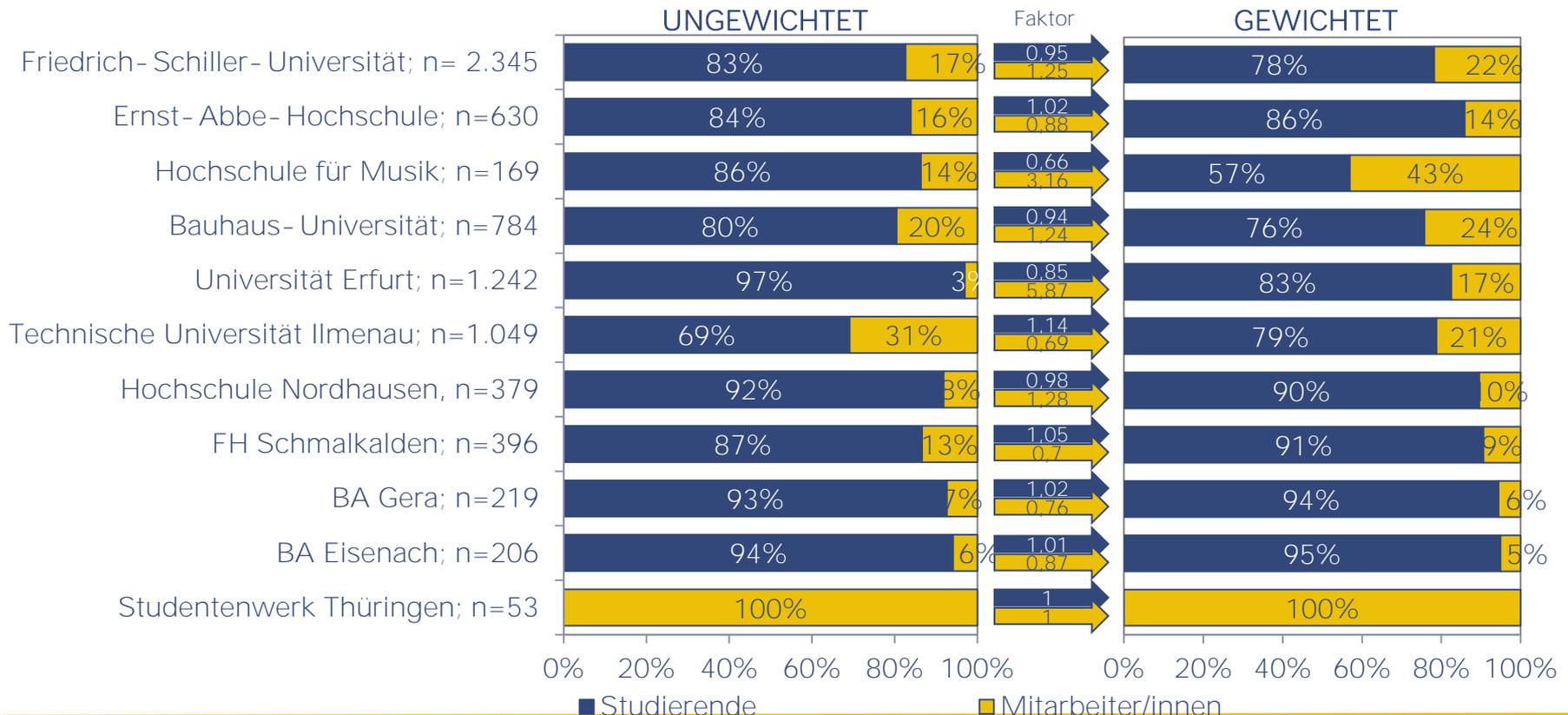
Mit 31% gab ein Großteil der Befragten an, an der Friedrich-Schiller-Universität Jena zu studieren oder zu arbeiten.

Bitte geben Sie Ihre Hochschule/Arbeitsstätte an.



Um repräsentative Ergebnisse zu erhalten, wurde die Stichprobe beim Merkmal Status so gewichtet, dass sie der tatsächlichen Verteilung je Hochschule auf Basis der Zahlen des Statistischen Landesamtes Thüringen WS 2013/14 entspricht.

Ungewichtete & gewichtete Verteilung der befragten Studierenden & Mitarbeiter/innen je Hochschule



Ausgangssituation, Projektziel & Vorgehen

Informationen zur Stichprobe

▶ **Methodik & Typologie**

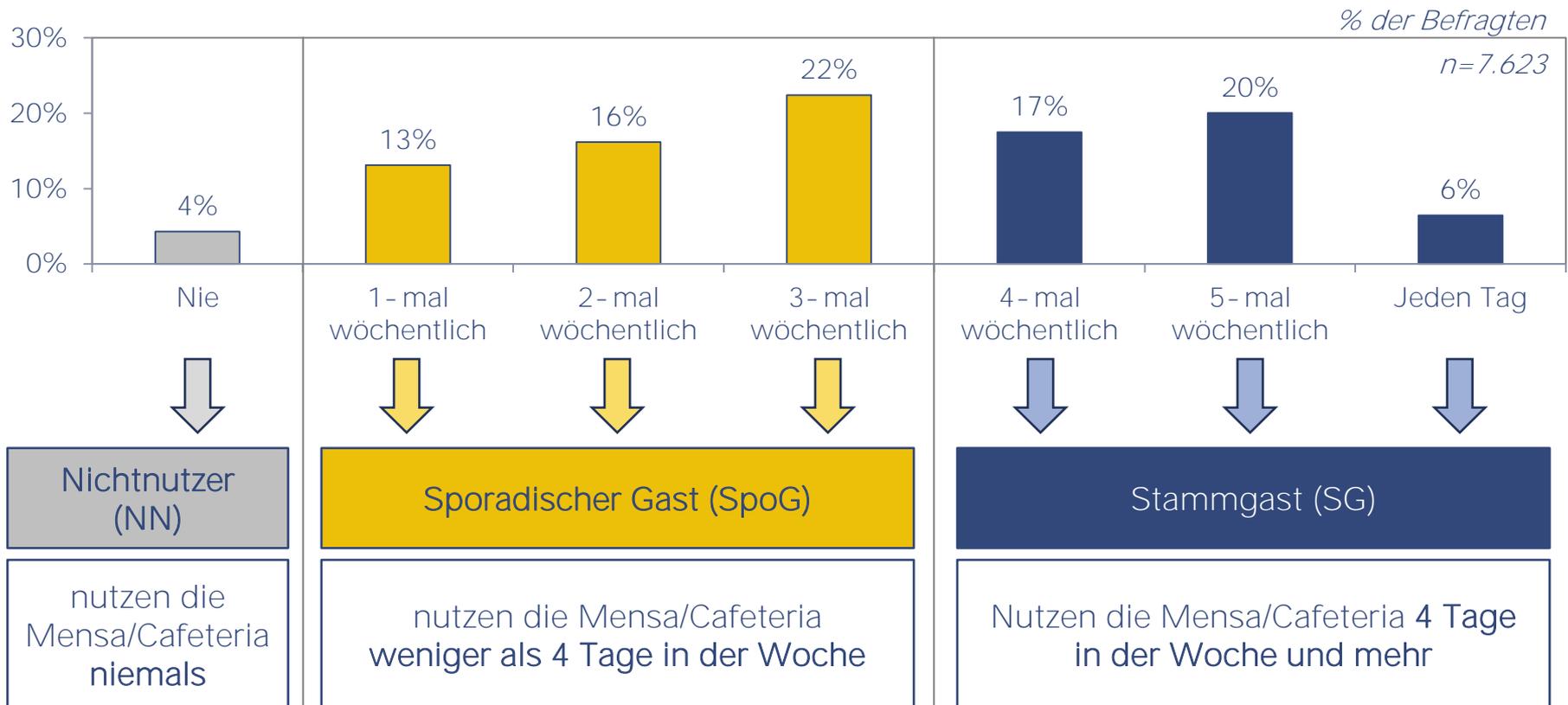
Beurteilung des Angebots

Wachstumspotentiale

Handlungsfelder

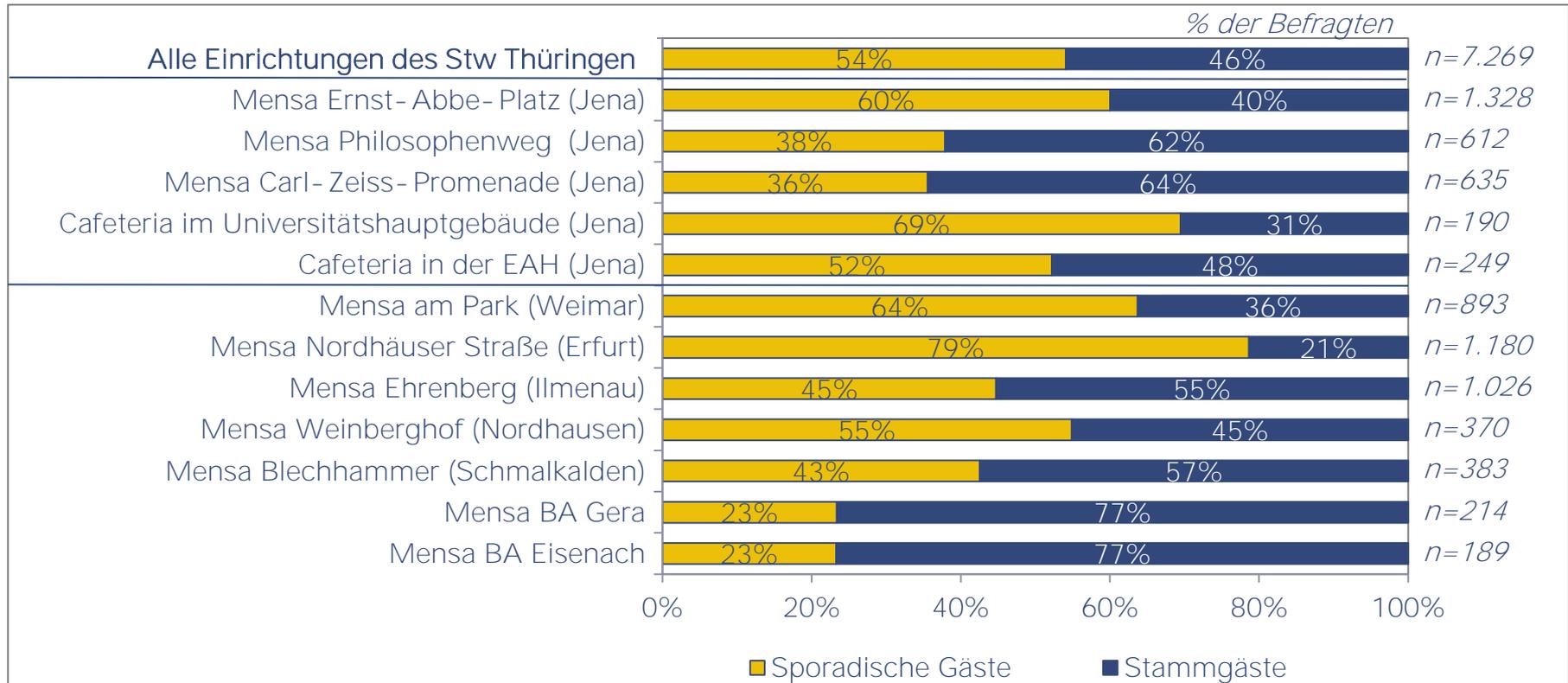
Auf Grundlage der wöchentlichen Nutzungshäufigkeit der Mensa/Cafeteria wurden Nutzergruppen gebildet, die in verschiedenen Auswertungen Verwendung finden.

Einteilung der Nutzertypen auf Grundlage der Nutzungshäufigkeit (Montag bis Sonnabend)



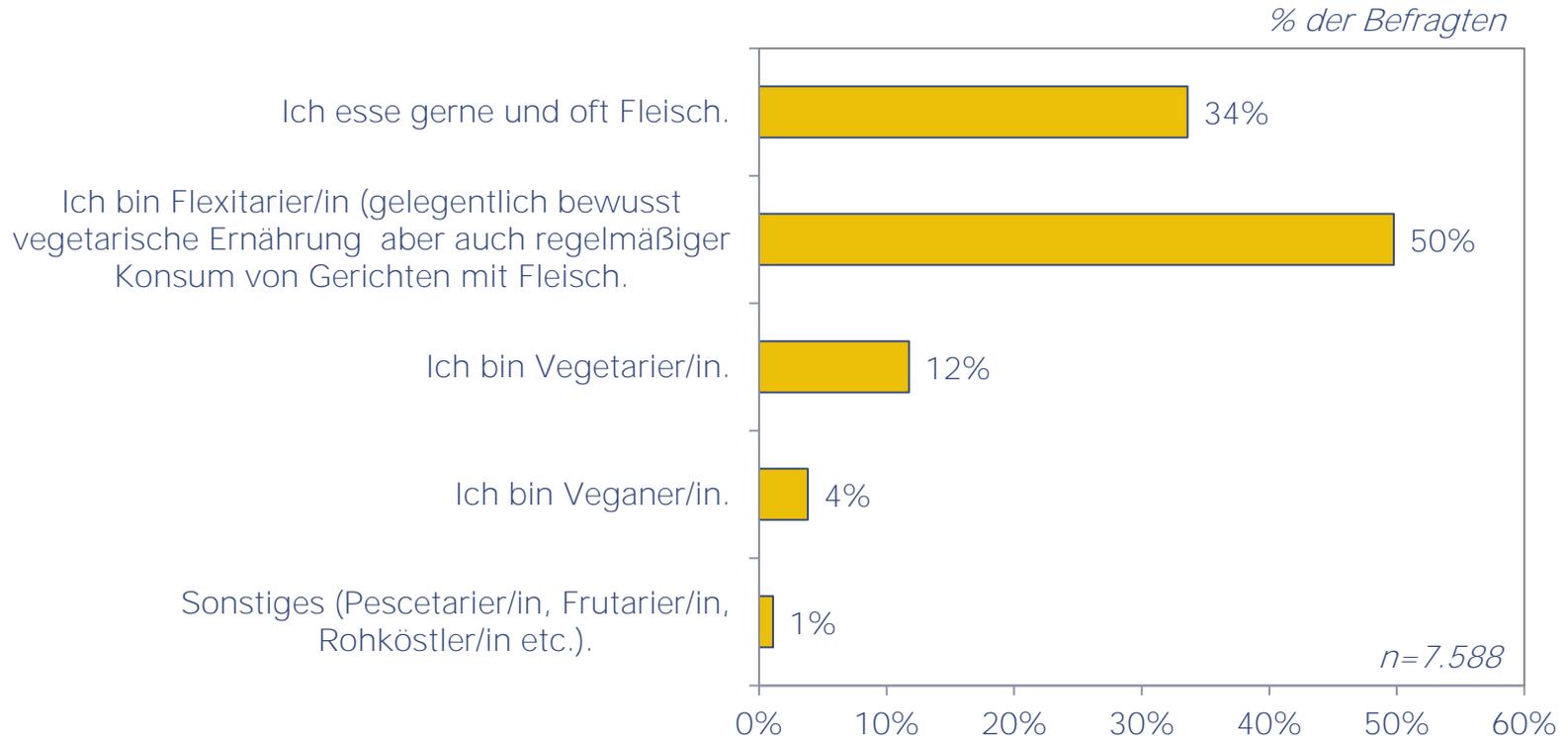
Eine Analyse der Verteilung der verschiedenen Nutzertypen auf die einzelnen Standorte der Einrichtungen des Studentenwerks Thüringen zeigt die „Intensität“ der Mensanutzung.

### Verteilung sporadische Gäste und Stammgäste in allen Standorten



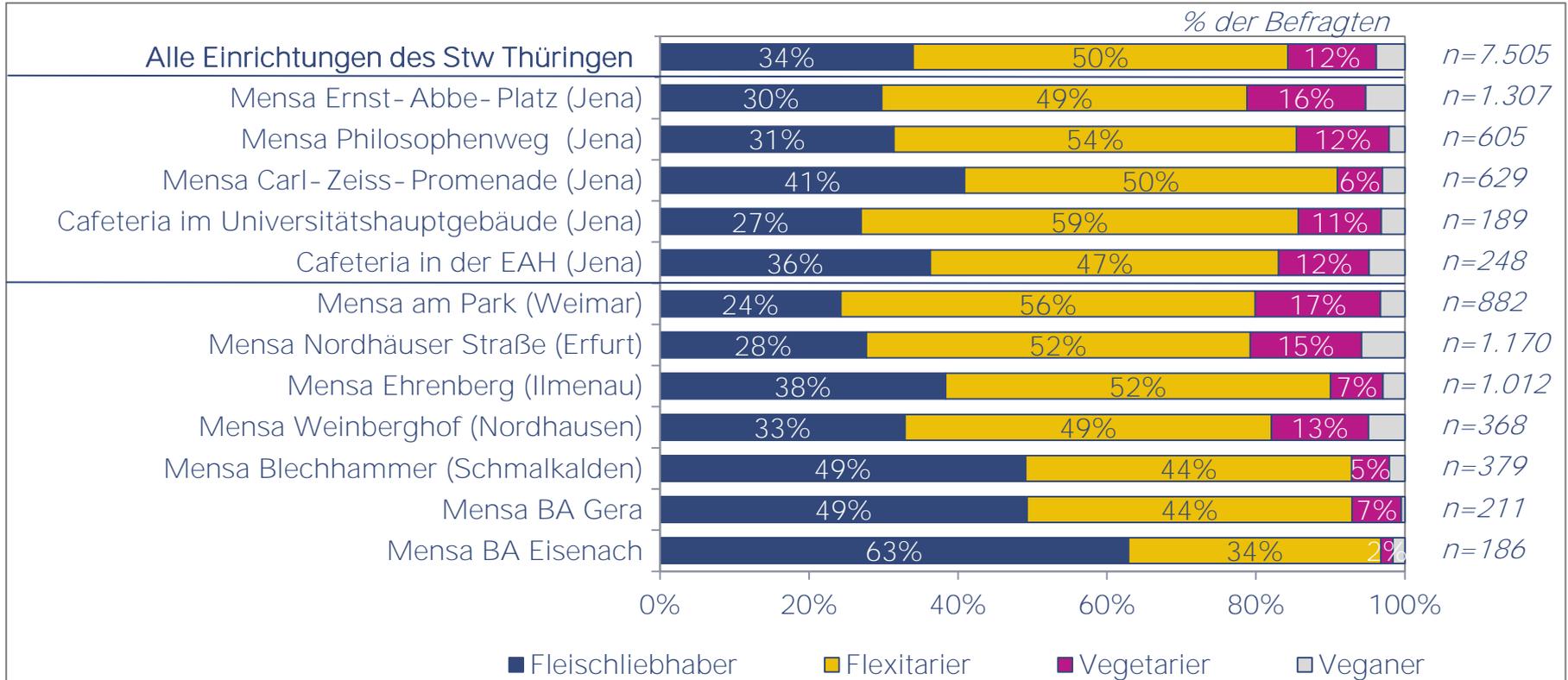
Die Hälfte der Befragten zählt sich zum Ernährungstyp „Flexitarier“. Etwa ein Drittel isst gern und oft Fleisch. 17% der Befragten ernähren sich fleischlos.

Zu welchem Ernährungstyp gehören Sie?

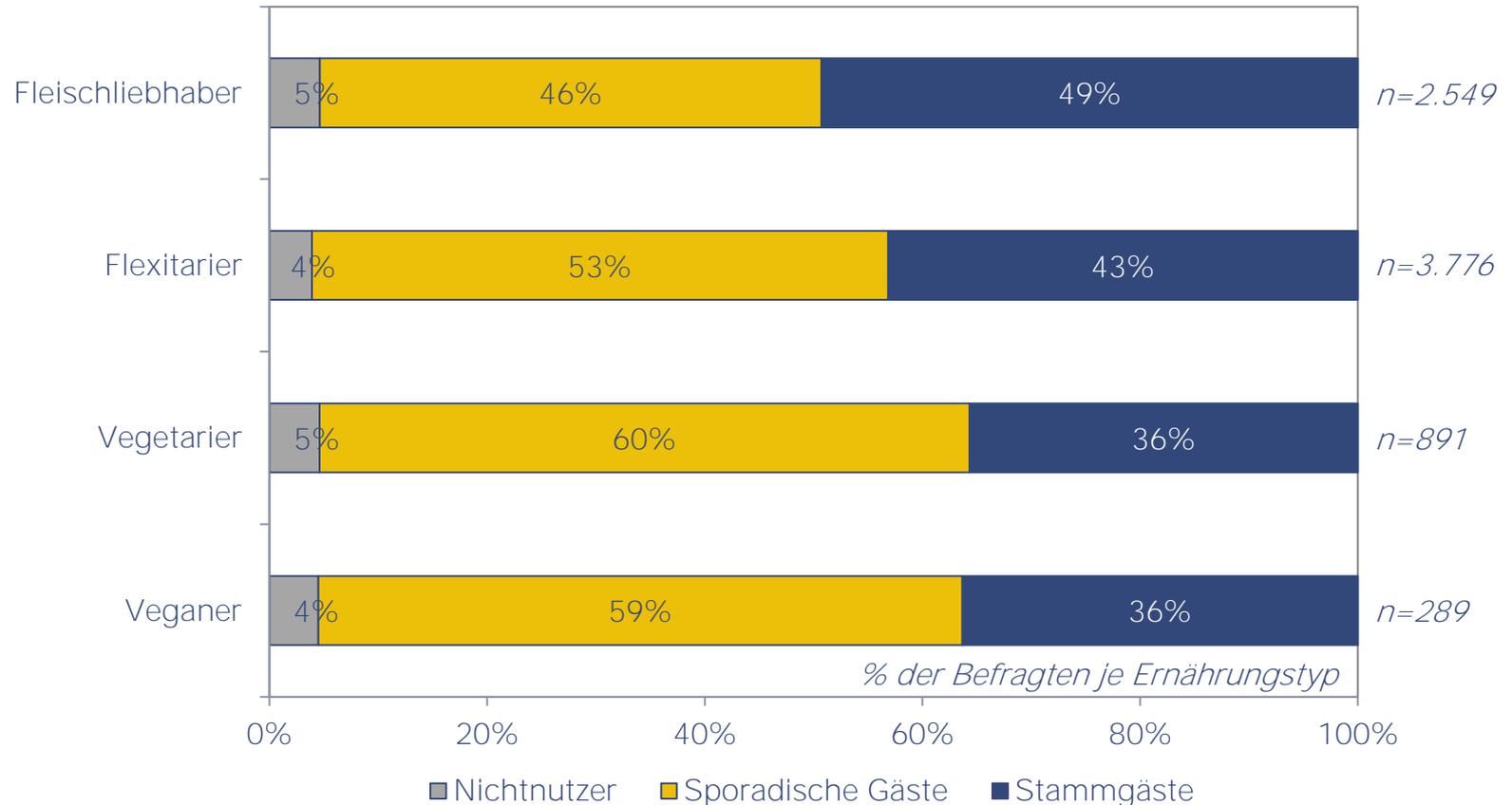


Die Betrachtung der Verteilung der verschiedenen Ernährungstypen auf die einzelnen Einrichtungen des Studentenwerks Thüringen veranschaulicht das Ernährungsverhalten.

### Verteilung der verschiedenen Ernährungstypen über alle Standorte



Die Grafik zeigt die Verteilung der Nutzertypen auf die verschiedenen Ernährungstypen.



Ausgangssituation, Projektziel & Vorgehen

Informationen zur Stichprobe

Methodik & Typologie

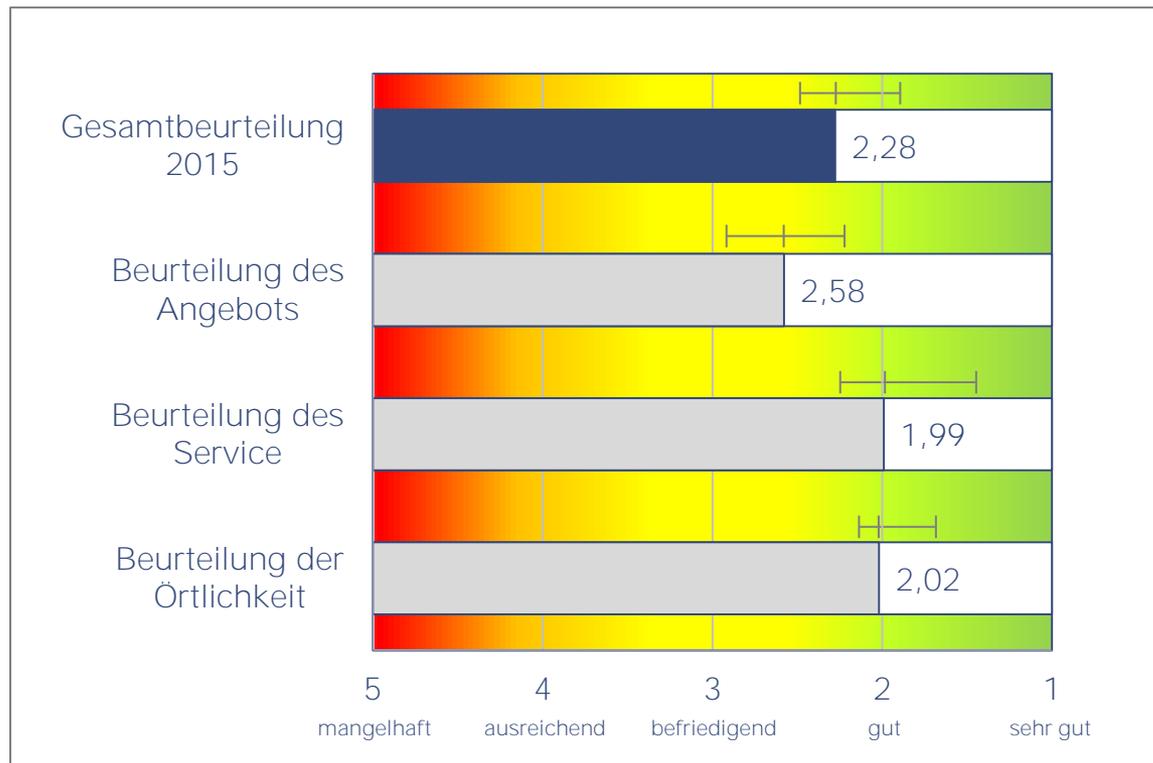
▶ **Beurteilung des Angebots**

Wachstumspotentiale

Handlungsfelder

Die Beurteilung der Teilleistungen aller Mensen und Cafeterien des Studentenwerks Thüringen ergibt eine Gesamtnote von 2,3. Die Leistungen im Bereich Angebot werden mit einer Gesamtnote von 2,6 bewertet.

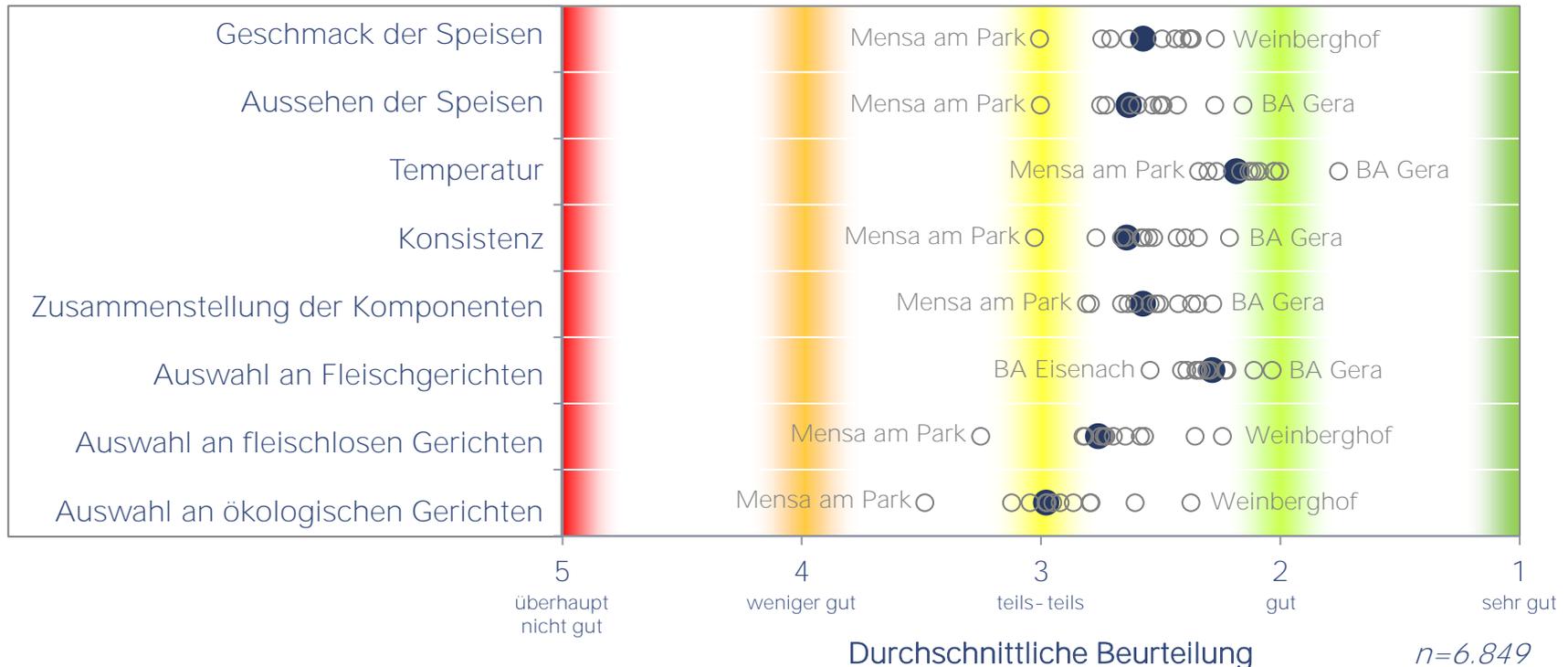
## Gesamtbeurteilung & Beurteilung der einzelnen Itemkategorien



Die grauen senkrechten Linien zeigen Minimum, Median und Maximum aller Mensen des Studentenwerks Thüringen.

Im Bereich Angebot wurden insgesamt die Temperatur und die Auswahl an Fleischgerichten am besten bewertet. Die am wenigsten guten Bewertungen erhielten die Auswahl an fleischlosen sowie an ökologischen Gerichten.

Wie bewerten Sie die von Ihnen am häufigsten genutzte Mensa/Cafeteria im Hinblick auf die folgenden Aspekte? - Angebot

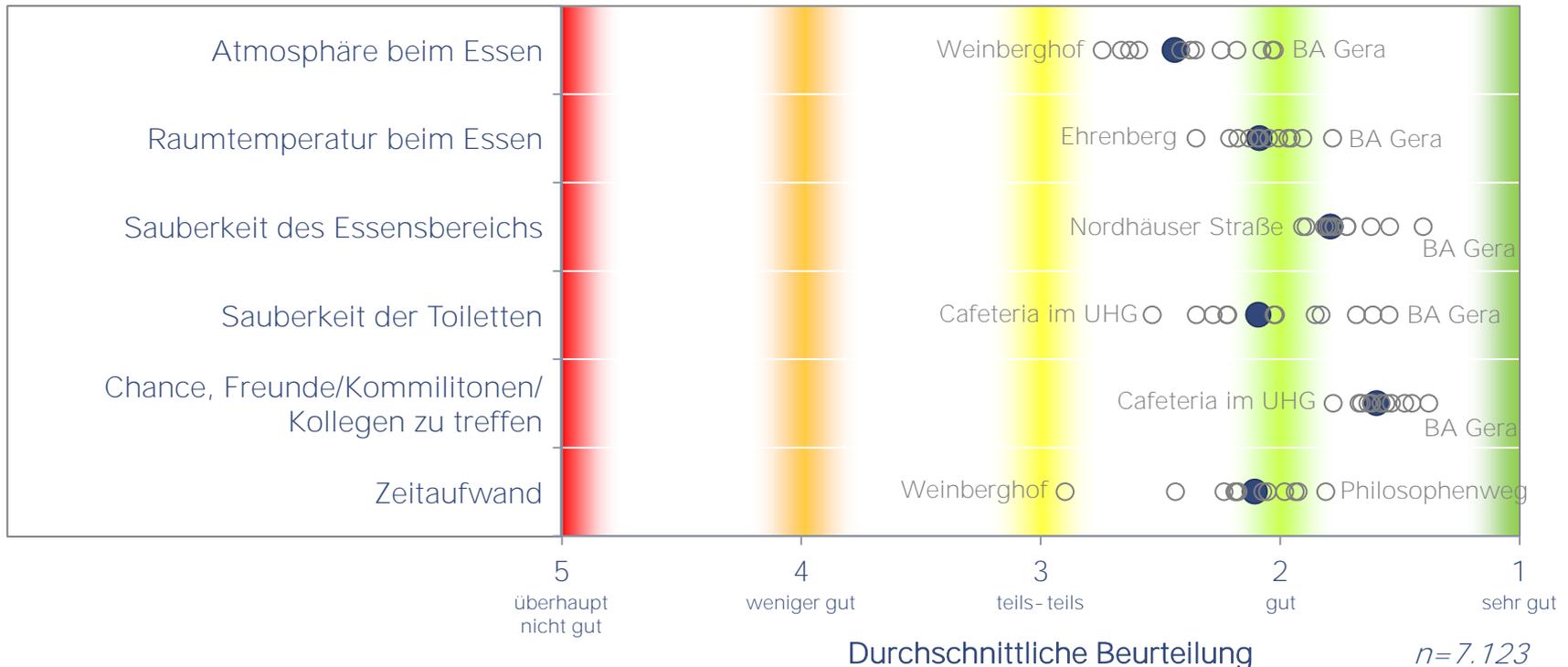


Die Punkte stellen die Bewertungen der Items in den einzelnen Einrichtungen sowie die durchschnittliche Bewertung (blau) der Items dar.



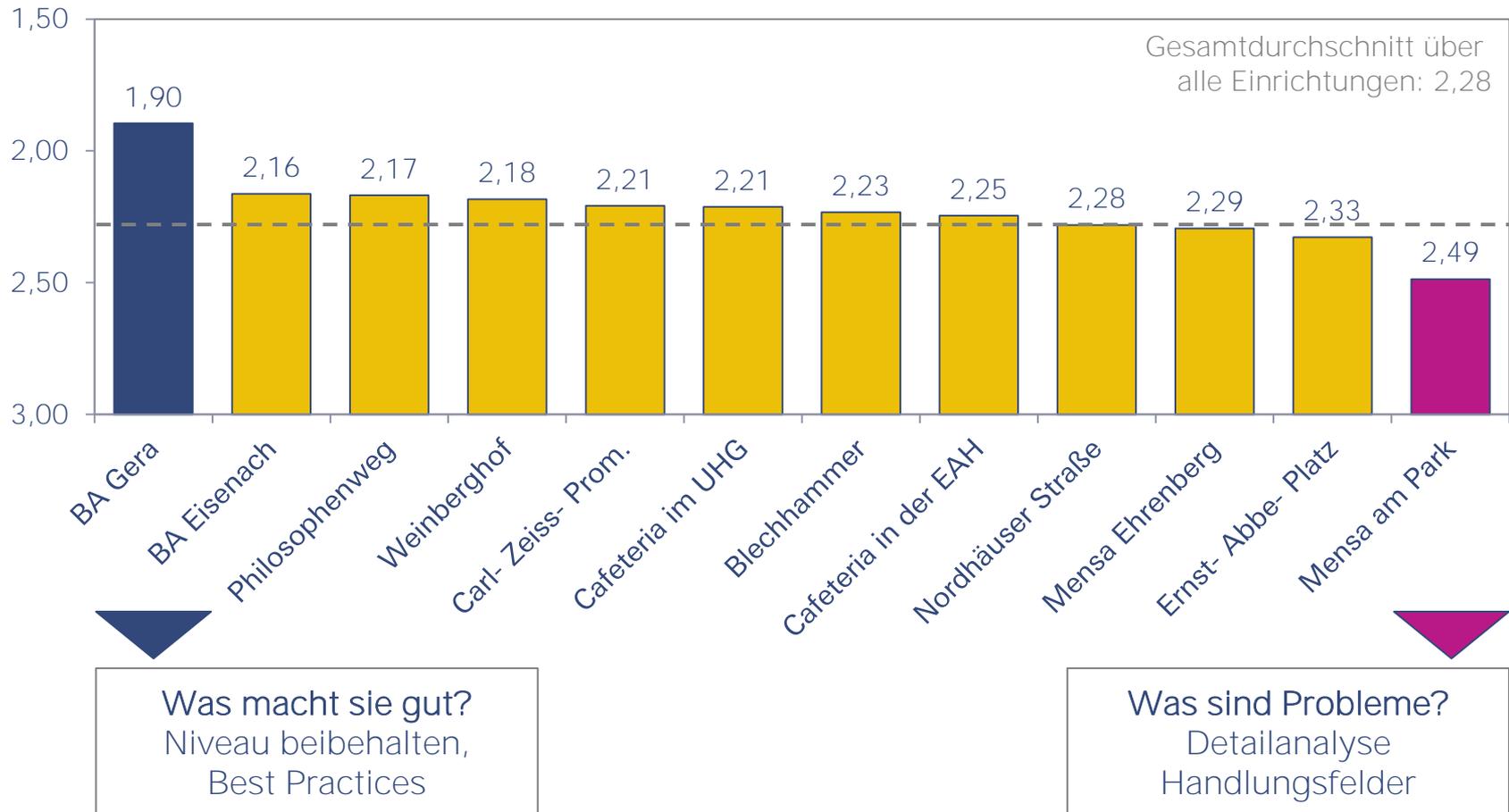
Im Bereich Örtlichkeit wurde die Chance, Freunde/Kommilitonen/Kollegen zu treffen am besten bewertet. Ebenfalls gut bewertet wurde die Sauberkeit des Essensbereichs.

Wie bewerten Sie die von Ihnen am häufigsten genutzte Mensa/Cafeteria im Hinblick auf die folgenden Aspekte? - Örtlichkeit



Die Punkte stellen die Bewertungen der Items in den einzelnen Einrichtungen sowie die durchschnittliche Bewertung (blau) der Items dar.

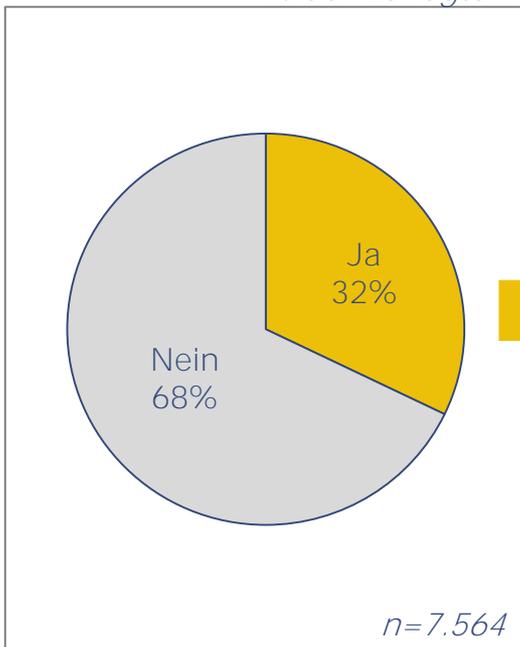
In der Leistungsbeurteilung erhalten die Einrichtungen des Studentenwerks Thüringen eine Gesamtnote von 2,28 und wurden somit von den Befragten im Durchschnitt mit „gut“ bewertet.



Knapp ein Drittel der Befragten hat schon einmal schlechte Erfahrungen mit den Mensen/Cafeterien des Studentenwerks Thüringen gemacht.

Haben Sie in der Vergangenheit schlechte Erfahrungen mit den Mensen/Cafeterien des Studentenwerks Thüringen gemacht und wenn ja, in welchen?

% der Befragten



Kategorisierung der offenen Antworten



Die Schriftgröße spiegelt die Häufigkeit der Nennungen wider.

Über alle Nutzergruppen hinweg werden der schlechte Geschmack und die Zubereitung der Speisen am häufigsten bemängelt.

Welche schlechten Erfahrungen haben Sie in der Vergangenheit konkret gemacht?

Kategorisierung der offenen Antworten (alle Grafiken)

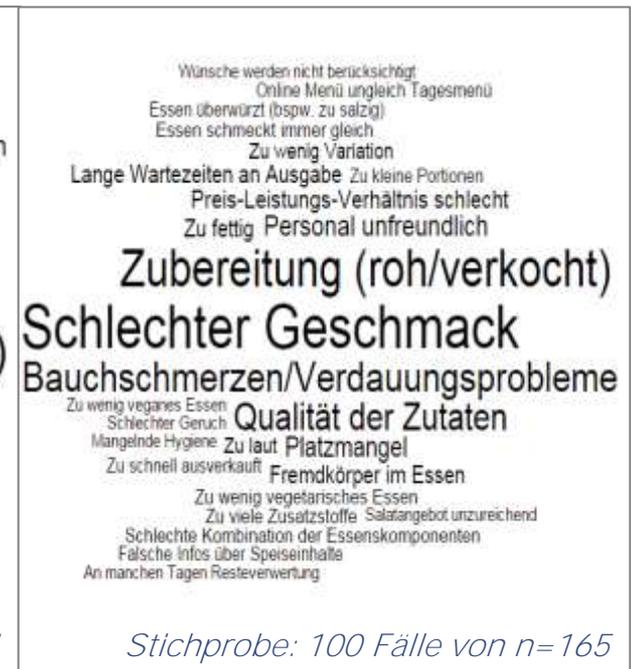
## Stammgäste



## Sporadische Gäste



## Nichtnutzer



Die Schriftgröße spiegelt die Häufigkeit der Nennungen wider.

Ausgangssituation, Projektziel & Vorgehen

Informationen zur Stichprobe

Methodik & Typologie

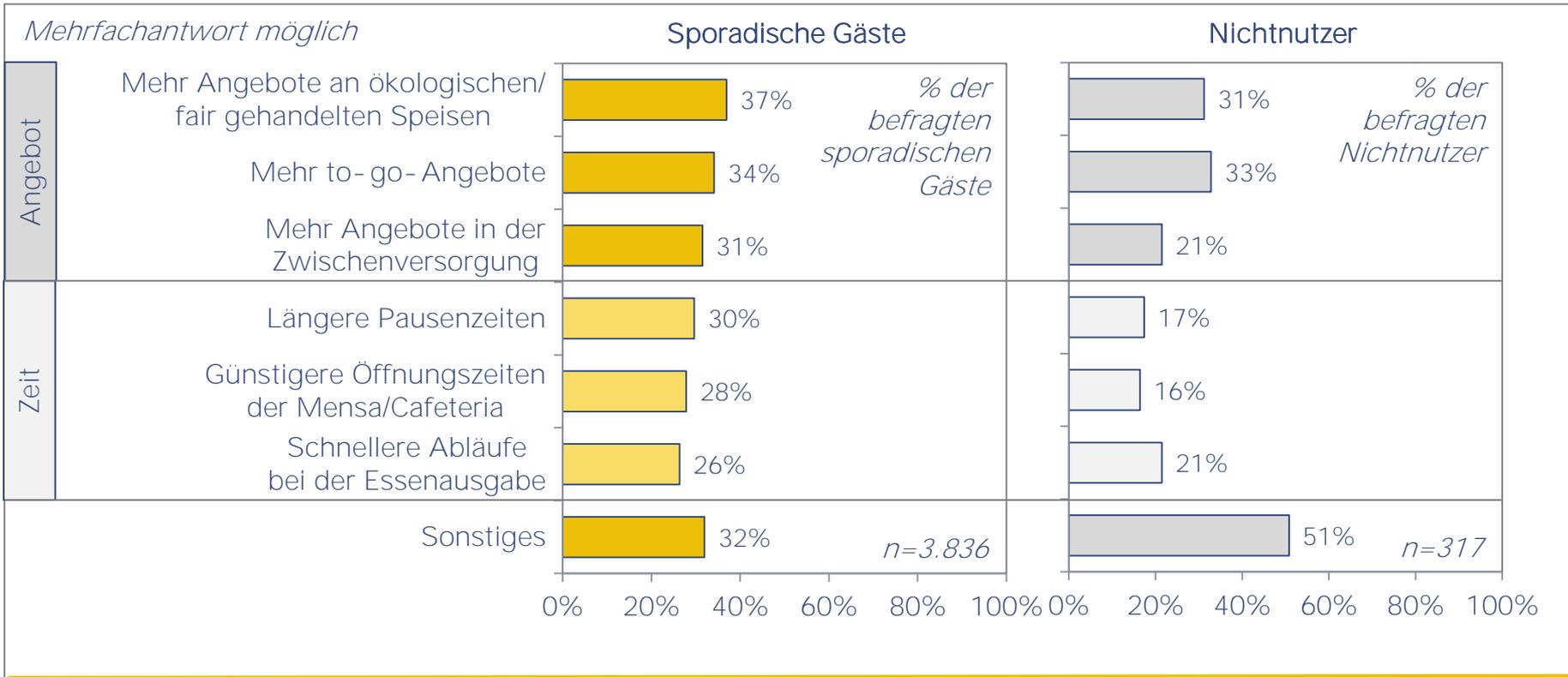
Beurteilung des Angebots

▶ **Wachstumspotentiale**

Handlungsfelder

Eine Ausweitung des Angebots könnte die Befragten beider Nutzergruppen zu einem häufigeren Mensabesuch motivieren.

Bitte geben Sie 3 Kriterien an, die Sie zu einem (häufigeren) Mensa- / Cafeteriabesuch motivieren können.



Eine bessere Qualität bzw. besserer Geschmack der Speisen könnte sowohl sporadische Gäste als auch Nichtnutzer zu einem häufigeren Mensabesuch motivieren.

Was könnte Sie zu einem häufigeren Mensa- /Cafeteriabesuch motivieren? - Sonstiges

## Sporadische Gäste

*Kategorisierung der offenen Antworten*



*Stichprobe: 100 Fälle von n=1.226*

## Nichtnutzer

*Kategorisierung der offenen Antworten*



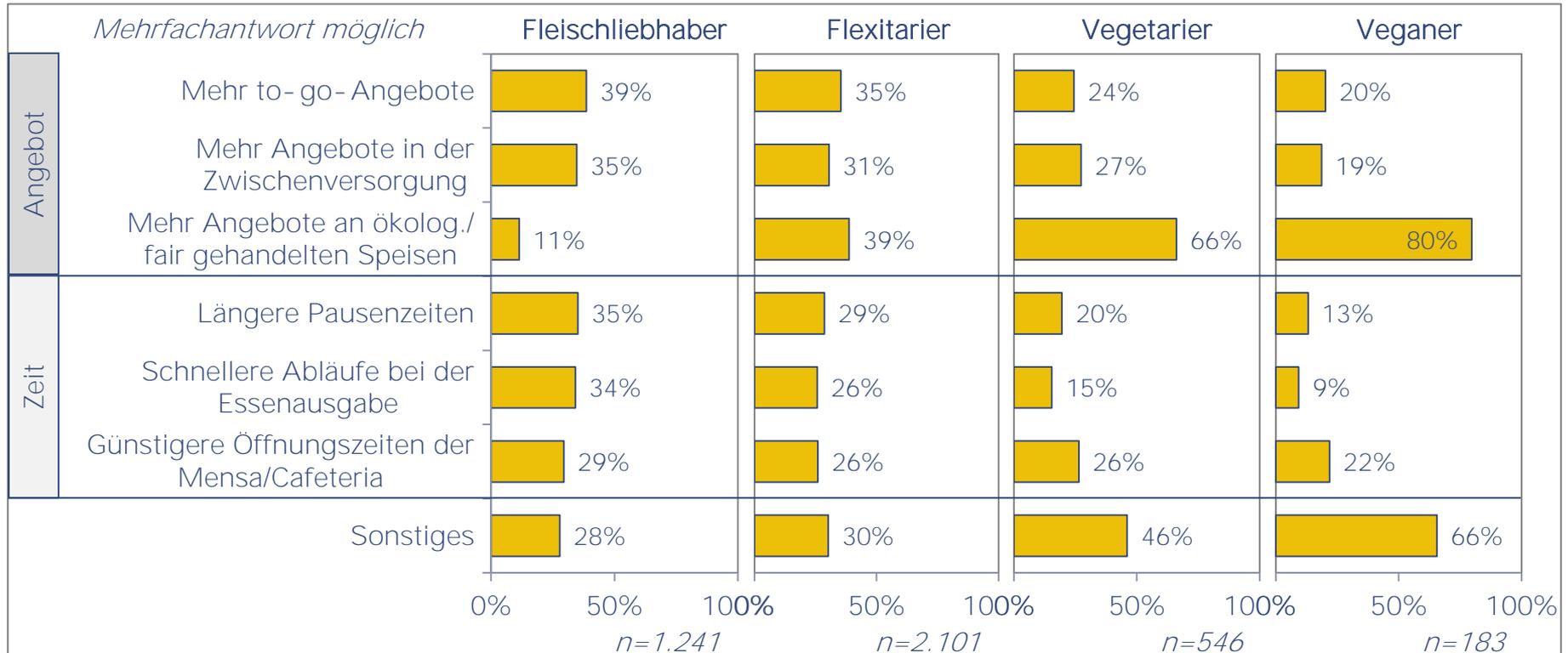
*Stichprobe: 100 Fälle von n=161*

Die Schriftgröße spiegelt die Häufigkeit der Nennungen wider.

Auch die Betrachtung der verschiedenen Ernährungstypen zeigt, dass eine Erweiterung des Angebots, insbesondere an ökolog./fair gehandelten Speisen, die größte Motivation für häufigere Mensabesuche darstellt.

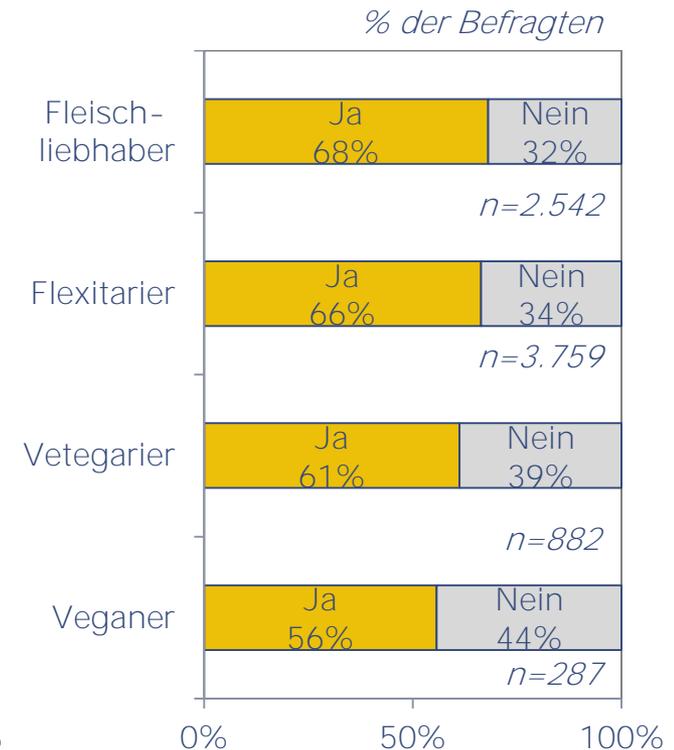
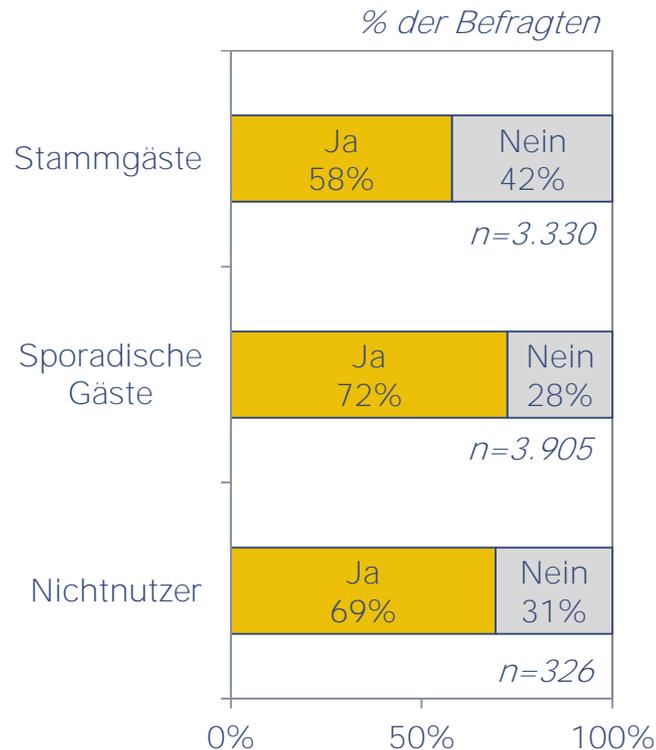
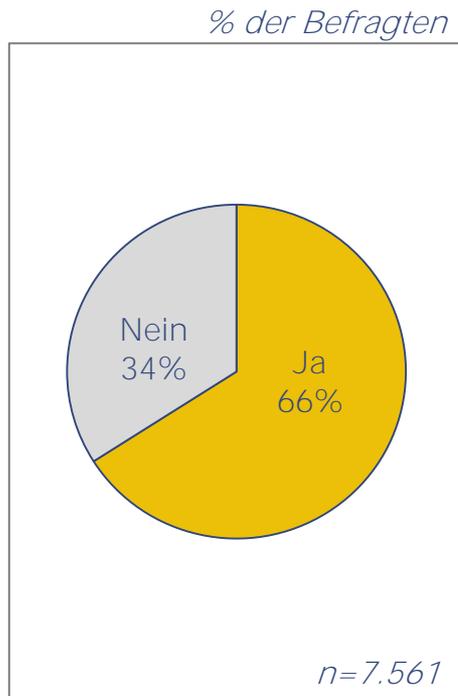
Bitte geben Sie 3 Kriterien an, die Sie zu einem (häufigeren) Mensa- / Cafeteriabesuch motivieren können.

% der Befragten je Ernährungstyp (in allen vier Grafiken)

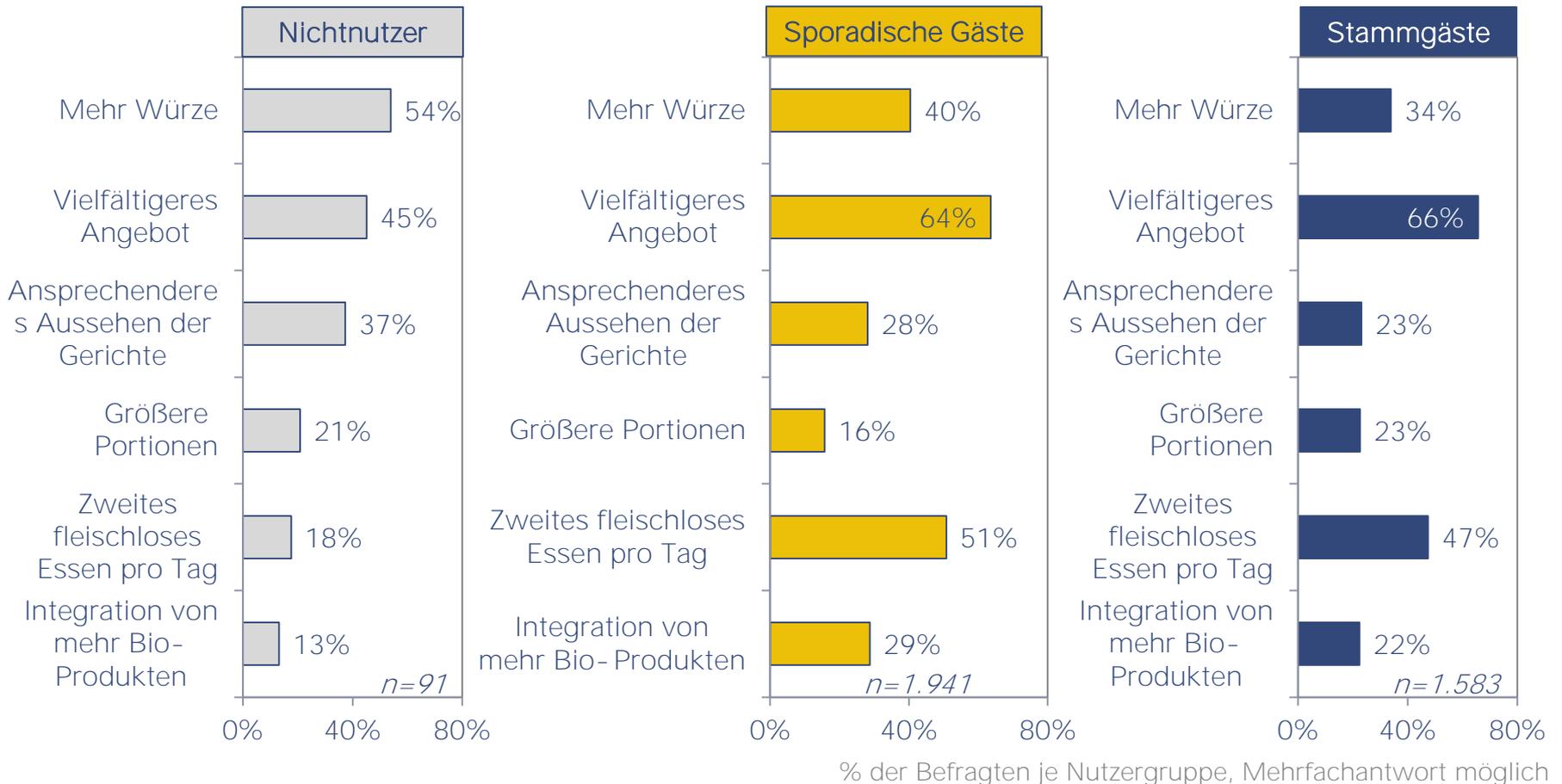


Insgesamt besteht bei allen Ernährungs- & Nutzertypen ein großes Interesse an to-go-Angeboten. Um die verschiedenen Gästegruppen zu binden, sollten diese Angebote ausgeweitet werden.

Haben Sie Interesse an to-go-Angeboten in Mensen und Cafeterien?

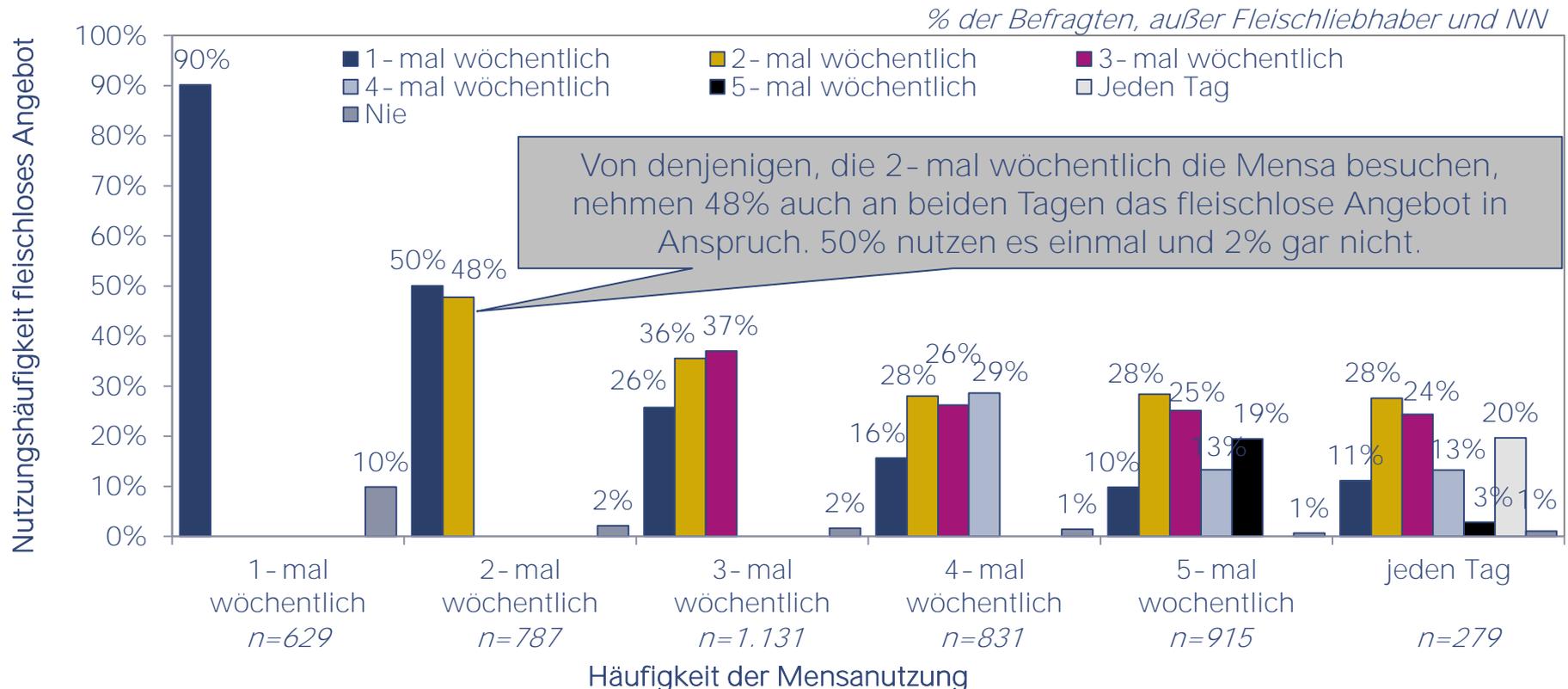


Mit mehr Würze und einem vielfältigeren (fleischlosen) Angebot könnte einerseits zur Kundengewinnung der Nichtnutzer beitragen, andererseits aber auch die Bindung der sporadischen Gäste und Stammgäste gestärkt werden.

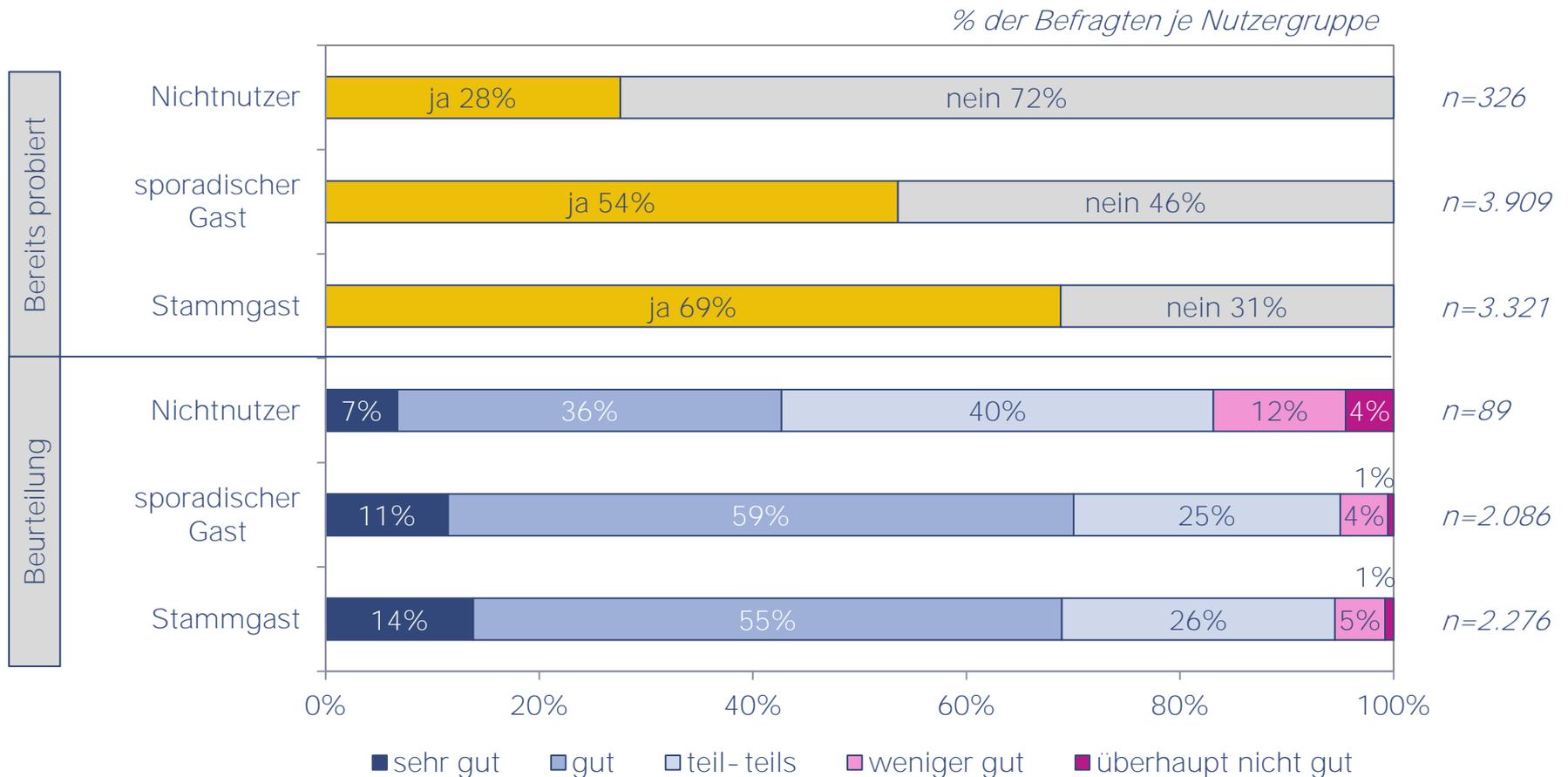


Die Nutzungsintensität des fleischlosen Angebots nimmt mit steigender Mensanutzung ab.

Wie oft nehmen Sie das fleischlose Angebot durchschnittlich in einer typischen Semesterwoche (Mo-Sa) in Anspruch?



Die Abbildung stellt die Inanspruchnahme sowie die Beurteilung der mensaVital-Angebote durch die verschiedenen Nutzergruppen dar.



Besonders durch ein vielfältigeres Angebot sowie besseren Geschmack, bessere Zubereitung und eine weniger exotische Zusammenstellung könnte die Zufriedenheit mit dem mensaVital-Angebot erhöht werden.

Was müsste getan werden, um Ihre Zufriedenheit mit dem Angebot „mensaVital“ zu verbessern?

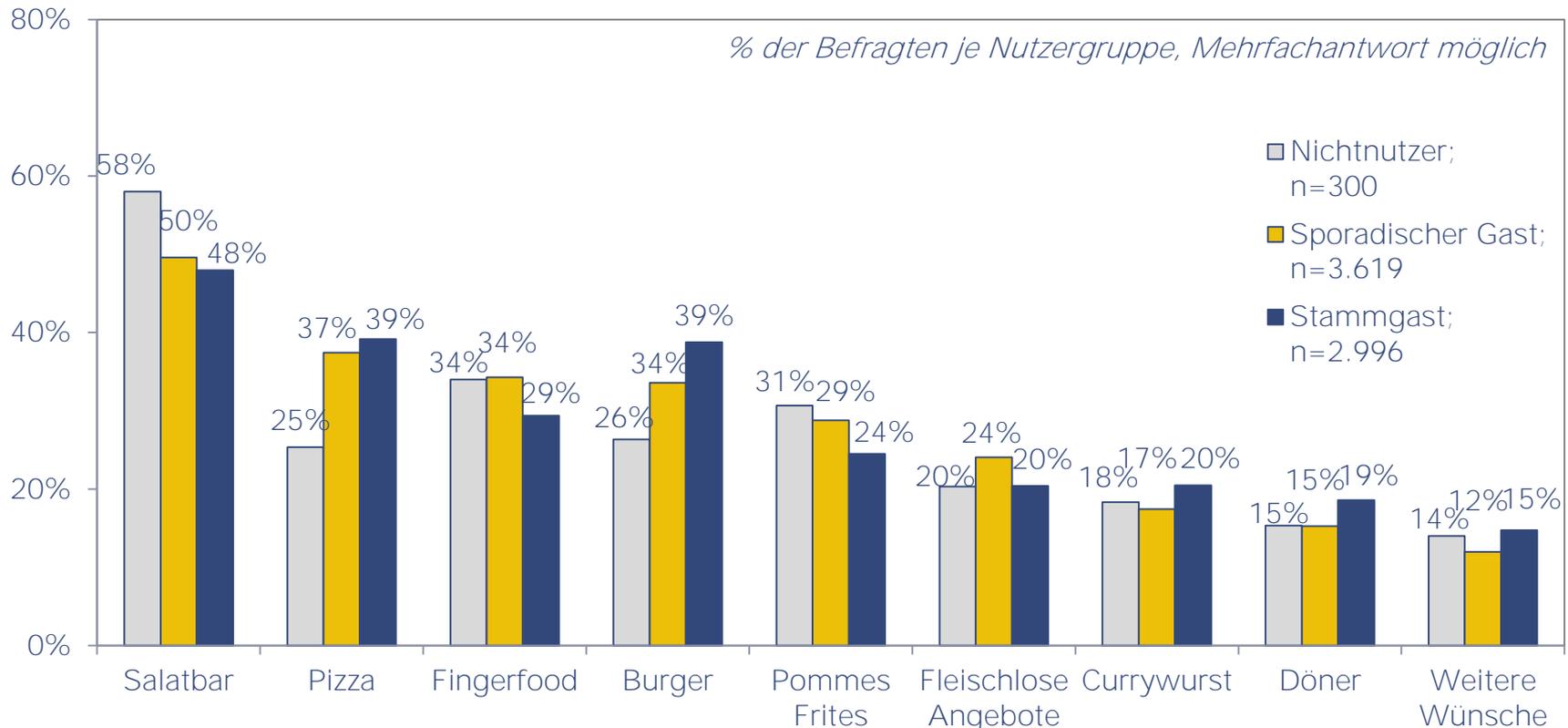
*Kategorisierung der offenen Antworten*



*Stichprobe: 100 Fälle von n=876*

Die Schriftgröße spiegelt die Häufigkeit der Nennungen wider.

Durch eine (Verbesserung der) Salatbar könnten nicht nur neue Kunden aus der Gruppe der Nichtnutzer gewonnen werden, auch Stammgäste und sporadische Gäste könnten so stärker gebunden werden.



Eine Erweiterung der Zusatzangebote um Wraps, Falafel und Suppe würde die Attraktivität der Zusatzangebote für die Gäste steigern.

## Fingerfood, und zwar...

## Fleischlose Angebote, und zwar...

## Weitere Wünsche...

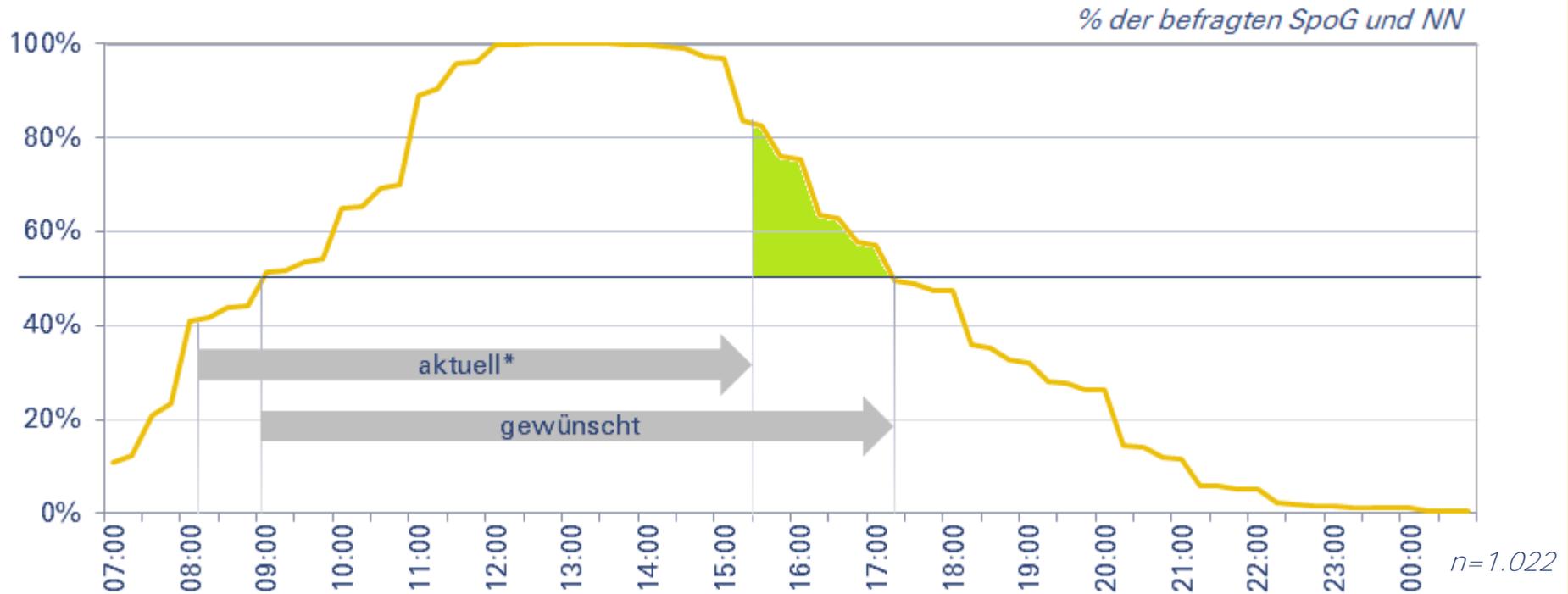
Kategorisierung der offenen Antworten (alle Grafiken)



Die Schriftgröße spiegelt die Häufigkeit der Nennungen wider.

Durch eine Verschiebung der Öffnungszeiten inklusive einer Verlängerung um etwa eine Stunde und 15 Minuten könnte man erheblich mehr Kunden abfassen.

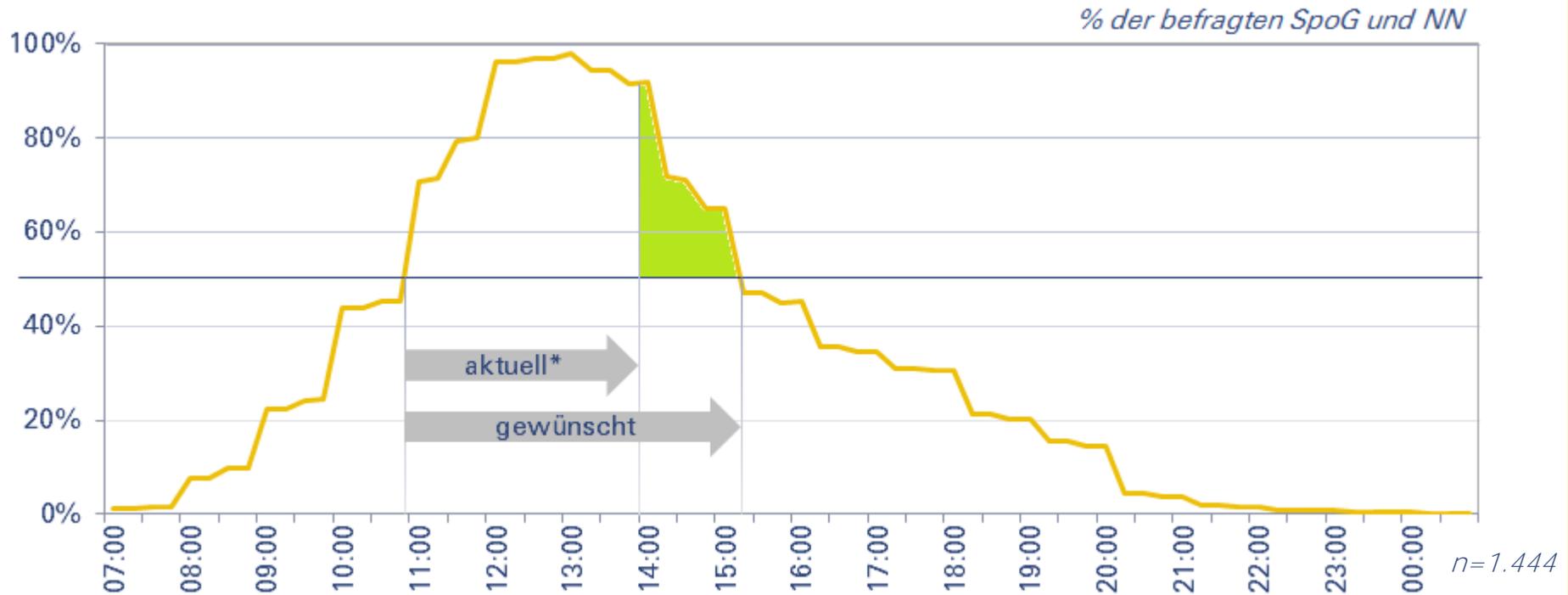
Gewünschte Öffnungszeiten der Mensa des Studentenwerks Thüringen wochentags während des Semesters



\*Mittelwert (gerundet) der Öffnungszeiten (Mo-Fr) aller beobachteten Einrichtungen (ausgenommen Frühstück BA Gera)

Eine Verlängerung der Öffnungszeiten an Samstagen um gut eine Stunde hätte eine Steigerung der Kundenzahlen zur Folge.

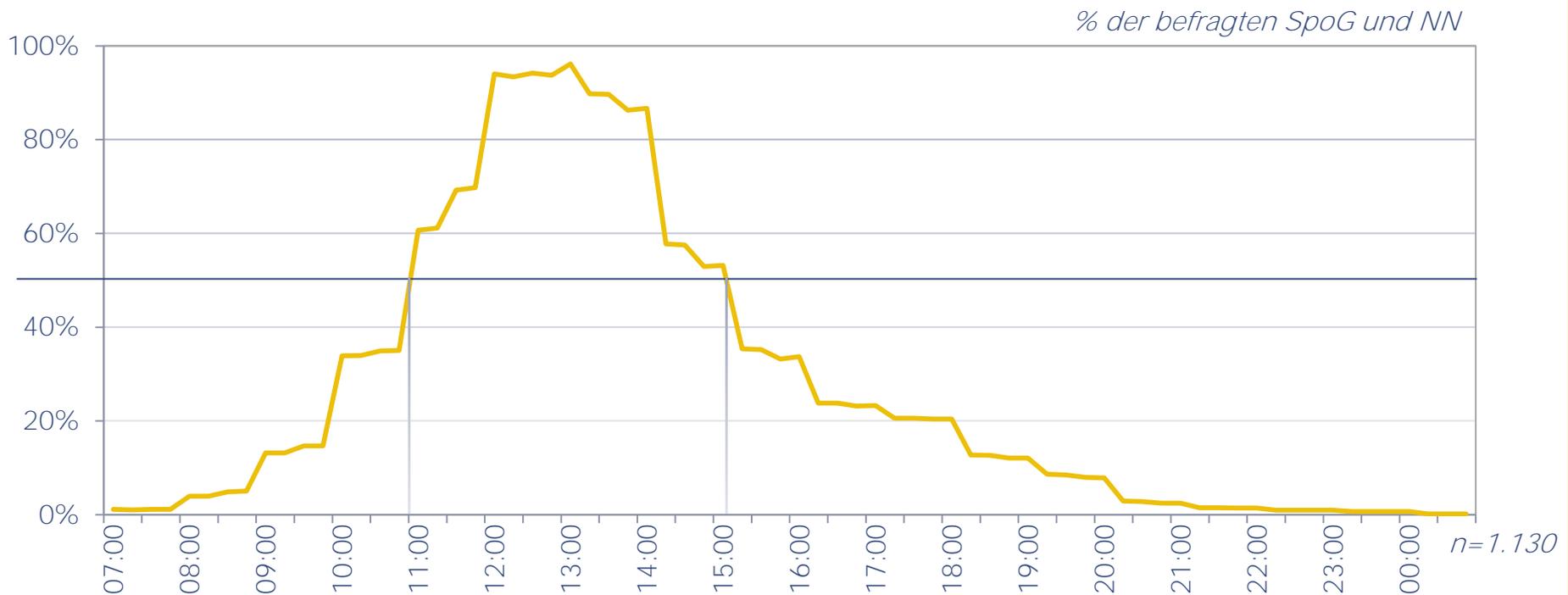
Gewünschte Öffnungszeiten der Mensa des Studentenwerks Thüringen samstags während des Semesters



\*von den beobachteten Einrichtungen hat derzeit nur die Mensa Ernst- Abbe- Platz samstags geöffnet

Die Mehrheit der Befragten wünscht sich, dass die Einrichtungen des Studentenwerks Thüringen auch am Sonntag von 11:00 Uhr bis etwa 15:15 Uhr geöffnet haben.

Gewünschte Öffnungszeiten der Mensa des Studentenwerks Thüringen sonntags während des Semesters



Ausgangssituation, Projektziel & Vorgehen

Informationen zur Stichprobe

Methodik & Typologie

Beurteilung des Angebots

Wachstumspotentiale

▶ Handlungsfelder

Im Kerngeschäftsbereich „Angebot“ konnten drei zentrale Handlungsfelder identifiziert werden, die aber jeweils nur für einen Teil der Einrichtungen relevant sind.

<u>Angebot</u>	Service	Örtlichkeit
Auswahl an ökologischen Speisen	Auswahl an fleischlosen Speisen	Aussehen der Speisen
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jena (alle Einrichtungen)</li> <li>• Mensa am Park</li> <li>• Ehrenberg</li> <li>• Nordhäuser Str.</li> <li>• Blechhammer</li> <li>• BA Gera</li> <li>• BA Eisenach</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jena (alle Einrichtungen)</li> <li>• Mensa am Park</li> <li>• Ehrenberg</li> <li>• Nordhäuser Str.</li> <li>• Blechhammer</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mensa am Park</li> <li>• Weinberghof</li> <li>• Nordhäuser Str.</li> <li>• Blechhammer</li> <li>• Ernst- Abbe- Platz</li> <li>• BA Eisenach</li> </ul>

Im Geschäftsbereich „Service“ konnte in erster Line ein zentrales Handlungsfeld identifiziert werden, welches besonders für die folgenden sechs Einrichtungen von Bedeutung ist.

Angebot	<u>Service</u>	Örtlichkeit
	<b>Geschwindigkeit der Essensausgabe</b>	
	<ul style="list-style-type: none"><li>• Carl- Zeiss- Promenade</li><li>• Cafeteria in der EAH</li><li>• Ehrenberg</li><li>• Weinberghof</li><li>• Blechhammer</li><li>• BA Eisenach</li></ul>	

Der Bereich „Örtlichkeit“ weist drei Haupthandlungsfelder auf, welche in verschiedenen Einrichtungen von Bedeutung sind.

Angebot	Service	<u>Örtlichkeit</u>
Atmosphäre beim Essen	Sauberkeit der Toiletten	Zeitaufwand
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jena (alle Einrichtungen)</li> <li>• Mensa am Park</li> <li>• Ehrenberg</li> <li>• Nordhäuser Str.</li> <li>• Weinberghof</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ernst- Abbe- Platz</li> <li>• Mensa am Park</li> <li>• Cafeteria im UHG</li> <li>• Cafeteria in der EAH</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Carl- Zeiss- Promenade</li> <li>• Weinberghof</li> <li>• Blechhammer</li> <li>• Cafeteria in der EAH</li> <li>• BA Eisenach</li> </ul>

Angebot	Service	Örtlichkeit
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fleischloses Angebot               <ul style="list-style-type: none"> <li>– Analyse der eigenen Angebote über das Jahr/Monat (wie viel % des Essens mit Fleisch/ohne Fleisch?)</li> <li>– <b>Angebotsverschiebung zugunsten fleischloser Gerichte überdenken, evtl. in „Versuchs- Mensa“ testen</b></li> </ul> </li> <li>• Ökologische (nachhaltige) Gerichte               <ul style="list-style-type: none"> <li>– Handlungsspielraum bei Zulieferern in Bezug auf ökologische Zutaten prüfen</li> <li>– Anstrengungen zum Anbieten von fair-trade Produkten intensivieren (wie auf Homepage dargestellt)</li> <li>– Ausweitung der Bio-<b>Angebote (bisher „nur“ in Carl- Zeiss- Promenade (Jena) und Nordhäuser Straße (Erfurt))</b></li> <li>– Wahrnehmung bisheriger Anstrengungen in diesem Bereich (fair-trade, MSC- Zertifikate, WWF- Fischführer etc.) auf Kundenseite erhöhen → gezielte Kampagne durch Flyer, Homepage etc.</li> </ul> </li> <li>• Aussehen der Speisen               <ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>Stichwort: „Das Auge isst mit“</b></li> <li>– <b>Aussehen in „betroffenen“ Einrichtungen verbessern, u.U. Best Practice der BA Gera auf andere Einrichtungen übertragen (falls möglich)</b></li> <li>– Mensaleiter auf Problematik hinweisen/sensibilisieren</li> </ul> </li> </ul>		

Angebot

Service

Örtlichkeit

▶ Geschwindigkeit der Essenausgabe

- In 6 von 12 Einrichtungen „bemängelt“ → Analyse der Problematik an diesen Standorten
  - Geschwindigkeit der Essenausgabe an allen Tagen ein Problem?
  - Abhängig von bestimmten Gerichten bzw. vom jeweiligen Tagesangebot (zu viele Renner gleichzeitig)?
  - Falls Abhängigkeit → Prüfung bestehender Optimierungspotenziale (beliebteste Gerichte an größter Ausgabe, ausreichend Mitarbeiter, erste Schlange die Größte (Wege blockiert?) etc.)
- Prozessoptimierung (Laufwege, Stoßzeiten usw.) → Wie kann Ausgabeprozess weiter beschleunigt werden?
- Problem u.U. eher im Kassenbereich, nicht an der Ausgabe?
- Baulicher Status quo nur schwer veränderbar
- Meinung der Mensaleiter in betroffenen Einrichtungen einholen und mögliche Maßnahmen/Veränderungen gemeinsam eruieren

Angebot

Service

Örtlichkeit

- Atmosphäre beim Essen
  - Atmosphäre bei fast allen Einrichtungen verbesserbar
  - These: Wenn Mensa sehr voll, verbunden mit langen Wartezeiten, dann Atmosphäre beeinträchtigt (Wartezeiten ↓, Atmosphäre ↑)
  - Anstrengungen zur Verbesserung der Atmosphäre erhöhen, gemeinsame Diskussion zur Eruiierung von Maßnahmen mit Mensaleitern führen
- Zeitaufwand
  - i.d.R. zusammenhängend mit Geschwindigkeit der Essenausgabe (Korrelation:  $r=0,42$  )
  - Maßnahmen siehe „**Geschwindigkeit der Essenausgabe**“
  - Ggf. weitere Maßnahmen zur Beschleunigung des Zahlvorgangs, Optimierung der Laufwege und Platzangebot prüfen
- Sauberkeit der Toiletten
  - Sauberkeit insgesamt gut, jedoch in 4 Einrichtungen verbesserbar
  - In relevanten Einrichtungen verstärkt auf Sauberkeit der Toiletten achten
  - Sensibilisierung der jeweiligen Mensaleiter

to-go-Angebot	Fleischloses Angebot
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Über alle Nutzergruppen und Ernährungstypen hinweg erwünscht</li> <li>- Ausweitung bestehender Angebote forcieren bzw. Angebotsspektrum erweitern</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Vielfältigeres Angebot gewünscht</li> <li>- Mehr Würze gewünscht</li> <li>- Ein zweites fleischloses Angebot pro Tag erwünscht</li> </ul>

mensaVital	Zusatzangebote
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Erhält insgesamt gute Bewertung</li> <li>- Verbesserungsmöglichkeiten durch vielfältigeres Angebot und weniger exotische Zusammenstellung der Speisen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Einrichtung <u>mit</u> Salatbar: Qualität verbessern &amp; Auswahl erhöhen</li> <li>- Einrichtungen <u>ohne</u> Salatbar: Einführung einer Salatbar gewünscht</li> <li>- Weitere erwünschte Angebote: Wraps, Falafel, Suppen</li> </ul>

Öffnungszeiten
<ul style="list-style-type: none"> <li>- <u>Montag - Freitag:</u> Von 8:15 Uhr (Durchschnitt) auf 9:00 Uhr verlegen Von 15:30 Uhr (Durchschnitt) auf 17:30 Uhr verlegen</li> <li>- <u>Samstag:</u> Startzeit bei 11:00 Uhr (nur Mensa E.-A.-Platz) belassen Schließung von 14:00 Uhr auf 15:30 Uhr verlegen</li> <li>- <u>Sonntag:</u> Startzeit 11:00 Uhr Schließung 15:00 Uhr → evtl. Angebot von Kaffee und Kuchen</li> </ul>