

Evaluation der Promotionsrundmail Soziale Arbeit (FH)

**Ergebnisse der Erhebung
im Jahre 2014**

Marianne Klotz

Promovieren in der Sozialen Arbeit.

Eine Evaluation der Promotionsrundmail Soziale Arbeit (FH).

To do a doctor's degree in Social Work.

An evaluation of a newsletter encouraging the doctorate in Social Work after having studied at a University of Applied Sciences.

Masterarbeit an der Fakultät 11 für angewandte Sozialwissenschaften
der

Hochschule München

Studiengang Angewandte Forschung in der Sozialen Arbeit

Promotionsrundmail Soziale Arbeit (FH)

- Ziel: Hilfe und Orientierung für promotionsinteressierte FH-AbsolventInnen und ihre DozentInnen
- Inhalte: rechtliche Grundlagen, Stipendien, Preise, Forschungsförderungen, Stellenausschreibungen, Publikationsmöglichkeiten, call for papers, Recherchehinweise, Veranstaltungshinweise zu Tagungen, Fortbildungen, Workshops und Kolloquien

Geschichte:

- seit 2006 (Vorläufer: Alumni-Rundmail Görlitz)
- seit Juli 2010 monatliche Erscheinungsweise
- derzeit 25-50 Nachrichten pro Rundmail
- derzeit über 1.700 AbonnentInnen
- Redaktionsteam aktuell: Julia Reimer, Oliver Zetsche, Sebastian Schröer, Rudolf Schmitt

Bisher: kein systematisches Feedback ...

- Wie kommen Aufbau und Inhalt der Promotionsrundmail an?
- Welche Thematiken sind verbesserungs- bzw. ausbauwürdig?
- Welche Thematiken entsprechen bereits den Vorstellungen der NutzerInnen?

Vorgehensweise

- Evaluation: quantitative Querschnittstudie anhand einer standardisierten Befragung in Form einer Online-Umfrage
- Zielgruppe waren alle aktuelle AbonnentInnen: HochschullehrerInnen, aktiv Promovierende, ehemalige Promovierende, Promotionsinteressierte, Wissenschaftsinteressierte
- Teilnehmerzahl der Mailingliste 1.601 AbonnentInnen, davon nahmen 305 (19,05%) an der Befragung teil.
- Zeitpunkt der Erhebung: zwischen 11.6.2014 und 17.8.2014
- Einladung an alle AbonnentInnen der Rundmail per Mail zur Teilnahme an der Online-Befragung

Konkrete Fragestellungen

1. Welche Position (Promovierende/r, Promotionsinteressierte/r, ehemalige/r Promovend/in, Hochschullehrer/in, Wissenschaftsinteressierte/r) nehmen die AbonnentInnen der Rundmail ein?
2. Welche Motive bewegen zum Abonnement?
3. Wie wird der Aufbau der Promotionsrundmail empfunden?
4. Welche Themen interessieren die AbonnentInnen?
5. Welche Inhalte der Promotionsrundmail haben den größten Nutzen?
6. Welche Möglichkeiten der Promotionsförderung kennen die AbonnentInnen der Rundmail, welche werden genutzt?

1. Welche Positionen haben die
AbonnentInnen?

In welcher Position befinden Sie sich aktuell und in welcher Position befanden Sie sich, als Sie die Promotionsrundmail abonniert haben? (N=305)

Aktuelle Position	n	%	Ursprüngliche Position	n	%
Promovierende/r	93	30,5	Promovierende/r	79	25,9
Promotions-interessierte/r	114	37,4	Promotions-interessierte/r	169	55,4
Ehemalige/r Promovend/in	22	7,2	Ehemalige/r Promovend/in	1	0,3
Hochschul-lehrer/in	44	14,4	Hochschul-lehrer/in	29	9,5
Wissenschafts-interessierte/r	32	10,5	Wissenschafts-interessierte/r	26	8,5

Veränderung der Positionen (Ausschnitt)

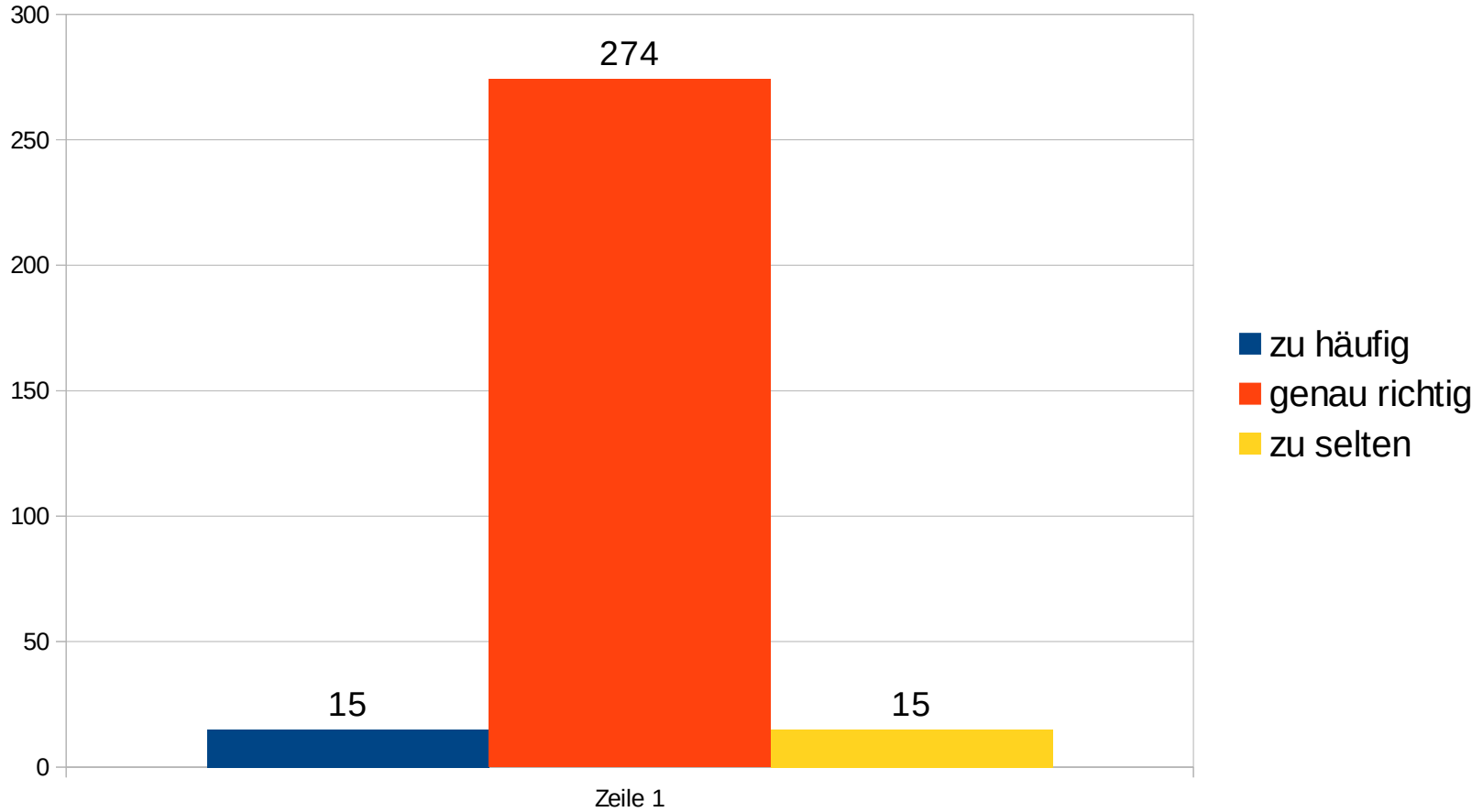
		Ursprüngliche Position	
		Promovierenden- de/r (79)	Promotionsin- teressierte (169)
Aktuelle Position	Promovierenden- de/r	46	45
	Promotions- interessierte/r	1	104
	Promovierte	16	5
	Hochschul- lehrer/in	16	1
	Wissenschafts- interessierte/r	0	14

2. Welche Motive bewegen zum
Abonnement?

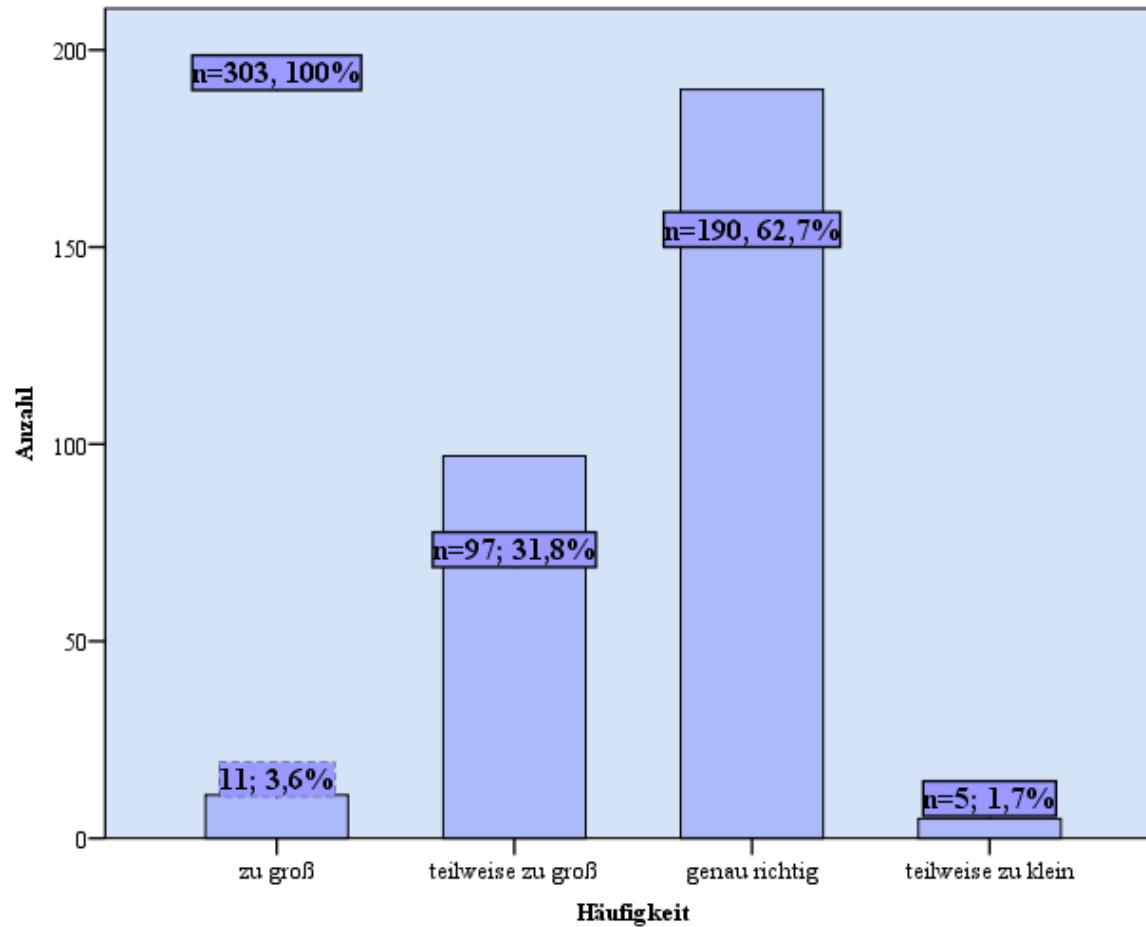
Aktuelle Motive des Abonnements (Mehrfachnennungen)	n	Prozent
- Orientierung	0	0,0%
- Vergessen, den Newsletter wieder abzubestellen	0	0,0%
- Andere Motive	1	0,1%
- Motivation für Dissertation gewinnen	6	0,5%
- Wissensaneignung für Dritte	8	0,6%
- Informationsgewinnung	9	0,7%
- Up-to-date sein	15	1,2%
- zur Wissensaneignung als Promotionsbeauftragte/r	26	2,0%
- zur Informationsgewinnung für Vorlesungen/Seminare	53	4,1%
- Ausschreibungen für Publikationsmöglichkeiten	113	8,8%
- Stipendien, Preise, Forschungsförderung	130	10,1%
- Publikations- und Recherchehinweise	135	10,5%
- Ausschreibungen, "call for papers"	137	10,6%
- Stellenausschreibungen	137	10,6%
- Promotionshilfen (Rechtliches, Fragen zur Finanzierung)	139	10,8%
- zur Netzwerkerweiterung	152	11,8%
- Veranstaltungen (Tagungen, Workshops, Kolloquien)	227	17,6%
	1288	100%

3. Wie wird der Aufbau der Promotionsrundmail empfunden?

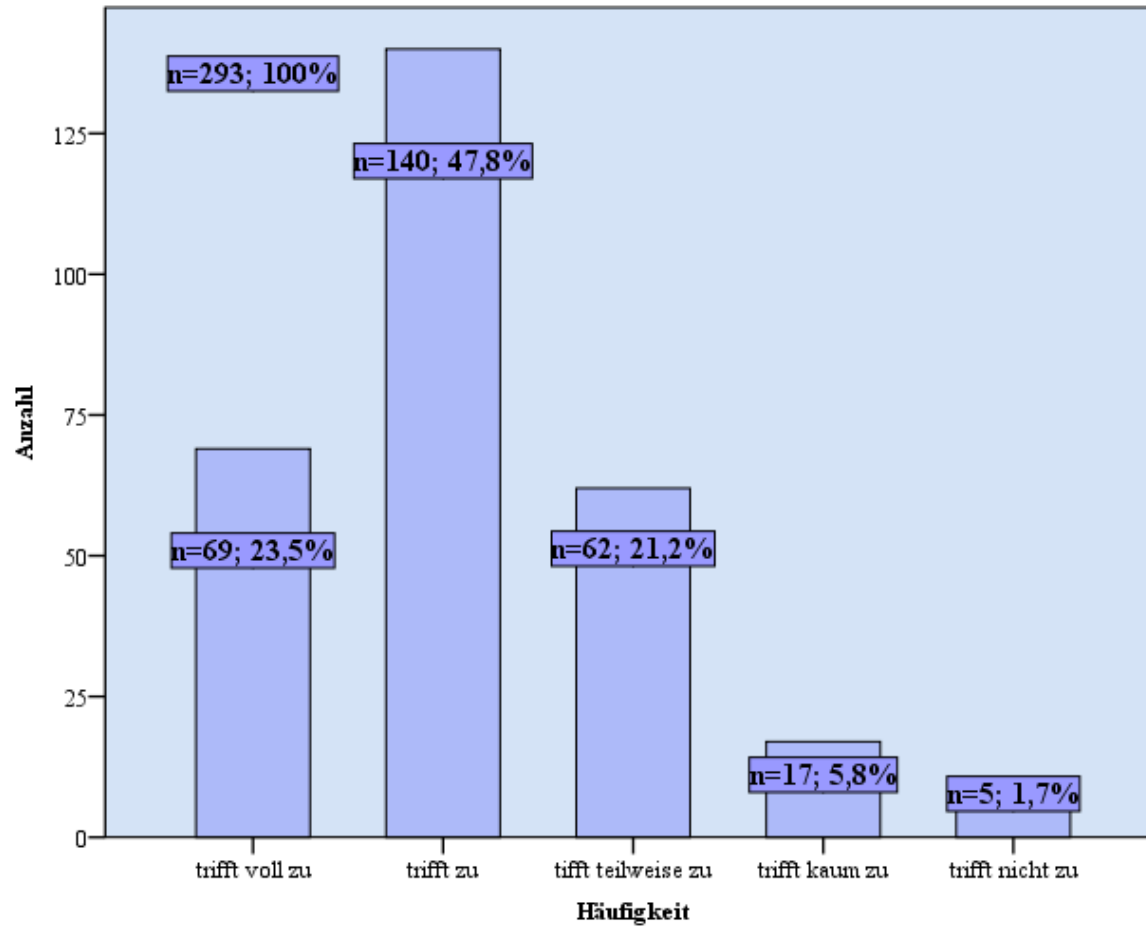
Häufigkeit der Promotionsrundmail



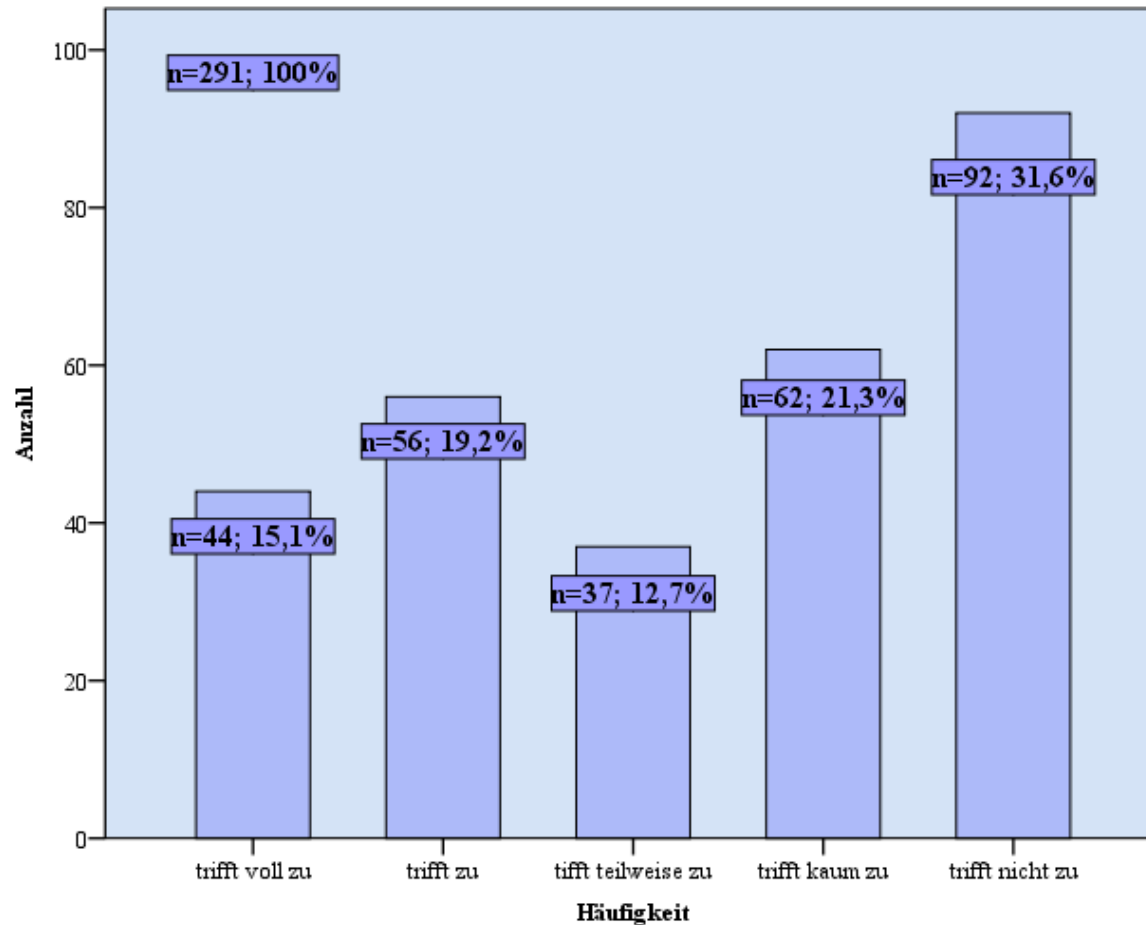
Umfang der Promotionsrundmail



Ist die Promotionsrundmail übersichtlich?



als Anhang (PDF) passender?



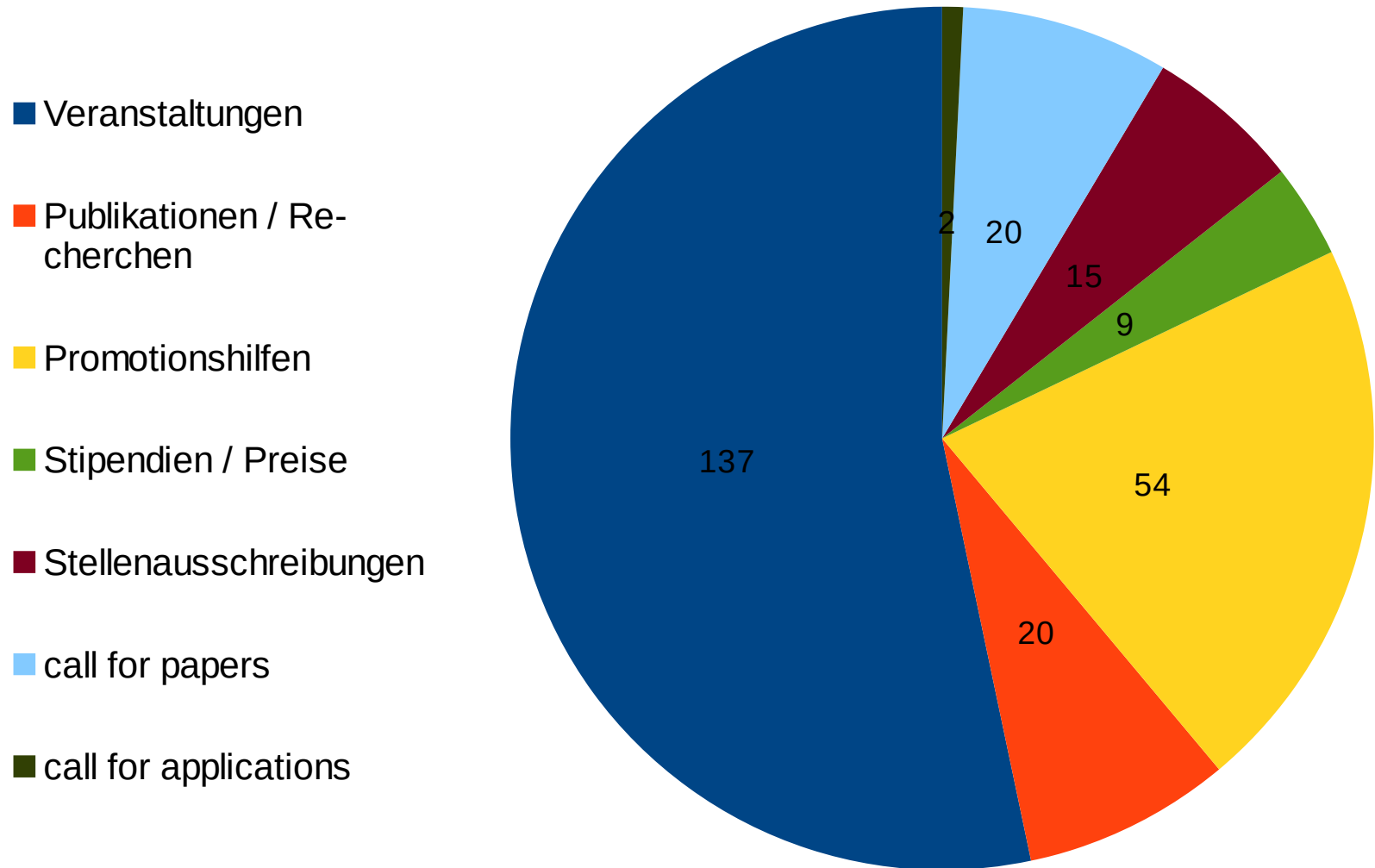
Welche Themen interessieren die
AbonnentInnen?

Welche Themen interessieren?

	sehr großes Interesse		großes Interesse		Interesse		geringes Interesse		kein Interesse	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Promotionshilfen (rechtliche Grundlagen, Finanzierung) Fragen zur n=296 (100%)	93	31,4	85	28,7	68	23,0	38	12,8	12	4,1
Stipendien, Preise, Forschungsförderung n=291 (100%)	67	23,0	80	27,5	94	32,3	36	12,4	14	4,8
Stellenausschreibungen n=277 (100%)	74	26,7	63	22,7	86	31,0	39	14,1	15	5,4
Ausschreibungen für "Call for Papers" n=282 (100%)	72	25,5	77	27,3	69	24,5	49	17,4	15	5,3
Ausschreibungen für Publikationsmöglichkeiten n=285 (100%)	64	22,5	79	27,7	78	27,4	46	16,1	18	6,3
Veranstaltungshinweise (Tagungen, Fortbildungen, Workshops, Kolloquien) n=299 (100%)	163	54,5	96	32,1	37	12,4	2	0,7	1	0,3
Publikations- und Recherchehinweise n=287 (100%)	75	26,1	107	37,3	73	25,4	24	8,4	8	2,8

Welche Inhalte der
Promotionsrundmail haben den
größten Nutzen?

Welche Themen waren bisher nützlich?



Welche
Promotionsförderungsmöglichkeiten
kennen die AbonnentInnen der Rundmail?

Welche weiteren Instrumente der DGSA-Promotionsförderung sind bekannt?

	n	%
Promotionskolloquien	189	62,8%
Liste der Promotionsbeauftragten	168	55,8%
Selbstorganisierte Gruppen	155	51,5%
Liste von FH-Promotionen	150	49,8%
Promotionsbroschüre	135	44,9%
Sektion Forschung	135	44,9%
Liste Zeitschriften	79	26,2%
Keine	39	13%

Welche weiteren Instrumente der Promotionsförderung sind bekannt?

	n	%
Facebook-Gruppe Promotion FH-Abschluss	111	38,4%
Netzwerk Rekonstruktive Soziale Arbeit	106	35,7%
Sektionen DGfE	66	22,8%
Sektionen DGS	65	22,5%
Mailliste JuWiSozA	52	18,0%
Stiftungen	52	18,0%
Andere wissenschaftliche Fachgesellschaften	48	16,6%
Uni-/FH-Promotionsförderung	9	3,1%
Andere	4	1,4%
Keine	66	22,8%

Wünsche

- Informationen bzgl. der Vereinbarkeit von Kind/ern & Promotion,
- Geschlecht und Promotion thematisieren,
- auf Erfahrungsberichte verweisen / „Vorbilder“ schaffen

Fazit

Die Promotionsrundmail ...

- bildet biografische Veränderungen ab,
- erscheint in der richtigen Häufigkeit und
- könnte evtl. kleiner und übersichtlicher sein.
- Am wichtigsten sind Veranstaltungshinweise,
- gefolgt von direkten Promotionshilfen.
- Sie erscheint als Bindeglied in einem Kontext, in dem viele Promotionshilfen nicht gekannt werden.