

DPTV Deutsche Psychotherapeuten Vereinigung

Psychotherapie Aktuell

Cornelia Rabe-Menssen
Stephanie Hild-Steimecke

Hohe Akzeptanz der DPTV-Medien

Ergebnisse der Online-Umfrage zu Verbandsmedien



Die DPtV ist konstant dabei, ihr Angebot für die Mitglieder immer weiter zu verbessern und zu erweitern. Um dabei gezielt auf die Bedürfnisse der Mitglieder eingehen zu können, wurde im Frühjahr 2014 unter den Mitgliedern eine umfangreiche Online-Umfrage zur Nutzung der DPtV Medien durchgeführt. In Erfahrung gebracht werden sollte, welche Medien in welchem Maße von den Mitgliedern genutzt werden, welche Themenbereiche (z.B. Berufspolitik, Versorgungsforschung oder Kleinanzeigen) für die Nutzer/innen von besonderem Interesse sind und in welchen Bereichen Veränderungswünsche bestehen. Weiter wollten wir wissen, ob die für relevant befundenen Themen ausreichend in den verschiedenen Print- und/oder Onlinemedien behandelt werden. Natürlich sollte auch ermittelt werden, aus welchen Gründen manche Mitglieder bestimmte Medienangebote nicht nutzen.

Darüber hinaus wollten wir in Erfahrung bringen, ob generelles Interesse daran besteht, die verschiedenen Printprodukte in digitaler Form (beispielsweise als PDF) zu erhalten und bei welchen dies der Fall ist.

Um das Online-Angebot der DPtV (z.B. DPtV-Homepage, Newsletter und Präsenz in sozialen Medien wie Facebook) zu optimieren, konnten die Mitglieder eigene Vorschläge einbringen und sich abschließend ganz allgemein dazu äußern, wie die Verbandsmedien ihrer Meinung nach noch verbessert werden können.

Der Fragenkatalog bezog sich auf die bestehenden Verbandsmedien, die Zeitschrift Psychotherapie Aktuell (PTA), den Bundesmitgliederbrief (BMB) und den Landesmitgliederbrief (LMB), die PiA-News, den Newsletter, die Homepage, das PiA-Portal und die DPtV-Infomail. Ferner erfragten wir, ob der Wunsch nach weiteren Online-Angeboten, wie z.B. einem Chat, besteht.

Von den angeschriebenen Mitgliedern öffneten 1.851 Mitglieder den Online-Fragebogen – von diesen beantworteten 1.829 Teilnehmer/innen mindestens eine Frage. Diese 1.829 wurden als Grundgesamtheit der Antwortenden gewählt. Bei 7.486 angeschriebenen Mitgliedern entspricht dies einer von uns als hoch eingeschätzten Rücklaufquote von 24,4%.

Zusammenfassung

Die Printmedien der DPtV werden von den Umfrageteilnehmern in hohem Maße angenommen und von einem großen Teil regelmäßig gelesen. Dabei sind die Zahlen zur Lesehäufigkeit für PTA, BMB und LMB kaum unterschiedlich. Die Nicht-Leser/innen geben als Gründe hauptsächlich Zeitmangel an, jedoch wird von einem kleineren Teil auch fehlendes Interesse geäußert. Diese Ergebnisse sind für die Verantwortlichen der jeweiligen Produkte wichtig, um zu evaluieren, ob der für alle Verbandsmedien geleistete hohe Arbeitsaufwand in der derzeitigen Form gerechtfertigt ist, da die Bedürfnislage der Mitglieder getroffen wird, oder ob inhaltliche Veränderungen notwendig werden.

Die PiA-News werden nach den vorliegenden Ergebnissen deutlich seltener gelesen, was nicht überrascht, da es sich hier um ein Produkt für eine spezielle Subgruppe der Mitglieder handelt. Die Einschätzungen zur persönlichen Relevanz der einzelnen Rubriken in den Printmedien geben ein differenziertes Bild über die Interessenslage unserer Leser. Es gibt keine Rubrik, die kaum auf Interesse stößt, jedoch einige Rubriken mit sehr hoher „subjektiver“ Wichtigkeit.

Bezüglich der Umstellung auf digitale Versionen sind die Umfrageteilnehmer bislang eher zurückhaltend, so dass die Beibehaltung der Printprodukte wichtig erscheint. Ob dem papierlosen, digitalen Lesen die Zukunft gehört, wird sich

zeigen müssen. Die DPtV kommt den an elektronischer Version interessierten Lesern durch zunehmende Möglichkeiten, parallel auch am PC, auf Tablets oder E-Readern lesen zu können, entgegen. So stehen im Mitgliederbereich bereits seit einiger Zeit die Ausgaben der PTA als PDF-Version zur Verfügung, auch werden die Jahressinhaltsverzeichnisse in digitaler Form veröffentlicht.

Unser Online-Newsletter hat eine sehr hohe Anzahl regelmäßiger Leser/innen. Die Wünsche im Hinblick auf versendete Infomails sind hingegen gespalten: ein Teil der Nutzer wünscht nicht, dass Infomails in Zukunft häufiger zugesendet werden, andere wünschen jedoch mehr aktuelle Infomails, vor allem zur Berufspolitik und zu den Serviceangeboten. Die Homepage der DPtV ist allseits gut bekannt und wird von der großen Mehrheit als umfassend und ausreichend beurteilt. Vor allem der Mitgliederbereich wird von mehr als der Hälfte der Teilnehmer/innen regelmäßig genutzt. Das PiA-Portal ist nur ca. einem Viertel der Befragten bekannt, was wiederum wie o.g. nicht überrascht. Es zeigt sich als passend, dass der DPtV-Homepage ein Relaunch bevorsteht, denn die Möglichkeit erweiterter Online-Funktionen, wie beispielsweise differenziertere Suchfunktionen und interaktive Onlineformulare werden von der Mehrheit gewünscht, ein Chat hingegen nicht. Viele der hier ermittelten Ergebnisse bestätigen die eigenen Überlegungen und Weiterentwicklungen der Redaktionsteams, so ist bereits zur Anmeldung an Campus-Veranstaltungen ein Online-Formular geschaffen worden.

Es ergibt sich aus dieser Umfrage ein aufschlussreiches Bild der Bedürfnisse unserer Leserschaft im Hinblick auf die Verbandsmedien. Es zeigt sich eine grundsätzliche Akzeptanz der bestehenden Medien, jedoch zeigen sich auch (u.a. in zum Teil hier nicht dargestellten Detailfragen) wichtige Hinweise

Wie häufig lesen Sie...	Immer	Häufig	Ab und zu	Selten	Nie
Psychotherapie Aktuell (n=1822) ¹	38,3	30,8	23,0	6,3	1,6
Bundesmitgliederbrief (n=1818)	38,7	29,3	20,0	8,6	3,5
Landesmitgliederbrief (n=1642)	42,1	24,9	21,6	7,7	3,7
Pia-News (Beilage des BMB; n=1650)	5,6	7,2	18,0	33,9	35,3

Tabelle 1: Übersicht Leseverhalten, Prozentangaben zu den einzelnen Printmedien

¹Die Anzahl der Antworten variiert von Frage zu Frage, dies mit stetig sinkender Teilnehmerzahl. Um einen Überblick darüber zu geben, wie viele Befragte jeweils geantwortet haben, wird die Anzahl der Antworten (n) angegeben, wo möglich.

und Ergänzungswünsche, die unsere Redaktionsteams aufnehmen, um weiter an der Optimierung zu arbeiten. Im Ergebnis geäußert wurden z.B. Wünsche nach mehr Beiträgen aus der Praxis, aus der Wissenschaft und Forschung sowie nach mehr Fachbeiträgen in der PTA, doch auch der deutliche Wunsch nach mehr praxisbezogenen Beiträgen im BMB. Die ersten Ergebnisse sind in die Treffen der Redaktionsteams eingeflossen und haben zu neuen Initiativen geführt.

Erneut hat sich aus unserer Sicht der Aufwand einer Mitgliederbefragung gelohnt. Es ist eine gute, schnelle und direkte Art, um ein Meinungsbild unserer Mitglieder zu gewinnen und eine kontinuierliche Verbesserung von Verbandsmedien und -Service für die Mitglieder zu erreichen.

Ergebnisse Teil 1: Printmedien

Hierzu zählen folgende Verbandsmedien: Psychotherapie Aktuell (PTA), Bundesmitgliederbrief (BMB), Landesmitgliederbrief (LMB) und Pia-News. Die wichtigsten Ergebnisse zu diesen Medien werden im Folgenden dargestellt.

Fasst man bei der Frage „Wie häufig lesen Sie ...“ die Antworten „immer“ und „häufig“ als Abbild derjenigen zusammen, die die entsprechenden Medien **regelmäßig** lesen, so landet die PTA an der ersten Stelle, gleich gefolgt vom BMB und dem LMB.

Konzentriert man sich bei der Auswertung auf diejenigen, die angeben, das entsprechende Medium wirklich immer zu lesen, erhält man einen Anteil von über einem Drittel der Befragten. Die am häufigsten von den Mitgliedern immer gelesene Publikation ist der Landesmitgliederbrief (LMB; 42% immer), gefolgt praktisch gleichauf vom Bundesmitgliederbrief (BMB; 39% immer) und der Zeitschrift Psychotherapie Aktuell (PTA; 38% immer).

Die Kollegen, die angaben, die Printmedien nie zu lesen, nannten als Gründe dafür in 45 bis 50% der Fälle Zeitmangel, in 15 bis 33% der Fälle gaben sie an, kein Interesse zu haben. Nur vereinzelt gaben sie an, die entsprechende Publikation gar nicht zu kennen.

Darüber hinaus gibt es einen Anteil von etwa je einem Fünftel bis einem Viertel der Umfrageteilnehmer, die die genannten Printmedien nur „ab und zu“ lesen. Bei diesen Lesern scheint durchaus auch ein Grundinteresse zu bestehen.

Für die folgende Beschreibung der Umfrageergebnisse haben wir eini-

ge Fragen und Themen ausgewählt, die uns insgesamt relevant und interessant erschienen. Spezielle Details aus einzelnen Fragestellungen werden hier nicht weiter erörtert, wurden jedoch als Gesamtschau den Redaktionsteams der jeweiligen Verbandsmedien zur Verfügung gestellt.

Die Ergebnisse zu den einzelnen Medien werden hier nacheinander anhand des Leseverhaltens der Befragten und ihrer Einschätzung zur Wichtigkeit einzelner Rubriken vorgestellt. Anschließend wird auf die Präferenz von Druckversion versus digitaler Version (PDF) des jeweiligen Produktes eingegangen.

Psychotherapie Aktuell

Die Verbandszeitschrift Psychotherapie Aktuell wird von den meisten Antwortenden *immer* gelesen, von etwa einem weiteren Drittel *häufig*, von knapp einem Viertel *ab und zu*, und nur von 8% *selten* oder *nie* (siehe Abbildung 1). Damit ist die PTA das von den Befragten am häufigsten gelesene Verbandsmedium der DPTV.

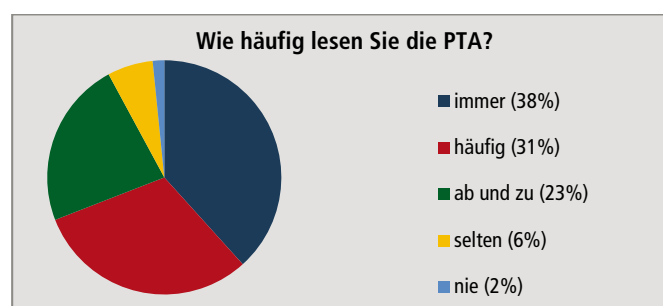
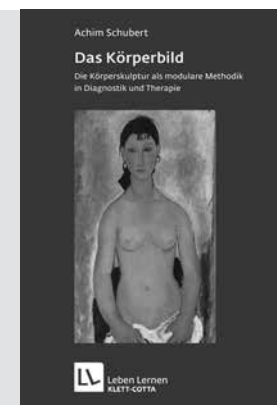


Abbildung 1: Leseverhalten bei der PTA (n = 1822)

Die regelmäßig erscheinenden Printmedien werden von einem sehr hohen Prozentsatz der Mitglieder regelmäßig gelesen!



Das Seminar zum Buch: 29 Fortbildungspunkte wurden zuerkannt

Das **Körperbild in Diagnostik und Therapie**: Kennenlernen der Körper-Plastik-Technik in Selbsterfahrung, Einführung in körperbildbasierte Behandlungsmethoden an klinischen Beispielen.

Zeitplan: 20.-22.11.15
Veranstaltungsort: 85560 Ebersberg b. München, Praxis Adalberggasse 19
Kosten: 320,- pro Teilnehmer, Studenten und PiA, 50 %
Anmeldung bis 30.06.15 unter: www.psychotherapie-coach.de oder electinfo@t-online.de

Die Mehrheit der Mitglieder bevorzugt den Erhalt von PTA, BMB, LMB und PiA-News als Druckversion.

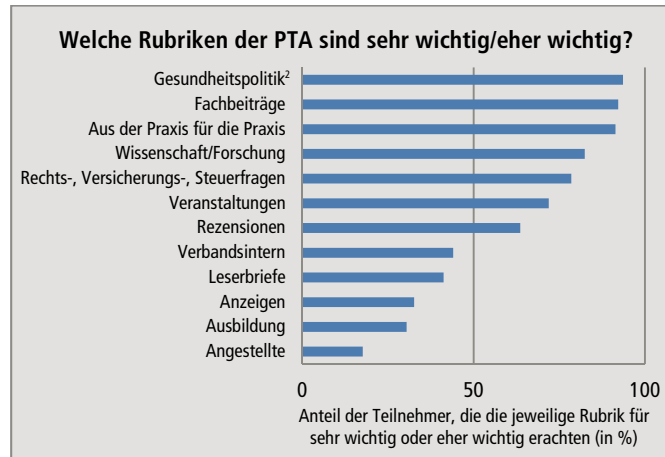


Abbildung 2: Einschätzung zu den einzelnen Rubriken der PTA
²Auch hier variiert die Anzahl der Antwortenden für jede Rubrik. Für o.g. Fragestellungen reichte die Anzahl der Teilnehmenden von n = 1665 (Rubrik Ausbildung) bis n = 1719 (Rubrik Fachbeiträge). Im Sinne der Übersichtlichkeit werden die Anzahl der Antworten im Folgenden nur als „von ... bis“ angegeben.

Bei der Beurteilung der Relevanz einzelner Rubriken der Psychotherapie Aktuell zeigt sich eine deutliche Relevanz der Rubriken „Gesundheitspolitik“, „Fachbeiträge“ und „Aus der Praxis für die Praxis“, die von über 90% der Befragten als sehr wichtig oder eher wichtig bezeichnet werden, gefolgt von der Rubrik „Wissenschaft/Forschung“ und den „rechtlichen/steuerlichen/versicherungstechnischen Fragen“ (siehe Abbildung 2).

Bundesmitgliederbrief BMB

Auch der Bundesmitgliederbrief wird von den meisten Befragten *immer* gelesen, von etwa einem weiteren Drittel *häufig*, von einem Fünftel *ab und zu*, und nur von 13% selten oder nie (siehe Abbildung 3).

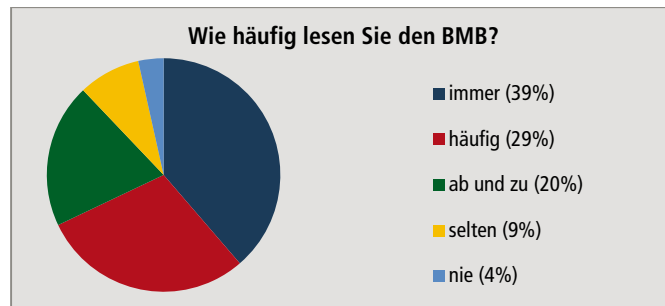


Abbildung 3: Leseverhalten beim Bundesmitgliederbrief (n=1818)

Bei der Beurteilung der Relevanz einzelner Rubriken des Bundesmitgliederbriefes zeigt sich, dass beinahe alle Befragten die Rubriken „Honorare“, „praxisbezogene Infos“ und „Gesundheitspolitik“ für sehr wichtig oder eher wichtig halten, gefolgt von fast 90% für die Rubrik „Bedarfsplanung“ und über 70%, die die Themen „Aktuelles aus Kammer/KV/GBa“ für sehr wichtig oder eher wichtig halten. Weitere Rubriken mit verbandsinternen Infos erreichen 60%; die „Ausbildungsreform“ wird von der Hälfte als sehr wichtig oder eher wichtig befunden, die „Kleinanzeigen“ von unter 40% (siehe Abbildung 4).

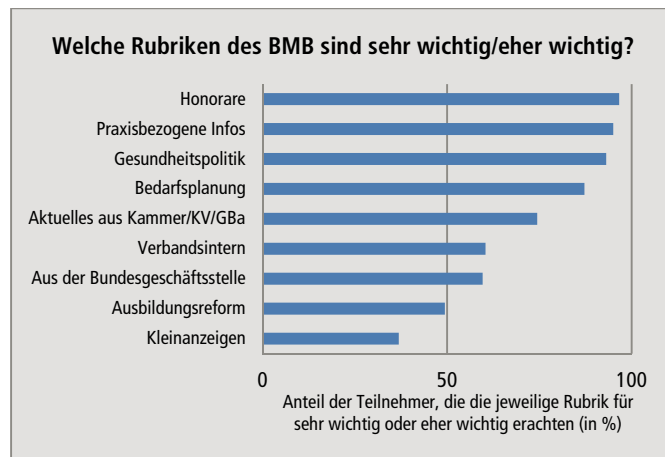


Abbildung 4: Einschätzung zu den einzelnen Rubriken des Bundesmitgliederbriefs (n = 1577-1600)

Landesmitgliederbrief

Der Landesmitgliederbrief wird von allen Publikationen am häufigsten *immer* gelesen (42%), von einem weiteren Viertel *häufig*, von über einem Fünftel der Teilnehmer *ab und zu*, und nur von 12% *selten* oder *nie* (siehe Abbildung 5).

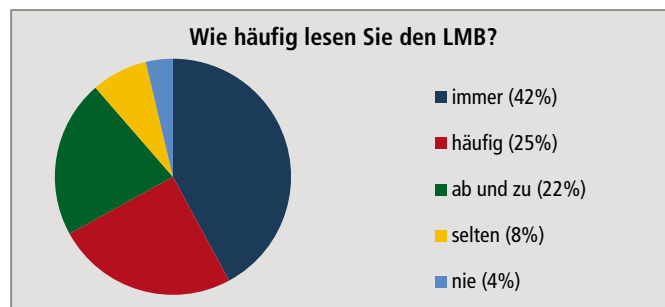


Abbildung 5: Leseverhalten beim Landesmitgliederbrief (n = 1642)

PiA-News

Die PiA-News werden von ca. 13% der Umfrageteilnehmer regelmäßig (*immer oder häufig*) gelesen, von fast einem Fünftel der Teilnehmer *ab und zu*, von über zwei Dritteln *selten* oder *nie* (siehe Abbildung 6). Hierbei muss jedoch beachtet werden, dass sich die PiA-News primär an eine spezielle Zielgruppe richten, die Psychotherapeuten in Ausbildung (PiA). Wie viele PiA unter den Befragten waren, lässt sich aus den Ergebnissen nicht ermitteln. Der Anteil der PiA bei den DPtV-Mitgliedern liegt bei 14%. Demnach gibt es einen nicht unbeträchtlichen Anteil von Mitgliedern, die nicht PiA sind, die jedoch die PiA-News zeitweilig lesen.

Zur Frage, warum die Mitglieder die PiA-News nicht lesen, äußerten sich 547 Teilnehmer. Etwa ein Fünftel gab an, keine Zeit dafür zu haben, fast 70% äußerten kein Interesse an den PiA-News; 12% nutzten die Möglichkeit, eine ausführliche Antwort zu geben. Dabei deckten sich die Angaben zu den offenen Fragen in hohem Maße mit den vorgegebenen Antwortoptionen: für 6 der Befragten waren die PiA-News uninteressant, 11 äußerten Zeitmangel, 38 fühlten sich nicht als Zielgruppe, und 5 Antworten fielen in die Kategorie Sonstiges (z.B. „nie gesehen“).

Druckversion versus elektronische Version

Im Zuge der zunehmenden Digitalisierung von Print-Medien wurden die Mitglieder befragt, welche Medien sie gerne als Druckversion und welche sie als elektronische Version erhalten möchten. Es zeigte sich, dass ein Großteil der Umfrageteilnehmer die meisten Medien gerne weiterhin als Printversion erhalten möchte (siehe Abbildung 7). Vor allem für die PTA ist der Anteil derjenigen, die eine elektronische Version wünschen, mit 16,5% sehr gering. Jedoch wünscht sich etwa ein Drittel der Befragten den BMB

und den LMB als elektronische Version. Bei den PiA-News sind es sogar fast 40%, die eine elektronische Version wünschen, was möglicherweise mit der Altersstruktur der Befragten zusammenhängt.

Ergebnisse Teil 2: Onlinemedien

Newsletter

Neben der Homepage gehört der Newsletter zu den wichtigen Onlinemedien der DPtV. Er wird bis zu sechsmal im Jahr per E-Mail an diejenigen Mitglieder verschickt,

die sich dafür explizit angemeldet haben. Da demnach nicht jedes Mitglied den Newsletter erhält, wollten wir wissen, wie viele der Befragten ihn überhaupt kennen. Die entsprechende Frage beantworteten 74,2% (n = 1631) positiv, d.h. drei Viertel der Umfrageteilnehmer kennen den Newsletter. Weiter wurde gefragt, wie häufig bzw. wie regelmäßig der Newsletter von den Umfrageteilnehmern gelesen wird.

Hier zeigte sich, dass etwa zwei Drittel der Befragten (65%) den Newsletter regelmäßig, also *häufig* oder *immer* lesen (siehe Abbildung 8). Weitere 27% lesen ihn *ab und*

Fast 2/3 der Umfrageteilnehmer lesen den Newsletter regelmäßig.

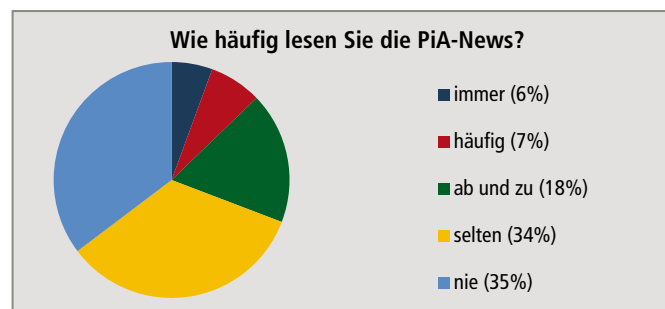


Abbildung 6: Leseverhalten bei den PiA-News (n = 1650)

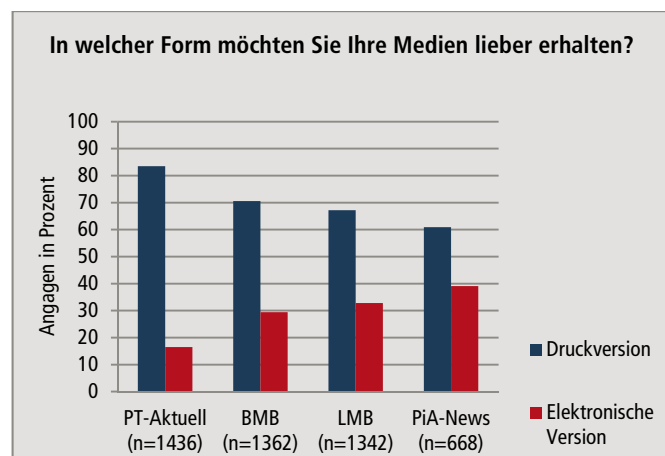


Abbildung 7: Präferenz für Druckversion vs. elektronische Version



Abbildung 8: Leseverhalten beim Newsletter (n = 1224)

zu. Nur 2% der Mitglieder, die den Newsletter erhalten, gibt an, ihn *nie* zu lesen.

Auf die Frage, warum sie den Newsletter nicht lesen, gaben 16 Teilnehmer Zeitmangel an, 5 gaben an, kein Interesse zu haben, und 4 Personen gaben an, den Newsletter nicht zu erhalten.

Wie auch bei den anderen Medien wollten wir erfahren, für wie wichtig die Mitglieder die einzelnen Rubriken des Newsletters erachten. Hierbei zeigten sich nur geringe Unterschiede zwischen den einzelnen Rubriken. Etwa 95% der Teilnehmer halten die Rubrik „Berufspolitik“ für *wichtig* bzw. *sehr wichtig*, 86% die Rubrik „Gesetzli-

che Krankenversicherung“, gefolgt von „Termine“ (81,6%) und „Wissenschaft/Forschung“ (80,6%). Das Schlusslicht bildete die Rubrik „Verbandsintern/Service“ (immer noch 78%), siehe Abbildung 9.

DPTV-Infomail

Das Medium der Infomail ist ein geeignetes Mittel, um zeitnah aktuelle und bedeutsame Informationen an eine Vielzahl der Mitglieder zu versenden, die sich für den Erhalt von Infomails angemeldet haben, dies sind derzeit 2.688 und damit knapp 27% aller Mitglieder. In welcher Frequenz diese Kontakt- und Informationsvermittlungsart am meisten Sinn macht, ist offen, da es zwischen dem Wunsch nach häufigen, zeitnahen Informationen und der gleichsam gefühlten Überforderung bzw. Überflutung durch allgemein zu viele E-Mails oft nur ein kleiner Schritt ist. Wir fragten daher, ob häufigere Infomails als bisher erwünscht sind, und wenn ja, zu welchen Themen.

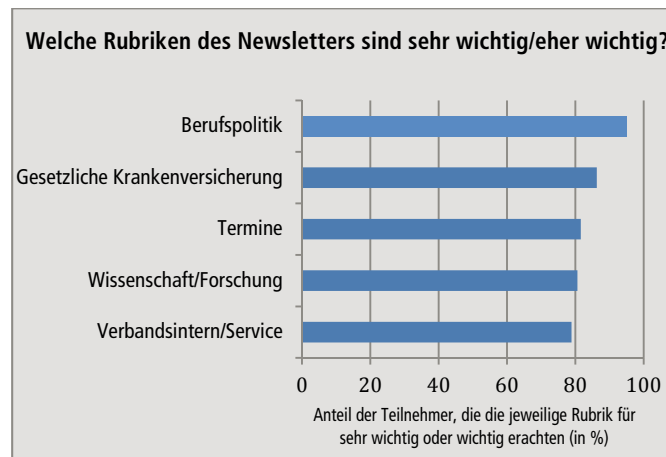


Abbildung 9: Einschätzung zu den einzelnen Rubriken des Newsletters (n = 1152-1161)

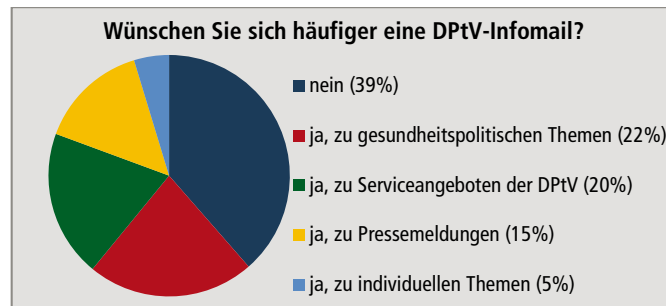


Abbildung 10: Wunsch nach häufigeren Infomails (n = 2254)

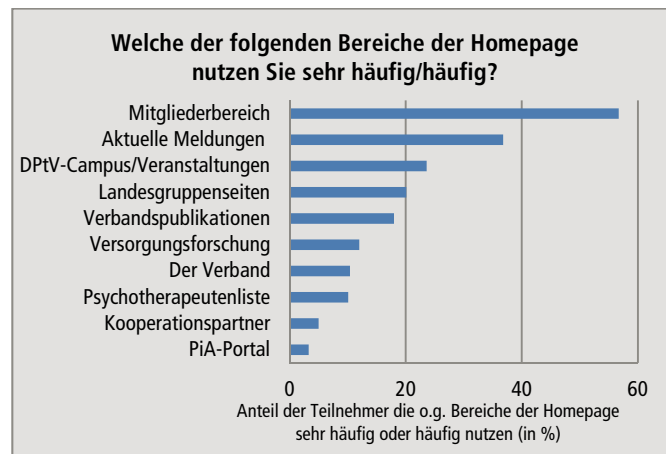


Abbildung 11: Nutzungsverhalten bei der Homepage (n = 1305-1338)

Mehrfachantworten waren möglich. Die n = 1584 Antwortenden trafen insgesamt 2.254 Aussagen. Die Auswertung zeigte, dass 22,4% der Antworten mehr Infomails zu gesundheitspolitischen Themen befüworteten, 19,7% mehr Infomails mit Informationen zu Serviceangeboten der DPTV und 14,7% mehr Infomails zu Pressemitteilungen der DPTV wünschten. Weitere 4,7% der Teilnehmer thematisierten individuelle Vorschläge (siehe Abbildung 10). In fast 40% der Antworten wurden häufigere Infomails nicht gewünscht.

Zu den individuell gewünschten Infomail-Themen (offene Frage) gehörten Honorarinformationen (n = 32), Politik und Öffentlichkeitsarbeit (n = 23) sowie praxisrelevante Themen wie Praxisalltag und -abgabe (n = 12), Abrechnung (n = 15) und Gutachterverfahren (n = 9). Weiter wurden mehr Informationen zu Fortbildungen und Veranstaltungen (n = 10), Wissen-

schaft und anderen Fachthemen (n = 7) sowie weitere „Wichtige Themen“ (n = 7) gewünscht. 10 Antworten konnten keinem dieser Themen zugeordnet werden.

Homepage

Der Webauftritt der DPtV wird derzeit überarbeitet. In diesem Rahmen ist die Erfassung der Erfahrungen und der Verbesserungsvorschläge der Homepagenutzer besonders wichtig. Die Teilnehmer wurden u.a. gefragt, ob sie die Homepage überhaupt kennen, wie häufig sie welche Bereiche nutzen und was ihrer Ansicht nach an der Homepage noch verbessert werden kann.

Fast 85% der Befragten kennen die Homepage, ca. 15% nicht (n = 1621). Die Nutzungshäufigkeit für die einzelnen Homepage-Bereiche findet sich in Abbildung 11, Seite 16.

Was fehlt auf der Homepage?

Ergänzend wurden die Mitglieder gefragt, was ihnen auf der Homepage fehlt. Es konnte entweder mit „nichts“ geantwortet oder eine freie Antwort eingegeben werden. Von den n = 1285 Antworten gaben 82,3% an, keine Veränderungswünsche zu haben. Von den 248 offenen Antworten konnten folgende Wünsche mittels Inhaltsanalyse ausgemacht werden: Am häufigsten wurden Informationen und Materialien gewünscht: mehr downloadbare Praxismaterialien (n = 36), Praxistipps und mehr Informationen (n = 32), Material für den Kinder- und Jugendbereich (n = 4) und weiteres Material zur Kostenerstattung (n = 5). Zudem wurde eine Verbesserung der Aktualität der Homepageinhalte gewünscht (n = 25). Es wurde kritisiert, dass das Layout der Homepage eine Überarbeitung benötigt: ganz allgemein (n = 7), in den Punkten Übersichtlichkeit (n = 34), Struktur (n = 9) und Such-

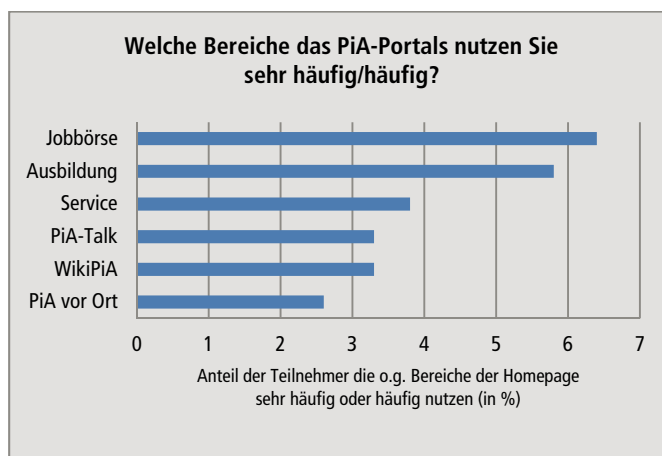


Abbildung 12: Nutzungsverhalten beim PiA-Portal (in %) (n = 420–427)

funktion (n = 20). Ein weiteres häufig genanntes Themengebiet war „Möglichkeiten zum Austausch und zur Vernetzung“ (z.B. Erfahrungsaustausch in Foren; n = 15), der Wunsch nach besserer Verfügbarkeit von Protokollen (z.B. der DV; n = 4) sowie eine bessere Stellen- und Praxisbörse mit der Option zur Aufgabe von Kleinanzeigen (n = 8). Im Kontext der Berufspolitik äußerten sich 11 Befragte mit dem Wunsch nach offensiverer Berufspolitik und besserer Repräsentation des Verbands, 7 Personen wünschten eine Verbesserung und Nutzung der Landesgruppen-Webseiten, 7 eine bessere Nutzung der Therapeutenliste (z.B. Verfeinerung der Listen, Suche nach Bundesland) und zudem mehr Informationen zum Thema Versorgung allgemein. Nur 21 Antworten konnten keiner Kategorie zugeordnet werden.

PiA-Portal

Neben der DPtV-Homepage betreibt und verwaltet der Verband auch das PiA-Portal, eine Webplattform für PiA und Neuapprobierte.

Von den n = 1592 Antwortenden wussten 27,2%, dass das PiA-Portal existiert. So wie schon bei den PiA-News ergeben sich hier niedrigere Prozentraten von Befragten, die die verschiedenen Bereiche des PiA-Portals regelmäßig nutzen (siehe Abbildung 12). Am häufigsten

wurden Besuche der Jobbörse und Infos zur Ausbildung angegeben.

Suchfunktion und Onlineformulare

Ziel der Überarbeitung der Homepage ist neben stetiger inhaltlicher Optimierung auch die Verbesserung der Nutzbarkeit und der Anwenderfreundlichkeit. Eine wichtige Frage in diesem Zusammenhang war, ob die Befragten eine umfangreichere Suchfunktion (z.B. zum Durchsuchen von PDF-Dokumenten) für notwendig halten. Von den n = 1051 Antwortenden sprachen sich 87,8% dafür aus.

In den letzten Jahren wurde das Angebot für die Mitglieder stetig und vielfältig erweitert, so z.B. um den DPtV-Campus mit einer großen Zahl an Fortbildungsveranstaltungen. Hierzu war die Frage, ob die Mitglieder *interaktive Onlineformulare* (z.B. für die Änderung von Mitgliedsdaten oder die Anmeldung bei Veranstaltungen) wünschen. Zu dieser Frage äußerten sich 1.138 Personen; 68,2% davon wünschen sich solche interaktive Formulare.

DPtV-Chat

Auch wurde erfragt, ob von den Mitgliedern ein DPtV-Chat gewünscht wird – und wenn ja, zu

Über 80% geben an, dass es ihnen inhaltlich auf der Homepage der DPtV an nichts fehlt.

Umfangreichere Suchfunktionen und hilfreiche Onlineformulare werden von der großen Mehrheit gewünscht. Ein Chat wird mehrheitlich nicht für erforderlich gehalten.



Abbildung 13: Bei den Verbesserungsvorschlägen angesprochene Themenbereiche

Antwortenden *kürzere* oder *prägnantere* Informationen. Das Thema Berufspolitik mit dem Wunsch nach mehr Öffentlichkeitsarbeit, besserer Vertretung und Vernetzung zwischen den Mitgliedern (z.B. bezüglich Protestaktionen) führten 41 Antwortende an. Mehr Transparenz seitens des Verbands und der Funktionsträger sowie mehr Austausch in den verschiedenen Medien wurde von 13 Mitgliedern gewünscht. Verschiedene andere konkrete Wünsche wurden von 34 Teilnehmern aufgeführt, darunter „mehr rechtliche Infos“, eine „breitere Auswahl an Fachthemen und Autoren“, „weniger VT“ und mehrfach „etwas mehr Humor“. Weitere 27 Mitglieder hätten gerne mehr praxisrelevante Informationen, die „näher an der Lebenswirklichkeit der Therapeuten“ (Praxis) sind. Mehr Aktualität und Interaktivität wünschten sich 23 Teilnehmer. 23 Befragte wünschten sich mehr Übersichtlichkeit und Struktur (z.B. „Suchoption auf der Webseite“, „bessere Themenabsprache“). Ein „peppigeres“ Layout, welches „besser zu lesen“ ist und mehr grafische Einheitlichkeit zwischen den Medien wünschten sich 11 Mitglieder. Weitere 30 Antworten fielen unter die Kategorie „Sonstiges“, da sie sich keiner thematischen Kategorie unterordnen ließen (z.B. „mehr Spaß“ oder „... besser Recyclingpapier“). Abschließend ist zu erwähnen, dass 52 Personen angaben, „keine Ahnung“ zu haben, bzw. nicht zu wissen, wie man die Medien verbessern könne.

Der Facebook-Auftritt der DPtV ist den Teilnehmern unbekannt. Die große Mehrheit wünscht auch keine Präsenz der DPtV in sozialen Netzwerken.

welchen Themen. Hierzu äußerten sich n = 1024 Personen: 82,2% sahen keinen Bedarf für einen Chat. Von den 182 mit „Ja“ Antwortenden konnten 231 Antworten extrahiert werden. Die am häufigsten vorgeschlagenen Themen für einen zu etablierenden Chat waren Honorar und Abrechnung (n = 46), Berufspolitik und Öffentlichkeitsarbeit (n = 31), Praxisfragen (n = 28), dicht gefolgt von den Themen rechtliche Fragen (n = 19), Behandlungsmethoden (n = 17), Gutachterverfahren (n = 17), Kostenerstattung (n = 9), Niederlassung bzw. Jobsharing (n = 8) und PiA-Themen (n = 5). Weitere 17 Befragte wünschten sich eher themenspezifische Mailinglisten (n = 17).

Soziale Netzwerke

Im Zeitalter der neuen Medien war es uns auch wichtig zu erfahren, welche Rolle verschiedene soziale Netzwerke und Nachrichtendienste für unsere Mitglieder spielen und vor allem, bei welchen der „sozialen Medien“ eine Präsenz der DPtV gewünscht wird. Seit Sommer 2011 ist die DPtV bei Facebook vertreten. Dort werden wichtige Nachrichten, wie z.B. Pressemeldungen der DPtV, regelmäßig gepostet. Wir verzeichnen hier von den Mitgliedern nur sehr geringe Aktivität. In der Online-Umfrage wurde daher

gefragt, ob der Facebook-Eintrag überhaupt bekannt sei: Diese Frage wurde von 1.600 Teilnehmern beantwortet, von diesen konnten nur 23 Personen (1,4%) den Facebook-Eintrag. Darüber hinaus wünschten sich 90% der Mitglieder *keine* Präsenz der DPtV in sozialen Netzwerken. Knapp 2% wünschten sich eine Aktivität der DPtV bei Twitter, 2% bei Google+ und 4% bei XING. Weitere 2% nutzten die freie Antwortoption und ergänzten den Wunsch nach Repräsentation bei LinkedIn (n = 8).

Wie lassen sich die Verbandsmedien verbessern?

Abschließend wurde in der Umfrage nach konkreten Veränderungsvorschlägen für die Verbandsmedien gefragt.

Es beantworteten 1.590 Personen die Frage; 441 Personen gaben eine erweiterte Antwort, daraus konnten 479 Aussagen entnommen werden (zur Übersicht der Themen siehe Abbildung 13). Insgesamt 136 Befragte äußerten sich zufrieden mit den DPtV-Medien und hatten keine Verbesserungsvorschläge. Die zweithäufigste Aussage (n = 45) war, dass zu viele oder ausführliche Informationen im Umlauf seien. Hier wünschten sich die

Zum methodischen Vorgehen

Es wurden alle DPtV-Mitglieder in die Umfrage einbezogen, deren E-Mail-Adresse der Bundesgeschäftsstelle vorlag und nicht für Umfragen gesperrt war. Diese 7.486 Mitglieder erhielten eine Einladung zur Online-Umfrage per E-Mail. Sie hatten ca. sechs Wochen Zeit, die Fragen online zu beantworten. Während des Befragungszeitraums von März bis April

2014 wurde eine Erinnerungsmail versendet; am Schluss wurde der Befragungszeitraum noch einmal bis Ende April verlängert. Die Umfrage war freiwillig und anonym, aus den Antworten konnten keine Rückschlüsse auf die teilnehmende Person gezogen werden.

Bei der Entwicklung der Fragen wurden alle an der Publikation der jeweiligen Verbandsmedien beteiligten BV-Mitglieder und Mitarbeiter der DPtV einbezogen. Persönliche Einstellungen wurden über vier- oder fünfstufige Likert-skalierte Items und/oder über offene Antwortmöglichkeiten erhoben. Zur inhaltlichen Validierung des Fragebogens wurde im Vorfeld ein Pretest mit 30 Personen durchgeführt, anhand deren Rückmeldungen die Fragen überarbeitet wurden.

Quantitative Auswertung

Für die statistische Auswertung der Items wurden Standards der Auswertungsfunktionen des genutzten Online-Umfrage-Portals genutzt. Die Auswertung der Daten erfolgte durch eine wissenschaftliche Mitarbeiterin der Bundesgeschäftsstelle der DPtV. Nicht alle Fragen wurden von allen Teilnehmern beantwortet. Die fehlenden Angaben („missing values“) variierten bei den einzelnen Fragen stark. Die berechneten Prozentangaben richten sich, wenn nicht anders angegeben, immer auf die Grundgesamtheit für die jeweilige Frage, die immer mit angegeben wird. Wenn die Summe aller Prozente nicht 100% beträgt, liegt dies an Rundungen. Die Abweichungen betragen jedoch höchstens +/- 1%.

Qualitative Auswertung

Die Teilnehmer hatten bei einigen Fragestellungen die Möglichkeit, ergänzend oder ausschließlich offen, ohne Kategorienzueordnung, zu antworten (z.B. „Was lässt sich Ihrer Meinung nach an den Verbandsmedien verbessern?“). Zur

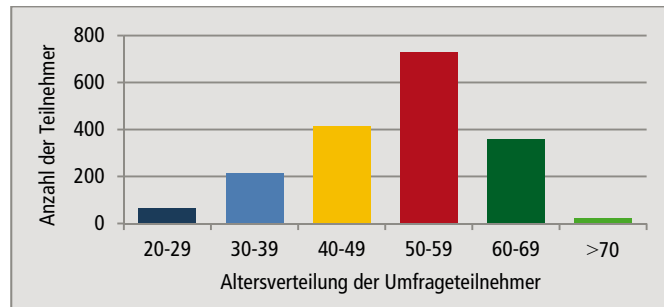


Abbildung 14: Stichprobenbeschreibung - Alter

Auswertung dieser Fragen wurde ein induktives Verfahren angewandt, um Informationsverluste möglichst gering zu halten und die Meinung der Teilnehmer möglichst akkurat zu erfassen. So wurden die Antworten nicht in vorgegebene Kategorien eingeordnet, vielmehr entwickelten sich die Kategorien anhand des Textmaterials, wie es in der Qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring (2010) beschrieben wird. Wenn eine Antwort mehrere Themen umfasste, wurden die Antworten unterteilt und den jeweiligen Themen untergeordnet. Um herauszuarbeiten, welche Themen bei den Mitgliedern von besonderer Bedeutung sind, wurden nach Mayring (2001) die Antworten weiter über die Häufigkeit der Nennungen der einzelnen Themen quantifiziert.

Stichprobenbeschreibung

An der Umfrage nahmen 27% männliche und 73% weibliche Teilnehmer/innen teil, was in etwa der Geschlechterverteilung in den KBV-Grunddaten (KBV, 2012), ein Drittel männliche Kollegen zu zwei Dritteln weiblichen Kolleginnen, entspricht. Der Altersdurchschnitt der Befragten betrug 50,91 Jahre, der Median 53 Jahre (Rechtssteile Verteilung, siehe Abbildung 14)

Es nahmen Psychotherapeutinnen und Psychotherapeuten aus allen Bundesländern teil. Die höchste Beteiligung wurde in den Bundesländern Nordrhein-Westfalen (23,5%), Bayern (13,6%) und Berlin (9,3%)

verzeichnet. Am wenigsten Mitglieder antworteten aus den übrigen Stadt-Staaten und den neuen Bundesländern.

Methodische Einschränkungen

Die Rücklaufquote ist mit knapp einem Viertel der angeschriebenen Personen als gut bis befriedigend einzuschätzen. Die Gruppe der Antwortenden bildet rund 18% aller DPtV-Mitglieder ab. Über die Repräsentativität der Umfrageteilnehmer für die Gesamtheit der DPtV-Mitglieder (und damit über die Validität der Ergebnisse) ist demnach (außer für das Alter) keine Aussage möglich.

Weitere persönliche Daten wurden nicht erhoben, so dass die Stichprobe an dieser Stelle nicht differenzierter beschrieben werden kann.

Das klassische Problem des non-response-Bias (systematische Verzerrung durch Teilnahme bzw. Nicht-Teilnahme an der Befragung) ist wie bei jeder freiwilligen Umfrage auch hier ein Problem. Ein solcher Bias bei den Umfrageteilnehmern ist möglich. Es könnte sein, dass gerade diejenigen Mitglieder an der Umfrage teilgenommen haben, die a) den Verbandsmedien besonders positiv gegenüberstehen und die besonders motiviert und interessiert sind, so dass die Nutzungsdaten und die Lesehäufigkeit in unseren Ergebnissen leicht überschätzt wird, und/oder die b) besonders online-affin sind und damit möglicherweise nicht repräsentativ



Literaturhinweise

Kassenärztliche Bundesvereinigung (2012). Grunddaten zur vertragsärztlichen Versorgung in Deutschland 2010/2011. http://www.kbv.de/media/sp/Grunddaten_2011.pdf

Mayring, P. (2001): Kombination und Integration qualitativer und quantitativer Analyse. Forum Qualitative Sozialforschung, 2(1), Art. 6, http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs010162.

Mayring, P. (2010): Qualitative Inhaltsanalyse - Grundlagen & Techniken. Weinheim, Beltz.

für die gesamte Mitgliedschaft sind.

Das Problem der eingeschränkten Validität durch die Teilnahme der besonders motivierten Mitglieder stellt sich bei jeder freiwilligen Umfrage, Hypothese a) lässt sich somit nicht ganz ausschließen. Gegen Hypothese b) spricht, dass man allgemein eher von einem Zusammenhang zwischen Alter und Online-Affinität ausgeht, spricht, es müsste ein systematischer Überhang der jüngeren Mitglieder unter den Teilnehmern vertreten sein, was jedoch nicht der Fall ist (siehe Abbildung 14 auf Seite 19). Zudem würde dies einen inhaltlichen Gegensatz zu den Ergebnissen in Bezug auf die deutliche Mehrheit der Ablehnung einer Repräsentanz der DPtV in sozialen Netzwerken und die große Ablehnung eines DPtV-Chats darstellen.

Die durchschnittliche Verweildauer, d.h. Bearbeitungszeit der Teilnehmer lag für den gesamten Fragebogen bei neun Minuten. Dies erscheint als vertretbarer Aufwand und war zudem ausreichend, um dem Verband einen guten Einblick in das Leseverhalten, die Präferenzen und weiterführende Wünsche vieler Mitglieder zu geben.



So, oder so...?

Ob Sie – wie gewohnt – Ihre Psychotherapie Aktuell viermal im Jahr per Post zugestellt bekommen möchten, oder zukünftig auf ein rein digitales Leseerlebnis setzen, ist Ihre individuelle Entscheidung.

Die DPtV hat nicht nur aus ökologischen Gründen, sondern auch wegen der zunehmend guten Lesbarkeit von Texten in elektronischen Produkten entschieden, einen rein digitalen Bezug unserer Zeitschrift anzubieten. So können Sie auch Vorteile wie beispielsweise eine sehr raumsparende Archivierung und eine leichte Stichwortsuche bestimmter Inhalte nutzen.

Teilen Sie uns Ihren Wunsch einfach per E-Mail mit: bgst@dptv.de



Dr. Cornelia Rabe-Messen

Diplom-Psychologin, Promotion in Medizinischer Psychologie, Referatsleiterin Wissenschaft und Forschung in der Bundesgeschäftsstelle der DPtV.



Stephanie Hild-Steimecke

Diplom-Psychologin, Psychotherapeutin in Ausbildung, wissenschaftliche Assistenz in der Bundesgeschäftsstelle der DPtV.