



Vergleiche



Diese Veranstaltungen wurden im Vergleich zu 2014 prozentual häufiger besucht:



78% der HörerInnen von 2014 hätten die Alten-Akademie weiterempfohlen



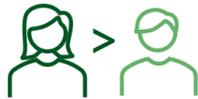
2024 sind es **99%** Weiterempfehlung

25%... ... ist die Zufriedenheit mit dem Namen „Alten-Akademie“ bei den **Ehemaligen HörerInnen** schlechter als bei den **Aktiven HörerInnen**.

Ein Ausbau des Programmangebots könnte **Ehemalige HörerInnen** reaktivieren. Die Differenz liegt in der Zufriedenheit mit dem Programmangebot zu den **Aktiven HörerInnen (91%)** bei... **...42%**

Sowohl 2014 als auch 2024 sind Frauen in allen Zielgruppen überrepräsentiert.

Das Potenzial der Männer als Zielgruppe könnte man nutzen.



Das Projekt

Im Auftrag der Alten-Akademie Nürnberg e.V. führte die Klasse der Fachangestellten für Markt und Sozialforschung der Berufsschule 4 Nürnberg eine Zufriedenheitsstudie durch.

Diese richtete sich an drei Zielgruppen:



Aktive HörerInnen



Potentielle HörerInnen



Ehemalige HörerInnen

Die Kerninteressen der Umfrage lagen dabei auf der allgemeinen Zufriedenheit bzw. dem generellen Interesse am Verein und seinem Angebot, sowie der Wahrnehmung des Namens „Alten-Akademie“.

Anhand dieser Ergebnisse sollen zukünftig Verbesserungen und Veränderungen an der Alten-Akademie verwirklicht werden.

Die Befragung der Aktiven HörerInnen orientierte sich dabei an einer Vorstudie aus 2014/15, welche ebenfalls in Zusammenarbeit mit der Berufsschule 4 entstanden ist.

Somit lassen sich nicht nur zwischen 2014/15 und heute, sondern auch zwischen den einzelnen Zielgruppen interessante Quer-Vergleiche ziehen.

Ihr Projektteam



Ergebnisse

Zufriedenheitsstudie Alten-Akademie Nürnberg e.V.



Fazit



- hohe Loyalität & Zufriedenheit mit der Alten-Akademie und Ihrem Programm
- Ziel: Kundenbindung langfristig beibehalten



- Zentrale Herausforderung:** Erreichen von neuen Hörer*innen
- Weitere Möglichkeit:** Wiederholung der Studie



- Hohe Rückkehrbereitschaft:** durch Impulse und aktives Zugehen reaktivieren
- Ausbau des Programmangebots**



Klasse der Fachangestellten für Markt- und Sozialforschung der Berufsschule 4 Nürnberg

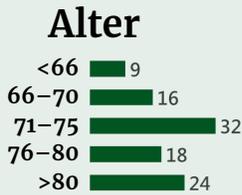
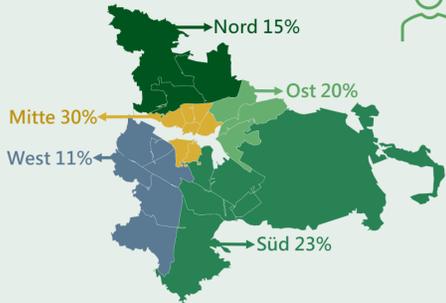


Aktive HörerInnen

Befragungszeitraum: 01.04.-08.05.24
Antworten: 182

81%
kommen aus Nürnberg

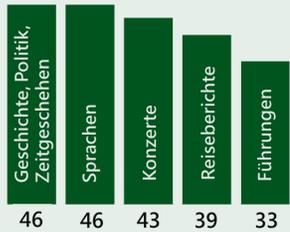
70%
sind weiblich
29%
sind männlich



75%
...würden die Alten-Akademie auch bei einer Preiserhöhung besuchen



Besuchsverhalten → im Programm vermisst:



- Fremdsprachenangebot (25%)
- Ausflüge (11%)
- Internet/Handy (11%)
- Sportangebote/ Beweglichkeit (10%)
- Gesellschaftsspiele (6%)

64%
...sind mindestens zufrieden mit dem Namen „Alten-Akademie“

der beliebteste Alternativ-Vorschlag lautet:



99%
...würden die Alten-Akademie anderen weiterempfehlen



93%
...sind im Allgemeinen mindestens zufrieden mit der Alten-Akademie



Potentielle HörerInnen

Befragungszeitraum: 22.03.-03.06.24
Antworten: 4

● nicht repräsentativ → Einzelstimmen



Name „Alten-Akademie“

- Assoziation
 - nichts Spezifisches
 - Möglichkeit der ständigen Weiterbildung
- Namensvorschlag Akademie Plus**

mögliches Besuchsverhalten

Aus welchen Gründen würden Sie die Alten-Akademie besuchen? → Weiterbildung, sozialer Kontakt, Sport und Bewegung, Hilfe im alltäglichen Leben



aktuelle Informationen würden sie präferiert über Programmheft + E-Mail erhalten wollen

- besonderes Interesse:**
- Bewegung/Wanderung
 - Leben im Alter
 - Gesundheit
 - Studienfahrten

keine klare Preispräferenz
● Antworten rangieren von weniger als 30 € bis 50-59 € jährlich

präferierte Zeiten: von 10 bis 16 Uhr



Empfehlung für besseren Rücklauf:

Erreichbarkeit
Auslegen in mehreren Stellen, nicht nur Senioren-Netzwerke; längere Feldphase statt zweimonatiger Befragungszeitraum

Motivation
Steigerung der Anreize für Personen, die die Alten-Akademie nicht kennen; ausführliche Datenschutzaufklärung

Methodik
aktive Durchführung der Befragung durch klare Ansprachen; klare Fragen statt komplexe Filter



Handlungsvorschlag:



Eine zukünftige Umfrage interviewer-gestützt durchführen

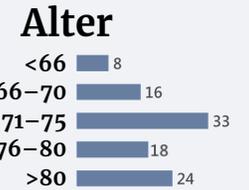
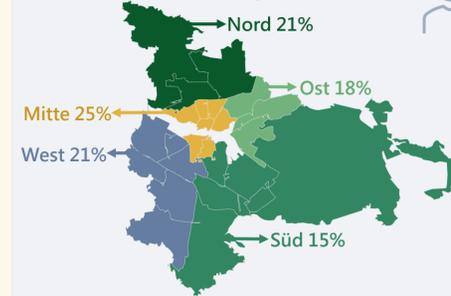


Ehemalige HörerInnen

Befragungszeitraum: 09.04.-29.04.24
Antworten: 51

68%
kommen aus Nürnberg

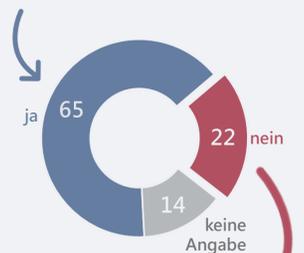
73%
sind weiblich
25%
sind männlich



51%
...dieser haben die Alten-Akademie aus persönlichen Gründen verlassen.



Wurden Ihre Erwartungen an die Alten-Akademie erfüllt?



39%
...vermissten im Programmangebot: Ausflüge, Wanderungen, Kreativkurse, Seniorensport, Politikdiskussionen

- Warum blieben die Erwartungen unerfüllt?**
- Besucherzahlbegrenzung
 - Falschverteilung der Kapazitäten einzelner Kurse
 - fehlender Gemeinschaftssinn

40%
...sind mindestens zufrieden mit dem Namen „Alten-Akademie“

...auch hier lautet der beliebteste Alternativ-Vorschlag → **Senioren-Akademie**

65%
...haben Interesse die Alten-Akademie wieder zu besuchen



Potenzial zum Reaktivieren