



ZIVILGESELLSCHAFT
IN ZAHLEN **ZIVIZ**

Westfälische Wilhelms-Universität Münster

DIGITALE INFRASTRUKTUR FÜR GEFLÜCHTETE IN DEUTSCHLAND: POTENTIALE UND GRENZEN DER „DIGITALEN INTEGRATION“

PD Dr. Uwe Hunger | Yannick Lilienbecker

Gefördert durch:



Bundesministerium
des Innern

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



Potenziale und Grenzen der „digitalen Integration“

PD Dr. Uwe Hunger, Yannick Lilienbecker, Westfälische Wilhelms-Universität Münster

DIGITALE INFRASTRUKTUR FÜR GEFLÜCHTETE IN DEUTSCHLAND

1. Einleitung.....	2
2. Methodisches Vorgehen.....	3
3. Ergebnisse zur digitalen „Integrationsinfrastruktur“: Angebot und Nachfrage.....	3
4. Diskussion: Chancen und Risiken der „digitalen Integration“	18
5. Literaturverzeichnis	22

1. EINLEITUNG

Nach der großen Einwanderung und einer ersten Phase der notfallmäßigen Aufnahme und Versorgung von Geflüchteten in Deutschland stellt sich heute vor allem die Frage der langfristigen Integration in die deutsche Gesellschaft. Kinder und Jugendliche müssen in die Schule integriert werden. Erwachsene suchen eine Beschäftigung auf dem Arbeitsmarkt. Darüber hinaus geht es um die Einbettung in die Zivilgesellschaft und die weitere Teilhabe am sozialen und politischen Leben in Deutschland. Wo und wie finden Geflüchtete adäquaten Wohnungen, wenn sie die Sammelunterkünfte hinten lassen können? Wo und in welchen Vereinigungen beteiligen sich die neuen BürgerInnen gesellschaftlich, welche Medien konsumieren sie etc.? Diese und weitere Herausforderungen sind ebenso gewaltig wie vielfältig. Das Erlernen der deutschen Sprache ist deshalb ein zentraler Ausgangspunkt dieser Bemühungen.

Zum ersten Mal in der Geschichte der Migration nach Deutschland können diese Herausforderungen jedoch auf der Basis und im Rahmen einer digitalisierten Umwelt mit einer entsprechenden Infrastruktur angegangen werden (vgl. Kopke 2017). Digitale Angebote gibt es inzwischen in fast allen Lebensbereichen und sie haben auch im Hinblick auf die oben genannten Integrationsbereiche eine zentrale Rolle eingenommen. So werden Arbeitsplätze heute vor allem im Internet auf Jobbörsen und Karriereportalen wie Xing gesucht und auch vergeben. Es gibt zahlreiche und immer besser werdende digitalisierte Bildungsangebote, die bis hin zur Hochschulbildung reichen. Auch der Wohnungsmarkt ist zu einem großen Teil im Internet abgebildet. Selbst Sprachlernprogramme finden sich (oft kostenlos) online und werden ebenfalls immer besser. Des Weiteren verlagert sich das soziale Leben insbesondere bei der jungen Generation mehr und mehr in die sozialen Netzwerke des Internets. Dies gilt selbst für die Aktivitäten klassischer zivilgesellschaftlicher Organisationen, die sich früher in Vereinslokalen trafen, und sich heute vermehrt im Internet austauschen (vgl. In der Smitten 2007; im Kontext der Migration: Kissau/Hunger 2009). Für den Medienkonsum gilt dies sowieso, aber die Tendenz ist in fast allen Bereichen steigend.

Vor diesem Hintergrund stellt sich die Frage, wie dieser Trend der zunehmenden Digitalisierung den bevorstehenden Prozess der Integration beeinflussen wird.¹ Erleichtern bzw. unterstützen die neuen Möglichkeiten des Internets diesen Prozess oder gibt es auch Aspekte, die ihn ggf. erschweren oder sogar behindern? Schließlich ergeben sich mit der Digitalisierung auch neue Möglichkeiten, räumliche Distanzen und zeitliche Verschiebungen zu überbrücken bzw. neue virtuelle Räume der Gemeinschaftsbildung zu schaffen und Identitäten zu entwickeln, was im Kontext der Migration von besonderer Bedeutung sein könnte. Diese Fragen sind bisher jedoch kaum untersucht worden. Zwar gibt es eine erste Phase der wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit der Rolle des Internets für die Integration nach den 2000er Jahren bis etwa 2011 (vgl. hier vor allem im deutschen Sprachraum die Monografien von Kathrin Kissau zum Integrationspotential des Internet, 2008 und von Oliver Hinkelbein zur „Digitalen Integration“ 2014), aber gerade die heutige Fluchtmigration wurde bisher kaum darauf hin untersucht. Es gibt lediglich eine Reihe von zumeist explorativen Studien, die einen ersten Einblick in diese Thematik geben. Die vorliegende Expertise macht es sich zur Aufgabe, einen ersten Überblick den aktuellen Wissensstand zu diesem Thema zu liefern. Dabei versucht sie einerseits eine Art Bestandsaufnahme des bestehenden digitalen Angebots zur Integration von Geflüchteten zu liefern und andererseits den Forschungsstand zur Nutzung dieser Angebote durch Geflüchtete zusammenzufassen und zu analysieren. Am Ende der Expertise steht zudem eine kurze Beschreibung der wichtigsten Forschungsdesiderate.

¹ Allgemein zur „digitalen Inklusion“ der Gesellschaft vgl. Becker u.a. 2008.

2. METHODISCHES VORGEHEN

Methodisch geht die Expertise dabei so vor, dass die Angebotsseite – nicht zuletzt in Ermangelung entsprechender Forschungsarbeiten – anhand einer eigenen (Internet-)Recherche erhoben wird und die Nutzungsperspektive auf der Basis einer Sekundärauswertung bereits durchgeführter Studien erfolgt. Die digitalen Angebote wurden vor allem im Rahmen einer Bachelorarbeit von Yannick Lilienbecker erhoben. Methodisch konnten wir dabei an unser eigenes Forschungsprojekt zum politischen Potential des Internet aus den Jahren 2007/08 anknüpfen (Kissau/Hunger 2009), in dessen Rahmen wir bereits das Angebot politischer Internetpräsenzen von MigrantInnen in Deutschland erhoben haben. Der Fokus hier liegt jedoch ausschließlich auf der aktuellen Situation rund um die Lebenssituation von Geflüchteten. Zentral für die Auswertung der Nutzungsperspektive sind vor allem die älteren Arbeiten im Rahmen der allgemeinen Mediennutzungsforschung von MigrantInnen in Deutschland (Medien und Migranten 2007 und 2011) sowie die aktuellen Arbeiten im Ankommenskontext von Emmer et al. 2016, Arnold et al. 2017, Richter et. al. 2016, Kutscher/Kreß 2015 sowie wenige weitere wissenschaftliche Arbeiten im deutsch- und englischsprachigen Raum, die sich dem Flucht Kontext widmen (etwa Fiedler 2016, Witteborn 2015). Beginnen wollen wir mit der Ergebnisdarstellung der Angebotsseite.

3. ERGEBNISSE ZUR DIGITALEN „INTEGRATIONSINFRASTRUKTUR“: ANGEBOT UND NACHFRAGE

3.1 DIGITALE ANGEBOTE FÜR GEFLÜCHTETE IN DEUTSCHLAND

3.1.1 Zentrale Studien

Wie bereits angedeutet, gibt es bisher kaum Studien, die sich explizit mit der Angebotsseite der digitalen Integration von Geflüchteten in Deutschland befassen. Es gibt lediglich einige wenige Publikationen, die Teilaspekte der digitalen Integrationsinfrastruktur in den Blick nehmen und versuchen, systematisch darzustellen. Hier ist an erster Stelle der Bericht der Beauftragten der Bundesregierung für Migration, Flüchtlinge und Integration (2016) zu nennen, der in dem Kapitel „Medien“ auf die digitalen Medienangebote für Geflüchtete eingeht. Hierbei werden vor allem die öffentlich-rechtlichen Angebote erläutert, aber auch auf vielfältige private Initiativen hingewiesen. Es handelt sich allerdings mehr um eine deskriptive Darstellung als um eine systematische Analyse bzw. eine Evaluation der Angebote.

Speziell auf digitale Bildungsangebote für Geflüchtete in Deutschland geht ein Beitrag von Oliver Baumann-Gibbon (2016) ein, der auf einer Auswertung der Bundeszentrale für politische Bildung von knapp 300 digitalen Projekten für Geflüchtete im Hinblick auf Bildungs- und Medienformate basiert. Die analysierten Formate umfassten Webseiten, Onlinekurse und Apps, wobei – so das Ergebnis der Auswertung – nur bei rund einem Drittel der analysierten Angebote ein spezifischer Fokus auf Bildungs- bzw. Medienbildung lag. Der Schwerpunkt lag zumeist auf dem Spracherwerb. Angebote zum Aufbau von Medienkompetenz oder zur historisch-politischen Bildung waren dagegen „deutlich unterrepräsentiert“. Die Zielgruppe der Angebote waren in der Regel Geflüchtete, während Lehrende und SchülerInnen kaum adressiert wurden (Baumann-Gibbon 2016).²

Eine weitere Quelle von Online-Angeboten im Kontext der „Flüchtlingsintegration“ stellt die Publikation des Rats für Migration (2017) über „90 wegweisende Projekte mit Geflüchteten. eine Zivilgesellschaft im Aufbruch“ dar (vgl. Schiffauer/Eilert/Rudloff 2017). Hier werden in einem Kapitel auch digitale Projekte vorgestellt, die nach Ansicht der AutorInnen wegweisend für die Zukunft sein können. Insgesamt wurden im Rahmen des Projekts, das von der Beauftragten der Bundesregierung für Migration, Flüchtlinge und Integration gefördert wurde, zwischen 2015 und 2016 rund 15.000

² Zur Bedeutung von Medienkompetenz vgl. bereits Lins/Kempff 2009.

Projekte gesichtet, von den letztendlich 90 beispielhaft in dem Band vorgestellt wurden. Fünf davon betrafen digitale Projekte.

Darüber hinaus finden sich fast nur Linklisten im Internet, die eine Übersicht über die digitalen Integrationsangebote für Geflüchtete in Deutschland geben. Hervorzuheben ist hierbei die Linksammlung von Pro Asyl (vgl. <https://www.proasyl.de/hintergrund/uebersicht-informationsangebote-fuer-fluechtlinge-im-internet/>), die „einige der Angebote, die Flüchtlingen dabei helfen können, sich hier zurechtzufinden“, thematisch ordnet und zum Teil auch kommentiert. Die Übersicht beschränkt sich auf bundesweite Angebote und wurde interaktiv mit NutzerInnen erstellt. Auch unsere nachfolgende Darstellung folgt weitgehend der von Pro Asyl vorgeschlagenen Struktur, ergänzt die dort angegebenen Angebote aber um aus unserer Sicht wichtige weitere Angebote. Sie reichen von Sprachlerntools, über Wohnungsbörsen bis hin zu Online-Gemeinschaftsräumen. Beginnen wollen wir mit eher allgemein gehaltenen digitalen Informations- und Beratungsangeboten für Geflüchtete zur Erstinformation und -orientierung.

3.1.2 Digitale Informations- und Beratungsangebote

Inzwischen gibt es eine Vielzahl von Informations- und Beratungsangeboten für Geflüchtete in Deutschland, die bei der Orientierung in dem fremden Land helfen sollen. Die Angebote reichen von staatlichen Seiten (BAMF, BA) über Angebote von Medienanstaltungen (ARD, BR) und Unternehmen (Telekom) bis hin zu privaten Initiativen, die zum Teil auch von Geflüchteten selbst bzw. unter ihrer Mithilfe entstanden sind (Wefugee). Hervorzuheben auf staatlicher Seite ist sicher die sog. „Ankommen-App“ des Bundesamts für Migration und Flüchtlinge, der Bundesagentur für Arbeit (BA) und des Goethe-Instituts in Zusammenarbeit mit dem Bayerischen Rundfunk (BR). Die App soll eine erste Orientierung über das Leben in Deutschland geben, indem über praktische Fragen des Alltags berichtet und Auskunft gegeben wird, aber auch Informationen zum Asylverfahren und über den Zugang zum Arbeitsmarkt bereitstellen. Eine dritte Säule stellen Angebote zum Deutschlernen dar. Die App kann als das zentrale Angebot des Staates zur Orientierung in Deutschland angesehen werden. Es ist wie fast alle Angebote in diesem Bereich mehrsprachig. Aus datenschutzrechtlichen Erwägungen und um Geflüchtete nicht an dem Gebrauch zu hindern, werden keine Zugriffszahlen der App veröffentlicht bzw. ausgewertet.

Eine zweite zentrale Informationsplattform für Geflüchtete ist das sog. Handbook Germany (handbookgermany.de), das vom Verein Neue Deutsche Medienmacher ins Leben gerufen wurde und von der Beauftragten der Bundesregierung für Migration, Flüchtlinge und Integration gefördert wird. Zentrales Anliegen des Projekts ist es, die zahlreichen Informationen und Angebote im Netz zu bündeln und durch gezielte Maßnahmen möglichst nah an die Zielgruppe zu bringen. Hierzu zählt, dass auch im Redaktionsteam selbst Geflüchtete mitarbeiten und vor allem die Informationskanäle genutzt werden, die Geflüchtete selbst am meisten nutzen, also soziale Medien wie Facebook. Auch dieses Angebot ist mehrsprachig und multimedial aufgebaut, d.h. es werden verschiedene Formate, wie Sprachbeiträge (Podcasts), Filme und klassische Textbeiträge angeboten. In Kooperation mit der Telekom und Adobe wird das Angebot in vier Sprachen (Deutsch, Englisch, Arabisch, Farsi) angeboten (vgl. <https://refugees.telekom.de/>). Daran angebunden ist die englischsprachige Website „Wefugee“, auf der Geflüchtete interaktiv zu verschiedenen Themenbereichen Fragen stellen können und Antworten gegeben werden sollen (vgl. <http://www.wefugee.de/k>).

Darüber hinaus gibt es zahlreiche ähnliche Angebote von verschiedenen Medienanstalten wie den „Wegweiser-fuer-fluechtlinge“ der ARD (auf Englisch und Arabisch) (vgl. http://www.ard.de/home/ard/guide-for-refugees-wegweiser-fuer-fluechtlinge/Guide_for_refugees/2214428/index.html), „Erste Schritte in Deutschland“ von der Deutschen Welle (auf Englisch, Arabisch, Dari, Paschtu, Urdu) oder „Marhaba – Ankommen in Deutschland“ von n-tv, ein Onlineprogramm mit praktischen Informationen zum Leben in Deutschland auf n-tv.de, Facebook und YouTube, das sich speziell an Geflüchtete aus dem Nahen Osten richtet und auf Arabisch ausgestrahlt wird.

Noch mehr Angebote gibt es darüber hinaus von privaten Organisationen. Erwähnenswert ist sicher, der „Refugee Guide“, der auf eine Initiative von Studierenden und Doktoranden (mit – wie sie selbst schreiben – unterschiedlichem kulturellem Background) zurückgeht. Ähnlich wie die staatlichen Angebote soll der Guide eine Orientierungshilfe „für die erste Zeit in Deutschland“ geben. Erklärtes Ziel ist die einfache Vermittlung „nützlicher Informationen“. Bei der Erstellung und Weiterentwicklung des Guides wurde auf die Einbindung von Geflüchteten selbst großen Wert gelegt. Eine ähnliche Initiative ist die Platform for Refugees and Immigrants to support their Social Matter, die inzwischen in vielen Aufnahmeeinrichtungen zu finden ist und ebenfalls wichtige Information zum Leben in Deutschland bereit stellt (vgl. D21 2017).

Weiterhin finden sich viele Angebote und Informationen zu Einzelaspekten der Integration, die z.B. von Wohlfahrtsverbänden oder Flüchtlingsvertretungen, wie Pro Asyl und den sog. Landesflüchtlingsräten, also den Zusammenschlüssen von Geflüchteten selbstorganisationen und Unterstützungsgruppen in den Bundesländern, herausgegeben werden. Hervorzuheben ist etwa eine Initiative des Kölner Flüchtlingsrats, der in Kooperationen mit Kölner Filmemachern und -produzenten einen Informationsfilm „Asyl in Deutschland“ gemacht hat, der inzwischen in achtzehn Sprachen aus dem Netz heruntergeladen werden kann und Auskunft über das Asylverfahren in Deutschland gibt (vgl. <http://www.asylindeutschland.de/de/film-2/>). Auch der private Blog „Refugees Welcome Infopad“ bietet (mehrsprachig) Informationen und Orientierung im Asylverfahren. Der Lesben- und Schwulenverein LSVD bietet zudem weitere Informationen zum Asylrecht und dem Leben in Deutschland gezielt für homosexuelle Geflüchtete (vgl. <http://www.queer-refugees.de/>). Für einen einfacheren Umgang mit der deutschen Bürokratie (oder sollte man sagen: mit dem deutschen Bürokratiewahn) wurde die App „Bureaucrazy“ entwickelt, und zwar von syrischen Geflüchteten selbst. Die App bietet Erklärungen deutscher Verwaltungsvorgänge und liefert Übersetzungen von Verwaltungsdeutsch. Ziel ist es Geflüchteten den Gang zu den deutschen Ämtern zu erleichtern und die Korrespondenz mit deutschen Ämtern zu verstehen, um die angebotenen Unterstützungsmaßnahmen auch bestmöglich in Anspruch nehmen zu können. Knapp 3.000 Personen gefiel die App auf der Facebook-Präsenz von Bureaucrazy im April 2017 – durchgehend bei maximaler Bewertung (vgl. Bureaucrazy).

Darüber hinaus gibt es auch noch zahlreiche Angebote und Initiativen aus der Wirtschaft, die überwiegend kostenlos sind. Zu erwähnen ist etwa die kostenlose Welcome App (vgl. <http://welcome-app-concept.de/de/>) und die App „Integreat“, die beide auf eine regionale bzw. lokale Vernetzung abzielen (vgl. <http://integreat-app.de/http://integreat-app.de/#cities>). Auf der Homepage von Integreat steht hierzu: „Mittlerweile ist Integreat mehr als nur ein Wegweiser in den ersten 14 Tagen, sondern ein ganzheitliches Serviceökosystem für Städte, Landkreise und Initiativen zur Integration von Menschen mit Flucht- oder Migrationshintergrund. Warum eine App? Die meisten aller Geflüchteten verfügen über ein Smartphone, nahezu keiner davon hat eine mobile Datenflatrate, um auch außerhalb von öffentlichen Hotspots auf Informationen von z.B. Websites zuzugreifen. Gerade innerhalb der ersten Tage unterstützt die App mit Adressen, Tipps und Hinweisen zu Abläufen und den nächsten Schritten. Doch auch in der Zeit der Integration, die mehrere Jahre dauern kann, gibt es aktuelle und dynamische Informationen zu lokalen Veranstaltungen und Änderungen im Asylsystem vor Ort. Besonders die kommunalen Unterschiede sind im Fokus unserer Lösung.“ Beide Angebote sind nicht-kommerziell. Ein ähnliches Angebot bietet die englischsprachige App „Refugermany“ von einem Berliner Startup-Unternehmen.

3.1.3 Online-Sprachlerntools

Einen weiteren Schwerpunkt bilden Online-Sprachlern-Angebote. Hier haben ähnlich viele Anbieter ihre ohnehin bestehenden Angebote entweder kostenlos für Geflüchtete (zumindest zum Teil) online zur Verfügung gestellt oder aber spezielle Angebote für Geflüchtete entwickelt. Schaut man auch hier als erstes wieder auf die staatlichen Angebote, ist zunächst das Online-Angebot der Volkshochschule „Ich will Deutsch lernen“ zu nennen. Hier wird der komplette Integrationskurs des Bundesamts für Migration und Flüchtlinge digital abgebildet. Zusätzlich wird die kostenfreie Sprachlern-App „Einstieg Deutsch“ angeboten. Das Goethe-Institut bietet einen Online-Sprachkurs

auf Englisch an. Auf Arabisch gibt es eine Übersichtsdarstellung zu Deutschlernhilfen (ebenso auf Englisch und Französisch). Zusätzlich gibt es ein Onlineangebot (im Webinarformat) für ehrenamtliche Deutschlehrer. Die Deutsche Welle bietet ein eigenes Portal zum Deutsch-Lernen an.

Auch von privaten Initiativen gibt es ein vielfältiges Sprachlern-Angebot im Internet. Zu nennen ist etwa das Projekt „Welcome Grooves“, das Audio-Deutschlektionen in verschiedenen Sprachen online zur Verfügung stellt. Es handelt sich dabei um eine ehrenamtliche Initiative von Privatleuten mit unterschiedlichsten Migrationshintergründen. Eine schöne Initiative stammt auch von der Deutsch-Arabischen Freundschaftsgesellschaft, die ein bebildertes Wörterbuch für Kinder entwickelt hat, in dem verschiedenen Begriffe kindgerecht erklärt werden. Das sog. Refugeephrasebook.de bietet die Möglichkeit ein eigenes kleines Wörterbuch zu erstellen und auszudrucken. Es ist eine Initiative „of people based in Berlin and all over the world: Translators, designers, coders, wikibook wizards, donors and countless helpers.“ Refugeephrasebook.de ist, wie sie auf ihrer Homepage schreiben, „a crowdfunded effort“. Das Portal „Language Transfer“ hat ebenfalls „seinen kompletten Deutschkurs“ online gestellt. Language Transfer ist eine private Initiative von Sprachliebhabern („LT is a labour of love“), die auf Freiwillige setzt und ihre Nutzer mit in die Entwicklung einbindet.

Schließlich bieten auch kommerzielle Anbieter wie Verlage Sprachtools online an, zu einem großen Teil auch kostenlos. Zu nennen ist hier etwa die Initiative „German for refugees“, bei der deutsche Internet-Start-ups kostenlos Sprachlernapps zur Verfügung stellen (vgl. <http://www.germanforrefugees.com/de/>). In diesem Kontext hat auch der Goethe-Verlag zusammen mit der Diakonie Niedersachsen eine Sprachlern-App herausgebracht, mit der Deutsch in 50 Sprachen gelernt werden könne. Auch der Langenscheidt-Verlag hat einige Kapitel des Sprachführer Arabisch kostenlos als pdf ins Internet gestellt (vgl. <https://d4ueceu56c8vn.cloudfront.net/doc/arabisch-deutsch-sprachfuehrer.pdf>). Daneben gibt es zahlreiche weitere Angebote anderer Sprachanbieter wie „bab.la“ (Phrasensammlung in mehreren Sprachen), Babbel, Babadada (Übersetzung) oder Phase 6, einem speziellen Vokabel-Trainer für Kinder ohne Vorkenntnisse. Der Anbieter „Almani Be Farsi“ bietet des Weiteren einen Deutschkurs mit über 300 Lektionen für Farsi-MuttersprachlerInnen an. Zu erwähnen ist hier auch die oben genannte „Platform for Refugees and Immigrants to support their Social Matter“, mit der Webseiten in bis zu 80 verschiedene Sprachen übersetzt werden können (vgl. D21 2017). Schließlich lassen sich auch zahlreiche Sprachlernvideos auf Youtube finden.

3.1.4 Digitale Bildungsangebote

Allgemeine Bildungsangebote über das Sprachlernen hinaus sind dagegen nicht so zahlreich und vielfältig. Hier sind vor allem Informationen über das deutsche Bildungssystem wichtig, die auf fast allen genannten allgemeinen Informations-Plattformen zu finden sind. Hervorheben lässt sich hier das Angebot von der ARD, das die Informationen besonders niedrigschwellig als digitales Bilder- und Audiowörterbuch bereitstellt. Konkrete digitale Bildungsangebote sind dagegen weniger häufig aufzufinden. Eine Ausnahme sind Bildungsveranstaltungen der Bundeszentrale für politische Bildung (bpb), die dann online gestreamt werden, wie etwa die Workshop-Reihe „Demokratie in Deutschland“, die die bpb zusammen mit der migrantischen Initiative „Syrisches Haus“ durchgeführt hat, oder konkrete (analoge) Workshops zum Thema Medienkompetenz, wie die Projekte „Medien empowern Geflüchtete“ und „Digital Empowerment and Information Access for Refugee Women“, das aus Mitteln der Senatsverwaltung für Gesundheit, Pflege und Gleichstellung, Abteilung Frauen und Gleichstellung Berlin gefördert wird (vgl. <http://www.migrants-association.de/nijinski-arts/>).

Etwas anders sieht die Situation im Bereich der Hochschulbildung aus. Hier ist ganz klar die virtuelle „Kiron University“, eine Online-Universität für Geflüchtete, hervorzuheben, die von einer Gruppe junger Freiwilliger gegründet wurde und sich zum Ziel gesetzt hat, Geflüchteten aus aller Welt einen Zugang zu Hochschulbildung durch kostenlose Online-Kurse zu geben. Das Projekt wird mit Bundesmitteln gefördert und finanziert sich darüber hinaus vor allem aus Spenden. Den Studierenden soll die Möglichkeit gegeben werden, sich nach dem Studium an der Kiron University an einer „regulären“ Partner-Universität zu immatrikulieren. Hierzu zählen etwa die Leuphana Universität in Lüneburg und die FH Lübeck, die beide auch eigene Angebote von (zum Teil englischsprachigen)

Online-Kursen kostenlos für Flüchtlinge bereitstellen (vgl. etwa das Lüneburger Portal „Ready 4 Study“. Darüber hinaus gibt es auch an anderen „analogen“ Hochschulen und Universitäten digitale Angebote für Geflüchtete, die u.a. im Hochschulforum Digitalisierung zusammengestellt sind.

3.1.5 Digitale Angebote zur Arbeitsmarktintegration

Darüber hinaus gibt es in der digitalen Welt auch zahlreiche Angebote zur Arbeitsvermittlung, sei es im Rahmen einer regulären Beschäftigung oder im Rahmen eines Praktikums. Für WissenschaftlerInnen ist hier z.B. die Internetseite „Chance For Science“ einschlägig. Sie stellt eine Plattform zur Kontaktabbauung geflüchteter WissenschaftlerInnen mit deutschen Universitäten und Hochschulen dar. Darüber hinaus gibt es zahlreiche – vor allem private – Initiativen, die das Internet nutzen, um Angebot und Nachfrage auf dem Arbeitsmarkt für Geflüchtete zusammen zu bringen. Zu nennen ist hier an erster Stelle die Arbeitsplatzbörse „worker.de“, die sich gezielt an Arbeitgeber richtet, „die Flüchtlingen eine Chance geben möchten“ und ein entsprechend positives Umfeld bieten. Nach eigenen Angaben ist Worker „die erste Ausbildungs- und Arbeitsplatzbörse Deutschlands“ dieser Art. Besonders erwähnenswert ist, dass dieses Projekt aus einer Abschlussarbeit zweier Studenten an der HTW Berlin hervorgegangen ist.

Eine ähnliche Initiative stelle das „RefugeesWork“ dar, das sich darauf spezialisiert hat, Geflüchtete auf ihrem Weg in die berufliche Selbständigkeit zu begleiten. Hierfür wird zum einen versucht, geeignete MentorInnen an potentielle Selbständige zu vermitteln und zum anderen die Menschen untereinander zu vernetzen. Das Projekt ist aus einer kleinen Initiative eines „Dorfes nahe Osnabrück“ entstanden, bei dem dort lebende Geflüchtete zu einer freien Programmiergruppe, den CodingAmigos, eingeladen wurden. Inzwischen nehmen nach eigenen Angaben über 2600 Menschen an dem Netzwerk teil. Eine weitere aus privater Initiative entstandene Mentoring-Plattform stellt „hr-integrate“ dar. Das Projekt wird ehrenamtlich von „Menschen unterschiedlichster Qualifikationen (Graphiker, Webdesigner, Texter, Rechtsanwalt, Trainer)“ getragen und versteht sich „als Chance und als Beitrag zu einem selbstbestimmten Zusammenleben in Würde und Zuversicht“.

Daneben gibt es auch eine Reihe von Angeboten von kommerziellen Anbietern, die neben ihrem regulären Angebot „Sonderangebote“ für Geflüchtete entwickelt haben, die in der Regel kostenlos sind. Zu nennen ist hier etwa das Portal „Jobbörse.de“, das eine eigene Rubrik mit Jobangeboten für Geflüchtete hat. Auf ihrer Homepage schreiben sie zu ihrer Motivation: „Dem Team von Jobbörse.de liegen alle Menschen am Herzen. Das schließt auch die Menschen in Deutschland ein, die vor Krieg, Terror und lebensbedrohlichen Zuständen aus den Heimatländern geflüchtet sind. Wir möchten Flüchtlinge nicht nur auf Ihre „Flucht“ reduzieren, sondern ihre Stärken und beruflichen Kompetenzen erkennen und fördern um sie zu vollwertigen Mitgliedern unserer Gesellschaft zu machen. Seinen Beruf auszuüben und seine Fähigkeiten sinnvoll einzusetzen hilft unserer Meinung nach sich in eine neue Kultur hineinzuleben und dort integriert zu werden. Wir möchten einen solidarischen Beitrag dazu leisten, indem wir unsere Dienstleistungen für Arbeitgeber, die Flüchtlingen eine Arbeitsstelle anbieten, kostenlos anbieten. Selbstverständlich sind auch für Flüchtlinge alle Dienstleistungen und Angebote auf Jobbörse.de kostenlos.“

Eine Plattform zur Vermittlung von Praktika ist „JOIN“, eine gemeinsamen Initiative von Bitkom, Dataport, McKinsey, SAP und der Software AG. Das Angebot soll Unternehmen, wie Geflüchteten die Möglichkeit geben, „sich zu finden und kennenzulernen – mit Hilfe innovativer Matching-Funktionalitäten.“ Geflüchtete sollen auch eine Beschäftigung aufnehmen und ihre Qualifikationen nachweisen können, wenn sie noch keine Aufenthalts- und Arbeitserlaubnis haben. Das Projekt wird vom Bundesministerium des Innern gefördert. Das Angebot gibt es auch in englischer und arabischer Sprache.

Die Deutsche Telekom und Jobware haben darüber hinaus die Praktikums- und Ausbildungsbörse ins Leben gerufen (vgl. careers4refugees.de), durch deren Hilfe, Geflüchteten der Weg in den Arbeitsmarkt erleichtert werden soll. Auf der Webpage heißt es: „Neben einem Einblick in die deutsche Arbeitskultur können Flüchtlinge so ihre Sprachkenntnisse verbessern und ihr Knowhow in

gewünschten Fachgebieten vertiefen. Von Einzelhandel bis Ingenieurwesen: Auf careers4refugees.de finden Flüchtlinge Jobs, bezahlte Praktika und Ausbildungsplätze bei Unternehmen, die explizit auch diese Zielgruppe ansprechen möchten. Arbeitssuchende können nach freien Stellen in ihrer Nähe suchen und sich bei den Arbeitgebern direkt bewerben.“

3.1.5 Soziale Vernetzung

Einen weiteren Schwerpunkt stellen digitale Angebote zur sozialen Vernetzung dar. Hier sind zum einen Datenbanken und Apps zu nennen, die Projekte für Geflüchtete in Deutschland sammeln und den Aktiven bei der Vernetzung helfen sollen, und zum anderen Initiativen, die sich zum Ziel gesetzt haben, den Internet-Zugang für Geflüchtete zu verbessern. Hier sind auch sehr erfolgreiche migrantische Initiativen zu nennen. Eine zentrale Online-Projekt Datenbank stellt ohne Zweifel „metacollect“ dar, „die aktuelle Informationen über Projekte von und für Geflüchtete(n)“ zusammenfasst und bereitstellt. Ziel ist es, die Aktivist:innen zu stärken und untereinander zu vernetzen, „um Ideen auszutauschen und Bedarfe von Projekten zu kommunizieren“. Dabei soll es auch darum gehen, „Doppelung von Lösungsansätzen zu vermeiden.“ Die Initiative ist 2015 im Rahmen des „Refugee Hackathon“ in Berlin entstanden und von Studierenden der Technischen Universität Berlin weiter entwickelt worden. Eine ähnliche Initiative stellt „better place“ dar (vgl. <https://www.betterplace.org/de/discover-projects?categoryId=8>), der „größten Online-Spendenplattform Deutschlands“. Hier sind über 450 Projekte zu den Themen „Flucht und Asyl“ aufgelistet. Sie reichen von Spendenaufrufen „für Rettungseinsätze auf dem Mittelmeer“ über „Refugees welcome“-Initiativen in Deutschland (z.B. das Karo Viertel Hamburg sagt: Refugees welcome!) bis hin zu der oben genannten Initiative zur Arbeitsmarktintegration „jobs4refugees - Partner für Geflüchtete auf ihrem Weg in Arbeit & Ausbildung“.

Auch Pro Asyl und andere Flüchtlingsorganisationen haben Initiativen in Deutschland gesammelt und versuchen, Kontakte untereinander herzustellen. Pro Asyl hält eine Karte mit den Kontaktadressen und Links zu über 700 Flüchtlingsinitiativen unter der Rubrik „Pro Asyl – Mitmachen“ bereit (vgl. www.proasyl.de/mitmachen). Das „Refugees Welcome Infopad“ will ebenfalls einen Überblick über lokale Gruppen und Initiativen bieten, konzentriert sich dabei aber vor allem auf selbstorganisierte Gruppen von Geflüchteten. Auch der Bayerische Rundfunk bietet eine Übersichtsseite mit „Informationen für Helfer“ an, wo man sich vernetzen kann. Weitere Vernetzungs-Angebote bestehen in App-Form, etwa als Verbindung zwischen Geflüchteten und Einheimischen, wie bei der „Refoodgee-App“, die Geflüchtete und Deutsche über Essenseinladungen (Food invitations) zusammen bringen will, um „so die Willkommenskultur nicht nur (zu) propagieren, sondern auch vor(zu)leben.“ Interessierte können sich in der App ein Profil mit Angaben zu ihrer Person (Geschlecht, Herkunftsland, Sprache) sowie ihrem Wohnort und ihrer bevorzugten Küche anlegen und miteinander in Kontakt treten. Eine etwas anders gelagerte App stellt „GoGive“ dar, die potentielle Spender:innen über bestehende Bedarfe in konkreten Projekten unterrichtet. Weitere Beispiele sind Vernetzungsangebote im Freizeit- und Sportbereich, wie etwa die europaweite Datenbank „Fare-Network“ gegen Rassismus im Fußball oder die „One World Basketball“-Initiative „for interaction between refugees and non-refugees“.

Im Zusammenhang der oben erwähnten Initiativen für einen verbesserten Internetzugang für Geflüchtete (insbesondere in Sammelunterkünften) ist in erster Linie die selbstorganisierte Initiative „Refugees Online“ zu nennen, die im Jahr 2015 in einer Erstaufnahmeeinrichtung in Bayern ein eigenes Projekt zur Versorgung von Geflüchteten mit Internet via W-LAN ins Leben gerufen hat. Wie in dem oben erwähnten Buch zu 90 wegweisenden Projekten erläutert wird, wurden im Rahmen dieses Projekts in der Flüchtlingsunterkunft erstmals ein Hotspot-System und eine DSL-Leitung eingerichtet. Zudem wurde ein Computerschulungsraum geschaffen und entsprechend ausgestattet. Mittlerweile verfügt die Unterkunft über „mehrere W-LAN-Hotspots“ und der Computerraum werde „täglich von Helfer:innen betreut“ (Schiffauer et al. 2017). In dem Buch berichtet auch der Initiator und Kopf der Initiative, Volker Werbus: „Auf dem Grundstück gab es keinen ‚zivilen‘ Telefonanschluss. Es kostete viel Zeit und Überredungskunst, die Telekom dazu zu bewegen, eine neue Telefonleitung in der Erstaufnahmeeinrichtung zu verlegen.“ Zudem sei es im Vorfeld nicht einfach gewesen, den

zuständigen Personen in der Erstaufnahmeeinrichtung und den beteiligten Behörden zu vermitteln, dass der Zugang zum Internet gerade für Geflüchtete elementar sei (ebd.).

In eine ganz ähnliche Richtung geht darüber hinaus das Engagement von „Freifunk“, einer nach eigenen Worten „alternativ, nicht-kommerziellen Bewegung“, die sich für freie Infrastrukturen und offene Funkfrequenzen einsetzt. Auch diese Initiative wurde als eine von „90 wegweisenden Projekten“ vom Rat für Migration identifiziert. Ziel der FreifunkerInnen ist es, „zumindest eine Grundsicherung des Internetzugangs in Unterkünften für Geflüchtete zu gewährleisten,“ um Geflüchteten in ihrer „oft prekären Übergangssituation im Heim“ die Möglichkeit zu geben, „um an Informationen, Kommunikation und Bildung teilhaben und eigeninitiativ tätig werden zu können“ (ebd.).

3.1.6 Digitale Angebote zur medizinischen Versorgung

Auch in der Gesundheitsversorgung von Geflüchteten spielen digitale Angebote inzwischen eine Rolle. Grundsätzlich werden Geflüchtete zwar in den Erstaufnahmeeinrichtungen medizinisch versorgt, dennoch sind hier nicht immer alle ärztlichen Behandlungen möglich und teilweise auch mit sprachlichen Schwierigkeiten verbunden. Neue Kommunikationskanäle wie das Internet bieten daher auch im Gesundheitsbereich Potentiale. Hier kommt vor allem die Telemedizin ins Spiel, aber auch die angesprochenen Übersetzungstools können bei Arztbesuchen eine wichtige Rolle spielen.

Insbesondere private Initiativen sind hier hervorzuheben. „TeleView“ zum Beispiel ist eine ehrenamtliche Initiative von ÄrztInnen mit Migrationshintergrund, um Geflüchteten in Deutschland zu helfen. „Wir wollten den Leuten mit unserer Sprach-, aber auch mit unserer medizinischen Kenntnis weiterhelfen. Das Problem war allerdings, dass wir nicht allen Flüchtlingen in der Region helfen konnten“ (Soda 2017). So entstand die Idee für TeleView, einer Online-Videosprechstunde eines TeleView-Arztes mit einem Geflüchteten, ohne dass sich beide an dem gleichen Ort befinden müssen. Schwerpunkt der Sprechstunde ist eine verlässliche Diagnostik, ohne dass es zu sprachlichen Missverständnissen kommt. Hierbei profitiert TeleView von den unterschiedlichen Sprachkenntnissen der TeleView-Ärzte (vgl. Soda 2017). Die Initiative wurde im vergangenen Jahr mit dem Telemedizin-Preis ausgezeichnet. Andere private Initiativen wie das oben erwähnte Refugee Phrasebook stellen kostenlos Übersetzungshilfen zu medizinischen Grundbegriffen oder Übersetzungen von medizinischen Fragebögen ins Netz (wie die „Pharmazeutische Zeitung“, vgl. Pro Asyl 2017).

Daneben gibt es auch verschiedene kommerzielle Angebote, die in der medizinischen Versorgung von Geflüchteten Anwendung finden. Ein Beispiel ist die Medizin-App „UniversalDoctor“, die auf eine schnelle und zielgerichtete Übersetzung beim Arztbesuch abzielt. Mithilfe der App sollen die PatientInnen schnell in die Lage versetzt werden, ihre Beschwerden beim Arztbesuch adäquat vorzubringen, wobei sie das Programm auch visuell unterstützt. Im besten Fall soll die App einen Dolmetscher beim Arzt- oder Krankenhausbesuch ganz ersetzen (vgl. UniversalDoctor 2017). Die Firma Videoboost hat zudem ein Video angefertigt, das Asylsuchenden erklärt, wie ein Arztbesuch in Deutschland in der Regel abläuft. Der Setzer-Verlag hat in Kontext seines Angebots „Tipdoc“ verschiedene Downloads kostenfrei ins Internet gestellt, u.a. ein Gesundheitsheft in verschiedenen Sprachen, das Asylsuchende zum Arztbesuch mitnehmen können, um die Kommunikation zwischen Arzt oder Ärztin und PatientIn zu erleichtern (vgl. http://www.medibild.de/pdf/asyl/Gesundheitsheft_Asyl.pdf). Ähnliche Dienstleistungen finden sich vor allem mit Blick auf medizinische Übersetzungsdienstleistungen im Internet.

3.1.7 Online-Wohnraumvermittlung

Auch in der Wohnraumvermittlung spielen Onlineangebote eine zentrale Rolle. So hat das Landesamt für Flüchtlingsangelegenheiten in Berlin z.B. eine digitale Informationsplattform bereitgestellt, um freien Wohnraum gezielt an Geflüchtete zu vermitteln. Der Dienst wird in verschiedenen Sprachen wie Arabisch und Farsi angeboten (vgl. Landesamt für Flüchtlingsangelegenheiten 2017). Ähnliche

Angebote lassen sich auch auf anderen regionalen und städtischen Plattformen finden, wo Wohnungen an Geflüchtete vermietet werden können.

Im privaten Bereich ist vor allem die Initiative „Flüchtlinge-Willkommen“ zu nennen, die auf ihrem Portal Geflüchtete in Wohngemeinschaften vermittelt. Die Idee ist, dass durch das konkrete Zusammenleben in einer Wohnung nicht nur die akute Wohnraumproblematik vieler Geflüchteter gelöst werden kann, sondern auch die langfristige Integration durch den intensiven sozialen Kontakt gefördert wird und beide so gegenseitiges Verständnis füreinander entwickeln können (vgl. Flüchtlinge Willkommen 2017). Nach Auskunft von Pro Asyl gibt es von dieser Initiative inzwischen auch „Ableger“ in Österreich, Griechenland, Portugal, Polen, den Niederlanden, Schweden und Spanien (vgl. Pro Asyl 2017).

3.1.8 Digitale Medienangebote

Darüber hinaus gibt es zahlreiche digitale Medienangebote, die sich explizit an Geflüchtete in Deutschland richten. Hierzu gehören auf der einen Seite die schon erwähnten allgemeinen Informationsportale der öffentlich-rechtlichen Medienanstalten, wie der ARD-Wegweiser für Flüchtlinge oder die Übersichtsseite mit Informationen für Helfer des Bayrischen Rundfunks. Auf der anderen Seite werden aber auch spezielle Medieninhalte für Geflüchtete in Deutschland aufbereitet und angeboten. Zu nennen sind hier einerseits Übersetzungen bzw. Untertitelungen, vor allem von Online-Angeboten (insb. von Nachrichtensendungen wie der Tagesschau und von Kindersendungen wie der Sendung mit der Maus) z.B. ins Arabische und Englische. Andererseits gibt es mit dem sog. Refugee Radio des WDR (Funkhaus Europa) auch spezielle Programme für Geflüchtete. Der WDR bietet darüber hinaus mit dem Informationsportal WDRforyou weitere Nachrichten- und Unterhaltungsangebote für Geflüchtete auf Arabisch, Persisch und Englisch an. Der SWR, der das gemeinsame Onlineangebot der ARD auf ard.de koordiniert, stellt ebenfalls spezielle News for Refugees auf Englisch, Arabisch und Dari bereit. Die Angebote sind auch auf Facebook verfügbar. Des Weiteren hat der BR ein Online-Angebot mit „Kolumnen von Geflüchteten zu ihren persönlichen Geschichten“ bereit gestellt. Auch das ZDF hat ein spezielles Medienangebot für Geflüchtete entwickelt, das in englischer und arabischer Sprache verfügbar ist. Das Angebot ist auch als mobile App verfügbar („ZDFarabic/ZDFenglish“). Das Angebot des Fernsehsenders n-tv wurde oben bereits erwähnt.

Daneben gibt es eine Reihe von privaten Initiativen, die Nachrichten- und Medienangebote für Geflüchtete in Deutschland geschaffen haben. Hervorzuheben ist hier das partizipative Rundfunkprojekt „Stimmen der Geflüchteten“ des Berliner Kiez-Radiosenders Kiez.FM, das auch vom Rat für Migration als „wegweisendes Projekt“ hervorgehoben wurde (vgl. Schiffauer et al. 2017). Hier haben junge unbegleitete Geflüchtete die Möglichkeit, ihre Geschichten zu erzählen und hierzu entsprechende Radiobeiträge (Podcasts) selbst zu produzieren und über soziale Medien zu verbreiten (vgl. <http://kiezfm.podcaster.de/impressum>). In eine ähnliche Richtung gehen auch die Angebote verschiedener Youtube-Channels, auf denen zahlreiche Geflüchtete ihre Erfahrungen mit anderen Menschen teilen. Hier finden sich auch Angebote, die in unterschiedlichen Sprachen Geflüchtete auf „typische Charakteristika der deutschen Kultur“ hinweisen (vgl. Kranz 2016). Auf Youtube werden auch Informationsangebote privater Flüchtlingsinitiativen hochgeladen. Ein Beispiel sind die Beiträge des Projekts „Achso from Osnabrueck“, das sich speziell an arabische Geflüchtete richtet.

3.1.9 Community-Plattformen und von Geflüchteten selbst organisierte Medienangebote

Neben den eher auf Information und Unterhaltung ausgerichteten Angeboten gibt es auch digitale Angebote, die eher in Richtung Gemeinschaftsbildung und Austausch gehen. Hier ist z.B. das virtuelle „Syrische Haus“ zu nennen, eine Community-Plattform für syrische Geflüchtete auf Facebook (vgl. <https://de-de.facebook.com/SyrischesHaus/>). Hier hat die Community nach eigenen Angaben über 130.000 Mitglieder. Die Plattform soll dazu dienen, Informationen für die syrische Community in Deutschland bereitzustellen und ihre Mitglieder über Social Media zu vernetzen. Hierzu werden gemeinsame Kampagnen gelauncht und zu offline-Events eingeladen.

Ein weiteres Beispiel ist die Initiative „The VOICE – Refugee Forum Germany“. Wie der Name schon sagt, soll hier ein Forum für Geflüchtete in Deutschland geschaffen werden, in dem relevante Informationen zum Thema „Flucht und Asyl“ und „Integration in Deutschland“ ausgetauscht und diskutiert werden können. Das Angebot richtet sich an alle Interessierte, unabhängig von ihrer Nationalität oder Herkunft die Online-Diskussionen finden zumeist auf Deutsch oder Englisch statt. Zur Zielgruppe des Forums zählen auch Engagierte, die sich über das Forum vernetzen oder zu bestimmten Treffen verabreden können.

Auch das arabischsprachige Angebot „Abwab“, das von einem Geflüchteten aus Syrien gegründet wurde, kann als eine Selbstorganisation Geflüchteter im Internet genannt werden. Hier werden Nachrichten aus den Herkunftsländern vieler Geflüchteter für die arabischsprachige Community in Deutschland aufbereitet und verbreitet.

3.1.10 Digitale Hilfen für Menschen auf der Flucht

Schließlich sind Online-Angebote auf der Flucht selbst zu erwähnen. Wie viele Studien und Berichte zeigen (s. auch den nachfolgenden Abschnitt) spielt das Smartphone und andere Online-Hilfen gerade im Fluchtprozess eine zentrale Rolle. Um Flüchtlingen Schutz und Orientierung über das Internet zu bieten, haben verschiedene Hilfsorganisationen Online-Angebote entwickelt. Drei sollen hier beispielhaft herausgegriffen werden. Sie stammen allesamt von privaten Organisationen. Das Fehlen verlässlicher staatlicher Angebote wird von den Betroffenen stark kritisiert (s. den nachfolgenden Abschnitt).

Als Erstes soll die Initiative „Watch the Med“ (Med ist die Abkürzung für Mediterranean Sea – dt.: Mittelmeer) dargestellt werden, die auch vom Rat für Migration als „wegweisendes“ Digitalprojekt herausgehoben wurde. „Watch the Med“ ist eine Kombination aus einem „Alarmphone“, also einer Notrufnummer, an die sich Menschen, die auf ihrer Flucht durch das Mittelmeer in Seenot geraten sind, wenden können, und einer parallel betriebenen Internetseite, auf der Informationen zu Gefahren der Flucht über das Mittelmeer und Fälle unterlassener Hilfeleistung dokumentiert werden. Damit ist das Projekt sowohl eine konkrete Lebenshilfe (im wahrsten Sinne des Wortes) als auch eine Art Lobbyeinrichtung, um auf die Missstände im Mittelmeer hinzuweisen. Das Projekt wurde 2014 als direkte Reaktion auf das Bootsunglück vor Lampedusa am 3. Oktober 2013 ins Leben gerufen, als Geflüchtete „mehr als fünf Stunden“ in Seenot waren, bevor Hilfe kam (vgl. Schiffauer et al. 2017). „Watch the Med“ ist zwar keine echte Rettungsnummer, „aber eine Nummer, die Notrettung unterstützen oder initiieren kann“ (ebd.).

Der Online-Guide „Welcome 2 Europe“ (W2EU) schließt unmittelbar an „Watch the Med“ an und bietet Geflüchteten, die es nach Europa geschafft haben und sich hier orientieren müssen, erste Informationen. Das Angebot ist zwar insbesondere auf Griechenland und Italien zugeschnitten, das mehrsprachige Portal informiert aber bewusst auch über Hilfsangebote und Kontaktmöglichkeiten in den anderen europäischen Ländern, sollte die Migration fortgesetzt werden (vgl. w2eu.info). Die vom Internationalen Roten Kreuz betriebene Plattform „Trace the Face“ versucht schließlich Geflüchteten, die ihre Familienangehörigen auf der Flucht verloren haben, wiederzufinden. Hierzu können auf der Homepage Fotos hochgeladen werden, um Menschen in aller Welt bei der Suche einzubinden. Nach Angaben des Portals suchen derzeit mehr als 2.500 Menschen über diesen Weg nach Angehörigen (vgl. TracetheFace.org).

3.2 NUTZUNG DER DIGITALEN INFRASTRUKTUR DURCH GEFLÜCHTETE BZW. MIGRANTINNEN

3.2.1 Zentrale Studien und Nutzungsarten des Internets durch MigrantInnen

Während es also so gut wie keine wissenschaftliche Aufarbeitung der digitalen Angebote zur Integration von Geflüchteten gibt, sieht es im Hinblick auf die Nutzung der bestehenden Angebote etwas besser aus. Zwar stellt die Mediennutzung generell kein Thema der amtlichen Statistik dar (vgl. Bundesamt für Migration und Flüchtlinge 2010), aber eine Reihe von sozialwissenschaftlichen Umfragestudien (wie das SOEP) fragen regelmäßig Medienkonsumgewohnheiten in Haushalten in Deutschland ab. Dabei werden auch migrantische Haushalte erfasst, allerdings nicht repräsentativ für alle Zuwanderungsgruppen. Aus diesem Grund haben ARD und ZDF im Jahr 2007 zum ersten Mal eine repräsentative Umfrage unter allen MigrantInnen in Deutschland durchgeführt, in der auch die Nutzung digitaler Medien abgefragt wurde und die seitdem als Referenzstatistik gilt. Sie ist im Jahr 2011 auch noch einmal wiederholt worden (vgl. ARD/ZDF 2007, 2011, siehe auch Erk 2007).³

Die wesentlichen Ergebnisse dieser Studien zeigen, dass sich das digitale Mediennutzungsverhalten von Menschen mit und ohne Migrationshintergrund im Wesentlichen nur in einem Punkt unterscheidet, nämlich, dass MigrantInnen im Internet – wenig überraschend – deutlich mehr fremdsprachige Angebote nutzen – vielfach Angebote aus ihren Herkunftsländern. Dabei ist es jedoch keineswegs so, dass diese Angebote überwiegend oder ausschließlich genutzt werden, sondern sie in der Mehrheit vielmehr als Ergänzung zu deutschsprachigen Angeboten angesehen werden. Die Studien sprechen daher von einem „mehrsprachigen Mediengebrauch“. Insgesamt liegt die Internetnutzung bei Personen mit Migrationshintergrund in etwa auf dem Niveau von Menschen ohne Migrationshintergrund. Die Sonderauswertung des sog. „(N)Onliner-Atlas“ zur „Internetnutzung und Migrationshintergrund in Deutschland“ der Initiative D21 aus dem Jahr 2008 hatte sogar gezeigt, dass die Internetnutzung bei Menschen mit Migrationshintergrund sogar etwas über dem Durchschnitt der Gesamtbevölkerung liegt, was aber vor allem mit dem geringeren Durchschnittsalter der migrantischen Bevölkerungsgruppe zusammenhängt (Initiative D21 2008). Über die quantitativen Aspekte der Internetnutzung hinaus haben eine Reihe von eher qualitativ angelegten Studien verschiedene Muster der Nutzung von digitalen Medien im Migrationskontext herausgearbeitet (vgl. Hafez 2002, Hagen/Schenk/Renatus/Seifert 2014). Grob gesagt können dabei drei Typen der Medien- bzw. Internetnutzung unterschieden werden: Die erste Nutzungsart des Internets bzw. digitaler Medien insgesamt kann als Austausch- und Meinungsbildungsraum gedeutet werden. Hier sprechen verschiedene AutorInnen auch von der Bildung von Online-Öffentlichkeiten von und für MigrantInnen (Androutsopoulos 2005; Hugger 2005; Müller 2009; sowie auch unsere eigene Studie Kissau/Hunger 2009). Gemeint ist damit, dass das Internet eine alternative Sphäre des Austausches für MigrantInnen bietet, in der sie sich oft freier als in herkömmlichen Sphären ausdrücken und austauschen können. Dabei steht oftmals das Leben in Deutschland im Zentrum der Auseinandersetzung, teilweise auch mit Bezug zum Herkunftsland. Man kann auch von einer transnationalen Öffentlichkeit sprechen. In unsere Studie zum politischen Potential des Internet haben wir dies z.B. bei deutsch-türkischen Internetusern gefunden (vgl. ebd.)

Eine zweite Nutzungsart besteht in der Herausbildung einer Diaspora im Internet (vgl. Hunger/Candan 2009, Hepp 2009, Hepp/Bozdog/Suna 2011). Der Unterschied zur ersten Nutzungsform besteht vor allem in der politischen Zielrichtung der digitalen Angebote (vgl. Düvel 2006, 2009, Georgiou 2003, Hepp/Düvel 2009; Androutsopoulos 2006; Dayan 1999; Diamandaki 2003). Geht es bei dem Typus Öffentlichkeit vor allem um den zumeist ergebnisoffenen Austausch einer Gruppe im Internet, nutzt eine Online-Diaspora das Internet vor allem für seine klar umrissenen politischen Ziele im Herkunftsland bzw. der Herkunftsregion. Ein Beispiel hierfür ist die kurdische Diaspora, die sich sehr stark im Internet organisiert hat und dieses auch nutzt, um sich international zu vernetzen und auf ihre politischen Ziele aufmerksam zu machen (vgl. auch Hunger/Candan 2009). Es

³ Zur allgemeinen Mediennutzung vgl. etwa Trebbe/Heft/Weiß 2010; Rauschelbach 2005; Piga 2007.

kann vermutet werden, dass auch Teile der heute Geflüchteten das Internet in diese Richtung nutzen werden. Bisher gibt es hierzu aber noch keine Studien.

Die dritte Nutzungsart kann als Bildung einer Online-Gemeinschaft beschrieben werden (vgl. Kissau 2008; Kissau/Hunger 2009). Hier geht es weniger um den Austausch und die Auseinandersetzung z.B. mit der Aufnahmegesellschaft (wie bei der Online-Öffentlichkeit) oder eine politische Nutzung des Internets (im Sinne einer Diaspora), sondern um die emotionale Anbindung an eine Gruppe mit ähnlichen Erfahrungen und Erwartungen. Ein Beispiel hierfür haben wir in unserer eigenen Studie mit MigrantInnen aus der ehemaligen Sowjetunion herausgearbeitet (Kissau/Hunger 2009). Hierbei spielt eine gemeinsame Sprache und auch gewisse geteilte Probleme im Aufnahmeland eine wichtige Rolle. Oftmals spannen auch diese Online-Gemeinschaften einen transnationalen Raum zwischen Herkunfts- und Aufnahmeland auf.⁴

In eine ähnliche Richtung gehen auch Studien, die die Rolle des Internets für die Identitätsbildung, insbesondere von Jugendlichen herausstellen (Dierschke 2009, Hugger 2009, 2010). Hugger (2009) arbeitet z.B. die Rolle von „Ethnoportalen“ bei der Herausbildung sog. „Hybrididentitäten“ heraus. Seiner Meinung nach bieten diese Portale für junge Erwachsene einen wichtigen Raum, schwierige Fragen von Identität und Zugehörigkeit „konstruktiv auszuhandeln“. Dass das Internet auch Plattform für den Austausch von Vorstellungen über die eigene Religion genutzt wird, zeigt zudem eine Arbeit von Schlicht (2009), die sich mit der Online-Vergemeinschaftung junger Muslime in Europa auseinandersetzt. Dies geschieht über nationale Grenzen und ethnische Bindungen hinweg und kann ggf. eine wichtige Rolle bei der Ausbildung eines sog. Euro-Islam spielen.⁵

Wichtig ist festzuhalten, dass es sich bei den genannten Nutzungsarten um Idealtypen handelt, die in der Realität meist als Mischformen auftreten, dass also verschiedene digitale Angebote und Portale oftmals mehrere Aspekte der Internetnutzung bedienen. Ebenso muss noch einmal deutlich gemacht werden, dass sich alle genannten Studien auf Zuwanderungen vor der großen Fluchtmigration 2015/16 beziehen und nur begrenzt Schlussfolgerungen mit Blick auf die aktuelle Situation zulassen. Digitale Mediennutzung im Kontext der aktuellen Migration wird bisher nur von einer Handvoll Studien analysiert. Im Folgenden wollen wir die wichtigsten aufführen und im Anschluss ihre Kernergebnisse mit Blick auf die Nutzung von Internet und Smartphone vor, während und nach der Flucht darstellen.⁶

3.2.1 Zentrale Studien zur digitalen Mediennutzung durch Geflüchtete

Die einzige repräsentative Studie zur Mediennutzung durch Geflüchtete ist die Erhebung der Berliner KommunikationsforscherInnen Emmer, Richter und Kunst (2016) von der Humboldt-Universität zu Berlin. Unter dem Titel „Flucht 2.0“ untersuchen die ForscherInnen die Nutzung des „mobilen Internets“ vor, während und nach der Flucht. Wie beschaffen sich Geflüchtete in ihrem Heimatland und auf der Flucht nach Deutschland Informationen, welchen Quellen wird vertraut? Wie gestaltet sich konkret die Nutzung des Mediums zur Weiterleitung von Informationen und zum Austausch mit anderen Geflüchteten? Welche Vorhersagen lassen sich aus der Nutzung des Internets vor der Flucht für die Zeit nach der Flucht ableiten? Die Studie basiert auf einer Umfrage unter 404 Geflüchteten in Berliner Sammelunterkünften vom April und Mai 2016.

Weitere Studien basieren vor allem auf qualitativen Forschungsdesigns und haben hauptsächlich explorative Funktion. Hervorzuheben ist hier vor allem die Studie von Kutscher und Kreß (2015) zur Nutzung digitaler Medien durch unbegleitete minderjährige Flüchtlinge. Hier werden anhand von 17

⁴ Vgl. Komito 2011 für qualitative Untersuchungen in Irland.

⁵ Vgl. de Leeuw/Rydin 2007 für empirische Untersuchungen des Forschungsprojektes Children in Communication about Migration (CHICAM).

⁶ Vgl. Bonfadelli/Signer 2008 für empirische Untersuchungen in der Schweiz sowie Bonfadelli/Moser 2007 für weitere ältere Untersuchungen im deutschsprachigen Raum.

Einzelinterviews und Gruppendiskussion erste Erkenntnisse in der Zielgruppe zwischen 15 und 19 Jahren erhoben. Auch hier wird die Mediennutzung vor, während und nach der Flucht untersucht und der aktuelle Medienkonsum in Deutschland mit den Gewohnheiten im Herkunftsland verglichen. Hier wird auch danach gefragt, welche der oben genannten digitalen Angebote junge Geflüchtete in Deutschland in Anspruch nehmen und welche nicht. Schließlich geht es auch um die Frage des Internetzugangs in Clearinghäusern und Inobhutnahmeeinrichtungen, in denen die Befragten ausnahmslos lebten.

In eine ähnliche Richtung geht auch die Studie zur „Digitalisierung und selbstorganisierten migrantischen Logistik“ von Arnold, Görland und Abbas (2017) vom Berliner Institut für empirische Integrations- und Migrationsforschung (BIM) an der Humboldt-Universität zu Berlin, die die Rolle von mobilen und sozialen Medien „als Selbstermächtigungsinstrument für Geflüchtete“ untersucht. Auch hier wurden 17 qualitative Interviews mit geflüchteten Frauen und Männern im Alter zwischen 16 und 38 Jahren zu ihrer Mediennutzung geführt, „um die spezifischen Nutzungsmuster im Fluchtprozess herauszuarbeiten“. Ergänzt wurde dieses qualitative Design um eine quantitative Befragung „zur Bekanntheit und Nutzung verschiedener Apps“, an der „ca. 100 Befragte in Notunterkünften und Erstaufnahmerichtungen“ teilnahmen (Arnold, Görland und Abbas 2017).

Den Aspekt des Partizipations- und Selbstermächtigungspotentials digitaler Medien arbeitet auch die Studie von Saskia Witteborn (2015) „Forced Migrants and Virtual Practice“ heraus. Sie zeigt, dass / wie die Geflüchteten in Deutschland in den Jahren 2010-2013 digitale Medien genutzt haben, um entweder wahrgenommen zu werden oder unsichtbar zu bleiben. Die Studie basiert ebenfalls auf einem ethnografisch-qualitativen Ansatz.

Ähnlich gelagert ist auch die Studie von Fiedler (2016) „Information to go: Kommunikation im Prozess der Migration am Beispiel syrischer und irakischer Flüchtlinge auf ihrem Weg nach Deutschland“, bei der ebenfalls nach der Mediennutzung von Geflüchteten vor, während und nach der Flucht gefragt wird. Hier steht vor allem im Vordergrund, „ob die Flüchtlinge eine informierte Entscheidung in den verschiedenen Phasen der Migration treffen“ können. Die Studie basiert auf 36 qualitativen Interviews und vier Fokusgruppen mit syrischen und irakischen Geflüchteten, die zwischen November 2015 und Februar 2016 durchgeführt wurden.

Weitere Studien befassen sich vor allem mit der Nutzung digitaler Medien auf der Flucht selbst. Herauszuheben sind dabei vor allem die Studien „Mapping Refugee Media Journeys – Smartphones and Social Media Networks“ von Gillespie u.a. (2016) über die Nutzung des Smartphones und sozialer Medien während des Fluchtprozesses und von Wall u.a. (2015) über syrische Flüchtlinge. Beide Studien basieren auf qualitativen Interviews bzw. Fokusgruppen und zielen insbesondere auf die Qualität der während der Flucht benutzten Informationen ab. Wall u.a. prägen in diesem Zusammenhang den Begriff der „Information Precarity“ von Geflüchteten, der inzwischen auch Eingang in andere Studien gefunden hat.

Darüber hinaus gibt es weitere kleinere Studien, die zum Teil auch im Rahmen von Universitätsseminaren entstanden sind. Hier lässt sich beispielsweise die Studie „The smartphone as a lifeline: the impact of digital communication technologies and services on refugees' experiences during their flight“ nennen, eine Studie, die an der Universität Rotterdam veröffentlicht wurde (vgl. Kondova 2016). Nachfolgend sollen die wesentlichen Ergebnisse dieser Studien zusammengefasst werden, sodass ein erstes Bild zum Wissensstand über die digitale Mediennutzung vor, während und nach der Flucht gezeichnet werden kann.

3.2.2.1 Nutzung vor der Flucht

Wie aus der kurzen Zusammenstellung der zentralen Studien in diesem Feld deutlich wurde, spielt das Internet bereits vor der Flucht eine entscheidende Rolle, weil über dieses Medium die entscheidenden Informationen zur Planung der Flucht und über das Zielland (Deutschland) gesucht

werden. Dabei spielt die Qualität der Informationen eine sehr große Rolle. Dies betrifft vor allem die Fluchtroute selbst. Fehl- und Falschinformationen können hierbei buchstäblich über Leben und Tod entscheiden. Vor diesem Hintergrund heben verschiedene Studien (Wall u.a. 2015; Fiedler 2016) die Bedeutung informeller Kommunikations- und Informationskanäle hervor, da den staatlichen Medienangeboten in den Herkunftsländern seit langem nicht mehr vertraut wurde. Eine Interviewpartnerin bei Fiedler (2016) wird daher entsprechend zitiert, dass sie „am Ende nur noch Facebook genutzt“ hat. Man finde dort „alles, was man braucht“, sagte ein anderer Interviewpartner. Und weiter: „Natürlich gibt es auch falsche Informationen, aber ich habe immer zwischen den Zeilen gelesen: was klingt logisch, was ist wahrscheinlich Humbug.“ In Bezug auf klassische Medien, „vor allem die heimischen, aber teilweise auch die internationalen“, fiel das Urteil, laut Fiedler, „in allen Interviews vernichtend aus.“

Aber auch die Informationen über das Zielland, in diesem Fall Deutschland, sind für die Entscheidung über die Flucht und das Fluchtziel entscheidend. Auch hier ist die Frage nach der Glaubwürdigkeit der Quelle zentral. Teilweise stellte sich dies jedoch erst im Nachhinein heraus, wie vor allem die Studie von Emmer (2016) sehr deutlich macht: Hier wird u.a. darüber berichtet, dass „ca. 90 Prozent der Syrer und Iraker“ in der Befragung angaben, vor Ankunft in Deutschland davon gehört zu haben, dass ihnen „ein eigenes Haus bereitgestellt“ würde und sie „kostenlose Sozialleistungen“ beziehen könnten. Mehr als drei Viertel der Befragten hielten diese Informationen „für wahr“.

3.2.2.2 Nutzung während der Flucht

War die Bedeutung digitaler Medien bereits vor der Flucht sehr hoch, wächst diese während des eigentlichen Fluchtprozesses noch einmal stark an (Tsianos 2015), wie alle gesichteten Studien betonen. Fiedler (2016) schreibt etwa: „Fast noch wichtiger als Kleidung und Proviant war elektronisches Equipment: ein Handy und ein externes Ladegerät.“ Der Zugang „zu Ladestationen für das Handy und kostenlosen ‚WiFi-Spots‘“ wird von ihr fast auf eine Stufe wie der „Zugang zu Nahrung und Wasser“ gestellt (Fiedler 2016). Das Smartphone wird dabei für die Informationsgewinnung (was sind die sichersten Routen?), Navigation (wo befindet sich die Grenze?) und Kommunikation (wie geht es der Familie?) genutzt. Was davon wichtiger ist, ist kaum zu entscheiden.

So werden Informationen über Fluchtrouten, Grenzöffnungen usw., wie oben schon einmal angedeutet, vor allem aus sozialen Netzwerken bezogen. Interviewpartner und -partnerinnen in allen Studien berichten, dass sich die Situation fast täglich änderte: „Heute konnte die ungarische Grenze geschlossen sein, morgen aber wieder offen.“ Auf Facebook und anderen sozialen Netzwerken wurden daher die Entwicklungen in Echtzeit verfolgt, „um sofort reagieren zu können“. „Kein ‚traditionelles‘ Medium (von denen er ohnehin abgeschnitten war) hätte ihm in dieser Situation helfen können“, schreibt Fiedler (2015). Sie berichtet auch von Geflüchteten, die „erst auf der Reise über das Dublin-Abkommen (...) erfuhren“ (ebd.).

Genauso wichtig war das Smartphone für die Navigation. In der Studie vom Berliner Institut für empirische Integrations- und Migrationsforschung (BIM) wird etwa ein Interviewpartner zitiert, dass er „ohne Smartphone keinen Zentimeter vorangekommen“ wäre („Without it, I wouldn't move an inch“). Bei Fiedler (2016) heißt es: „Auf meinem Smartphone hatte ich GPS. Das war wichtig, um den Weg über die Grenze zu finden.“ Eine junge Geflüchtete aus Aleppo habe ihr berichtet, dass sie anhand der Kartenführung auf ihrem Telefon erkennen konnte, „wie ein Taxifahrer in Griechenland sie anstatt an die mazedonische Grenze in die entgegengesetzte Richtung“ gefahren habe. Ein anderer Studienteilnehmer berichtete, wie er mithilfe der „Location-Funktion von WhatsApp, seinen Cousin in einer chaotischen Situation an der griechisch-mazedonischen Grenze“ wiederfinden konnte. Fiedler interpretiert diese Fälle als „Selbstermächtigung in der Ferne“. Einzelne Nichtregierungsorganisationen hätten zu diesem Zweck „kostenlose Apps auf Arabisch angeboten“, um bei der Navigation durch einen Transitstaat zu helfen. Darüber hinaus wurden Solarmodule zur Verfügung gestellt, mit deren Hilfe Flüchtlinge unterwegs ihre Handys aufladen konnten (Fiedler).

Diese zentrale Bedeutung von Smartphones während der Flucht wird von vielen Medienberichten bestätigt. Sie hat auch eine gewisse Abhängigkeit zur Folge, da bei einem Verlust „durch Überfälle oder durch Repressalien von Schleusern“ eine vollständige Hilf- und Orientierungslosigkeit die Folge ist, wie die Studie von Kutscher und Kreß (2015) hervorhebt. Dies gilt insbesondere vor dem Hintergrund, dass auf der Flucht verschiedene Länder mit unterschiedlichen Sprachen durchquert werden. Dies hatte auch logistisch zur Folge, dass – wie Arnold, Görland und Abbas (2017) schreiben – „während der Reise immer wieder verschiedene SIM-Karten“ gekauft werden mussten, was entsprechend teuer ist („We bought in every country a new SIM card“). Hier habe sich auch „ein neuer Markt für elektronisch mediatisierte Kommunikation entlang der Migrationsrouten“ herausgebildet, bei dem „Händler (...) bereits hinter den Grenzposten oder an Ortseingängen“ warteten, „um die Flüchtlinge mit (zum Teil völlig übersteuerten) SIM-Karten zu versorgen“ (ebd.). Darüber hinaus dient das Smartphone, wie bereits angesprochen, zur Kommunikation mit der Familie und Freunden. So geht der erste Griff, sobald ein neues Land erreicht wurde, zum Smartphone, um ein Lebenszeichen „nach Hause“ zu senden. Dies gilt insbesondere, wenn man das sichere Zielland erreicht hat (Arnold, Görland und Abbas 2017). Auch wird in den Studien berichtet, dass Flüchtlinge das Handy dazu nutzten, die oben angesprochenen Notrufe auf dem Mittelmeer abzusetzen (vgl. Kutscher/Kreß 2015). Inwieweit das oben zitierte Watch the Med oder ähnliche Notrufnummern gewählt wurden, ist nicht bekannt. Lediglich wird aus den Studien deutlich, dass „WhatsApp, Viber und Facebook“ (Emmer u.a. 2016) sowie „Karten-Apps wie Google Maps, Here Maps oder Apple Karten die mit Abstand meistgenutzten Apps“ während der Flucht waren (Arnold, Görland und Abbas 2017).

3.2.2.3 Nutzung nach der Flucht

Die zitierten Studien machen ebenso deutlich, dass digitale Medien, insbesondere das Smartphone, auch nach der Ankunft in Deutschland ihre zentrale Rolle im Leben der Geflüchteten behalten. So zeigt die Arbeit mit unbegleiteten minderjährigen Flüchtlingen, dass es „zu den ersten Handlungen der jungen Flüchtlinge im Aufnahmeland gehört, sich ein Mobiltelefon zu besorgen und sich, falls nicht schon vorhanden, einen Facebook-Account einzurichten.“ (Kutscher u.a. 2016). Wie der Titel der Studie sagt, ist es für viele junge Geflüchtete „gleich(auf) mit Essen“ (ebd.). Digitale Medien seien für sie „unverzichtbar geworden, um am sozialen Leben teilzuhaben“ und „quasi alternativlos“ geworden. Diese Einschätzung lässt sich sicher auf ältere Geflüchtete übertragen. So zeigt die Repräsentativstudie von Emmer u.a. (2016), dass 80 Prozent der in der Studie befragten Iraker und Syrer „das Internet täglich“ nutzten. In der Studie des BIM sagte ein Interviewpartner, dass er ohne das Smartphone in Deutschland „verloren“ sei („Without it, I'm gonna be lost“) (Arnold, Görland und Abbas 2017).

„Die wichtigste Funktion des Internets ist für die Flüchtlinge“, so die Studie vom Emmer u.a. 2016, „nicht die Suche nach Information, sondern die Kommunikation mit Bekannten und Verwandten.“ So gilt tendenziell auch im Aufnahmeland, dass Informationen aus persönlicher Kommunikation mehr Vertrauen geschenkt wird, als offiziellen Nachrichten. Dies legen zumindest die hier behandelten Studien (insb. von Emmer u.a.) nahe. Gefragt nach den speziell für Geflüchtete entwickelten digitalen Angeboten gaben übrigens alle in der Studie von Kutscher u.a. Befragten an, dass ihnen diese Informationen „unbekannt“ seien. Jedoch bekundeten sie ein „Interesse an solchen Angeboten“ (ebd.). Genutzt würden vor allem unspezifische und zum Teil kommerzielle Dienste wie Facebook (als Nachrichtenbörse) und Google (als Übersetzungstool, Navigationshilfe und Suchmaschine etc.).

Deutlich wird aus den Studien jedoch, dass digitale Medien vor allem von jungen NutzerInnen zum informellen Lernen, insbesondere Sprachlernen, verwendet werden (Arnold, Görland und Abbas 2017). Auch beim Zeitvertreib in einem „oft von Eintönigkeit und Warten“ geprägten Alltag spielen digitale Unterhaltungsangebote eine wichtige Rolle (ebd., vgl. aber auch Fiedler 2015). „Because I'm

so bored here, so I need to“, sagte etwa ein Teilnehmer in der BIM-Studie „über seine Mediennutzung in der Geflüchtetenunterkunft“ (Arnold, Görland und Abbas 2017).⁷

In diesem Zusammenhang wird in den Studien auch auf die Nutzung digitaler Medien zur „Identitätsdarstellung“ eingegangen. Die BIM-Studie berichtet etwa von Geflüchteten, die „häufig Selfies“ in die Heimat schicken (Arnold, Görland und Abbas 2017). Dabei zeigt Witteborn (2015), dass hierbei oft ein geschöntes Bild von dem Leben in Deutschland gezeigt wird. Auch die Studie zu unbegleiteten minderjährigen Geflüchteten weist auf die „hochrelevante“ Bedeutung sozialer Medien für die Selbstverortung der Jugendlichen und auch für die Verarbeitung der eigenen Fluchterfahrungen hin (Kutscher u.a. 2016). Dabei zeige sich eine „jugendtypische Nutzungsweise digitaler Medien“, „unabhängig vom Flüchtlingsstatus“. In den Netzwerkprofilen würden „Sehnsüchte und Bindungen“ zum Ausdruck gebracht, die auch auf Anerkennungs- und Beziehungswünsche hinwiesen (ebd.).

An einigen Stellen der Studien wird auch auf das Empowerment- und Selbstorganisationspotential des Internets hingewiesen. So findet das oben vorgestellte „Syrische Haus“ in der BIM-Studie explizit Erwähnung, und zwar als eine Art Selbsthilfegruppe für Geflüchtete, in der man sich über seine Erfahrungen austauschen kann und über aktuelle Entwicklungen informiert wird (Arnold, Görland und Abbas 2017). In diesem Zusammenhang wird auch auf die selbstorganisierte Facebook-Gruppe „Syrer gegen Sexismus“ hingewiesen, in der sich „mehrere tausende Mitglieder klar von den Übergriffen distanzieren und sich, obwohl nicht involviert, öffentlich dafür entschuldigen.“ Mittels koordinierter Facebook-Aktionen seien diese digitalen Sympathiebekundungen auch in der „realen Welt“ angekommen (ebd.).

Ein weiteres wichtiges Thema in Bezug auf die Mediennutzung in Deutschland ist die Frage des Zugangs zum Internet und den daraus entstehenden Kosten. So wurde in mehreren Studien kritisiert, dass die Frage, ob die Betroffenen in ihrer Unterkunft Zugang zum Internet hätten oder nicht, sehr stark vom Zufall abhängt, d.h. dass es entweder in der betreffenden Lokalität „zufällig“ einen Anschluss gäbe bzw. sich Menschen für die Beschaffung eines solchen einsetzten, oder dass die Betroffenen einfach von der Online-Welt abgeschnitten seien. Kutscher u.a. (2016) schreiben sogar, dass „in den wenigsten Fällen“ in Inobhutnahmeeinrichtungen eine durchgängige Nutzung des Internets möglich sei, „da entweder riskante Mediennutzungsweisen befürchtet werden, keine (Re-)Finanzierung in den Budgets der Einrichtungen vorgesehen ist oder die Nutzung restriktiven Regeln (z.B. WLAN nur innerhalb bestimmter Zeiten) unterworfen ist.“ Dies führe dazu, dass die Kontaktmöglichkeiten zu den Familien eingeschränkt oder äußerst kostenintensiv für die Jugendlichen seien. Die Jugendlichen würden jeden Monat „den Großteil ihres Taschengeldes“ für Prepaid-Internetflatrates und -Telefongebühren ausgeben, nur „um Kontakt mit ihren Herkunftsfamilien herstellen zu können“ (ebd.).

Ein weiteres kritisches Thema in mehreren Studien ist die Frage der Medienkompetenz der Geflüchteten und die (fehlende) begleitende Medienpädagogik. So wird auf der Homepage der bpb von Fällen berichtet, „bei denen Flüchtlinge für illegale Downloads in ihren Unterkünften belangt werden“ (Altayep 2016). Häufig wird darauf verwiesen, dass in den Herkunftsländern auf Copyright-Dinge „weniger Wert gelegt (wird) als in Deutschland“ (ebd.). Auch fehle es an fachlicher Qualifikation, Konzepten und entsprechender Finanzierung in den Einrichtungen (Kutscher u.a.). Dienste wie Facebook, Viber, Skype, Youtube oder WhatsApp führten die Jugendlichen regelmäßig in „datenschutzmäßig prekäre Räume“, wo sie kritische „personenbezogene Daten“ preisgeben würden. In den Interviews hätten sich „teilweise äußerst geringe Kenntnisse datenschutzrelevanter Aspekte in der Mediennutzung“ gezeigt, „so dass in diesem Zusammenhang die Frage, wie Kinder- und Jugendhilfeeinrichtungen sich zu diesen medienerzieherischen Fragen verhalten, relevant wird“ (ebd.). Auch die oben zitierte GMK-Studie zeigt, „dass sich die medienpädagogische Arbeit noch am Anfang befindet und nicht genügend Fachkräfte zur Verfügung stehen“ (medien+bildung.com 2017).

⁷ Vgl. in diesem Kontext auch Leung u.a. 2009 sowie Madianou/Miller 2011.

All dies zeigt, dass auf der einen Seite zwar eine beachtliche Infrastruktur digitaler Angebote zur Unterstützung der Integration von Geflüchteten in Deutschland geschaffen wurde, auf der anderen Seite die Nutzung dieser Angebote noch ausbaufähig ist bzw. auch noch nicht genügend Kenntnisse hierüber vorliegen. Die wenigen Studien, die versuchen, beide Seiten miteinander in Verbindung zu bringen (Kutscher u.a. 2016, Emmer u.a. 2016, Arnold u.a. 2017), lassen jedoch darauf schließen, dass hier noch Potential für eine bessere Verbindung von Angebot und Nachfrage besteht.

4. DISKUSSION: CHANCEN UND RISIKEN DER „DIGITALEN INTEGRATION“

4.1 CHANCEN

Der Überblick sowohl über die Angebote innerhalb der digitalen Infrastruktur als auch die Nutzung durch die Geflüchteten selbst hat ohne Zweifel ein großes Potential digitaler Medien für die Integration zu Tage gefördert. Digitale Technologien spielen für Geflüchtete in allen Phasen ihres Migrationsprozesses eine zentrale Rolle. Sie werden genutzt, um die Flucht zu planen, dienen auf der Flucht „als mobiler Fluchthelfer“ (Arnold u.a. 2017) und sind im Aufnahmekontext ein „zentrales Werkzeug“ (Meyer-Guckel 2016) und für manche sogar „gleich mit Essen“ (Kutscher u.a. 2016). Aus Sicht der Integrationsforschung stellen sie ohne Zweifel ein großes Potential dar (Kissau 2008, Hinkelbein 2014): Sie können bei der „kulturellen, sozialen, strukturellen und identifikatorischen Integration“ (Esser 2007) gleichermaßen helfen: Kulturell, indem sie etwa das Deutsch lernen digital unterstützen; sozial, indem sie helfen, Kontakte zwischen Geflüchteten und Einheimischen fördern (etwa durch eine WG-Börse, s.o.); strukturell, indem sie Plätze für ein Praktikum oder eine Beschäftigung vermitteln (vgl. z.B. JOIN); und identifikatorisch, indem sie Menschen die Möglichkeit geben, über das Internet am politischen Leben der Bundesrepublik Deutschland teilzunehmen und ihre Rechte einzufordern (vgl. Witteborn 2015; Refugees Emancipation auf Better place 2017).

Zugleich ist dabei zu bedenken, dass die allermeisten digitalen Angebote in der Mehrzahl einen ergänzenden Charakter aufweisen, d.h., dass digitale Angebote zusätzlich zu bestehenden Strukturen hilfreich sein, diese aber nicht komplett ersetzen können. Dies wird besonders bei digitalen Angeboten zum Spracherwerb deutlich. Langjährige Erfahrung auf dem Gebiet der digitalen Sprachvermittlung zeige, „dass durch elektronische Medien zwar neue und flächendeckendere Zugänge zum Spracherwerb ermöglicht würden, ein Self-Service allein aber nicht zum Erfolg führe.“ Eine Herausforderung besteht z.B. darin, „die Motivation der Lernenden aufrecht zu erhalten“ (D21 2017). Zudem ist nicht zu unterschätzen, dass durch die Verlagerung ins Internet zum Teil auch frühere soziale Interaktionen, die ein klassischer (analoger) Sprachkurs mit sich bringt, verloren gehen. Gleiches wird von Aktiven in der Politischen Bildung berichtet: „Selbstständiges Lernen hat Grenzen“ (bpb 2017). Es könne immer „nur eine Ergänzung sein!“ (ebd.).

Auch die oben zitierten Studien, wie vom BIM, heben die Verzahnung zu offline-Aktivitäten hervor: Positiv herausgestellt wurde etwa die Durchführung des sog. „Refugee Hackathon“, auf dem viele Kontakte hergestellt wurden und aus dem viele Initiativen hervorgegangen sind, die dann online weiterverfolgt wurden (Arnold u.a. 2017). Zudem ist zu bedenken, dass Integrationsprozesse in der Regel eine lange Zeit in Anspruch nehmen und im Zeitverlauf auch Veränderungen unterworfen sind. So verändert sich die Mediennutzung von MigrantInnen ebenfalls im Zeitverlauf. Finden wir oftmals in der ersten Phase des Migrationsprozesses eine stärkere Hinwendung zum Herkunftsland, so verändert sich diese oftmals im weiteren Ankommensprozess – nicht zuletzt auch wegen wachsender Sprachkenntnisse (Kissau 2008: 177 f.). Es sind jedoch sicher auch grundlegende Veränderungsprozesse im Integrationsprozess durch die Digitalisierung zu erwarten. Waren früher vor allem Migrantenselbstorganisationen zentrale Kontaktarene für ZuwandererInnen, sind es heute mehr und mehr Online-Communities. Ein solcher Wandel ist auch von Politik und Gesellschaft weiter zu durchdenken.

4.2 RISIKEN

Auf der anderen Seite sind auch Risiken der „digitalen Integration“ deutlich geworden. Als erstes zu nennen ist die Gefahr der Desinformation durch das Internet und die fehlende Medienkompetenz insbesondere bei jüngeren NutzerInnen. Wie die oben zitierten Studien deutlich gemacht haben, wurden und werden im Kontext der aktuellen Fluchtmigration immer wieder (unbeabsichtigt oder gezielt) Unwahrheiten über die Situation auf der Flucht oder im Zielland verbreitet, teilweise auch um ein bestimmtes Bild in der Bevölkerung zu generieren. In Zeiten von „Fake News“ und „Social Bots“ ist dies ein ernstzunehmendes Thema (vgl. Reuter 2016; Seibert 2016). Viele Studien zur Mediennutzung während der Flucht (Fiedler 2015; Wall u.a. 2015) heben diese „Prekarität“ der Informationslage von Flüchtlingen besonders hervor. Flüchtlinge wussten in vielen Fällen einfach nicht, welchen Informationen sie vertrauen konnten („Yet they still do not know who or what information to trust. Misinformation is rife.“ (Gillespie u.a. 2016: 5). Fehlinformationen vor der Flucht können auch den Integrationsprozess nach der Flucht erschweren. So berichtet Fiedler (2015): „Die meisten Befragten zeigten sich erstaunt, enttäuscht und teilweise auch wütend darüber, was sie in Deutschland erwartete: überfüllte Flüchtlingslager, tagelanges Anstehen und Warten, um sich registrieren zu lassen, Sozialämter, die dem Andrang an asylsuchenden Menschen in keiner Weise gewachsen waren, schlechtes Wetter, Fremdenfeindlichkeit, Verständigungsprobleme und die Ungewissheit, wie es weitergehen sollte. ‚Wenn wir das gewusst hätten, wir wären nicht gekommen‘, war der meist einvernehmliche Tenor in den Fokusgruppen und auch in den Leitfaden-Gesprächen überwogen die kritischen gegenüber den positiven Stimmen“ (Fiedler 2015).

Als zweites kritisches Thema ist der mangelhafte Zugang zum Internet und die Gefahr der digitale Spaltung (Hinkelbein 2014) zu nennen. So wurde unisono in allen Studien zur Internetnutzung von Geflüchteten berichtet, dass obschon die Bedeutung digitaler Medien für Geflüchtete kaum überschätzt werden kann, der Zugang oftmals stark eingeschränkt bis „zufällig“ war. So ist ein Ausbau des Internetzugangs und in einigen Bereichen sicher auch eine Erneuerung der Technologien und Kommunikationsmedien vonnöten, um eine Vergrößerung der digitalen Kluft zu vermeiden (vgl. Bundesamt für Migration und Flüchtlinge 2010). Hier schließt sich auch die Forderung nach einer stärkeren Rolle der Medienpädagogik und des Ausbaus von Medienkompetenzen – für jüngere und ältere MigrantInnen an (Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur 2016). Wie oben geschildert, ist die Internetnutzung von einigen Geflüchteten aufgrund mangelnder Kenntnisse heute bereits rechtlich riskant (Copyright, illegale Downloads etc.) und bedarf dringender Hilfe, nicht zuletzt auch, um die aufgezeigten Potentiale digitaler Medien optimal zu nutzen. Im Grunde gilt dies auch schon für die Situation vor und während der Flucht. Denn Smartphones „are also a threat because the digital traces that they leave behind make refugees vulnerable to surveillance by state and non-state actors, and intimidation by extremist groups“ (Gillespie u.a. 2016: 5).

Wenn sozialer Kontakt zudem tatsächlich immer mehr online stattfindet, hat auch dies Konsequenzen für den Integrationsprozess. Eine Gefahr, die hiermit verbunden ist, besteht sicher in einem nicht zu unterschätzenden Individualisierungsprozess, der mit einem zunehmenden Gebrauch sozialer Medien einhergeht- von einem Suchtpotential gar nicht zu sprechen. Wenn auch Interessenzusammenschlüsse vermehrt online erfolgen, stellt sich hier die Frage, welche Verbindungen diese Zusammenschlüsse mit der Aufnahmegesellschaft aufnehmen oder ob es zu einer „digitalen Abschottung“ kommt. Das Internet mit seiner Verlinkungsfunktion hätte hier eigentlich ein großes Potential Verbindungen, zumindest technisch, relativ einfach herzustellen. „Entscheidend ist, dass man sich auch physisch und sozial integriert. Es ist auch eine gewisse Gefahr, dass man über die Smartphones, über die Online-Welten, in seinen Kohorten verhaftet bleibt. Man muss damit also klug umgehen“ (Meyer-Guckel 2016). Hier schließt sich ein Vorschlag aus der zitierten BIM-Studie an: Nach Meinung der AutorInnen (Arnold u.a. 2017) sollte in Zukunft verstärkt „der digitale Austausch zwischen Geflüchteten und nicht-Geflüchteten jungen Menschen gefördert werden.“ Hier liege ein großes Potenzial „für die Realisierung lebensweltlicher und generationeller Gemeinsamkeiten“. Dies könne ebenso auf der Ebene von Schulen geschehen wie auch in anderen zivilgesellschaftlichen Initiativen und Jugendclubs (ebd.).

Mit den Gefahren einer digitalen Abschottung geht auch die Gefahr einer digitalen Radikalisierung einher, gerade bei Jugendlichen ohne gefestigte Wertvorstellungen (Schmitt u.a. 2017). Insbesondere rechtsextremistische und islamistische Gruppen nutzen gezielt das Internet, um Jugendliche zu manipulieren und zu radikalieren. Besonders erfolgreich geschieht dies auf Internetplattformen, zu denen Jugendliche eine hohe Affinität haben und wo eine Anonymität aller Beteiligten gewahrt bleibt (ebd.). Religiöse Angebote im Internet können daher einerseits (wie oben angesprochen) zur Selbstvergewisserung und spirituellen Orientierung genutzt werden (vgl. etwa die App „Islamic Compass“, die MuslimInnen die Richtung von Mekka und die Zeiträume zum Beten anhand der GPS-Location anzeigt, vgl. Arnold u.a. 2017; Schlicht 2009), aber andererseits eben auch für negative Absichten.⁸

4.3 HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN UND FORSCHUNGSBEDARFE

Insgesamt zeigt sich, dass digitale Medien ohne Zweifel die Integration von MigrantInnen fördern können, aber auch nur dann, wenn es die NutzerInnen denn wollen bzw. über die Angebote überhaupt informiert sind (vgl. Kissau 2008). Folgt man den Studien von Kutscher u.a. (2016), Arnold u.a. (2017) u.a., so sind die vielfältigen digitalen Angebote entweder kaum bekannt (Kutscher u.a. 2016) oder werden „trotz hoher Downloadzahlen“ wenig genutzt (Arnold u.a. 2017). In der Zukunft wird es also darauf ankommen, die bestehenden Angebote besser bekannt zu machen, miteinander zu vernetzen und inhaltliche (noch) besser auf die Bedürfnisse der NutzerInnen anzupassen. Hierzu wird es hilfreich sein, die bestehenden Angebote auch wissenschaftlich zu begleiten, zu evaluieren und die sich daraus ergebenden Erkenntnisse in Handlungsempfehlungen zu bündeln (s. auch Arnold 2017; GMK 2017; Beauftragten der Bundesregierung für Migration, Flüchtlinge und Integration 2016). In diesem Zusammenhang ist auch zu thematisieren, welche Rolle die Angebote der verschiedenen Akteure aus Staat, Wirtschaft und Zivilgesellschaft spielen bzw. spielen können. Viele der Angebote werden im Internet kostenfrei angeboten, es stellt sich jedoch die Frage, wie lange diese Angebote überleben können, da Kostenfreiheit – nach Meinung einiger Kritiker – möglicherweise „kaum Anreiz zu Wachstum und Qualitätsverbesserung“ gibt (D21 2017). Staatliche Angebote stehen sicher vor der Herausforderung, wie sie mit ihrer Informationsverantwortung umgehen, wenn es um verlässliches Orientierungswissen im Fluchtcontext geht. Dies wurde in vielen Studien stark kritisiert (Wall u.a. 2015; Witteborn 2015; Gillespie u.a. 2016).

Ein vielversprechender Ansatz ist sicher im Empowerment und den Selbstorganisationen von Geflüchteten zu sehen. Hier sind bereits viele vielsprechende Angebote entstanden und es ergeben sich noch weitere Potentiale, wenn man die selbstorganisierten Initiativen mit etablierten Initiativen on- und offline zusammenbringt, d.h. ihre Kooperation fördert (vgl. für den Offline-Bereich Hunger/Metzger 2011). Hier stellt sich auch die oben angesprochene Frage der Förderung der Medienkompetenz bzw. auch des Zugangs zu den Online-Angeboten in den Unterkünften sowie im öffentlichen Raum insgesamt. Wohin sich MigrantInnen bei ihrem Medienkonsum am Ende wenden (zu einem „deutschen“ Angebot zu einem herkunftssprachigen), hängt (neben der sprachlichen Entwicklung) letztendlich auch sehr stark von den Inhalten der „deutschen“ Angebote ab. Frühere Studien haben immer wieder gezeigt, dass die Suche nach einem alternativen Raum im Internet oftmals eine Reaktion auf die fehlende Berücksichtigung von migrantischen Themen und Inhalten in klassischen Medien war (Kissau/Hunger 2009, Dierschke 2009, Geißler 2009). Insofern wird es sehr darauf ankommen, das „deutsche“ (digitale) Medienangebot weiter interkulturell zu öffnen, und zwar in thematischer, personeller und sprachlicher Hinsicht (vgl. auch Emmer u.a. 2016; Arnold u.a. 2017).

Die Forschung, so kann man sagen, steht hierbei eher noch am Anfang. Die digitale Praxis ist der wissenschaftlichen Theorie inzwischen weit vorausgeeilt. Die vorliegenden – zumeist explorativen – Studien bedürfen dringend einer Fortsetzung und Erweiterung, die einerseits weitere Gruppen (Geflüchtete aus Afrika, ältere Geflüchtete etc.) miteinbezieht und verstärkt auch auf die Angebotsseite schaut bzw. die Verschränkung von Angebot und Nachfrage. Dies ist in der Vergangenheit kaum geschehen. Auch eine stärkere Berücksichtigung von On- und Offline-Praxen

⁸ Vgl. in diesem Zusammenhang die Ausführungen zu sog. „Echo Chambers“ von Sunstein (2001).

wäre wünschenswert, ebenso wie der stärkere Vergleich mit Zuwanderungsgruppen, die bereits länger in Deutschland sind oder aus anderen Gründen als Flucht und Vertreibung nach Deutschland gekommen sind (z.B. ArbeitsmigrantInnen). Dies würde dazu beitragen, die langfristigen Effekte der digitalen Integrationsprozesse besser einschätzen zu können. Insgesamt bedarf es also einerseits einer stärkeren empirischen Aufarbeitung der aktuellen Prozesse, andererseits aber auch einer stärkeren theoretischen Einordnung in den bisherigen Erkenntnisstand der Integrationsforschung, der in den aktuellen Studien nur in Ansätzen erfolgen konnte.

(Stand: Juni 2017).

5. LITERATURVERZEICHNIS

- Androutsopoulos, Jannis (2005): Virtuelle Öffentlichkeiten von Migranten. In: Kulturpolitische Gesellschaft e.V. (2005), 299-308.
- Androutsopoulos, Jannis (2006): Multilingualism, Diaspora, and the Internet: Codes and Identities on German-based Diaspora Websites. *Journal of Sociolinguistics*, 10 (4), 429-450.
- ARD/ ZDF (2007): ARD/ZDF-Onlinestudie Migranten und Medien 2007. Im Internet verfügbar unter: <http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/index.php?id=566> (aufgerufen am 15.02.2017).
- ARD/ ZDF (2011): ARD/ZDF-Onlinestudie Migranten und Medien 2007. Im Internet verfügbar unter: <http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/index.php?id=566> (aufgerufen am 10.06.2017).
- Arnold, Sina/ Görland, Stephan O./ Abbas, Samira (2017): Digitalisierung und selbstorganisierte migrantische Logistik. In: BIM Forschungsbericht „Solidarität im Wandel?“, 284-294.
- Baumann-Gibbon, Oliver (2016): Digitale Bildungsangebote für das Ankommen. Wissens-vermittlung, Medienkompetenz und Partizipation, in: *Television*, (29) 2016, 53-56.
- Becker, Jörg/ Bergener, Philipp/ Fielenbach, Katrin/ Fuchs, Philippe/ Herwig, Sebastian/ Karow, Milan/ Niehaves, Björn/ Räckers, Michael/ Weiß, Burkhard (Hg.) (2008): E-Inclusion. Digitale Integration durch E-Government. Studie im Auftrag des Bundesministeriums des Inneren, Münster: European Research Center for Information Systems.
- Bendel, Oliver (2017): Fake News. In: Gabler Wirtschaftslexikon. Im Internet verfügbar unter: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/-2045879783/fake-news-v1.html> (aufgerufen am 16.03.2017).
- Bonfadelli, Heinz / Moser, Heinz (Hg.) (2007): *Medien und Migration. Europa als multikultureller Raum?* Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Bonfadelli, Heinz/ Signer, Sara (2008): Internet, Mediennutzung und Informationsbedürfnisse von Migrantinnen und Migranten. Forschungsbericht, Zürich: Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung. Im Internet verfügbar unter: http://www.migration-kreuzlingen.ch/files/IPMZ_Forschungsbericht.pdf (aufgerufen am 26.05.2017).
- bpb (2017): Digitale Politische Bildung für Geflüchtete. Im Internet verfügbar unter: <https://www.bpb.de/lernen/digitale-bildung/werkstatt/235483/digitale-politische-bildung-fuer-gefluechtete?type=galerie&show=image&i=235484> (aufgerufen am 22.02.2017).
- Bundesamt für Migration und Flüchtlinge (2010): Integrationsreport: Mediennutzung von Migranten in Deutschland. Im Internet verfügbar unter: <https://www.bamf.de/SharedDocs/Anlagen/DE/Publikationen/WorkingPapers/wp34-mediennutzung-von-migranten.pdf?blob=publicationFile> (aufgerufen am 22.02.2017).
- Bundesamt für Migration und Flüchtlinge (2017): Schlüsselzahlen Asyl 2016. Im Internet verfügbar unter: <http://www.bamf.de/SharedDocs/Anlagen/DE/Publikationen/Flyer/flyer-schluesselzahlen-asyl-2016.pdf?blob=publicationFile> (aufgerufen am 22.02.2017).
- Dayan, Daniel (1999): Media and Diasporas. In: Gripsrud, Jostein (Hg.): *Television and Common Knowledge*. London: Routledge, 18–33.
- Dekker, Rianne/ Engbersen, Godfried (2012): How social media transform migrant networks and facilitate Migration. IMI Working Papers Series 2012, No. 64.
- Diamandaki, Katerina (2003): Virtual ethnicity and digital diasporas: Identity construction in cyberspace. *Global Media Journal*, 2 (2), 1-14.

- Die Beauftragten der Bundesregierung für Migration, Flüchtlinge und Integration (2016): Teilhabe, Chancengleichheit und Rechtsentwicklung in der Einwanderungsgesellschaft Deutschland. Im Internet verfügbar unter: <https://www.bundesregierung.de/Content/Infomaterial/BPA/IB/11-Lagebericht09-12-2016.pdf?blob=publicationFile&v=4> II Teilhabe und Chancengleichheit (aufgerufen am 04.04.2017).
- Dierschke, Thomas (2009): Warum eigentlich Gemeinschaft? Überlegungen zum analytischen Potential des Gemeinschaftsbegriffs am Beispiel der politischen Internetnutzung von Migranten. In: Hunger, Uwe/ Kissau, Kathrin (Hg.): Internet und Migration. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 131-148.
- Düvel, Caroline (2006): Mobilkommunikation in Diasporagemeinschaften: Kommunikative Mobilität und Vernetzung junger russischer Migranten in Deutschland. *Ästhetik & Kommunikation*, 135 (37), 73–80.
- Düvel, Caroline (2009): Lokal - translokal - digital: Kommunikative Mehrfachvernetzung und die Aneignung digitaler Medienumgebungen in der russischen Diaspora. In: Hunger, Uwe/ Kissau, Kathrin (Hg.): Internet und Migration. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 257-277.
- Eggert, Susanne (2005): Migrantenfamilien nutzen Medien. *Kinder-Jugend-Gesellschaft* 1/05, Karlsruhe. Im Internet verfügbar unter: http://www.mediaculture-online.de/fileadmin/user_upload/Medienbildung_MCO/fileadmin/bibliothek/eggert_migrantenfamilien/eggert_migrantenfamilien.pdf (aufgerufen am 26.05.2017).
- Emmer, Martin/ Richter, Carola/ Kunst, Marlene (2016): Flucht 2.0 - Mediennutzung durch Flüchtlinge vor, während und nach der Flucht. Berlin. Im Internet verfügbar unter: <http://www.polsoz.fu-berlin.de/kommwiss/arbeitsstellen/internationalekommunikation/Media/Flucht-20.pdf> (aufgerufen am 10.03.2017).
- Erk, Simon (2007): Migranten und Medien 2007. Zielsetzung, Konzeption und Basisdaten einer repräsentativen Studie der ARD/ZDF-Medienkommission. *Media Perspektiven* 9, 426-435.
- Esser, Hartmut (2007): Integration und ethnische Schichtung. Zusammenfassung einer Studie für das „Mannheimer Zentrum für Europäische Sozialforschung“. Im Internet verfügbar unter: <http://library.fes.de/pdf-files/akademie/online/50366.pdf> (aufgerufen am 06.05.2017).
- Fiedler, Anke (2016): Information to go: Kommunikation im Prozess der Migration am Beispiel syrischer und irakischer Flüchtlinge auf ihrem Weg nach Deutschland. *Global Media Journal* 6 (1), 1-25.
- Flüchtlinge Willkommen (2017): Wir heißen Flüchtlinge willkommen. So funktioniert's. Im Internet verfügbar unter: <http://www.fluechtlinge-willkommen.de> (aufgerufen am 27.02.2017).
- Geißler, Rainer (2008): Was ist „mediale Integration“ Die Rolle der Medien bei der Eingliederung von MigrantInnen. In: WISO diskurs/ Friedrich-Ebert-Stiftung (Hg). Im Internet verfügbar unter: <https://www.uni-siegen.de/phil/sozialwissenschaften/soziologie/mitarbeiter/geissler/wiso-diskurs.pdf> (aufgerufen am 27.02.2017).
- Geißler, Rainer/ Pöttker, Horst (2006): Mediale Integration von Migranten. Ein Problemaufriss, in: Geißler, Rainer/ Pöttker, Horst (Hg.): Integration durch Massenmedien – Medien und Migration im internationalen Vergleich. *Medienumbrüche* Band 17, Bielefeld: transcript Verlag, 13-44.
- Geißler, Rainer/ Pöttker, Horst (Hg.) (2009): Massenmedien und die Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland. Bielefeld: transcript Verlag.

- Georgiou, Myria (2003): Mapping Diasporic Media across the EU: Addressing Cultural Exclusion. Research paper Im Internet verfügbar unter: https://www.researchgate.net/profile/Myria_Georgiou/publication/40739821_Mapping_Diasporic_Media_across_the_EU_Addressing_Cultural_Exclusion/links/5624bfdd08ae93a5c92cc24f/Mapping-Diasporic-Media-across-the-EU-Addressing-Cultural-Exclusion.pdf (aufgerufen am 26.05.2017).
- Gillespie, Marie/ Ampofo, Lawrence/ Cheesman, Margaret/Faith, Becky/ Iliadou, Evgenia/ Issa, Ali/ Osseiran, Souad/ Skleparis, Dimitris (2016): Mapping Refugee Media Journeys. Smartphones and Social Media Networks. Research Report. The Open University/ France Médias Monde. Im Internet verfügbar unter: <http://www.open.ac.uk/ccig/sites/www.open.ac.uk.ccig/files/Mapping%20Refugee%20Media%20Journeys%2016%20May%20FIN%20MGO.pdf> (aufgerufen am 08.05.2017).
- Güntürk, Reyhan (1999): Mediennutzung der Migranten – mediale Isolation? In: Butterwegge, Christoph (Hg.): Medien und multikulturelle Gesellschaft. Opladen: Leske+Budrich, 136-143.
- Hafez, Kai (2002): Türkische Mediennutzung in Deutschland – Hemmnis oder Chance der gesellschaftlichen Integration? Eine qualitative Studie im Auftrag des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung, Hamburg/Berlin: Deutsches Orient Institut.
- Hagen, Lutz M./ Schenk, Susan/ Renatus, Rebecca/ Seifert, Claudia (2014): Mediennutzung und Medienkompetenzen jugendlicher Migranten in Sachsen (JuMiS). Sächsische Landesanstalt für Privaten Rundfunk und Neue Medien. Berlin: Vistas.
- Hepp, Andreas/ Bozdog, Cigdem/ Suna, Laura (2011): Mediale Migranten. Mediatisierung und die kommunikative Vernetzung der Diaspora. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Hepp, Andreas (2009): Digitale Medien, Migration und Diaspora: Deterritoriale Vergemeinschaftung jenseits nationaler Integration. In: Hunger, Uwe/ Kissau, Kathrin (Hg.): Internet und Migration. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 33-51.
- Hepp, Andreas/ Düvel, Caroline (2009): Die kommunikative Vernetzung in der Diaspora: Integrations- und Segregationspotenziale der Aneignung digitaler Medien in ethnischen Migrationsgemeinschaften. In: Röser, Jutta/ Thomas, Tanja/ Peil, Corinna (Hg.): Alltag in den Medien – Medien im Alltag. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 261-281.
- Hinkelbein, Oliver (2014): Digitale Integration von Migranten? Ethnographische Fallstudien zur digitalen Spaltung in Deutschland. Bielefeld: transcript Verlag.
- Horst, Heather A./ Taylor, Erin B. (2014) The role of mobile phones in the mediation of border crossings: a study of Haiti and the Dominican Republic. *The Australian Journal of Anthropology*, 25 (2), 155-170.
- Hugger, Kai-Uwe (2005): Transnationale Soziale Räume von deutsch-türkischen Jugendlichen im Internet. *Medien Pädagogik*. Im Internet verfügbar unter: <http://www.medienpaed.com/article/view/191/191> (aufgerufen am 26.05.2017).
- Hugger, Kai-Uwe (2009): Junge Migranten online. Suche nach sozialer Anerkennung und Vergewisserung von Zugehörigkeit. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Hugger, Kai-Uwe (2010): Bildungsräume junger Migranten im Internet. In: Bachmair, Ben (Hg.): *Medienbildung in neuen Kulturräumen*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 285-296.
- Hunger, Uwe/ Candan, Menderes (2009): Nationenbildung im Internet. Eine Fallstudie zu Kurden in Deutschland, in: Hunger, Uwe/ Kissau, Kathrin (Hrsg.): *Internet und Migration. Theoretische Zugänge und empirische Befunde*. Wiesbaden: VS Verlag, 281-301.
- Hunger, Uwe/ Metzger, Stefan (2011): Kooperationen mit Migrantenorganisationen. *Wissenschaftliche Expertise im Auftrag des Bundesamts für Migration und Flüchtlinge*. Nürnberg.

- In der Smitten, Susanne (2007): Online-Vergemeinschaftung: Potentiale politischen Handelns im Internet. Baden-Baden: Nomos.
- Initiative D21 (2008): Internetnutzung und Migrationshintergrund in Deutschland. Eine Sonderauswertung zum (N)ONLINER Atlas 2008, Im Internet verfügbar unter: <http://www.bundesregierung.de/nn774/Content/DE/Archiv16/Artikel/2008/09/2008-09-18-migrationshintergrund-geringe-auswirkung-auf-internetnutzung.html> (aufgerufen am 26.05.2017).
- Kissau, Kathrin (2008a): Das Integrationspotential des Internet für Migranten. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Kissau, Kathrin (2008b): Internetnutzung von Migranten – ein Weg zur Integration? Aus Politik und Zeitgeschichte, 39, 29-34.
- Kissau, Kathrin/ Hunger, Uwe (2009): Im “Long Tail” der Politik. Zum politischen Potential des Internet für Migranten. In: Hunger, Uwe/ Kissau, Kathrin (Hg.): Internet und Migration. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 15-32.
- Klingler, Walter/ Kutteroff, Albrecht (2009): Stellenwert und Nutzung der Medien in Migrantenmilieus. Media Perspektiven 6, 297-308.
- Komito, Lee (2011): Social Media and Migration: virtual community 2.0. American Society for Information Science and Technology, 62 (6), 1075-1086.
- Kondova, Katerina (2016): The smartphone as a lifeline: the impact of digital communication technologies and services on refugees' experiences during their flight (master thesis). Erasmus University Rotterdam. Im Internet verfügbar unter: <https://thesis.eur.nl/pub/34539/Kondova.pdf> (aufgerufen am 11.06.2017).
- Kopke, Cornelius in Initiative D21 (2017): Bericht. 3. Community-Treffen zur Flüchtlingshilfe. Berlin. Im Internet verfügbar unter: <http://initiatived21.de/bericht-drittes-community-treffen-zur-fluechtlingshilfe/> (aufgerufen am 03.08.2017).
- Kranz, Oliver (2016): Syrer, Flüchtling, YouTuber. Firas Alshater. In: Deutschlandfunk. Im Internet verfügbar unter: http://www.deutschlandfunk.de/firas-als-hater-syrer-fluechtlings-youtuber.807.de.html?dram:article_id=363127 (aufgerufen am 14.03.2017).
- Kutscher, Nadia/ Kreß, Lisa-Marie (2015): Internet ist gleich mit Essen. Empirische Studie zur Nutzung digitaler Medien durch unbegleitete minderjährige Flüchtlinge. Projektbericht. Vechta. Im Internet verfügbar unter: <https://images.dkhw.de/fileadmin/Redaktion/1.1Startseite/3Nachrichten/StudieFluechtlingskinder-digitaleMedien/StudiedigitaleMedienundFluechtlingskinderLangversion.pdf> (aufgerufen am 15.03.2017).
- Leeuw, Sonja de/ Rydin, Ingegerd (2007): Migrant children's digital stories. European Journal of Cultural Studies, 10 (4), 447-464.
- Lehmann, Uta (2009): Die Bedeutung von Weblogs für Diasporas. Das Beispiel der exiliranischen Blogosphäre, in Hunger, Uwe/ Kissau, Kathrin (Hg.): Internet und Migration. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 301-325.
- Leung, Linda/ Lamb, Cath Finney/ Emrys, Liz (2009): Technology's Refuge. The Use of Technology by Asylum Seekers and Refugees. Sydney: UTSe Press.
- Lins, Cornelia/ Kempf, Ute (2008): Online-Kompetenz für Migrantinnen und Migranten in Deutschland. Vorläufige Ergebnisse der Bestandsaufnahme, Bielefeld: Kompetenzzentrum Technik-Diversity-Chancengleichheit. Im Internet verfügbar unter: <http://www.kompetenz.de/Digitale-Integration/Migrantinnen/Expertise> (aufgerufen am 26.05.2017).

- Madianou, Mirca/ Miller, Daniel (2011): Mobile phone parenting: reconfiguring relationships between Filipina migrant mothers and their left-behind children. *New Media & Society*, 13 (3), 457-470.
- Meyer-Guckel, Volker (2016): Digitale Bildungsangebote als Chance für Integration. Interview mit der bpb.de vom 21.03.2016. Im Internet verfügbar unter: <https://www.bpb.de/dialog/223418/interview-digitale-bildungsangebote-als-chance-fuer-integration> (aufgerufen am 31.05.2017).
- Müller, Daniel (2009): Von der „Parallelgesellschaft“ zur pragmatisch-kulturellen Öffentlichkeit. Die Bedeutung des Medienverhaltens der türkischen Einwanderer für den Integrationsprozess. In: Löffler, Roland (Hg.): *Migration und Medien. Konferenz Dialog der Kulturen <12, 2008*. Frankfurt, Main: Herbert Quandt-Stiftung, 60-75.
- Oehmichen, Ekkehardt (2007): Radionutzung von Migranten. Ergebnisse der ARD/ZDF-Studie „Migranten und Medien 2007“. *Media Perspektiven* 9, 452-460.
- Piga, Andrea (2007): Mediennutzung von Migranten: Ein Forschungsüberblick, in: Bonfadelli, Heinz/ Moser, Heinz (Hg.): *Medien und Migration. Europa als multikultureller Raum?* Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 209-234.
- Pro Asyl (2017): Praktische links und Informationen. Online: <https://www.proasyl.de/praktische-links-und-informationen/>(aufgerufen am 16.03.2017).
- Rauschelbach, Lisa (2005): Die Mediennutzung von Migranten in Deutschland. In: Pries, Ludger (Hg.): *Zwischen den Welten und amtlichen Zuschreibungen. Neue Formen und Herausforderungen der Arbeitsmigration im 21. Jahrhundert*. Essen: Klartext Verlag, 117-138.
- Reuter, Markus (2016): Fake-News, Bots und Sockenpuppen – Eine Begriffsklärung. In: *Netzpolitik.org*. Im Internet verfügbar unter: <https://netzpolitik.org/2016/fakenews-social-bots-sockenpuppen-begriffsklaerung#fakenews> (aufgerufen am 16.03.2017).
- Schiffauer, Werner/ Eilert, Anna/ Rudloff, Marlene (2017): *So schaffen wir das. Eine Zivilgesellschaft im Aufbruch*. Bielefeld: transcript Verlag.
- Schlicht, Daniela (2009): Von Populär bis Fundamentalistisch: Repräsentation islamischer Religiosität im Internet. In: Hunger, Uwe/ Kissau, Kathrin (Hg.): *Internet und Migration*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 233-255.
- Seibert, Evi (2016): Was sind Fake News? Im Internet Im Internet verfügbar unter: <http://www.tagesschau.de/ausland/wahlkampf-manipulation-fakenews-cyberattacken-101.html> (aufgerufen am: 15.04.2017).
- Stiftung Warentest (2014): *Barrierefreies E-Learning: Digitale Hürden überwinden. 3. Welche Barrieren bestehen?* Im Internet Im Internet verfügbar unter: <https://www.test.de/Barrierefreies-E-Learning-Digitale-Huerden-ueberwinden-4690598-4690601/> (aufgerufen am: 16.04.2017).
- Soda, Hassan (2017): Projekt TeleView – Telemedizin für Flüchtlinge. Interview mit Dr. Hassan Soda und Dr. Nagham Soda, Neurologische Klinik Bad Neustadt, in: *MEDICA Magazin* vom 23.01.2017, Online: https://www.medica.de/cgi-bin/md_medica/lib/pub/tt.cgi/Projekt_TeleView__Telemedizin_für_Flüchtlinge.html?oid=83832&lang=1&ticket=g_u_e_s_t (aufgerufen am: 15.04.2017).
- Sunstein, Cass (2001): *Echo Chambers: Bush v. Gore, Impeachment, and Beyond*. Princeton: Princeton University Press. Im Internet verfügbar unter: <https://press.princeton.edu/sunstein/echo.pdf> (aufgerufen am: 12.03.2017).
- Trebbe, Joachim/ Heft, Annett/ Weiß, Hans-Jürgen (2010): *Mediennutzung junger Menschen mit Migrationshintergrund. Umfragen und Gruppendiskussionen mit Personen türkischer Herkunft und russischen Aussiedlern im Alter zwischen 12 und 29 Jahren in Nordrhein-Westfalen*. Berlin: Vistas.

- Tsianos, Vassilis (2015): Das Handy, der Lebensretter auf der Flucht. In: SRF News International. Im Internet verfügbar unter: <http://www.srf.ch/news/international/das-handy-der-lebensretter-auf-der-flucht> (aufgerufen am 16.03.2017).
- UniversalDoctor (2017): <http://www.universaldactor.com> (aufgerufen am 16.03.2017).
- Wagner, Claudia/ Mitter, Silvia/ Körner, Christian (2012): When social bots attack: Modeling susceptibility of users in online social networks. In: 2nd Workshop on Making Sense of Microposts, CEUR Workshop Proceedings Vol. 838, 41-48. Im Internet verfügbar unter: <http://ceur-ws.org/Vol-838/> (aufgerufen am 30.03.2017).
- Wall, Melissa/ Campbell, Madeline O./ Janbek, Dana (2015): Syrian refugees and Information Precarity. *New Media & Society*, 17 (2), 1-15.
- Walter, Mignon/ Schlinker, Ute/ Fischer, Christiane (2007): Fernsehnutzung von Migranten. Ergebnisse der ARD/ZDF-Studie „Migranten und Medien 2007“. *Media Perspektiven* 9, 436-451.
- Witteborn, Saskia (2015): Becoming (Im)Perceptible: Forced Migrants and Virtual Practice. *Journal of Refugee Studies*, 28 (3), 350-367.
- w+m 2000 (2017): Medienpädagogische Arbeit vs. Integration von Flüchtlingen. Im Internet abrufbar unter: <http://www.wm2000.de/component/content/article/81-medienpaedagogische-arbeit-vs-integration-von-fluechtligen> (aufgerufen am 30.03.2017).

ÜBER DIE AUTOREN

PD Dr. Uwe Hunger ist Privatdozent am Institut für Politikwissenschaft an der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster und Sprecher des Arbeitskreises „Migrationspolitik“ in der Deutschen Vereinigung für Politikwissenschaft (DVPW). Er ist Autor und Herausgeber zahlreicher Bücher und Aufsätze zum Thema Migration und Integration in Deutschland und im internationalen Vergleich, u.a. Internet und Migration. Theoretische Zugänge und empirische Befunde. Wiesbaden: VS-Verlag (herausgegeben mit Kathrin Kissau) und Politische Online-Sphären von Migranten. Neue Chancen im „Long Tail“ der Politik. Baden-Baden: Nomos 2009 (ebenfalls mit Kathrin Kissau). Von 2007 bis 2009 hat er das von der Fritz-Thyssen-Stiftung geförderte Forschungsprojekt „Politische Potentiale des Internet“ an der Universität Münster geleitet und war Mitglied des wissenschaftlichen Beirats des Projekts „Online-Kompetenz für Migrantinnen und Migranten in Deutschland“ des Kompetenzzentrums, Technik – Diversity – Chancengleichheit e.V. im Auftrag der Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend.

Yannick Lilienbecker ist Bachelor-Student am Institut für Politikwissenschaft an der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster und hat im Wintersemester 2016/17 seine Abschlussarbeit zum Thema „Digitale Integration von Geflüchteten“ (2017) geschrieben.