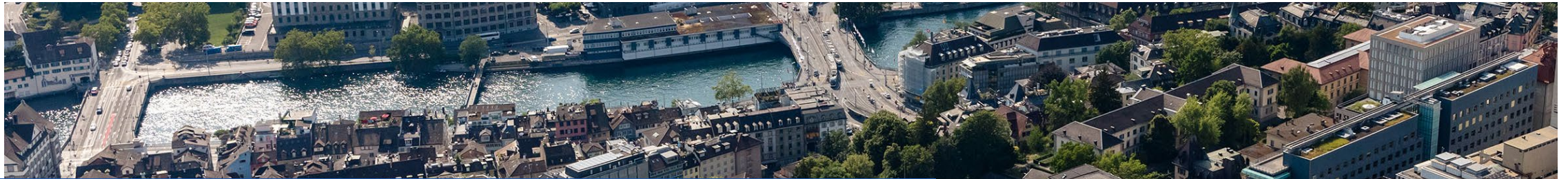


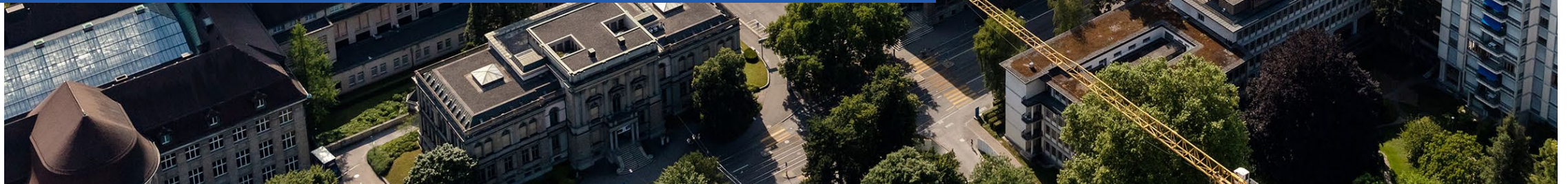


ETH zürich



Gästabefragung GASTRONOMIEBETRIEBE an der ETH Zürich

22. November bis 20. Dezember 2022



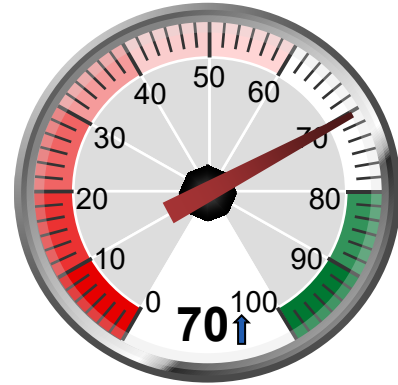
Studiendesign

- Zielsetzung: Zufriedenheit der Gäste mit der aktuellen Verpflegungssituation. Vergleich mit 2017 zur Identifikation von Entwicklungen. Erkenntnisse über die Bedürfnisse der Gäste nach Veränderungen der Verpflegungssituation
- Die Probanden haben 2022 den am häufigsten besuchten Gastronomiebetrieb bewertet. 2017 wurde der zuletzt besuchte Betrieb bewertet.
- Befragungsmethode: Online-Erhebung
- Durchführung: ETH Zürich und Ipsos SA
- Befragungszeitpunkt: 22. November – 20. Dezember 2022
- Vollerhebung: 2022: 32711 Personen (2017: 29'751 Personen; 2014: 27'934 Personen)
- Rücklauf: 6801, ca. 20.8% (2017: 5'531 = ca. 18.6%; 2014: 6'371 = 22.8%)
- Interviewdauer: Median: 13.00 Min.
- Sprache: Deutsch (71.7%), Englisch (28.3%)
- Signifikanter Unterschied (↑↓): Die Abweichung zw. 2022 und 2017 ist statistisch bedeutsam.

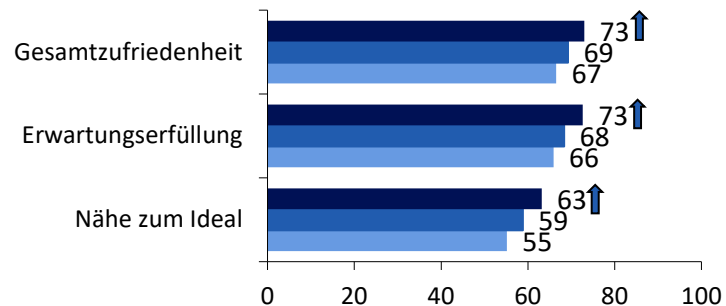
Kennzahlen im Überblick – Gästezufriedenheit

Gästezufriedenheit (Fragen K1-K3)

2022

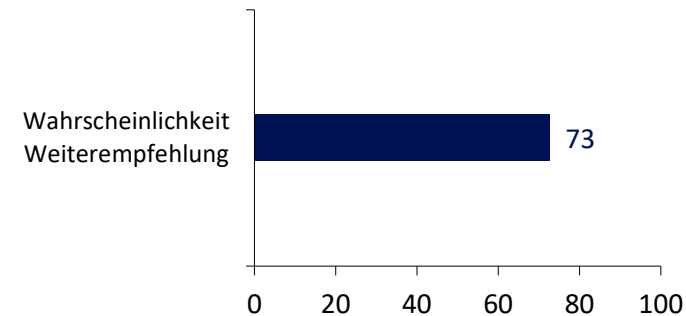
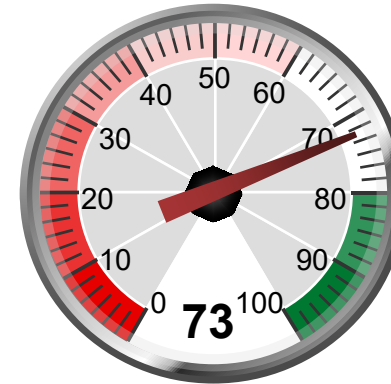


2017: 66; 2014: 63



Loyalität

(N= 6365)



- 2022 (N=6365)
- 2017 (N=5622)
- 2014 (N=5860)

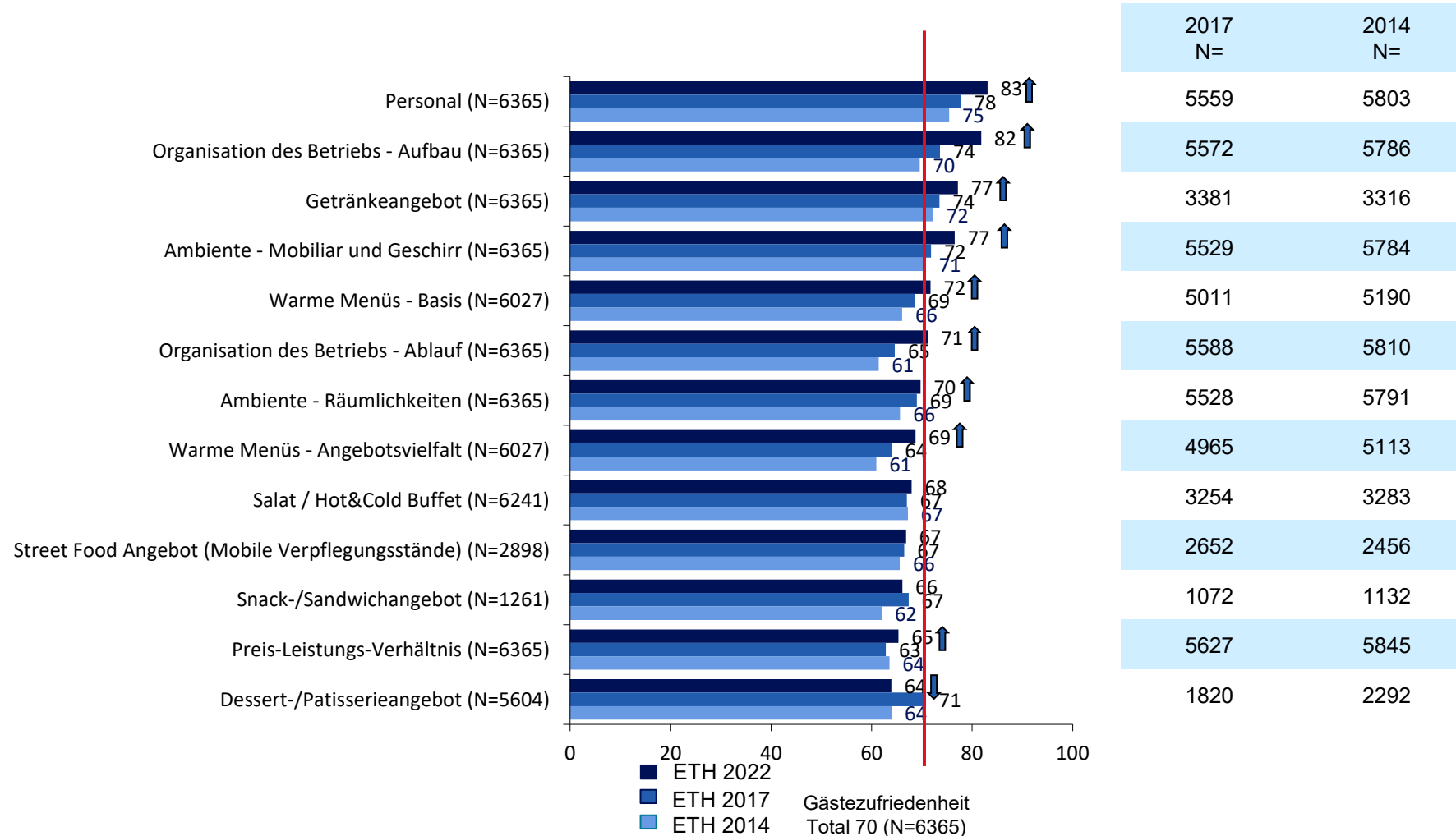
K1. Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit dem Gastronomiebetrieb?

K2. Wenn Sie an Ihre Erwartungen an einen Gastronomiebetrieb denken, wie erfüllt der Betrieb Ihre Erwartungen?

K3. Wenn Sie an die Idealvorstellung denken, die Sie von einem Gastronomiebetrieb haben, wie nahe kommt der Betrieb Ihrer Idealvorstellung?

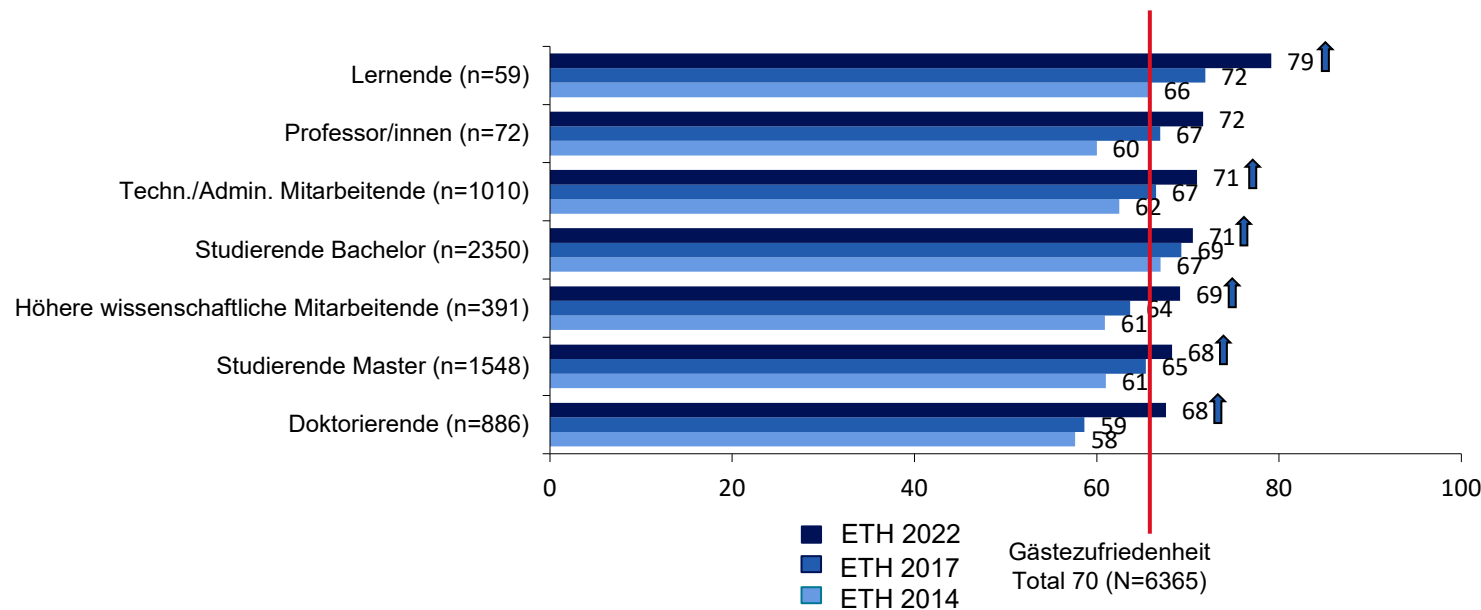
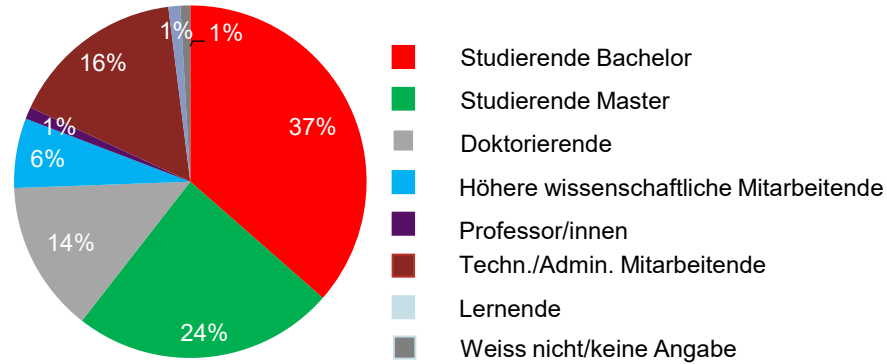
L1. Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie ... Ihren Freund:innen/Kolleg:innen/Bekannten weiterempfehlen?

Kennzahlen im Überblick – Gästezufriedenheit nach Kundenthema



C2 (Menüs), C3 (Salat / Hot&Cold Buffet), C5 (Snack-/Sandwichangebot), C6 (Dessert-/Patisserieangebot), D1 (Getränkeangebot), E1 (Preis-Leistungs-Verhältnis), G1 (Organisation Betrieb), H1 (Ambiente), J1 (Personal), N1 (Street Food Angebot): Wie werden Ihre Erwartungen erfüllt in Bezug auf ... ?

Gästezufriedenheit im Vergleich – Gästegruppen



2017 (N=)	2014 (N=)
65	53
134	126
1116	904
1726	1910
619	679
975	1135
987	1053

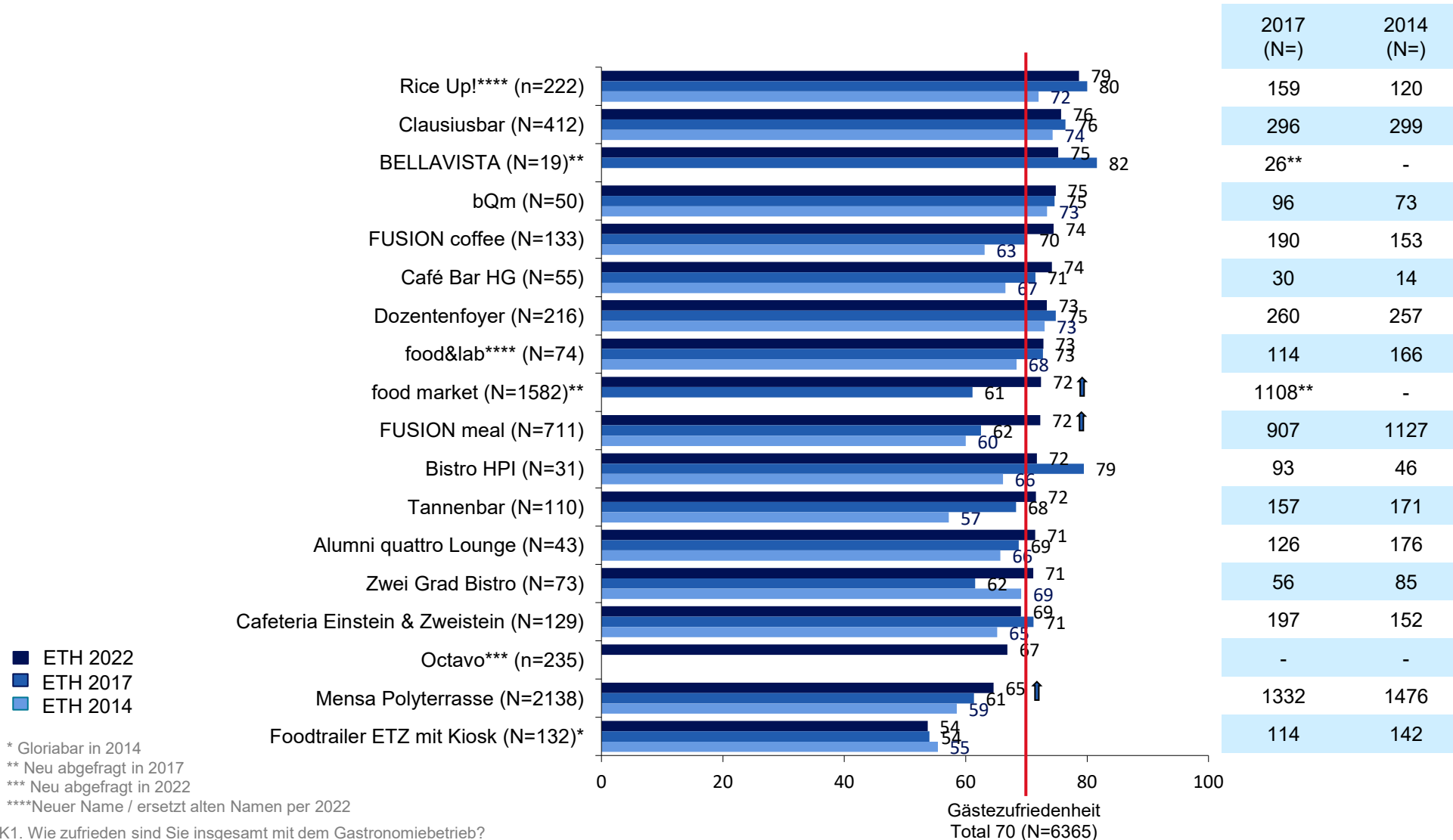
K1. Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit dem Gastronomiebetrieb?

K2. Wenn Sie an Ihre Erwartungen an einen Gastronomiebetrieb denken, wie erfüllt der Betrieb Ihre Erwartungen?

K3. Wenn Sie an die Idealvorstellung denken, die Sie von einem Gastronomiebetrieb haben, wie nahe kommt der Betrieb Ihrer Idealvorstellung?

P1. Was ist Ihre hauptsächliche Funktion an der ETH?

Gästezufriedenheit im Vergleich – Gastronomiebetriebe



* Gloriabar in 2014

** Neu abgefragt in 2017

*** Neu abgefragt in 2022

****Neuer Name / ersetzt alten Namen per 2022

K1. Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit dem Gastronomiebetrieb?

K2. Wenn Sie an Ihre Erwartungen an einen Gastronomiebetrieb denken, wie erfüllt der Betrieb Ihre Erwartungen?

K3. Wenn Sie an die Idealvorstellung denken, die Sie von einem Gastronomiebetrieb haben, wie nahe kommt der Betrieb Ihrer Idealvorstellung?

Zusammensetzung der Stichprobe

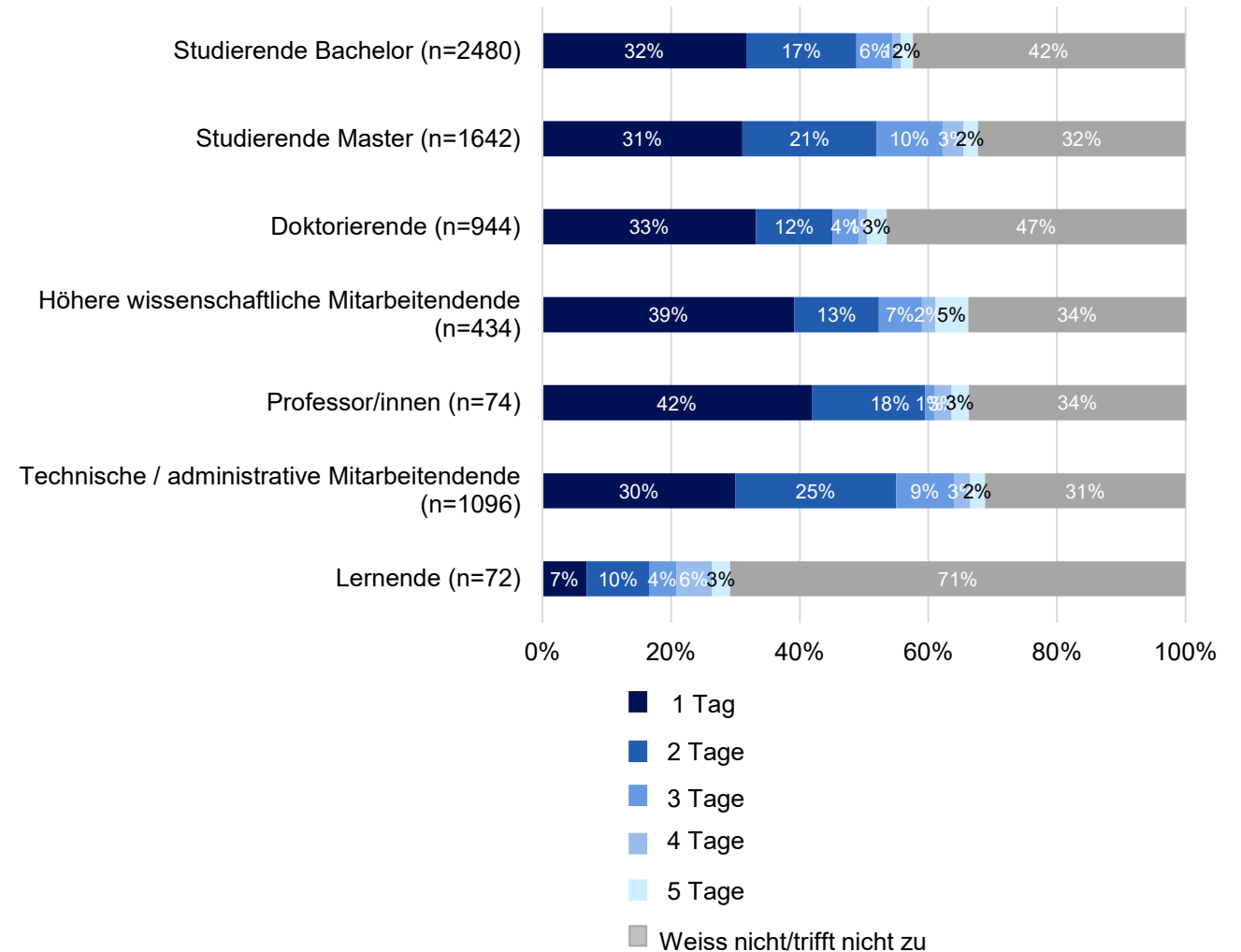
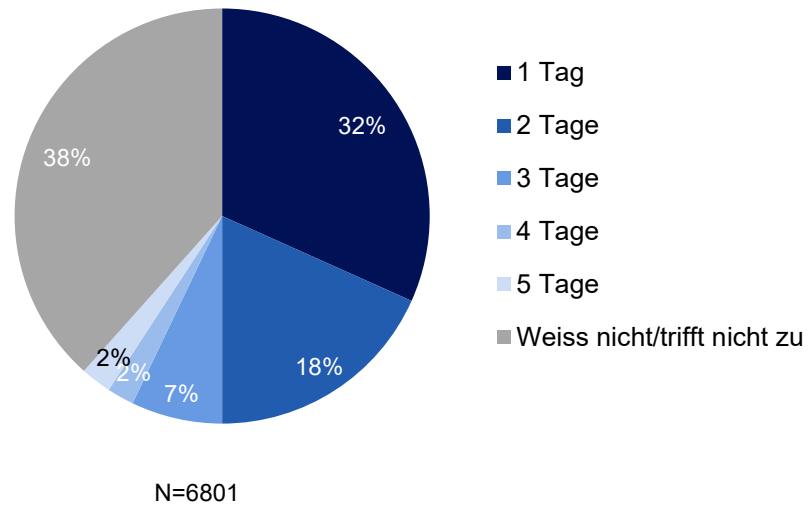
Gästegruppe ETH 2022	N	%
Studierender Bachelor	2480	37%
Studierender Master	1642	24%
Doktorierender	944	14%
Technischer & Administrativer Mitarbeitender	1096	16%
Höherer Wissenschaftlicher Mitarbeitender	434	6%
Professor/innen	74	1%
Lernender	72	1%
Gäste Total ETH 2022	6801	100%
Gäste nach Mensabetriebe ETH 2022	N	%
Mensa Polyterrasse	2138	32%
Food market	1582	24%
FUSION meal	711	11%
Clausiusbar mit Kiosk CLA	412	6%
Octavo	235	4%
Rice Up!	222	3%
Dozentenfoyer	216	3%
FUSION coffee	133	2%
Foodtrailer ETZ mit Kiosk	132	2%
Cafeteria Einstein & Zweistein	129	2%
Tannenbar	110	2%
food&lab	74	1%
Zwei Grad Bistro	73	1%
CaféBar HG	55	1%
bQm	50	1%
Alumni quattro Lounge	43	1%
Bistro HPI	31	1%
BELLAVISTA	19	0%
Gäste Mensabetriebe Total ETH 2022	6632*	100%
Nicht-Benutzer	307	6%
Weiss nicht	29	1%
Gäste Total ETH 2017	6371	
Gäste nach Geschlecht ETH 2022	N	%
Männlich	3923	58%
Weiblich	2698	40%
Gäste Total ETH 2022	6801	100%

Departmentzugehörigkeit ETH 2022	N	%
D-ARCH	312	6%
D-BAUG	456	8%
D-BSSE	4	0%
D-INFK	630	11%
D-ITET	497	9%
D-MAVT	703	13%
D-MATL	135	2%
D-BIOL	226	4%
D-CHAB	605	11%
D-MATH	342	6%
D-PHYS	438	8%
D-ERDW	161	3%
D-HEST	518	9%
D-USYS	396	7%
D-MTEC	89	2%
D-GESS	87	2%
Gäste Total ETH 2022	5574	100%
Gäste nach Dauer an der ETH 2022	N	%
Weniger als 1 Jahr	1351	20%
1-2 Jahre	1169	17%
2-3 Jahre	885	13%
3-4 Jahre	565	8%
4-5 Jahre	461	7%
5-6 Jahre	264	4%
6-7 Jahre	152	2%
7-8 Jahre	109	2%
8-9 Jahre	81	1%
9-10 Jahre	124	2%
Mehr als 10 Jahre	622	9%
Gäste Mensabetriebe Total ETH 2022	6801	100%
Gäste nach Altersgruppen ETH 2022	N	%
Über 40 Jahre	801	12%
Zwischen 30 und 40 Jahren	730	11%
Zwischen 20 und 30 Jahren	4040	59%
Unter 20 Jahre	737	11%

*Höhere Anzahl N, da ein Teil der Probanden die Möglichkeit genutzt hat, nebst dem zuletzt besuchten Gastronomiebetrieb einen zweiten Betrieb zu bewerten

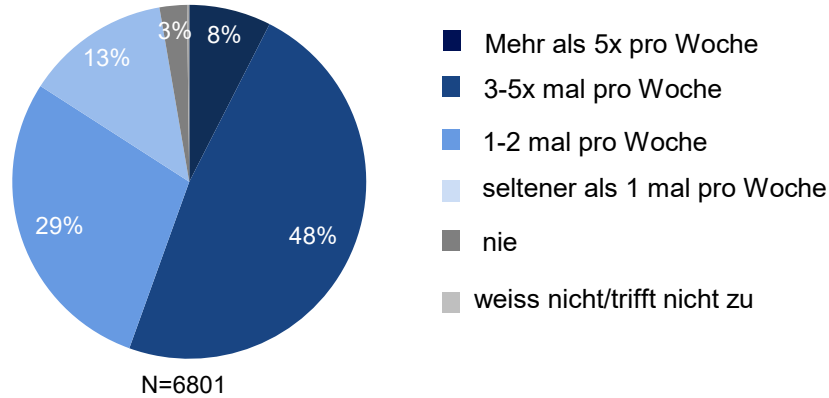
Arbeitssituation vor/nach Corona

Zusätzliche Tage im Home-Office



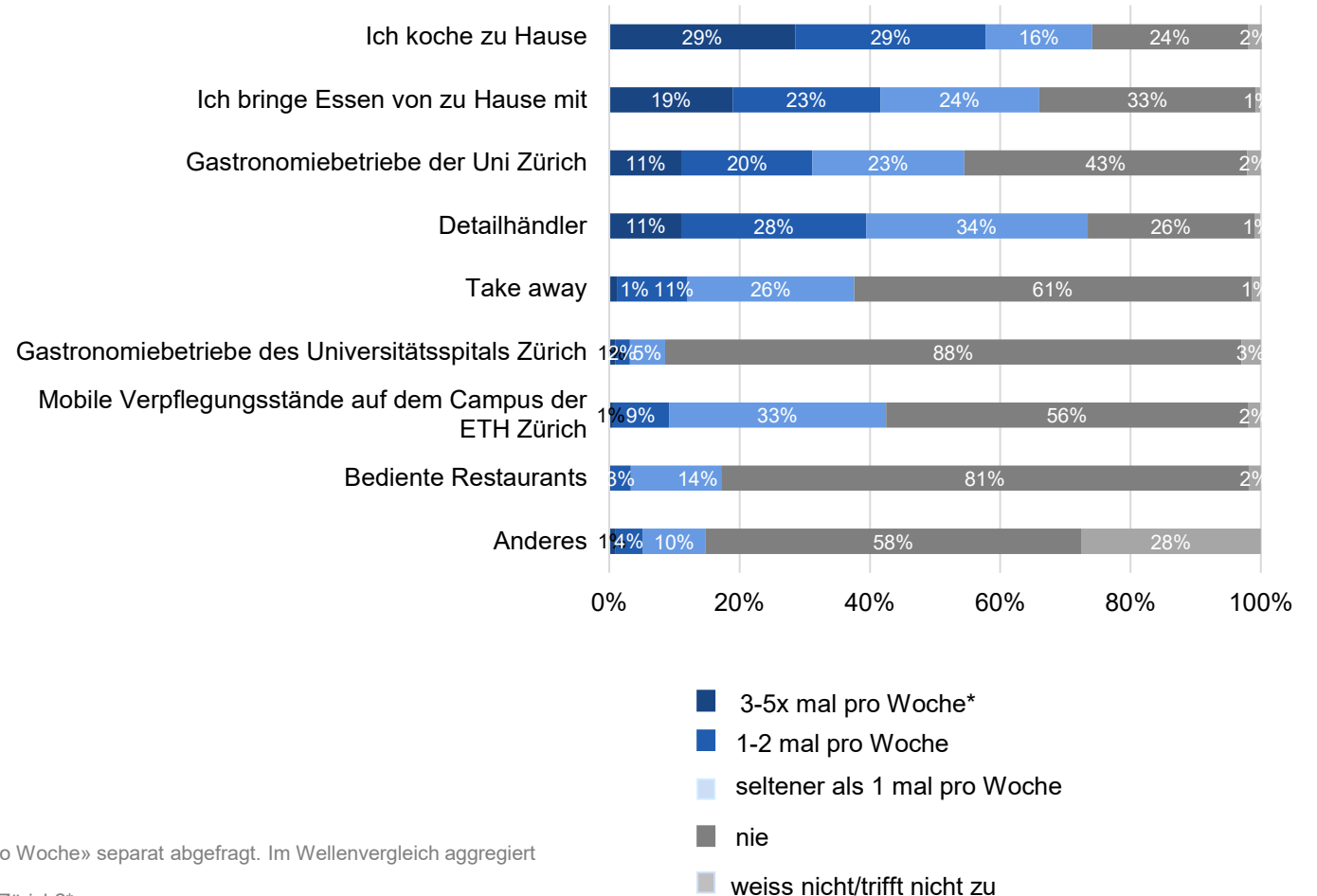
Nutzung der ETH / externer Verpflegungsmöglichkeiten

Häufigkeit des Mensabesuchs



	2022 (N=6801)	2017 (N=5532)	2014 (N=6371)
Mehr als 2x pro Woche*	56%	58%	63%
1-2 mal pro Woche	29%	20%	19%
Seltener als 1 mal pro Woche	13%	16%	13%
nie	3%	6%	5%
Weiss nicht/trifft nicht zu	0%	1%	-

Häufigkeit der Verpflegung über Mittag ohne Mensabetrieb der ETH Zürich



* bis 2019 «Mehr als 2x pro Woche» abgefragt, ab 2022, «Mehr als 5x pro Woche» und «3-5x pro Woche» separat abgefragt. Im Wellenvergleich aggregiert gezeigt unter «mehr als 2x pro Woche»

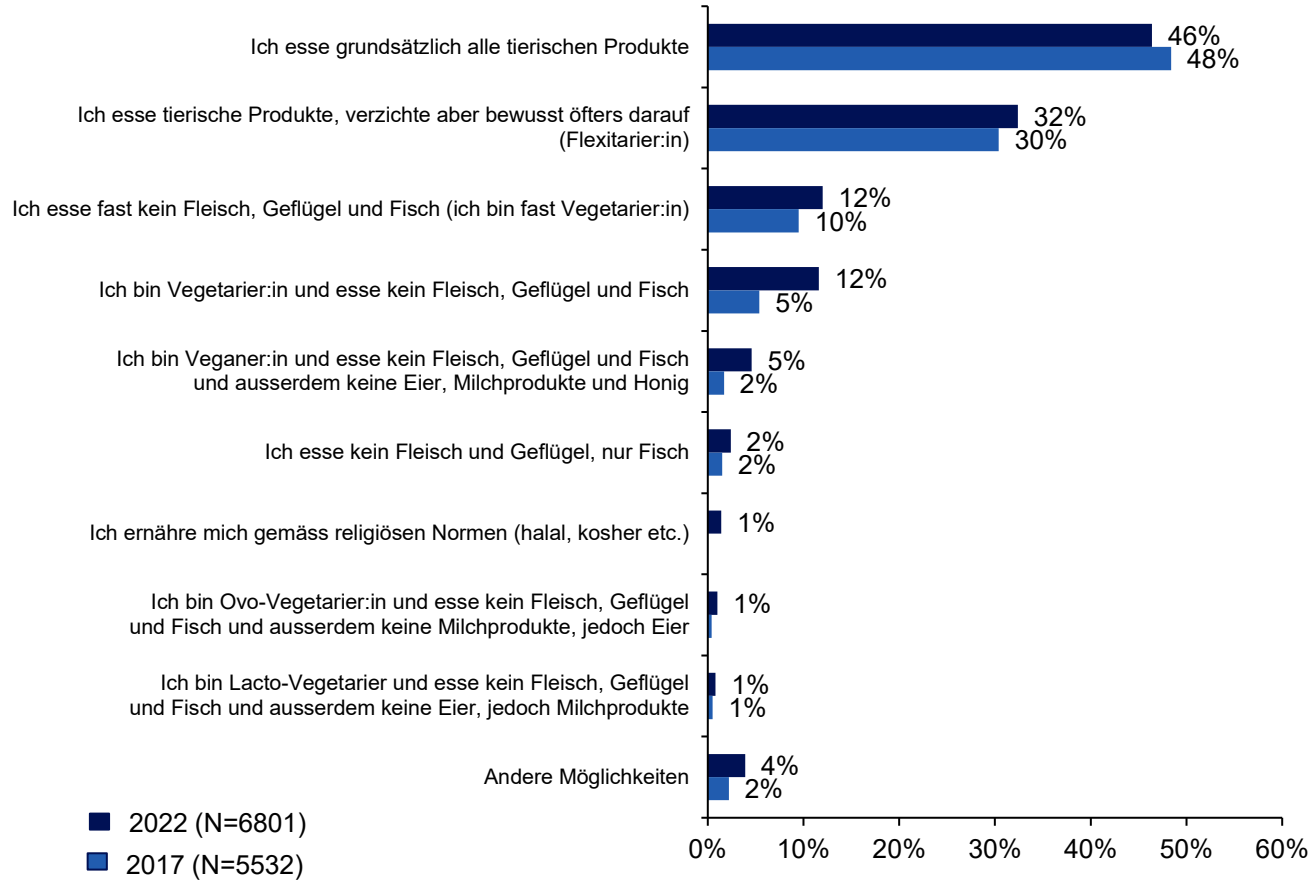
A1 Wie häufig besuchen Sie einen Gastronomiebetrieb (Mensa, Cafeteria, Restaurant) der ETH Zürich?*

A1b. Wo und wie oft verpflegen Sie sich über Mittag ausserhalb der ETH Zürich?

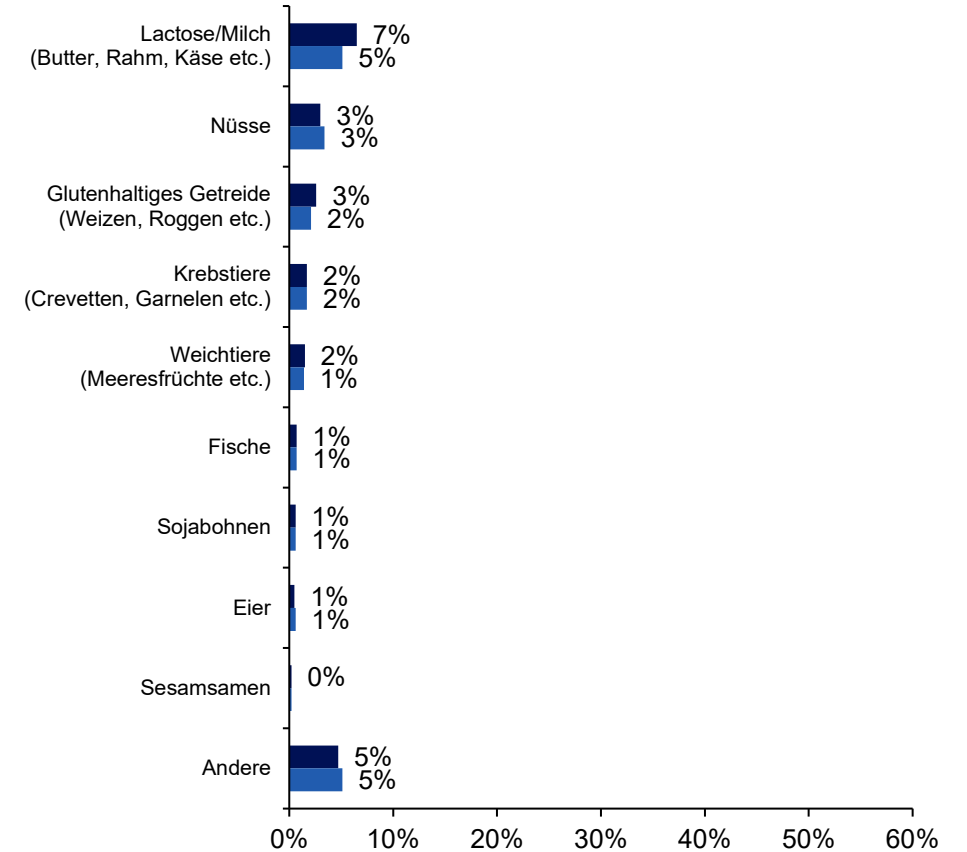
*Antwort 3-5x mal pro Woche anders ab 2022 abgefragt.
– früher Mehr als 2x pro Woche

Ernährungsformen und Allergien

Ernährungsformen*



Allergien*



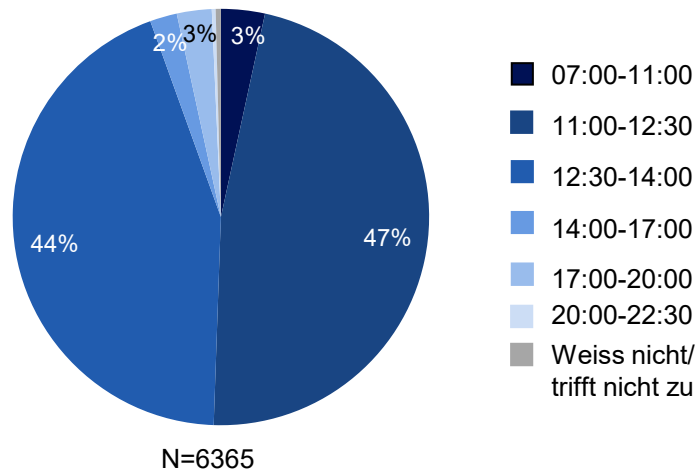
* Mehrfachnennungen möglich (Ernährungsform nur 2022)

A1c. Welche Beschreibung trifft am meisten auf Sie zu?

A1d. Haben Sie eine Allergie?

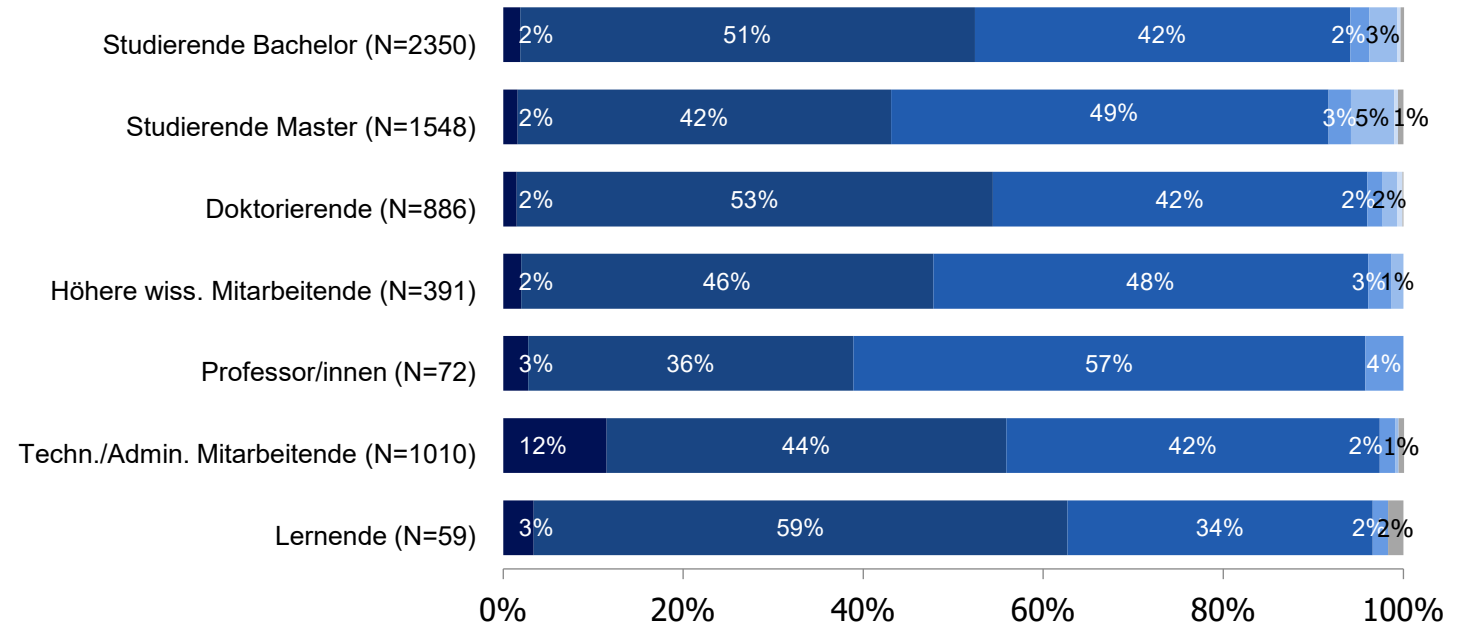
Tageszeit des Besuches im am häufigsten besuchten Gastronomiebetrieb

Tageszeit des Besuchs



	2022 (N=6365)	2017 (N=5646)	2014 (N=5874)
7:00-11:00	3%	5%	4%
11:00-14:00*	91%	88%	89%
14:00-17:00	2%	3%	3%
17:00-20:00	3%	3%	3%
20:00-22:30	0%	0%	0%
Weiss nicht/trifft nicht zu	0%	0%	0%

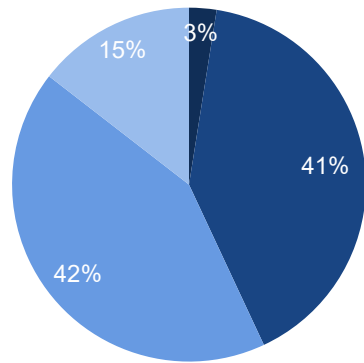
Antwortangaben in %



*bis 2019 11:00-14:00 abgefragt, ab 2022, 11:00-12:30 und 12:30-14:00 separat abgefragt. Im Wellenvergleich aggregiert gezeigt als 11:00-14:00 A3. Zu welcher Tageszeit besuchen Sie den Gastronomiebetrieb am häufigsten?

Häufigkeit des Besuches im am häufigsten besuchten Gastronomiebetrieb

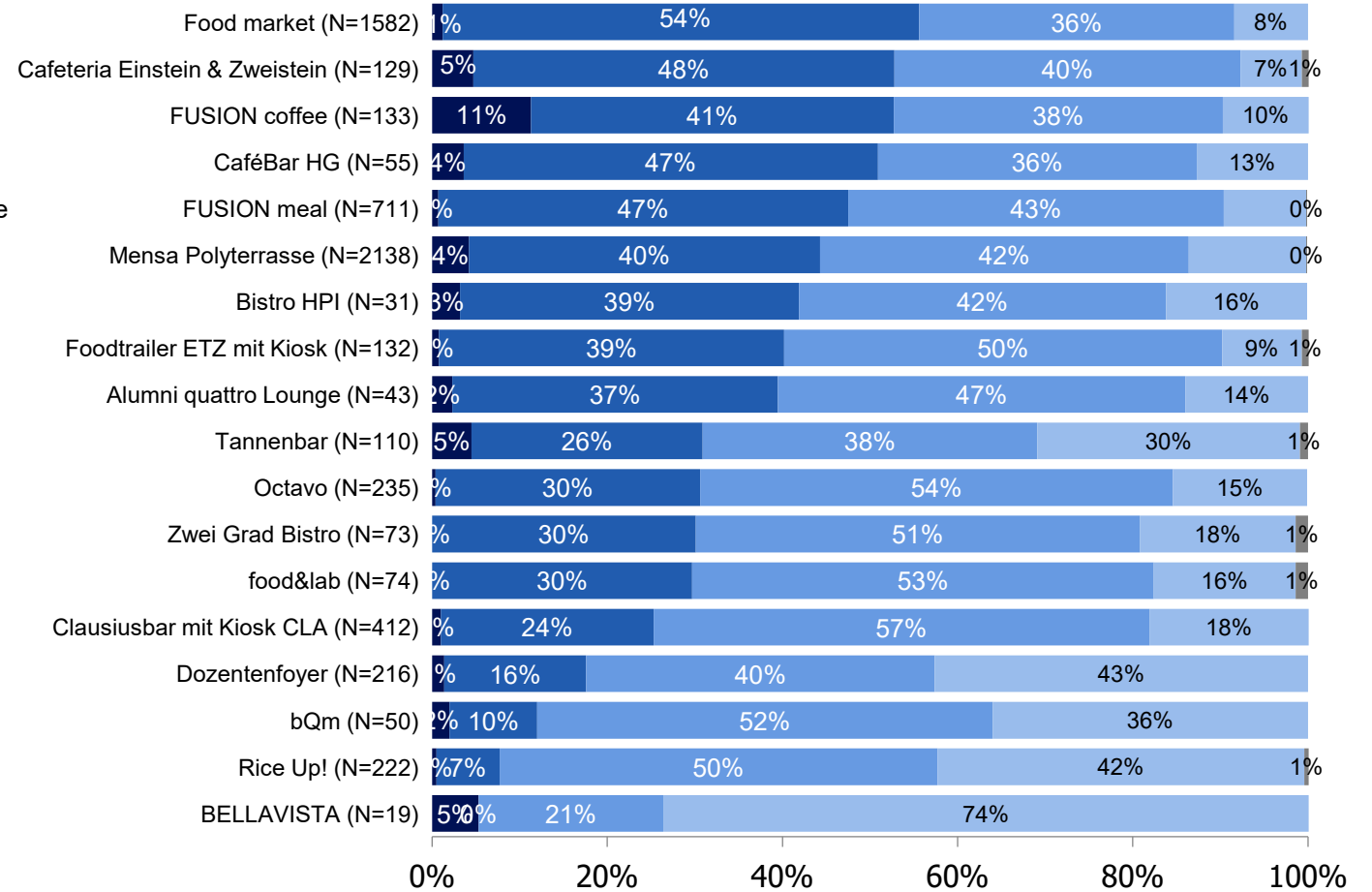
Häufigkeit des Besuchs



N=6365

- Mehr als 5x pro Woche
- 3-5 mal pro Woche
- 1-2 x pro Woche
- Seltener als 1 mal pro Woche
- Weiss nicht/trifft nicht zu

	2022 (N=6365)	2017 (N=4828)	2014 (N=5874)
Mehr als 2x pro Woche*	43%	42%	43%
1-2 mal pro Woche	42%	36%	36%
Seltener als 1 mal pro Woche	15%	22%	21%
Weiss nicht/trifft nicht zu	0%	0%	0%



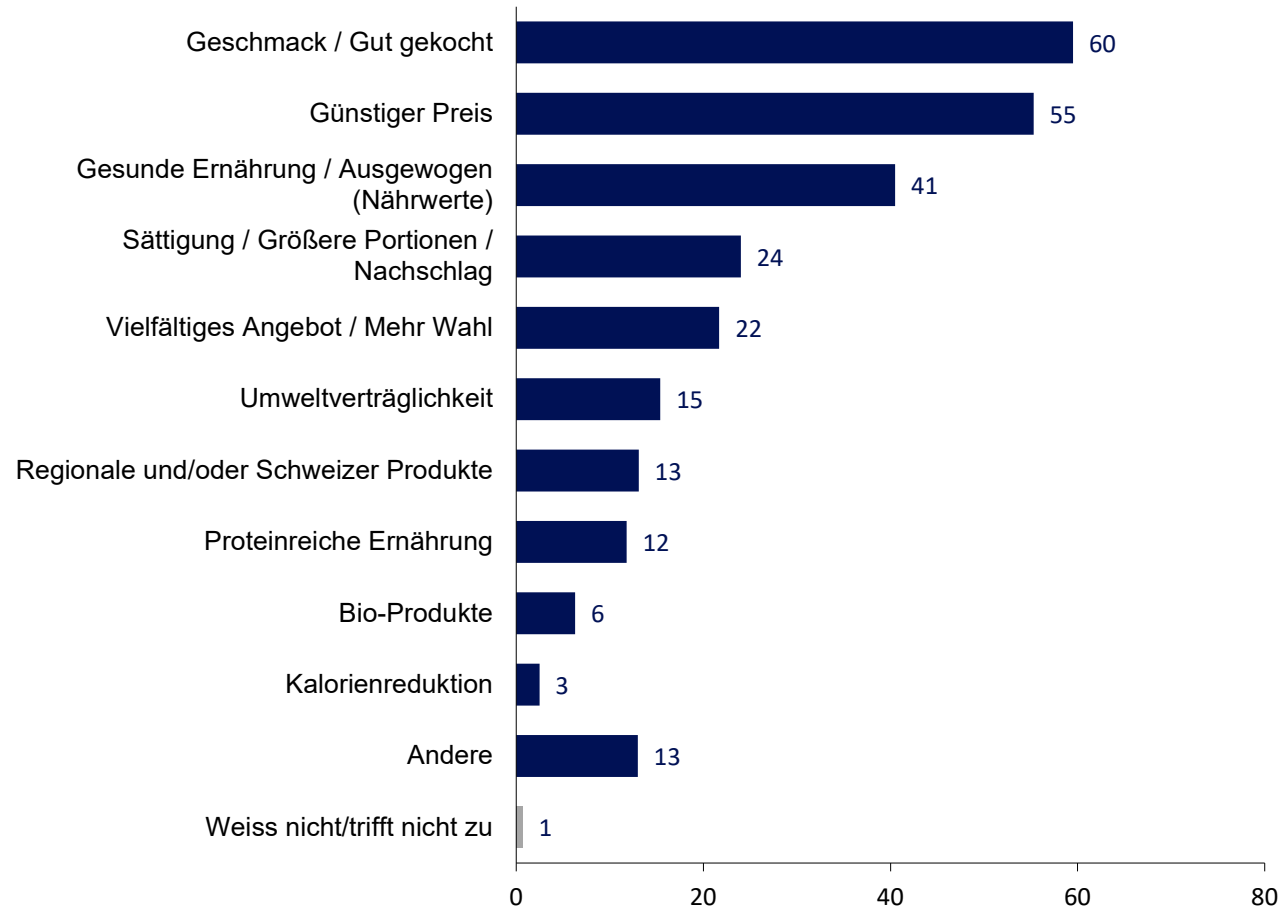
* bis 2019 «Mehr als 2x pro Woche» abgefragt, ab 2022, «Mehr als 5x pro Woche» und «3-5x pro Woche» separat abgefragt. Im Wellenvergleich aggregiert gezeigt unter «mehr als 2x pro Woche»

• Kleine Basis

** Neuer Name per 2022

A6. Wie häufig besuchen Sie den Gastronomiebetrieb?

Ausschlaggebende Kriterien für die Mittagsverpflegung

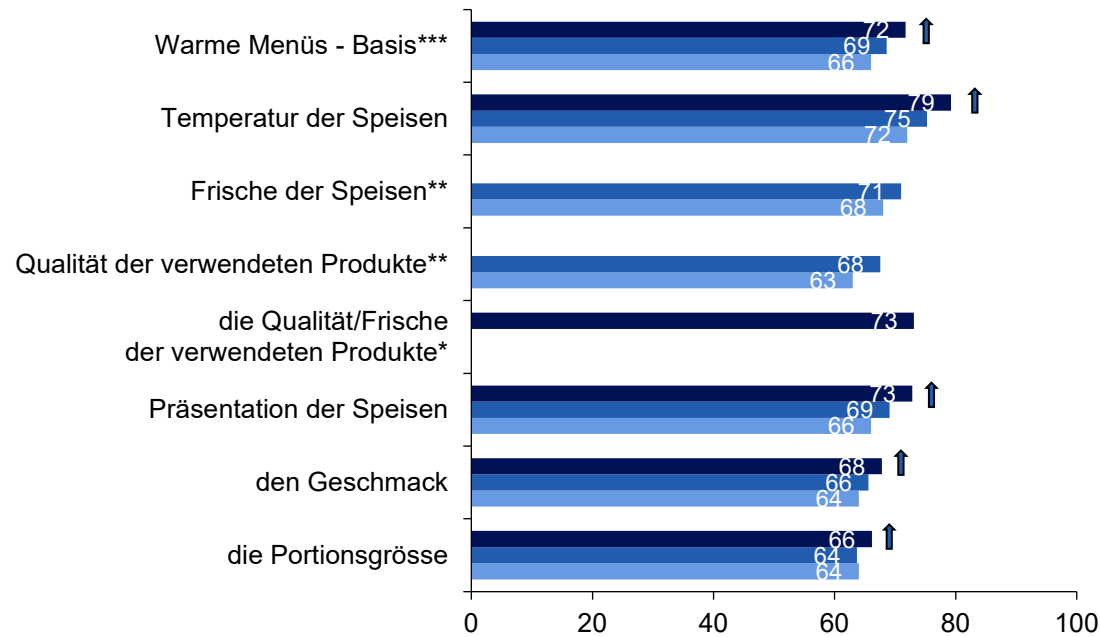


■ 2022 (N=6801)

Werte >3% aufgeführt

A7. Welche Kriterien sind in der Regel ausschlaggebend für die Wahl Ihrer Mittagsverpflegung?

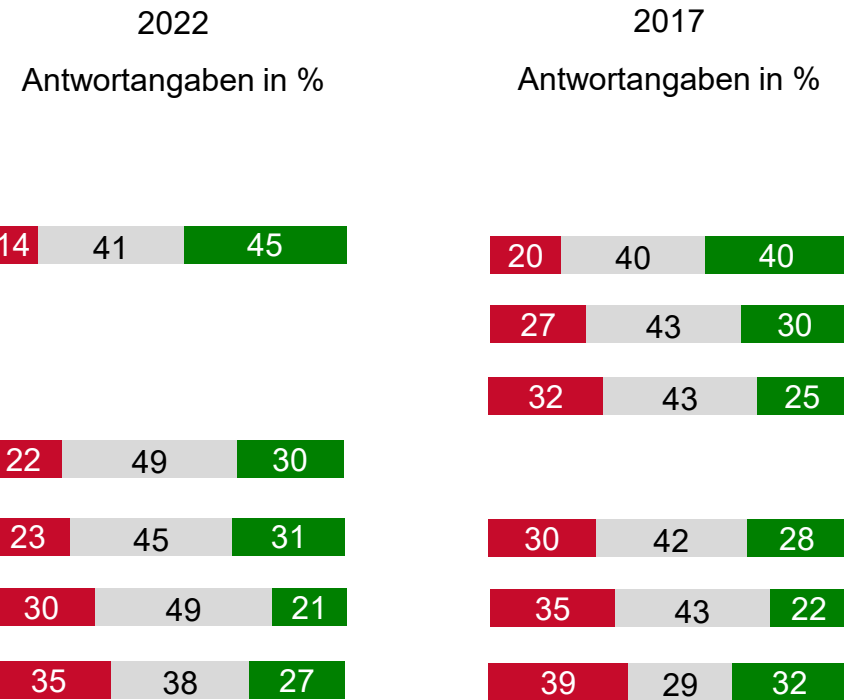
Warme Menüs – Basis



■ 2022 (N=6027)
 ■ 2017 (N=5011)
 ■ 2014 (N=5190)

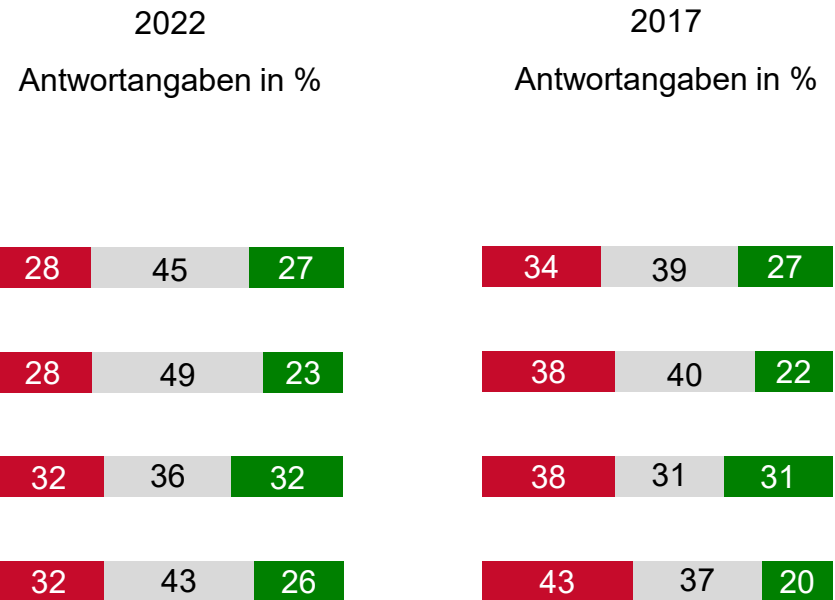
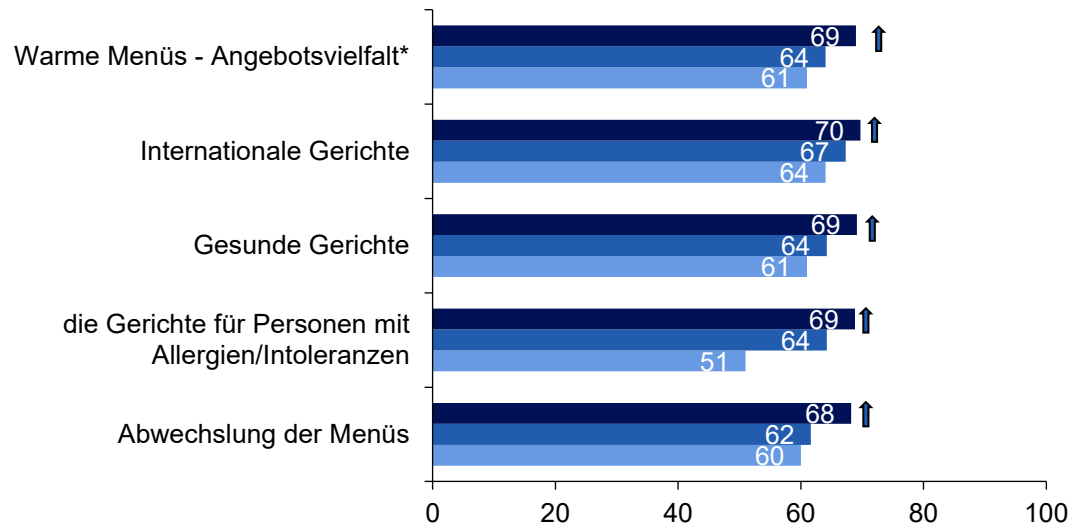
***Nicht direkt vergleichbar, da sich Kundenthema in 2022 teilweise aus anderen Kriterien zusammensetzte.
 ** items für 2022 aktualisiert, nicht mehr gleich wie in 2019 abgefragt

* Neues item zusammen genommen für 2022 nicht vergleichbar zu den Vorjahren
 C2. Denken Sie insgesamt an die warmen Menüs. Wie werden Ihre Erwartungen erfüllt in Bezug auf ... ?



■ unzufrieden (<65)
 ■ teilweise zufrieden (=65 bis 80)
 ■ sehr zufrieden (>=80)

Warme Menüs – Angebotsvielfalt



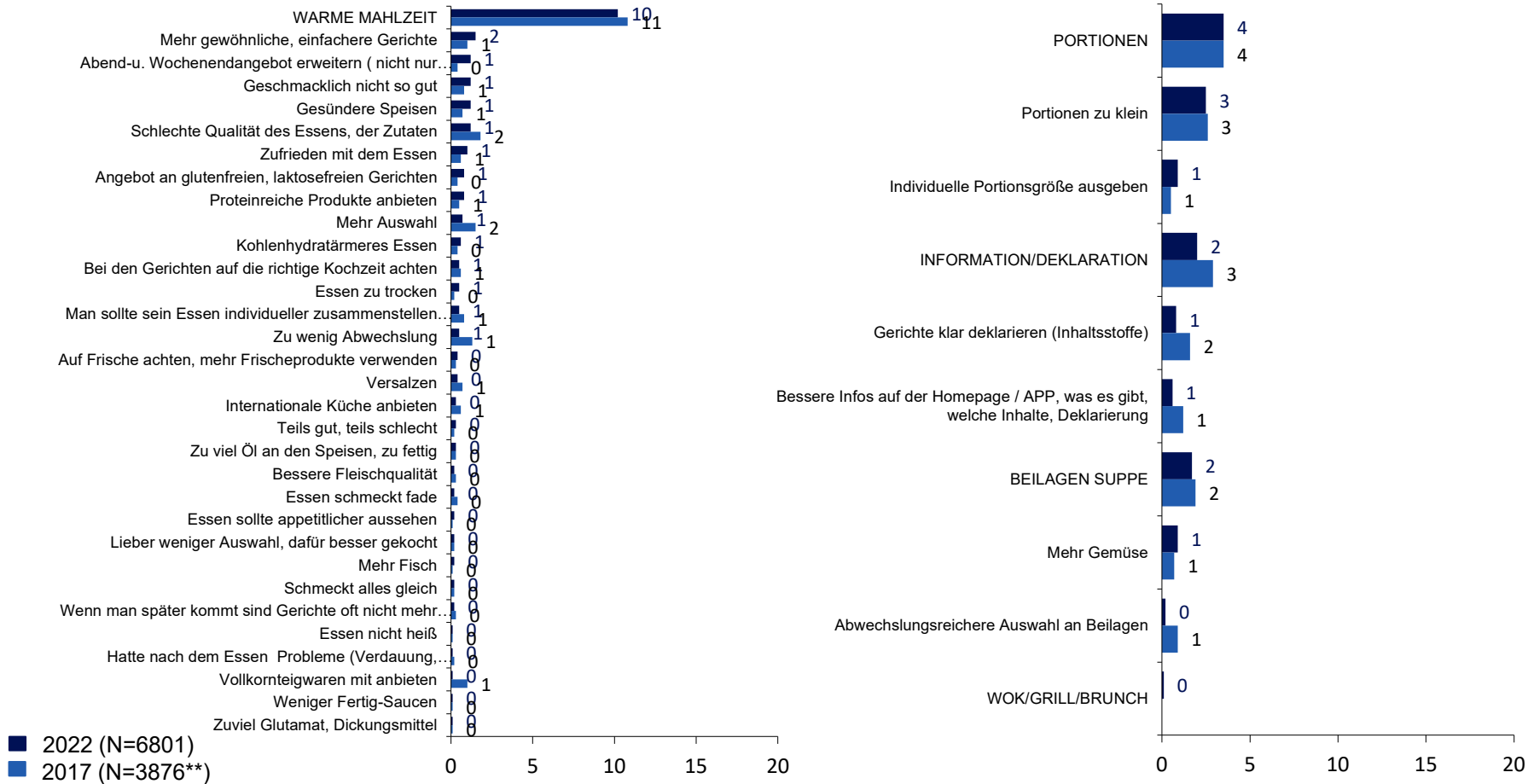
■ 2022 (N=6027)
■ 2017 (N=4965)
■ 2014 (N=5113)

■ unzufrieden (<65)
■ teilweise zufrieden (=65 bis 80)
■ sehr zufrieden (>=80)

*Nicht direkt vergleichbar, da sich Kundenthema in 2022 teilweise aus anderen Kriterien zusammensetzte.
 C2. Denken Sie insgesamt an die warmen Menüs. Wie werden Ihre Erwartungen erfüllt in Bezug auf ... ?

Hinweise/Bemerkungen/Anregungen – Warme Menüs, Portionen, Information, Beilagen

Antwortangaben in %*

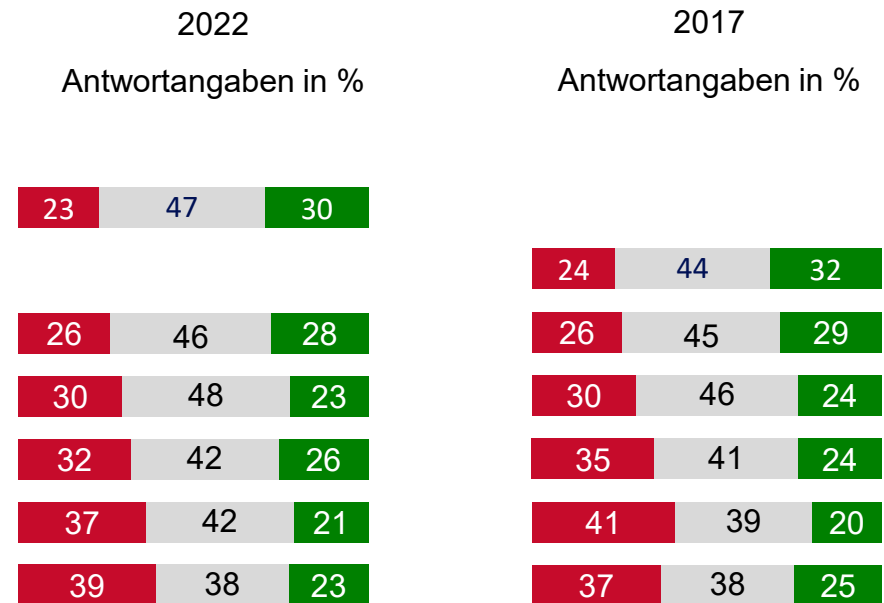
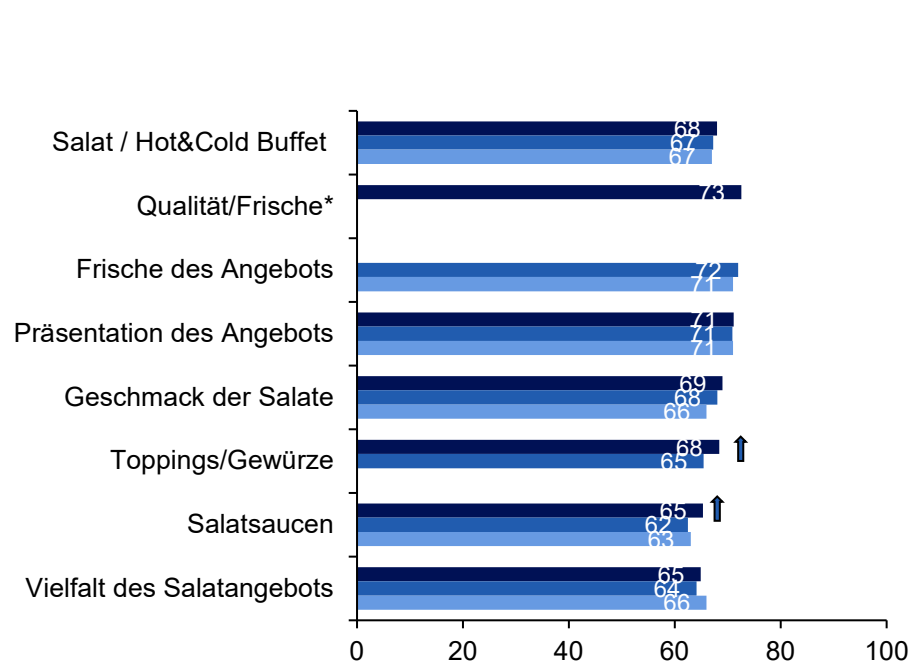


* Mehrfachnennungen möglich

** Gesamtanzahl der offenen Nennungen bei dieser Frage

O1. Falls Sie noch Hinweise/Bemerkungen/Anregungen zu der Mensaverpflegung an der ETH Zürich haben, teilen Sie uns diese bitte hier mit.
(Offene Frage), ausgewiesen ab 1 % (gerundet)

Salat / Hot&Cold Buffet I

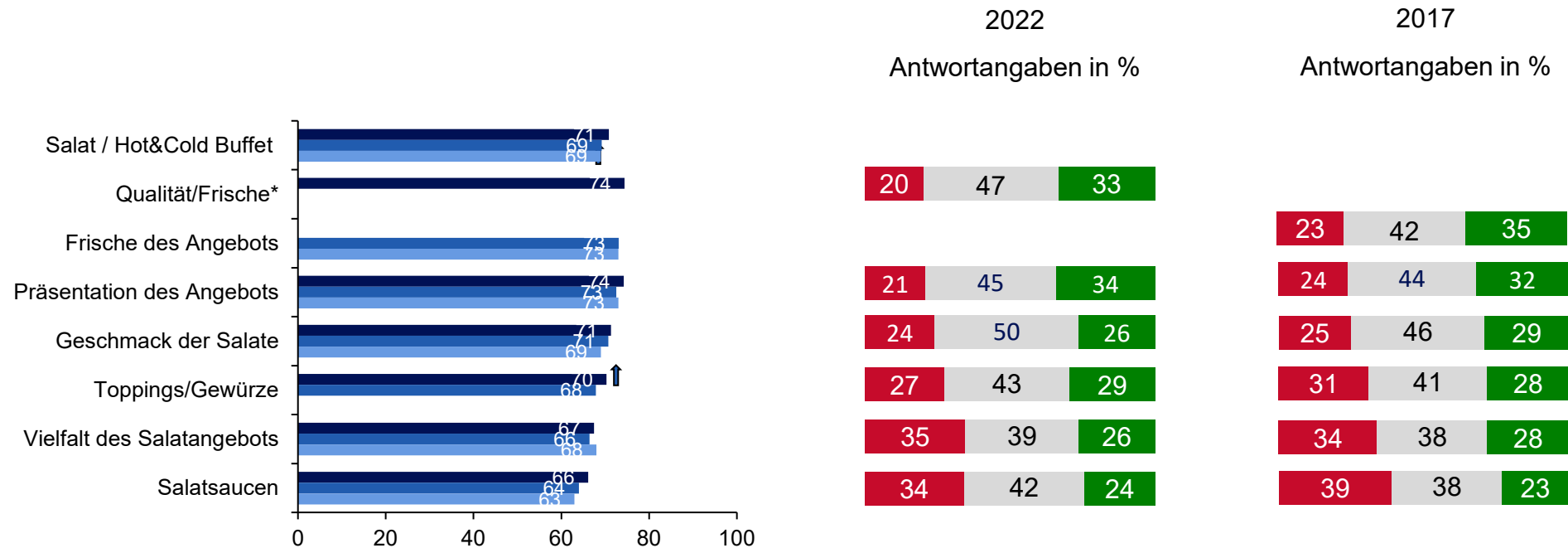


■ 2022 (N=6241)
■ 2017 (N=3207)
■ 2014 (N=3585)

■ unzufrieden (<65)
■ teilweise zufrieden (=65 bis 80)
■ sehr zufrieden (>=80)

* Item zusammen genommen für 2022 nicht 1:1 vergleichbar zu den Vorjahren
 C3. Denken Sie nun an den Salat / das Hot&Cold Buffet im Gastronomiebetrieb. Wie werden Ihre Erwartungen erfüllt in Bezug auf ... ?

Salat / Hot&Cold Buffet II – Teilgruppe: Haben beim letzten Besuch einen Salat gegessen

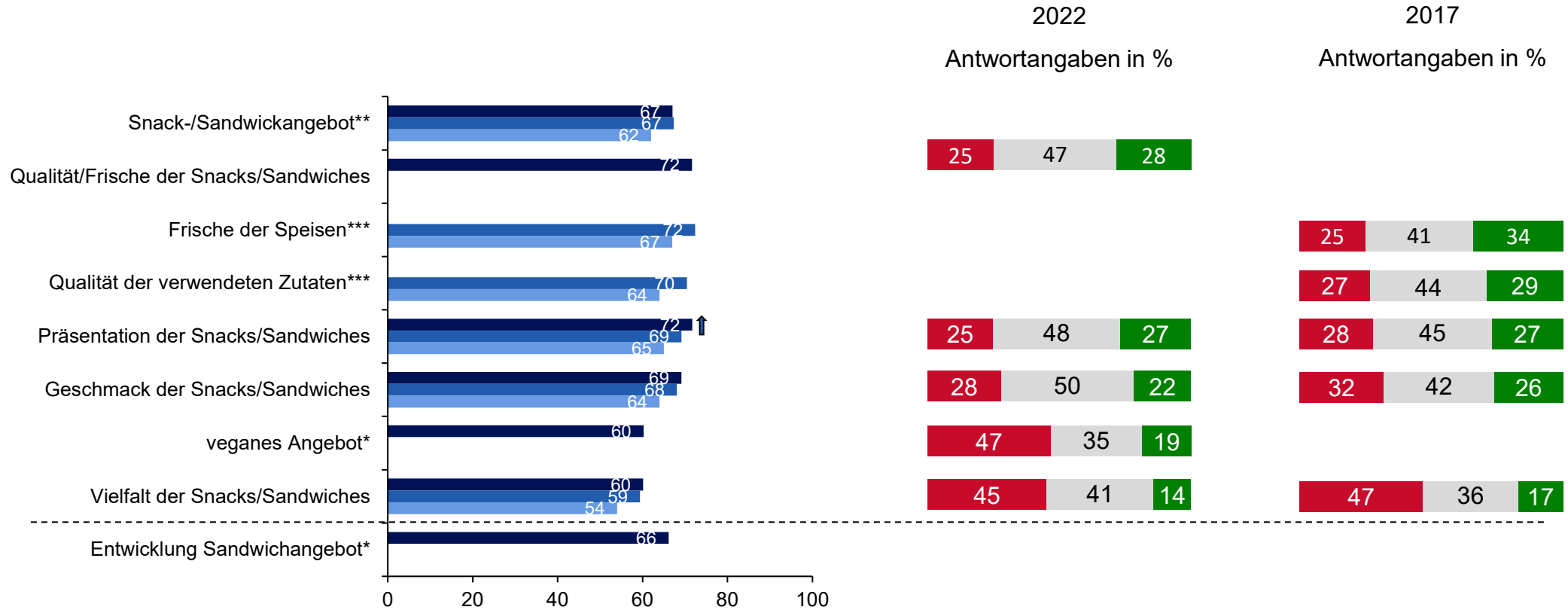


■ 2022 (N=847)
■ 2017 (N=959)
■ 2014 (N=959)

■ unzufrieden (<65)
■ teilweise zufrieden (=65 bis 80)
■ sehr zufrieden (>=80)

* Item zusammen genommen für 2022 nicht 1:1 vergleichbar zu den Vorjahren
 C3. Denken Sie nun an den Salat / das Hot&Cold Buffet im Gastronomiebetrieb. Wie werden Ihre Erwartungen erfüllt in Bezug auf ... ?

Snack-/Sandwichangebot I



■ 2022 (N=1261)
■ 2017 (N=1072)
■ 2014 (N=1132)

*** nicht mehr abgefragt 2022

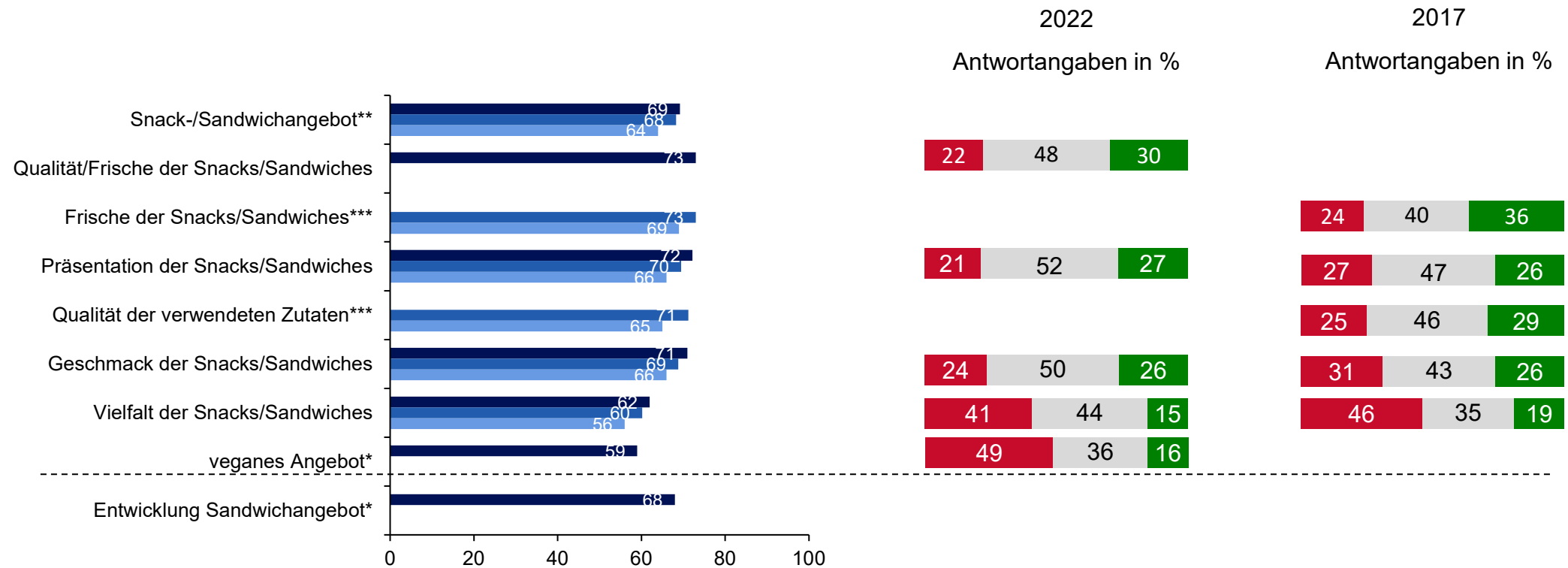
**Nicht direkt vergleichbar, da sich Kundenthema in 2022 teilweise aus anderen Kriterien zusammensetzte

* Neu abgefragt 2022 und nicht in der Berechnung des Kundenthemas „Sandwichangebot“ inkludiert

C5. Denken Sie nun an das Snack- und Sandwichangebot im Gastronomiebetrieb. Wie werden Ihre Erwartungen erfüllt in Bezug auf ... ?

■ unzufrieden (<65)
■ teilweise zufrieden (=65 bis 80)
■ sehr zufrieden (>=80)

Snack-/Sandwichangebot II – Teilgruppe: Haben beim letzten Besuch ein Sandwich gegessen



■ 2022 (N=322)
■ 2017 (N=404)
■ 2014 (N=404)

*** nicht mehr abgefragt 2022

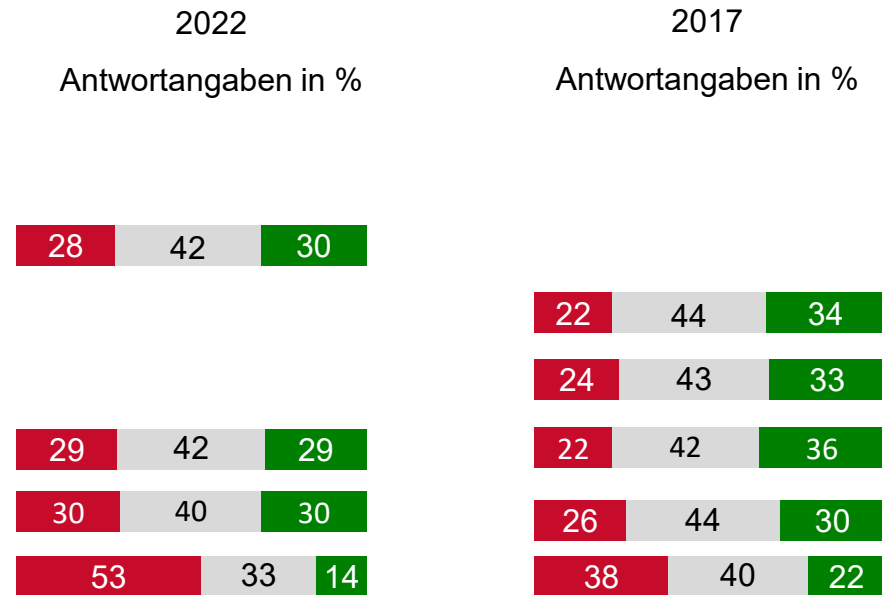
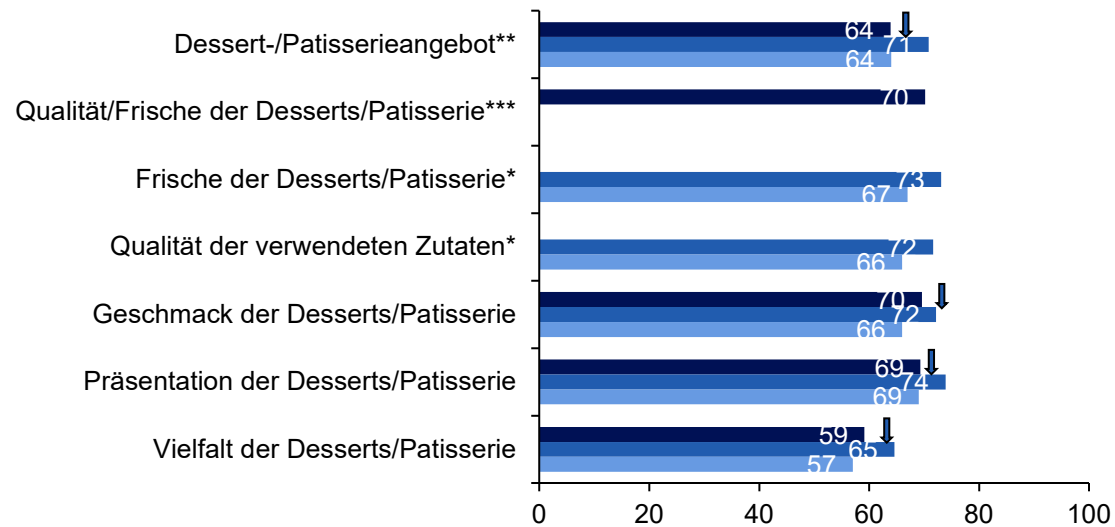
**Nicht direkt vergleichbar, da sich Kundenthema in 2022 teilweise aus anderen Kriterien zusammensetzte

* Neu abgefragt 2022 und nicht in der Berechnung des Kundenthemas „Sandwichangebot“ inkludiert

C5. Denken Sie nun an das Snack- und Sandwichangebot im Gastronomiebetrieb. Wie werden Ihre Erwartungen erfüllt in Bezug auf ... ?

■ unzufrieden (<65)
■ teilweise zufrieden (=65 bis 80)
■ sehr zufrieden (>=80)

Dessert-/Patisserieangebot I



- 2022 (N=5604)
- 2017 (N=1820)
- 2014 (N=2292)

*** Item neu abgefragt

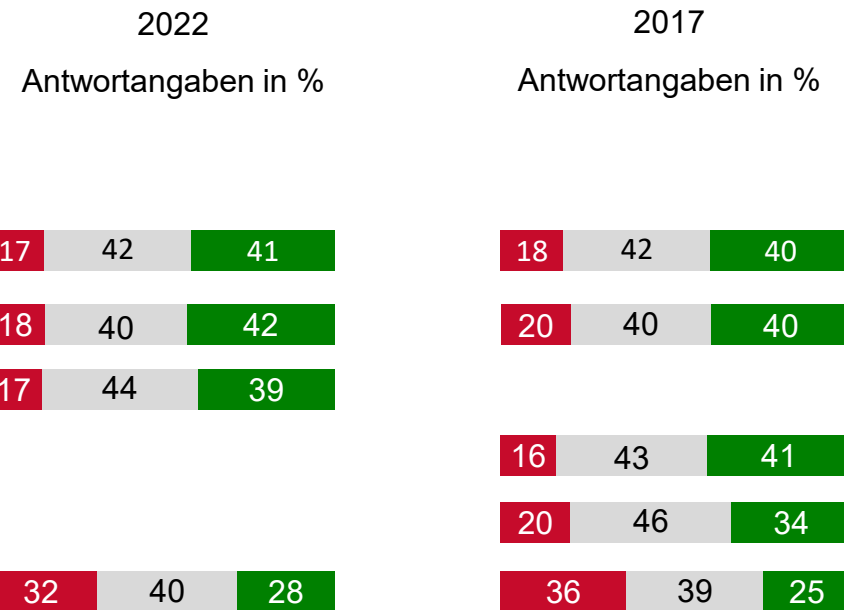
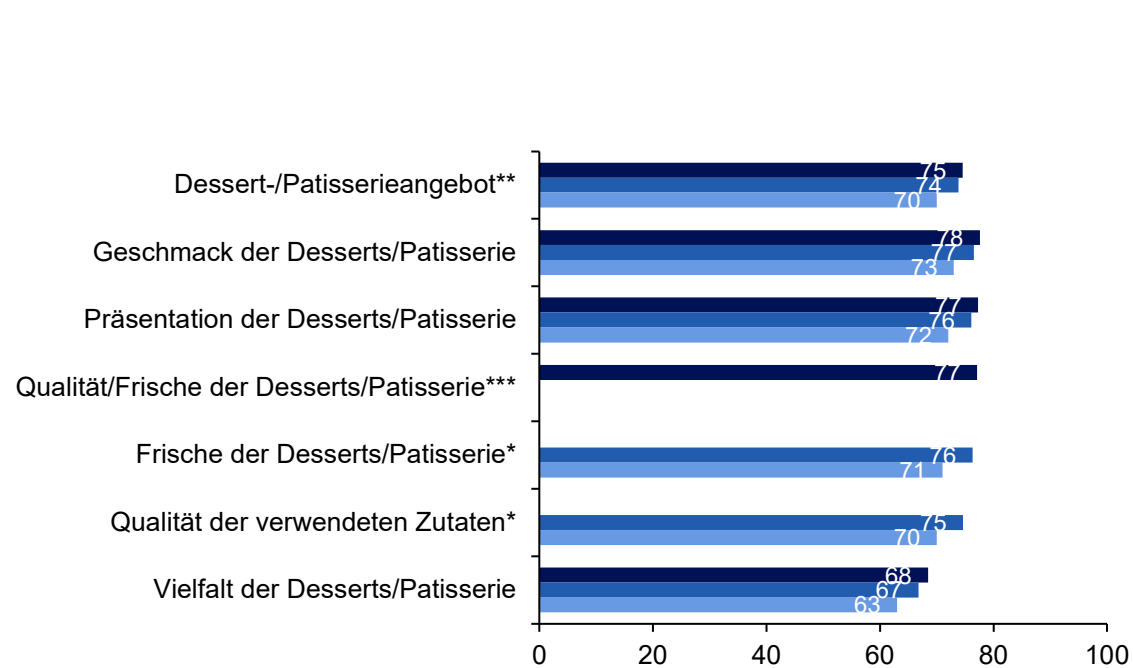
**Nicht direkt vergleichbar, da sich Kundenthema in 2022 teilweise aus anderen Kriterien zusammensetzte

*Item 2022 nicht mehr abgefragt

C6. Denken Sie nun an das Dessert-/Patisserieangebot im Gastronomiebetrieb. Wie werden Ihre Erwartungen erfüllt in Bezug auf ... ?

- unzufrieden (<65)
- teilweise zufrieden (=65 bis 80)
- sehr zufrieden (>=80)

Dessert-/Patisserieangebot II – Teilgruppe: Haben beim letzten Besuch einen Dessert gegessen



■ 2022 (N=276)
■ 2017 (N=334)
■ 2014 (N=334)

■ unzufrieden (<65)
■ teilweise zufrieden (=65 bis 80)
■ sehr zufrieden (>=80)

*** Item neu abgefragt

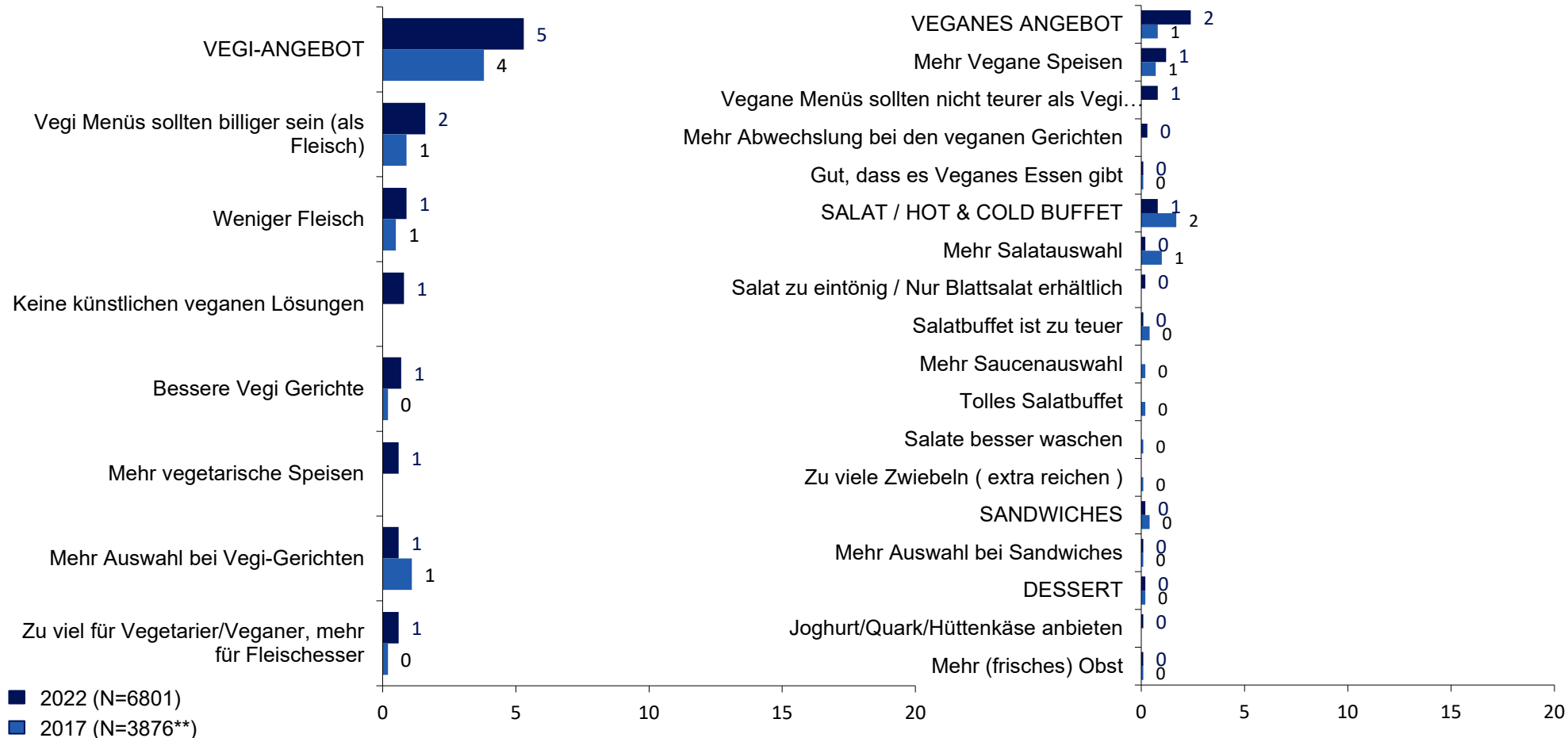
**Nicht direkt vergleichbar, da sich Kundenthema in 2022 teilweise aus anderen Kriterien zusammensetzte

*Item 2022 nicht mehr abgefragt

C6. Denken Sie nun an das Dessert-/Patisserieangebot im Gastronomiebetrieb. Wie werden Ihre Erwartungen erfüllt in Bezug auf ... ?

Hinweise/Bemerkungen/Anregungen – Vegi, Salat, Sandwich

Antwortangaben in %*

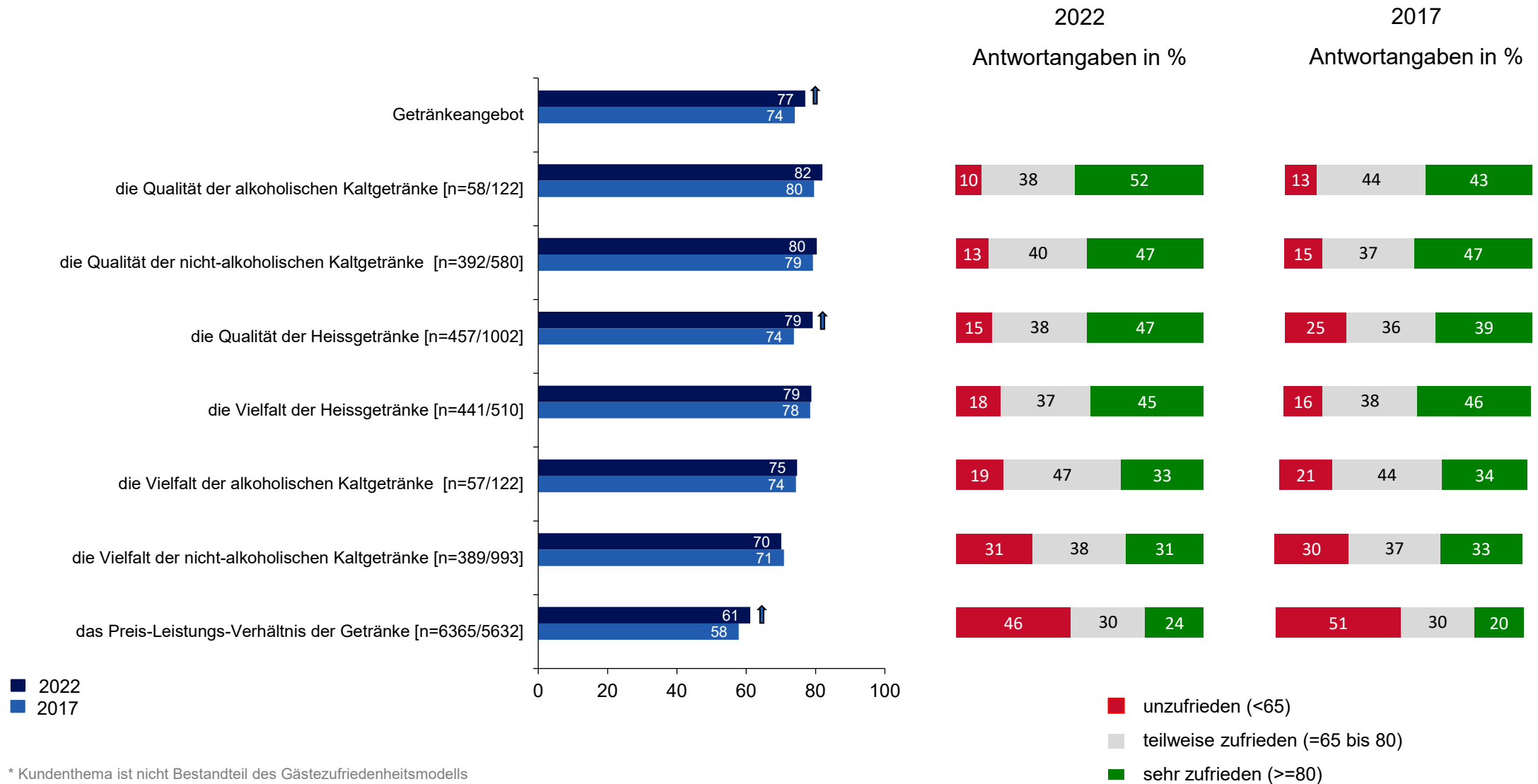


* Mehrfachnennungen möglich

** Gesamtanzahl der offenen Nennungen bei dieser Frage

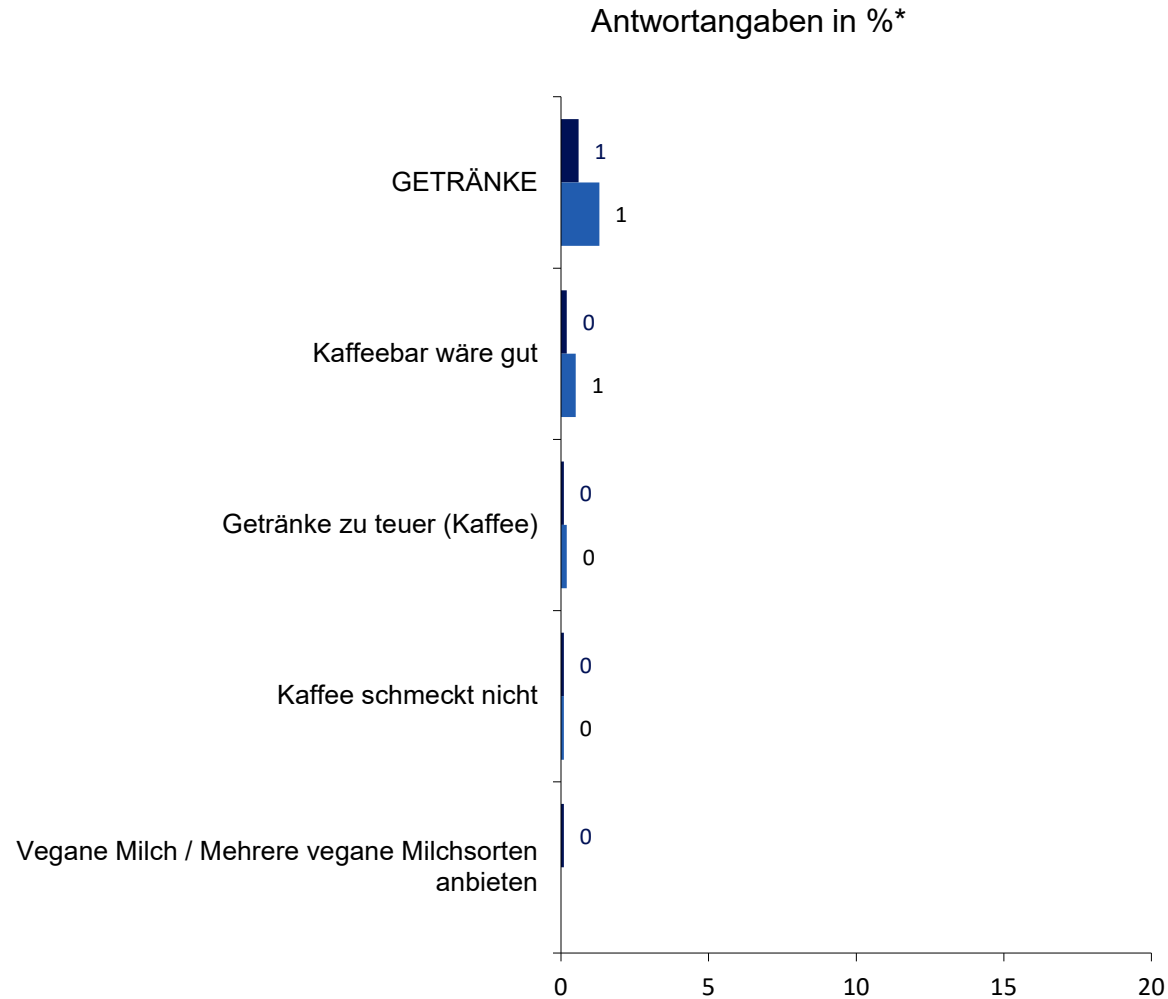
O1. Falls Sie noch Hinweise/Bemerkungen/Anregungen zu der Mensaverpflegung an der ETH Zürich haben, teilen Sie uns diese bitte hier mit.
(Offene Frage), ausgewiesen ab 1 % (gerundet)

Getränkeangebot*



* Kundenthema ist nicht Bestandteil des Gästezufriedenheitsmodells
 D1. Denken Sie nun an das Getränkeangebot insgesamt. Wie werden Ihre Erwartungen erfüllt in Bezug auf ... ?

Hinweise/Bemerkungen/Anregungen – Getränkeangebot



■ 2022 (N=6801)

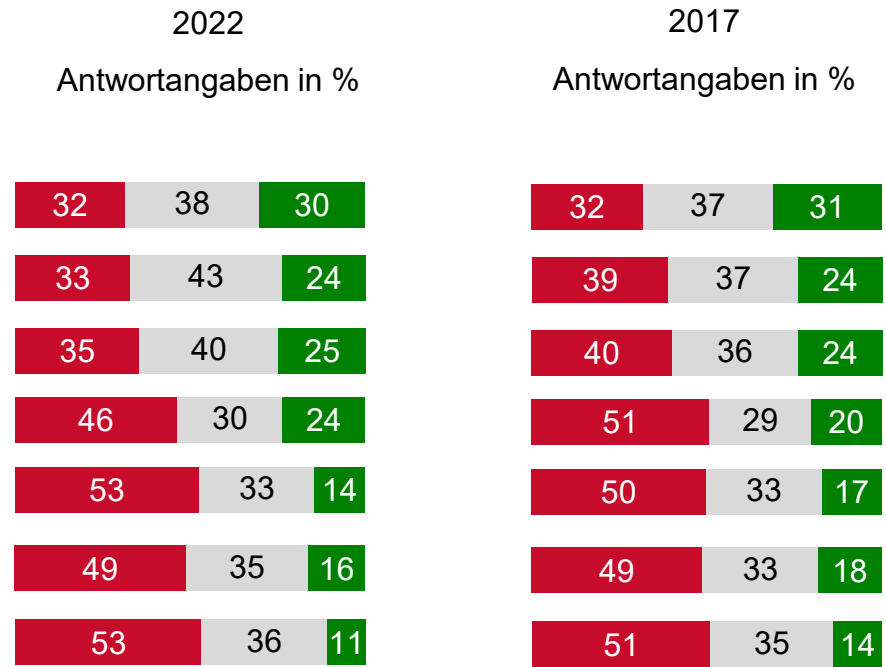
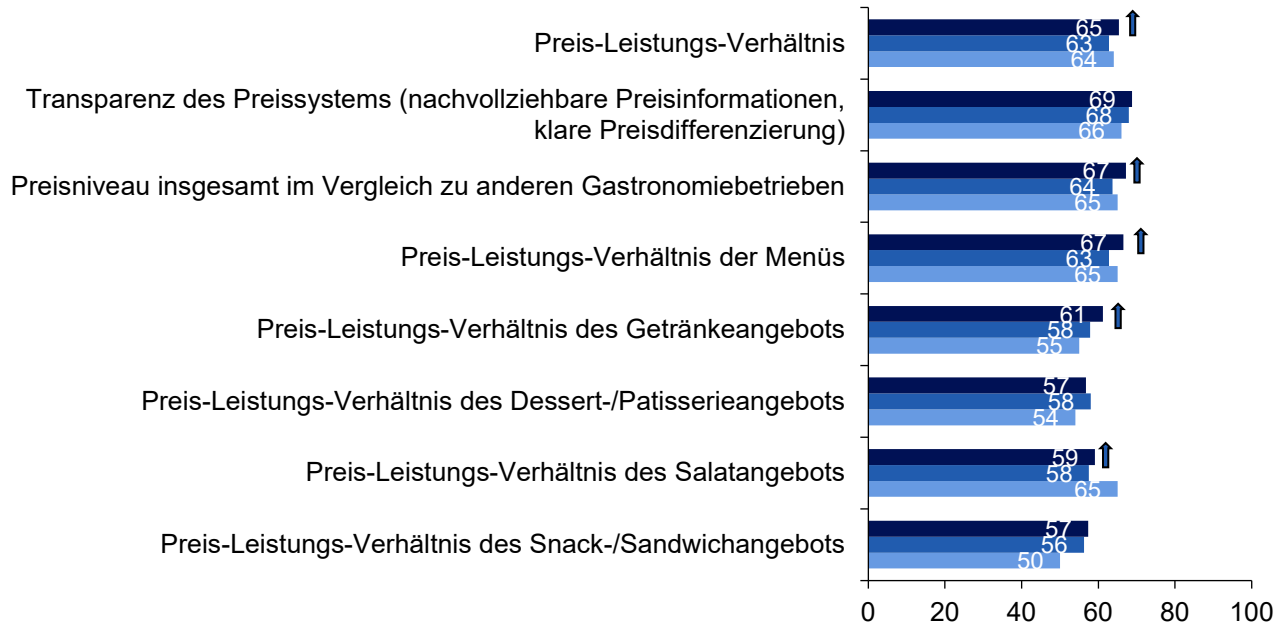
■ 2017 (N=3876**)

* Mehrfachnennungen möglich

** Gesamtanzahl der offenen Nennungen bei dieser Frage

O1. Falls Sie noch Hinweise/Bemerkungen/Anregungen zu der Mensaverpflegung an der ETH Zürich haben, teilen Sie uns diese bitte hier mit.
(Offene Frage)

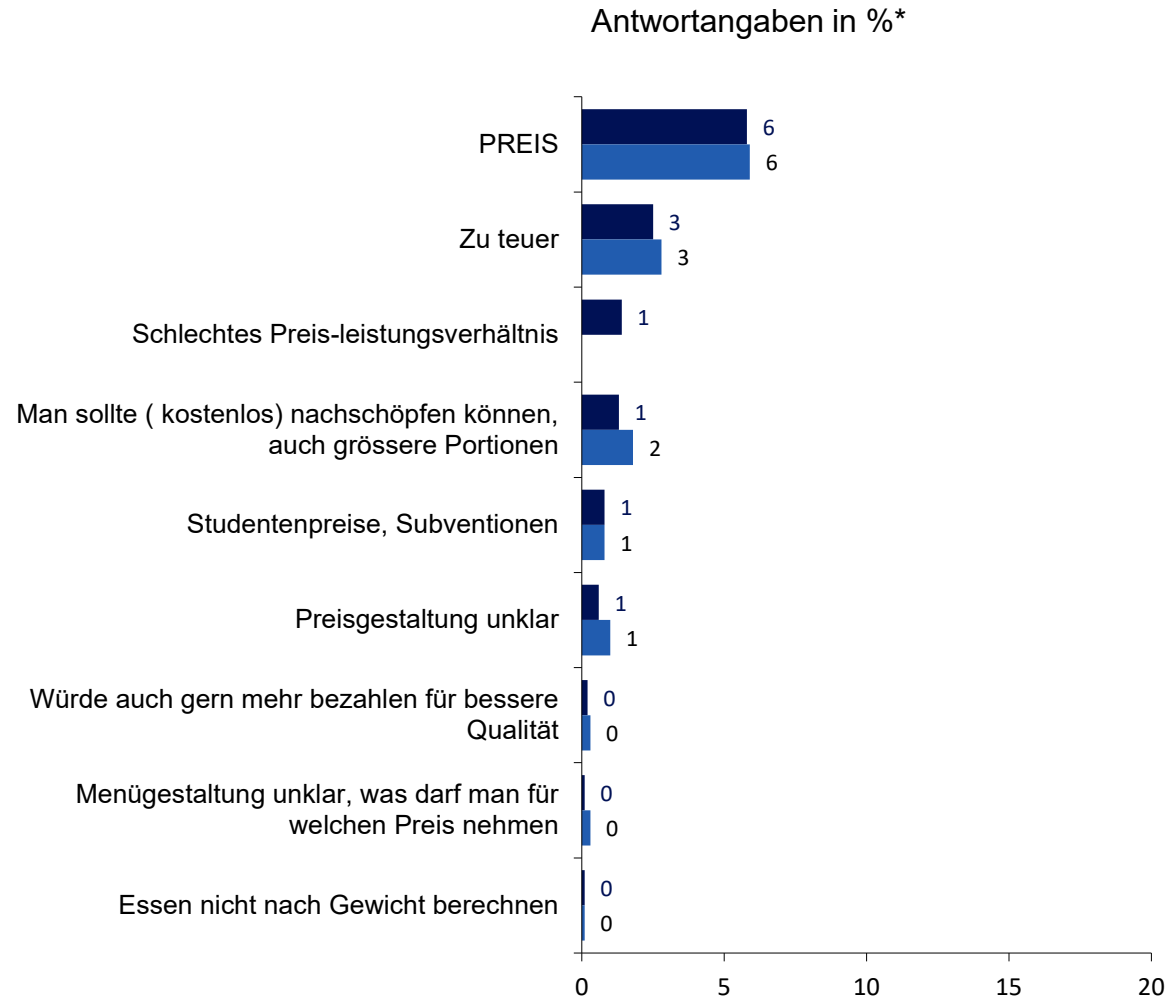
Preis-Leistungs-Verhältnis



■ 2022 (N=6365)
■ 2017 (N=5627)
■ 2014 (N=5845)

■ unzufrieden (<65)
■ teilweise zufrieden (=65 bis 80)
■ sehr zufrieden (>=80)

Hinweise/Bemerkungen/Anregungen - Preis-Leistungs-Verhältnis



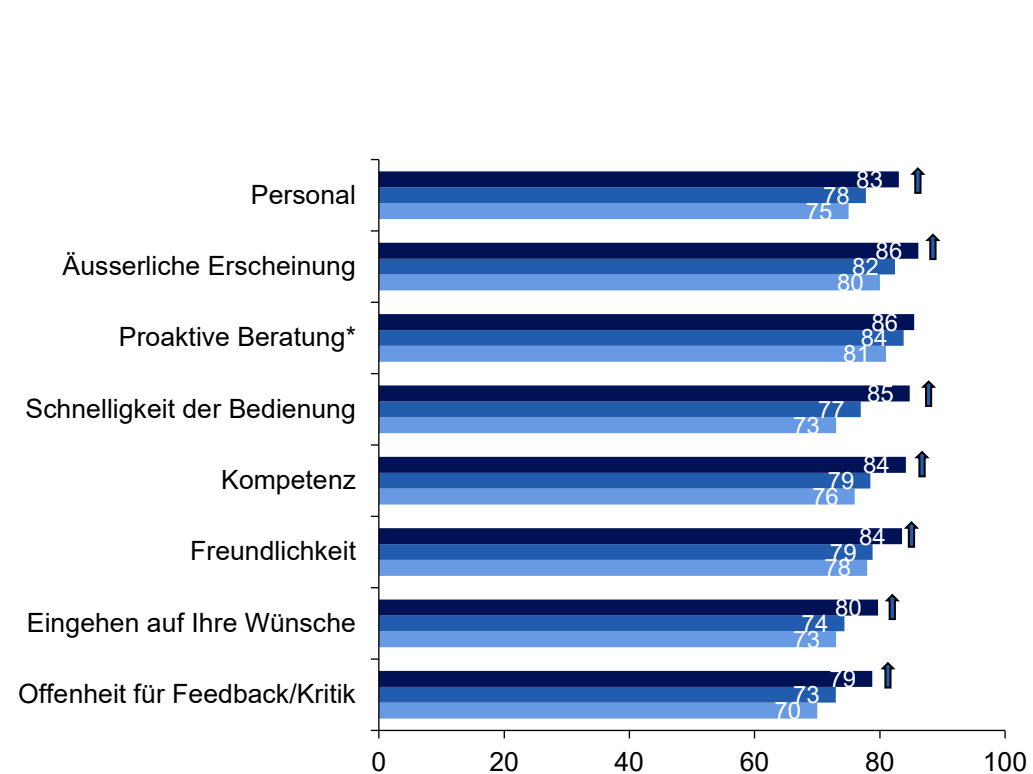
■ 2022 (N=6801)
■ 2017 (N=3876**)

* Mehrfachnennungen möglich

** Gesamtanzahl der offenen Nennungen bei dieser Frage

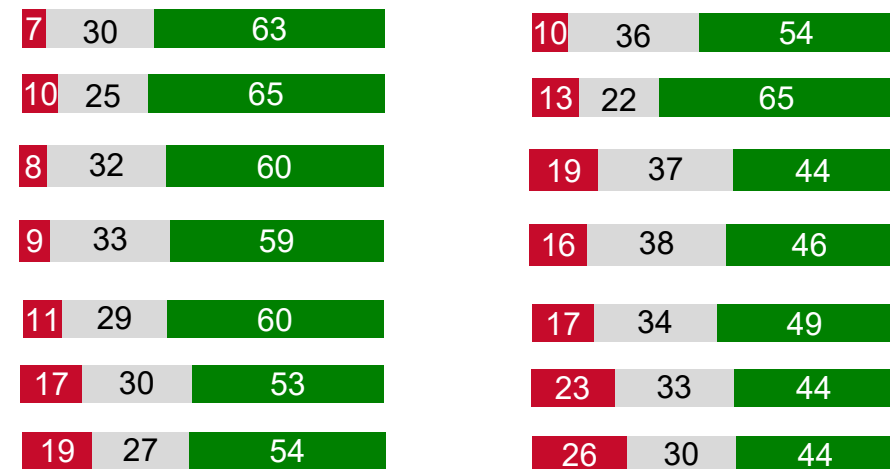
O1. Falls Sie noch Hinweise/Bemerkungen/Anregungen zu der Mensaverpflegung an der ETH Zürich haben, teilen Sie uns diese bitte hier mit. (Offene Frage)

Personal



2022
Antwortangaben in %

2017
Antwortangaben in %



- unzufrieden (<65)
- teilweise zufrieden (=65 bis 80)
- sehr zufrieden (>=80)

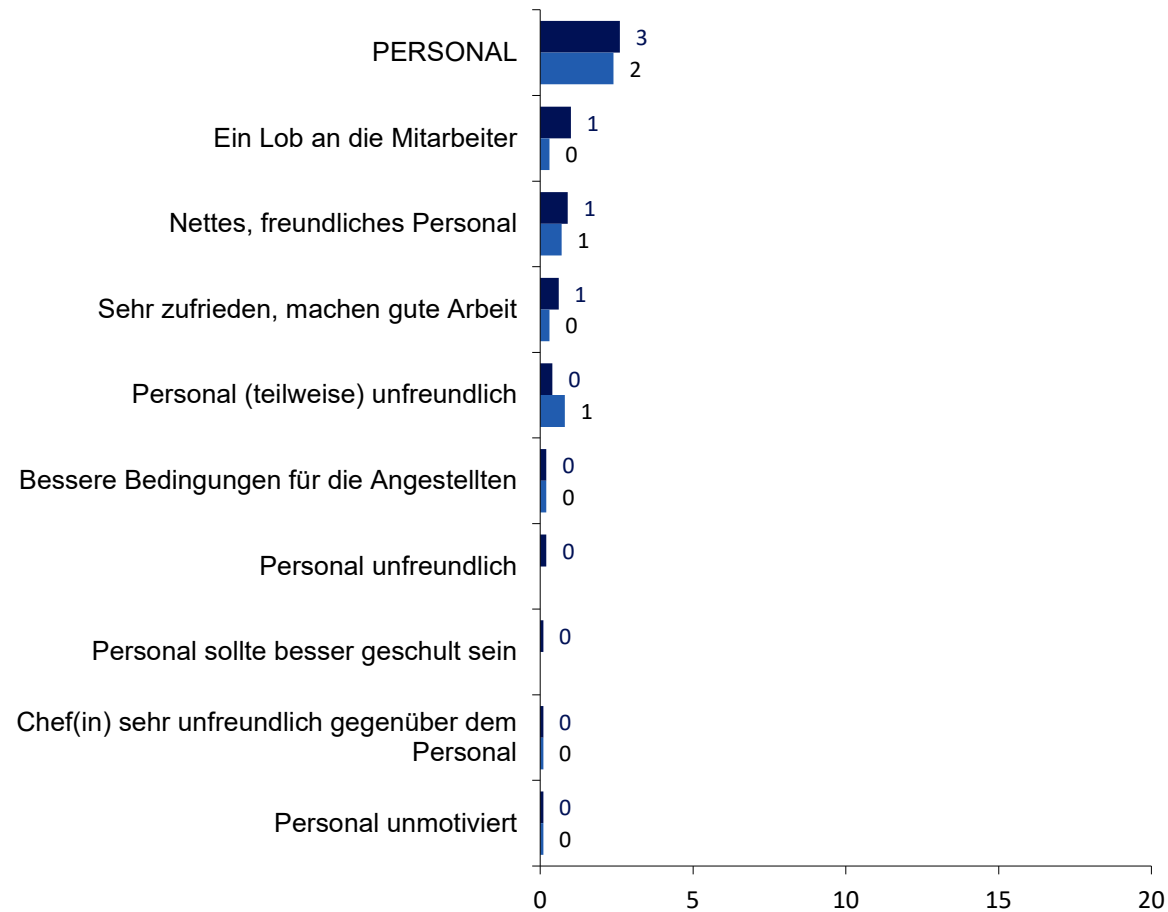
■ 2022 (N=6365)
■ 2017 (N=5559)
■ 2014 (N=5803)

* Nicht im gerechneten Thema enthaltenes Kriterium.

J1. Denken Sie an das Personal. Wie werden Ihre Erwartungen erfüllt in Bezug auf ... ?

Hinweise/Bemerkungen/Anregungen – Personal

Antwortangaben in %*



■ 2022 (N=6801)

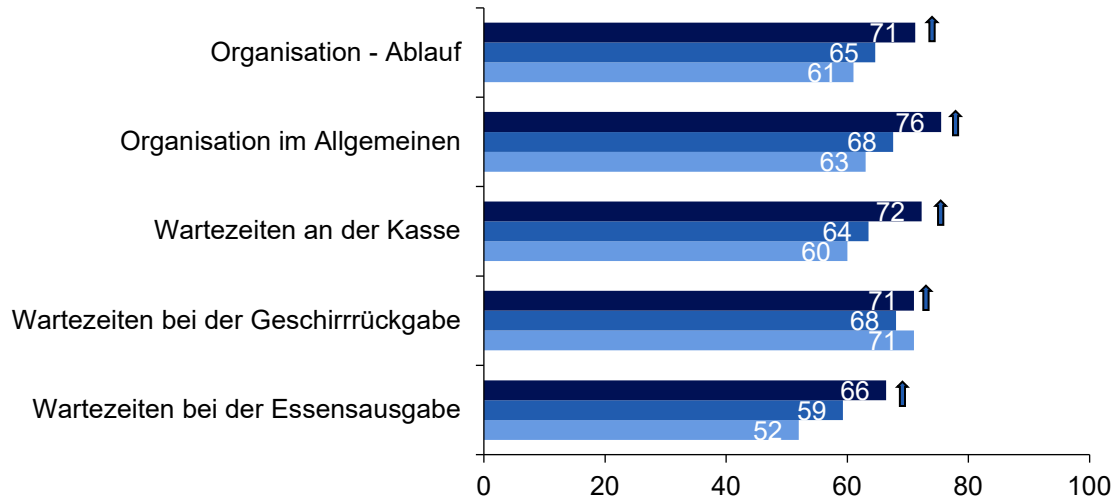
■ 2017 (N=3876**)

* Mehrfachnennungen möglich

** Gesamtanzahl der offenen Nennungen bei dieser Frage

O1. Falls Sie noch Hinweise/Bemerkungen/Anregungen zu der Mensaverpflegung an der ETH Zürich haben, teilen Sie uns diese bitte hier mit.
(Offene Frage)

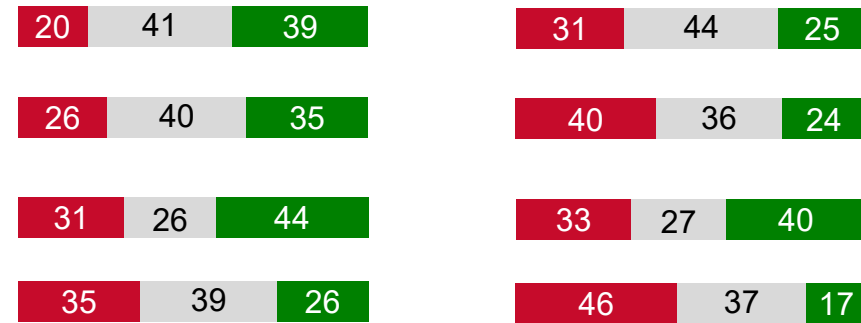
Organisation des Betriebs – Ablauf



■ 2022 (N=6365)
■ 2017 (N=5588)
■ 2014 (N=5810)

2022
 Antwortangaben in %

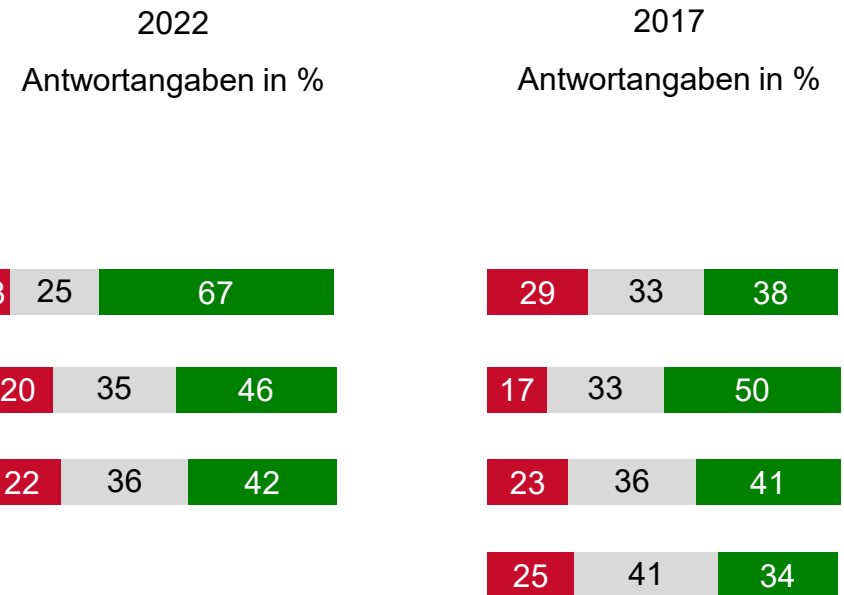
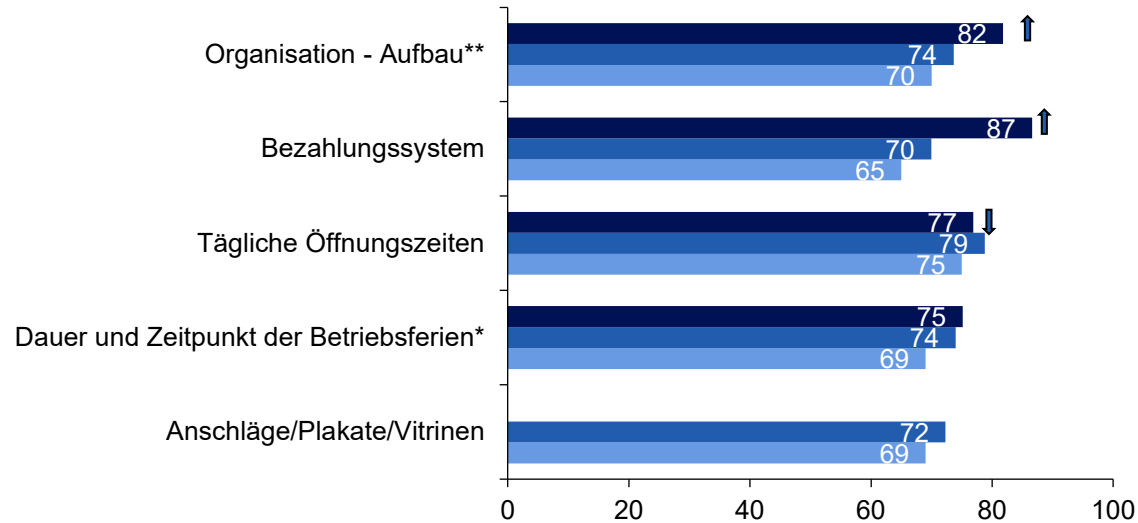
2017
 Antwortangaben in %



■ unzufrieden (<65)
■ teilweise zufrieden (=65 bis 80)
■ sehr zufrieden (>=80)

G1. Denken Sie an die Organisation des Betriebs. Wie werden Ihre Erwartungen erfüllt in Bezug auf ... ?

Organisation des Betriebs – Aufbau



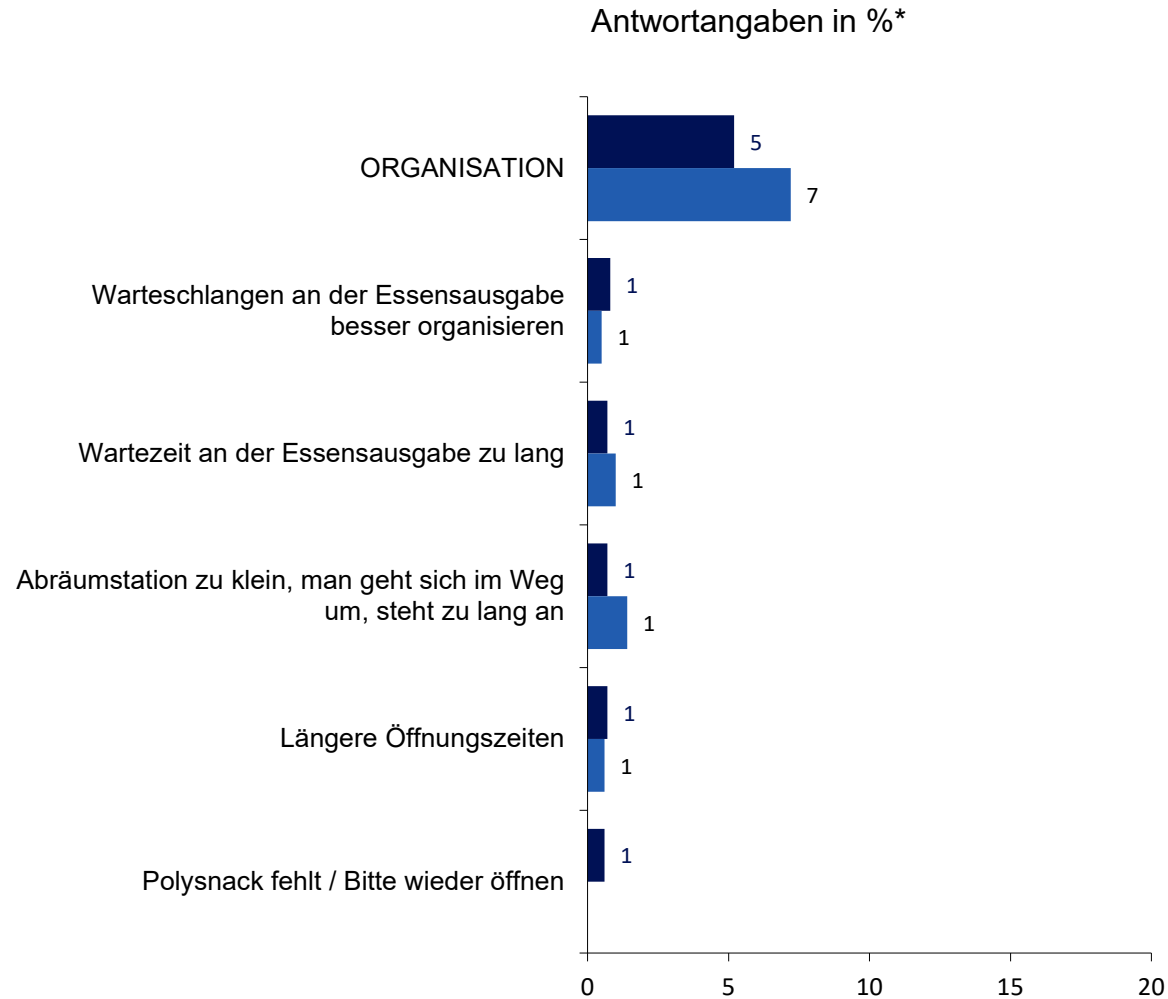
- 2022 (N=6365)
- 2017 (N=5588)
- 2014 (N=5786)

**Nicht direkt vergleichbar, da sich Kundenthema in 2022 teilweise aus anderen Kriterien zusammensetzte

*Nicht im gerechneten Thema enthaltenes Kriterium

G1. Denken Sie an die Organisation des Betriebs. Wie werden Ihre Erwartungen erfüllt in Bezug auf ... ?

Hinweise/Bemerkungen/Anregungen – Organisation



■ 2022 (N=6801)

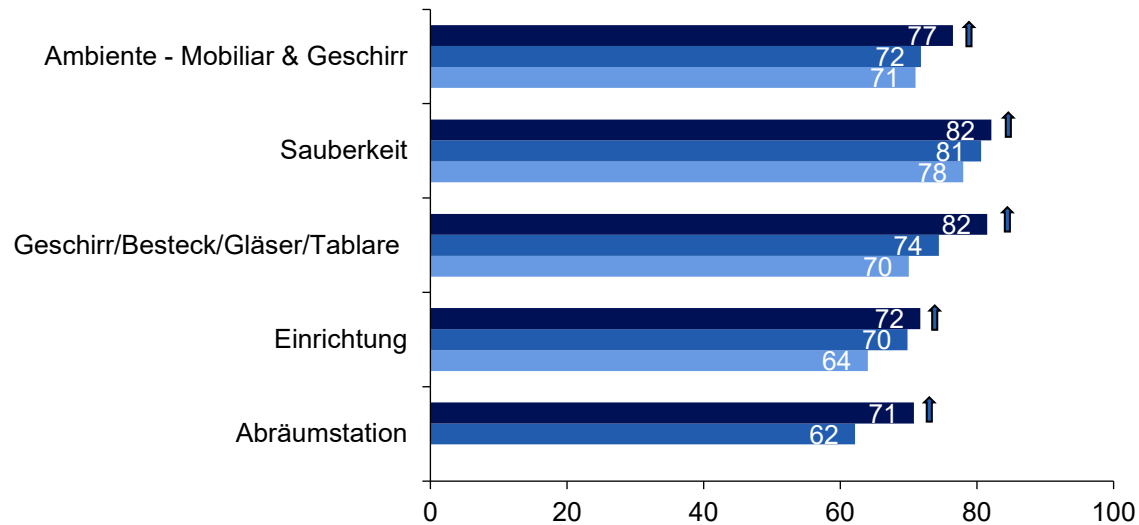
■ 2017 (N=3876**)

* Mehrfachnennungen möglich

** Gesamtanzahl der offenen Nennungen bei dieser Frage

O1. Falls Sie noch Hinweise/Bemerkungen/Anregungen zu der Mensaverpflegung an der ETH Zürich haben, teilen Sie uns diese bitte hier mit. (Offene Frage), ausgewiesen ab 1 % (gerundet)

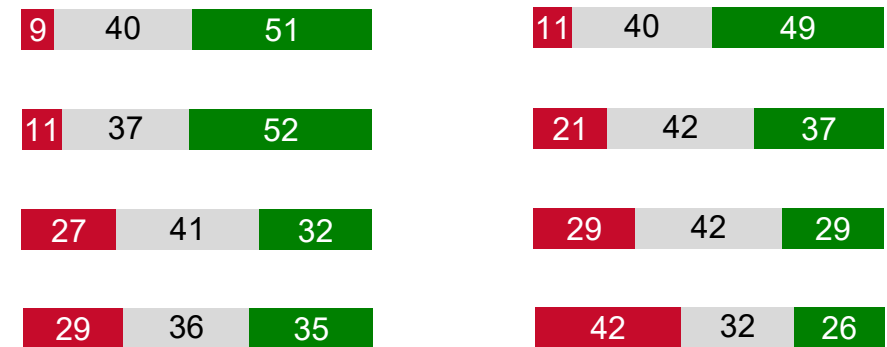
Ambiente - Mobiliar und Geschirr



■ 2022 (N=6365)
■ 2017 (N=5529)
■ 2014 (N=5784)

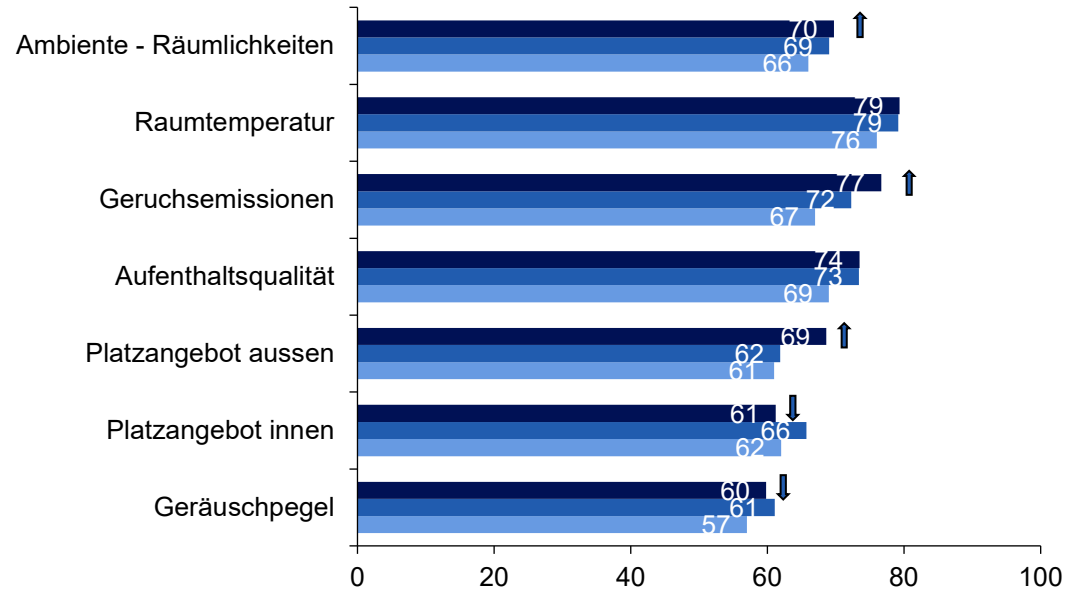
2022
 Antwortangaben in %

2017
 Antwortangaben in %



■ unzufrieden (<65)
■ teilweise zufrieden (=65 bis 80)
■ sehr zufrieden (>=80)

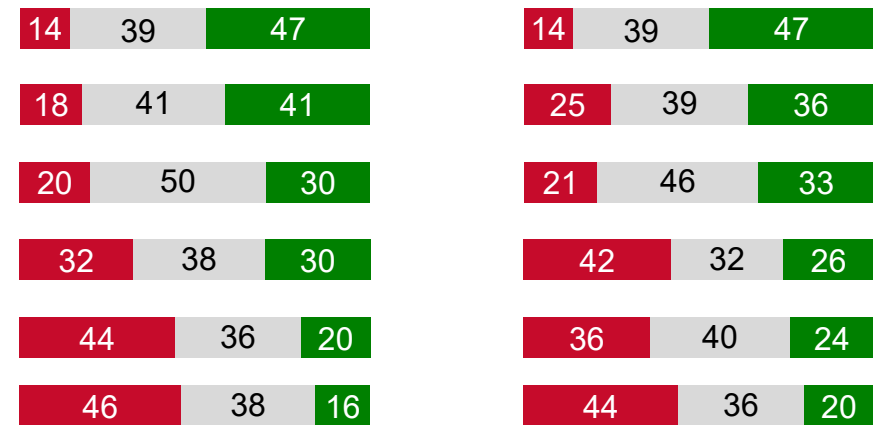
Ambiente – Räumlichkeiten



■ 2022 (N=xx)
■ 2017 (N=5528)
■ 2014 (N=5791)

2022
Antwortangaben in %

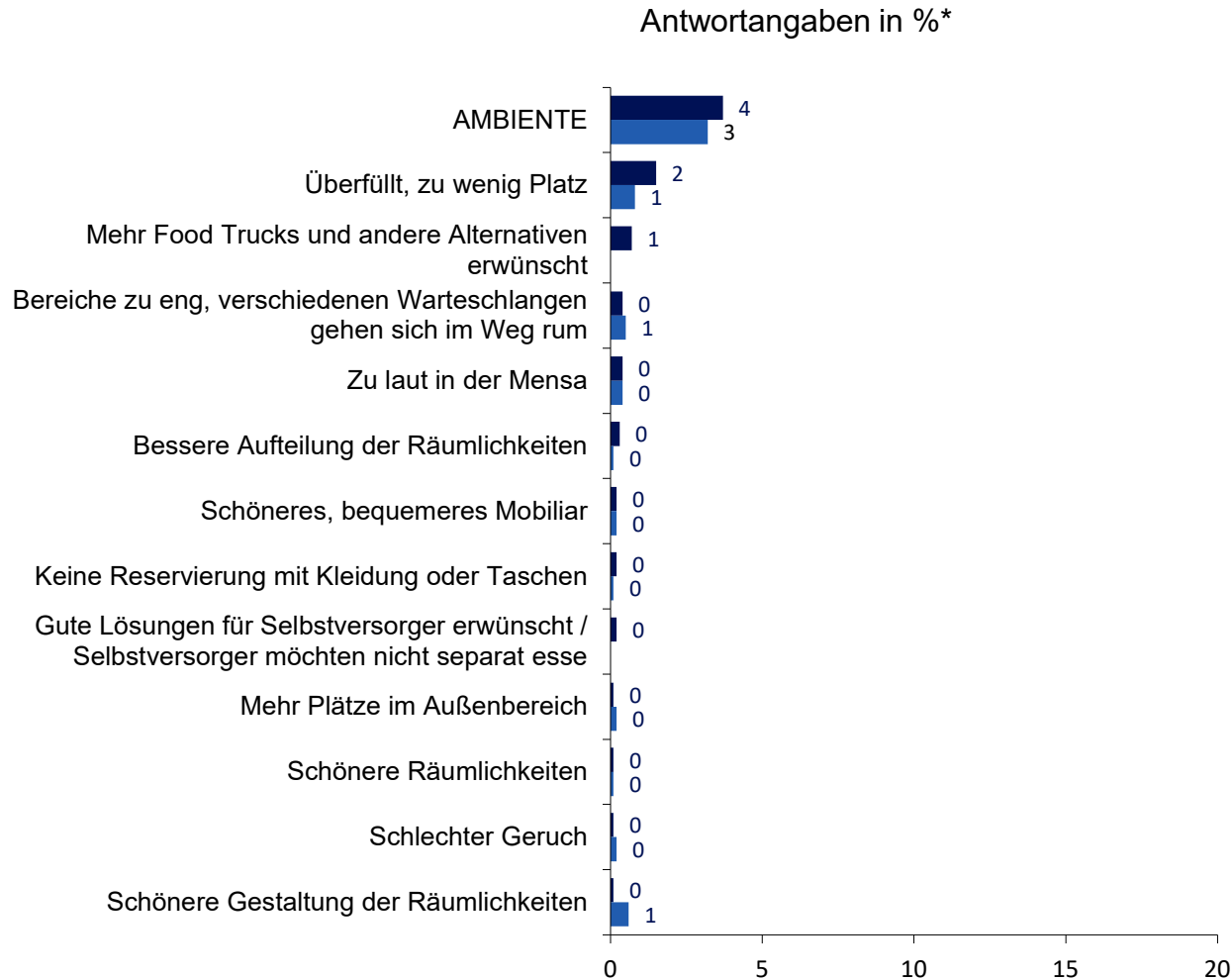
2017
Antwortangaben in %



■ unzufrieden (<65)
■ teilweise zufrieden (=65 bis 80)
■ sehr zufrieden (>=80)

H1. Denken Sie an das Ambiente. Wie werden Ihre Erwartungen erfüllt in Bezug auf ... ?

Hinweise/Bemerkungen/Anregungen – Ambiente



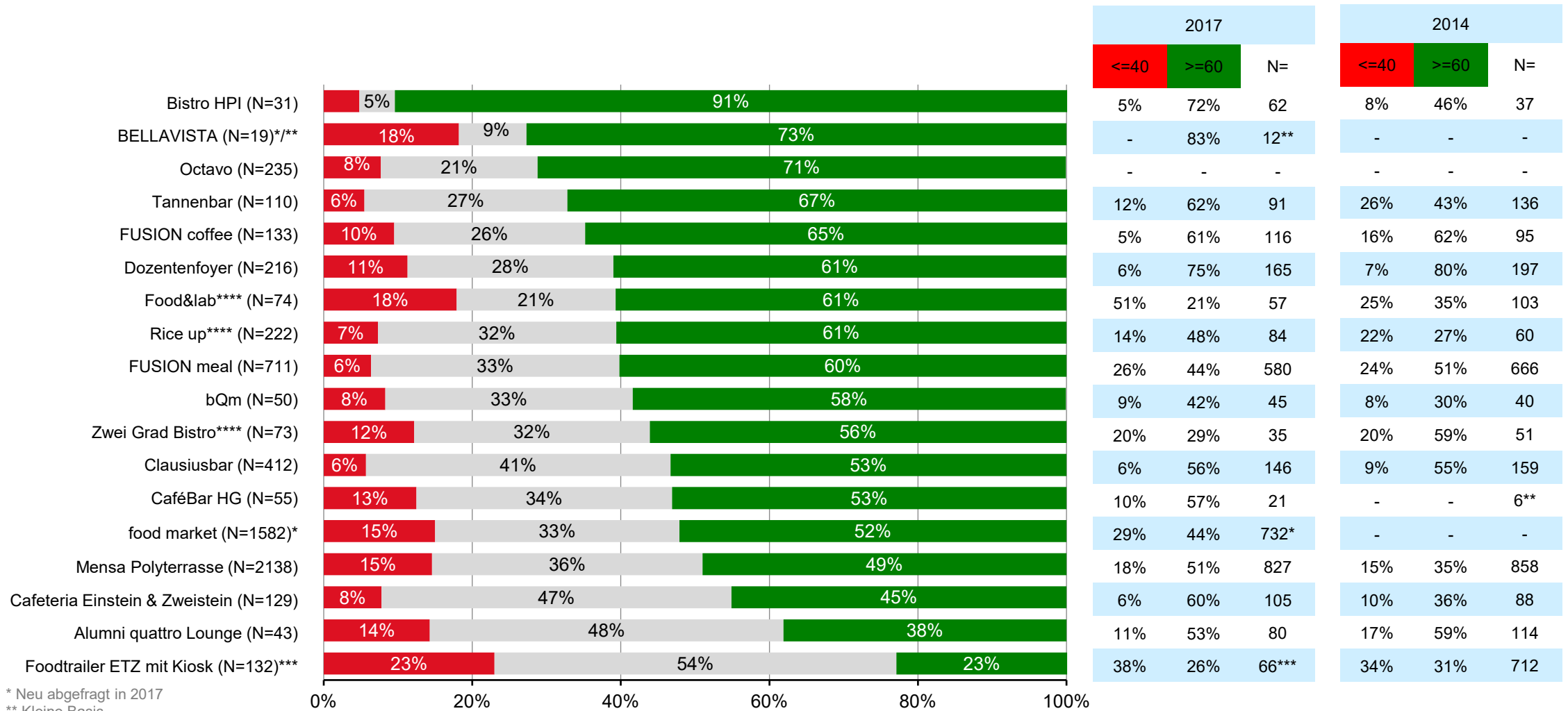
■ 2022 (N=6801)
 ■ 2017 (N=3876**)

* Mehrfachnennungen möglich

** Gesamtanzahl der offenen Nennungen bei dieser Frage

O1. Falls Sie noch Hinweise/Bemerkungen/Anregungen zu der Mensaverpflegung an der ETH Zürich Zentrum oder am Campus Hönggerberg haben, teilen Sie uns diese bitte hier mit.
 (Offene Frage)

Trends – Entwicklung des Gesamtbetriebs in den letzten Jahren*****



* Neu abgefragt in 2017

** Kleine Basis

*** Gloriabar in 2014

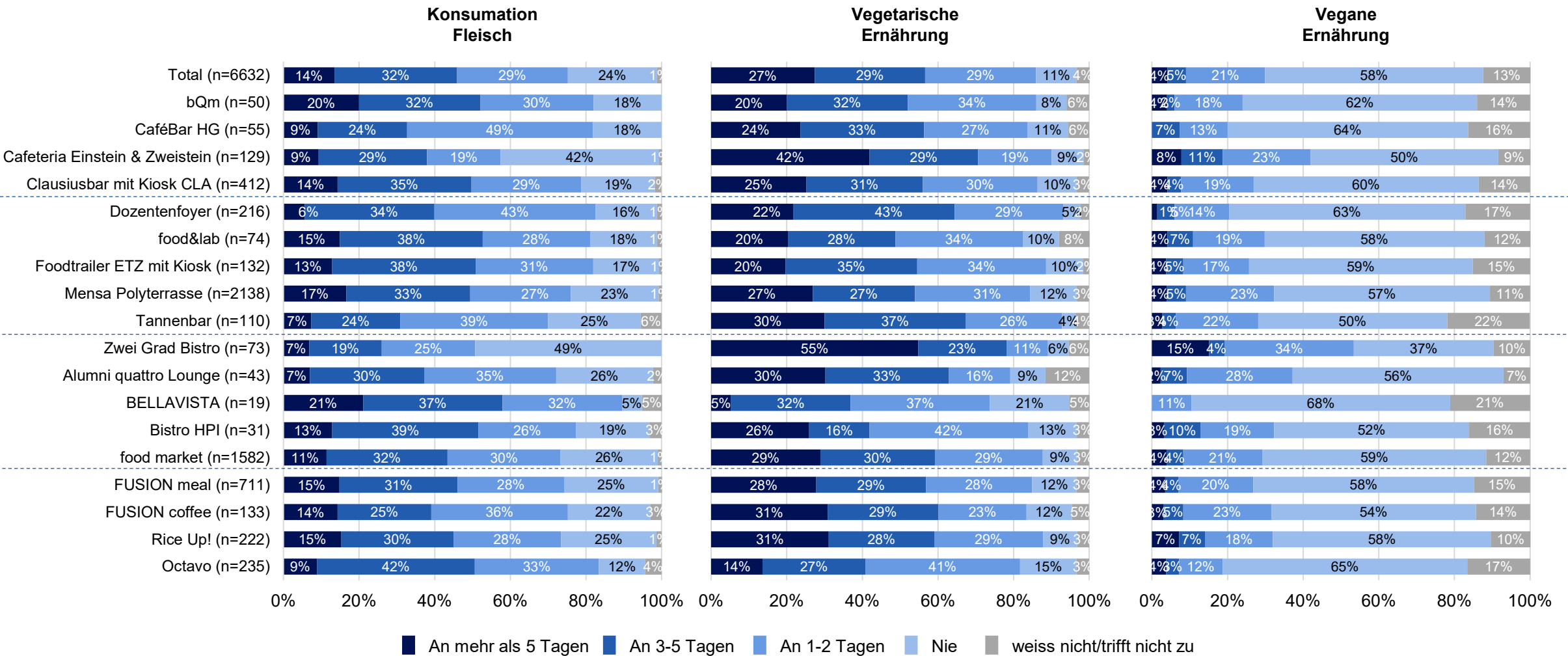
****Neuer Name / ersetzt alter Name per 2022

***** Kundenthema ist nicht Bestandteil des Gästezufriedenheitsmodells

N1. Wenn Sie an die Entwicklung des Gesamtbetriebs in den letzten Jahren denken, wie hat sich diese Lokalität entwickelt?

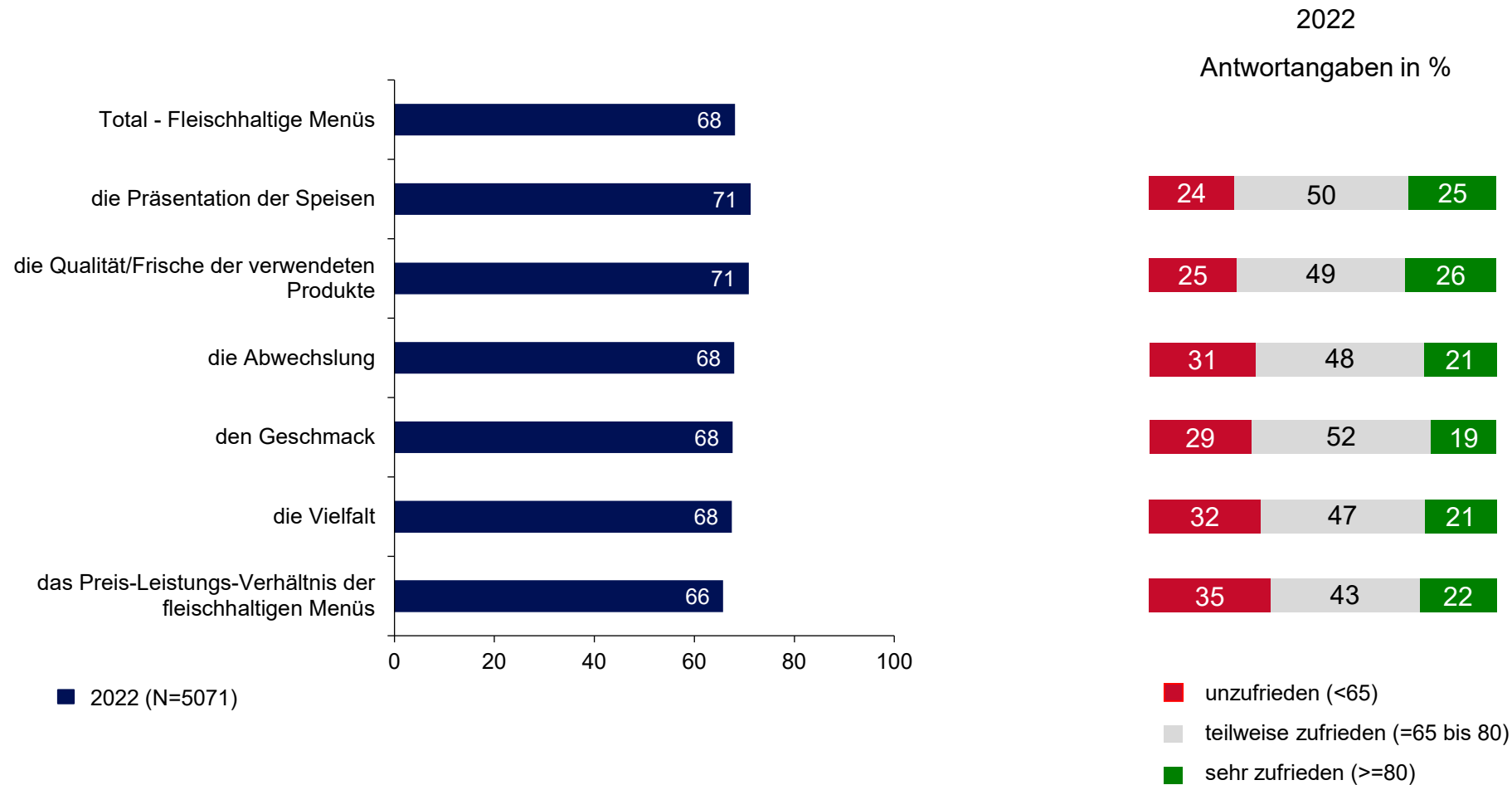
- unzufrieden (<40)
- teilweise zufrieden (=41 bis 60)
- sehr zufrieden (>=60)

Häufigkeit Konsumation Fleisch / vegetarische und vegane Ernährung



F2. An wie vielen Tagen pro Woche essen Sie Fleisch? / F3. An wie vielen Tagen pro Woche ernähren Sie sich rein vegetarisch? / F4. An wie vielen Tagen pro Woche ernähren Sie sich rein vegan?

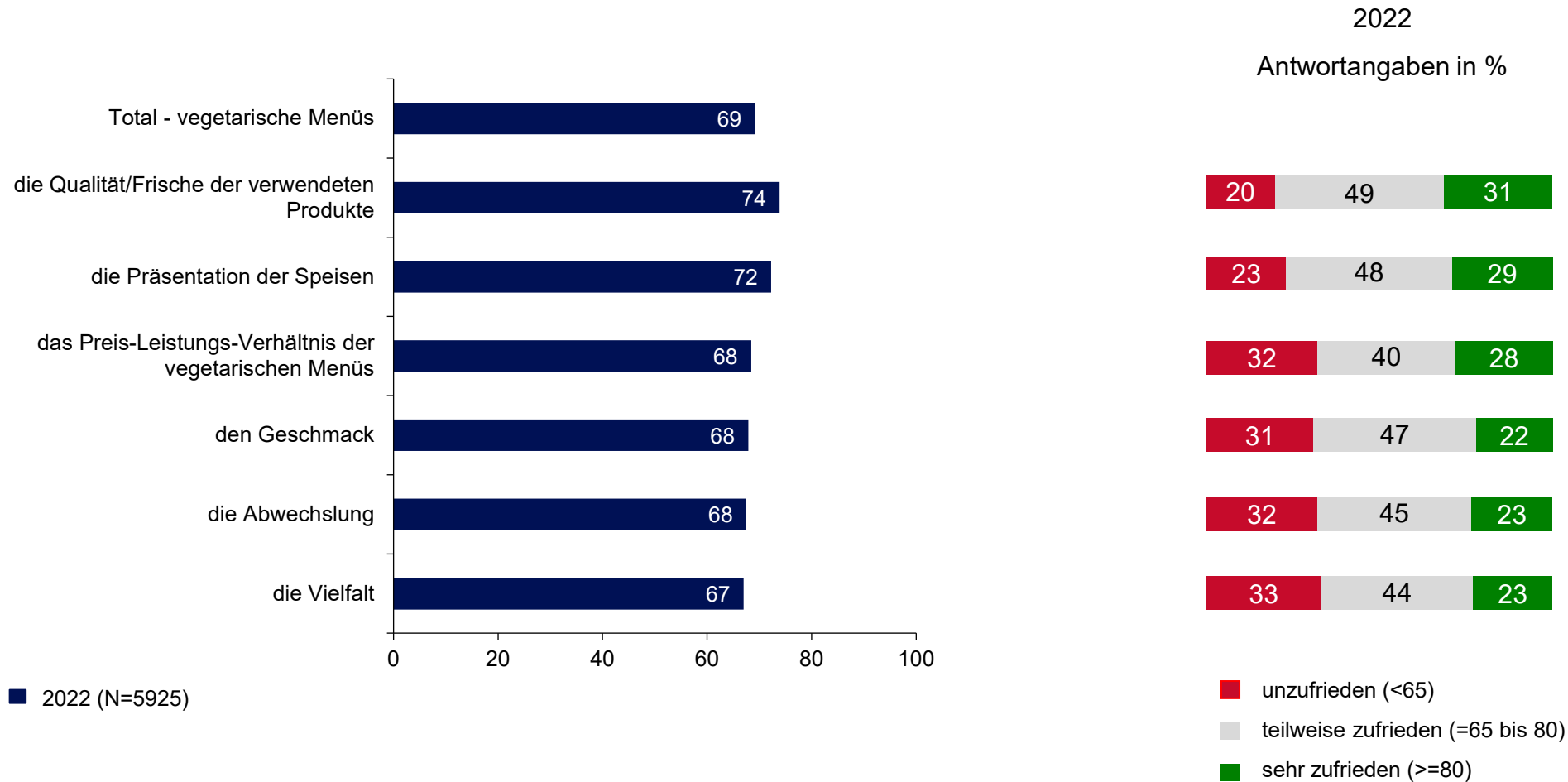
Fleischhaltige Menüs* – Teilgruppe: Essen an mind. 1-2 Tagen pro Woche Fleisch



* Kundenthema ist nicht Bestandteil des Gästezufriedenheitsmodells

F2.1. Denken Sie nun an die fleischhaltigen Menüs in den Gastronomiebetrieben der ETH. Wie werden Ihre Erwartungen erfüllt in Bezug auf ...

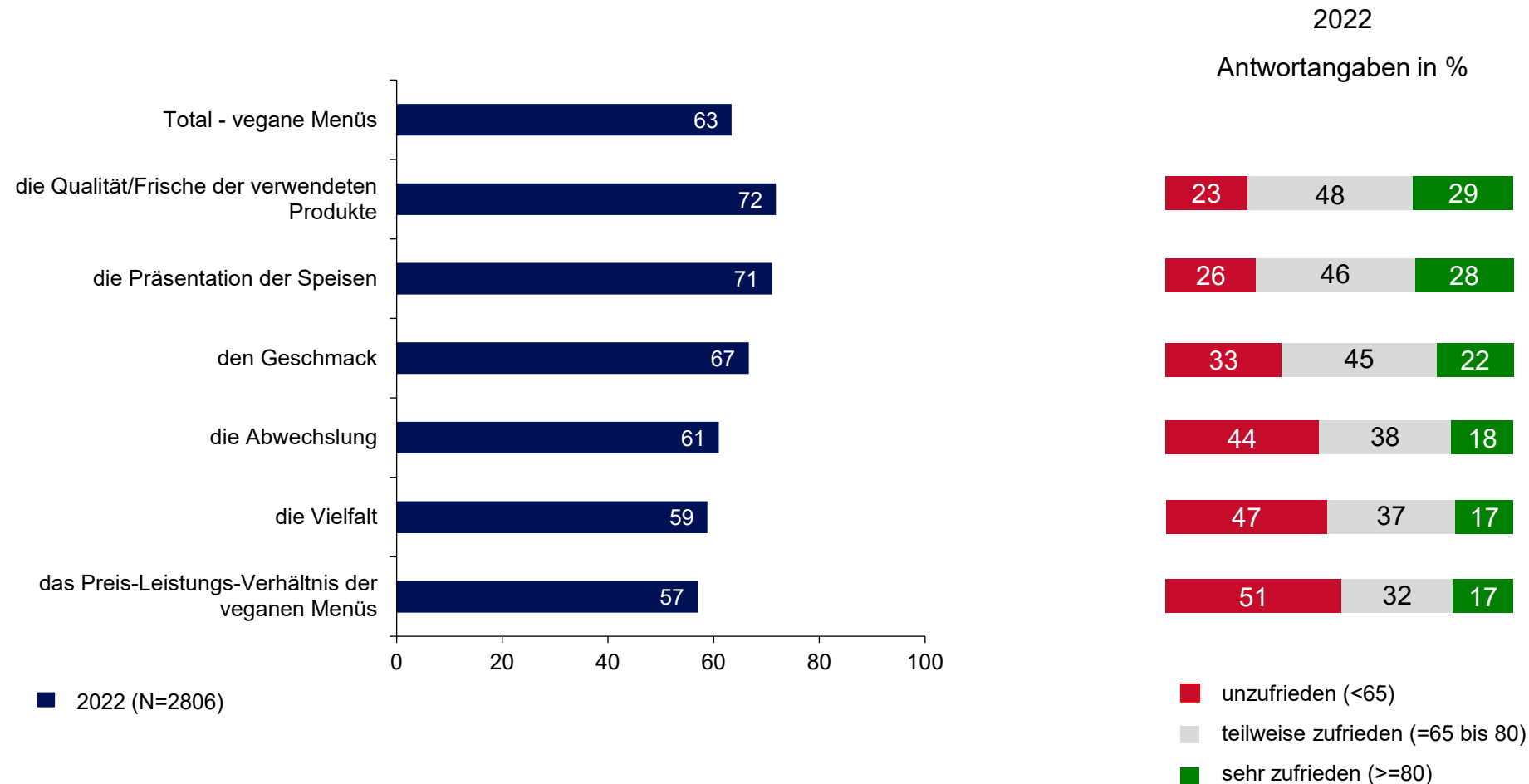
Vegetarische Menüs* – Teilgruppe: Essen an mind. 1-2 Tagen pro Woche vegetarisch



* Kundenthema ist nicht Bestandteil des Gästezufriedenheitsmodells

F3.1. Denken Sie nun an die vegetarischen Menüs in den Gastronomiebetrieben der ETH. Wie werden Ihre Erwartungen erfüllt in Bezug auf ...

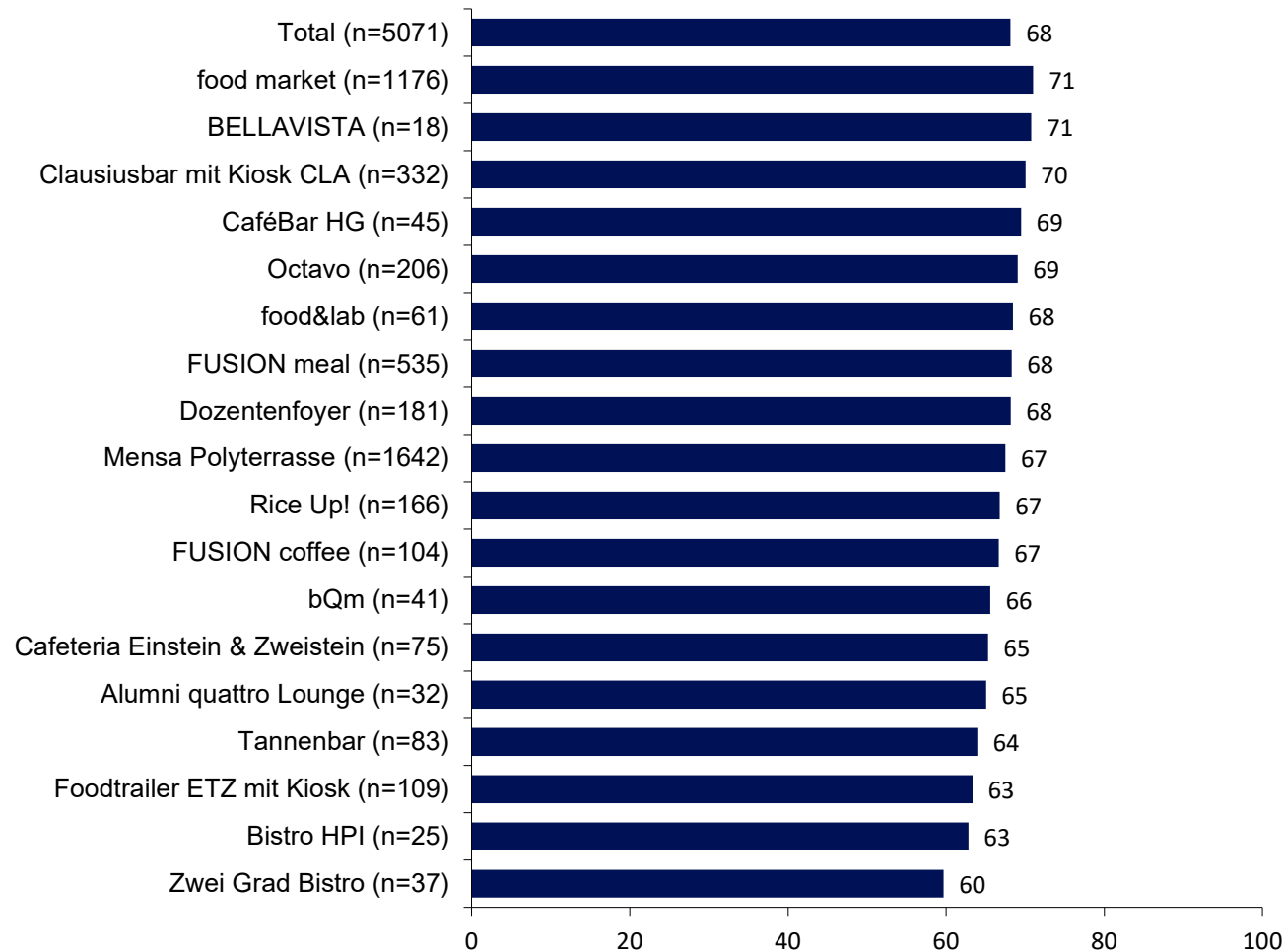
Vegane Menüs* – Teilgruppe: Essen an mind. 1-2 Tagen pro Woche vegan



* Kundenthema ist nicht Bestandteil des Gästezufriedenheitsmodells

F4.1.1. Denken Sie nun an die veganen Menüs in den Gastronomiebetrieben der ETH. Wie werden Ihre Erwartungen erfüllt in Bezug auf ...

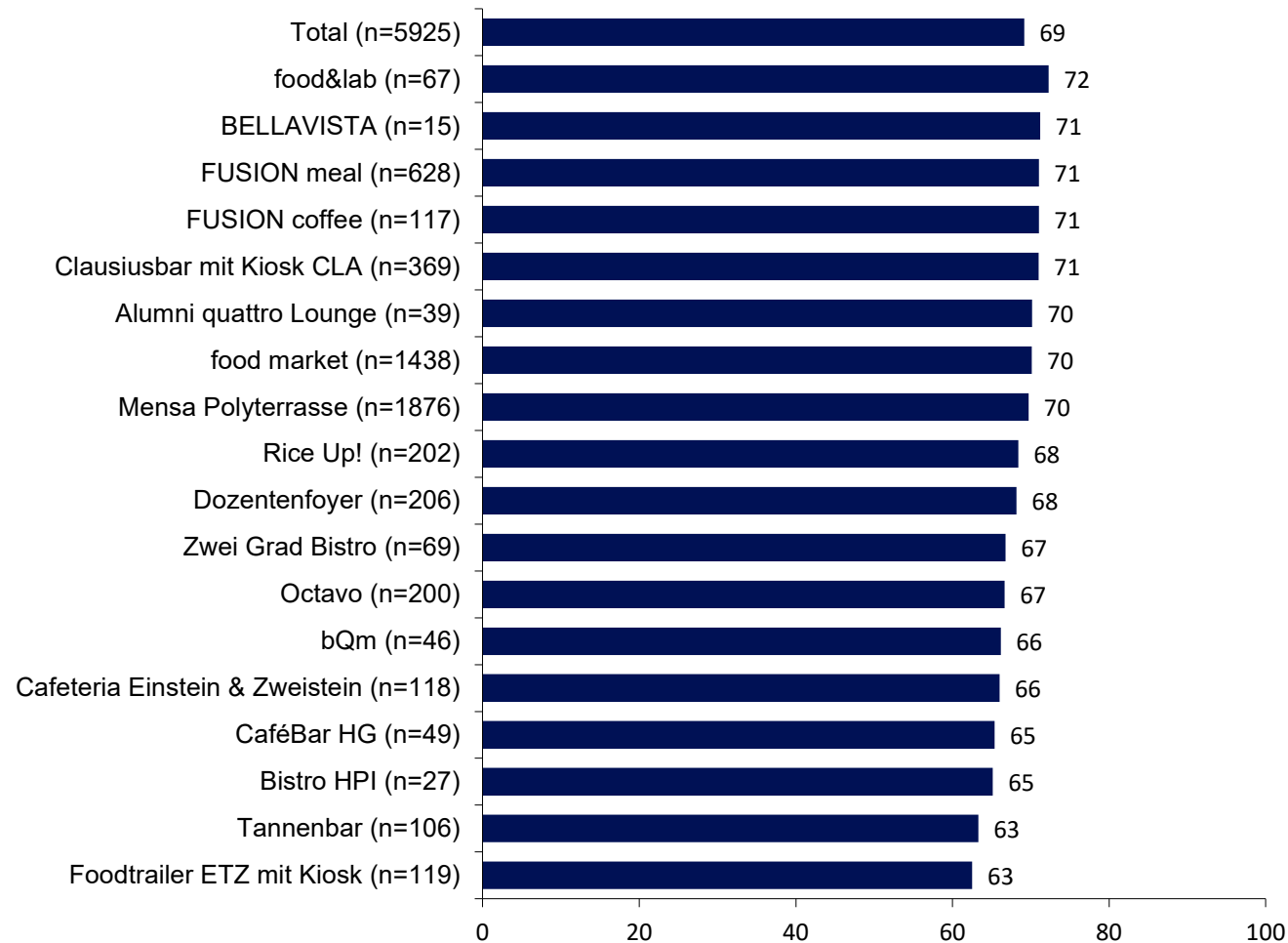
Fleischhaltige Menüs* – Teilgruppe: Essen an mind. 1-2 Tagen pro Woche Fleisch – nach Betrieb



* Kundenthema ist nicht Bestandteil des Gästezufriedenheitsmodells

F2.1. Denken Sie nun an die fleischhaltigen Menüs in den Gastronomiebetrieben der ETH. Wie werden Ihre Erwartungen erfüllt in Bezug auf ...

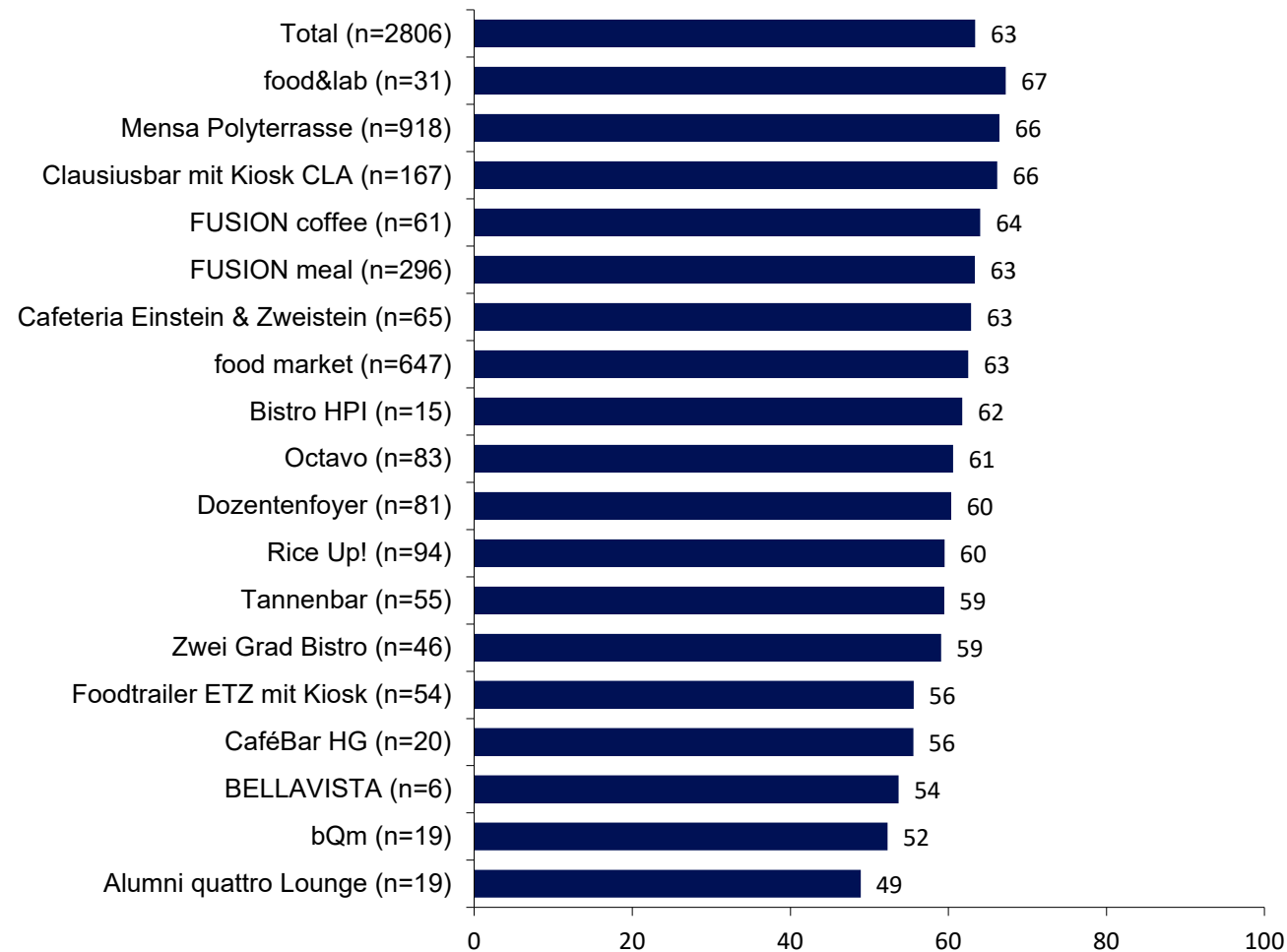
Vegetarische Menüs* – Teilgruppe: Essen an mind. 1-2 Tagen pro Woche vegetarisch – nach Betrieb



* Kundenthema ist nicht Bestandteil des Gästezufriedenheitsmodells

F3.1. Denken Sie nun an die vegetarischen Menüs in den Gastronomiebetrieben der ETH. Wie werden Ihre Erwartungen erfüllt in Bezug auf ...

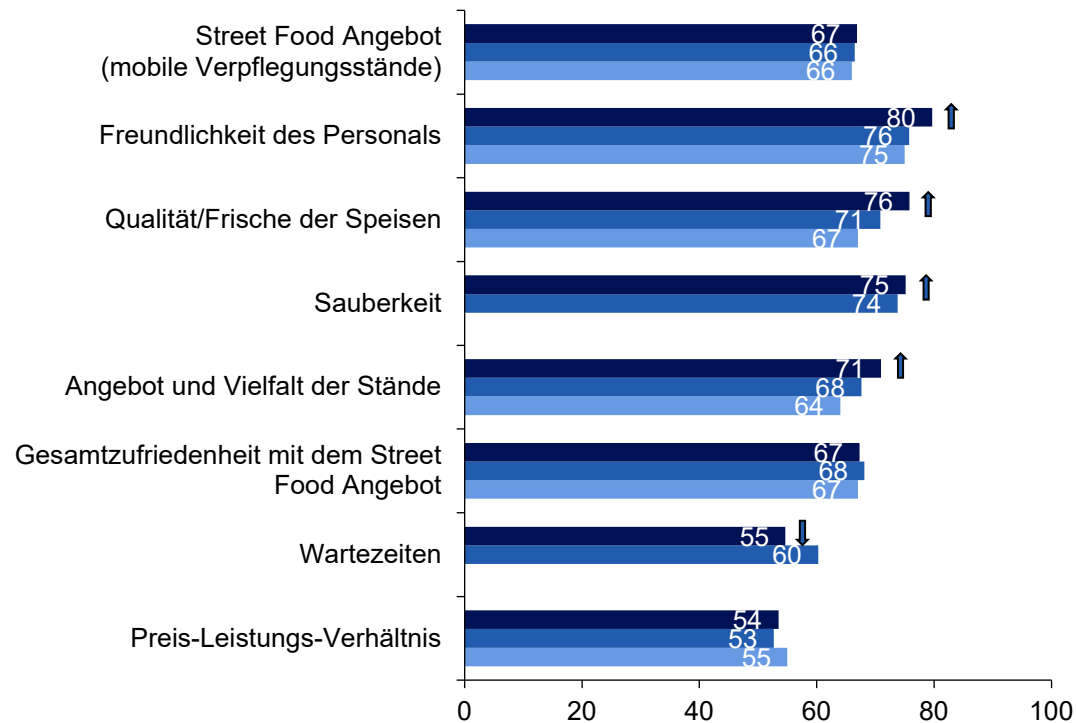
Vegane Menüs* – Teilgruppe: Essen an mind. 1-2 Tagen pro Woche vegan – nach Betrieb



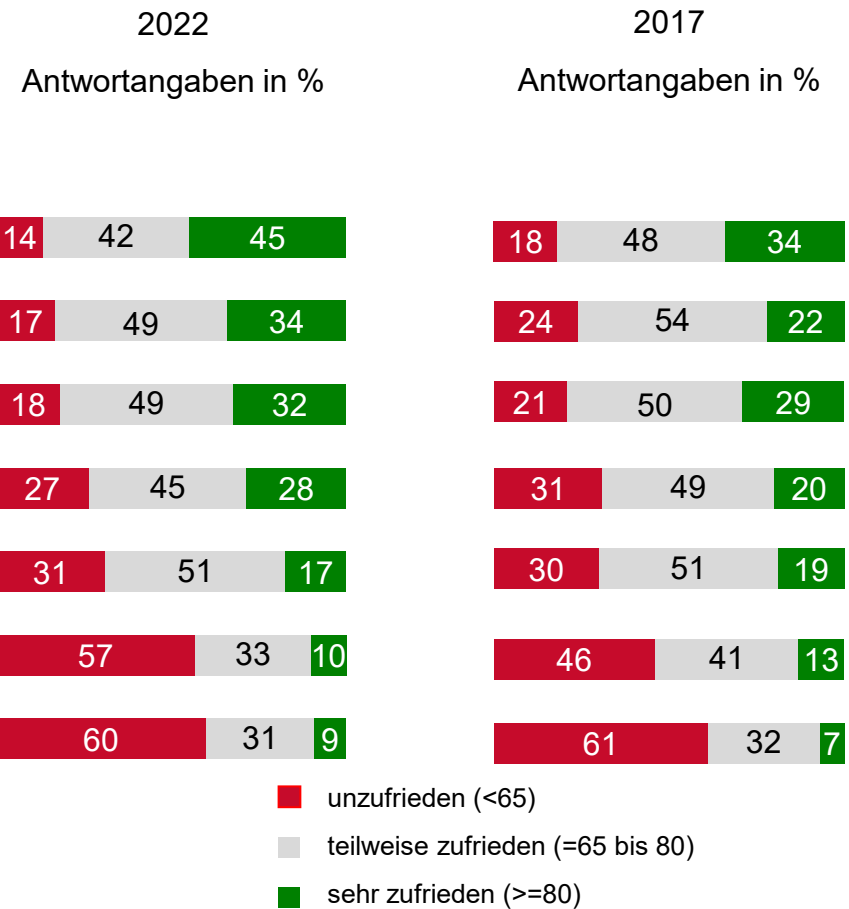
* Kundenthema ist nicht Bestandteil des Gästezufriedenheitsmodells

F4.1. Denken Sie nun an die veganen Menüs in den Gastronomiebetrieben der ETH. Wie werden Ihre Erwartungen erfüllt in Bezug auf ...

Trends – Street Food Angebot* (mobile Verpflegungsstände)



■ 2022 (N=2898)
■ 2017 (N=2652)
■ 2014 (N=2456)

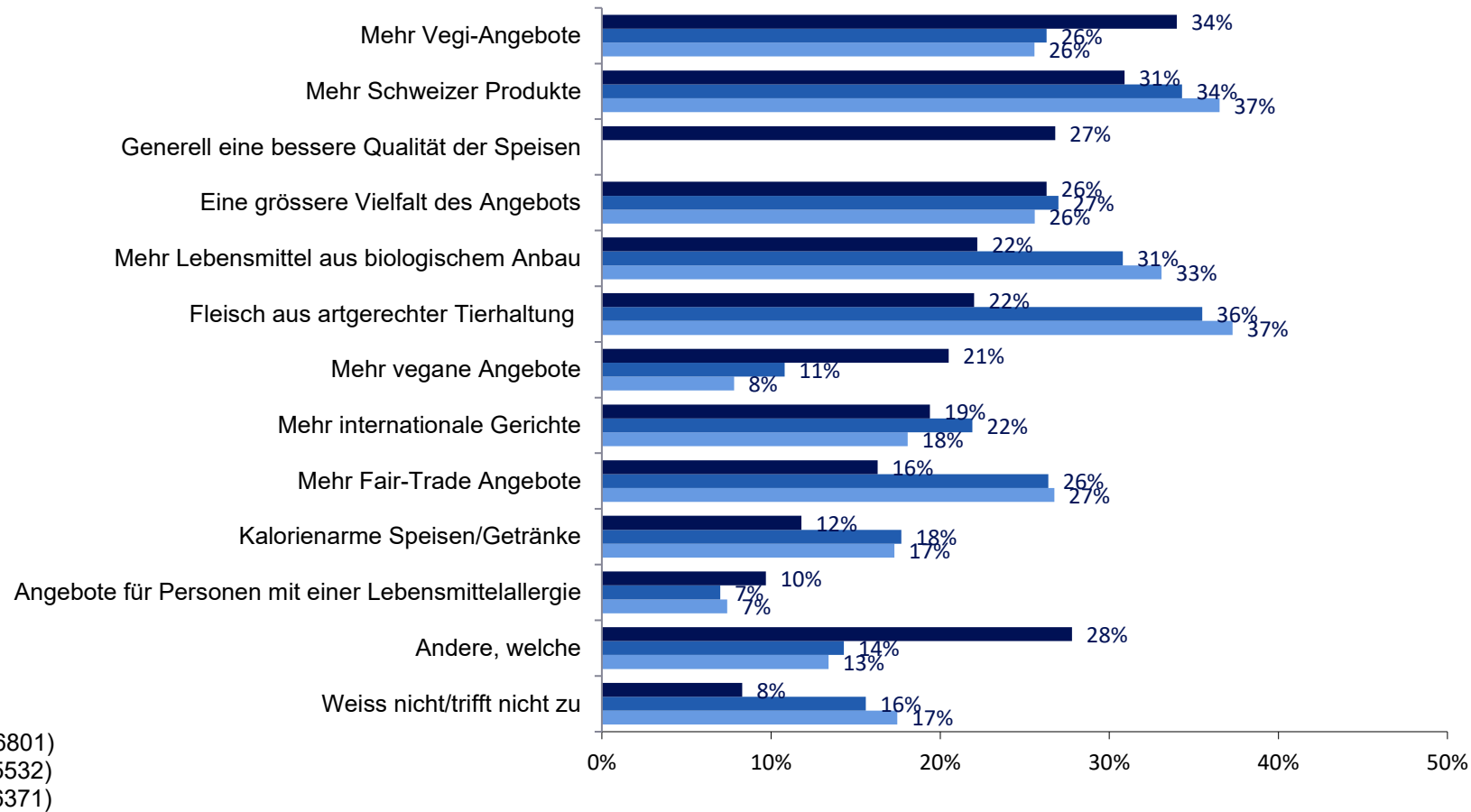


■ unzufrieden (<65)
■ teilweise zufrieden (=65 bis 80)
■ sehr zufrieden (>=80)

* Kundenthema ist nicht Bestandteil des Gästezufriedenheitsmodells

N1a. Denken Sie an das Street Food Angebot (mobile Verpflegungsstände) an der ETH Zürich. Wie werden Ihre Erwartungen erfüllt in Bezug auf...?

Trends – Speisenangebot*

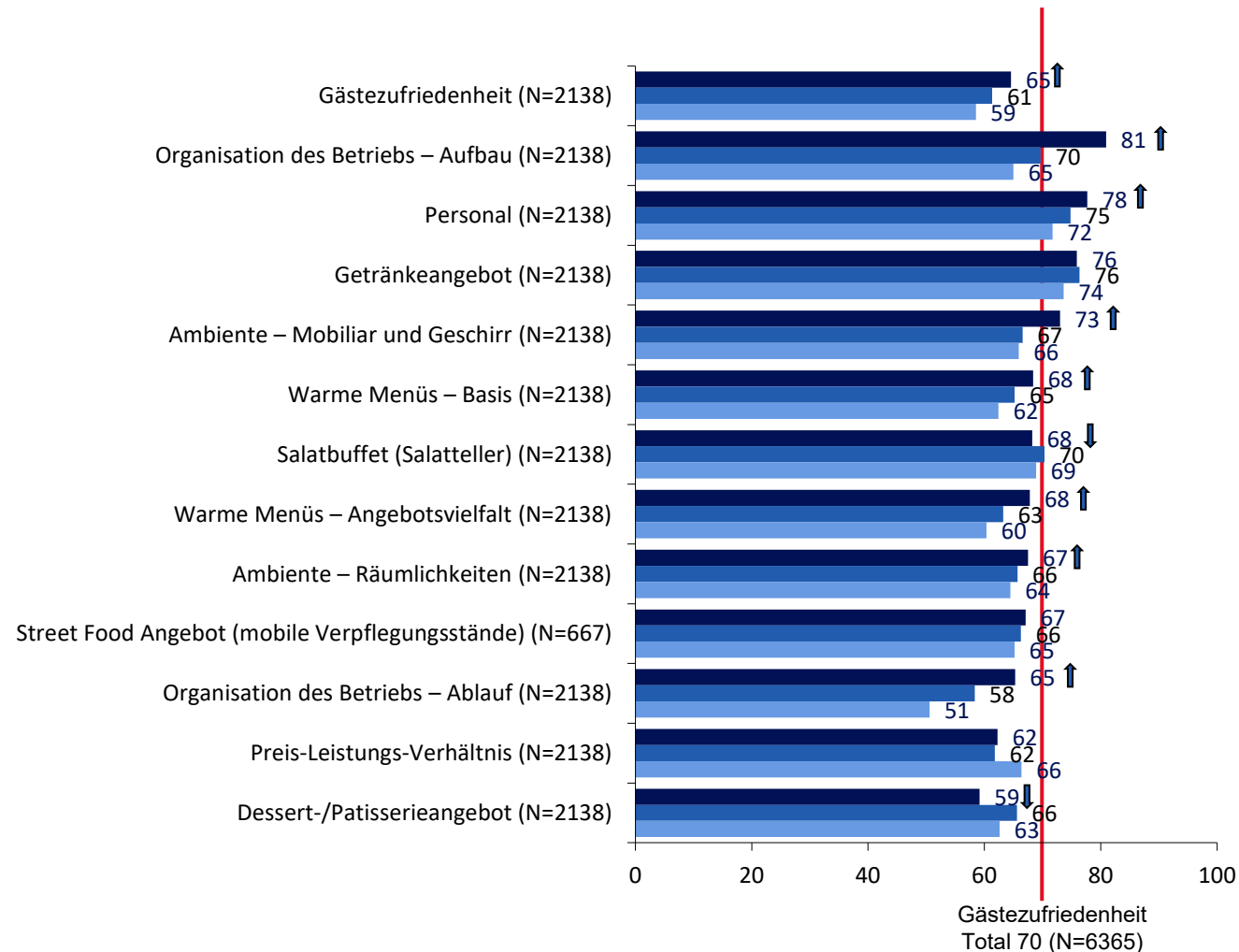


■ 2022 (N=6801)
 ■ 2017 (N=5532)
 ■ 2014 (N=6371)

* Mehrfachnennungen

N2. Denken Sie nun an das Gesamtangebot der Gastronomiebetriebe an der ETH Zürich sowie an die mobilen Verpflegungsstände im ETH Aussenbereich. Für ein besseres Wohlbefinden und für ein häufigeres Frequentieren der Mensen/Cafeterias/Restaurants der ETH Zürich und mobilen Verpflegungsstände, welche der folgenden Angebote auf der nächsten Seite würden Sie begrünnen?

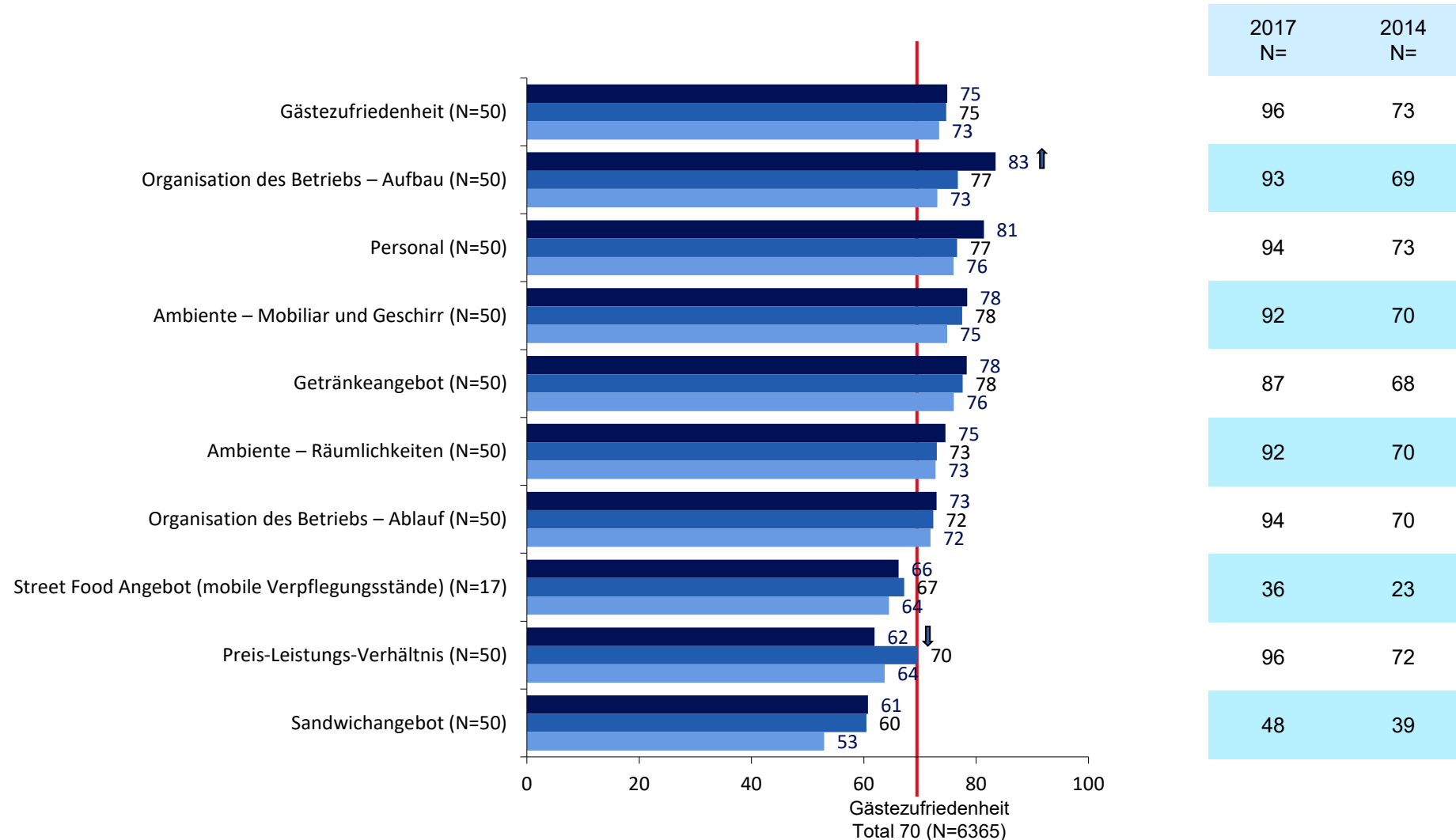
Mensa Polyterrasse – Gästezufriedenheit nach Kundenthema



2017 N=	2014 N=
1332	1476
1323	1465
1313	1460
702	666
1312	1459
1328	1464
1000	1097
1326	1448
1312	1461
417	343
1325	1470
1333	1477
479	536

* Kundenthemen «Salatbuffet (Salatteller)», «Ambiente – Mobiliar und Geschirr» und «Street Food Angebot (mobile Verpflegungsstände)»: Nicht direkt vergleichbar, da sich die Kundenthemen in 2014 teilweise aus anderen Kriterien zusammensetzten.

bQm – Gästefriedenheit nach Kundenthema

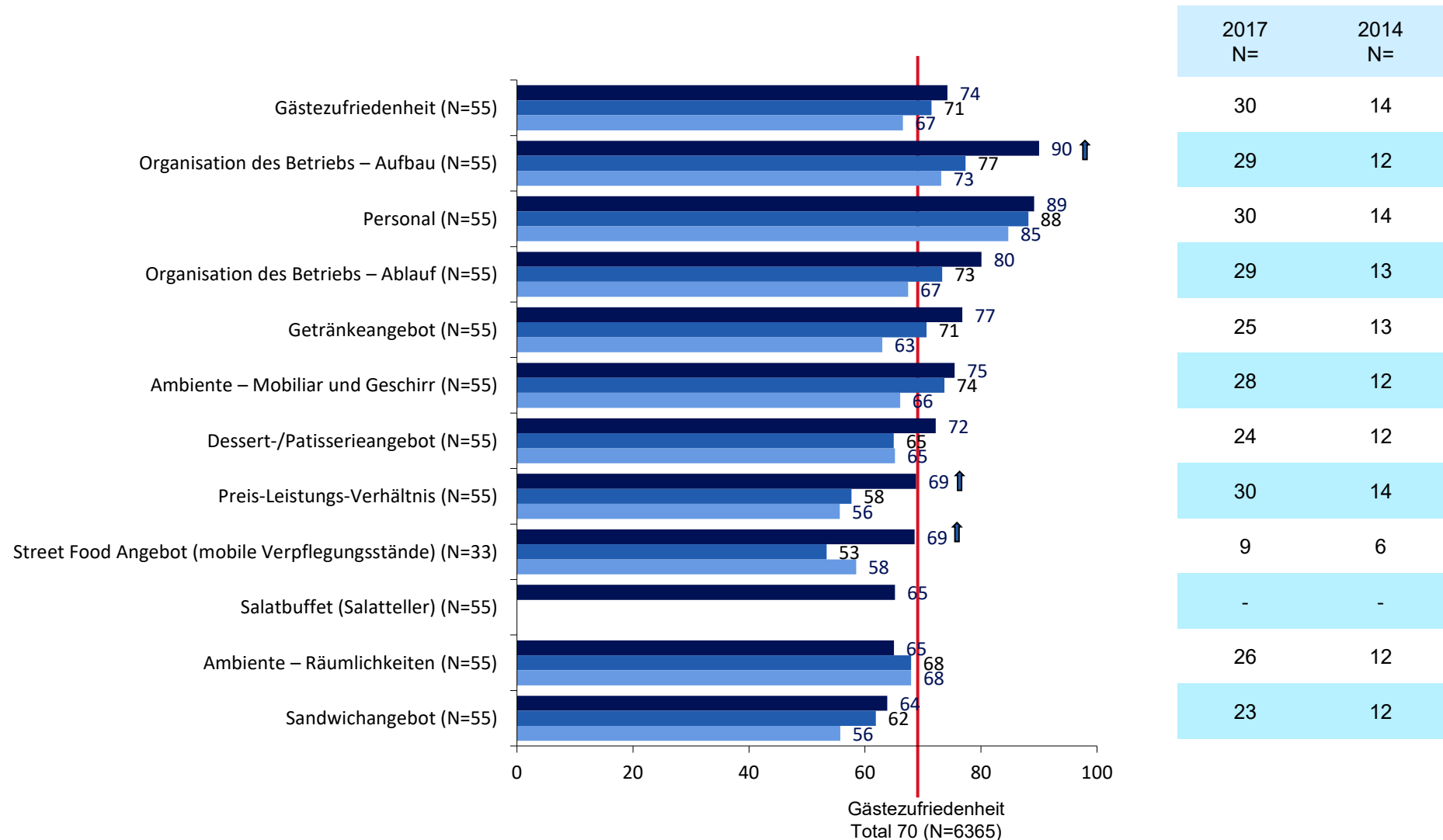


Kundenthemen «Salatbuffet (Salatteller)», «Ambiente – Mobiliar und Geschirr» und «Street Food Angebot (mobile Verpflegungsstände)»:

Nicht direkt vergleichbar, da sich die Kundenthemen in 2014 teilweise aus anderen Kriterien zusammensetzten.

ACHTUNG: Bei manchen Kundenthemen Basis sehr klein (N<30)

Café Bar HG – Gästeszufriedenheit nach Kundenthema

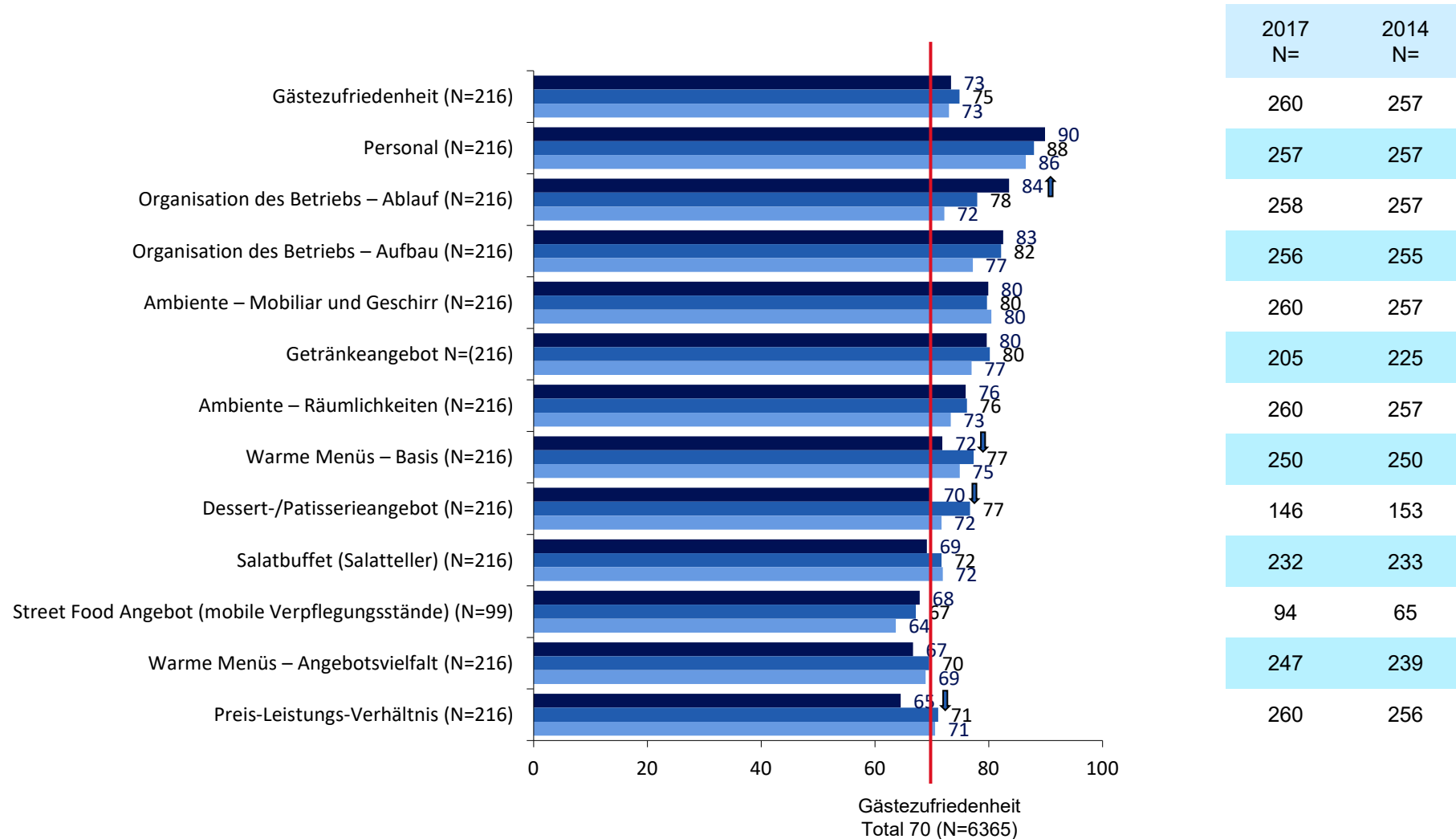


Kundenthemen «Salatbuffet (Salatteller)», «Ambiente – Mobiliar und Geschirr» und «Street Food Angebot (mobile Verpflegungsstände)»:

Nicht direkt vergleichbar, da sich die Kundenthemen in 2014 teilweise aus anderen Kriterien zusammensetzten.

ACHTUNG: Bei manchen Kundenthemen Basis sehr klein (N<30)

Dozentenfoyer – Gästezufriedenheit nach Kundenthema

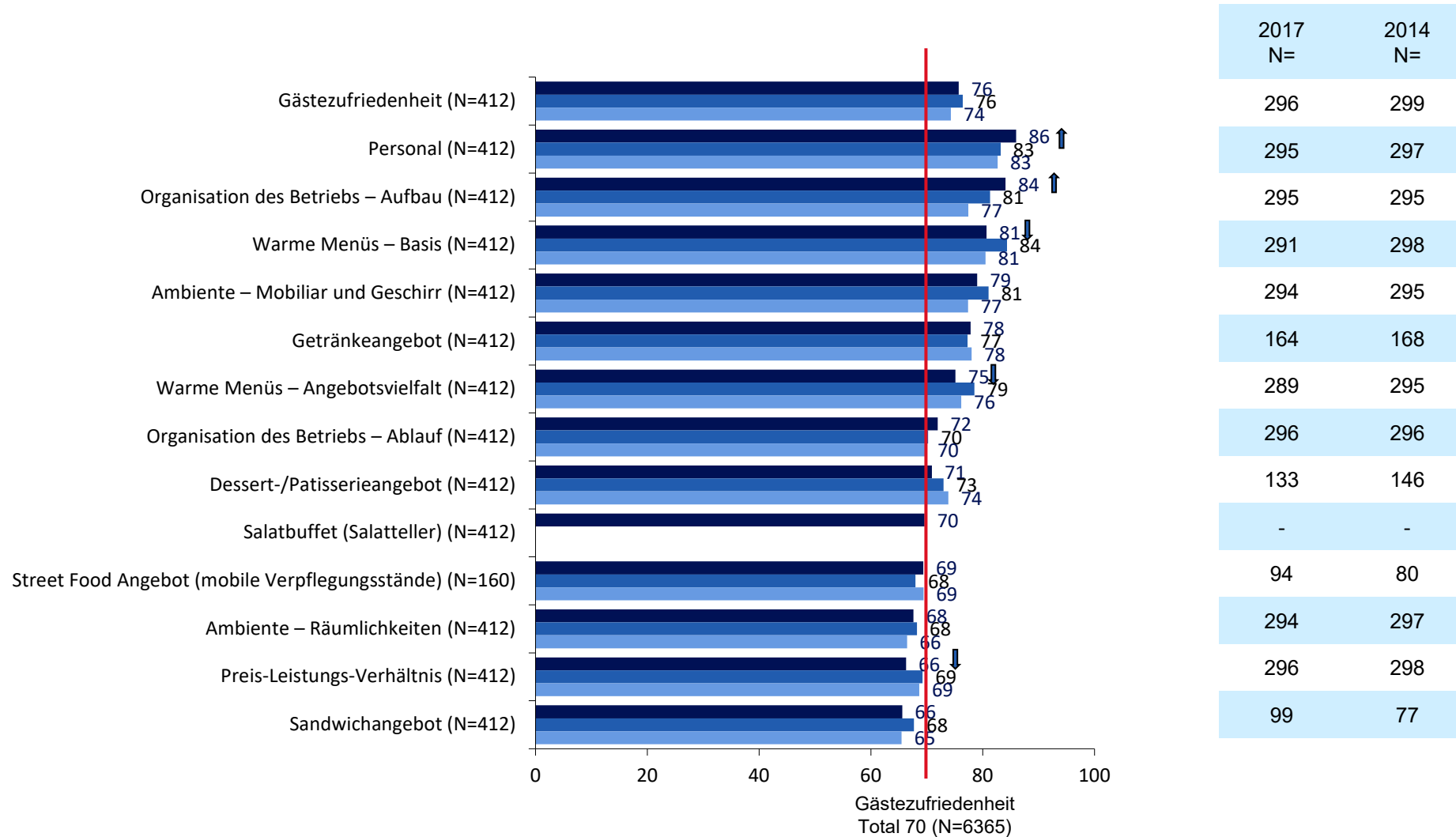


Kundenthemen «Salatbuffet (Salatteller)», «Ambiente – Mobiliar und Geschirr» und «Street Food Angebot (mobile Verpflegungsstände)»:

Nicht direkt vergleichbar, da sich die Kundenthemen in 2014 teilweise aus anderen Kriterien zusammensetzten.

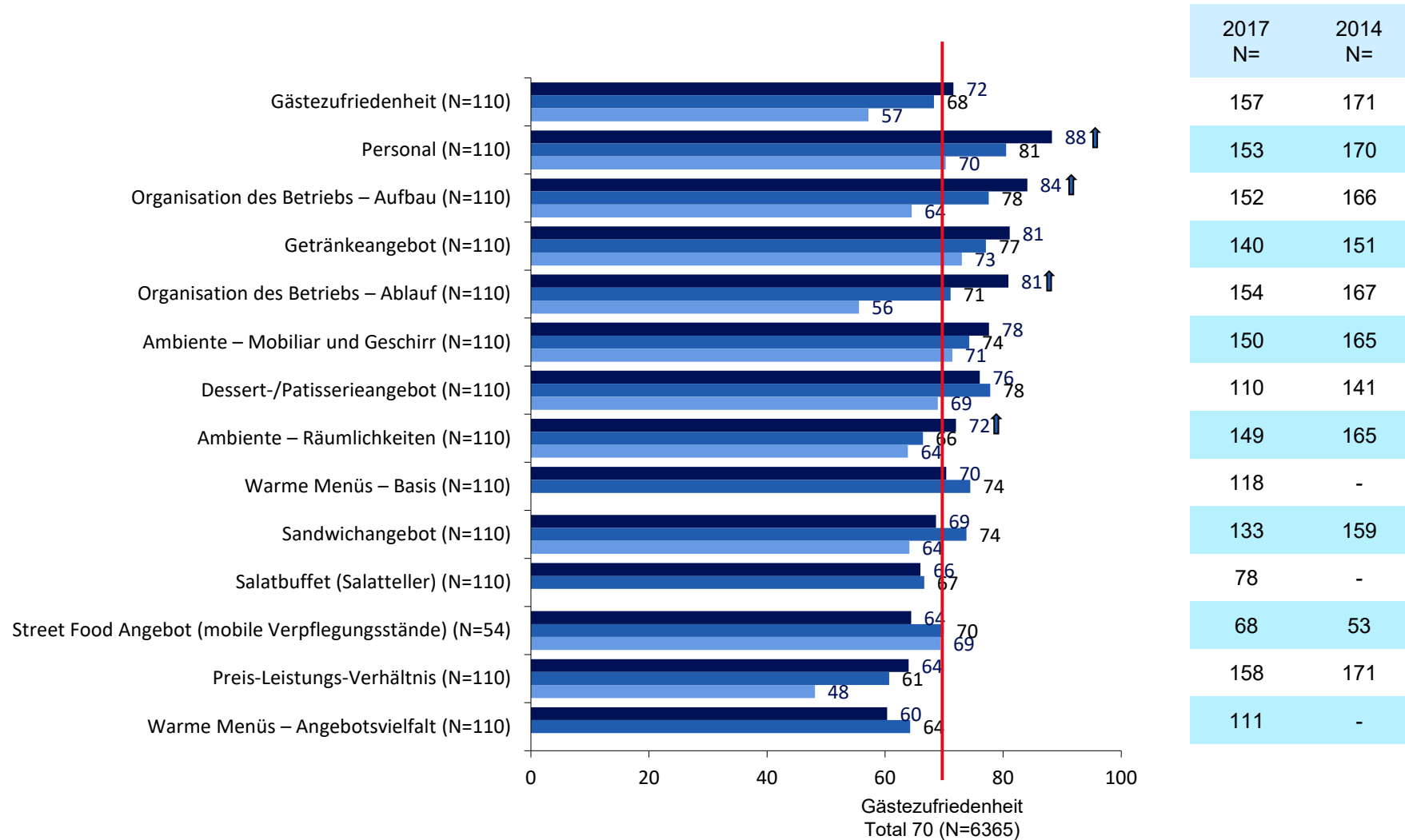
ACHTUNG: Bei manchen Kundenthemen Basis sehr klein (N<30)

Clausiusbar – Gästeszufriedenheit nach Kundenthema



2017 N=	2014 N=
296	299
295	297
295	295
291	298
294	295
164	168
289	295
296	296
133	146
-	-
94	80
294	297
296	298
99	77

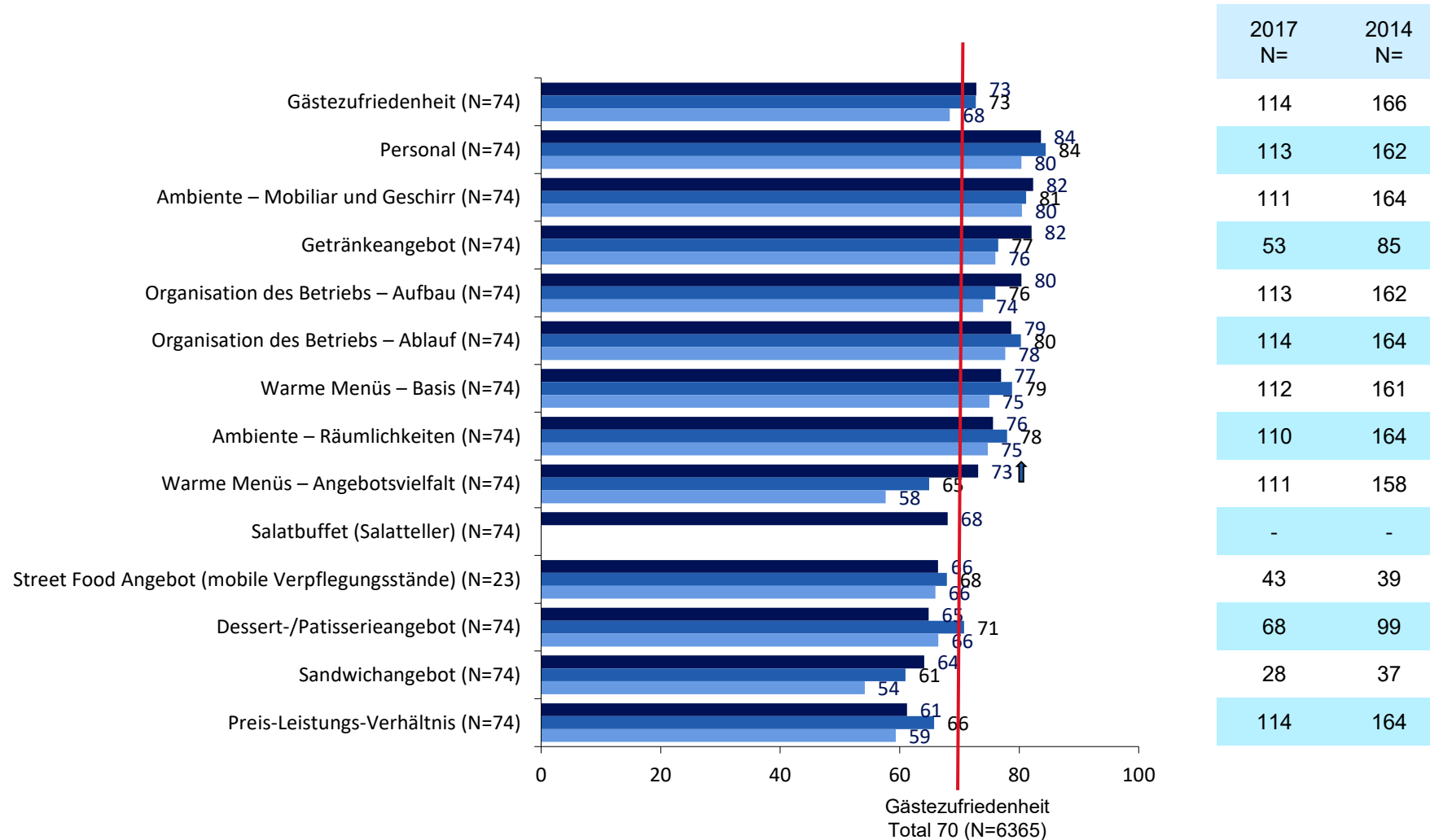
Tannenbar – Gästeszufriedenheit nach Kundenthema



2017 N=	2014 N=
157	171
153	170
152	166
140	151
154	167
150	165
110	141
149	165
118	-
133	159
78	-
68	53
158	171
111	-

■ ETH 2022
■ ETH 2017
■ ETH 2014

Food&lab** – Gästезufriedenheit nach Kundenthema



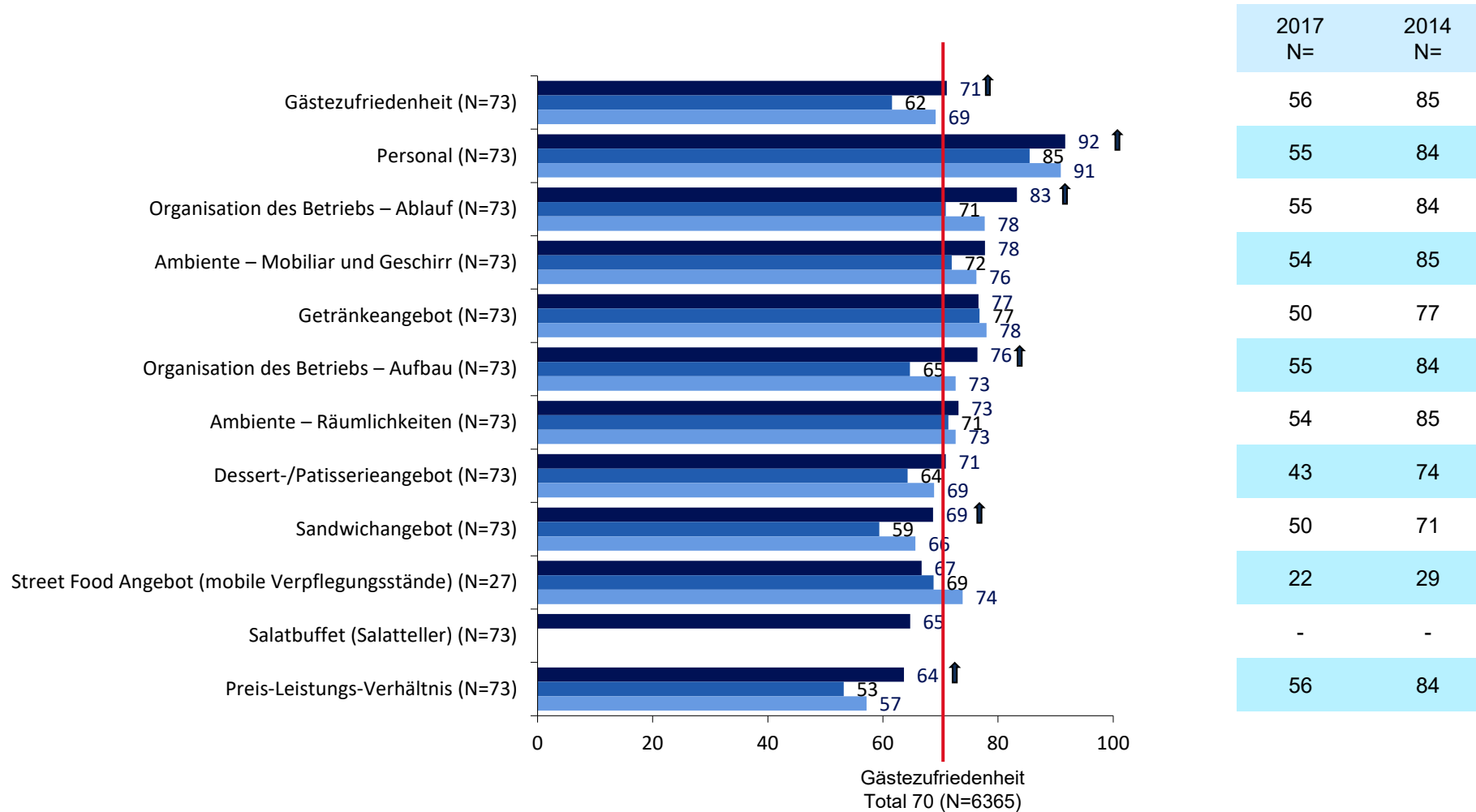
Kundenthemen «Salatbuffet (Salatteller)», «Ambiente – Mobiliar und Geschirr» und «Street Food Angebot (mobile Verpflegungsstände)»:

Nicht direkt vergleichbar, da sich die Kundenthemen in 2014 teilweise aus anderen Kriterien zusammensetzten. ACHTUNG: Bei manchen Kundenthemen Basis sehr klein (N<30)

**Neuer Name per 2022



Zwei Grad Bistro** – Gästezufriedenheit nach Kundenthema

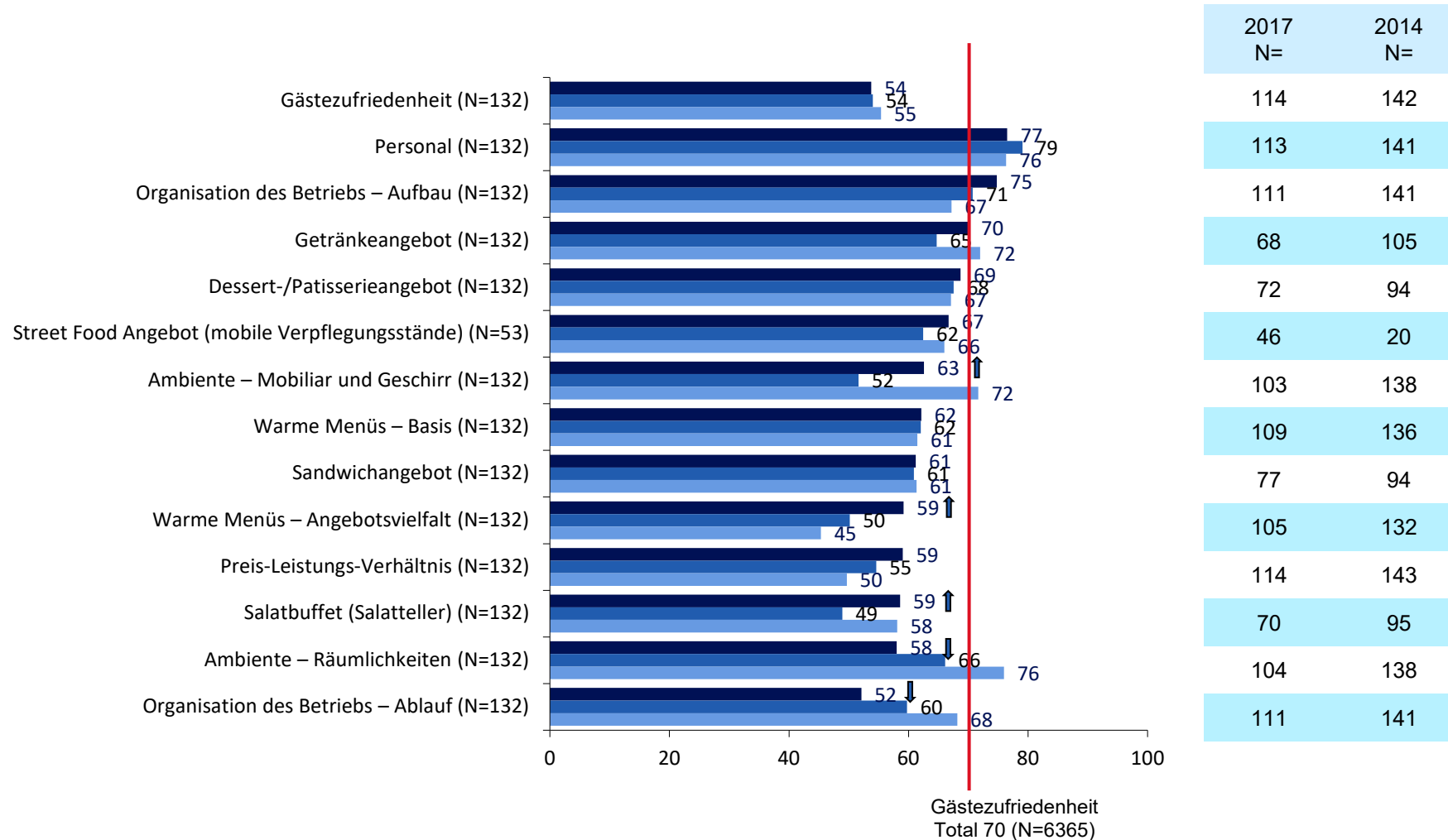


2017 N=	2014 N=
56	85
55	84
55	84
54	85
50	77
55	84
54	85
43	74
50	71
22	29
-	-
56	84

Kundenthemen «Salatbuffet (Salatteller)», «Ambiente – Mobiliar und Geschirr» und «Street Food Angebot (mobile Verpflegungsstände)»: Nicht direkt vergleichbar, da sich die Kundenthemen in 2014 teilweise aus anderen Kriterien zusammensetzten. ACHTUNG: Bei manchen Kundenthemen Basis sehr klein (N<30)

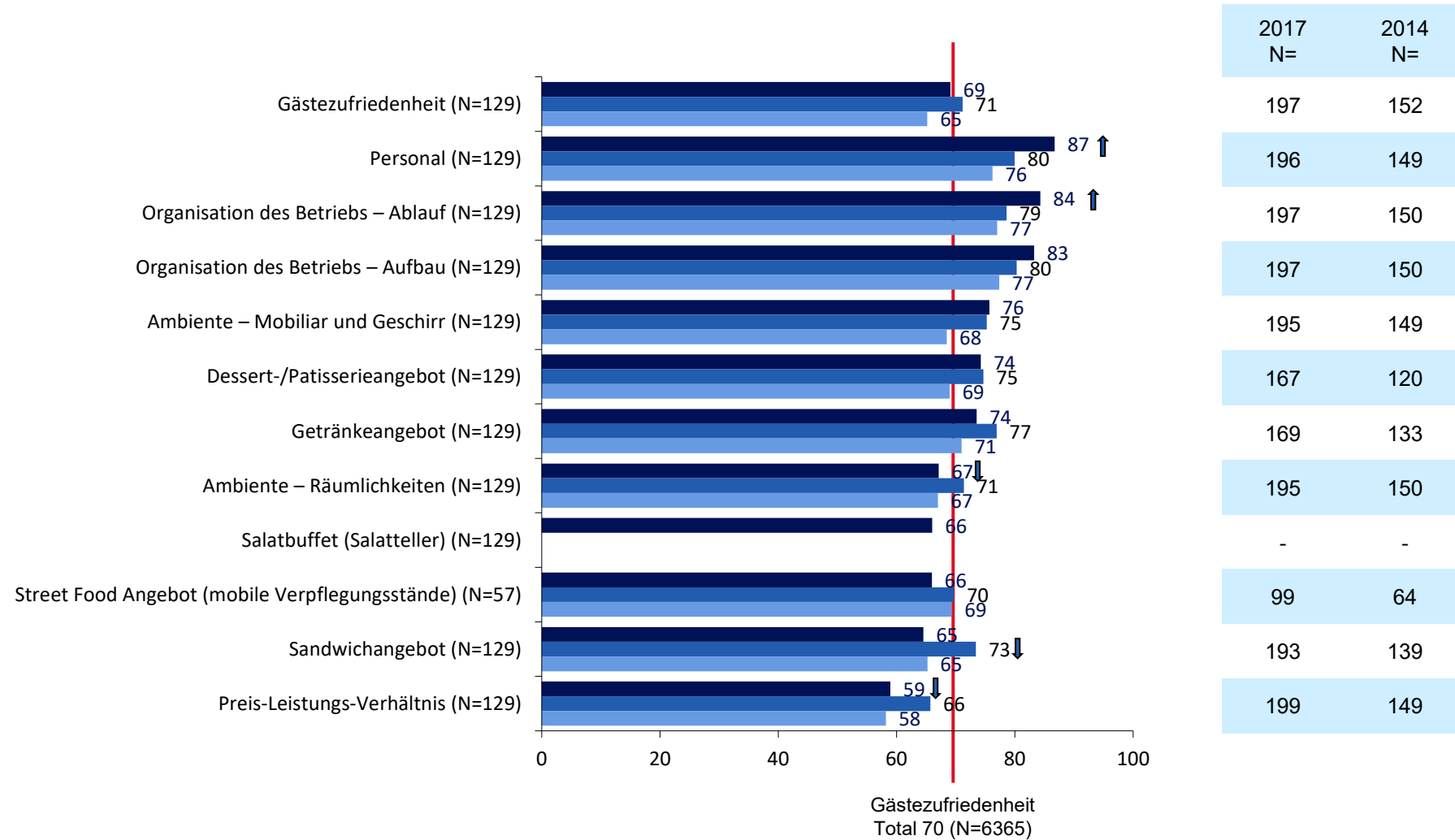
**Neuer Name per 2022

Foodtrailer ETZ mit Kiosk – Gästezufriedenheit nach Kundenthema



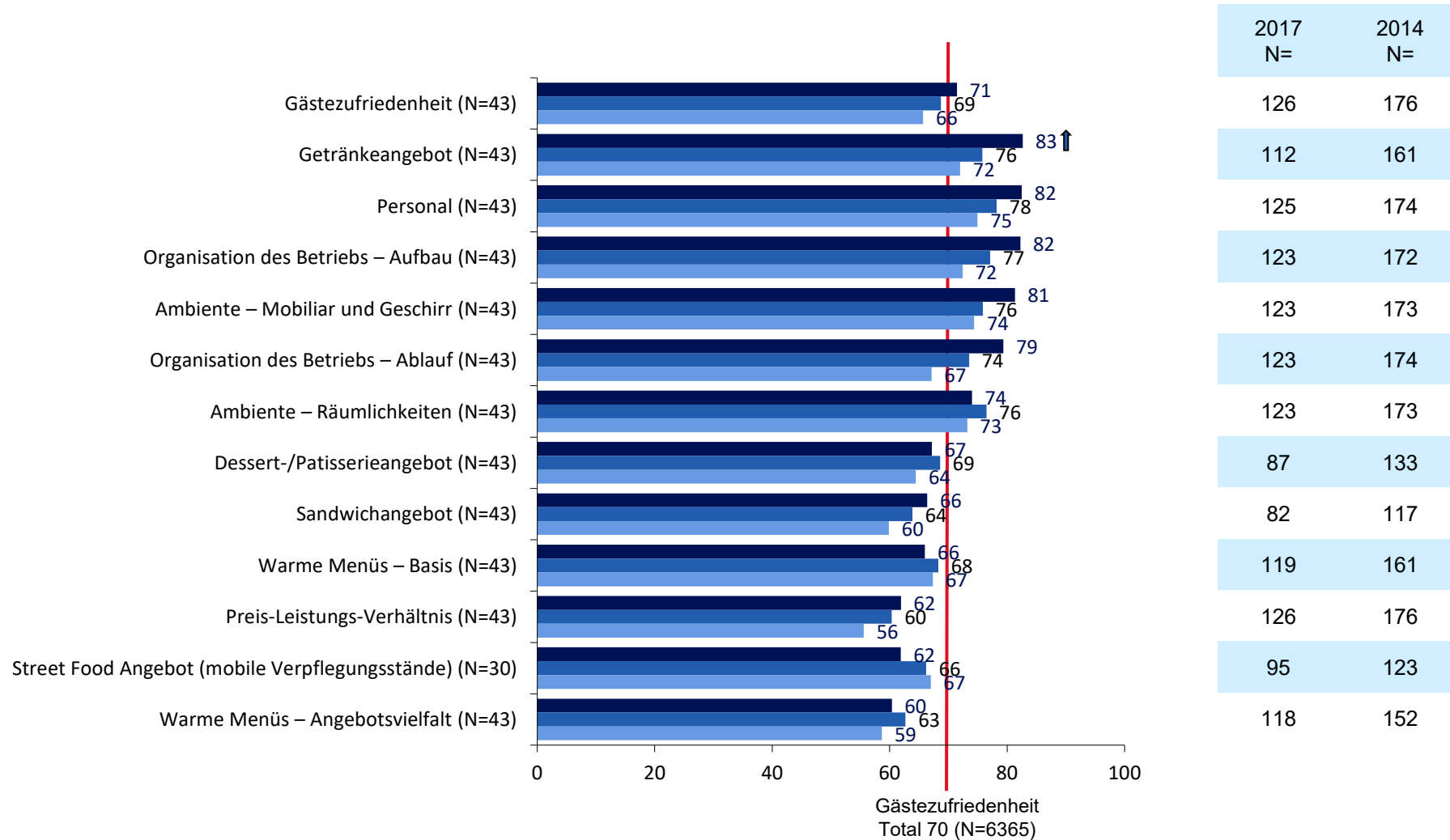
Kundenthemen «Salatbuffet (Salatteller)», «Ambiente – Mobiliar und Geschirr» und «Street Food Angebot (mobile Verpflegungsstände)»: Nicht direkt vergleichbar, da sich die Kundenthemen in 2014 teilweise aus anderen Kriterien zusammensetzten.

Cafeteria Einstein & Zweistein – Gästezufriedenheit nach Kundenthema



Kundenthemen «Salatbuffet (Salatteller)», «Ambiente – Mobiliar und Geschirr» und «Street Food Angebot (mobile Verpflegungsstände)»: Nicht direkt vergleichbar, da sich die Kundenthemen in 2014 teilweise aus anderen Kriterien zusammensetzten.

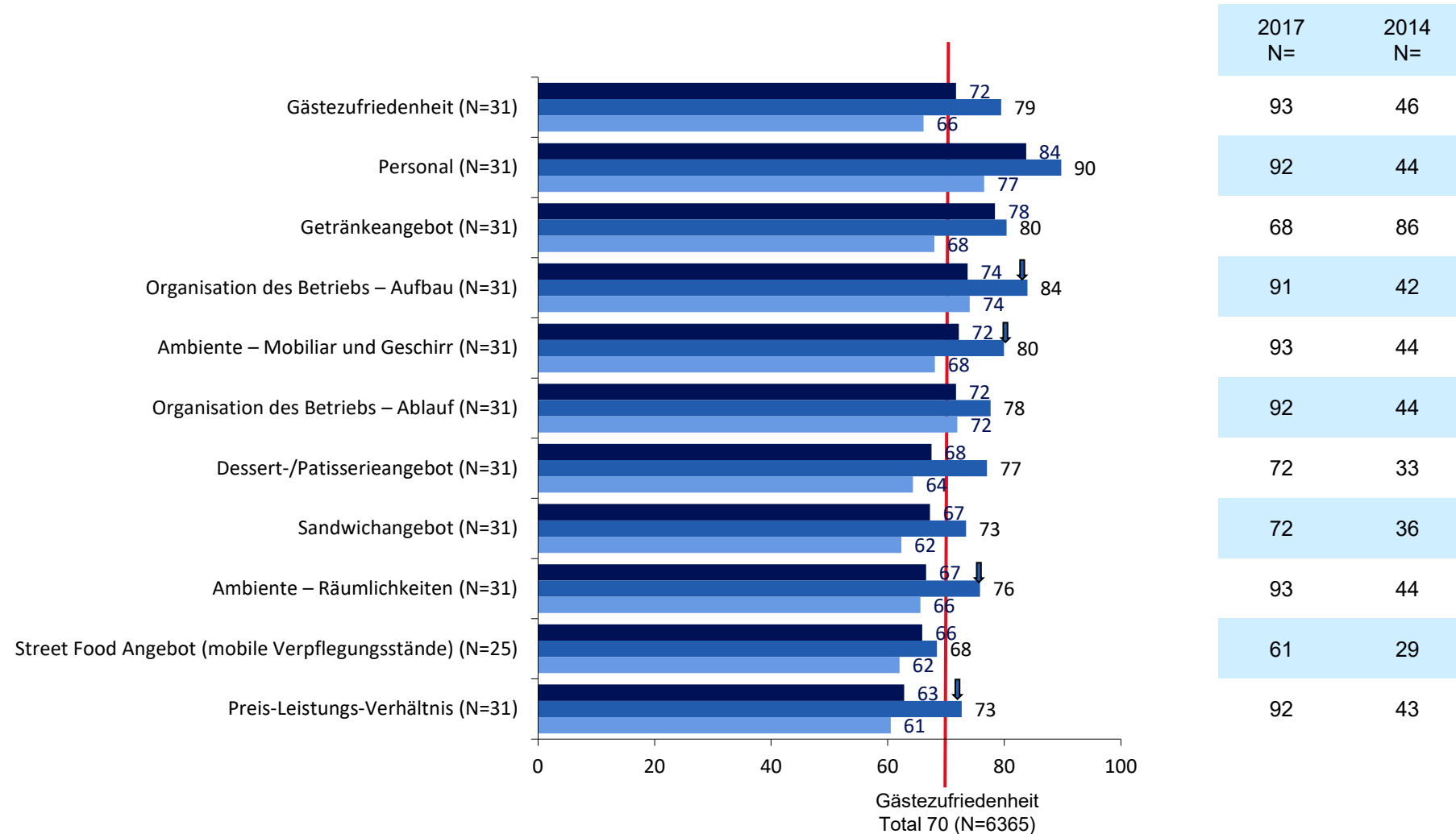
Alumni quattro Lounge – Gästeszufriedenheit nach Kundenthema



2017 N=	2014 N=
126	176
112	161
125	174
123	172
123	173
123	174
123	173
87	133
82	117
119	161
126	176
95	123
118	152

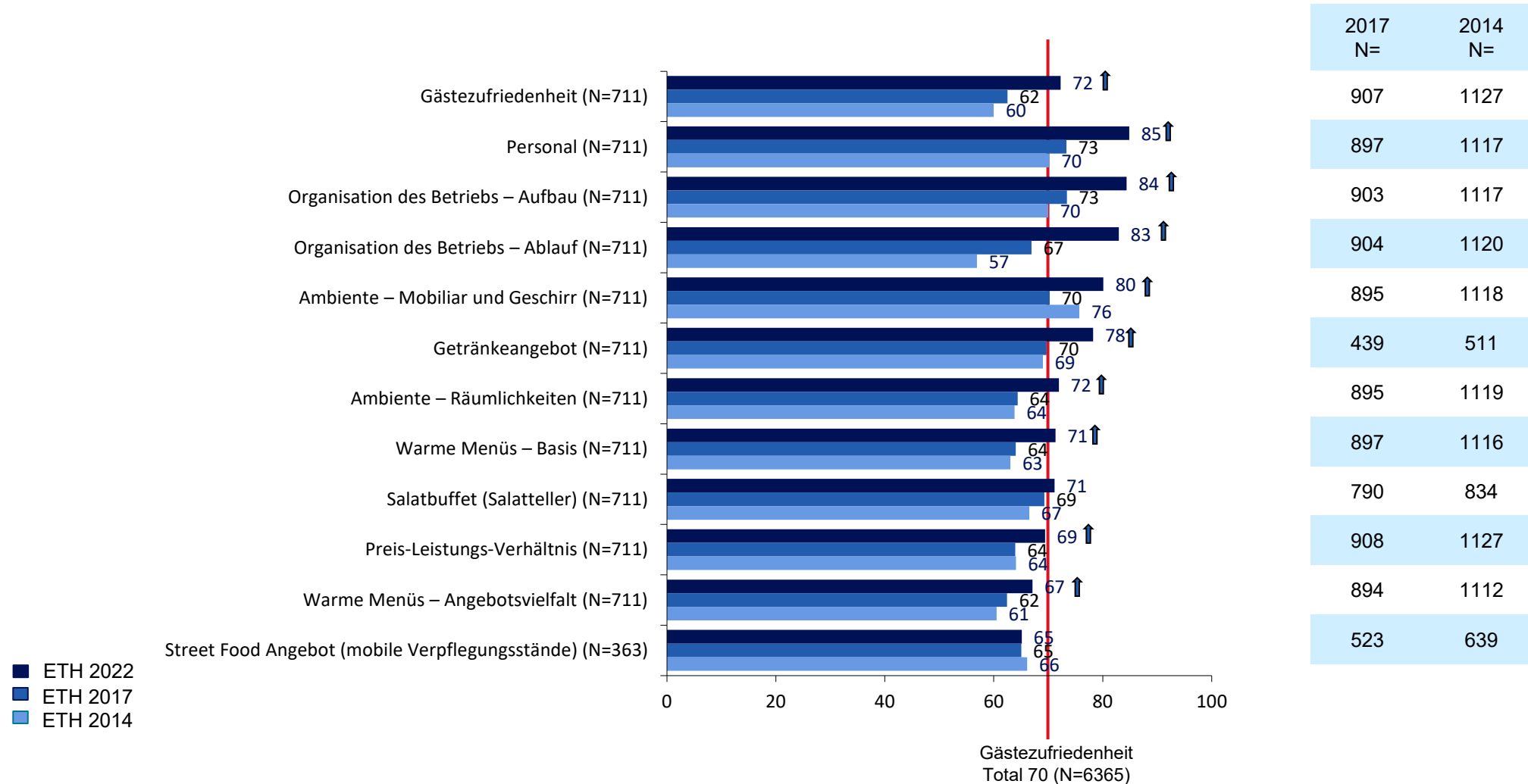
Kundenthemen «Salatbuffet (Salatteller)», «Ambiente – Mobiliar und Geschirr» und «Street Food Angebot (mobile Verpflegungsstände)»: Nicht direkt vergleichbar, da sich die Kundenthemen in 2014 teilweise aus anderen Kriterien zusammensetzten.

Bistro HPI – Gästeszufriedenheit nach Kundenthema



Kundenthemen «Salatbuffet (Salatteller)», «Ambiente – Mobiliar und Geschirr» und «Street Food Angebot (mobile Verpflegungsstände)»: Nicht direkt vergleichbar, da sich die Kundenthemen in 2014 teilweise aus anderen Kriterien zusammensetzten.
 ACHTUNG: Bei manchen Kundenthemen Basis sehr klein (N<30)

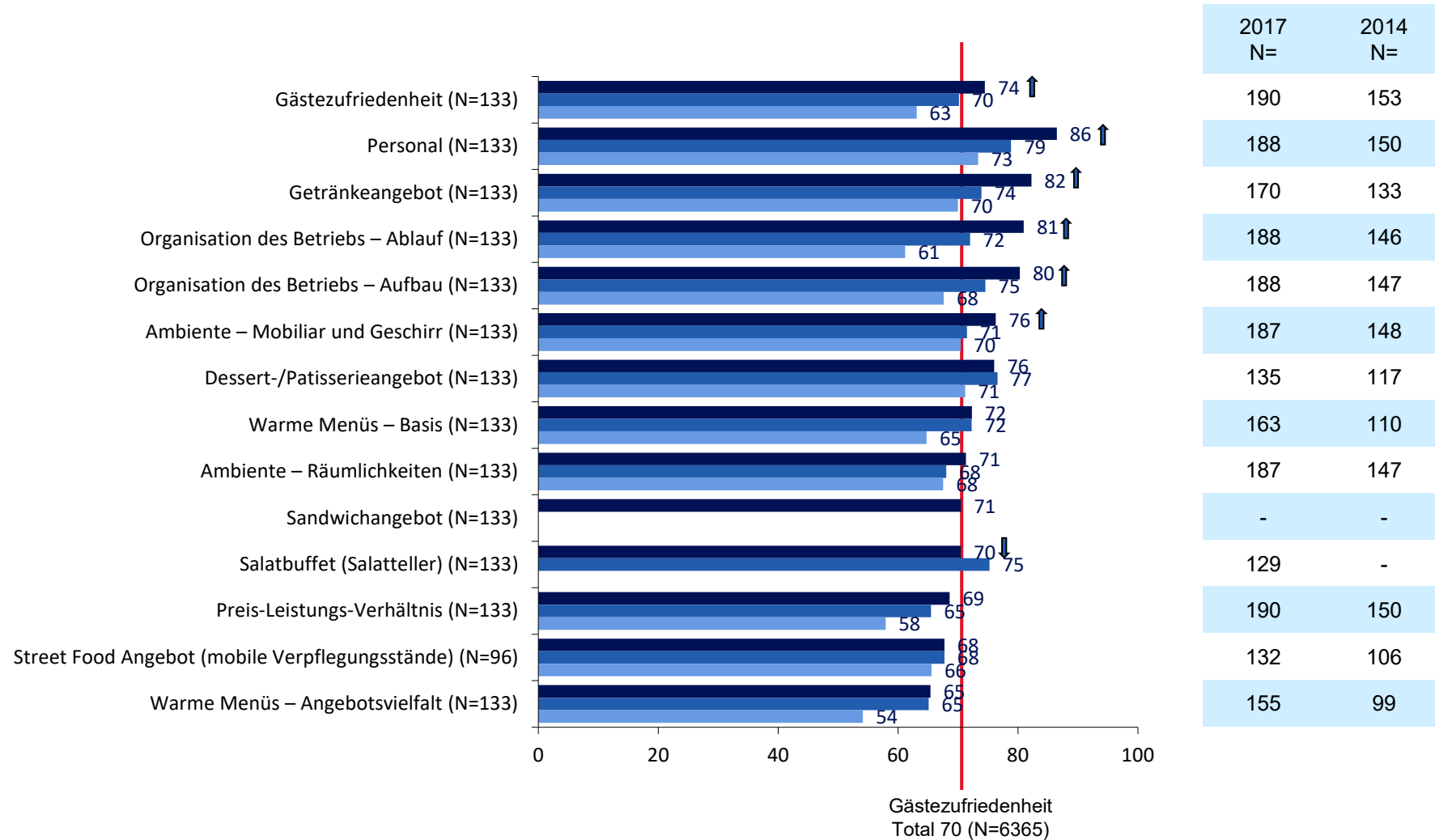
FUSION meal – Gästeszufriedenheit nach Kundenthema



2017 N=	2014 N=
907	1127
897	1117
903	1117
904	1120
895	1118
439	511
895	1119
897	1116
790	834
908	1127
894	1112
523	639

Kundenthemen «Salatbuffet (Salatteller)», «Ambiente – Mobiliar und Geschirr» und «Street Food Angebot (mobile Verpflegungsstände)»: Nicht direkt vergleichbar, da sich die Kundenthemen in 2014 teilweise aus anderen Kriterien zusammensetzten.

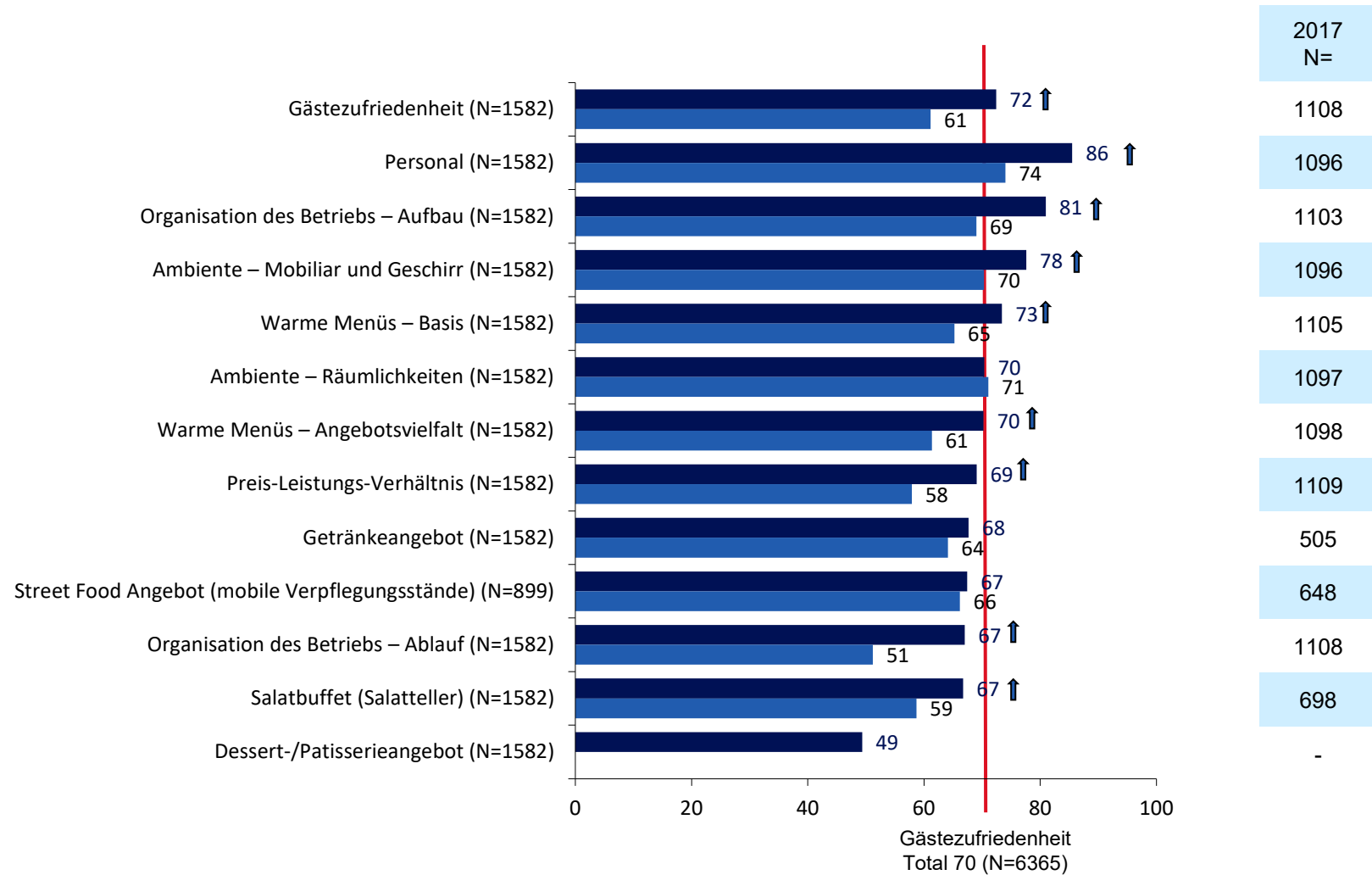
FUSION coffee – Gästezufriedenheit nach Kundenthema



2017 N=	2014 N=
190	153
188	150
170	133
188	146
188	147
187	148
135	117
163	110
187	147
-	-
129	-
190	150
132	106
155	99

Kundenthemen «Salatbuffet (Salatteller)», «Ambiente – Mobiliar und Geschirr» und «Street Food Angebot (mobile Verpflegungsstände)»: Nicht direkt vergleichbar, da sich die Kundenthemen in 2014 teilweise aus anderen Kriterien zusammensetzten.

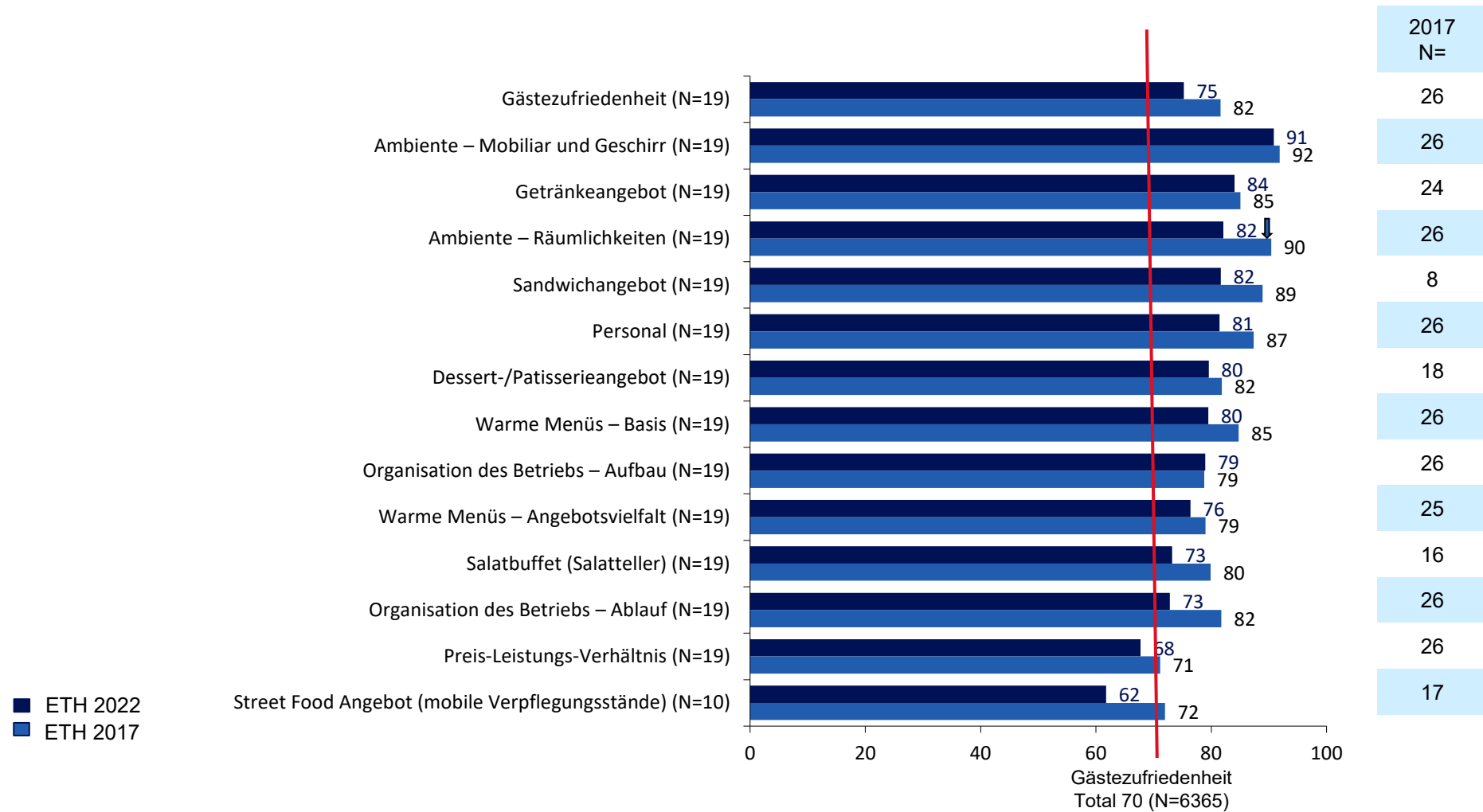
food market* – Gästezufriedenheit nach Kundenthema



■ ETH 2022
■ ETH 2017

* Neuer Gastronomiebetrieb in 2017

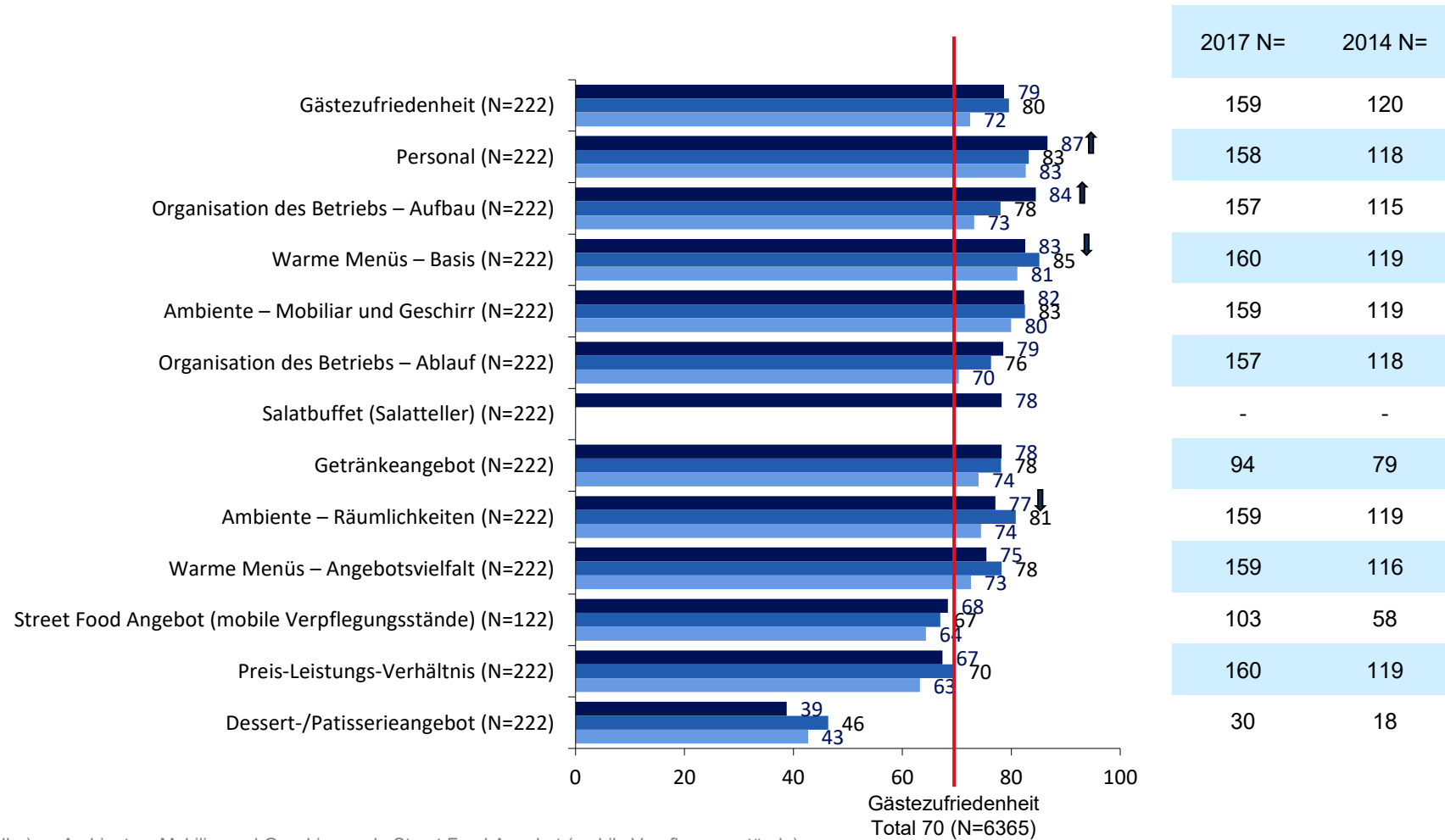
BELLAVISTA* – Gästezufriedenheit nach Kundenthema



* Neuer Gastronomiebetrieb in 2017

ACHTUNG: Bei manchen Kundenthemen Basis sehr klein (N<30)

Rice up!** – Gästeszufriedenheit nach Kundenthema



■ ETH 2022
■ ETH 2017
■ ETH 2014

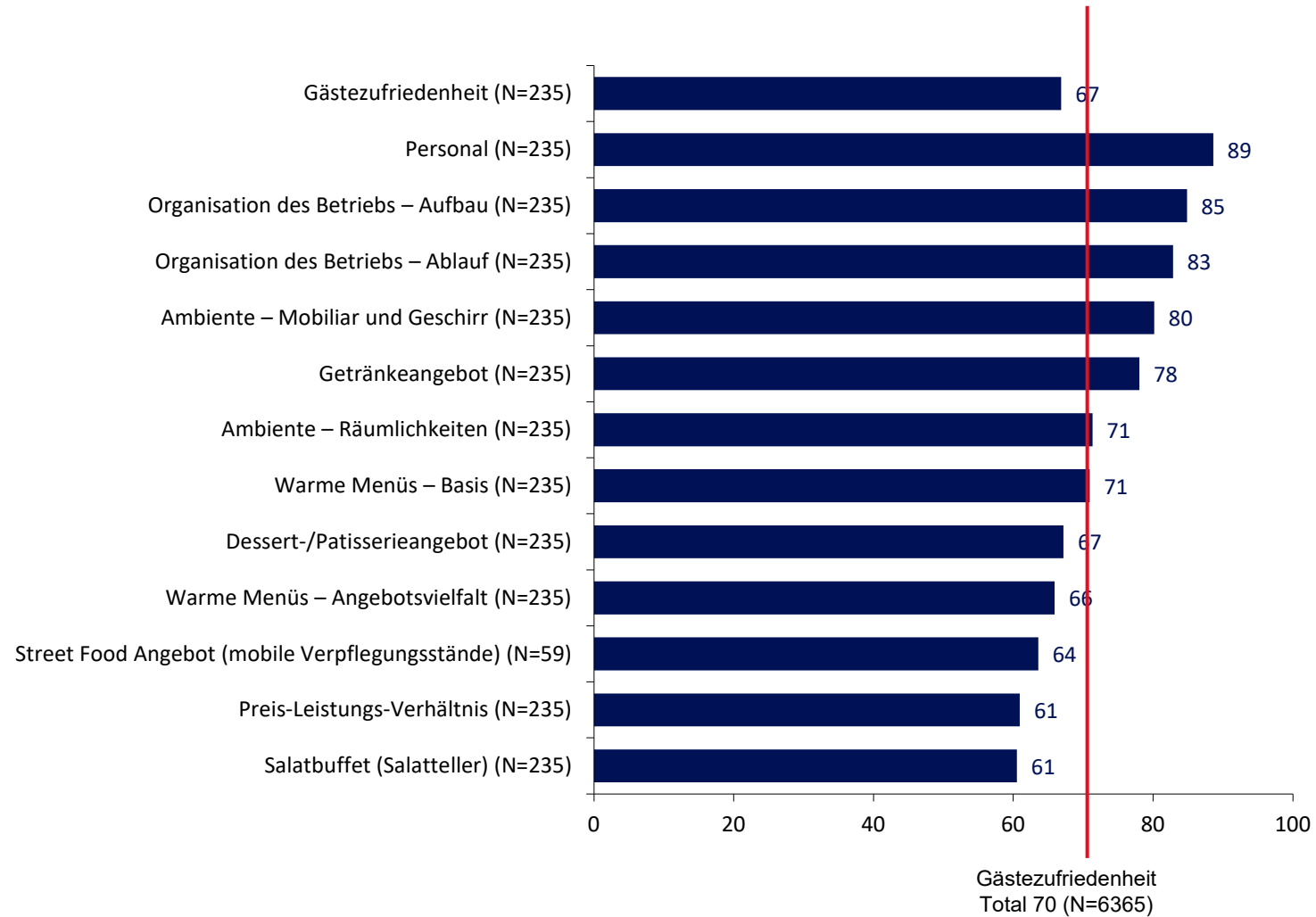
Kundenthemen «Salatbuffet (Salatteller)», «Ambiente – Mobiliar und Geschirr» und «Street Food Angebot (mobile Verpflegungsstände)»: Nicht direkt vergleichbar, da sich die Kundenthemen in 2014 teilweise aus anderen Kriterien zusammensetzten.

* Neuer Gastronomiebetrieb in 2022

ACHTUNG: Bei manchen Kundenthemen Basis sehr klein (N<30)

**Woka wurde ersetzt durch Rice up

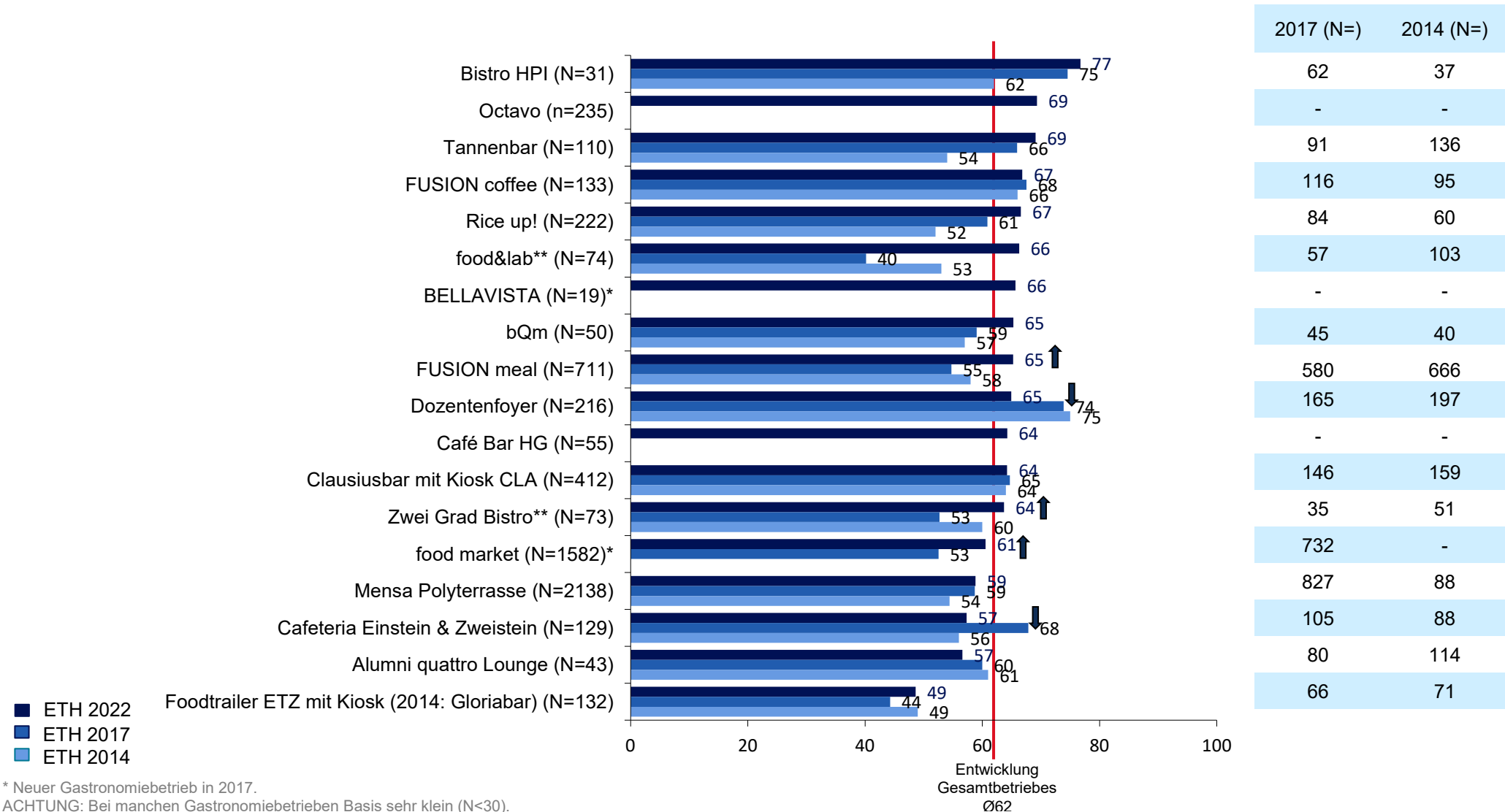
Octavo** – Gästezufriedenheit nach Kundenthema



* Neuer Gastronomiebetrieb in 2022

**Neu abgefragt per 2022

Entwicklung des Gesamtbetriebes Gastronomiebetriebe im Vergleich



* Neuer Gastronomiebetrieb in 2017.

ACHTUNG: Bei manchen Gastronomiebetrieben Basis sehr klein (N<30).

**Neuer Name per 2022