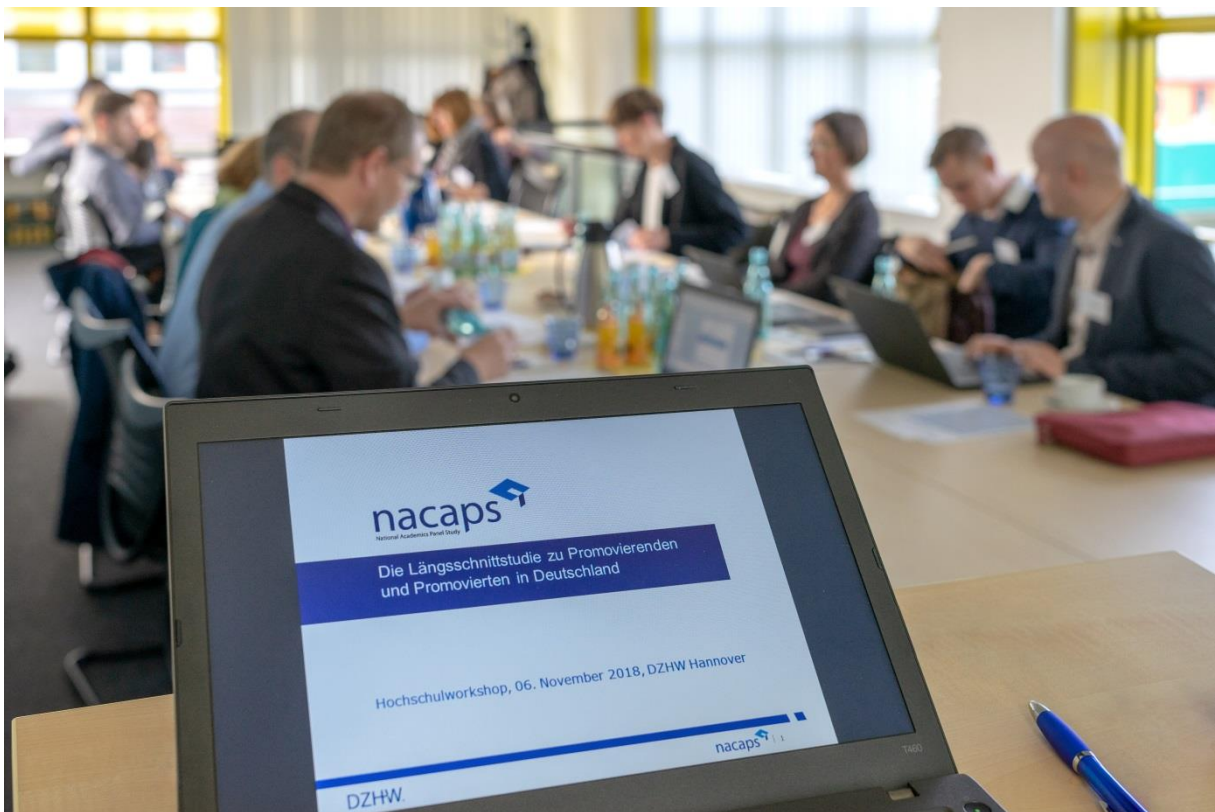


Ergebnisprotokoll des Nacaps-Hochschulworkshops Incentivierung & Adressmittlungsverfahren



Workshop für teilnehmende Hochschulen der Nacaps-Studie zu Incentivierungsstrategien und technischer Hilfestellung bezüglich des Adressmittlungsverfahrens am 6.11.2018 in Hannover

Teilnehmer(innen)

Hochschulvertreter(innen):

- Julia-Carolin Brachem (Uni Vechta)
- Tanja Czeslik (TiHo Hannover)
- Andrea Dünschede (FU Berlin)
- Frauke Ermel (Uni Kassel)
- Moritz Hoffmann (Uni Frankfurt)
- Margot Kazior (TiHo Hannover)
- Sybille Küster (Uni Frankfurt)
- Sebastian Mehl (HS Fulda)
- Sabine Milde (Uni Kiel)
- Stefanie Rhein (PH Ludwigsburg)
- Judith Rickers (Uni Osnabrück)
- Constantin Schelzel (Uni Leipzig)
- Anja Schenk (Uni Frankfurt)
- Markus Weißhaupt (Uni Hildesheim)

Nacaps-Team:

- Dominik Adrian
- Kolja Briedis
- Matthias Geils
- Uwe Ruß

Ort, Raum, Zeit

DZHW Hannover, Lange Laube 12, 4.Etage, Raum LL500; 6. November 2018, 10.30 Uhr bis 15.00 Uhr

Tagesordnung:

- 10:30 Uhr Begrüßung und Stand des Nacaps-Projekts (Kolja Briedis)
- 10:45 Uhr Vorstellung Methoden der Incentivierung und Panelpflege (Uwe Ruß)
- 11:30 Uhr Diskussion der Möglichkeiten von Incentivierung (Matthias Geils)
- 12:30 Uhr Mittagspause
- 13:15 Uhr Anleitung Adressmittlungsverfahren (Uwe Ruß / Matthias Geils)
- 14:30 Uhr Fazit der Veranstaltung/Abschlussdiskussion (Kolja Briedis)
- 15:00 Uhr Ende der Veranstaltung

Themenblock Incentivierung

Nachdem Kolja Briedis zunächst über die Beteiligung am Projekt und den anstehenden Zeitplan informiert hatte, berichtete Uwe Ruß über die Bedeutung und den Nutzen von Incentives. Dabei stellte er auch Möglichkeiten vor, die von den teilnehmenden Hochschulen ergriffen werden können, um die Teilnehmerzahl zu erhöhen.

Die Folien der Impulsvorträge von Kolja Briedis und Uwe Ruß sind im Partnerbereich der Nacaps-Website zu finden: <https://www.nacaps.de/partner/index.html> (die Zugangsdaten wurden den Hochschulen mit dem Willkommenspaket zugesandt und können ggf. erneut bei Herrn Adrian angefordert werden).

Ergebnisse der Diskussion der Möglichkeiten von Incentivierung

Danach wurden in Kleingruppen Ideen für die Gestaltung von Incentivierungsmaßnahmen und für geeignete Kanäle an Hochschulen, über Nacaps und über Dritte (Multiplikatoren) gesammelt und besprochen. Diese bezogen sich auf unmittelbare Aktionen, die sich auf die erste Erhebung im Februar 2019 beziehen, wurden z.T. aber auch schon langfristiger gedacht. Dabei wurden folgende Ergebnisse bzw. Ideen erarbeitet:

Hochschulen

Hinweise auf die Erhebung in Newsletter, Mailings (unregelmäßig im Gegensatz zu Newsletter):

- Z.B. in Form einer kurzen Meldung, eines erläuternden Beitrags oder einer Erwähnung im Editorial (des Vizepräsidenten)
- Ggf. ist es wichtig, deutlich zu machen, dass es ein gemeinsames Projekt ist und nicht ungefiltert Informationen und Fragebögen von Externen weitergeleitet werden

Social Media / Webseite der Graduierteneinrichtung oder der Uni

- Facebook (je präziser an Promovierende gerichtet, desto besser)
- Twitter
- Hierfür können bei Bedarf Inhalte von Nacaps bereitgestellt werden: Memes, Zitate, Kurztexpte etc.

Hinweise auf die Erhebung in Veranstaltungen

- Am Tag des Wissenschaftlichen Nachwuchses, auf Infoveranstaltungen für Promovierende, bei Karrieregesprächen

- Poster, Powerpointfolien können von Nacaps vorbereitet werden, Flyer können ausgelegt werden
- Bei Bedarf können auch Referent(inn)en aus dem DZHW für Vorträge eingeladen werden

Hinweise auf die Erhebung in Uni-internen Zeitschriften

- Meldungen, Artikel, Gastbeiträge können von Nacaps vorbereitet werden

Einsatz fachspezifischer Incentives

- Führungen durch kooperierendes Unternehmen
- Incentives von Förderern der Hochschule

Infomaterial an hochschulinterne Multiplikatoren weitergeben

- Info in einer Dekanrunde streuen
- Zielgruppe der Betreuenden erreichen / an den Fakultäten über Betreuer(innen) versuchen, für eine Teilnahme an Nacaps zu werben
- Sonderverteiler Koordinator(inn)en von Graduiertenprogrammen
- Flyer / Plakate in Dekanaten platzieren
- Promovierendenvertretungen einbeziehen
- Vizepräsident(inn)en einbeziehen

„Starterkit“ bei Registrierung

- Neuen Promovierenden (zusammen mit anderen Infomaterialien) einen Flyer mitgeben

Nacaps

- Foliensatz mit Infos zur Studie liefern
- Flyer mit ersten Ergebnissen / Poster mit QR-Code
- Sinnhaftigkeit der Befragung in den Mittelpunkt stellen
- Message zum Nutzen der Studie liefern: „Innerhalb der Uni werden die Ergebnisse zur Kenntnis genommen und für sinnvolle Dinge genutzt“ oder: „Durch Erkenntnis xy wurde Zustand yz verändert“
- Wenn so etwas stattfindet, gern an Nacaps mitteilen und in unserer zukünftigen Öffentlichkeitsarbeit highlighten
- Plakate sind u.U. besser geeignet als Flyer
- Einheitliches Material bereit stellen / Mustervorlagen, die man bei Bedarf noch anpassen kann

- Vorträge auf Promovierendenveranstaltungen (z.B. von Nacaps-Mitarbeiter(inne)n)
- Bereich für Promovierende auf Website, mit Ansprache spezifischer Teilgruppen (wie z.B. ausländische Promovierende)
- Bei Gestaltung der Webseite, Flyer und Poster die Themen bedenken, die für Promovierende besonders interessant sind
- Infos/FAQ/Sprechzettel für Hochschulen, insb. über Datenschutz, falls Nachfragen an die Hochschule kommen, z.B. „Was passiert mit meinen Daten“ usw.
- Viele digitale Formate zur Verfügung stellen zur Verbreitung von Informationen – Postings (s.o. Social Media)

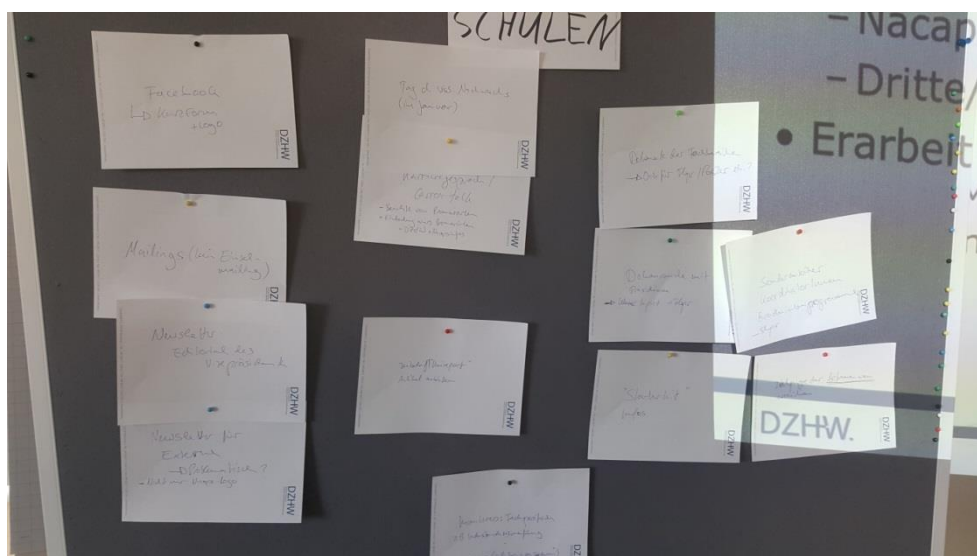
Dritte / Externe / Multiplikatoren

- Zentrale Orte an der Hochschule für Plakate/Flyer nutzen (z.B. Promovierendenbüro)
- Dritte ansprechen für Incentives (Bsp. „Tierärzte ohne Grenzen“ , Uni-Buchhandlung (Gutscheine))
- Kontakte zu Verlagen nutzen (z.B. für Sponsoring, Verbreitung)
- Regionalpresse einbinden
- Druckkostenzuschüsse seitens der Hochschule verlosen
- Science Shops / Wissenschaftsläden – Transfer von Wissenschaft an Gesellschaft einbinden
- Statement der Politik: Warum ist es generell eine sinnvolle Sache, daran teilzunehmen? (z.B. von Landeswissenschaftsminister(inne)n: Die Daten werden verantwortungsbewusst genutzt)
- Promovierendenvertretung von UniWind involvieren
- Flyer und Plakate auf Anfrage zur Verfügung stellen

Anmerkungen / Fragen

- Einige der vorgeschlagenen Maßnahmen sind bereits in Arbeit:
 - o Testimonials von Promovierendenvertretern und Persönlichkeiten aus der Politik, die gern von den Hochschulen (z.B. über Social Media) verbreiten werden können
 - o Ein Bereich auf der Website, der sich speziell an Promovierende richtet und Informationen u.a. über den Verbleib der Daten (FAQ) beinhaltet ist vorbereitet und geht Mitte Dezember online
 - o Appelle an die Sinnhaftigkeit, die Bedeutung der Befragung auf Website, Flyern, Postern

- Verschiedene Formate wie Memes, Onlinebanner, pdfs für vielfältige Nutzung der eigenen Kanäle an den Hochschulen sind in Arbeit und in Kürze im Partnerbereich auf der Nacaps-Website zu finden
- Es wurde nach einem Fahrplan für die Öffentlichkeitsarbeit gefragt:
 - Grob sollte die Ansprache der Promovierenden ab dem Jahreswechsel verstärkt begonnen werden
 - Dann wird auch der o.g. Bereich für Promovierende auf der Nacaps-Website online sein, auf den z.B. durch Banner, Memes, Logos etc. verlinkt werden kann
 - Bestimmte Maßnahmen, wie z.B. Newsletterbeiträge, Beiträge in uniinternen Medien sollten möglichst bald geprüft werden, weil sie etwas Vorbereitung benötigen, wenn sie im Januar / Februar 2019 erscheinen sollen.
 - Gleiches gilt für Erwähnungen, Folieneinsatz, Gastbeiträge auf Veranstaltungen



Themenblock Adressmittlung

Das Verfahren der Adressmittlung wurde einmal exemplarisch am Beispiel der Nutzung von Outlook durchgespielt, das von den meisten Hochschulen für den Versand der Einladungen genutzt wird. Alle Handreichungen und Tutorialvideos sind ebenfalls auf dem Partner-Login-Bereich der Website abgelegt: <https://www.nacaps.de/partner/index.html>.

Anmerkungen / Fragen

- Der Versand der Vorankündigung ist eine Gelegenheit, den Serienmailversand einmal zu testen, ohne dass viel Schaden angerichtet werden kann. Außerdem können so schon Emailadressen identifiziert werden, die fehlerhaft oder nicht mehr aktuell sind. Bestenfalls können diese dann nachrecherchiert werden.
- Auch diejenigen, die das Adressübermittlungsverfahren nutzen, können bei Interesse die Texte der Vorankündigung sehen und ggf. anpassen.
- Z.T. gibt es hochschul-interne Beschränkungen für die Anzahl von Mails, die an einem Tag verschickt werden können. Dann bietet sich der Versand in Tranchen an. Diese Frage sollte frühzeitig mit dem Rechenzentrum oder ähnlichen zuständigen Stellen geklärt werden.
- Evtl. kann das auch dazu führen, dass der Versand in Einzelfällen auf mehrere Tage gestreckt werden muss. Diese Info ist auch für das Nacaps-Team von Bedeutung, da so die Koordination mit der entsprechenden Hochschule angepasst werden muss. Für die Durchführung der Feldphase hat das vor allem die Konsequenz, dass das Ende der Feldzeit ggf. etwas verschoben werden muss.
- Für den Versand der Serienmails können unter Umständen einige Stunden Rechnerkapazität gebunden werden. Das sollte ggf. eingeplant werden.
- Auch durch den Reminderversand kann an der Hochschule nicht sicher nachvollzogen werden, wer teilgenommen hat und wer nicht (da Personen sich ggf. auch per Mail beim DZHW aus dem Verteiler löschen lassen und der Token dann entfernt wird).
- Es sollte hochschulintern geklärt werden, wer als Einladende/r auftritt: Promovierendeneinrichtung, Präsidium, Kanzler(in), Vizerektor(in) o.ä. Nacaps tritt im besten Fall nur als Kooperationspartner, nicht aber als allein Einladende auf.
- Absenderadressen sollten möglichst Funktionsadressen und nicht persönliche Adressen sein (es sei denn, diese sind den Promovierenden schon hinreichend bekannt).
- Stichtag für die registrierten Promovierenden ist analog zum Hochschulstatistikgesetz der 1. Dezember 2018. Wer sich danach registriert hat, wird erst in der nächsten Befragungsrunde 2021 angefragt.

- Ab der zweiten Befragungsrunde werden dann nur noch diejenigen Promovierenden eingeladen, die seit 1. Dezember 2018 neu dazugekommen sind.
- Nacaps wird sich Massenmailingprogramme wie Supermailer anschauen, um ggf. auftretenden Spezifika begegnen zu können.
- Eine Kurzbeschreibung über den Versand via Thunderbird wird derzeit erarbeitet, ähnelt aber sehr dem für Outlook bereits ausgearbeitetem Prozedere.
- Der Vorschlag, eine der Nacaps-Adressen als letzte in der Liste anzugeben und so immer eine Kontrolle darüber zu haben, ob eine Hochschule alle Personen eines Verteilers angeschrieben hat, wird seitens des Nacaps-Teams geprüft.