

## Umfragen in den Verpflegungsbetrieben im Jahr 2008

Im Jahr 2007 wurde der Bereich Öffentlichkeitsarbeit ausgeweitet; unter anderem mit dem Ziel durch quantitative und qualitative Umfragen das Leistungsangebot schneller und präziser dem Bedarf anzupassen, sowie durch Beteiligung der Kunden eine höhere Transparenz und Akzeptanz der Angebote zu erreichen.

Im Jahr 2008 wurden daher eine zeitlich begrenzte Umfrage durchgeführt sowie das Projekt „Mensa-Gourmets“ als dauerhafte qualitative Kooperation in Leben gerufen.

### Umfrage vom 14. bis 18. Januar 2008

Das Studentenwerk Darmstadt führte in der Woche vom 14. bis 18. Januar eine Umfrage in allen fünf Mensen durch.

Ziel war es anhand von beliebten Fleischgerichten folgende Fragen zu beantworten:

- Wer isst was?
- Lassen sich Trends erkennen?
- gibt es einen typischen Esser?
- Wo gibt es Entwicklungsbedarf?

Aus dem Speiseplan wurden drei panierte und zwei unpanierte Fleischkomponenten gewählt. Der Fragebogen sollte kurz sein, um die Bereitschaft zum Ausfüllen zu heben.

Er enthielt folgende Kriterien:

- Portionsgröße
- Akzeptanz des Preises
- Fleischkonsistenz
- Entwicklungsbedarf bei Panade bzw. Würzung
- Zufriedenheit insgesamt
- Häufigkeit des Konsums
- Geschlecht des Kunden



### Umfrage

Wir wollen wissen, wie einige unserer Fleisch- bzw. Fisch-Angebote bei Ihnen ankommen und bitten Sie um Ihr Feedback.

Bitte füllen Sie diesen Bogen aus. Sie können uns auch zusätzlich in einem Kommentar etwas mitteilen.  
Bitte werfen Sie den ausgefüllten Bogen in den grünen Sammel-Kasten.

Vielen Dank!

|   |   |  |                                     |                            |                            |                            |                                |
|---|---|--|-------------------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|--------------------------------|
| 1. Die Portion war für mich               | <input type="checkbox"/> zu viel                          | <input type="checkbox"/> genau richtig | <input type="checkbox"/> zu wenig   |                            |                            |                            |                                |
| 2. Der Preis ist                          | <input type="checkbox"/> zu teuer                         | <input type="checkbox"/> genau richtig | <input type="checkbox"/> zu billig  |                            |                            |                            |                                |
| 3. _____                                  | <input type="checkbox"/> saftig                           | <input type="checkbox"/> in Ordnung    | <input type="checkbox"/> zu trocken |                            |                            |                            |                                |
| 4. Die Panade ist                         | <input type="checkbox"/> zu dünn                          | <input type="checkbox"/> so mag ich's  | <input type="checkbox"/> zu dick    |                            |                            |                            |                                |
| 5. Hat es Ihnen heute bei uns geschmeckt? | <input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein |  |                                     |                            |                            |                            |                                |
| 6. Wie oft in der Woche essen Sie _____   | <input type="checkbox"/> 1                                | <input type="checkbox"/> 2             | <input type="checkbox"/> 3          | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 | <input type="checkbox"/> 7 Mal |
| 7. Zu Ihrer Person:                       | Ich bin   | <input type="checkbox"/> männlich      | <input type="checkbox"/> weiblich   |                            |                            |                            |                                |

8. Kommentar:

studentenwerkdarmstadt

Bitte nicht unterhalb dieser Linie schreiben!

3610428712

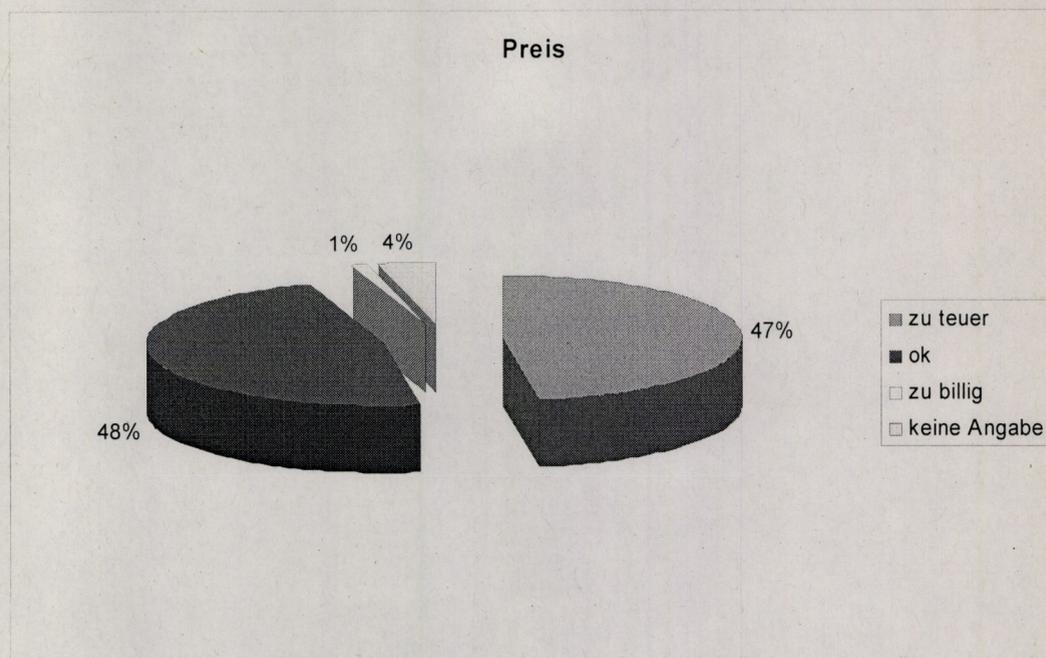
Speziell bei Paprikagulasch und Rinderbraten wurde nach der Würzung gefragt, bei Jägerschnitzel, Hähnchenbrustfilet und Schollenfilet nach der Panade.

### Annahmen im Vorfeld und Ergebnisse

|                        | Annahmen  | Ergebnis   |
|------------------------|---|--|
| Portionsgröße          | Frauen ist die Portion eher zu groß   | Annahme trifft nicht zu  |
|                        | Männern ist die Portion zu klein  | Annahme trifft zu  |
| Preis                  | Frauen ist der Preis zu hoch  | Annahme trifft zu  |
|                        | Männern ist der Preis zu hoch   | Annahme trifft zu  |
| Fleisch:<br>Konsistenz | Frauen ist das Fleisch bei panierten Gerichten zu trocken, bei Goulasch und Rinderbraten ‚ok‘ | Annahme trifft nicht zu. Das Fleisch wird als saftig und genau richtig empfunden bei panierten Gerichten, bei den anderen schnitt das Fleisch als zu trocken ab. |
|                        | Männern ist das Fleisch richtig, weder zu trocken noch saftig.                                | Annahme trifft bedingt zu  |
| Panade                 | Frauen ist die Panade zu dick   | Annahme trifft zu  |
|                        | Männern ist die Panade richtig  | Annahme trifft bedingt zu; Tendenz: Die Panade ist zu dick   |
| Würzung                | Frauen ist die Würzung ‚ok‘, eher zu lasch  | Annahme trifft zu  |
|                        | Männern wird zu wenig gewürzt   | Annahme trifft zu  |
| Zufriedenheit          | Frauen hat es ‚schon‘ geschmeckt  | Annahme trifft zu, Frauen sind aber kritischer als Männer  |
|                        | Männern hat es geschmeckt   | Annahme trifft zu  |
| Konsum                 | Frauen essen 2 – 3 Mal die Woche Fleisch  | Annahme trifft zu  |
|                        | Männer essen um die 5 Mal die Woche Fleisch   | Annahme trifft zu  |

## Einige wichtige Ergebnisse im Detail

### Preis: Das Essen ist zu teuer



Dass der **Preis** bei beiden Geschlechtern als zu hoch eingeschätzt wird, bestätigte sich und lässt sich durch die Wohn- und Lebenssituation von Studierenden erklären.

Studierende in Darmstadt pendeln vorwiegend vom Elternhaus zur Uni, d.h. ihnen fehlen Erfahrungswerte eines eigenen Haushaltes.

Die Relation zwischen den Kosten Arbeitskraft, Energie, Material, Verarbeitung bleibt für die Gäste unsichtbar. Hier muss überlegt werden, wie Transparenz in der Preisgestaltung herzustellen ist.

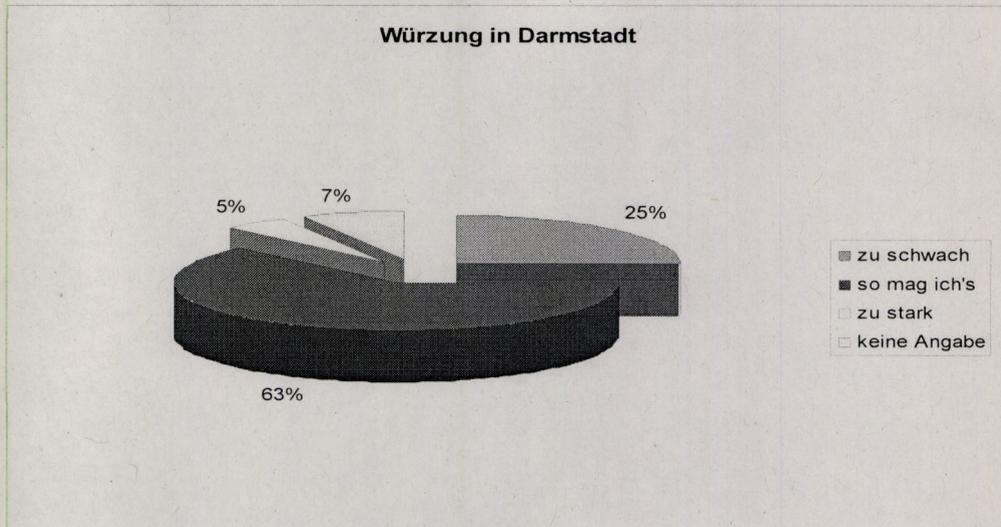
### Hat es denn geschmeckt? „Ja“



84% hat es geschmeckt, nur 16% hat es nicht geschmeckt.

**Kritisch:** Je mehr Rückmeldungen für ein Gericht, desto schlechter die Bewertung. dennoch essen unsere Gäste offensichtlich gerne panierte Speisen, denn der Renner des Tages war jeweils das panierte Fleischgericht. Auch Frauen wählten eher ein paniertes Gericht aus als ein unpaniertes.

### Würzung und Panade



Auf Paprika-Gulasch und Rinderbraten entfielen rund ein Drittel aller abgegebenen Fragebögen. Hier wurde nach der Würzung gefragt. Über **63 %** waren zufrieden mit der Würzung, nur ein Viertel gab an, dass es zu schwach gewürzt wäre.

Daraus folgt allerdings nicht, dass mehr gewürzt werden, sondern eher Würzungsmittel bereitgestellt werden sollten, so dass nach Bedarf nachgewürzt werden kann.

In der Kategorie „Zufriedenheit“, „Es hat geschmeckt“ überwiegt die Unzufriedenheit bei zu stark gewürzten Gerichten. Während 80 % der Befragten das Gericht als positiv beurteilten, obwohl die Würzung als unzureichend angegeben wurde.

|   |                       |
|---|-----------------------|
| <b>Paprikagulasch und Rinderbraten</b>  | <b>968 FB (33,5%)</b> |
| <b>Die Portion war für mich zu wenig<br/>(1= zu viel, 2= genau richtig, 3=zu wenig)</b> | 2,41                  |
| <b>Der Preis ist zu teuer<br/>(1=zu teuer, 2=ok, 3= zu billig)</b>                      | 1,7                   |
| <b>Das Fleisch ist zu trocken<br/>(1= saftig, 2= genau richtig, 3=zu trocken)</b>       | 2,22                  |
| <b>Die Würzung ist zu schwach<br/>(1=zu schwach, 2=ok, 3= zu stark)</b>                 | 1,78                  |
| <b>Konsum 1-7 x die Woche</b>   | 4,76                  |

|   |                         |
|---|-------------------------|
| Geschmeckt Ja / Nein  | 86 / 14 %               |
| <b>Panierte Gerichte</b>  | <b>1.922 FB (66,2%)</b> |
| Die Portion war für mich zu wenig<br>(1= zu viel, 2= genau richtig, 3=zu wenig) | 2,39                    |
| Der Preis ist zu teuer<br>(1=zu teuer, 2=ok, 3= zu billig)                      | 1,43                    |
| Das Fleisch ist zu trocken<br>(1= saftig, 2= genau richtig, 3=zu trocken)       | 1,95                    |
| Die Panade ist zu dick<br>(1=zu dünn, 2=ok, 3=zu dick)                          | 2,11                    |
| Konsum 1-7 x die Woche  | 3,28                    |
| Geschmeckt Ja / Nein  | 81,6 / 18,4 %           |

#### Erkennbare Trends

- Die **Gäste** werden kritischer. Je mehr Gäste ein Gericht bewerteten, desto geringer war der Zufriedenheitsgrad.
- Der **Fleischkonsum** nimmt ab. Je mehr Gäste ein Gericht bewerteten, desto geringer war die Häufigkeit des Fleischkonsums in der Woche. Die Bundesstatistik bestätigt diesen Trend: Der Fleischkonsum nahm in der Bevölkerung seit 1985 um 10 Kilogramm im Jahr ab, er sank von 70 auf 60 Kilogramm.

#### Projekt „Mensa-Gourmets“ Auswertung Sommersemester 2008

- Bewerbungen als Mensa-Gourmets wurden über das Internet und den Quirl veranlasst. Die Gäste bewerten ein Gericht in der Woche während der Vorlesungszeit. Als Aufwandsentschädigung erhielten sie zwei freie Essen pro Semesterwoche.
- Im Sommersemester waren drei Frauen und sieben Männer, davon zwei Mitarbeiter der TUD in den Mensen Stadtmitte, Lichtwiese und Schöfferstraße für uns aktiv.

Unter den Frauen, die einen Anteil von etwa 30% der Studierenden haben, wählten wir Personen aus, die in der Regel alles essen, unter den Männern Vegetarier. Beide Gruppen können als besonders kritische Gäste gewertet werden, von denen eine differenzierte Rückmeldung zu erwarten ist. Frauen orientieren sich an gesundheitlichen Aspekten und sind in der Regel figurbewusst. Vegetarier verzichten aufgrund politischer und/oder gesundheitlicher Gründe auf Fleisch.

Es gab keine Vorgaben zur Auswahl der Gerichte und der Essenszeit. Jeder Mensa-Gourmet hat mindestens acht Gerichte bewertet.

### **Ergebnisse der Bewertungen:**

Als Entscheidungskriterien für ein Gericht wurde hauptsächlich angegeben:

- „Es sah lecker aus.“
- „Ich kannte es schon und es hat mir das letzte Mal gut geschmeckt.“
- „Es gab nichts anderes.“ (Vegetarier).

Um als attraktives Gericht beurteilt zu werden sind folgenden Kriterien wichtig:

- Portionsgröße
- Farbe
- Konsistenz

Der erste Blick ist der entscheidende. Wie die Gerichte auf den Schautellern präsentiert werden beeinflusst die Wahl.

Als attraktive Gerichte wurden besonders **Salat aus der Salatbar**, Kartoffeltaschen, Schupfnudeln, Champignons à la crème empfunden.

**Grundsätzliches Ergebnis: Unsere Gerichte schmecken und werden gerne gegessen.**

### **Wünsche der Gourmets:**

- Mehr Abwechslung bei den vegetarischen Gerichten
- Die Würzung wird oft als zu „lasch“ empfunden. Wir vermuten, dass es an dem Fehlen von Geschmacksverstärkern liegt.
- Die Konsistenz war ein Kritikpunkt: Nudeln wurden als durchgekocht, Gemüse als verkocht beurteilt.
- Mehr Abwechslung bei den Salatsaucen oder überhaupt Saucen wird gewünscht.
- Wunsch nach vegetarischen Wok („Das riecht immer so lecker!“ Vegetarier)

### **Die Vorstellung der Ergebnisse bei den Führungskräften der Hochschulgastronomie ergab folgende Planungen:**

- Mehr Abwechslung in das Angebot an Salatsaucen (Ölsorten, Essigsorten)
- Ab 17.11. wird es montags vegetarischen Wok in einer sechswöchigen Testphase geben. Bei positiver Annahme werden wir den vegetarischen Wok ins reguläre Angebot übernehmen.
- Zur Zeit werden Informationen zu Würz-Seminaren eingeholt als Weiterbildung unserer KöchInnen.

Für das Wintersemester sind wieder Mensa-Gourmets für uns aktiv. Diesmal erfolgte die Auswahl nicht mehr mit dem Kriterium „spezifisches Essverhalten“.

Für das nächste Sommersemester wollen wir gezielter MitarbeiterInnen der TUD und h\_da einbinden. Dafür sind Beiträge in den hochschulinternen Medien ein geeignetes Mittel, um direkt MitarbeiterInnen anzusprechen.

