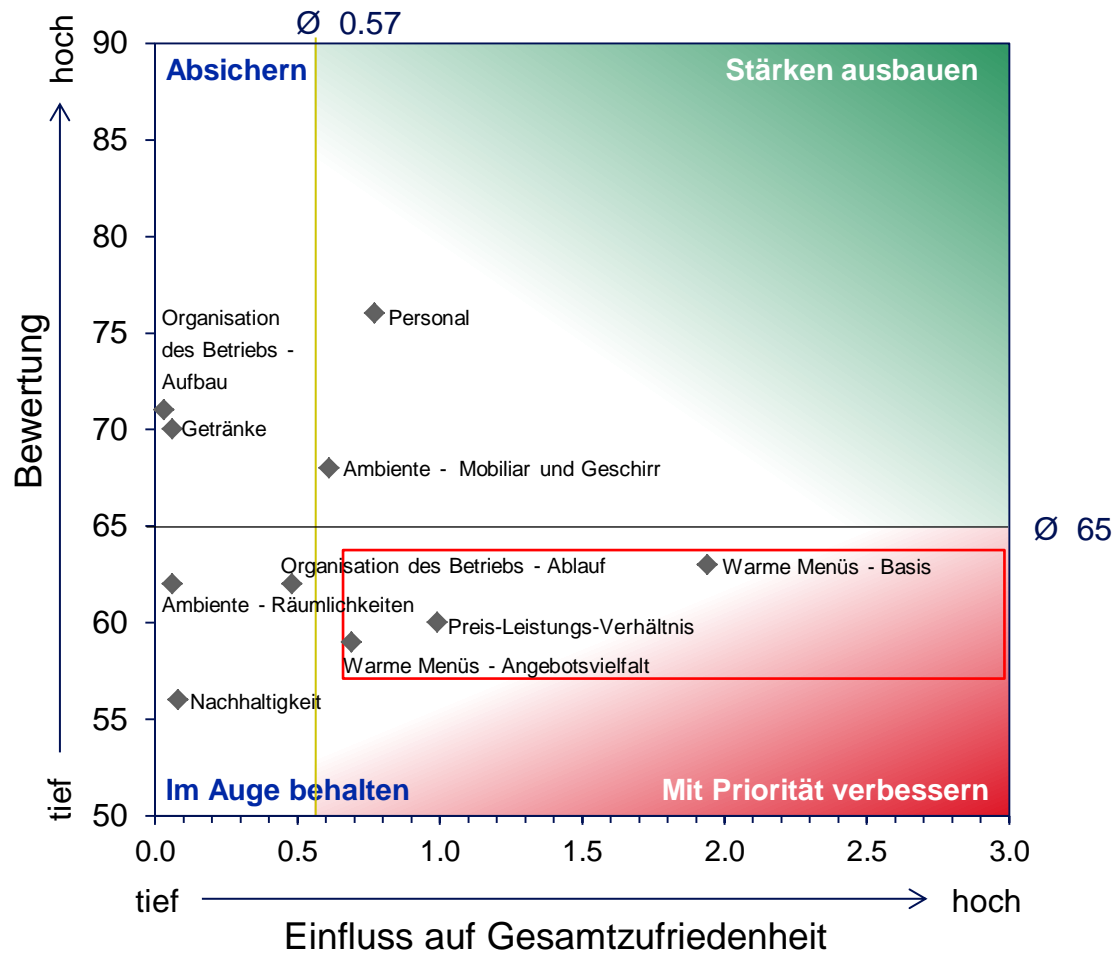


Resultate Gästeumfrage Gastronomie ETH Zürich, Zentrum 2012 - Massnahmen 2013



Wie ist das Handlungsportfolio zur Steigerung der Gäste-Zufriedenheit zu interpretieren ?



Handlungsportfolio als Instrument zur Priorisierung von Massnahmen

Jede Dimension zeichnet sich aus Gästesicht durch unterschiedliche Stärken u. Schwächen aus. Das Portfolio hilft bei der Entscheidung, auf welche Stärken u. Schwächen man sich bei der Erarbeitung von Massnahmen konzentrieren kann.

Stärken mit Priorität ausbauen

Neben den Schwächen sollte man sich insbesondere auf die identifizierten Stärken mit hohem Zusammenhang mit der Zufriedenheit konzentrieren.

Hauptfokus auf Schwächen mit hohem Zusammenhang

Dimensionen mit unterdurchschnittlicher Bewertung u. gleichzeitig hohem Zusammenhang mit der Zufriedenheit sind mit Priorität zu verbessern.

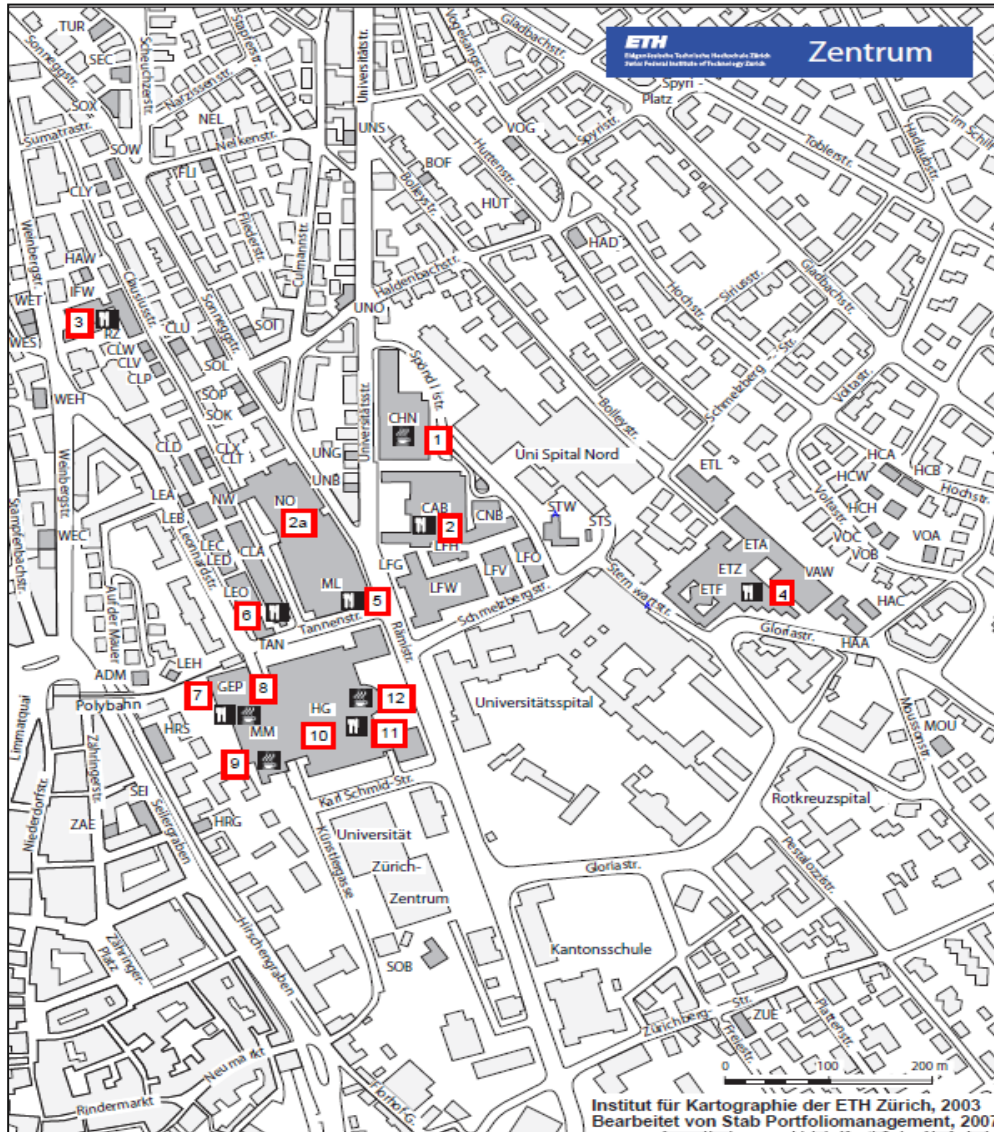
Lesebeispiel

Das Thema Warme Menüs - Basis hat einen überdurchschnittlich hohen Einfluss (1.94) auf die Zufriedenheit. Die Befragten bewerten diese Dimension mit durchschnittlich 63 Punkten (100er Skala).

Legende

- Durchschnittlicher Einfluss des Themas auf die Gesamtzufriedenheit
- | Durchschnittliche Bewertung des Themas

Beurteilte Gastronomiebetriebe mit Standort ETH Zürich, Zentrum

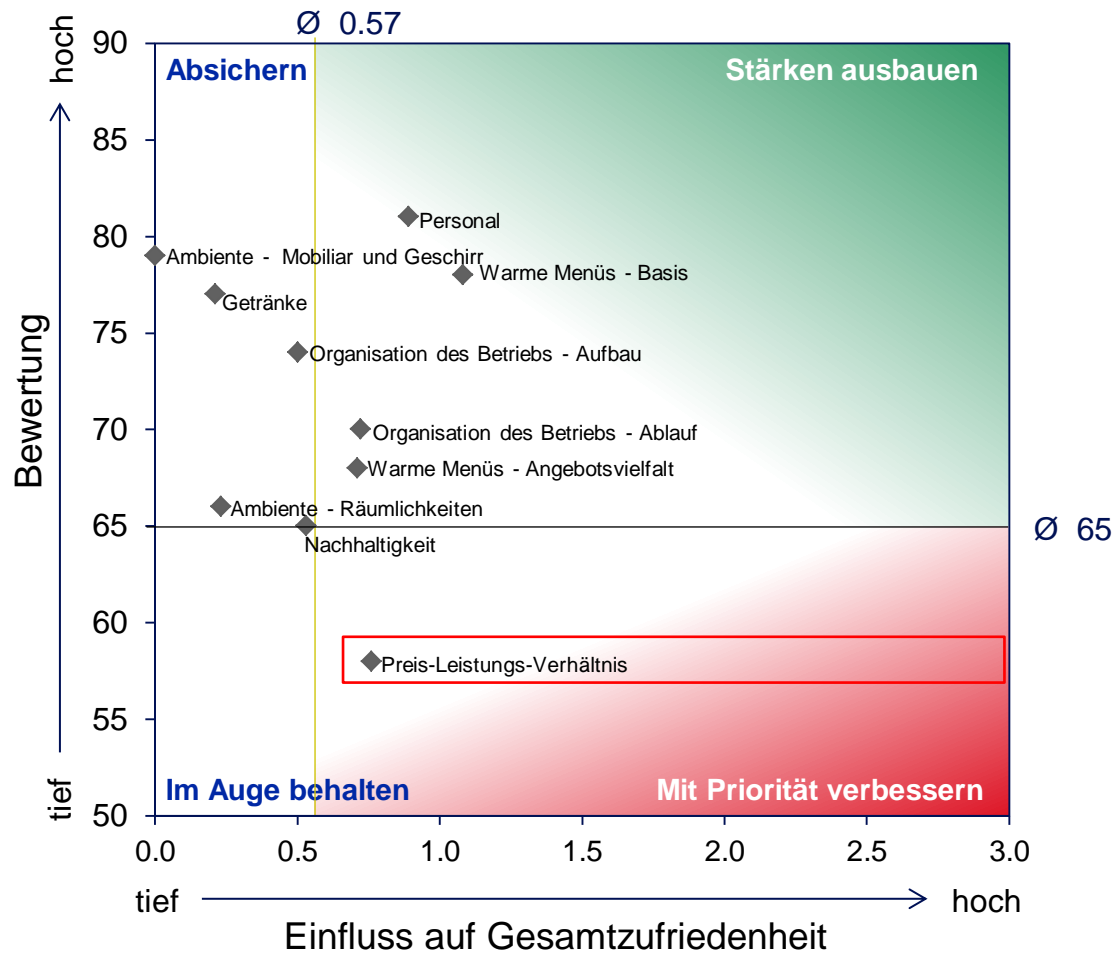


- 1) CHN Bistro (DSR)
- 2) foodlab CAB (DSR)
- 3) G-ESSbar IFW (SV)
- 4) Gloriabar ETZ (SV)
- 5) Tannenbar ML (SV)
- 6) Clausiusbar CLA (SV)
- 7) Mensa Polyterrasse MM (SV)
- 8) Einstein & Zweistein MM (SV)
- 9) bQm MM (SV)
- 10) Dozentenfoyer HG (SV)
- 11) Polysnack HG (SV)

- 2a) Kiosk NO, (DSR) z.Zt. inaktiv
- 12) Café Bar HG (SV), zu wenig Beurteilungen

Handlungsportfolio zur Steigerung der Gäste-Zufriedenheit

Caterer: DSR Betrieb: foodlab, CAB



Konkrete Massnahmen 2013

Breiteres Angebot mit 3 warmen Ausgabestellen „Daily Pasta“, „Pasta Choice“ und „Asia“, ermöglicht eine speditive Abwicklung und verkürzt Wartezeiten.
 Umsetzung Feb. 2013

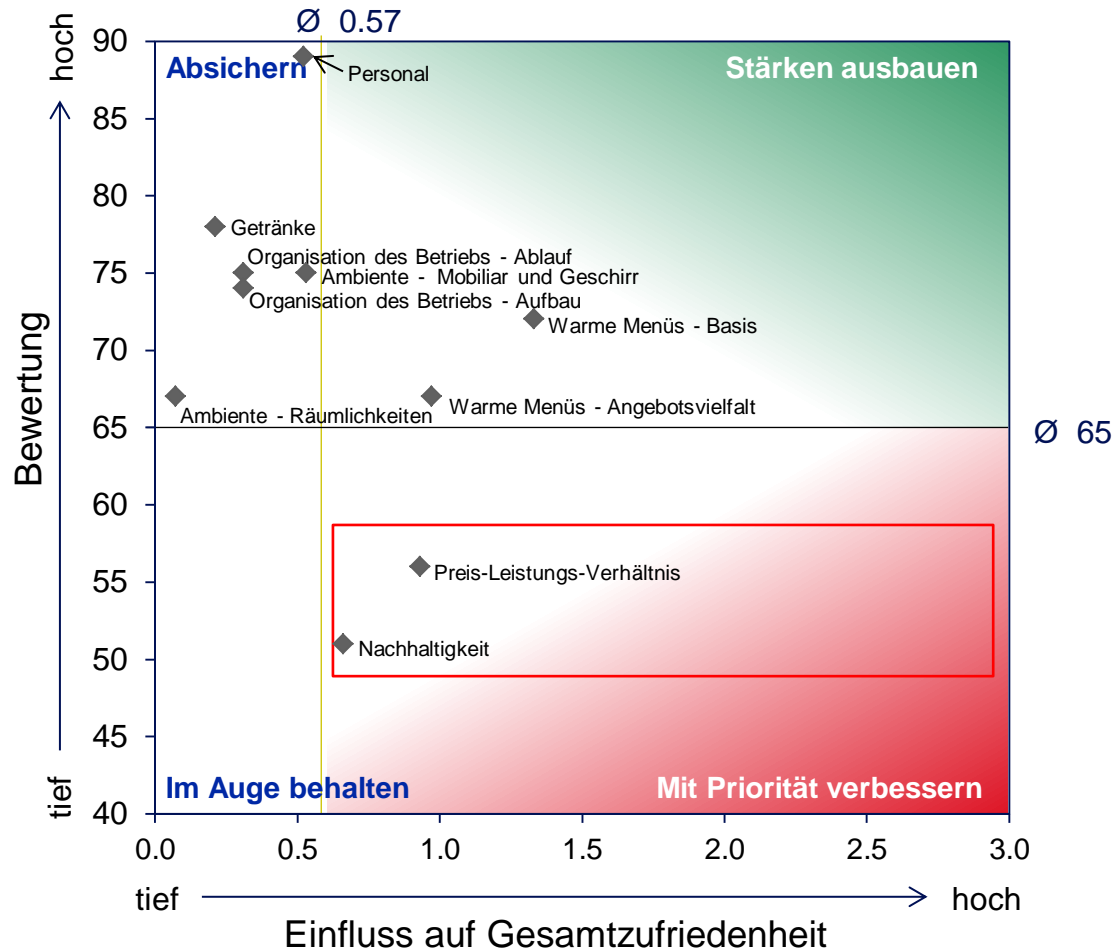
Wokgerichte à la Minute für Sie zubereitet. Wir verwenden Frischprodukte ohne Konservierungsstoffe.
 Umsetzung Feb. 2013

Take Away Angebot mit Salaten, Suppen und Pasta entsprechen dem Wunsch für schnelle Verpflegung.
 Umsetzung März 2013

Catering Angebot wird überarbeitet und wird mit vielen trendigen Angeboten ergänzt.
 Umsetzung April 2013

Handlungsportfolio zur Steigerung der Gäste-Zufriedenheit

Caterer: DSR Betrieb: CHN Bistro



Konkrete Massnahmen 2013

Ambiente

Stehisch als Stehbar, auf vielseitigen Gästewunsch realisiert.
Umsetzung per Feb. 2013

Kulinarische Massnahmen

Neue home made
Sandwichkreationen mit
abwechselnden Brotsorten.

Knusprige Hot Panini aus
hauseigener Produktion mit
abwechselnden Füllungen frisch für
Sie zubereitet.

Umsetzung per Feb. 2013

Ausbau des Take Away Angebotes
mit Salaten, Suppen und Pasta für die
schnelle Verpflegung.

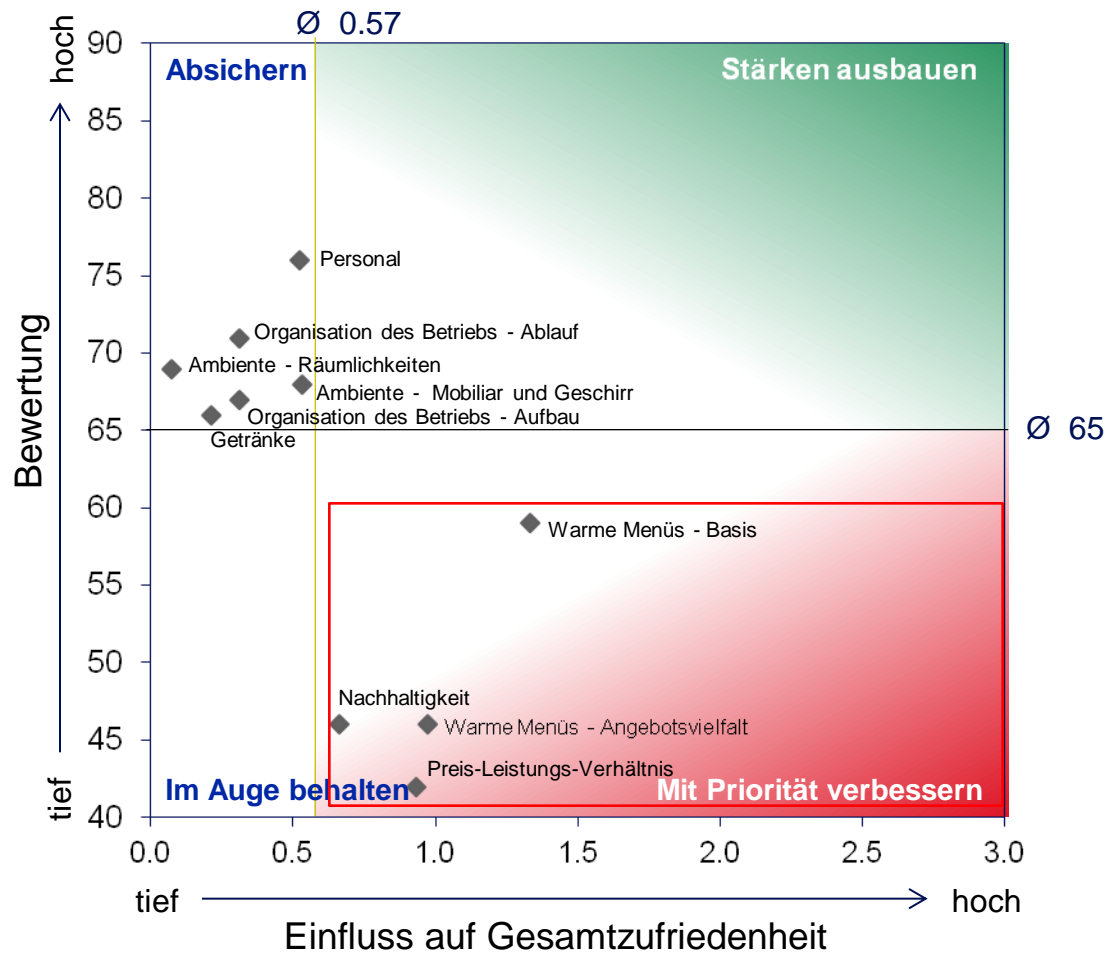
Umsetzung per Feb. 2013

Kaffeeautomat mit Milchspezialitäten
sorgt für ein attraktives Angebot auch
ausserhalb der Öffnungszeiten.
Umsetzung per Feb. 2013

Handlungsportfolio zur Steigerung der Gäste-Zufriedenheit

Caterer: SV Group

Betrieb: G-ESSbar, IFW



Konkrete Massnahmen 2013

Grösstenteils umgesetzt, wird laufend weiter angepasst:

Die G-ESSbar spezialisiert sich auf Bio- und regionale Produkte. Diese deklarieren wir transparent und klar auf den Menu Aushängen.

Die G-ESSbar erweitert ihr Angebot an hausgemachten Spezialitäten: z.B. mit hausgemachten Tarte-Variationen oder feinen Kuchen-Kreationen.

Die Umsetzung ist in Planung:

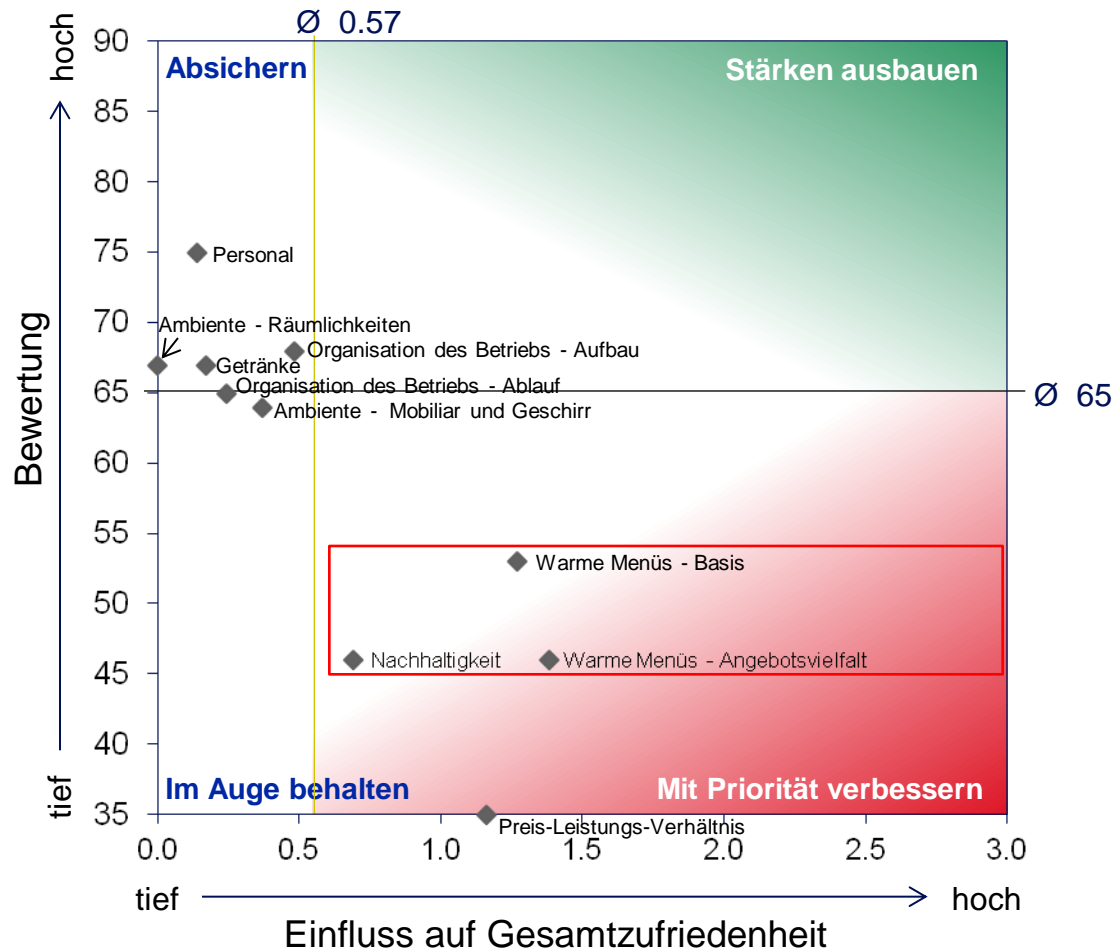
Die G-ESSbar überrascht mit kleinen Extras im Angebot für die Gäste: z.B. mit Salat-Toppings und mit frischgepressten Frucht- und Gemüsesäften.

Die SV Group verkauft Geflügel nur noch aus Schweizer und Europäischer Produktion.

Handlungsportfolio zur Steigerung der Gäste-Zufriedenheit

Caterer: SV Group

Betrieb: Gloriabar, ETZ



Konkrete Massnahmen 2013

Grösstenteils umgesetzt, wird laufend weiter angepasst:

Die Gloriabar überzeugt mit einem attraktiven und abwechslungsreichen Gemüsebuffet.

Die Gloriabar verbessert ihr Angebot im Salatbuffet und macht Frische für die Gäste spür- und erlebbar.

Die Umsetzung ist in Planung:

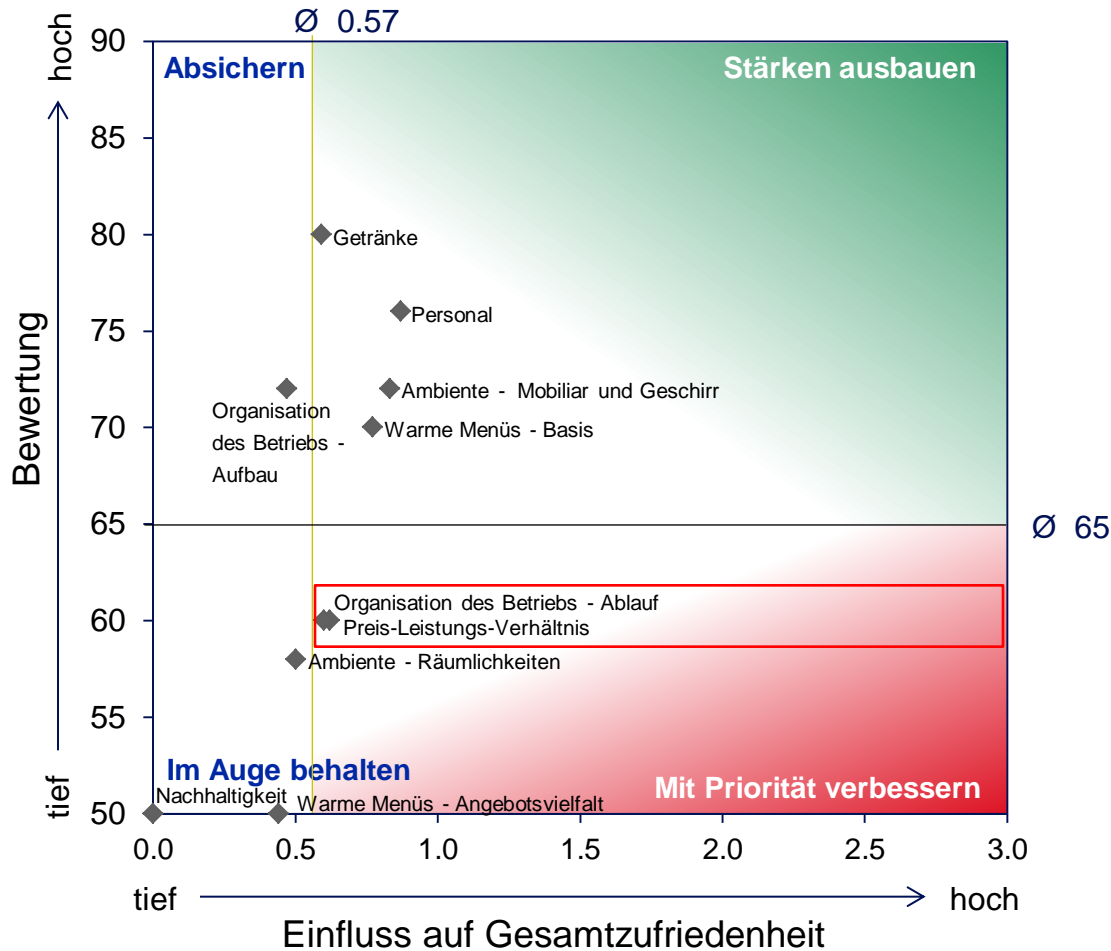
Die Gloriabar verbessert die Qualität der warmen Menüs spürbar. Dies mit einer konstanten Überprüfung der Produkte, einer gezielten Angebotsplanung sowie einer Anpassung des Warenkorbs.

Die SV Group verkauft Geflügel nur noch aus Schweizer und Europäischer Produktion.

Handlungsportfolio zur Steigerung der Gäste-Zufriedenheit

Caterer: SV Group

Betrieb: Tannenbar, ML



Konkrete Massnahmen 2013

Die Umsetzung ist in Planung:

Die Tannenbar optimiert ihre Arbeitsabläufe an der Front um die Gäste schneller zu bedienen. Für mehr Pause für die Gäste.

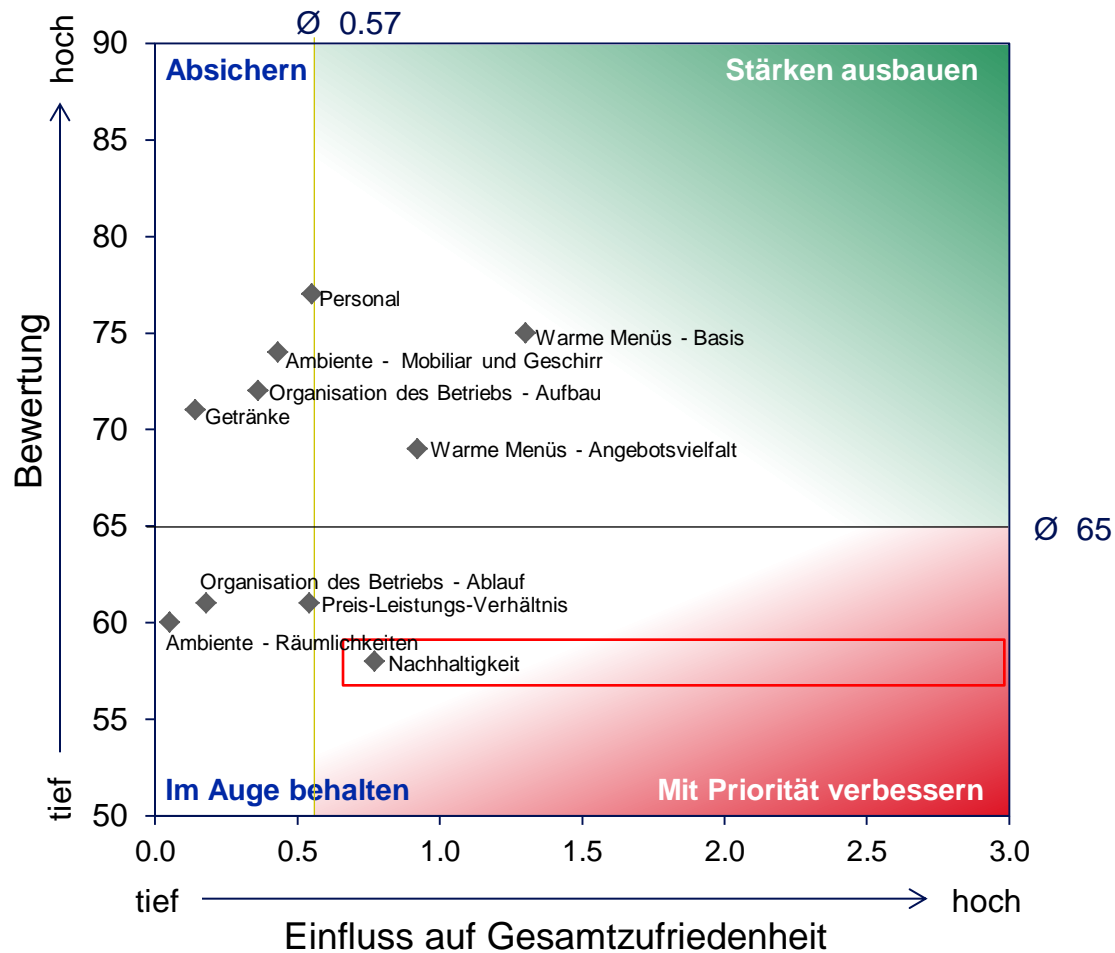
Die Tannenbar will sich neu erfinden. Wir konzipieren eine professionelle Kaffeebar, um für noch mehr Italianita zu stehen. Dieses Konzept möchten wir gerne **2014** umsetzen.

Die SV Group verkauft Geflügel nur noch aus Schweizer und Europäischer Produktion.

Handlungsportfolio zur Steigerung der Gäste-Zufriedenheit

Caterer: SV Group

Betrieb: Clausiusbar, CLA



Konkrete Massnahmen 2013

Grösstenteils umgesetzt, wird laufend weiter angepasst:

Die Clausiusbar verwendet ausschliesslich Fleisch aus Schweizer Produktion.

Die Clausiusbar steigert den Anteil von biologisch angebauten und nachhaltig produzierten Lebensmitteln im Menu Angebot. Dies wird transparent und klar auf den Menu Aushängen kommuniziert.

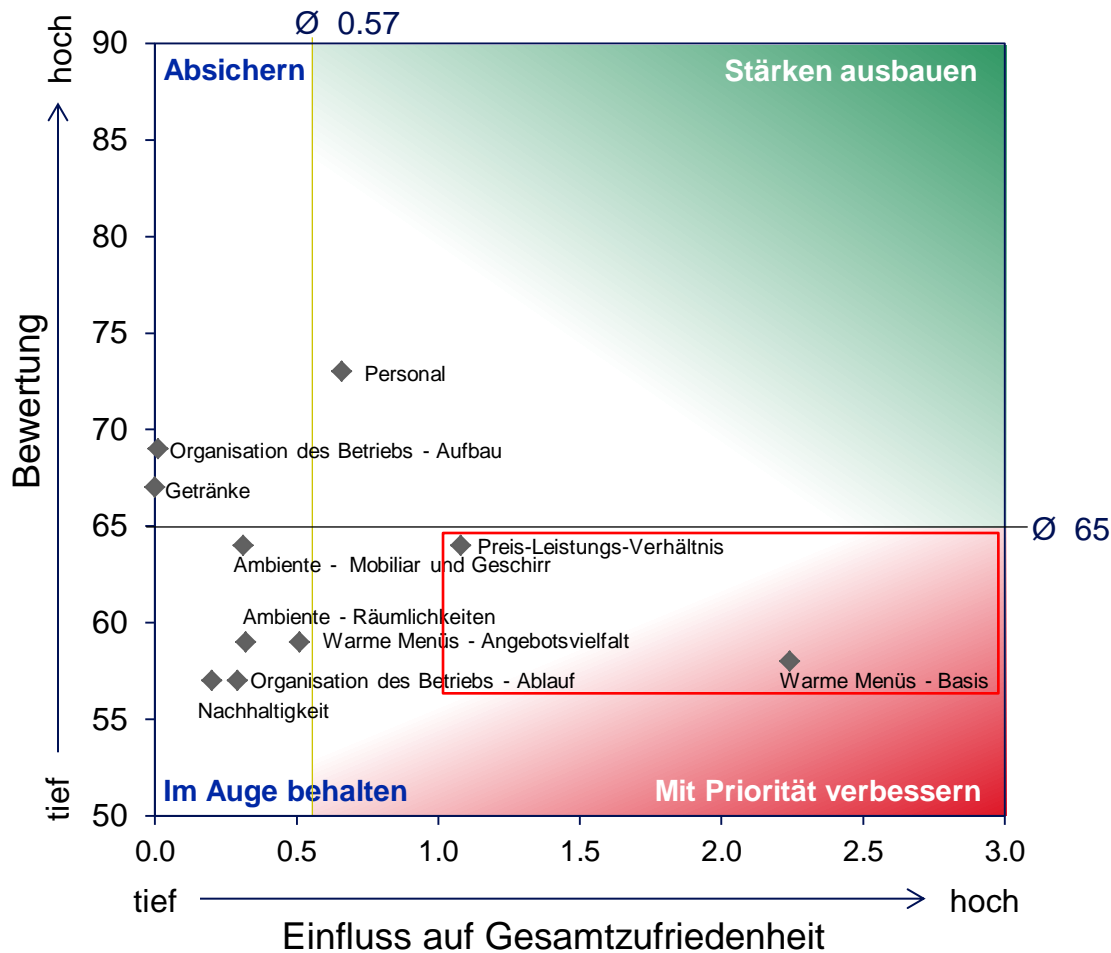
Die Umsetzung ist in Planung:

Die Clausiusbar passt das Ambiente noch mehr der asiatischen Kultur an und wird so noch authentischer.

Handlungsportfolio zur Steigerung der Gäste-Zufriedenheit

Caterer: SV Group

Betrieb: Mensa Polyterrasse, MM



Konkrete Massnahmen 2013

Grösstenteils umgesetzt, wird laufend weiter angepasst:

Die Mensa Polyterrasse überzeugt mit einem neuen, grosszügigen Salatbuffet für mehr Frische, mehr Auswahl und einfacherer Bedienung für den Gast.

Die Umsetzung ist in Planung:

Die Mensa Polyterrasse verbessert die Qualität bei den warmen Menu Angeboten: vor allem mit neuen und spannenderen Vegi-Kreationen.

Zusammen mit Vertretern der Gastronomiekommision wird das Konzept der warmen Menus grundsätzlich überarbeitet.

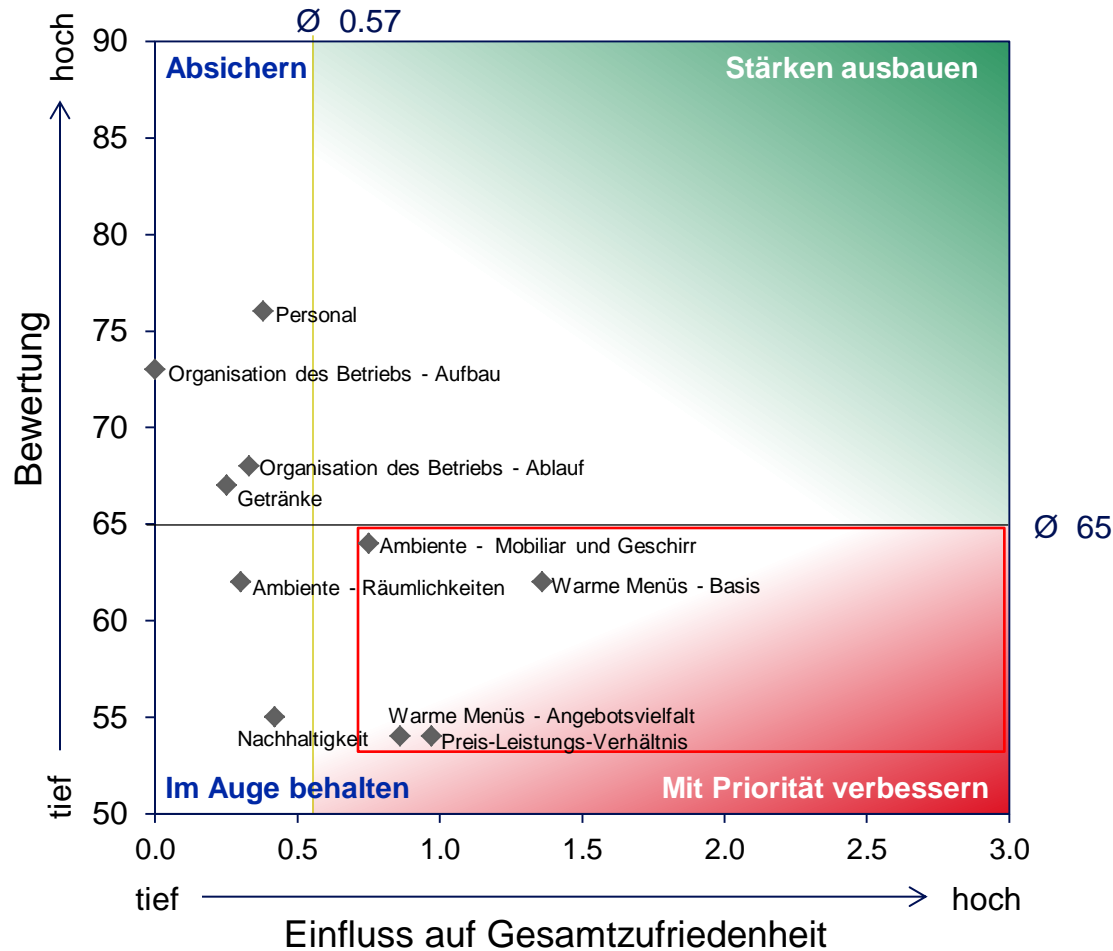
Die Mensa Polyterrasse optimiert die betrieblichen Abläufe und macht den Weg zur Mittagspause für die Gäste schneller, einfacher und unkomplizierter.

Die SV Group verkauft Geflügel nur noch aus Schweizer und Europäischer Produktion.

Handlungsportfolio zur Steigerung der Gäste-Zufriedenheit

Caterer: SV Group

Betrieb: Cafeteria Einstein&Zweistein, MM



Konkrete Massnahmen 2013

Bereits umgesetzt:

Die Cafeteria Einstein&Zweistein kauft eine neue Kaffeemaschine für besseren und hochwertigeren Kaffeegenuss.

Die Umsetzung ist in Planung:

Die Cafeteria Einstein&Zweistein verbessert die Qualität der Sandwiches: für mehr Abwechslung, mehr Frische und bessere Auswahl.

Die Cafeteria Einstein&Zweistein konzipiert eine eigene Paninoteca: für den warmen und kalten Zwischenhunger.

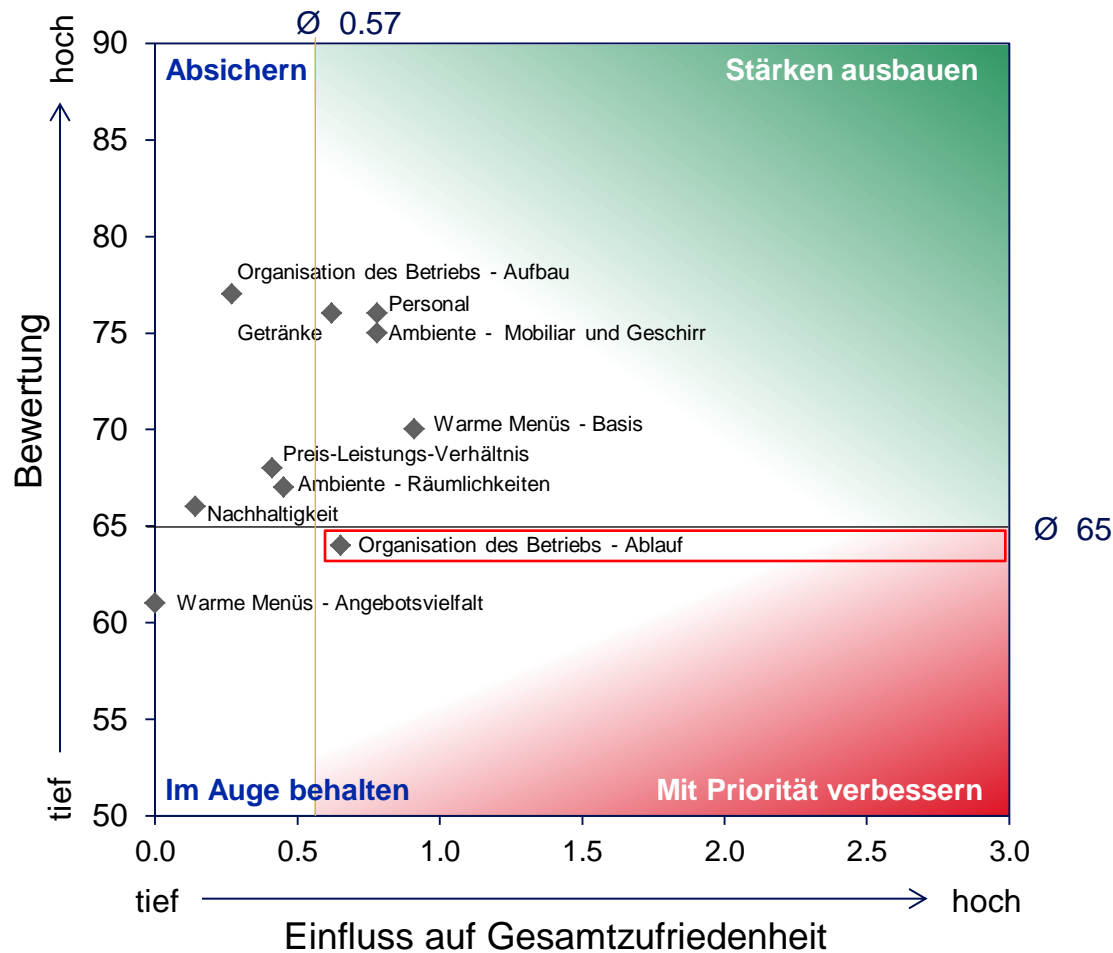
Die Cafeteria Einstein/Zweistein setzt mehr auf regionale und saisonale Snack-Highlights.

Die SV Group verkauft Geflügel nur noch aus Schweizer und Europäischer Produktion.

Handlungsportfolio zur Steigerung der Gäste-Zufriedenheit

Caterer: SV Group

Betrieb: bQm kultur café & bar, MM



Konkrete Massnahmen 2013

Die Umsetzung ist in Planung:

Das bQm organisiert einen zusätzlichen mobilen Bierausschank, um die Gäste schneller zu bedienen.

Das bQm plant einen «Big Tank»: ein zentrales Kühllager direkt im Lager des bQm. Funktioniert der Nachschub schneller, funktioniert auch die Bedienung der Gäste besser.

Das bQm erneuert die Möblierung der Bühne.

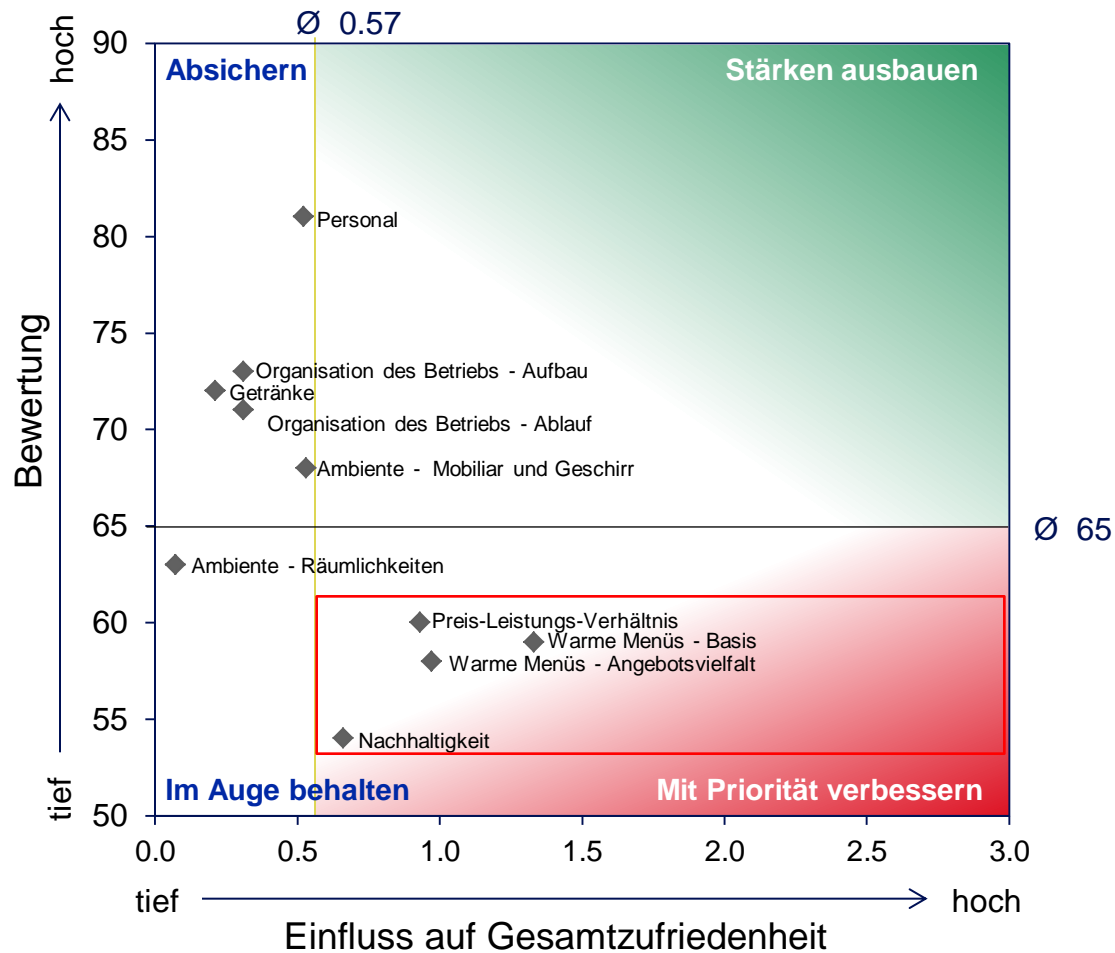
Das bQm frischt den Eingangsbereich optisch auf.

Die SV Group verkauft Geflügel nur noch aus Schweizer und Europäischer Produktion.

Handlungsportfolio zur Steigerung der Gäste-Zufriedenheit

Caterer: SV Group

Betrieb: Dozentenfoyer, HG



Konkrete Massnahmen 2013

Grösstenteils umgesetzt, wird laufend weiter angepasst:

Das Dozentenfoyer verwendet hochwertigere Zutaten für mehr Qualität und Nachhaltigkeit.

Das Dozentenfoyer kauft saisonaler und regionaler ein. Dies wird klar und transparent auf den Menu Aushängen kommuniziert.

Im Dozentenfoyer spürt man die Frische: beim Ambiente, im Buffet aber vor allem auf dem Teller.

Die SV Group verkauft Geflügel nur noch aus Schweizer und Europäischer Produktion.

Neueröffnung Anfang September 2013

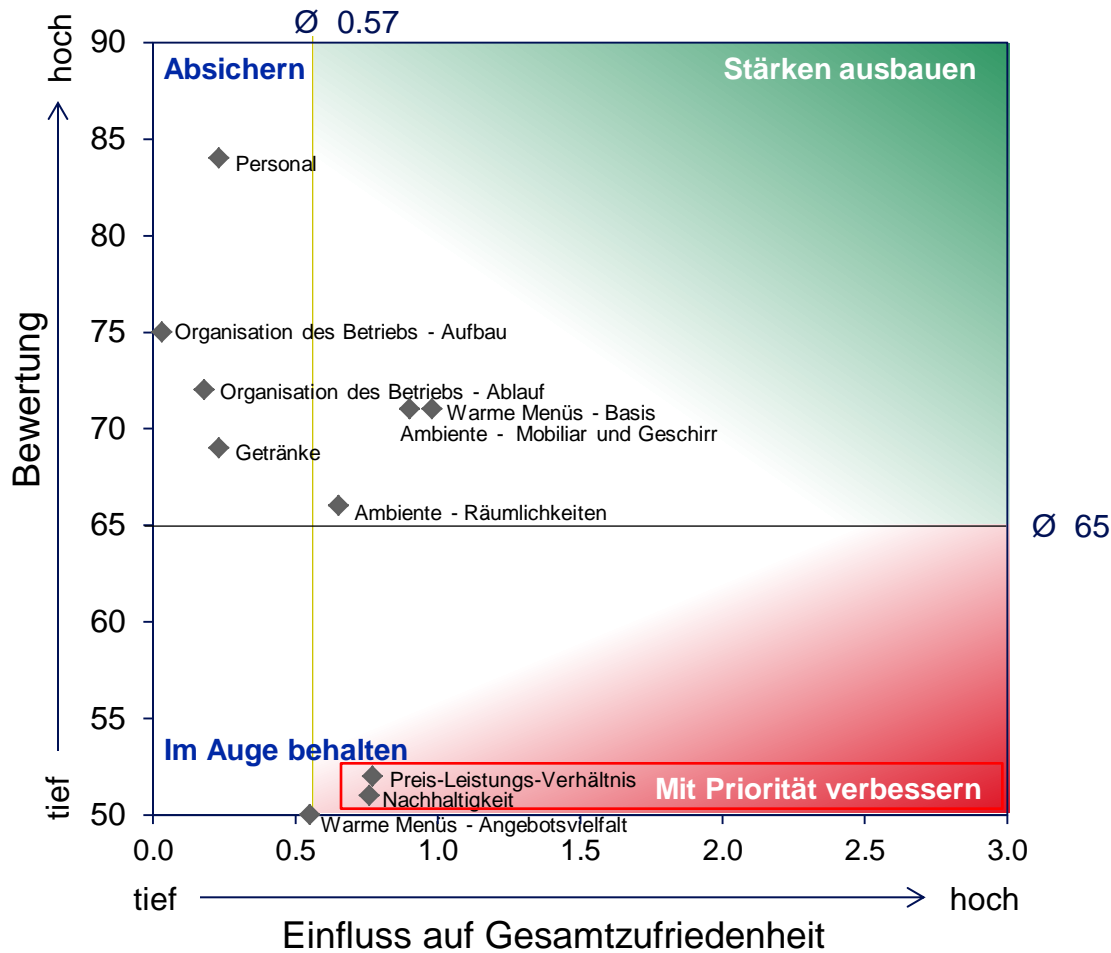
Das Angebotskonzept über Mittag wird neu gestaltet.

Das neue Catering-Angebot wird im 4. Quartal 2013 lanciert.

Handlungsportfolio zur Steigerung der Gäste-Zufriedenheit

Caterer: SV Group

Betrieb: Polysnack, HG



Konkrete Massnahmen 2013

Die Umsetzung ist in Planung:

Der Polysnack baut sein Pizza und Pasta-Angebot mit hochwertigeren Vegi-Varianten aus.

Der Polysnack kauft zwei neue Kaffeemaschinen für besseren und hochwertigeren Kaffeegenuss.

Der Polysnack kauft regionaler und saisonaler ein. Der Gast erkennt dies an den jeweiligen Menu Aushängen.

Die SV Group verkauft Geflügel nur noch aus Schweizer und Europäischer Produktion.

**Neueröffnung
Montag, 3. Juni 2013**

Nach dem Umbau im Buffetbereich wird neu zusätzlich zu den jetzigen Pizza e Pasta-Stationen ein Salatkonzept angeboten. Ebenfalls wird im Bereich Sandwiches und Kuchen-Buffet die Auswahl vergrößert.

Dank des Umbaus verbessert sich der Gästefluss erheblich.