



# **Erfolgsrezepte für die Wissensvermittlung**

Die Bedarfe der Mitarbeitenden der Universität  
Witten/Herdecke zu Ernährungsangeboten

**feldversuch**

# Unsere Erkenntnisse zusammengefasst

*Um die Bedürfnisse unserer Mitarbeitenden bestmöglich zu verstehen, haben wir die Untersuchung in drei zentrale Fragen unterteilt:*



**WAS:** Welche Themen interessieren sie wirklich?



**WIE:** In welchen Formaten möchten sie lernen und sich austauschen?



**WO:** Bevorzugen sie Online- oder Präsenzangebote?

Die wichtigste Erkenntnis vorweg: Mit einem gezielten Fokus auf nur **3 Kernthemen und 3 Erlebnisformaten** können wir **über 80% der interessierten Mitarbeitenden begeistern.**



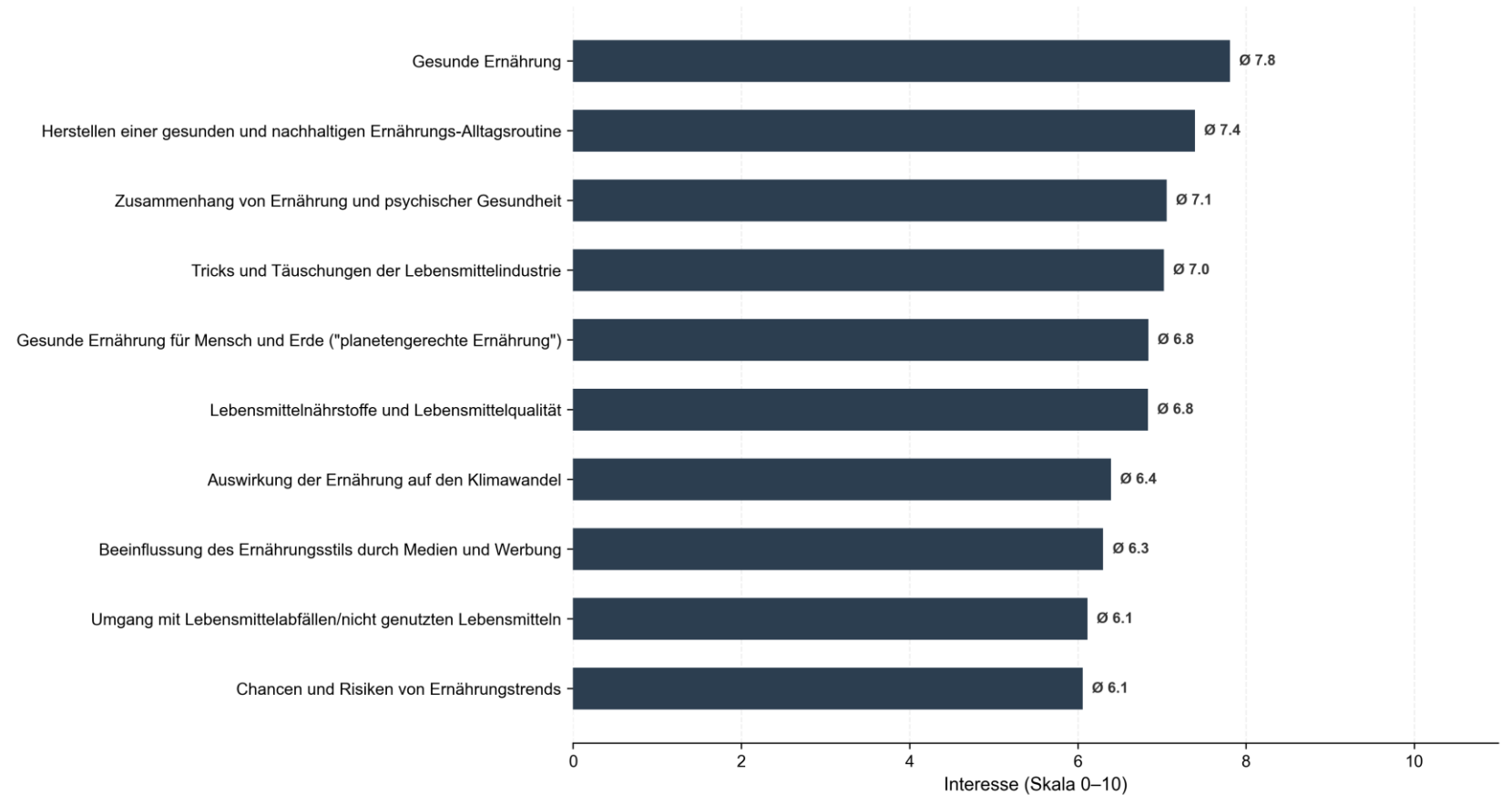


# DAS WAS

Die Themen, die wirklich  
bewegen.

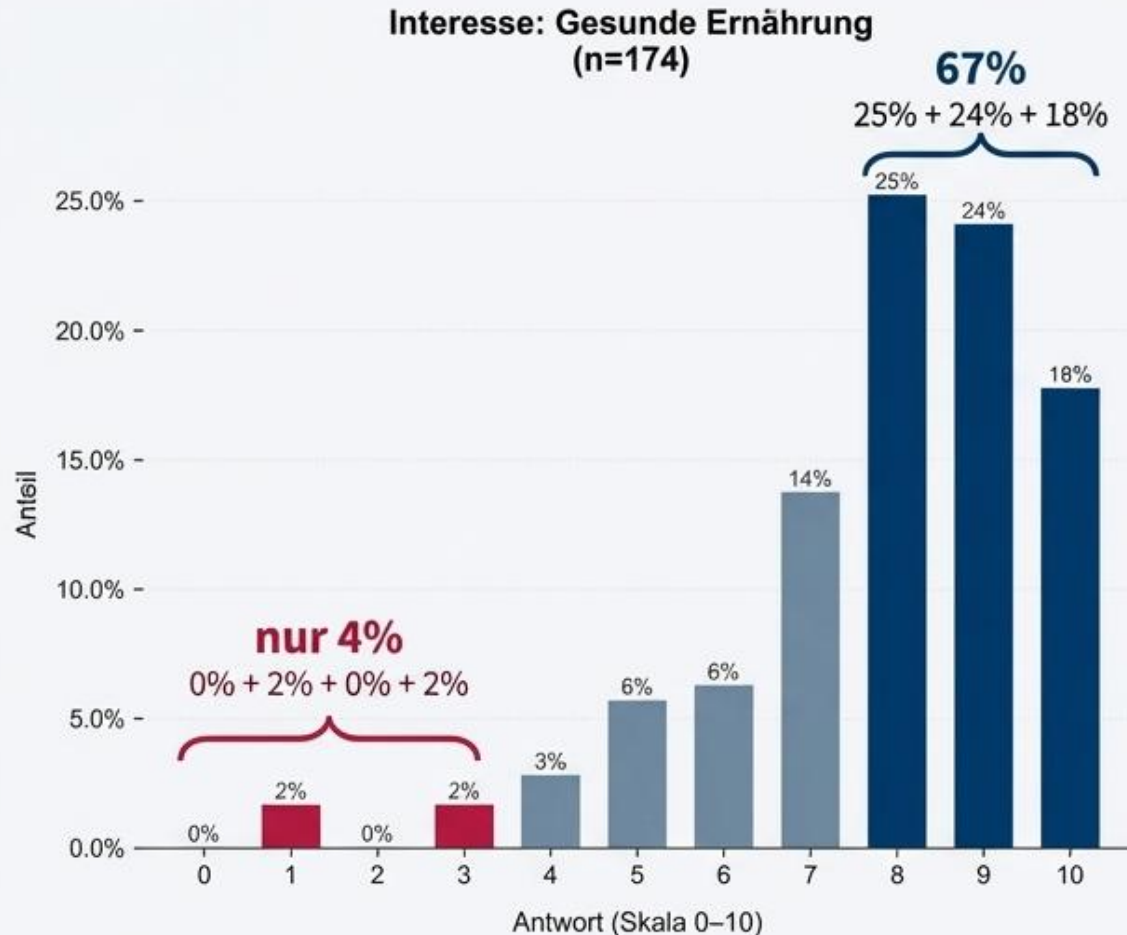
„Gesunde  
Ernährung“ „und  
Gesunde  
Alltagsroutine“ sind  
die Top-Themen mit  
höchstem Interesse

Top 10 Unterthemen (Mittleres Interesse)





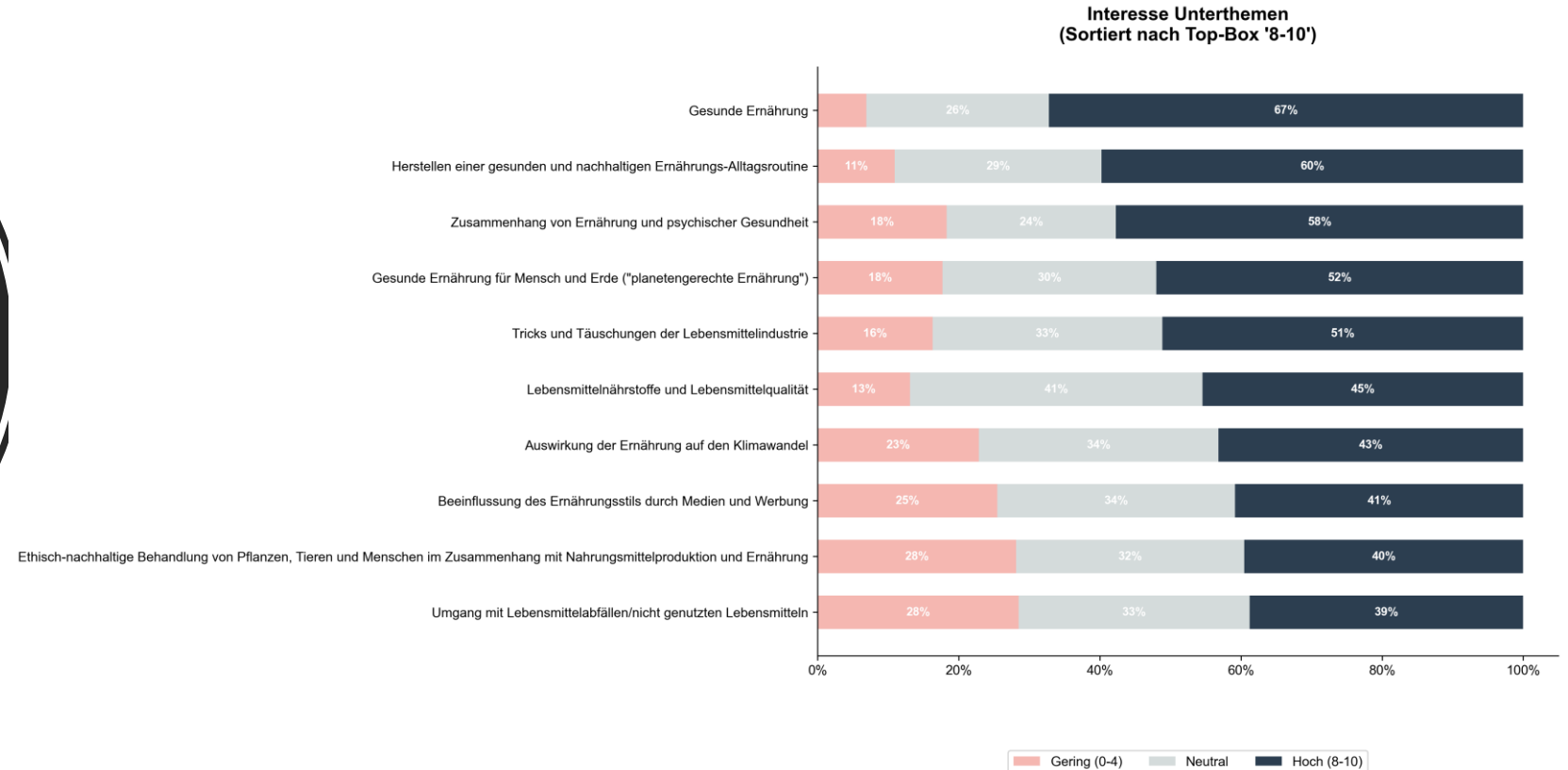
# Das Interesse an „Gesunde Ernährung“ ist außergewöhnlich hoch und breit verankert



- Anteil sehr hoher Zustimmung (Werte 8–10): **67 %** (25% + 24% + 18%)
- Anteil klarer Ablehnung (Werte 0–3): **nur 4 %** (0% + 2% + 0% + 2%)
- Interpretation: Dieses Thema ist ein sicherer Erfolg und der ideale Einstieg, um eine breite Masse für die Initiative zu gewinnen.

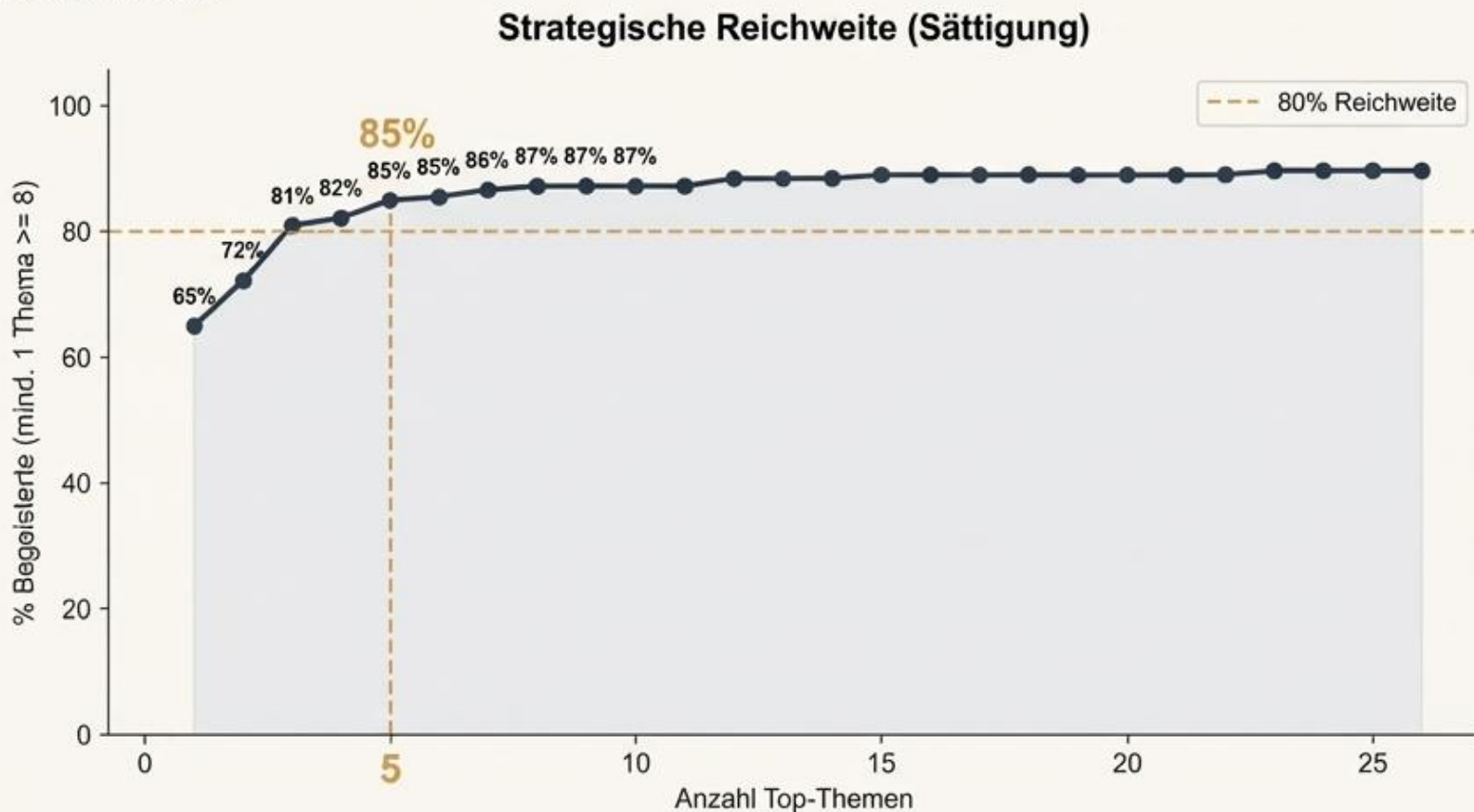
→ Gesunde Ernährung ist ein idealer Einstieg: sehr hohe Zustimmung in der Breite und nahezu keine klare Ablehnung – damit erreichen wir schnell viele Mitarbeitende.

Die Top-3-Themen sind alltagsnah und selbstbezogen: hoher Zuspruch bei geringer Ablehnung. In den unteren Themen sinkt die hohe Zustimmung deutlich, während das geringe Interesse (0–4) zunimmt – sie erreichen weniger Mitarbeitende und polarisieren stärker.



# Eine fokussierte Strategie ist hocheffizient: Mit nur 5 Top-Themen erreichen wir bereits 85% der Interessierten.

Wir müssen nicht alles für jeden anbieten. Die Sättigungskurve zeigt, dass die Konzentration auf die identifizierten 'Must-Have'-Themen den grössten Teil des Marktes abdeckt. Jedes weitere Thema bringt nur noch marginale Zuwächse in der Reichweite.







# DAS WIE

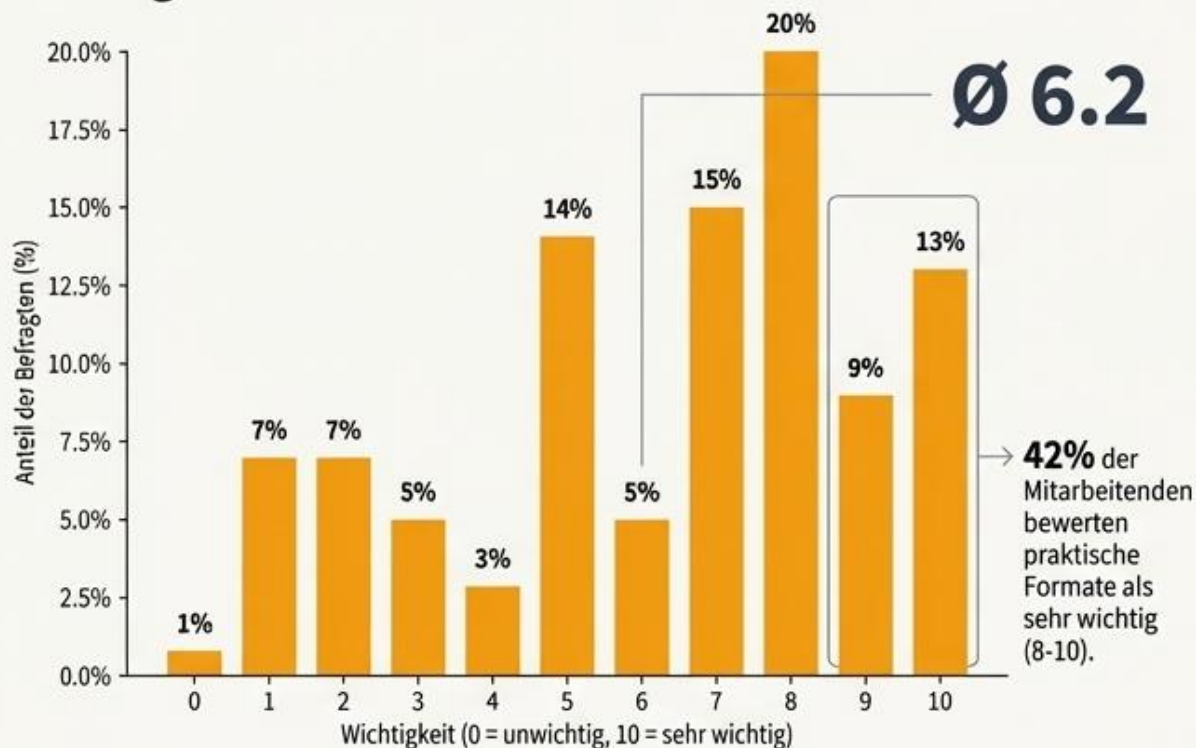
Formate, die begeistern  
und verbinden.



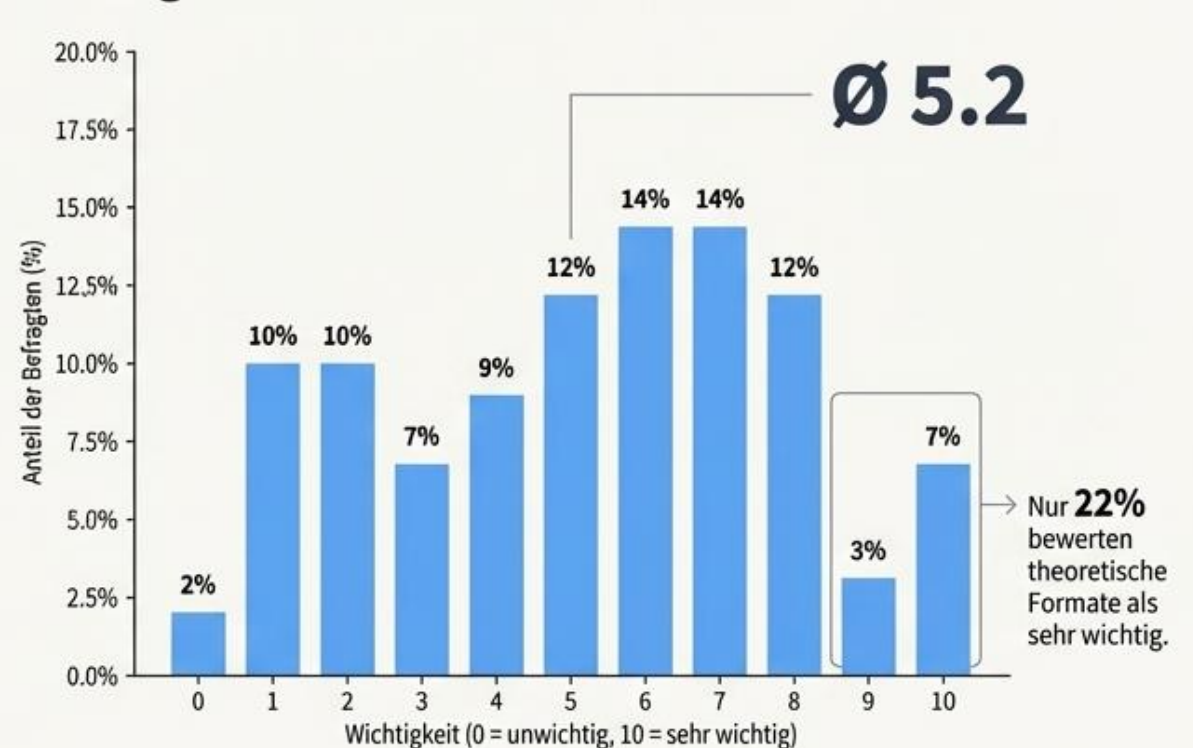
# Praxis schlägt Theorie: Eine klare Präferenz der Mitarbeitenden

Praktische Lernformate werden von Mitarbeitenden im Schnitt als deutlich wichtiger eingestuft (Ø 6.2 von 10) als theoretische Formate (Ø 5.2 von 10). Besonders im hohen Bewertungsbereich (8-10) ist der Vorsprung signifikant.

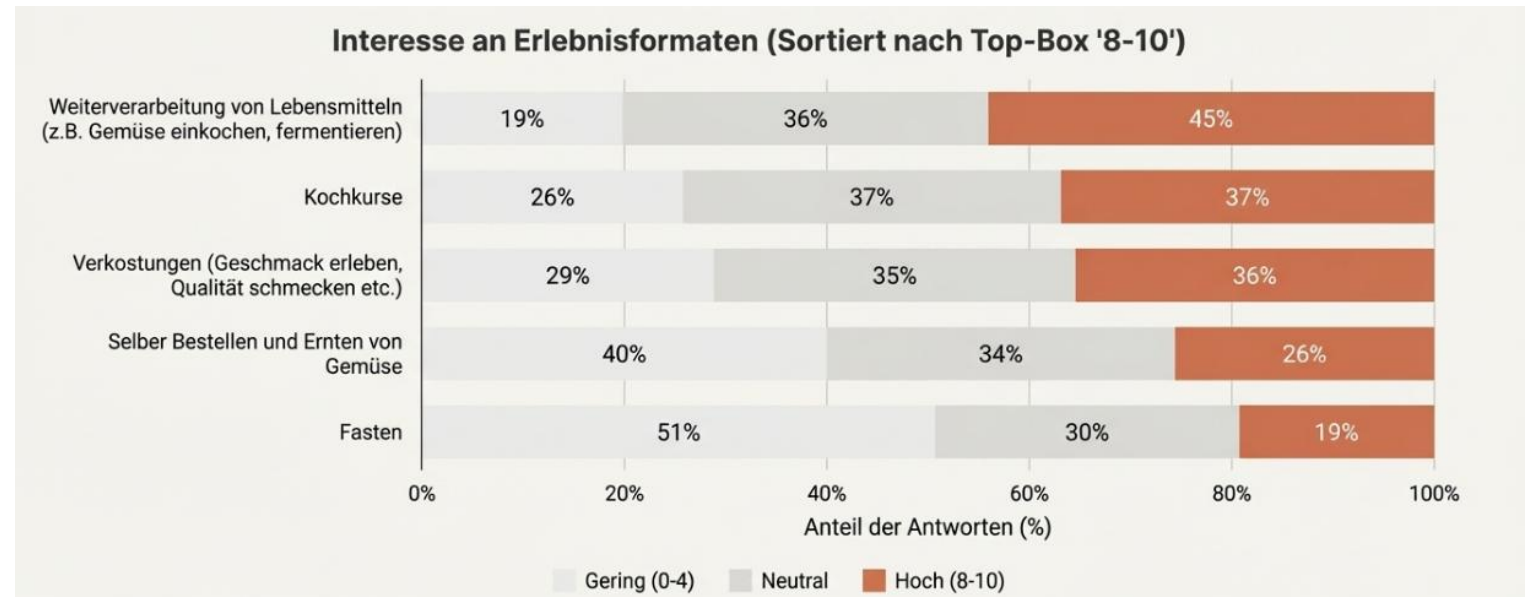
## Wichtigkeit: Praktische Formate



## Wichtigkeit: Theoretische Formate



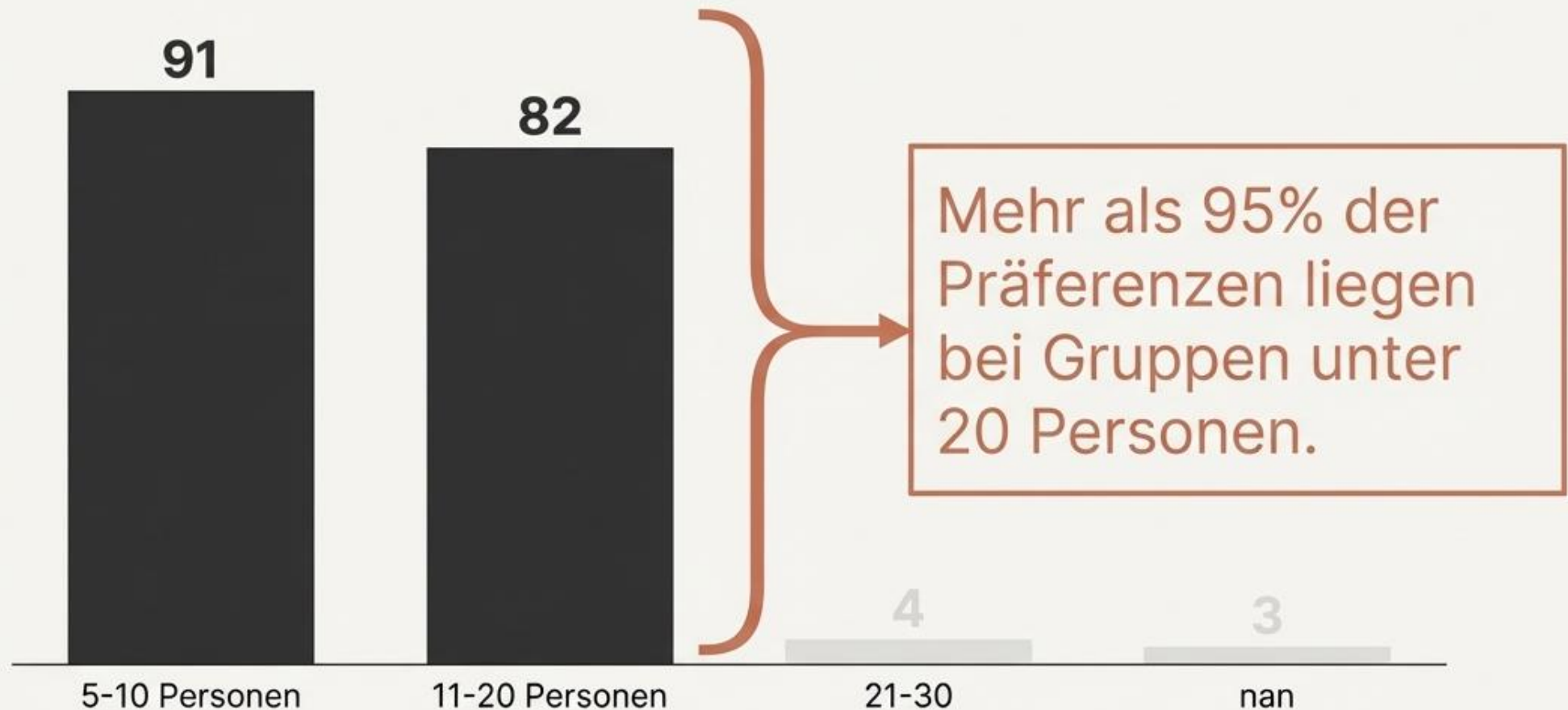
Erlebnisformate  
sind sehr beliebt





## Der ideale Rahmen: Kleine Runden von 5-20 Personen

Eine überwältigende Mehrheit bevorzugt kleine bis mittelgroße Gruppen, was auf einen Wunsch nach Interaktion und persönlichem Austausch hindeutet.





# DAS WO

Der Ort, der den Unterschied macht.



# Ein Kopf-an-Kopf-Rennen: Online- und Präsenz-Formate im Beliebtheitsvergleich

5,5 / 10

Durchschnittliches Interesse  
an Online-Formaten

5,3 / 10

Durchschnittliches Interesse  
an Präsenz-Formaten

Das Ergebnis ist ein Patt. Beide Lernformate besitzen eine nahezu identische Akzeptanz bei den Mitarbeitenden, mit einem marginalen Vorteil für das Online-Lernen.

# Das Pendel schlägt in keine Richtung aus: Die Präferenzen für Lernformate sind in der Balance



## Kein klarer Favorit

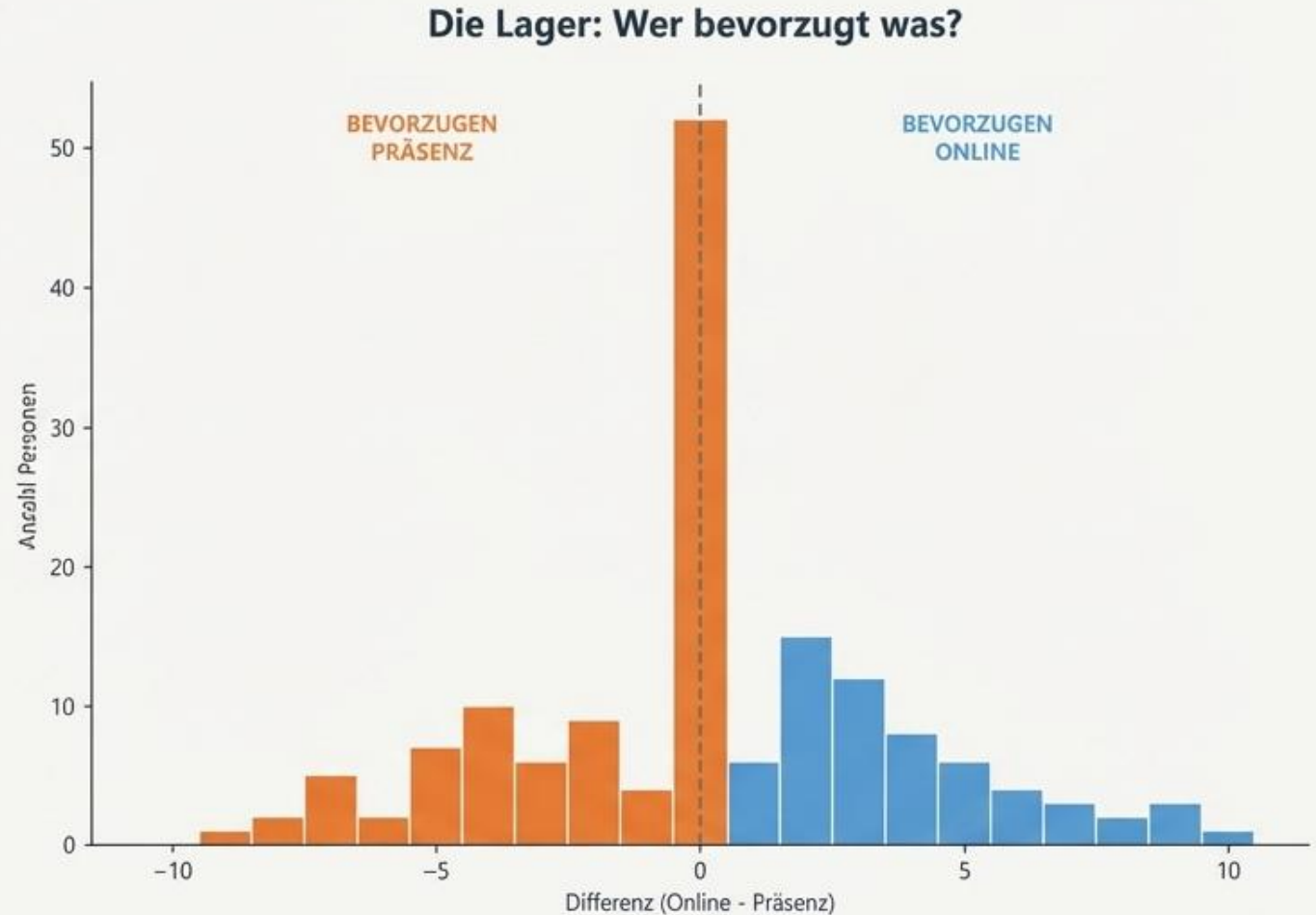
Die Zahl der Mitarbeitenden, die Online-Formate bevorzugen, ist nur unwesentlich größer als die der Präsenz-Befürworter.

## Die Macht der Mitte

Die größte Gruppe zeigt keine starke Präferenz und ist für beide Formate offen.

## Implikation

Flexibilität und Wahlmöglichkeiten sind der Schlüssel. Ein duales Angebot, das die Stärken beider Welten kombiniert, ist die logische Konsequenz.







# **DIE SYNTHESE**

Das Erfolgsrezept: Was, Wie und  
Wo optimal kombiniert.

# Das Ergebnis ist eindeutig: Praxis schlägt Theorie auf ganzer Linie.



Weiterverarbeitung  
von Lebensmitteln



Kochkurse



Verkostungen

Über alle drei Top-Themen im Bereich Ernährung hinweg bevorzugen Mitarbeitende mit hohem Interesse (Note 8-10) **interaktive, anwendungsorientierte Formate**.

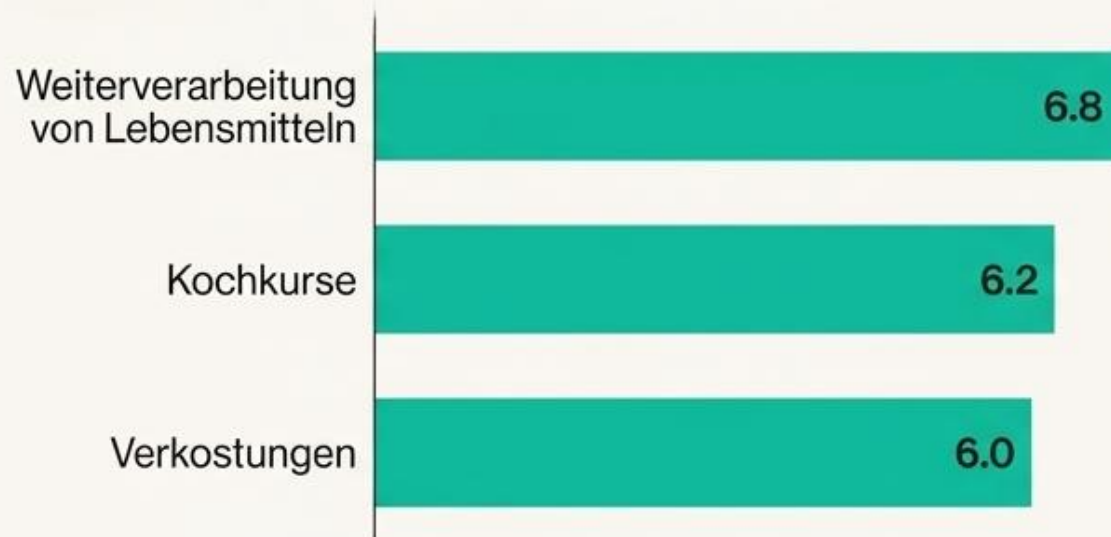
Die beliebtesten Formate sind konsequent "**Weiterverarbeitung von Lebensmitteln**", "**Kochkurse**" und "**Verkostungen**" – allesamt "**Hands-on**"-Erlebnisse.



# Deep Dive #1: Gesunde Ernährung – Der Wunsch nach aktivem Erleben.

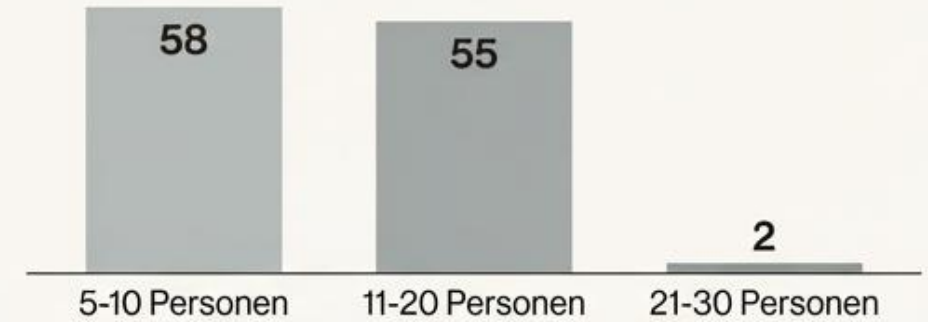
(Basis: 117 Interessenten mit Note 8-10)

## Top 3 Formate (Der klare Sieger: Praxis)



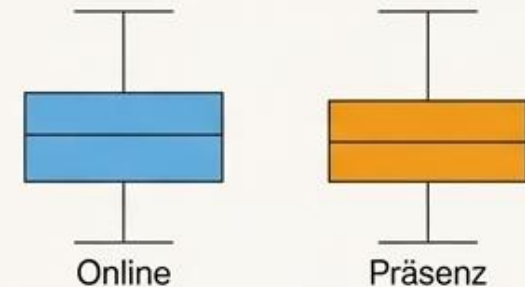
Alle Top-Formate sind anwendungsorientiert. Reine Wissensvermittlung wird nicht nachgefragt.

## Präferenz Gruppengröße (Die ideale Atmosphäre)



Intime, kleine bis mittlere Gruppen werden klar bevorzugt, um Austausch und gemeinsames Lernen zu fördern.

## Präferenz Modus (Die unerwartete Flexibilität)

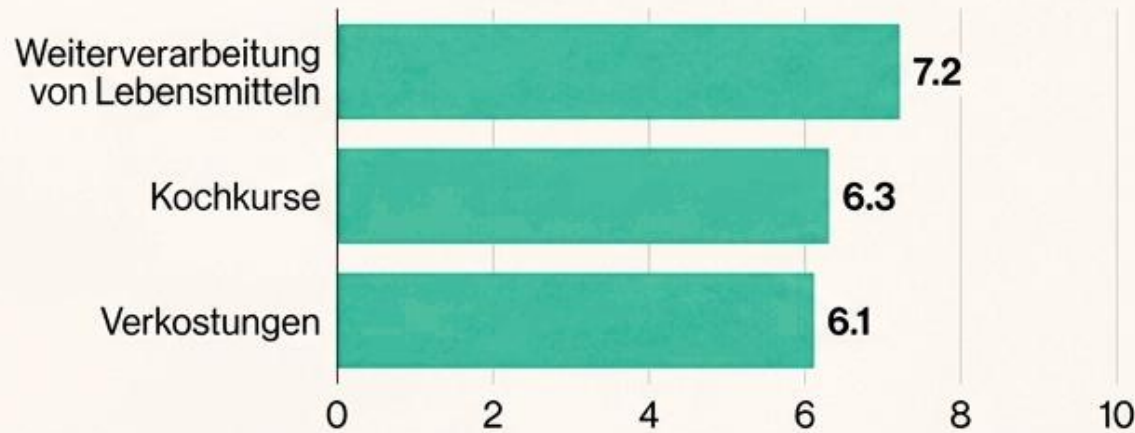


Keine signifikante Präferenz zwischen Online und Präsenz. Der interaktive Inhalt ist wichtiger als der Kanal.

# Deep Dive #2: Ernährungs-Routine – Das Muster bestätigt sich.

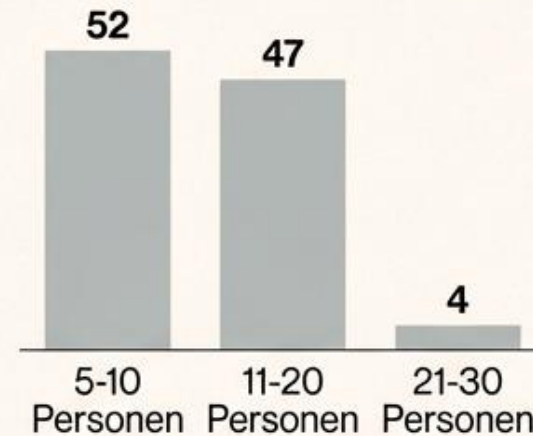
(Basis: 104 Interessenten mit Note 8-10)

## Top 3 Formate (Wiederholung des Erfolgsrezepts)



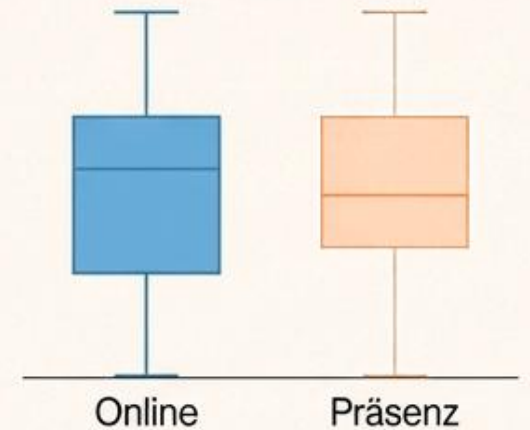
Auch hier dominieren praktische Formate mit noch höheren Bewertungen, was den Wunsch nach Anwendbarkeit im Alltag unterstreicht.

## Präferenz Gruppengröße



Die Präferenz für Gruppen unter 20 Personen ist konstant und ein Schlüsselfaktor für den Erfolg.

## Präferenz Modus



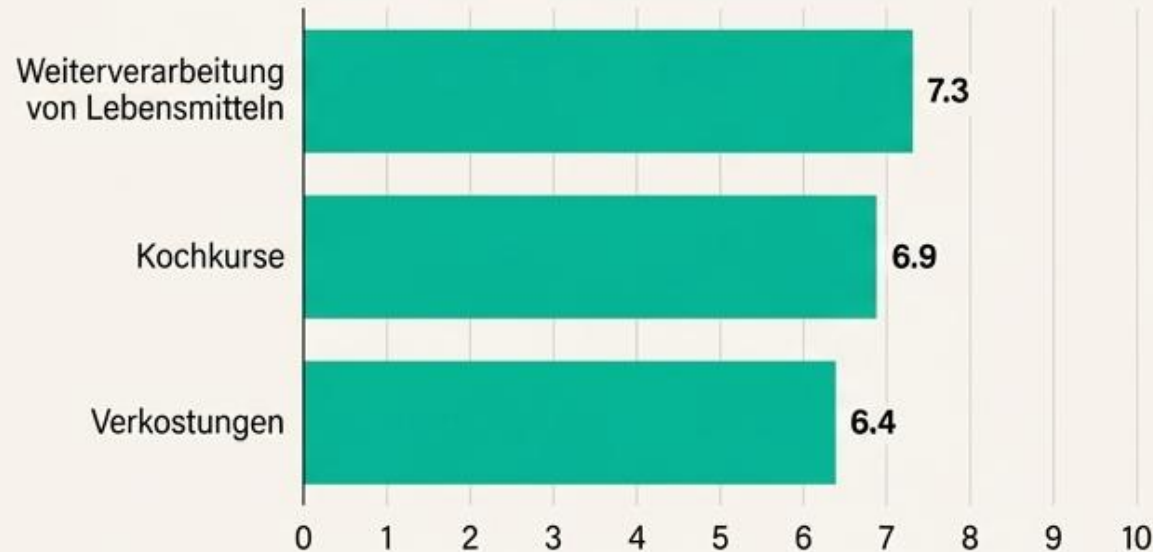
Die Wahl des Modus bleibt flexibel. Ein gut gestaltetes Online-Praxisformat ist ebenso willkommen wie ein Präsenz-Event.



# Deep Dive #3: Ernährung & Psyche – Praxis ist auch hier der Schlüssel.

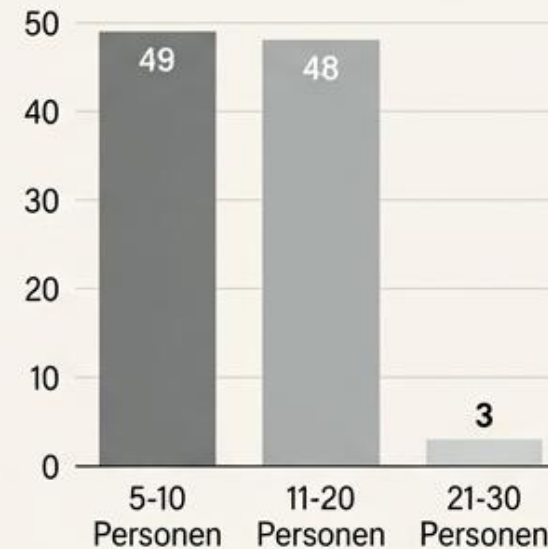
(Basis: 101 Interessenten mit Note 8-10)


## Top 3 Formate (Erleben statt nur Verstehen)



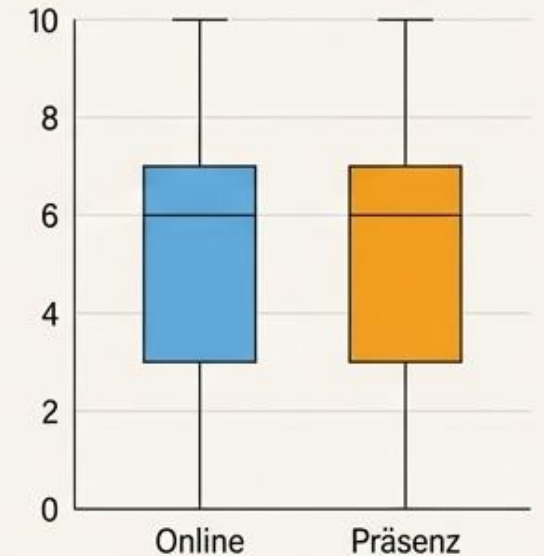
 Selbst bei diesem komplexen Thema suchen die Mitarbeitenden nach konkreten, erlebbaren Handlungen, nicht nach abstrakten Theorien.

## Präferenz Gruppengröße (Der Rahmen für Vertrauen)



 Die Präferenz für kleinere Gruppen ist hier besonders wichtig, um einen vertrauensvollen Austausch zu ermöglichen.

## Präferenz Modus (Flexibilität bleibt bestehen)



 Völlige Gleichwertigkeit von Online und Präsenz signalisiert maximale Flexibilität bei der Planung.

# Die Synthese: Ein universelles Erfolgsmuster für alle Top-Themen

## Das Format – Eine einstimmige Wahl für “Praxis”

### 1. Gesundheit



### 2. Routine

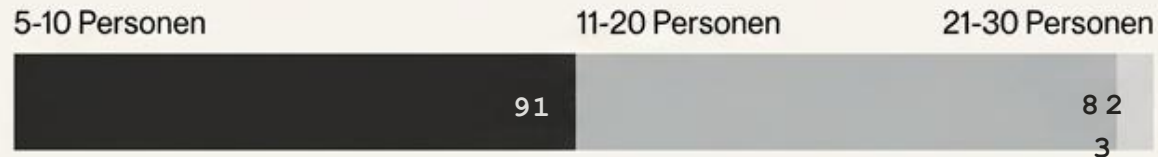


### 3. Psyche



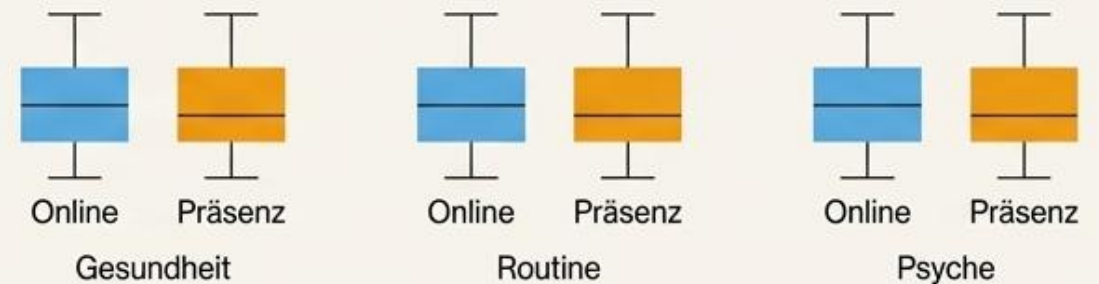
Die Präferenz für praktische, interaktive Formate ist themenübergreifend und der wichtigste Einzelfaktor.

## Die Gruppengröße – Der klare Wunsch nach “Klein & Mittel”



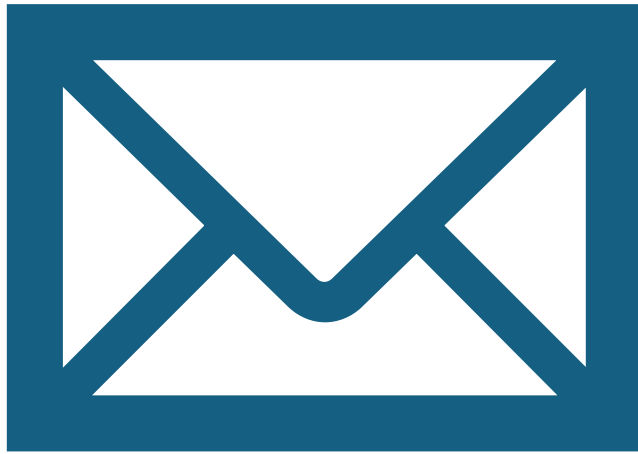
Über 97% der Mitarbeitenden bevorzugen Gruppen mit maximal 20 Teilnehmenden.

## Der Modus – Die strategische “Flexibilität”



Es gibt keinen klaren Sieger zwischen Online und Präsenz. Dies ermöglicht eine flexible Planung, die sich auf den hochwertigen, praktischen Inhalt konzentriert.





# Kontakt & Ansprechpartner

## **Kontakt:**

Stella Bünger  
Projektkoordination „Feldversuch“  
Vernetzungsstelle Nachhaltigkeit

## **Ansprechpartnerin bei Fragen:**

Jana Marie Bamberger

Wissenschaftliche Mitarbeiterin im „Feldversuch“  
Teilprojekt Integriertes Begleitstudium  
Anthroposophische Medizin, Studiendurchführung

[jana.bamberger@uni-wh.de](mailto:jana.bamberger@uni-wh.de)