

JUTTA CROLL, DR. CAROLA CROLL, MICHAEL RAEDER

EXPERTISE ZUM THEMENFELD DIGITALE KOMPETENZ IM BÜRGERSCHAFTLICHEN ENGAGEMENT

1 Einleitung

Die hier vorgelegte Expertise setzt sich auseinander mit dem Status quo der Kompetenzen für das digitale bürgerschaftliche Engagement, mit den Hindernissen für deren Erwerb sowie den Perspektiven für die Zukunft des bürgerschaftlichen Engagements in einer durch die Verbreitung und Nutzung digitaler Medien veränderten Gesellschaft. Im Folgenden wird erörtert, auf welche Kompetenzen für digitales Engagement bereits gesetzt werden darf, wie diese Kompetenzen weiterentwickelt werden können und welche Maßnahmen darüber hinaus für die Bewältigung der Digitalen Transformation durch die organisierte Bürgergesellschaft sinnvoll und notwendig erscheinen.

Dabei wird auch betrachtet, welchen Einfluss die durch die Covid-19-Pandemie bedingten Veränderungen des Alltags auf das bürgerschaftliche Engagement genommen und ob sie der Digitalisierung einen Schub gegeben haben und inwieweit davon eine nachhaltige Entwicklung zu mehr digitalem Engagement zu erwarten ist. Abschließend wird der Frage nachgegangen, ob sich künftig unter dem Begriff der Digitalen Kompetenz ein umfassenderes Verständnis von Kompetenzen für die Bewältigung des von digitalen Prozessen geprägten Alltags entwickeln kann.

2 Zum Begriff der Digitalen Kompetenz

Mit dem als Digitale Transformation bezeichneten Wandel der Gesellschaft durch die zunehmende Verbreitung von digitalen Technologien hat sich auch der Begriff der „Digitalen Kompetenz“¹ etabliert und ist neben den Begriff der Medienkompetenz getreten. Wissenschaftlich ist der Begriff der Medienkompetenz bereits länger fundiert und bleibt insbesondere in Bezug auf Bildungsprozesse im Sinne der Vermittlung von Medienkompetenz weiterhin relevant.

2.1 Medienkompetenz

Dieter Baacke (1996) hat zunächst, ausgehend vom Begriff der „Kommunikativen Kompetenzen“, den Begriff der Medienkompetenz geprägt. Er unterscheidet die folgenden vier Dimensionen der Medienkompetenz:

- Medienkritik als Fähigkeit, sich analytisch, reflexiv und ethisch mit Medien auseinanderzusetzen,
- Medienkunde als Wissen über heutige Mediensysteme und -strukturen,
- Mediennutzung als Fähigkeit zur rezeptiven und interaktiven Mediennutzung und

¹ Hermeneutisch ist die Verbindung des Adjektivs „digital“ mit dem Substantiv „Kompetenz“ irreführend, da es um Kompetenzen im Umgang mit digitalen Endgeräten und Anwendungen geht, nicht um Kompetenzen, die digital sind.

- Mediengestaltung als Fähigkeit zur innovativen und kreativen Gestaltung von Mediensystemen.

Ab den 1990er-Jahren wurde mit dem 1989 von Tim Berners-Lee am CERN-Kernforschungszentrum in der Schweiz entwickelten Quellcode des World Wide Web das Internet für jede und jeden zugänglich gemacht. In der Folge ist der Begriff der Medienkompetenz im Zuge des Diskurses um die Entstehung einer sogenannten Informationsgesellschaft weiter differenziert worden. Die Entwicklung eines weitgehend von Digitalisierung geprägten medialen Angebots hat dazu geführt, dass die von Baacke aufgestellten vier Dimensionen an Trennschärfe verlieren. So fallen Mediennutzung und Mediengestaltung im Internet häufig zusammen. Begriffe wie Mitmachinternet, Web 2.0 oder auch Prosumenten, welche die Aufhebung der Rollentrennung in Medienkonsument*innen und -produzent*innen beschreiben, knüpfen an frühen Forderungen nach einer Demokratisierung der Medien, wie sie bereits in Brechts Radiotheorie oder später Enzensbergers Theorie der Medien enthalten sind, an. Welche Voraussetzungen zur Befähigung der Mediennutzer*innen erforderlich sind und wie das Vorhandensein der benötigten Kompetenzen gemessen werden kann, ist Gegenstand verschiedener Studien und Konzepte auf nationaler sowie europäischer und internationaler Ebene.

2.2 Bewertung von Kompetenzen

In Deutschland misst der Digital-Index² der Initiative D21 seit 2013 nicht nur die Verbreitung und Nutzung des Internets, sondern auch die Fähigkeiten im Umgang mit digitalen Angeboten und „bietet ein jährliches Lagebild zum Digitalisierungsgrad der Gesellschaft in Deutschland“. Der In-

2 <https://initiated21.de/publikationen/d21-digital-index-2019-2020/> (eingesehen am 9.2.2021).

dex listet die folgenden Kompetenzen und den Prozentsatz der Bevölkerung ab 14 Jahre, der nach Selbsteinschätzung über diese Kompetenzen verfügt (siehe Abb. 1).

Für Europa wird seit 2015 mit dem European Digital Competence Framework for Citizens – DigComp³ ein Rahmenplan entwickelt, der die folgenden fünf Themenfelder umfasst: Informations- und Datenkompetenz, Kommunikation und Kooperation, Entwicklung/Erstellung von digitalen Inhalten, Sicherheit und Datenschutz sowie Problemlösungen. DigComp basiert ebenfalls auf Selbsteinschätzung und ist ein Instrument, das künftig dazu dienen soll, die Kompetenzen der Bürger*innen in Europa vergleichbar zu machen.

Auf europäischer Ebene fasst zudem im Auftrag der Europäischen Kommission der Digital Economy and Society Index (DESI) die relevanten Indikatoren zur digitalen Leistungsfähigkeit Europas zusammen. Der Fokus liegt hier auf der digitalen Wettbewerbsfähigkeit der EU-Mitgliedstaaten. Das schließt auch grundlegende digitale Kompetenzen der Bevölkerung mit ein.

In den vergangenen vier Jahren ist das Niveau der digitalen Kompetenzen europaweit weiter gestiegen. 58 Prozent der Bevölkerung haben mindestens grundlegende digitale Kompetenzen, 33 Prozent mehr als grundlegende digitale Kompetenzen und 61 Prozent mindestens grundlegende Softwarefähigkeiten, unter denen in der Studie vor allem solche für den Arbeitsalltag verstanden werden. Soziodemografische Aspekte sind auch auf europäischer Ebene ausschlaggebend. Laut DESI 2020 verfügen 82 Prozent der jungen Menschen, 85 Prozent der Personen mit

3 <https://ec.europa.eu/jrc/en/digcomp>, vgl. auch dt. https://www.bildungserver.de/onlineressource.html?onlineressourcen_id=58972 (eingesehen am 9.2.2021).

ABB. 1: DIGITALE KOMPETENZEN Quelle: Digital-Index 2019/2020, S. 29.	
DIGITALE KOMPETENZEN	BEVÖLKERUNG AB 14 JAHRE
Mit dem Smartphone Fotos machen und versenden	75 %
Datenschutzeinstellungen auf dem Smartphone verwalten	58 %
Nachrichten per Smartphone versenden	76 %
Apps auf dem Smartphone installieren und Updates durchführen	66 %
Werbeanzeigen erkennen	51 %
Unterschiedliche Passwörter für unterschiedliche Dienste verwenden	57 %
Seriöse von unseriösen Nachrichten im Internet unterscheiden	53 %
Bewusstsein dafür, dass Dienste persönliche Daten weitergeben	74 %
Datensparsamkeit (Ich stelle nur wenige persönliche Daten ins Internet)	65 %
Mehrere Quellen bei der Internetrecherche nutzen	62 %
Inhalte in soziale Netzwerke einstellen	52 %
Internetrecherchen durchführen	74 %
Dateien übertragen	63 %
Office-Anwendungen nutzen	50 %
Anderen bei Computerproblemen helfen	28 %
Webanwendungen gestalten	21 %
Programmieren	13 %
Per Smartphone bezahlen	34 %

hoher formaler Bildung, 68 Prozent der Angestellten oder Selbstständigen und 87 Prozent der Studierenden über mindestens grundlegende digitale Kompetenzen. Jedoch verfügen nur 35 Prozent der 55- bis 74-Jährigen und 30 Prozent der Rentner*innen und Nichterwerbstätigen über Grundkenntnisse (Europäische Kommission 2020, S. 52) (siehe Abb. 2).

3 Kompetenzen für bürgerschaftliches Engagement in der Digitalen Transformation

Kompetenzen für bürgerschaftliches Engagement sind eine unabdingbare Voraus-

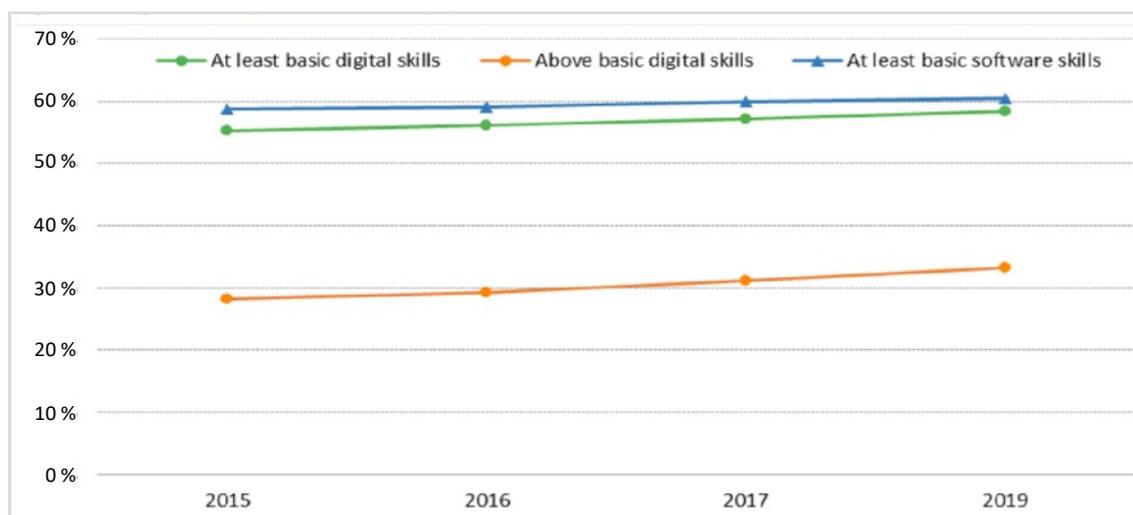
setzung der Handlungsfähigkeit der organisierten Bürgergesellschaft. Im Zuge der Digitalen Transformation erweitert und verändert sich allerdings das Portfolio der benötigten Kenntnisse und Fähigkeiten.

3.1 Digitales Mindset der Bürgergesellschaft

2016 konstatierte der 2. Engagementbericht der Bundesregierung noch: „Schließlich steht die Transformation der Lebenswelt durch die Digitalisierung scheinbar erst an ihrem Anfang“ (BMFSFJ 2017, S. 163). Im Jahr 2020 sind der Einfluss neuer Technologien und der Digitale Wandel

ABB. 2: DIGITAL SKILLS (% OF INDIVIDUALS), 2015–2019

Quelle: Europäische Kommission 2020, S. 53.



unübersehbar. Mit welcher Haltung die organisierte Bürgergesellschaft und deren Mitglieder dem gegenüberstehen, ist zu analysieren, um die notwendigen Konzepte und Strategien zu entwickeln.

Die für einen erfolgreichen Umgang mit den durch die Digitalisierung bewirkten gesellschaftlichen Veränderungen erforderliche Aufgeschlossenheit wird häufig als Digitales Mindset bezeichnet (Rasmussen 2019, S. 64, 85, 120). Dieser digitalen Denkweise steht allerdings in vielen Bereichen der organisierten Bürgergesellschaft ein analoges Selbstverständnis der eigenen Aufgabe entgegen. Gerade die klassischen Formen des bürgerschaftlichen Engagements, insbesondere solche, die die Menschen in Vereinen und Verbänden ausüben, werden von diesen vielfach als Aufgaben wahrgenommen, die des direkten persönlichen Kontakts bedürfen, wie auch ein Zitat eines Vorsitzenden eines kleinen Sportvereins im 3. Engagementbericht belegt: „Wir sind ein Sportverein, das ist analog“ (BMFSFJ 2020, S. 111).

In diesem Zusammenhang weisen die Autor*innen der Studie „Digitalisierung

braucht Zivilgesellschaft“ darauf hin, dass Digitalisierung nicht nur als technisches, sondern eben auch als soziales und kulturelles Thema zu verstehen ist. Gerade weniger digitalaffine Organisationen müssten dieses Verständnis entwickeln, um auch künftig handlungsfähig zu bleiben (Rasmussen 2019, S. 119–120). Ob und inwieweit durch die Covid-19-Pandemie perspektivisch eine veränderte Wahrnehmung in Bezug auf Digitalisierung des Engagements zu erwarten ist, wird im Fazit in Kapitel 4 betrachtet.

2019/2020 stellt der 3. Engagementbericht fest, dass von den Engagierten vor allem mangelnde zeitliche und finanzielle Ressourcen, aber auch fehlende Kompetenzen als dem Digitalen Mindset entgegenstehende Hürden genannt werden. Ein Grund dafür sei der hohe Altersdurchschnitt der Engagierten. Viele der Älteren betrachteten die Aufgabe, sich mit Social Media zu befassen, eher als „eine lästige Notwendigkeit“, ohne die „es heute vor allem bei der jüngeren Generation kaum noch [...] geht“ (Geschäftsführerin eines städtischen Sportvereins) (BMFSFJ 2020, S. 111).

Dennoch kann man feststellen, dass eine digitale Denkweise bei den Mitgliedern der organisierten Bürgergesellschaft durchaus schon vorhanden ist. Allerdings wird die Nutzung digitaler Medien vielfach nicht als Teil des eigenen gesellschaftlichen Engagements wahrgenommen (ebd., S. 74; Croll et al. 2019, S. 98). Die Zahlen des Digital-Index belegen, dass Social Media von 70 Prozent der Bevölkerung ab 14 Jahren regelmäßig genutzt werden, 56 Prozent geben an, diese ein- oder mehrmals pro Woche zu nutzen. Insbesondere bei den Jüngeren sind sie fest in die Alltagsroutinen eingebettet. Messengerdienste, über die Nachrichten und Informationen geteilt werden, sind aber auch bei den ab 60-Jährigen ein Treiber der Internetnutzung (Digital-Index 2019/2020, S. 22; Beisch und Schäfer 2020, S. 465). Doh (2020, S. 21) weist in diesem Zusammenhang in seiner Stellungnahme zum 8. Altersbericht unter Bezugnahme auf die ARD/ZDF-Onlinestudie allerdings darauf hin, dass gerade bei älteren Menschen die Angaben zur Nutzung des Internets oftmals unzuverlässig seien, da diesen bei der Nutzung von Apps oder sonstigen Anwendungen auf dem Smartphone deren Verbindung mit dem Internet teilweise gar nicht bewusst sei. Der 3. Engagementbericht beschreibt diesen Effekt auch für die jüngere Generation:

„Fragt man nach der Nutzung konkreter Tools für das Engagement, dann wird deutlich, dass fast alle Engagierten zumindest soziale Medien nutzen und sich diese Praxis so in das alltägliche Handeln der Jugendlichen eingeschrieben hat, dass sie sie kaum als digitale Aktivität hervorheben. Für die Organisation des Engagements sind gerade die Messengerdienste nicht mehr wegzudenken, weniger genutzt werden dagegen spezielle Tools für die Organisation von Engagement“ (BMFSFJ 2020, S. 73).

Die ARD/ZDF-Onlinestudie 2020, deren Erhebungszeitraum im März 2020 in die Phase des ersten Covid-19-bedingten Lockdowns fiel, konnte mittels kurzfristig ergänzter, spezifisch darauf bezogener Zusatzfragen einen sogenannten Corona-Effekt feststellen. Dieser betrifft insbesondere eine starke Zunahme der Internetnutzung in der Altersgruppe der ab 70-Jährigen und hier vor allem die Nutzung des Messengers WhatsApp für die private Kommunikation (Beisch und Schäfer 2020, S. 465). Die neue Nutzergruppe, so die Autorinnen, „erschließt sich das Internet jedoch augenscheinlich zögerlich: Die Nutzungsszenarien sind vielfältig und die Nutzung regelmäßiger als noch in den Jahren zuvor, aber nicht täglich“ (ebd., S. 480).

Die von Älteren vor allem im privaten Kontext verorteten Aktivitäten in und mittels Social Media dienen dort durchaus auch der Alltagsorganisation. Aber der daraus resultierende Nutzwert wird von ihnen derzeit kaum in die Strukturen des ehrenamtlichen Engagements übertragen. Während der 3. Engagementbericht für jüngere Engagierte konstatiert, dass „sich jenseits traditioneller Beteiligung eine Kultur des alltäglichen digitalen Engagements [formiert]“ (BMFSFJ 2020, S. 139), gilt dies in den bestehenden Organisationsstrukturen des Engagements noch nicht in gleichem Maße.

Um die digitale Denkweise in der Bürgergesellschaft zu etablieren, ist daher eine die Basis miteinbeziehende oder von dieser ausgehende Organisationsentwicklung unter Berücksichtigung aller Aspekte der Digitalisierung notwendig. Jähnert (zitiert bei Rasmussen 2019, S. 89–90) weist in diesem Zusammenhang darauf hin, dass man „Digitalisierung, soziale Innovation und insbesondere das dafür notwendige Mindset nicht einfach verordnen [kann]“. Vielmehr müsse es für die Organisatio-

nen der Zivilgesellschaft darum gehen, die Rahmenbedingungen für die Entstehung des Digitalen Mindsets zu gestalten.

3.2 Kompetenzen der Mitglieder der organisierten Bürgergesellschaft

Im folgenden Abschnitt wird der Frage nachgegangen, welche Kompetenzen bei den Mitgliedern der organisierten Bürgergesellschaft vorausgesetzt werden können und welche der Entwicklung bedürfen.

Digitale Kompetenzen sind nach wie vor in der Bevölkerung ungleichmäßig verteilt (Gilroy 2020, S. 7). 14 Prozent der deutschen Bevölkerung nutzen das Internet nicht (sogenannte Offliner), deren Durchschnittsalter beträgt 71 Jahre. 71 Prozent von ihnen haben einen Haupt- oder Volksschulabschluss, 67 Prozent sind Frauen. Bei den 86 Prozent der Bevölkerung, die das Internet nutzen, liegen diejenigen mit niedrigem Bildungsabschluss bei allen in Kapitel 2.2 genannten Kompetenzen signifikant (rund 20 bis 25 Prozent) unter dem Bevölkerungsdurchschnitt (Digital-Index 2019/2020, S. 19, 27–29).

Dabei verläuft die Digitale Spaltung entlang der sozialen Spaltung der Gesellschaft. In allen Altersgruppen nutzen Menschen mit niedriger Bildung (64 Prozent) das Internet in geringerem Umfang als Menschen mit mittlerer Bildung (92 Prozent) und Höhergebildete (97 Prozent). Auch die mobile Internetnutzung ist entsprechend ungleichmäßig verteilt (niedrige Bildung 53 Prozent, mittlere Bildung 79 Prozent, hohe Bildung 86 Prozent, ebd., S. 14–16).

„Bei Personen mit formal niedriger Bildung sind sämtliche Kompetenzen am wenigsten vorhanden. So ist beispielsweise für die Hälfte der formal niedrig Gebildeten eine normale Internetrecherche (unter der Ver-

wendung mehrerer Quellen) oder das Versenden von Nachrichten mit dem Smartphone keine Selbstverständlichkeit. Auch bei Datenübertragung, Office-Anwendungen, dem Erkennen von Fake News oder dem kompetenten Umgang mit Datenschutzeinstellungen von Apps ist der Unterschied zwischen den Kompetenzniveaus der niedrig Gebildeten einerseits und der Jungen oder Berufstätigen andererseits besonders groß“ (ebd., S. 28).

Frauen (82 Prozent) nutzen das Internet am PC oder Laptop in geringerem Umfang als Männer (90 Prozent); der gleiche Abstand von 7 bis 8 Prozent gilt für die mobile Nutzung: 71 Prozent Frauen, 78 Prozent Männer. Berufstätige (96 Prozent) nutzen deutlich häufiger als Nichtberufstätige (71 Prozent). Ein noch größerer Abstand besteht bei der mobilen Nutzung: 88 Prozent Berufstätige, 55 Prozent Nichtberufstätige. In allen fünf ostdeutschen Bundesländern (außer Berlin) liegt die Internetnutzung (77 bis 81 Prozent) unter der in den westdeutschen Bundesländern (85 bis 90 Prozent). Insbesondere alte und hochaltrige Menschen ab 70 Jahre sind häufig digital Außenstehende: Nur 52 Prozent dieser Altersgruppe(n) nutzen das Internet am PC oder Laptop, nur 32 Prozent nutzen mobil (ebd., S. 14–16).

Neben dem Digital-Index belegen weitere Studien, dass ältere Menschen in geringerem Maße über die erforderlichen Kompetenzen verfügen als jüngere. Insbesondere die vom Statistischen Amt der Europäischen Union erhobenen Daten belegen für ganz Europa ein signifikant niedrigeres Kompetenzniveau Älterer sowie deutliche Unterschiede zwischen den Geschlechtern in nahezu allen Ländern (Doh 2020, S. 56–60). Aber auch unter den Jüngeren schätzt ein nennenswerter Teil von rund 25 Prozent die eigenen Kompetenzen im Umgang mit digitalen Medien als niedrig

ein; hier besteht ein leichtes Bildungsgefälle (BMFSFJ 2020, S. 69). Trotz der insgesamt bei den Jüngeren in höherem Maße vorhandenen Fähigkeiten ist zu konstatieren, dass nicht alle jüngeren Menschen in ausreichendem Maße die für das digitale Engagement benötigten Kompetenzen und das erforderliche Selbstvertrauen in die eigenen Fähigkeiten mitbringen.

Das geringere Vorhandensein von Kompetenzen bei Älteren liegt vor allem an mangelnden Erfahrungsmöglichkeiten. Daraus resultieren eine geringere Selbstwirksamkeitserfahrung und in der Folge auch eine geringere Motivation, sich mit den Möglichkeiten der Digitalisierung für das persönliche ehrenamtliche Engagement auseinanderzusetzen (Kubicek und Lippa 2017; Doh 2020, S. 17).

Im Hinblick auf das bürgerschaftliche Engagement sind nicht alle der durch den Digital-Index erhobenen Kompetenzen gleichermaßen wichtig. Der 3. Engagementbericht der Bundesregierung hebt vor allem die Bedeutung der Nutzung von Social-Media-Plattformen für digitales Engagement hervor (BMFSFJ 2020, S. 16, 62, 76–81) sowie die Entwicklung und den Einsatz von sogenannten Civic-Tech-Anwendungen, das heißt von Technologien, die zur Information, zum Engagement und zum Austausch von Bürger*innen untereinander, mit Nichtregierungsorganisationen (NGOs) oder mit der Regierung auf kommunaler ebenso wie auf nationaler oder internationaler Ebene genutzt werden (ebd., S. 82–84). Erstere setzen Kompetenzen voraus, die laut Digital-Index bei der Hälfte bis drei Viertel der Bevölkerung vorhanden sind. Die für die Nutzung von Civic-Tech-Anwendungen erforderlichen Kompetenzen hingegen werden von deutlich weniger Menschen beherrscht (Europäische Kommission 2020, S. 53).

„Digitales Engagement beschränkt sich“, so der 3. Engagementbericht, „nicht auf die Nutzung digitaler Infrastrukturen. Es betrifft ebenso die Gestaltung des Digitalen, die Arbeit an der digitalen Technik selbst sowie deren kreative Neu- und Umnutzung“ (BMFSFJ 2020, S. 82). Im Hinblick auf die für bürgerschaftliches Engagement unter den Vorzeichen der Digitalisierung benötigten Kompetenzen erscheint es daher sinnvoll, eine Differenzierung nach Basiskompetenzen vorzunehmen, wie sie zum Beispiel der Digital-Index erfasst, und nach Metakompetenzen, die stärker am Kontext der zu bewältigenden Aufgaben orientiert sind. Dazu zählen nach einer vorläufigen Bestandsaufnahme im Rahmen der hier vorgelegten Expertise unter anderem die folgenden Fähigkeiten:

- Kompetenz der Beurteilung einer Eignung von digitalen Tools für die jeweilige Aufgabe,
- Kompetenz der Entscheidung, welche der bisher genutzten analogen Instrumente durch geeignete digitale Tools ersetzt werden können unter Abwägung von Effizienz- und Nachhaltigkeitsaspekten des möglichen Wechsels,
- Kompetenz, online bereitgestellte Inhalte kritisch-analytisch zu bewerten,
- Kompetenz, Risiken (zum Beispiel im Bereich Datenschutz, Bild- oder Urheberrecht) in Bezug auf das Engagement und die Organisation zu bewerten,
- Kompetenz, das eigene Wissen an andere weiterzuvermitteln,
- Kompetenz, Engagementaufgaben im Analogen oder Digitalen oder in beiden Bereichen parallel zu verorten,
- Kompetenz, die Organisation im Zuge der Digitalisierung weiterzuentwickeln,
- Kompetenz, Organisationsstrukturen des Engagements an die Erfordernisse der Digitalisierung anzupassen (zum Beispiel Abstimmungs- und Freigabeprozesse).

Künftige digitale Anwendungen und Innovationen im Bereich digitaler Medien werden die Definition neuer Metakompetenzen und die Fortschreibung erforderlich machen.

3.3 Bildungsangebote für die Bürgergesellschaft

Zivilgesellschaftliches Engagement bedarf in vielen Bereichen ausdrücklich der Qualifizierung für die jeweilige Aufgabe. Der 2. Engagementbericht stellt im Jahr 2016 fest:

„Viele Freiwillige benötigen ganz konkrete Kenntnisse und Fähigkeiten für ihre ehrenamtliche Arbeit: 23 Prozent der Engagierten können ihre Tätigkeiten nur aufgrund bestimmter Ausbildungen ausüben. Besonders häufig betrifft das Aktive bei der freiwilligen Feuerwehr, im politischen Bereich, in der beruflichen Interessenvertretung oder im Bereich der Justiz“ (BMFSFJ 2017, S. 203).

Bisher ist die Übertragung dieser Erkenntnis auf den Bereich der Digitalisierung noch nicht umfassend erfolgt. Vielfach fehlt das Bewusstsein dafür, dass auch für Kompetenzen, die im Umgang mit den durch die Digitalisierung eröffneten Möglichkeiten benötigt werden, entsprechende Qualifizierungsmaßnahmen erforderlich sind und genutzt werden müssen.

Nicht nur im zivilgesellschaftlichen Engagement, sondern auch im beruflichen Umfeld erfolgt der Kompetenzerwerb noch immer häufig mittels informeller Lernprozesse. Das Kapitel Wissensaneignung rund um Themen der Digitalisierung des Digital-Index belegt, dass digitale Kompetenzen nach wie vor überwiegend autodidaktisch, durch informelles Lernen und Learning by Doing (76 Prozent) erworben werden. Dies gilt insbesondere für die Altersgruppen ab

50 Jahre und für Frauen. Formale Lernangebote spielen mit nur 22 Prozent eine deutlich geringere Rolle (ebd., S. 26). Angesichts der in der Bevölkerung nur bedingt entwickelten und verbreiteten Kompetenzen für digitales Engagement stellt sich die Frage, ob überhaupt und – wenn ja – welche Bildungsangebote für den Aufbau der Kompetenzen bei den Mitgliedern der Bürgergesellschaft vorhanden sind und welche Gründe für oder auch gegen die Nutzung derartiger Angebote sprechen.

Die ZiviZ-Studie „Fähigkeiten für die digitale Welt“ attestiert der Bevölkerung in Deutschland eine hohe Innovationsbereitschaft:

„Und ihre Aufgeschlossenheit gegenüber Neuem ist nicht auf Technik beschränkt. Fast die Hälfte der Bevölkerung ist offen, etwas ganz Neues zu beginnen und zwei Drittel glauben, das ist auch in Zukunft wichtig“ (Gilroy 2020, S. 18).

Dennoch steht vor der Bereitschaft zur Qualifizierung zunächst eine Nutzenabwägung in Bezug auf digitale Medien. Ältere geben deutlich häufiger als Jüngere an, den Nutzen des Internets nicht zu (er)kennen. Von 14 Prozent Offlinern nennen 78 Prozent mangelndes Interesse am Internet als Grund für die Nichtnutzung. Als mögliche Motivationen zur Nutzung werden genannt: Erkennen eines klaren Nutzens (25 Prozent), Einführung in die Funktionsweise des Internets (17 Prozent), einfachere Nutzung des Internets (17 Prozent) (Deutsche UNESCO-Kommission, bisher unveröffentlicht, S. 99; Digital-Index 2019/2020, S. 19).

Vielfach stehen aber auch die Selbstwahrnehmung und Annahme eigener Professionalität der Bereitschaft für einen formalisierten Kompetenzerwerb entgegen. Auf Geschlechterunterschiede in Bezug auf die Selbsteinschätzung von Kompetenzen im

Umgang mit digitalen Medien weist Doh (2020, S. 57) hin. Nach seinen Erkenntnissen liegt diese bei Männern in der Regel deutlich über der von Frauen. Während Männer Weiterbildungsangebote im beruflichen Kontext in höherem Maße in Anspruch nehmen als Frauen (BMBF 2019, S. 32), scheint dies für die eher non-formalen oder auch informellen Formen des Kompetenzerwerbs für den Umgang mit digitalen Medien nicht in gleichem Maße zu gelten.

Die Autor*innen der Studie „Digitalisierung braucht Zivilgesellschaft“ beschreiben es als „Herausforderung, den schwer erreichbaren Zielgruppen ein niedrigschwelliges Angebot zu machen“ (Rasmussen 2019, S. 27), Vorbehalte gegenüber der Technik stünden der Bereitschaft zur Qualifizierung entgegen. Krimmer et al. (2020, S. 8–9) konstatieren in der Studie „Die Lage des freiwilligen Engagements in der ersten Phase der Corona-Krise“ einen vorrangigen Bedarf an einfachen Beratungs- und Informationsangeboten für zivilgesellschaftliche Organisationen, zum Beispiel Listen der für die digitalen Aktivitäten geeigneten Tools und Instrumente. Gleichzeitig werden in beiden Studien die Notwendigkeit von Kompetenzen für anspruchsvolle Anwendungen und die Weiterentwicklung der Organisationen betont. Dies knüpft an die in Kapitel 3.2 vorgeschlagene Unterscheidung von Basis- und Metakompetenzen an, die sich allerdings bisher in Qualifizierungsangeboten nur bedingt widerspiegelt.

Angebote zum Kompetenzerwerb erscheinen als eine notwendige, aber nicht hinreichende Bedingung für digitales gesellschaftliches Engagement. So sind von breit angelegten Qualifizierungskampagnen erst dann nachhaltige Effekte auf das Online-Engagement zu erwarten, wenn die in Kapitel 3.1 beschriebene aufgeschlossene Haltung gegenüber der Digitalen Transformation etabliert werden kann und der

Nutzen des Einsatzes digitaler Medien für das Engagement von den Mitgliedern der Bürgergesellschaft erkannt worden ist.

3.4 Bürgerschaftliches Engagement in der Digitalen Transformation

Der 2. Engagementbericht stellt 2016 fest, das klassische Ehrenamt werde nach wie vor in erster Linie wohnortbezogen, typischerweise im Sport- oder Musikverein, in der Kirchengemeinde oder dem Ortsverein ausgeübt und entspreche damit „einer Lebensweise, die durch die örtliche Lebenswelt, Nachbarschaft und lokale Gemeinschaften geprägt ist“ (BMFSFJ 2017, S. 161). Die Nutzung sozialer Medien und der bewusste Einsatz werden allerdings als Möglichkeit erachtet, soziale Interaktion zu fördern und den Zugang zu und die Teilnahme an vielfältigen Engagementformen zu erleichtern. Diese positiven Auswirkungen der Digitalen Transformation auf das bürgerschaftliche Engagement sind in den vergangenen fünf Jahren deutlich zutage getreten. Es ist zu erwarten, dass durch den erfolgreichen Aufbau der benötigten Kompetenzen weitere positive Effekte eintreten.

Durch Digitalisierung kann die konstatierte Wohnortbezogenheit des klassischen Engagements aufgebrochen werden. Derzeit bestehen deutliche Stadt-/Land-Unterschiede hinsichtlich der Nutzung digitaler Medien für gesellschaftliches Engagement. Laut dem 3. Engagementbericht ist der Anteil der Jugendlichen, die angeben, ihr Engagement überwiegend oder vollständig über digitale Medien auszuüben, in kleineren Gemeinden (34,7 Prozent) oder Kleinstädten (36,7 Prozent) deutlich größer als in mittelgroßen (21,8 Prozent) oder Großstädten (27,2 Prozent). Als Gründe für die Verlagerung des Engagements von jüngeren Menschen im ländlichen Raum hin zu digitalen Engagementformen werden

geringe zeitliche Ressourcen durch lange Fahrzeiten zur Schule und Ganztagsunterricht, aber auch die Dominanz älterer Engagierter in den lokalen Vereinen und Initiativen genannt (BMFSFJ 2020, S. 70).

Die stärkere Fokussierung junger Menschen auf den digitalen Raum ist also auch in den geringeren Möglichkeiten, sich vor Ort im ländlichen Raum zu engagieren, begründet. Onlinebasierten Engagementformen wird eine Ersatzfunktion zugesprochen, die den Jugendlichen „ein für ihre thematischen Interessen sowie zeitlichen und sozialen Ressourcen passgenaueres Engagement ermöglicht“ (ebd., S. 74). Dort, wo lokales Engagement weiterhin möglich ist, kommt es aber nicht zu einer Substitution, sondern vielmehr scheinen sich digitales und lokales Engagement der jungen Menschen gegenseitig zu verstärken.

Möglichkeiten, sich vor Ort die für das digitale Engagement benötigten Kompetenzen anzueignen, sind laut der Studie „Digitalisierung braucht Zivilgesellschaft“ im ländlichen Raum erkennbar weniger vorhanden. Gerade von Angeboten für Austausch, Information und Diskurs sei der ländliche Raum abgeschnitten (Rasmussen 2019, S. 56). Digitalisierung hat das Potenzial, derartige infrastrukturell bedingte Nachteile im ländlichen Raum zu kompensieren, Engagementmöglichkeiten zu eröffnen und gleichzeitig ortsunabhängige Angebote der Qualifizierung für dieses Engagement bereitzustellen.

Der auf „junges Engagement im digitalen Zeitalter“ fokussierende 3. Engagementbericht der Bundesregierung stellt fest:

„Digitale Medien stellen gerade vor dem Hintergrund politischer Beteiligung und demokratischer Grundwerte, aber auch im Hinblick auf ihre gestiegene Komplexität einen Anforderungsraum dar, der Ju-

gendlichen unterschiedliche Fähigkeiten abverlangt. Nicht nur das technische Beherrschen als Voraussetzung für den Zugang ist dabei relevant, sondern auch eine kritisch-reflexive Auseinandersetzung mit den dargebotenen Inhalten erweist sich immer mehr als Notwendigkeit, um sich nicht im Dickicht der Informationen zu verirren“ (BMFSFJ 2020, S. 65).

Dies gilt jedoch nicht nur für jüngere Menschen, sondern generell für alle Mitglieder der organisierten Bürgergesellschaft. Damit die dem sozialen und gesellschaftlichen Engagement zugeschriebene Demokratie fördernde Wirkung (BMFSFJ 2017, S. 6–7) auch im Zuge der Digitalen Transformation erhalten bleibt, muss die Qualifizierung für den individuellen und organisationellen Umgang mit digitalen Medien – wie in Kapitel 3.3 ausgeführt – nachhaltig in den Organisationen der Zivilgesellschaft verankert sein.

Mit der Studie „#engagiert: Was zivilgesellschaftliches Engagement im Netz für die Demokratie bewirkt“ konnte die Stiftung Digitale Chancen anhand einer Analyse der zum Smart Hero Award 2014 bis 2017 eingereichten Beiträge belegen, dass die Demokratie fördernde Wirkung des Engagements auch dann eintritt, wenn dieses Engagement mit und durch Social Media ausgeübt wird. Die verschiedenen Formen der Verbindung von Online- und Offline-Engagement entfalten dabei gleichermaßen gesellschaftspolitische Wirkung. Durch die Nutzung von Social Media – zum Beispiel um Aufmerksamkeit auf ein bestimmtes Thema oder Anliegen zu lenken, einen Dialog zu dem Thema zu initiieren und zu moderieren sowie kurz- bzw. langfristig zu einem Engagement zu motivieren – können die positiven Effekte des zivilgesellschaftlichen Engagements verstärkt werden und so eine größere Reichweite erzielen (ebd., S. 9–10, 98).

4 Fazit

Organisierte Engagementstrukturen wie Vereine und Verbände bieten ebenso wie spontan aufgesetzte Projekte und Initiativen Menschen die Gelegenheit für kurzfristiges und dauerhaftes Engagement auf dem jeweils individuell passenden Level für eine Vielzahl unterschiedlicher Themen und Interessensgebiete. Voraussetzung dafür sind das Vorhandensein und der Erwerb von Kompetenzen für die jeweilige Aufgabenstellung. Im Zuge der Digitalen Transformation sind Kompetenzen im Umgang mit digitalen Medien auch für bürgerschaftliches Engagement unerlässlich. Denn durch den geschickten und strategischen Einsatz von Social Media können Einzelpersonen wie Organisationen ihr Engagement gleichsam in den digitalen Raum hinein entfalten und so eine hohe soziale Wirkung erzielen.

Zugleich bieten digitale Medien auch eine Plattform für den Erwerb dieser Kompetenzen. Dies hat sich insbesondere vor dem Hintergrund der pandemiebedingten Einschränkungen physischer Kontakte gezeigt. Eine Auswertung der Einreichungen zum Smart Hero Award 2020 belegt, dass die Social-Media-Nutzung seit Beginn der Pandemie nicht nur zu privaten Zwecken, sondern auch zur Ausübung von Engagement zugezogen hat. Die untersuchten Projekte, Initiativen und Organisationen nutzen Social Media kreativ und auf innovative Weise, um ihr Engagement weiterhin ausüben und ihre Aufgabenstellung voranbringen zu können. Viele haben es sich zum Ziel gesetzt, ihr Engagement nachhaltig auszuüben. Sie entwickeln Ansätze und Lösungen für die Zukunft ebenso wie Möglichkeiten zur direkten und unmittelbaren Hilfe.

„Menschen, die sich (zivil-)gesellschaftlich engagieren, finden also Mittel und Wege, um dies trotz erschwelter Bedingungen

auch in Krisensituationen zu tun. Das Internet und insbesondere Social Media tragen hierzu einen erheblichen Teil bei, indem sie neue Möglichkeiten und Chancen eröffnen, Engagement akut und auch längerfristig zu organisieren und auszuüben“ (Croll 2020, S. 365).

Der Begriff „Digitalisierungsschub“ liefert bei einer Google-Suche im Herbst 2020 rund 182.000 Ergebnisse. Möglicherweise beruht das Beschwören eines durch die Pandemie ausgelösten Schubs auf dem Wunsch, dieser Krise etwas Positives abzugewinnen. Polemisch könnte man meinen, der Schub habe die Gesellschaft an den Rand der Klippe geschubst, von wo aus man nun in den Abgrund der Digitalen Spaltung sieht.

Ganz so negativ ist das Bild allerdings nicht, denn seit Beginn der Maßnahmen und Programme zur Förderung der Internetnutzung und Medienkompetenz vor rund zwanzig Jahren ist die Gesellschaft ein gutes Stück vorangekommen. Aber es bestehen nach wie vor große Unterschiede innerhalb der Bevölkerung. Die Gefahr, dass diese sich tradieren und somit immer schwerer zu überwinden sind, ist nicht von der Hand zu weisen. Der 3. Engagementbericht stellt fest: Bei „der Verflechtung von Digitalem und Engagement zeigt sich, dass Jugendliche aus niedrigeren Bildungswegen sich weniger zutrauen, die Möglichkeiten von digitalen Medien für das Engagement zu nutzen, und mutmaßlich auch weniger Chancen erhalten, durch gezielte Ansprache (etwa in der Schule) begeistert zu werden“ (BMFSFJ 2020, S. 135). Derartige zielgruppenspezifische Ansprachen und niedrigschwellige Angebote zum Kompetenzerwerb werden daher auch in Zukunft notwendig sein.

Die technische Bedienung von digitalen Endgeräten ist durch Smartphones und

Tablets deutlich einfacher geworden, aber die Vielfalt und die Komplexität der verfügbaren Angebote, Plattformen und Dienste sowie die Einordnung und Bewertung der darüber verfügbaren Inhalte stellen eine hohe Herausforderung dar, auch für diejenigen, die über die eingangs genannten Basiskompetenzen verfügen. Gleichzeitig erfordert die hohe Innovationsgeschwindigkeit ein ständiges Schritthalten mit den Entwicklungen, um sich die Chancen der Digitalisierung im persönlichen und beruflichen Umfeld ebenso wie für das eigene Engagement zunutze zu machen.

Wie in allen Lebensbereichen wird auch im bürgerschaftlichen Engagement die Digitalisierung weiter voranschreiten. Bisher analoge Prozesse werden durch digitale Anwendungen ersetzt oder ergänzt werden. Die Autor*innen der Studie „Digitalisierung braucht Zivilgesellschaft“ beschreiben dies so:

„Der digitale Wandel erzeugt einen erheblichen Veränderungsdruck bei Abläufen, Strukturen und inhaltlichen Angeboten. Dies wird eine Daueraufgabe bleiben, weil die Digitalisierung stetig Neues entstehen lässt, auf das es zu reagieren gilt“ (Rasmussen 2019, S. 5).

Die hier aufgezeigte Entwicklung wird besonders deutlich unter den Bedingungen der Covid-19-Pandemie. Hier besteht die Notwendigkeit, aufgrund der Einschränkungen von physischen Kontakten digitale Instrumente – zum Beispiel für bisher analog praktizierte Vorgänge wie Mitgliederversammlungen und -entscheidungen oder Wahlen – einzusetzen. Entsprechende Tools (zum Beispiel <https://tedme.com> oder <https://democraciaos.org/en/>) sind bereits vorhanden oder werden im Bereich Civic Tech (weiter-)entwickelt und künftig ressourcenschonend stärker eingesetzt werden. Zugleich geht mit der Ent-

wicklung von Civic-Tech-Instrumenten in gewissem Rahmen auch eine Befähigung zivilgesellschaftlich engagierter Menschen einher (BMFSFJ 2020, S. 41, 82–83).

Mit digitalen Lösungen, wie sie etwa Fraunhofer IESE mit der Plattform <https://www.digitale-doerfer.de> anbietet, lässt sich der kommunikative Austausch in ländlichen Räumen über bereits bestehende Formen der Interaktion hinaus durch digitale Dienste erweitern. Die Plattform stellt dazu Dienste bereit, die die Kommunikation von Bürger*innen untereinander fördern (zum Beispiel DorfFunk). Zudem ermöglichen Module wie die LösBar die Intensivierung des Austauschs zwischen der Bevölkerung und der lokalen Verwaltung. Schließlich können Informationen aus verschiedenen Quellen – wie beispielsweise Verwaltung und Zivilgesellschaft – lokal bzw. regional gebündelt und im DorfFunk zentral bereitgestellt werden.

Der Prozess der Digitalen Transformation der Gesellschaft befindet sich derzeit in einer akuten und durch die Pandemie beschleunigten Phase. Perspektivisch wird er weiter andauern und damit auch einen dauerhaften Erwerb immer neuer Kompetenzen erforderlich machen. Die Unterscheidung zwischen analogem und digitalem Engagement ist nach unserer Einschätzung nur in dieser akuten Phase der Digitalen Transformation der Gesellschaft von Bedeutung. Auch der 3. Engagementbericht der Bundesregierung konstatiert, dass Jugendliche heute nicht mehr zwischen On- und Offline-Leben trennen: Die „analoge und digitale Welt sind für sie nicht mehr zwei verschiedene Erfahrungsräume, sondern verschmelzen auf vielfältige und dynamische Weise zu hybriden Räumen“ (ebd., S. 135). Die Nutzung digitaler Instrumente wird daher künftig ein selbstverständlicher Bestandteil des Engagementportfolios von Einzelpersonen und Organisationen sein.

Die organisierte Bürgergesellschaft ist der Digitalen Transformation nicht ausgeliefert. Im Gegenteil, sie kann und muss den Wandel mitgestalten und das Digitale für die eigentlichen Zwecke ihres zivilgesellschaftlichen Engagements nutzbar machen. Dies wird aber nur gelingen, wenn die erforderlichen Basis- und Metakompetenzen wie zuvor beschrieben entwickelt werden und das Bewusstsein für die Notwendigkeit einer fortwährenden Weiterqualifizierung dauerhaft in den Organisationen verankert ist.

Als Gradmesser des Vorhandenseins der erforderlichen Kompetenzen und der Fähigkeit zur Bewältigung der Digitalen Transformation kann nach unserer Einschätzung die Digitalität zivilgesellschaftlicher Organisationen gelten. Der Begriff der Digitalität wurde geprägt vor einem geisteswissenschaftlichen Hintergrund basierend auf Arbeiten von Manuel Castells (2017, S. XXII) zu einer von ihm als Netzwerkgesellschaft bezeichneten neuen sozialen Struktur: Digitalität bezeichnet eine neue Form der Verschränkung von analog und digital, wie sie zuvor bereits für Teilbereiche des bürgerschaftlichen Engagements festgestellt wurde. Während Digitalisierung und Digitale Transformation den Prozess der Veränderung der Gesellschaft beschreiben (Stalder 2017), basiert Digitalität auf einem über den technischen Prozess hinausgehenden Verständnis der gesellschaftlichen Veränderungen. In diesem Sinne erfordert Digitalität eine Erweiterung des Wissens- und Methodenrepertoires der organisierten Bürgergesellschaft und eine Haltung beständiger Offenheit, Neugier und Innovationsfreude bei ihren Mitgliedern.

Laut 3. Engagementbericht ist „neben einer öffentlichen Förderung des Engagementsektors [...] hier auch der Ge-

staltungswille der zivilgesellschaftlichen Akteure selbst gefragt. Diese sollten die Digitalisierung als neuen strategischen Möglichkeitsraum begreifen, um über das eigene Engagement hinaus auch die Zukunft der digitalen Zivilgesellschaft mitzugestalten“ (BMFSFJ 2020, S. 151).

Quellen

- Baacke, Dieter 1996: Medienkompetenz – Begrifflichkeit und sozialer Wandel. In: von Rein, Antje (Hg.): Medienkompetenz als Schlüsselbegriff. Bad Heilbrunn, S. 112–124.
- Beisch, Nathalie/Schäfer, Carmen 2020: Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2020. Internetnutzung mit großer Dynamik: Medien, Kommunikation, Social Media. In: Media Perspektiven, 9/2020, S. 462–481. Online: https://www.ard-zdf-onlinestudie.de/files/2020/0920_Beisch_Schaefer.pdf (eingesehen am 19.1.2021).
- Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) 2019: Weiterbildungsverhalten in Deutschland 2018. Ergebnisse des Adult Education Survey – AES-Trendbericht.
- Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) 2017: Zweiter Engagementbericht 2016 – Demografischer Wandel und bürgerschaftliches Engagement: Der Beitrag des Engagements zur lokalen Entwicklung. Berlin. Online: <https://www.bmfsfj.de/blob/115624/d6da5ce2163c59600f48a7a5d360a3b2/2-engagementberichtund-stellungnahme-br-data.pdf> (eingesehen am 19.1.2021).
- Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) 2020: Dritter Engagementbericht 2020 – Zukunft Zivilgesellschaft: Junges Engagement im digitalen Zeitalter. Berlin. Online: <https://www.bmfsfj.de/blob/156652/164912b832c17bb6895a31d5b574ae1d/dritterenengagementbericht-bundestagsdrucksache-data.pdf> (eingesehen am 19.1.2021).

- Castells, Manuel 2017: Der Aufstieg der Netzwerkgesellschaft. Das Informationszeitalter. Wirtschaft. Gesellschaft. Kultur, Bd. 1 (2. Aufl.). Wiesbaden.
- Croll, Carola 2020: Engagement im Netz trotz(t) Corona. In: *Voluntaris*, Jg. 8, 2/2020, S. 352–366.
- Croll, Carola/Croll, Jutta/Gelhaus, Katharina/Peters, Stephan/Raeder, Michael 2019: #engagiert: Was zivilgesellschaftliches Engagement im Netz für die Demokratie bewirkt. Leipzig.
- D21-Digital-Index 2019/2020: Wie digital ist Deutschland? Eine Studie der Initiative D21, durchgeführt von Kantar, hg. v. Initiative D21 e. V. Berlin. Online: https://initiated21.de/app/uploads/2020/02/d21_index2019_2020.pdf (eingesehen am 19.1.2021).
- Deutsche UNESCO-Kommission Internet Universality Indicators: bisher unveröffentlicht. Online künftig unter: <https://wiegehtsdeminternet.de/> (eingesehen am 19.1.2021).
- Doh, Michael 2020: Auswertung von empirischen Studien zur Nutzung von Internet, digitalen Medien und Informations- und Kommunikations-Technologien bei älteren Menschen. Expertise zum Achten Altersbericht der Bundesregierung, hg. v. Hagen, Christine/Endter, Cordula/Berner, Frank. Berlin.
- Europäische Kommission 2020: The Digital Economy and Society Index (DESI) 2020. Online: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/human-capital-and-digital-skills> (eingesehen am 19.1.2021).
- Gilroy, Patrick 2020: Fähigkeiten für die digitale Welt – Engagement als Chance, hg. v. ZiviZ im Stifterverband. Berlin. Online: <https://www.stifterverband.org/medien/faehigkeiten-fuer-die-digitale-welt> (eingesehen am 19.1.2021).
- Krimmer, Holger/Bork, Magdalena/Markowski, Lydia/Gorke, Johanna 2020: Lokal kreativ, finanziell unter Druck, digital herausgefordert – Die Lage des freiwilligen Engagements in der ersten Phase der Corona-Krise, hg. v. Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft. Berlin. Online: https://www.ziviz.de/medien/freiwilliges_engagement_corona-krise (eingesehen am 19.1.2021).
- Kubicek, Herbert/Lippa, Barbara 2017: Nutzung und Nutzen des Internets im Alter. Empirische Befunde zur Alterslücke und Empfehlungen für eine responsive Digitalisierungspolitik. Berlin.
- Rasmussen, Wiebke 2019: Digitalisierung braucht Zivilgesellschaft, hg. v. Robert Bosch Stiftung/Bertelsmann Stiftung/Stiftung Neue Verantwortung/PHINEO. Berlin. Online: <https://www.bosch-stiftung.de/de/publikation/digitalisierung-braucht-zivilgesellschaft> (eingesehen am 11.2.2021).
- Stalder, Felix 2017: Kultur der Digitalität. Berlin. sowie Vortrag 2nd Salon Digital. Online: <https://av.tib.eu/media/31474> (eingesehen am 19.1.2021).
- Stalder, Felix 2019: Was ist Digitalität? notes & nodes, Blog. Online: <http://felix.openflows.com/node/531> (eingesehen am 19.1.2021).