

Veganuary Angebot 2026 – Interne Auswertung der begleitenden Umfrage zur Aktion

1. Überschrift

Zur Erfassung der tatsächlichen Nachfrage und dem aktuellen Stimmungsbild nach einem rein veganen Angebot in der Mensa wurde das Speiseangebot an vier Donnerstagen im Januar 2026 vollständig vegan gestaltet. Hintergrund war eine Petition des studentisch geführten Green Office der Universität Konstanz, das ein stärker pflanzenbasiertes Mensaangebot forderte. Begleitend hat die Nachhaltigkeitswoche vom 26. bis zum 30. Januar 2026 stattgefunden.

Zur besseren Einschätzung der Nachfrage wurden sowohl die Verkaufszahlen im Vergleich der letzten Monate ausgewertet, als auch eine begleitende Umfrage durchgeführt. Die Umfrage wurde durch das Green Office und direkt an den entsprechenden Tagen in der Mensa beworben. Dabei ist das Green Office direkt auf die Kund*innen zugegangen, um ein möglichst repräsentatives Stimmungsbild zu erhalten und Erfahrung im Umgang mit Befragungen im Kontext von Mensaaktionstagen zu sammeln.

Die Umfrage fand im Zeitraum vom 05. Januar bis 07. Februar 2026 statt und wurde von insgesamt 1.158 Personen vollständig beantwortet, darunter Studierende und Mitarbeitende der Universität Konstanz. Bei einer Anzahl von rund 10.000 Studierenden und 2.300 Mitarbeitern entspricht dies einer Beteiligung von etwa 9,4%.

Qualitative Angaben wurden zu den Fragen „Warum war dieses Gericht dein Highlight?“ von 514 (44,39%) und zu „Was gefällt dir an pflanzenbasierten Gerichten besonders?“ von 619 (53,45%) Personen der Teilgruppe ausgefüllt.

2. Methodik

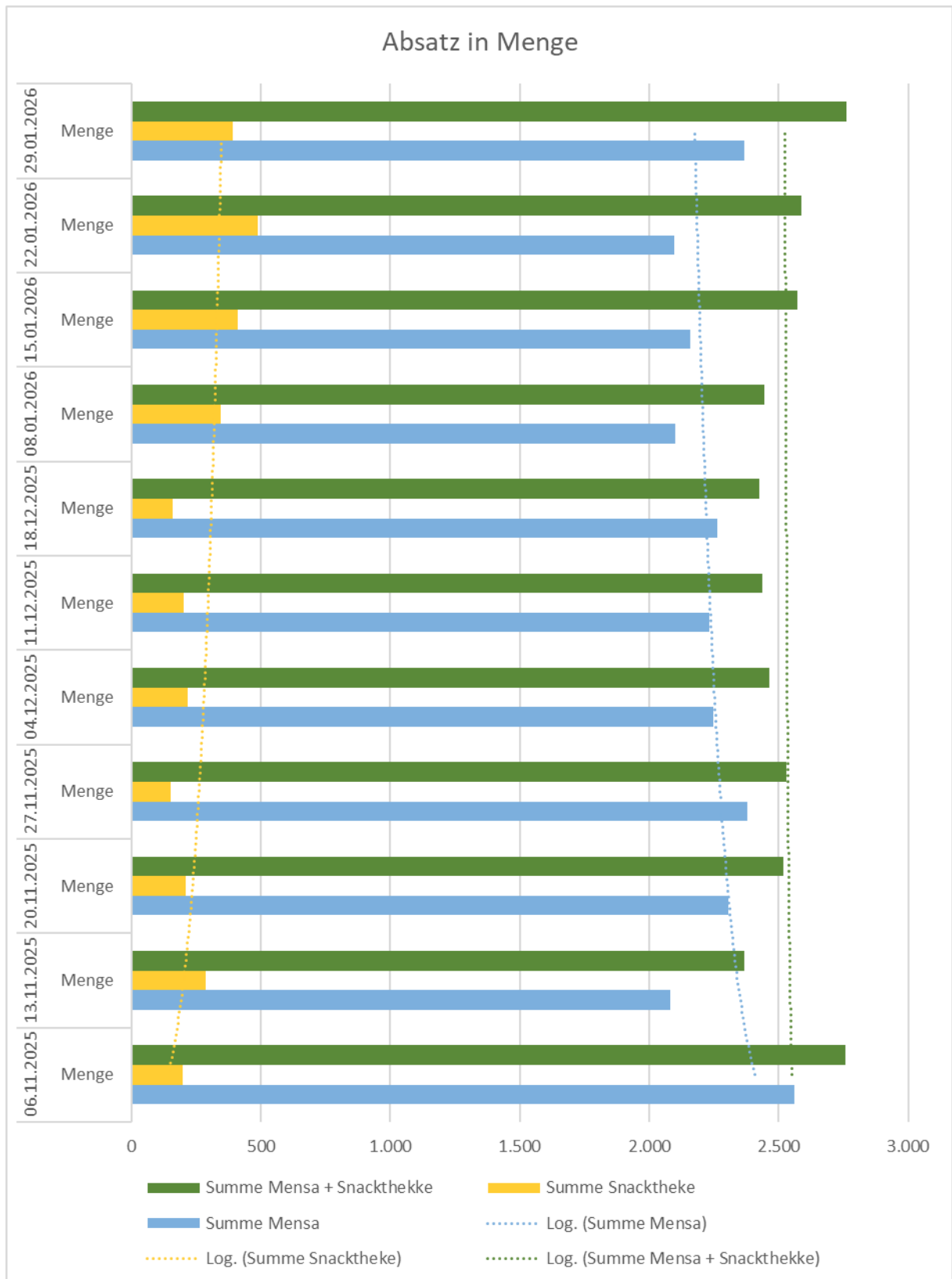
Die Umfrage wurde bewusst als Kombination aus quantitativen und qualitativen Fragen gestaltet und durch die Auswertungen der Verkaufszahlen ergänzt.

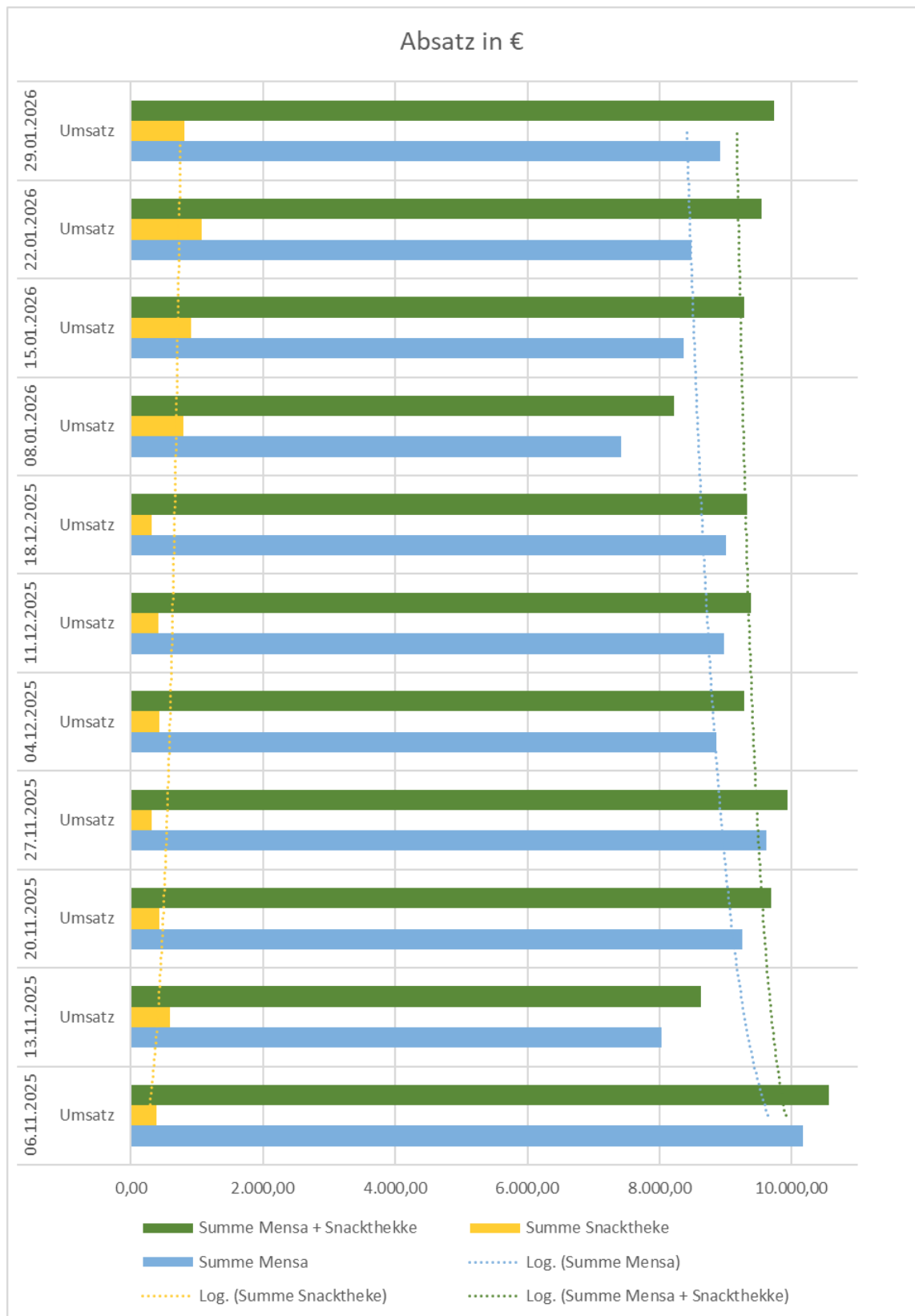
Quantitative Fragen liefern objektive Kennzahlen über Vorlieben und Teilhabe, qualitative Fragen erfassen indessen individuelle Meinungen und Argumente. Die Verkaufszahlen schließlich spiegeln das tatsächlich Verhalten im Tagesgeschäft wider.

Vorrangig sollte so in der Kürze der Aktion ein möglichst breites und realistisches Stimmungsbild ermittelt werden. Die methodische Kombination soll dazu dienen, statistisch belastbare Ergebnisse als auch praxisnahe Erkenntnisse zu liefern und die Grundlage für ein Gästeorientiertes Angebot zu schaffen.

3. Ergebnis

a. Auswertung Verkaufszahlen

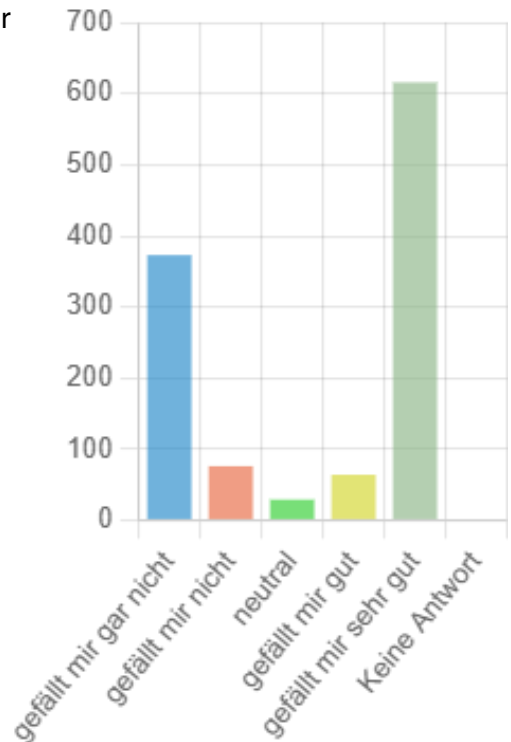




b. Auswertung Quantitative Umfrage

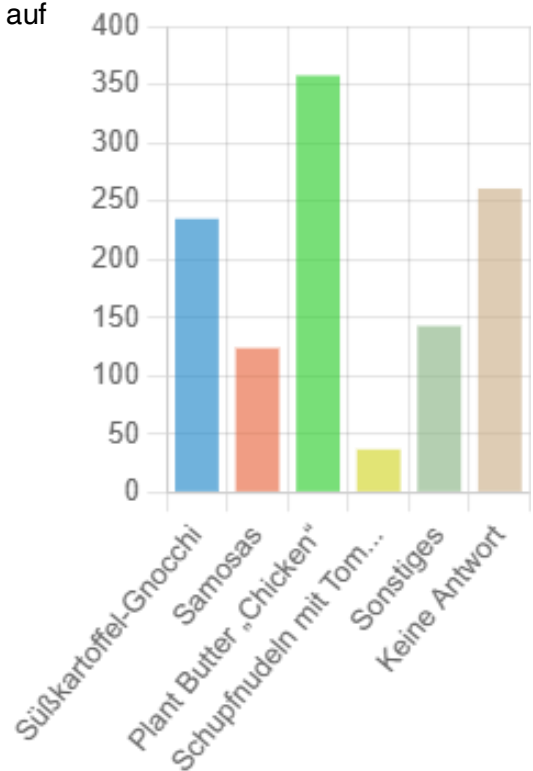
„Wie gefällt dir die Idee, im Rahmen des Veganuary an vier Donnerstagen ein rein pflanzliches Mensaangebot anzubieten?“

Antwort	Anzahl	Prozent
gefällt mir gar nicht	373	32,21%
gefällt mir nicht	76	6,56%
neutral	29	2,50%
gefällt mir gut	64	5,53%
gefällt mir sehr gut	616	53,20%
Keine Antwort	0	0,00%



„Welches der Gerichte an den vier Donnerstagen kommt auf deinen Lieblingsteller?“

Antwort	Anzahl	Prozent
Süßkartoffel-Gnocchi	235	20,29%
Samosas	124	10,71%
Plant Butter „Chicken“	358	30,92%
Schupfnudeln mit Tomatensugo	37	3,20%
Sonstiges	143	12,35%
Keine Antwort	261	22,54%



c. Auswertung Quantitative Umfrage

Die positiven Nennungen konzentrieren sich klar auf folgende Punkte:

1. Klimaschutz und Umweltfreundlichkeit, 2. kein Tierleid, guter Geschmack, 3. Abwechslung und Gesundheit.

Dennoch gibt es eine relevante Menge an Nennungen, die den pflanzenbasierten Gerichten nichts bis kaum etwas Positives abgewinnen können.

Zusammenfassung Warum war dieses Gericht dein Highlight?

Antworten = 514 = 44,39 %

Keine Antworten = 644 = 55,61

Zusammenfassung „Was gefällt dir an pflanzenbasierten Gerichten besonders?“

Antworten = 619 = 53,45 %

Keine Antworten 539 = 46,55 %

Unter den Inhaltlichen Antworten dominieren einige wiederkehrende Themen:

i. Umwelt und Klimaschutz

Sehr häufig genannt – oft direkt als Hauptargument.

Pflanzliche Gerichte werden stark mit Nachhaltigkeit verbunden.

Freitexteingaben aus der Umfrage (Auswahl):

- ☐ „Klimafreundlichkeit, weniger Tierleid und vieles schmeckt auch besser.“
- ☐ „Klimafreundlich, tierfreundlich, gesund.“
- ☐ „Große Auswahl, klimafreundlicher, gesünder, eigentlich auch günstiger, lecker.“

ii. Kein Tierleid/Tierwohl

Eines der meistgenannten Motive.

Moralisch-ethnische Gründe spielen eine große Rolle.

Freitexteingaben aus der Umfrage (Auswahl):

- ☐ „Kein Tierleid“
- ☐ „Dass sie besser für Tier und Umwelt sind“
- ☐ „Dass ich dadurch keine Tierausbeutung unterstütze.“

iii. Geschmack

Viele betonen, dass vegane Gerichte einfach gut schmecken.

Nicht nur „Verzicht“, sondern echter Genuss.

Freitexteingaben aus der Umfrage (Auswahl):

- ☐ „Lecker und nachhaltig!“
- ☐ „Vielfältig, lecker und man probiert Neues aus.“
- ☐ „– gesünder, umweltfreundlicher, ohne Tierleid, lecker“

iv. Abwechslungsreich und gesund

Pflanzliche Gerichte werden als vielseitiger wahrgenommen.

Freitexteingaben aus der Umfrage (Auswahl):

- ☐ „Sind kreativer als Fleischgerichte ... viele verschiedene Gewürze und Abwechslung.“
- ☐ „Nachhaltigkeit, Abwechslung, gesündere Ernährung.“
- ☐ „Klimafreundlich, tierfreundlich, gesund“

4. Interpretation

Die Ergebnisse der quantitativen Umfrage zeigen insgesamt eine überwiegend positive Haltung gegenüber dem rein pflanzlichen Mensaangebot im Rahmen des Veganuary. Mit 58,7 % der Befragten, die das Angebot mit „gefällt mir gut“ oder „gefällt mir sehr gut“ bewerten, liegt die Zustimmung signifikant über der Ablehnung. Der sehr hohe Anteil der stärksten Zugstimmungskategorie („gefällt mir sehr gut“: 53,2 %) deutet auf eine klare Befürwortung innerhalb eines großen Teils der Teilnehmenden hin und spricht für eine hohe Akzeptanz bei einer relevanten Kund*innengruppe.

Gleichzeitig ist die Ablehnungsquote von rund 38,8 % (gefällt mir gar nicht / gefällt mir nicht) nicht zu vernachlässigen. Diese Gruppe signalisiert, dass ein vollständig veganes Angebot für einen Teil der Gäste mit Vorbehalten verbunden ist. Die vergleichsweise geringe Neutralitätsrate (2,5%) spricht dafür, dass das Thema emotionalisiert und stark polarisiert.

Die Auswertung der Lieblingsgerichte zeigt, dass insbesondere bekannte oder umgangssprachlich als „klassisch“ bezeichnete Gerichte mit pflanzlicher Alternative (z. B. Plant Butter „Chicken“) eine hohe Zustimmung erfahren. Dies legt nahe, dass Wiedererkennbarkeit und Nähe zu bekannten Geschmacksprofilen einen entscheidenden Einfluss auf die Akzeptanz pflanzen basierter Gerichte haben. Die relativ hohe Quote an „Sonstiges“ sowie fehlenden Antworten kann darauf hindeuten, dass nicht alle Teilnehmenden ein eindeutiges Highlight haben oder mehrere Gerichte als gleichwertig empfinden.

Die qualitative Beteiligung von rund 44 bis 53% an den offenen Fragen zeigt ein hohes inhaltliches Engagement der befragten Personen. Dies spricht für ein starkes Interesse am Thema pflanzen basierte Ernährung und liefert wertvolle Hinweise zur weiteren Interpretation.

In Verbindung mit den Verkaufszahlen (als Abbild des tatsächlichen Verhaltens) ergibt sich insgesamt ein konsistentes Bild: Ein rein veganes Angebot ist für einen relevanten Teil der Mensagäste attraktiv und praktikabel, stößt jedoch nicht auf uneingeschränkte Zustimmung aller Nutzergruppen.

5. Fazit Seezeit

Die Auswertung der Verkaufszahlen und der begleitenden Umfrage zeigt, dass das rein pflanzliche Mensaangebot im Rahmen des Veganuary von einer Mehrheit der teilnehmenden Personen als positiv bewertet wurde. Bei einer Beteiligung von rund 9,4 % der Gesamtzielgruppe wurde ein belastbares Stimmungsbild erhoben, das sowohl Zustimmung als auch Kritik sichtbar macht.

Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass ein erweitertes pflanzenbasiertes Angebot grundsätzlich akzeptiert und nachgefragt wird, insbesondere dann, wenn Gerichte geschmacklich überzeugen und an bekannte „Klassiker“ angelehnt sind. Gleichzeitig verdeutlicht die bestehende Ablehnung eines nicht unerheblichen Anteils der befragten Personen, dass ein vollständiger Verzicht auf nicht-vegane Optionen nicht für alle Gäste gleichermaßen wünschenswert ist.

Auch mit Blick auf die im Februar durchgeführte, umfangreichere, Mensaumfrage zeigt sich, dass das Thema vegane Ernährung ein stark polarisiertes Meinungsbild aufweist. Auch die relativ hohe Partizipation und die ausführlichen qualitativen Rückmeldungen sprechen für eine starke Meinungsbildung und Relevanz des Themas innerhalb der Hochschulöffentlichkeit. Die Verkaufszahlen ergänzen diese Einschätzung, da eine Verschiebung innerhalb der verkauften Speisen deutlich erkennbar ist.

Basierend auf den bisher gewonnenen Erkenntnissen werden wir als Seezeit Studierendenwerk Bodensee daher das Mensaangebot weiterhin auf ein möglichst paritätisches bzw. wahlfreies Niveau auslegen, welches ein möglichst breites Spektrum an Kostformen abdeckt. Ein fleischfreies Angebot behält dabei weiterhin einen hohen Stellenwert und soll inhaltlich weiterentwickelt werden, da dies folgerichtig im Sinne einer nachhaltigen Ernährungsweise steht, die ein nicht unerheblicher Teil unserer Kund*innen befürwortet. Zugleich soll – sofern eine entsprechende Nachfrage bestehen bleibt – ein veganes Angebot möglichst täglich zur Verfügung stehen, insbesondere während der Vorlesungszeit. In der vorlesungsfreien Zeit werden vegane Gerichte verstärkt berücksichtigt, um möglichst viele Studierende und Kostformen bedienen zu können.

Die weitere Reduzierung des Fleischanteils (im Gesamtangebot) schließen wir im Sinne unseres Qualitätsanspruches sowie mit Blick auf die Preissensibilität unserer Gäste nicht aus. Sie erfolgt jedoch ausschließlich unter der Voraussetzung, dass gleichwertig beliebte und nachgefragte Alternativgerichte zur Verfügung stehen. In diesem Zusammenhang ist perspektivisch auch ein fleischloser (nicht rein veganer) Tag denkbar, sofern das gesamte Angebot an einem Tag in vergleichbarer Weise attraktiv und nachgefragt ist. Ein rein veganes Gesamtangebot können wir derzeit jedoch nicht vollumfänglich im Sinne der Petition und der Forderung des Green Office umsetzen.

Alle Veränderungen werden dabei bewusst schrittweise umgesetzt, um sowohl betriebliche Abläufe als auch die Akzeptanz bei unseren Kund*innen angemessen zu berücksichtigen. Neben den bereits vorliegenden Erkenntnissen wird auch die derzeit laufende Umfrage in weitere Entscheidungsprozesse einbezogen.

Dabei wird insgesamt auf wirtschaftliche Tragfähigkeit, Nachfrageorientierung und Kundenzufriedenheit geachtet. Die Ergebnisse dieser und der Februarumfrage werden zudem transparent veröffentlicht, um eine nachvollziehbare Entscheidungsgrundlage für die weitere Entwicklung des Mensaangebotes zu schaffen und zugleich eine wissenschaftliche Nutzung der Daten zu ermöglichen.

6. Fazit Green Office Uni Konstanz

Jeden Tag entscheidet sich in der Mensa mehr als nur, was auf dem Teller liegt. Es geht um Klima, Ressourcen und Tierwohl - und darum, welche Verantwortung eine Universität in Zeiten der Klimakrise übernimmt.

Mit dem Veganuary und vier rein pflanzlichen Tagen hat die Mensa einen ersten Schritt in Richtung Nachhaltigkeit gemacht - doch das reicht nicht aus. Es braucht eine langfristige Transformation, um glaubwürdig Klima- und Umweltschutz sowie ein echtes Interesse am Tierwohl zu vermitteln. Dabei darf Klimaschutz an der Universität nicht nur Theorie bleiben, sondern muss in den unterschiedlichen Bereichen auch praktisch umgesetzt werden. Diese Anstrengungen zeigen sich bereits nicht nur in ökologischen Strukturveränderungen auf dem Campus, sondern spiegeln auch die Lebensweise und die Forderungen der Studierenden wider.

Die letzte „Sag's uns“-Umfrage hat erneut eindeutig gezeigt, dass sich Menschen an der Universität Konstanz eine nachhaltige Transformation auch in der Mensa wünschen: Über 60% unterstützen ein täglich vegetarisches Angebot und ca. 80 % einen vegetarischen Tag in der Woche.

Mit einer Petition für einen „Meatless Mittwoch“ spiegelte sich dieser Wunsch ebenfalls wider: Über 1000 Unterschriften setzten sich für eine ressourcenschonende, gesunde und tierfreundliche Ernährung ein.

Dass die Mensa diesem Wunsch im Januar nachgekommen ist, stellt daher einen Erfolg dar. Auch die von Seezeit erstellte Umfrage zum Veganuary hat mit einer Zustimmung von zwei Dritteln die weitere Unterstützung nach der Umsetzung bestätigt.

Wir sind daher überzeugt, dass mit dem Veganuary nicht alles getan ist, denn die Umwelt wird weiterhin zerstört und Tiere leiden an jedem weiteren Tag, an dem die Tierindustrie arbeitet. Anstrengungen hin zu einer pflanzlichen Ernährung dürfen dabei nicht allein den Konsument*innen überlassen werden, sondern müssen durch die Angebotsstruktur der Mensa ermöglicht und gefördert werden.

Deshalb fordern wir die Beibehaltung des veganen Mensatages sowie zusätzliche Veränderungen bei Preisgestaltung und Sortiment, die eine pflanzliche Ernährung erleichtern. So kann auch die Hochschulgastronomie zukunftsfähige Angebote schaffen und gemeinsam mit der Universität und ihren Besucher*innen einen nachhaltigen Alltag gestalten