Fachbereich 6
Elektrotechnik, Maschinenbau
und Wirtschaftsingenieurwesen

Mensa-Tischlein, deck dich

Felix Giesa und Jil Schwarze studieren im Master Lebensmitteltechnologie. Im Rahmen eines fachübergreifenden Projektes führten sie eine empirische Studie in den Mensen der Hochschule Anhalt durch – und ermittelten erstmalig belastbare Ergebnisse zu den Speisewünschen der Mensagäste.

⟶ Sie wissen aus ihrer ehrenamtlichen Tätigkeit im Fachschaftsrat, dass sie gemeinsam etwas auf die Beine stellen und sich aufeinander verlassen können. Also arbeiteten Felix und Jil auch für eine Projektarbeit zusammen. Sie haben im Sommer 2022 eine Online- und Präsenzumfrage an der Hochschule Anhalt durchgeführt und konkret abgefragt, was die Mensen auftischen sollen: Mehr Gemüse, weniger Kohlehydrate, so das Ergebnis. Und grundsätzlich bitte vielfältiger und abwechslungsreicher!

Felix und Jil studieren im Fachbereich Angewandte Biowissenschaften und Prozesstechnik, für ihre Arbeit haben sie sich Unterstützung bei jemandem geholt, der sich ausgezeichnet mit Methoden der empirischen Marktforschung, der Marktorientierung bei der Produkt- und Dienstleistungsgestaltung und dem Konsumentenverhalten auskennt. Professor Michael Brusch lehrt Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Marketing und Unternehmensplanung am Fachbereich Elektrotechnik, Maschinenbau und Wirtschaftsingenieurwesen der Hochschule Anhalt. »Wir kannten Professor Brusch aus dem Modul »Industrial Marketing« und sind mit unserer zunächst vagen Idee der Mensaumfrage auf ihn zugegangen und haben gefragt, ob er uns fachübergreifend betreuen würde«, erzählt Jil.

Felix Giesa und Jil Schwarze besuchen regelmäßig die Mensa in der Fasanerieallee am Campus Köthen.

Prof. Dr. Michael Brusch lehrt Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Marketing und Unternehmensplanung am Fachbereich Elektrotechnik, Maschinenbau und Wirtschaftsingenieurwesen. Er betreute Jil und Felix fachübergreifend bei der Analyse und der Befragung.

»Wir wollten unvoreingenommen abfragen, was gewünscht ist – und ganz bestimmt niemandem etwas verbieten.«

Felix Giesa

Professor Brusch hat gerne zugesagt, wie er betont. Denn: »Die beiden Studierenden sind mir während der Lehrveranstaltung positiv aufgefallen. Ich fand es gut, dass sie ein eigenes Thema vorgeschlagen haben, bei dem zu spüren war, dass sie ein starkes persönliches Interesse haben. Sie haben sehr engagiert gearbeitet und mein Feedback immer rasch umgesetzt.«

»Keine Projektarbeit für die Tonne!«

Für Felix war es ein wichtiger Aspekt, »etwas Handfestes« herauszufinden. »Wir haben keine Arbeit für die Tonne verfasst, sondern etwas vorgelegt, das dem Studentenwerk Halle etwas nutzt – und natürlich den Studierenden, die in der Mensa essen und in Zukunft das bekommen, was sie sich wünschen«, sagt er.

So wie etwa seine Kommilitonin Jil, die zwar wie auch Felix und Professor Brusch gerne die Mensa besucht, »weil es ein wunderbarer Treffpunkt ist«. Alle drei wertschätzen vor allem den sozialen Aspekt der gemeinsamen Mahlzeit. »Aber die angebotenen Speisen fand ich nie herausragend. Seitdem ich aber im vergangenen Jahr auf vegane Ernährung umgestiegen bin, gab es kaum Gerichte für mich. Zwar waren die Mitarbeitenden der Mensa immer sehr verständnisvoll und haben mir etwas von den Beilagen zusammengestellt, aber so richtig vollwertige Gerichte sind dabei nicht herausgekommen. Das fand ich natürlich schade«, so Jil.

Faktenkasten

- **1.565**
  Umfrage-Aufrufe
- **755**
  vollständige Antworten
  (11% Rücklaufquote)
- **81%**
  Studierende als Befragungsteilnehmer
- **4**
  Mensa-Standorte

Kundenwünsche in der Mensa erfassen
Die beiden Studierenden entschieden sich auf Anregung von Professor Brusch für eine Conjoint-Analyse. Das ist ein Instrument der Marktforschung, das Kundenwünsche realitätsnah erfasst. »Die Conjoint-Analyse ist hervorragend geeignet, um Merkmale einer Leistung im Verbund abzufragen, zum Beispiel die Sorte einer Speise, eine mögliche Bio-Zertifizierung und deren Preis«, erläutert Professor Brusch. Seine Expertise war auch beim Befragungsdesign nützlich, besonders als es um die Gewährleistung von Neutralität ging. »Bei mir im Hinterkopf ist schon immer der Gedanke umhergeschwirrt, dass mehr frisches Gemüse auf die Teller kommen sollte, aber darum ging es nicht«, sagt Jil und Felix ergänzt: »Wir wollten unvoreingenommen abfragen, was gewünscht ist – und ganz bestimmt niemandem etwas verbieten. Uns ist schon klar, dass Essen ein emotionales Thema ist.«

Überrascht waren Felix und Jil davon, wie groß die Unzufriedenheit war. »Nur neun Prozent der Befragten haben gesagt, sie sind sehr zufrieden mit dem Mensaangebot«, sagt Jil. Die Umfrage mit dem Marketingtool machte neun Vorgaben. »So konnten wir herausfinden, welche Rangfolgen die Präferenzen haben. Wir wollten wissen, welches Merkmal die Kaufentscheidung vor allem beeinflusst«, erläutert Felix.

Der Preis ist nicht ausschlaggebend
So zeigte die Umfrage, dass der Preis einer Mahlzeit nicht das ausschlaggebende Kriterium ist. Gefragt danach, welches Merkmal einer Speise ihnen wichtig ist, nannten 43 Prozent der Befragten den Punkt »Art des Gerichts«. »Also die erste Überlegung war, möchte ich etwas mit Fleisch essen oder lieber vegetarisch oder vegan, auch das fanden wir erstaunlich«, sagt Jil. An zweiter Stelle ging es dann für 26 Prozent der Befragten um die »Speise an sich« und erst an dritter Stelle nannten die Befragten das Stichwort »Preis« (20 Prozent).

Jil, die inzwischen ihr Studium erfolgreich abgeschlossen hat, und Felix, der jetzt im Master Nachhaltige Energietechnik studiert, haben die Ergebnisse der Befragung dem Studentenwerk zukommen lassen. Seitdem hat sich einiges getan, wie Felix berichtet. Der Januar wurde zum »Veganuary« und der Blick auf die Speisepläne zeigt, dass jeden Tag mindestens ein vollwertiges veganes Gericht angeboten wird.

Die Mensen in Bernburg, Dessau und Köthen des Studentenwerks Halle bieten täglich mindestens ein vollwertiges veganes Gericht an. Hier ist die Mensa am Campus Dessau abgebildet.