



NEWSLETTER

Konrad-Adenauer-Stiftung e.V.

August 2009

www.kas.de

Ergebnisse der Befragung zum Internet-Newsletter der Konrad-Adenauer- Stiftung e.V.

Im Februar 2009 führte die Stiftung eine Online-Befragung unter Abonnentinnen und Abonnenten ihres Newsletters durch. Hauptziel war es, ein Feedback zu erhalten, wie zufrieden die Abonnenten mit dem Informationsdienst sind. Darüber hinaus wurde der Grad der Zufriedenheit mit anderen KAS-Produkten (Publikationen, Veranstaltungen) erfragt, wobei die Publikationen einen Schwerpunkt bildeten. Weitere Fragen galten der Meinung, die die Abonnenten über die Konrad-Adenauer-Stiftung im Allgemeinen haben.

INHALT

ZUSAMMENFASSUNG ZENTRALER ERGEBNISSE	2
ERGEBNISSE HINSICHTLICH DES NEWSLETTERS	2
▪ <i>Informationen zu den Teilnehmern der Befragung</i>	2
▪ <i>Form und Akzeptanz des Newsletters</i>	2
▪ <i>Rubriken des Newsletters</i>	3
▪ <i>Wirkung des Newsletters</i>	3
▪ <i>Themen und Regionen im Newsletter</i>	3
WEITERE ERGEBNISSE	3
▪ <i>KAS-Veranstaltungen</i>	3
▪ <i>KAS-Publikationen</i>	4
▪ <i>Meinungen über die KAS</i>	4
FAZIT UND AUSBLICK	5



Konrad
Adenauer
Stiftung



ZUSAMMENFASSUNG ZENTRALER ERGEBNISSE

Aus dem Kreis der Newsletter-Abonnenten erhielten 4.374 Personen eine Nachricht, mit der Bitte, sich Zeit für die Befragung zu nehmen. Von diesen nahmen 612 Abonnenten teil. Das entspricht einer Rücklaufquote von 14 Prozent.

Generell zeigen die Teilnehmer eine hohe Zufriedenheit mit dem *KAS-Newsletter*. Die Form, die Länge, die Inhalte und der Service überzeugen die überwiegende Mehrzahl der Abonnenten.

Auch hinsichtlich der *Stiftung im Allgemeinen* herrscht Zufriedenheit: Die Befragten haben eine gute bis sehr gute Meinung von der KAS. Sie schätzen die hohe Qualität der Veranstaltungen. Viele Newsletter-Abonnenten nutzen die KAS-Publikationen regelmäßig. Spitzenreiter sind hierbei *Die Politische Meinung* (13 Prozent der Befragten), *Analysen und Argumente* (12 Prozent), *Auslandsinformationen* und *Veranstaltungsberichte* (je 10 Prozent) sowie die *Länderberichte* (9 Prozent).

ERGEBNISSE HINSICHTLICH DES NEWSLETTERS

Informationen zu den Teilnehmern der Befragung

76 Prozent der Teilnehmer sind männlich und 24 Prozent weiblich. Abgesehen von den Unterzwanzigjährigen sind die Altersgruppen relativ gleichmäßig vertreten:

unter 20	1 %
20-29	14 %
30-39	21 %
40-49	22 %
50-59	19 %
60 und älter	22 %
keine Angabe	1 %

Das Bildungsniveau der Befragten ist sehr hoch. Über die Hälfte gibt als höchsten Bildungsabschluss einen Hochschulabschluss an (55 Prozent). 15 Prozent nannten Abitur, 13 Prozent eine Promotion als höchsten Abschluss.

Bei der Frage nach dem Tätigkeitsbereich ergab sich folgendes Bild:

Wirtschaft	15 %
Politik	12 %
Wissenschaft/Forschung	12 %
Schule und Studium	11 %
Verwaltung	11 %
Lehrtätigkeit	7 %
Presse/Medien	7 %
Nichtregierungsorganisation	6 %
nicht mehr berufstätig	9 %
sonstige	11 %

Die Teilnehmer zeigen sich kompetent in der Internetnutzung: Zwei Drittel nutzen das Internet beruflich und privat gleichermaßen. 92 Prozent sind mindestens einmal täglich online.

Form und Akzeptanz des Newsletters

Insgesamt bewertet über die Hälfte der Befragten den Newsletter als gut (55 Prozent) oder sehr gut (7 Prozent). 27 Prozent finden ihn befriedigend.

Über die Hälfte der Befragten (57 Prozent) liest jede der zehn Ausgaben des Newsletters, 33 Prozent lesen mehrere Ausgaben pro Jahr.

66 Prozent geben die Länge des Newsletters als genau richtig an, 21 Prozent finden ihn zu lang. Dabei finden rund drei Viertel (73 Prozent) den Umfang der einzelnen Meldungen genau richtig.

Für 7 Prozent sind alle KAS-Aktivitäten, über die der Newsletter berichtet, neu. Rund drei Viertel (73 Prozent) geben an, dies treffe auf „viele Meldungen“ zu.

76 Prozent der Teilnehmer stimmen der Aussage „Die Themenauswahl ist gut“ eher zu.

Der Aussage „Die Meldungen finde ich informativ“ stimmen 68 Prozent eher zu, 25 Prozent stimmen sehr zu.

55 Prozent finden die Texte eher verständlich formuliert, 44 Prozent finden sie sehr verständlich formuliert.



61 Prozent der Befragten möchten die E-Mail-Ausgabe des Newsletters in der bisherigen Form beziehen, d.h. die E-Mail-Ausgabe enthält alle Meldungen. 39 Prozent würden eine kurze E-Mail bevorzugen, die die TOP-Meldungen nennt und einen Link zum vollständigen Newsletter auf www.kas.de enthält.

44 Prozent der Befragten finden es „wichtig“, 34 Prozent „sehr wichtig“ dass der Newsletter Kontaktangaben (E-Mail-Adressen) zu den zuständigen KAS-Mitarbeiter enthält. 32 Prozent gaben an, über die E-Mail-Adresse im Newsletter Kontakt zur KAS aufgenommen zu haben.

Rubriken des Newsletters

Veranstaltungen: Rund vier Fünftel der Befragten lesen sowohl die Meldungen zu „Veranstaltungen in Deutschland“ (79 Prozent) als auch die zu „Veranstaltungen in den Regionen“ (80 Prozent) immer bzw. oft. Die Ankündigung der „Veranstaltungen im Ausland“ lesen 37 Prozent.

Genau die Hälfte der Befragten gibt an, Meldungen zu *Neuerscheinungen* oft zu lesen. 28 Prozent lesen diese immer, 21 Prozent selten. Ähnlich fallen die Ergebnisse für die Rubrik „*In eigener Sache*“ (=Neues aus der KAS) aus.

Wirkung des Newsletters

Aufgrund von Ankündigungen im Newsletter ...

- hat die Hälfte der Befragten schon *Veranstaltungen* der KAS besucht. Ebenfalls rund die Hälfte (48 Prozent) hat dies nicht getan.
- haben 69 Prozent der Befragten *Publikationen* heruntergeladen, 28 Prozent kostenlose Broschüren bestellt, 16 Prozent Veröffentlichungen gekauft (Mehrfachnennungen waren möglich).

Die Hälfte der Befragten oder mehr ...

- nutzt die Informationen aus dem KAS-Newsletter beruflich (50 Prozent).
- empfiehlt Informationen aus dem KAS-Newsletter an Kollegen und Freunde weiter (55 Prozent).

Themen und Regionen im Newsletter

Folgende *Themen* sollen nach Meinung der Abonnenten im Newsletter „hauptsächlich berücksichtigt werden“ (Mehrfachnennungen waren möglich, Angaben unter 20 Prozent sind hier nicht aufgelistet):

Wirtschaftspolitik	43 %
Energie und Umwelt	36 %
Europa	26 %
globale Herausforderungen	24 %
Medien, öffentliche Meinung,	
politische Kommunikation	24 %
Bildung	23 %
Zeitgeschichte	23 %
KAS-Preis Soziale	
Marktwirtschaft	21 %
Wissenschaft	20 %
Forschung und Technologie	20 %
Menschenrechte und	
Demokratie	20 %

Nach den *Regionen* befragt, über die der Newsletter „besonders intensiv berichten“ soll, sieht die Rangliste so aus (Mehrfachnennungen waren möglich):

Deutschland	30 %
Europa	29 %
Nahost	10 %
Nordamerika	10 %
Asien	8 %
Afrika	7 %
Lateinamerika	6 %

WEITERE ERGEBNISSE

KAS-Veranstaltungen

Die Teilnehmer der Umfrage besuchen relativ häufig die Veranstaltungen der KAS: 41 Prozent tun dies mehrmals im Jahr, 4 Prozent mehr als zehnmals, 24 Prozent einmal pro Jahr. 16 Prozent nehmen nie teil, 14 Prozent machten keine Angaben. Weitere Angaben zu den Veranstaltungen finden Sie auch im Abschnitt „Wirkung des Newsletters“.

Darüber hinaus nutzen sechs von 86 Teilnehmern, die bei der offenen Frage „Wenn Sie uns noch etwas mitteilen möchten ...“ Angaben machten, die Gelegenheit, um die Veranstaltungen und die Referenten zu loben. Mehr-



mals wurde der Wunsch nach mehr Veranstaltungen im ländlichen Raum geäußert.

KAS-Publikationen

Auch hierzu lesen Sie bitte „Die Wirkung des Newsletters“. Daraus geht hervor, dass die kostenlosen Angebote der KAS von einem hohen Prozentsatz der Newsletter-Abonnenten genutzt werden.

Auf die Frage „Welche dieser Print- bzw. Online-Publikationen der KAS nutzen Sie regelmäßig?“ ergibt sich folgende Rangfolge (Mehrfachnennungen waren möglich):

Die Politische Meinung	13 %
Analysen und Argumente	12 %
Auslandsinformationen	10 %
Veranstaltungsberichte	10 %
KAS-Länderberichte	9 %
Historisch-Politische Mitteilungen	7 %
KAS-International	7 %
Forschungen und Quellen zur Zeitgeschichte	5 %
Zukunftsforum Politik	5 %
Herder-Taschenbücher	4 %
Materialien für die Arbeit vor Ort	4 %
Im Plenum kompakt	2 %
Positionen	2 %
Audio-Beiträge auf www.kas.de	1 %
Im Plenum	1 %

Meinungen über die KAS

Wie die Teilnehmer der Umfrage die Konrad-Adenauer-Stiftung beurteilen, wurde mit offenen Fragen abgefragt, d.h. es gab keine vorgegebenen Antwortmöglichkeiten. Die Teilnehmer konnten frei antworten.

„Nennen Sie bitte bis zu drei Eigenschaften, die die KAS beschreiben.“

170 Personen machten Angaben, das entspricht rund 28 Prozent derer, die an der Umfrage teilnahmen. Fast alle Antworten gaben ein überaus positives Bild von der KAS. Lediglich 13 Teilnehmer äußerten sich negativ.

Positive Antworten –

In Klammern steht die Anzahl der Nennungen:

informativ	(44)
kompetent	(40)
konservativ	(19)
werteorientiert	(19)
aktuell	(15)
engagiert	(14)
vielseitig	(14)
zuverlässig	(14)
seriös	(13)
aufgeschlossen	(11)
international	(11)

Weitere Nennungen, die jeweils bis zu neun Mal vorkamen: christlich, zukunftsweisend, demokratisch.

Negative Antworten

zu unkritisch, bisweilen zu selbstbezogen, langweilig, etwas angestaubt, teilweise unklares Profil, knochentrocken, nicht unabhängig, häufig zu bürokratisch – unflexibel, „leider ängstlich bei neuen Gedanken, die der CDU zuwiderlaufen könnten“.

„In welchen Themengebieten ist die KAS Ihrer Meinung nach besonders kompetent?“

159 Personen (= rund 26 Prozent der Teilnehmer) antworteten wie folgt. In Klammern steht die Anzahl der Nennungen. Auch hier konnte jeder mehrere Themen nennen:

Außen- und Sicherheitspolitik,	
Internationale Politik und Zusammenarbeit	(37)
Wirtschafts- und Finanzpolitik,	
Soziale Marktwirtschaft	(36)
Demokratie und Rechtsstaat	(25)
Politische Bildung	(25)
Zeitgeschichte, Geschichte der Bundesrepublik (19)
Kommunalpolitik	(17)
Europa und EU, Europapolitik	(17)
Christliche Werte und Ethik	(15)
KAS-Auslandsarbeit, Länderberichte und Auslandsinformationen	(14)
Entwicklungspolitik und -zusammenarbeit	(12)
Staat und Gesellschaft, Gesellschaftspolitik	(12)
Gute Qualität der Analyse, politische Forschung, Politikberatung	(11)



Weitere Themen mit mehreren, aber unter 10 Nennungen: Innenpolitik, Begabtenförderung, Medien und Kommunikation, Kultur und Literatur, Religion, interreligiöser Dialog, Politik und Kirche.

FAZIT UND AUSBLICK

Zum Abschluss der Umfrage hatten die Teilnehmer Gelegenheit, eigene Anregungen, Kommentare, Lob und Kritik zu äußern. Davon machten 95 Personen (= rund 16 Prozent der Teilnehmer) Gebrauch.

Alles super! / Danke! – So oder ähnlich knapp brachten es 26 Personen auf den Punkt.

21 Mal wurde der Wunsch geäußert, die E-Mail-Ausgabe des Newsletters solle übersichtlicher gestaltet werden. Dies greifen wir auf und werden in Kürze den *Newsletter mit einem optimierten Erscheinungsbild* in der „Nur-Text-Variante“ anbieten. Auf eine HTML-Ausgabe soll zunächst weiter verzichtet werden, da zu ungewiss ist, wie der Newsletter bei den Abonnenten am Bildschirm dargestellt wird.

Da wichtige Neuigkeiten aus der Arbeit der Stiftung häufig außerhalb des Versandrhythmus des Newsletters fallen, wurde gefragt, ob die Abonnenten zwei bis drei Mal pro Jahr eine *Sonderausgabe des Newsletters* wünschen. 65 Prozent der Teilnehmer bejahten dies. Wir werden daher zukünftig von diesem Instrument Gebrauch machen, um beispielsweise die Gewinner der KAS-Preise zeitnah bekannt zu geben.

Darüber hinaus gab es viele Äußerungen zu dieser Frage, die nur einmal vorkamen und so kaum Relevanz für die Auswertung haben. Viele Teilnehmer wiederholten hier auch Punkte, die sie bei den anderen offenen Fragen schon genannt hatten.

Die Ergebnisse der Umfrage sollen auch genutzt werden, um das *Konzept des Newsletters* zu überdenken. Zum Beispiel geben 62 Prozent der Teilnehmer an, die Newsletter-Rubrik „Veranstaltungen im Ausland“, in der Konferenz u.Ä. angekündigt werden, selten bzw. nie zu lesen. Gleichzeitig ist das Interesse an Veranstaltungsberichten und Länderberichten vergleichsweise hoch (10 bzw. 9 Prozent der Teilnehmer nutzen diese Formate regelmäßig). Daher soll der Newsletter zukünftig nur noch wenige Ankündigungen zu Veranstaltungen im Ausland enthalten. Wenn hingegen auf www.kas.de über Veran-

staltungen der Auslandsbüros mit wichtigen Ergebnissen berichtet wird, soll dies ab sofort verstärkt im Newsletter gemeldet werden.

Insgesamt hat die Befragung wertvolle Ergebnisse erbracht: für den Newsletter, aber auch für Bereiche, die darüber hinausgehen. Die Erfahrungen sollen genutzt werden, um weitere Evaluationen durchzuführen, zum Beispiel zu den einzelnen Publikationsreihen.

Wenn Sie Fragen haben, wenden Sie sich bitte an:

Elisabeth Enders
Zentralredaktion Print/Online
Telefon: ++49-22 41-2 46-22 64
E-Mail: Elisabeth.Enders@kas.de