

Politische Partizipation in Deutschland 2019

Schaetz, Nadja; Leißner, Laura; Porten-Cheé, Pablo; Emmer, Martin; Strippel, Christian

Erstveröffentlichung / Primary Publication

Forschungsbericht / research report

Diese Arbeit wurde durch das Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) gefördert (Förderkennzeichen: 16DII111, 16DII112, 16DII113, 16DII114, 16DII115, 16DII116, 16DII117 - "Deutsches Internet-Institut"). / This work has been funded by the Federal Ministry of Education and Research of Germany (BMBF) (grant no.: 16DII111, 16DII112, 16DII113, 16DII114, 16DII115, 16DII116, 16DII117 - "Deutsches Internet-Institut").

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Schaetz, N., Leißner, L., Porten-Cheé, P., Emmer, M., & Strippel, C. (2020). *Politische Partizipation in Deutschland 2019*. (Weizenbaum Report, 1). Berlin: Weizenbaum Institute for the Networked Society - The German Internet Institute. <https://doi.org/10.34669/wi.wr/1>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer CC BY Lizenz (Namensnennung) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier:

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de>

Terms of use:

This document is made available under a CC BY Licence (Attribution). For more information see:

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

Weizenbaum Report

Politische Partizipation in Deutschland 2019



AUTOR*INNEN

Nadja Schaetz, Laura Leißner, Pablo Porten-Cheé, Martin Emmer, Christian Strippel –
Weizenbaum-Institut für die vernetzte Gesellschaft, Forschungsgruppe „Digital Citizenship“ |
Freie Universität Berlin

KONTAKT

Nadja Schaetz, nadja.schaetz@fu-berlin.de

Weizenbaum Report

Politische Partizipation in Deutschland 2019

Der politische Diskurs in Deutschland Anfang des Jahres 2020 verläuft stürmisch: Wir beobachten ein großes Engagement vieler, vor allem junger Menschen für politische und soziale Themen, wie etwa in der Fridays-for-Future-Bewegung oder im Widerstand gegen Rechtsextremismus. Neue digitale Medien sind dabei ein wichtiges Werkzeug für politisches Handeln. Gleichzeitig werden gesellschaftliche Debatten vor allem in sozialen Medien oft nicht zivil und sachlich geführt, sondern es werden Fakten, demokratische Institutionen und gesellschaftliche Normen zum Beispiel durch Hasskommentare und Desinformation infrage gestellt.

Das Weizenbaum-Institut für die vernetzte Gesellschaft nimmt den Wandel gesellschaftlicher Kommunikations- und Partizipationsprozesse, die sich im Zuge der voranschreitenden Digitalisierung ergeben, in den Blick. Mit diesem Bericht, der im Rahmen der Arbeit der Forschungsgruppe „Digital Citizenship“ entstanden ist, soll ein aktueller und problemzentrierter Einblick in den Stand politischer Partizipation von Bürger*innen in Deutschland geliefert werden. Dieser Bericht soll zukünftig jährlich erscheinen und damit langfristig und basierend auf repräsentativen Bevölkerungsbefragungen Auskunft darüber geben, wie sich das politische und soziale Engagement in Deutschland im Kontext voranschreitender Digitalisierung entwickelt.

Wie sich digitale Medien langfristig auf demokratische Strukturen auswirken, ist bisher

unklar und wissenschaftlich nicht geklärt. Lange ging ein großer Teil der Forschung zu Partizipation und Digitalisierung davon aus, dass digitale und insbesondere soziale Medien bürgerliches Engagement befördern und prinzipiell positiv für die demokratische Gesellschaft seien (Boulianne, 2015; Emmer, Vowe, & Wolling, 2011)¹.

Aktuelle Entwicklungen, wie die gezielte Verbreitung von Desinformation sowie Hass und Hetze im Internet, stellen diese Befunde zumindest teilweise infrage. Aus diesem Grund untersucht die hier vorgestellte Studie über politische Partizipation hinaus auch die gesellschaftliche Verankerung bürgerschaftlicher Normen und den Umgang mit Hass im Kontext digitaler Medien.

Weiterführende Informationen zur Arbeit des Weizenbaum-Instituts, der Forschungsgruppe „Digital Citizenship“ und der Methodik der vorliegenden Untersuchung finden sich im Internet [hier](#).

¹ Boulianne, S. (2015). Social media use and participation: a meta-analysis of current research. *Information, Communication & Society*, 18(5), 524–538. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2015.1008542>;

Emmer, M., Vowe, G., & Wolling, J. (2011). *Bürger online: Die Entwicklung der politischen Online-Kommunikation in Deutschland*. Konstanz: UVK.

Zentrale Befunde

\ **Bürger*innen in Deutschland sind politisch interessiert.** Von politischer Distanzierung kann keine Rede sein: Die Mehrheit der Menschen in Deutschland (85 %²) interessiert sich zumindest teilweise für politische Themen. Nur sehr wenige Bürger*innen (3 %) sind gar nicht an Politik interessiert. Darüber hinaus finden 90 Prozent der Menschen in Deutschland, dass es wichtig ist, politische Themen in den Medien zu verfolgen.

\ **Das Internet ist eine wichtige Informationsquelle für politische Themen – besonders für jüngere Menschen.** 37 Prozent der Bürger*innen in Deutschland nutzen das Internet täglich, um das politische Tagesgeschehen zu verfolgen. Zudem gewinnen auch soziale Medien an Bedeutung: 17 Prozent der deutschsprachigen Bevölkerung informieren sich mittlerweile täglich in sozialen Medien zu politischen Themen.

Im Altersvergleich sind die digitalen Medien besonders für jüngere Menschen dominierend: Fast die Hälfte (49 %) aller unter 35-Jährigen verfolgt das politische Tagesgeschehen täglich im Internet und mehr als ein Drittel (37 %) dieser Altersgruppe benutzt dafür soziale Medien.

\ **Bürger*innen übernehmen Verantwortung für die Demokratie:** Über die Hälfte der Menschen in Deutschland hat in den zwölf Monaten vor der Befragung Mitmenschen dazu ermutigt, sich politisch oder sozial zu engagieren. Sie engagieren sich insbesondere auch in sozialen Medien: Viele unter 35-Jährige nutzen soziale Medien zum Beispiel

dazu, Inhalte zu politischen Themen weiterzuleiten (35 %) oder zu kommentieren (37 %). Darüber hinaus haben 32 Prozent der in Deutschland lebenden Menschen im vergangenen Jahr eine Online-Petition unterschrieben.

\ **Bürger*innen beziehen aktiv Stellung für ein respektvolles und demokratisches Miteinander und den verantwortungsbewussten Umgang mit Medien:**

■ 90 Prozent der Menschen in Deutschland vertreten die Ansicht, dass man als gute*r Bürger*in die Meinungen anderer respektieren sollte. Somit erhält diese Bürgernorm die größte Zustimmung unter allen abgefragten: Respektvoll mit der Meinung anderer umzugehen, wird häufiger als „sehr wichtig“ bewertet als alle anderen Erwartungen an gute Bürger*innen, wie etwa an Wahlen teilzunehmen (79 %) oder Gesetzen zu folgen (84 %).

■ Die Bedeutung von Medienkompetenzen ist einem Großteil der Bürger*innen durchaus bewusst. 85 Prozent der in Deutschland lebenden Menschen finden es sehr wichtig, auf den Wahrheitsgehalt von Nachrichten zu achten. Für 75 Prozent ist es sehr wichtig, Informationen nur aus seriösen Quellen zu beziehen.

■ Hass und Hetze in Diskussionen entgegenzutreten empfinden 73 Prozent der Bürger*innen als sehr wichtig – auch wenn dies in der Praxis nur eine Minderheit zumindest gelegentlich tut. So haben zum Beispiel lediglich 33 Prozent aller Menschen, die in Kontakt mit einem Hasskommentar gekommen sind, schon einmal einen Kommentar gemeldet.

² Die im Bericht angegebenen Zahlen basieren auf einer Stichprobenerhebung von 1.298 zufällig ausgewählten Personen. Hochrechnungen dieser Daten auf die Gesamtbevölkerung sind deshalb mit einer gewissen Unschärfe belastet, die durchschnittlich bei ca. +/- 3 Prozentpunkten liegt.

Lesebeispiel: Bei einem in der Stichprobe ermittelten Wert von 85 Prozent liegt der tatsächliche Wert in der Gesamtbevölkerung (mit einer Wahrscheinlichkeit von 95 %) zwischen 82 und 88 Prozent.

Über diese Studie

Um politische Partizipation in Deutschland umfassend beschreiben und im Zeitverlauf beobachten zu können, führte das Weizenbaum-Institut in Zusammenarbeit mit der Freien Universität Berlin zwischen September und November 2019 eine wissenschaftliche Befragung zur politischen Kommunikation und Partizipation in Deutschland durch, die zukünftig in jährlichen Abständen wiederholt werden soll. Erstmals wurden dazu im Herbst 2019 insgesamt 1.298 Personen telefonisch befragt, die nach einem wissenschaftlichen Zufallsverfahren ausgewählt wurden und die deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland ab 16 Jahren repräsentieren. Die Teilnehmer*innen wurden danach gefragt, wie sie das Internet nutzen, wie sie sich über politische Themen informieren und wie sie sich politisch engagieren. Zudem wurden allgemeine Fragen zu politischen Einstellungen gestellt und „Bürgernormen“ erfasst, also individuelle Vorstellungen davon, wie ein „guter Bürger“ oder eine „gute Bürgerin“ sich in unserer Demokratie verhalten sollte.

Der nachfolgende Bericht gibt einen knappen Überblick über die zentralen Befunde. Weiterführende Informationen und eine ausführliche Erläuterung der Methodik finden sich online [hier](#).

Politische Partizipation in Deutschland

Wie sieht politisches Engagement in der digitalisierten Gesellschaft im Jahr 2019 aus?

Politische Partizipation spielt eine zentrale Rolle im Leben der Bürger*innen und findet in vielfältiger Form sowohl offline als auch online statt. Von politischer Passivität und einer allgemeinen Abwendung von Politik kann daher keine Rede sein.

Mit 85 Prozent interessiert sich eine breite Mehrheit der in Deutschland lebenden Personen grundsätzlich für politische Themen. Nur eine kleine Minderheit (3 %) ist gar nicht an Politik interessiert.

Bürger*innen in Deutschland vertreten ihre politischen Interessen sowohl auf traditionellem als auch auf digitalem Wege. Sie suchen Kontakt zu Politiker*innen, mobilisieren Mitmenschen und beteiligen sich durch politische Aktivitäten. So haben 34 Prozent aller Menschen Kontakt zu Politiker*innen gesucht, etwa ein Drittel davon hat dies online getan. Und mit 52 Prozent haben über die Hälfte aller Bürger*innen in den letzten zwölf Monaten Mitmenschen zu politischer Aktivität angeregt, online haben dies nur 9 Prozent aller befragten Personen getan.

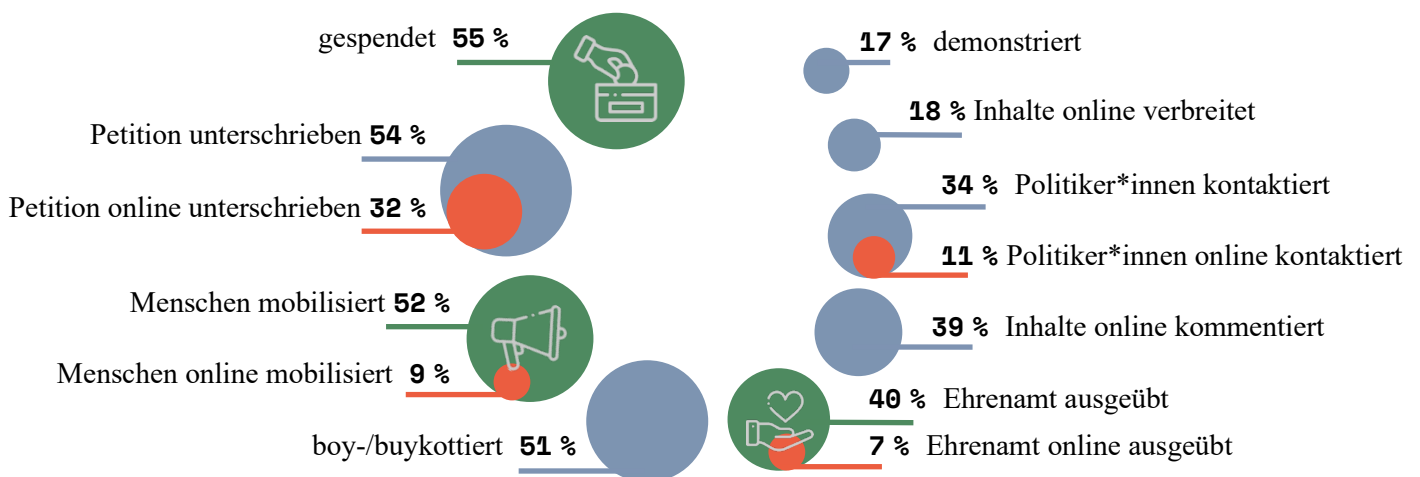


Abb. 1: Ausgeübte Formen politischer Partizipation

Basis: Ausübung einer genannten politischen Aktivität innerhalb der letzten zwölf Monate, ja/nein-Antworten möglich; n=1.298

Von einer unkritischen Politikeuphorie kann jedoch nicht gesprochen werden, da sich beispielsweise das Verhältnis zu den politischen Institutionen ambivalent darstellt. So vertraut fast die Hälfte der deutschen Bevölkerung ihren Politiker*innen eher nicht, wobei aber eine Mehrheit mit der Demokratie in Deutschland grundsätzlich zufrieden ist.

Insgesamt zeigt sich also, dass klassische Formen des sozialen und politischen Engagements von Bürger*innen durch digitale Partizipationsformen ergänzt werden. Solche digitalen Formen des politischen Engagements lassen sich besonders bei jungen Menschen beobachten. So tragen gerade junge Bürger*innen unter 35 Jahren zum politischen Diskurs im Internet bei, indem sie Links und Inhalte zu politischen Themen verbreiten (35 %) und politische Inhalte kommentieren (37 %).

Auch über ein solches kommunikatives Engagement hinaus zeigen die Studienergebnisse, dass Menschen in Deutschland politisch aktiv sind: Die Mehrheit der Deutschen engagiert sich nicht nur in Form von politischer Mobilisierung anderer, sondern auch in Spendenaktionen, Petitionen oder in Form von sogenannten Buy- oder Boykotten³.

Partizipation bei Menschen mit und ohne Migrationshintergrund

Die Bevölkerung in Deutschland hat sich strukturell in den vergangenen Jahrzehnten – und insbesondere in den letzten fünf Jahren – kontinuierlich verändert. Menschen mit Migrationshintergrund⁴ sind ein fester Bestandteil der deutschen Gesellschaft. Sie prägen Deutschland mit, haben jedoch möglicherweise andere Startbedingungen für ihr politisches Engagement als Menschen ohne Migrationshintergrund.

Etwa zwanzig Prozent der Befragten sind Menschen, die einen Migrationshintergrund haben und Deutsch sprechen⁵ (ausreichende Deutschkenntnisse waren eine Voraussetzung für die Befragung, daher konnten nur Menschen mit entsprechenden Sprachkenntnissen berücksichtigt werden). Deren Antworten deuten auf wenige Unterschiede zwischen der politischen Partizipation von Menschen mit und ohne Migrationshintergrund hin.

³ Diese Begriffe bezeichnen eine bewusste und von gesellschaftspolitischen Überlegungen geleitete Entscheidung, bestimmte Produkte oder Produkte bestimmter Unternehmen zu kaufen (um diese zu unterstützen) oder nicht zu kaufen (um Druck auf Produzenten, Händler oder die Politik auszuüben). Beispiele sind der bewusste Kauf besonders nachhaltig produzierter Produkte oder der Boykott von Unternehmen, die in Umweltzerstörung oder Waffenhandel verstrickt sind.

⁴ Die Bezeichnung „Menschen mit Migrationshintergrund“ (laut dem Statistischen Bundesamt 25,5 % der deutschen Bevölkerung, vgl. <https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Bevoelkerung/Migration-Integration/Tabellen/liste-migrationshintergrund-geschlecht.html>) umfasst in dieser Studie Menschen, die entweder nicht als deutsche Staatsbürger

So wird zum Beispiel politischer Konsum (Boy- bzw. Buykotte) von Menschen mit Migrationshintergrund (49 %) fast ebenso häufig ausgeübt wie von Menschen ohne (51 %). Gewisse Unterschiede zeigen sich dagegen in der Nutzung digitaler Medien zur Partizipation. So kontaktieren Menschen mit Migrationshintergrund Politiker*innen seltener direkt online als Menschen ohne Migrationshintergrund: Sieben Prozent der Menschen mit Migrationshintergrund und zwölf Prozent der Menschen ohne Migrationshintergrund haben in den letzten zwölf Monaten Politiker*innen auf digitalen Wegen kontaktiert.

Dagegen haben lediglich acht Prozent der Menschen ohne Migrationshintergrund versucht, andere via digitale Medien für politische Ziele zu mobilisieren, während das dreizehn Prozent der Menschen mit Migrationshintergrund taten.

Die Daten zeigen, dass sich Menschen mit Migrationshintergrund von denen ohne Migrationshintergrund in ihrer Partizipation nicht sehr stark unterscheiden. Wo es Unterschiede gibt, können weiterführende Untersuchungen aufklären und ermitteln, ob sich darin beispielsweise eine größere Distanz zwischen Menschen mit Migrationshintergrund und traditionellen politischen Institutionen ausdrückt.

in Deutschland geboren sind, eine weitere Staatsbürgerschaft als die deutsche haben oder bei denen mindestens ein Elternteil nicht als deutsche*r Staatsbürger*in in Deutschland geboren wurde. Diese Differenzkategorie umfasst hier jedoch nicht die Menschen mit Migrationshintergrund, die aufgrund fehlender Deutschkenntnisse nicht an der Befragung teilgenommen haben. Die Differenzkategorie „Migrationshintergrund“ ist nicht zur Analyse von strukturellen Ungleichheiten, die auf Diskriminierung basieren, geeignet, weil zentrale Merkmale von Diskriminierung (wie z. B. Hautfarbe oder ethnische Zugehörigkeit) nicht erfasst wurden.

⁵ Wie viele Menschen mit Migrationshintergrund in Deutschland leben, die keine oder geringe deutsche Sprachkenntnisse haben, ist auf Grund fehlender amtlicher Statistik ungewiss.

Normen für die vernetzte Gesellschaft

Wie Bürger*innen politisch handeln, ist nicht zuletzt eine Frage von demokratischen Einstellungen und Erwartungen. Zentral sind vor allem Antworten auf die Frage, was Menschen motiviert, sich politisch zu beteiligen.

Hier spielen sogenannte Bürgernormen eine wichtige Rolle. Sie beschreiben gesellschaftlich geteilte Erwartungen an Werte und Verhalten von Bürger*innen.

*Welche Erwartungen haben Bürger*innen in Deutschland an ein demokratisches Miteinander in der sich digitalisierenden Gesellschaft?*

Bürgernormen geben Auskunft darüber, an welchen Prinzipien sich Bürger*innen orientieren, wenn sie sich dafür oder dagegen entscheiden, politisch aktiv zu werden. Die Forschung hat bisher eine Vielzahl an Bürgernormen benannt, wie etwa die Erwartung, dass Bürger*innen an politischen Diskussionen teilnehmen, sich über Medien informieren, wählen gehen oder sich an Gesetze halten sollten (Dalton, 2008)⁶.

Normen für die vernetzte Gesellschaft

85 %

auf Wahrheit in Nachrichten achten

75 %

Informationen aus seriösen Quellen beziehen

73 %

Hetze und Hass in Diskussionen entgegentreten

68 %

auf Falschmeldungen hinweisen

46 %

Diskussionen zu wichtigen politischen Themen mit eigenen Gedanken anstoßen

41 %

Wissen über Politik mit anderen teilen

Traditionelle Bürgernormen

90 %

das Recht anderer auf eigene Meinung respektieren

84 %

sich an Gesetze halten

52 %

politische Themen in den Medien verfolgen

33 %

an politischen Diskussionen teilnehmen

6 %

einer politischen Partei beitreten

Abb. 2: Normen für die vernetzte Gesellschaft und traditionelle Bürgernormen

Basis: Reihe an Aktivitäten, die für einen guten Bürger oder eine gute Bürgerin *sehr wichtig* sind, Antwortskala: sehr wichtig, eher wichtig, eher nicht wichtig, gar nicht wichtig; n=1298

⁶ Dalton, R. J. (2008). Citizenship norms and the expansion of political participation.

Political Studies, 56(1), 76–98.

<https://doi.org/10.1111/j.1467-9248.2007.00718.x>

Digitale Medien ermöglichen heute alternative Formen politischer Partizipation, woraus sich die Frage ergibt, ob sich damit etablierte Bürgernormen verändern und dem digitalen Kontext anpassen oder ob durch den digitalen Wandel auch Erwartungen an Bürgerschaft entstehen.

Dieser Frage ist die Studie durch eine Erhebung von traditionellen und möglichen neuen Normen nachgegangen. Diese neuen Normen wurden in einer Vorstudie mit Hilfe qualitativer Interviews erhoben. Dazu wurden Personen ausführlich zu ihren Erwartungen befragt, wie man sich als gute*r Bürger*in einer demokratischen Gesellschaft verhalten sollte.

Zu den traditionell etablierten demokratischen Normen gehört es, die Meinungen anderer zu respektieren. Diese Norm wird durch einen Großteil der Menschen in Deutschland (90 %) als sehr wichtig bewertet. Die Annahme, dass die zunehmende Nutzung sozialer Medien zu stärkerer Intoleranz und einer gesellschaftlichen Erosion von Normen geführt hat, kann folglich an dieser Stelle nicht bestätigt werden.

Im Vergleich mit traditionellen Bürgernormen haben sich in unserer Studie vor allem drei normative Einstellungen herausgestellt, die von besonderer Relevanz im digitalen Kontext sind. Demnach sollten Bürger*innen auf den *Wahrheitsgehalt* in Nachrichten achten (85 %), Informationen aus *seriösen Quellen* beziehen (75 %) und *Hass und Hetze in Diskussionen entgegentreten* (73 %). Diese Normen stehen in enger Beziehung zu aktuellen Problemen wie Desinformationskampagnen im Internet und Hasskriminalität in sozialen Medien.

Bedrohungen demokratischer Werte

Für die Resilienz einer demokratischen Gesellschaft ist es wichtig, dass sich auch Bürger*innen an gesellschaftliche Veränderungsprozesse wie den digitalen Wandel von Medien und Kommunikation anpassen. Wie Menschen konkret mit Problemen wie Hass und Desinformation im Internet umgehen, die ein aktuelles Krisenphänomen dieses digitalen Wandels sind, und welche Normen hinter ihren Reaktionen darauf stehen, hat die vorliegende Studie ebenfalls ermittelt.

Institutionen und Werte dar. Dieses Problemfeld ist eine Herausforderung für Politik, Justiz, Plattformbetreiber und Zivilgesellschaft. Die Befunde der Studie zeigen, dass die Hälfte der Nutzer*innen von sozialen Medien mit Hasskommentaren in sozialen Netzwerken konfrontiert wurde. Sie gehen jedoch sehr unterschiedlich damit um: Zum einen gibt die große Mehrheit der Menschen in Deutschland (73 %) zwar an, dass es sehr wichtig sei, gegen Hass und Hetze in Diskussionen einzutreten.

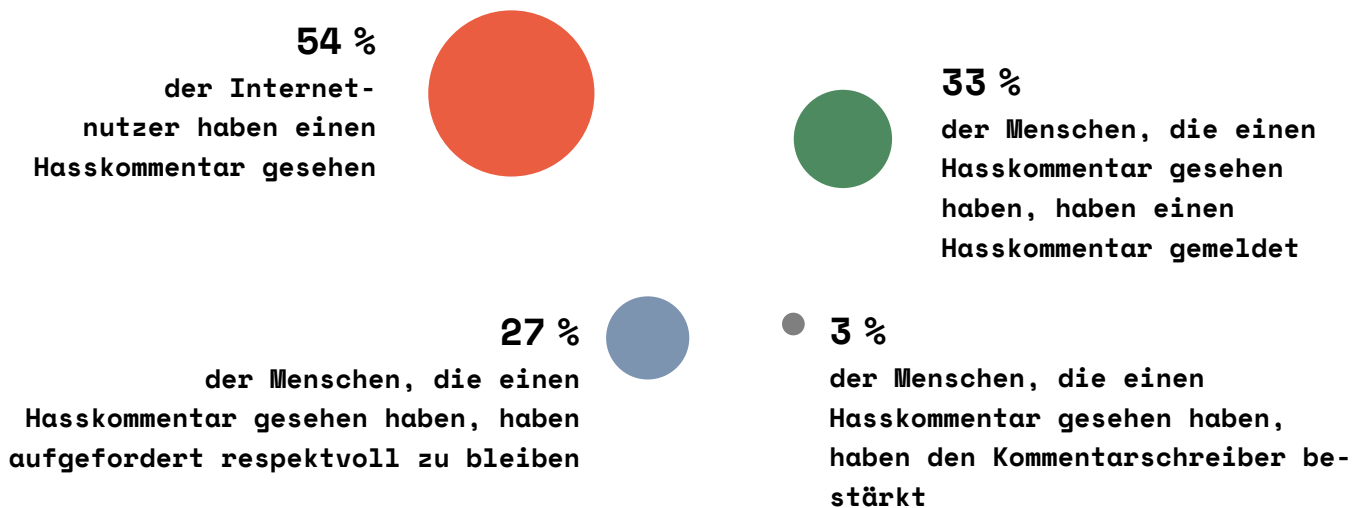


Abb. 3.: Hasskommentare – Wahrnehmung und Reaktion

Basis: Ausübung einer genannten Aktivität innerhalb der letzten 12 Monate, ja/nein-Antworten möglich; Internetnutzer n=1.220; Menschen die einen Hasskommentar gesehen haben; n=686

*Wie gehen deutsche Bürger*innen mit aktuellen gesellschaftlichen Konflikten um?*

Manipulative, diskriminierende oder gar hass-erfüllte Inhalte in sozialen Medien sind für viele ein Indiz für eine Verrohung der Gesellschaft und eine Gefährdung des demokratischen Miteinanders. Darüber hinaus stellen Morddrohungen gegen Politiker*innen oder Aufforderungen zu rechtsextremen Straftaten eine sehr konkrete Bedrohung demokratischer

Zum anderen sind 54 Prozent der Internetnutzer*innen in Kontakt mit einem Hasskommentar gekommen, aber lediglich 33 Prozent dieser Menschen haben diesen dann auch gemeldet.

Noch geringer ist der Anteil der Menschen (27 %), die auf den Kommentar eingegangen sind und darauf hingewiesen haben, respektvoll zu bleiben. Die Gruppe derer, die den Hass direkt unterstützt, ist dagegen sehr klein.

Aus dieser Diskrepanz zwischen Norm und Handeln ergeben sich Fragen für die zukünftige Forschung. So muss näher untersucht werden, wie Bürger*innen ihre Handlungsmöglichkeiten und Selbstwirksamkeit in der Auseinandersetzung mit Hasskriminalität und Desinformationen einschätzen. Aber auch die Frage, welchen Einfluss die von den Plattformen bereitgestellten Strukturen (z. B. KI-basierte Algorithmen) und auch gesetzliche Regulierungen auf die Dynamiken von Hass und Propaganda und die Verhaltensweisen von Bürger*innen haben, muss untersucht werden und wird Gegenstand zukünftiger Projekte am Weizenbaum-Institut sein.

Impressum

HERAUSGEBER

Das Geschäftsführende Direktorium des Verbundprojekts „Weizenbaum-Institut für die vernetzte Gesellschaft – Das Deutsche Internet-Institut“

Prof. Dr. Christoph Neuberger
Prof. Dr. Herbert Zech
Prof. Dr. Sascha Friesike

Verbundkoordination:
Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung
Reichpietschufer 50
10785 Berlin

Besucheradresse:
Hardenbergstraße 32
10623 Berlin

Tel.: +49 30 700141-001
E-Mail: info@weizenbaum-institut.de
Web: www.weizenbaum-institut.de

Der Weizenbaum Report „Politische Partizipation in Deutschland 2019“ wurde im Rahmen einer Projektförderung (Förderkennzeichen: 16DII111, 16DII112, 16DII113, 16DII114, 16DII115, 16DII116, 16DII117 – „Deutsches Internet-Institut“) durch das Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) gefördert.

DOI: <https://doi.org/10.34669/wi.wr/1>

AUTOR*INNEN

Nadja Schaetz, M.A., Laura Leißner M.A.,
Dr. Pablo Porten-Cheé, Prof. Dr. Martin Emmer,
Christian Strippel M.A. –
Weizenbaum-Institut für die vernetzte
Gesellschaft, Forschungsgruppe „Digital
Citizenship“ |
Freie Universität Berlin

KONTAKT

Nadja Schaetz, nadja.schaetz@fu-berlin.de

REDAKTIONSASSISTENZ

Sina Thäsler-Kordonouri, Jette Bergen

GESTALTUNG

Esra Eres

BILDNACHWEISE

Titelbild: Unsplash/Alice Donovan Rouse

LIZENZ

Diese Veröffentlichung ist unter der Creative-Commons-Lizenz „Namensnennung 4.0 International“ (CC BY 4.0) lizenziert: <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de>

Weiterführende Informationen zur Arbeit des Weizenbaum-Instituts und der Forschungsgruppe „Digital Citizenship“ finden sich im Internet [hier](#).