

Eva Welskop-Defaa
Vorstand für Sozial- und Fachpolitik

Postfach 4 20, 79004 Freiburg
Karlstraße 40, 79104 Freiburg
Telefon-Zentrale 0761 200-0

Ihre Ansprechpartnerinnen
Sophia Stockmann
Tel.: 0761 200-672
E-Mail: Sophia.Stockmann@caritas.de
www.caritas.de

Franziska Collura
Tel.: 0761 200-401
E-Mail: Franziska.Collura@caritas.de

Dr. Andrea Schlenker
Tel.: 0761 200-375
E-Mail: Andrea.Schlenker@caritas.de

Datum 12.08.2019

Diskussionspapier

Digitalisierung in der Migrations- und Integrationsarbeit – Chancen, Risiken, Konsequenzen

Integration via Internet?

#sozialbrauchtdigital - unter diesem Hashtag steht die Jahreskampagne 2019 des Deutschen Caritasverbandes: Wir leben in einer Welt, in der alle Bereiche des Lebens von der digitalen Transformation betroffen sind. Die große Mehrheit der Menschen nutzt das Internet längst selbstverständlich als Netzwerk und zur Informationsbeschaffung. Kehrseite der Medaille: Wer keinen oder keinen ausreichenden Zugang zur digitalen Welt hat, ist von wichtigen Informationen zunehmend abgeschnitten. Digitale Teilhabe wird zu einer Voraussetzung für soziale Teilhabe. Dies gilt für Alteingesessene genauso wie für Neuzugewanderte.ⁱ

Die digitalisierungsgetriebenen (technisch-sozialen) Veränderungen und auch die damit verbundene Erwartung an permanente Erreichbarkeit über das Smartphone und andere digitale Geräte kommen in Behörden, Institutionen und Verbänden zunehmend an. Das Onlinezugangsgesetz konkretisiert die digitale Erreichbarkeit der Verwaltungen bis zum Ende des Jahres 2022.ⁱⁱ Angebote für alteingesessene Bürger_innen werden ebenso wie Angebote für Neuzugewanderte zum Beispiel über Portale, in Form von Apps, mit onlinebasierten Foren und Chats, als Onlineberatung und Onlinepräsenzen in sozialen Netzwerken realisiert. Was bedeutet die digitale Transformation unter diesen Vorzeichen für die Arbeit in Caritas-Migrationsdiensten? Eines ist klar: Auf die Veränderungen in der digital-analog-hybriden Lebenswelt von Klient_innen muss reagiert werden, zum einen, um die Risiken der digitalen Transformation möglichst gering zu halten, zum anderen um die mit der Digitalisierung einhergehenden Chancen in der Arbeit mit Neuzugewanderten zu nutzen.ⁱⁱⁱ

Wie Zuwandernde das Internet und soziale Medien nutzen

Neuzugewanderte – also Personen, die erst seit eher kurzer Zeit in Deutschland sind – nutzen das Internet grundsätzlich sehr ähnlich wie Alteingesessene. Die Unterschiede verlaufen eher zwischen gut ausgebildet und weniger gut ausgebildet, digital natives und digital immigrants.^{iv} Wie auch bei Einheimischen bedingen der technische Zugang – also beispielsweise das Vorhandensein eines Smartphones - einerseits, finanzielle Ressourcen, Alter, Bildungsstand und Medienkompetenz andererseits, ob, wie und wofür das Internet und digitale Medien genutzt werden.

In allen Bevölkerungsgruppen gilt: Je höher das zur Verfügung stehende Einkommen ist, desto intensiver wird das Internet genutzt.^v Gerade Neuzugewanderten mit geringem Einkommen fehlen oft die nötigen finanziellen Mittel, um an Onlinemedien teilhaben zu können. Dazu zählen Menschen, die Leistungen nach dem Asylbewerberleistungsgesetz beziehen oder arme EU-Zuwanderer_innen ohne Sozialleistungsanspruch: Wer keinen Zugang zu einem WLAN, kein Geld für mobiles Internet hat, oder kein eigenes Smartphone besitzt, kann die Möglichkeiten des Internets nur begrenzt nutzen.

Bei Neuzugewanderten beeinflusst im Gegensatz zur heimischen Bevölkerung das Vorhanden- oder zumeist Nichtvorhandensein der deutschen Sprachkenntnisse das Nutzungsverhalten. Erfahrungsgemäß sind Medien und Informationen in der eigenen Sprache bei Neuzugewanderten beliebter als deutschsprachige Angebote. Gleichzeitig können digitale Medien auch dazu dienen, die Sprachbarriere zu überwinden: Sprachlern-Apps und Übersetzungs-Apps sind sehr beliebt und werden zur Alltagsbewältigung eingesetzt. 34,7% der in einer Studie untersuchten Smartphones syrischer Flüchtlinge verfügten über die Übersetzungs-App „arabdict“; 27,7% hatten Google translate installiert.^{vi}

Social Media-Angebote via Facebook, WhatsApp oder Telegram sind Zugewanderten – auch Flüchtlingen - zumeist schon aus ihren Herkunftsländern bekannt. Daher und aufgrund ihres niedrigschwelligen und interaktiven Charakters sind gerade diese Medien bei Neuzugewanderten beliebt. Sie werden sowohl dazu genutzt, nach den Erfahrungen von Menschen in ähnlicher Lebenssituation zu fragen, Informationen zu erhalten, als auch dazu, mit Familie und Freunden über Ländergrenzen hinweg in Kontakt zu bleiben. Bei allen Migrantengruppen liegt die Nutzungsrate „sozialer Medien“, insbesondere Facebook, höher als bei der deutschsprachigen Bevölkerung.^{vii} Für arabischsprachige Neuzugewanderte und Geflüchtete dient Facebook sogar als wichtigste Community-Plattform zur Informationssuche.^{viii} In diesen Facebook-Gruppen sind junge Männer, die in Ballungszentren leben, überproportional vertreten. Frauen, ältere Geflüchtete und Personen in ländlichen Gebieten sind über Facebook weniger stark unterwegs. Die meisten speziellen Apps für Flüchtlinge, die in den Jahren 2015 und 2016 entwickelt wurden, fanden im Vergleich zu den etablierten international breit aufgestellten Social-Media-Plattformen deutlich weniger Anklang und wurden zu großen Teilen wieder eingestellt.^{ix} Zu gering war die Bekanntheit der Angebote in der Zielgruppe, lautete das Urteil, zu unübersichtlich die Angebotslandschaft.

Hürden und Hindernisse beim Informationszugang im Netz

Die Informationslandschaft in Deutschland unterscheidet sich von der Informationskultur, die Neuzugewanderten aus ihrem Herkunftsland bekannt ist. Um Informationen, beispielsweise zur Wohnungssuche, zu Sozialleistungen oder zur Gesundheitsversorgung zu erhalten, müssen sich Neuzugewanderte in einer völlig neuen Welt orientieren.^x Informationen aus dem Netz können dazu eine Hilfe sein, aber auch diese wirken auf Zugewanderte oftmals unübersichtlich, abstrakt und auch sprachlich herausfordernd.^{xi}

Besonders hoch ist der Informationsbedarf Neuzugewanderter zu den Bereichen Arbeitsmarkt und Ausbildung, zu aufenthaltsrechtlichen Fragen sowie zur Wohnungssuche. Die Suche nach konkreten Antworten zu aufenthaltsrechtlichen Fragen bleibt online oft erfolglos, da die wenigen online verfügbaren Informationen nur selten allgemeingültig und zumeist für Neuzugewanderte nicht verständlich aufbereitet sind. Dagegen werden Wohnungen und Arbeitsstellen erfahrungsgemäß viel häufiger online auf spezialisierten Websites, wie auch in Foren und Facebook-Gruppen angeboten und gesucht. Wer hier aufgrund von fehlender Sprach- oder Medienkompetenz keinen Zugriff hat, ist von wichtigen Informationen zur Integration ausgeschlossen. Viele Behörden, Dienstleister und Verbände bieten zum Teil Übersetzungen ihrer Website-Inhalte in verschiedene Sprachen an, die jedoch nicht immer korrekt sind. Dies führt zu Missverständnissen. In vielen Kommunen sind Übersetzungen noch nicht Standard; nicht selten werden nur ausgewählte Informationen, z.B. für Tourist_innen, in Fremdsprachen angeboten.^{xii}

Die Informationssuche über Social Media ist zwar niedrighwelliger als über Informationsportale der Kommunen, Landes- und Bundesbehörden, dort besteht aber das Risiko, Fehlinformationen zu erhalten, die sich z.B. in großen herkunftssprachlichen Facebook-Gruppen z.T. schnell verbreiten. Mitarbeitende von Beratungsstellen werden zumeist nur mit den Folgen dieser Fehlinformationen und Betrugsversuche konfrontiert, wenn Klient_innen aufgrund dieser Informationen Entscheidungen treffen. Eine Beratungsstelle berichtete beispielsweise, dass einige geduldete Klient_innen von einem Tag auf den anderen eine Reintegrationsmaßnahme zur Vorbereitung einer freiwilligen Rückkehr abbrachen. Auf Nachfrage stellte sich heraus, dass die jungen Männer in einem YouTube-Kanal gehört hatten, dass es nun ein neues Gesetz in Deutschland gäbe, durch das sie eine Aufenthaltserlaubnis erhalten könnten, wenn sie ab jetzt noch ein halbes Jahr in Deutschland geduldet werden. Aufgrund dieser Fehlinformation hatten sie sich nun gegen die freiwillige Ausreise entschieden.

Weitere Risiken in Social Media sind betrügerische Angebote. Ein Beispiel dafür sind sogenannte Phishing-Versuche, die mit Wohnungsangeboten gegen eine extrem hohe Gebühr locken. Da sie aufgrund von Diskriminierungen auf dem freien Markt nur deutlich schwerer eine Wohnung finden, sind Neuzugewanderte besonders anfällig für solche Angebote. Stellen, die konkrete und verlässliche Informationen bieten könnten – wie die Migrationsberatungsstellen – sind nur selten in Social Media aktiv, wo Neuzugewanderte ihre Informationen suchen. Gut gemeinte, aber irreführende Ratschläge, genauso wie auch vorsätzliche Falschinformationen und Betrugsversuche werden daher online kaum korrigiert und benannt. Die Pilotprojekte „Neu in Berlin“ und „MB 4.0 – Gute Arbeit in Deutschland“ erproben aktuell erfolgreich eine aufsuchende Sozialarbeit in den von Migrant_innen genutzten online-Netzwerken: Hier

sind sprachkundige Beaterinnen und Berater in Facebook-Gruppen unterwegs, stellen Fehlinformationen richtig und verweisen an die zuständigen Beratungsstellen für eine weitere Begleitung.

Was bedeutet das für die Migrationsberatungsstellen?

Wenn digitale Medien von Neuzugewanderten genutzt werden, spielen diese im Integrationsprozess eine Rolle - ob als Informations- und Beratungsquelle oder als Kommunikationsmittel. Die Informationspraktiken der Neuzugewanderten sollten daher mit ihren Chancen, aber auch Herausforderungen bei der Angebotsentwicklung der Migrationsdienste bedacht werden. Wenn Neuzugewanderte online nach Informationen zu einem spezifischen rechtlichen oder sozialen Problem suchen, stoßen sie meist nicht direkt auf die Beratungsangebote der Wohlfahrtsverbände – auch weil ihnen die Angebote und deren konkreten deutschen Bezeichnungen (Migrationsberatung, Flüchtlingssozialdienst etc.) oftmals nicht bekannt sind.^{xiii} Die Seiten der Caritas-Verbände sind oft nur auf Deutsch verfügbar, sodass es Neuzugewanderten mit geringen Sprachkenntnissen schwer fällt, die Informationen zu verstehen. Neben der Möglichkeit, die eigene Website für Suchmaschinen zu optimieren und Übersetzungen zu erstellen, bietet es sich daher auch für Caritas-Dienste an, gezielt Social Media zu nutzen, um auf die eigenen Angebote hinzuweisen.

Dabei gilt es, die Neuzugewanderten dort abzuholen, wo sie sich bereits jetzt schon regelmäßig informieren: in den Netzwerken wie Facebook. Informationen über die wohnortnahen Beratungsangebote können dort in den jeweiligen Herkunftssprachen gestreut werden. Über regionale Facebook-Gruppen oder Messenger-Broadcast-Listen kann außerdem zu Veranstaltungen und Angeboten eingeladen werden, die damit eine viel größere Reichweite als in klassischen Printmedien erreichen. Dabei stehen die Dienste vor dem Dilemma zwischen dem Anspruch, Ratsuchende dort abzuholen, wo sie sich bereits jetzt regelmäßig informieren – und der Gefahr, durch die Nutzung von Facebook (und verwandten Anbietern) diesem gewinnorientierten, monopolartigen Unternehmen, das seine Geschäftsstrategie wesentlich auf das Mining und die Auswertung personenbezogener Daten stützt, genau diese zum Teil sensiblen Daten bereit zu stellen.^{xiv}

In der Praxis der Sozialen Arbeit haben sich in den letzten Jahren Messenger-Dienste als einfache Zugänge und Einstiege für die Kommunikation mit Klient_innen erwiesen. Durch die Ansprache über Social Media, insbesondere Messenger-Dienste, kann ein erheblicher Teil der potentiell Ratsuchenden überhaupt erst erreicht werden. Zugangshürden können durch den gezielten Einsatz von Messenger-Dienste gesenkt werden, vor allem für Menschen, die aufgrund von Zugangsbarrieren wie „Komm-Strukturen“, „Wohnortferne“ oder finanzielle Einschränkungen nicht in die Präsenzberatung kommen (können).

Klient_innen wiederholt und ausführlich via Messenger wie WhatsApp und über Social Media Plattformen wie Facebook zu beraten, hinterlässt umfangreiche Datenspuren z.B. über Beratungshäufigkeit, Standortwechsel, aber gegebenenfalls auch Hinweise auf Inhalte. Die Nutzung

dieser Plattformen kann dem Anspruch der Caritas-Beratungsangebote nicht entsprechen und sollte keinesfalls Praxis sein – auch wenn dies von den Klient_innen oft gewünscht wird.^{xv} Eine umfassende Beratung in den Migrationsdiensten erfordert darüber hinaus oft, die Papiere der ratsuchenden Person zu sichten: Nur so können die elementaren Informationen über Aufenthaltsstatus, Stand des Asylverfahrens oder Sozialleistungsbezug zweifelsfrei gesichert werden. Diese Schreiben sollten nicht als Fotos über Social Media versandt werden, sondern über sichere Verbindungen – eine umfassende Beratung ist nur mit einem Datensicherheitskonzept möglich. Sichere Messenger wie z.B. Wire oder Threema bieten eine verschlüsselte und datenschutzkonforme Übertragung. Jedoch sind sie zum Teil kostenpflichtig und den Klient_innen noch fremd.^{xvi} An einigen Standorten werden diese Messenger bereits erprobt und die Ergebnisse gespannt erwartet. Die Nutzung von WhatsApp, Facebook & Co ist jedoch generell datenschutzrechtlich nicht zulässig und sollte auf den Erstkontakt und auf eine allgemeine Verweisberatung beschränkt bleiben. Auf sichere Kanäle, die von der Caritas angeboten und von deren Mitarbeitenden beherrscht werden sollten, kann entsprechend verwiesen werden. Dass für die Beratungsarbeit mit (sicheren) Messengern von der IT verwaltete Diensthandy oder -tablets zur Verfügung stehen, sollte dabei selbstverständlich sein.

Online-Beratung für Neuzugewanderte über dafür speziell eingerichtete Plattformen wird bereits in verschiedenen Ausgestaltungen und Pilotprojekten erprobt. Unter dem Stichwort „Blended Counseling“ werden Ansätze zusammengefasst, in denen die On- und Offlinekanäle in der Beratung verbunden werden. Dies empfiehlt sich, um auch zwischen Beratungsterminen den Kontakt mit Klient_innen zu halten und wichtige Dokumente sicher auszutauschen. Der Beratungsprozess wird zudem flexibler. Vielerorts wird dies bereits jetzt schon über ungesicherte E-Mails realisiert, ohne eine spezifische Plattform für die Online-Beratung zu nutzen.^{xvii}

Um ein Online-Beratungsangebot jedoch für alle Zuwanderergruppen zugänglich zu machen, ist die Notwendigkeit einer mehrsprachigen Erreichbarkeit der Beratung zu beachten. Um diese gewährleisten zu können, müssen Berater_innen mit Kenntnissen in den Sprachen der Haupt-Herkunftsländer der Zuwanderer für die Betreuung eines Online-Beratungsangebots zur Verfügung stehen. Für weitere Sprachen müsste ein Dolmetscher-Angebot verfügbar sein.

Neben den skizzierten Auswirkungen der Digitalisierung auf die Beratungsarbeit der Migrationsdienste wird die digitale Transformation für die Arbeit der Caritas im Bereich von Migration und Integration auch dadurch (positiv) berührt, dass den Mitarbeitenden erweiterte Möglichkeiten zur Informationssuche, zur Fort- und Weiterbildung sowie zum Austausch zur Verfügung stehen. Gerade vor dem Hintergrund häufiger und umfangreicher Gesetzesänderungen im Asyl- und Aufenthaltsrecht ist elementar, dass Beraterinnen und Berater einen einfachen Zugang zu aktuellen Informationen und Fortbildungen haben.^{xviii} Eine Herausforderung ist hier ein effizientes Datenmanagement, damit Berater_innen ein ungehinderter Zugang zu aktuellen Informationen ermöglicht wird. Nur so kann die Qualität der Beratungsarbeit gesichert werden. Hervorzuheben sind in diesem Kontext Webinare, die eine Teilnahme an Fortbildungen unabhängig vom Standort ermöglichen. Seit Anfang 2018 werden Webinare seitens des DCV erfolgreich im Migrationsbereich eingesetzt, um kurzfristig und kostengünstig dem Weiterbildungsbedarf zu begegnen. Ein Wermutstropfen ist, dass einige (Orts-)Verbände aufgrund fehlender technischer Ausstattung nicht an den Angeboten teilhaben können. Um die bestehenden und

kommenden Angebote nutzen zu können, sollte daher in der Caritas-Migrationsarbeit verstärkt in die technische Ausstattung, wie auch in die „Digital Literacy“ der Mitarbeitenden investiert werden.

Zusammenfassend können die Dynamiken der digitalen Transformation für die Migrationsarbeit als Chance gesehen werden, um den Zugang der Zielgruppe zu den Beratungsdiensten zu verbessern, sowie orientierte und übersichtliche Informationen in der Beratung und in den online-Medien anzubieten. Dadurch kann auch die Arbeit in der Präsenzberatung der Migrationsdienste erleichtert werden. On- und Offline Informationen sollten dabei nicht als Gegensatz oder Konkurrenz betrachtet werden. Unterschiedliche Zielgruppen können mit beiden Ansätzen erreicht werden. Für die Vereinbarkeit und Koexistenz beider Informationswege muss jedoch eine geeignete Struktur entwickelt werden. Hier sind auch die Kommunen, Länder und der Bund gefragt, ihre Informationsangebote im Netz an ein diverser werdendes Publikum anzupassen und angemessene Rahmenbedingungen zu schaffen, damit sich Neuzugewanderte im Netz informieren können. Im partnerschaftlichen Zusammenspiel von öffentlichen Verwaltungsangeboten und Angeboten der freien Wohlfahrtspflege kann Subsidiarität 4.0 sich als Strukturprinzip der sozialen Arbeit unter den Vorzeichen der digitalen Transformation gerade auch für Rat- und Hilfesuchende bewähren, denen aufgrund von Sprach- und Wissensbarrieren der Zugang zu Informationen und Unterstützung erschwert ist.

ⁱ Unter dem Begriff „Neuzugewanderte“ wird die Gruppe der Migrant_innen aus EU-Staaten und Drittstaaten, sowie Geflüchtete, die seit maximal 3 Jahren in Deutschland gemeldet sind, verstanden und zusammengefasst. Wenn explizit einzelne Gruppen beschrieben werden, gilt dies nur für die beschriebene Gruppe.

ⁱⁱ Durch das Gesetz zur Verbesserung des Onlinezugangs zu Verwaltungsleistungen sind Bund, Länder und Kommunen dazu verpflichtet alle Verwaltungsleistungen über Verwaltungsportale auch digital anzubieten. Die Portale sollen dabei zu einem Verbund zusammengeführt werden. Verwaltungsleistungen sollen schneller, einfacher und sicherer auch online verfügbar gemacht werden.

ⁱⁱⁱ Vgl. zu den Chancen und Risiken der Digitalisierung in der wohlfahrtsverbandlichen Arbeit

a.) Deutscher Caritasverband e.V. (2018). Sozialpolitische Positionen zur Jahreskampagne 2019. Sozial braucht digital. Freiburg: Deutscher Caritasverband e.V.

b.) Gemeinsame Absichtserklärung BAGFW/BMFSFJ (2017) Digitale Transformation und gesellschaftlicher Zusammenhalt –Organisationsentwicklung der Freien Wohlfahrtspflege unter den Vorzeichen der Digitalisierung. Online verfügbar:

https://www.bagfw.de/fileadmin/user_upload/Veroeffentlichungen/Pressemeldungen/PM_2017/Digitalisierung_9_2017_neu/strateg._Partnerschaft_Digitalisierung_BAGFW_BMFSFJ_070917.pdf

^{iv} Siehe:

Emmer, M., Richter, C., & Kunst, M. (Oktober 2016). Flucht 2.0 Mediennutzung durch Flüchtlinge vor, während und nach der Flucht. Freie Universität Berlin. Online verfügbar: https://www.polsoz.fu-berlin.de/kommwiss/arbeitsstellen/internationale_kommunikation/Media/Flucht-2_0.pdf

Lins, C. (2009). Internetnutzung von Migrantinnen und Migranten in Deutschland. Ergebnisse der Sonderauswertung des (N)ONLINER Atlas 2008. In U. Hunger, & K. Kissau (Hrsg.), Internet und Migration. Theoretische Zugänge und empirische Befunde (Bde. Medien - Kultur - Kommunikation, S. 151-172). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Kutscher, N., & Krefß, L.-M. (2015). Internet ist gleich mit Essen. Empirische Studie zur Nutzung digitaler Medien durch unbegleitete minderjährige Flüchtlinge. Online Verfügbar:

https://images.dkhw.de/fileadmin/Redaktion/1.1_Startseite/3_Nachrichten/Studie_Fluechtlingskinder-digitale_Medien/Studie_digitale_Medien_und_Fluechtlingskinder_Langversion.pdf

^v Initiative D21 e.V. (2019): D 21 Digital-Index 2018/2019. Jährliches Lagebild zur Digitalen Gesellschaft. Online verfügbar: https://initiated21.de/app/uploads/2019/01/d21_index2018_2019.pdf

^{vi} AbuJarour, S., (2019): Smartphone App Adoption at Home and on the move: The case of Syrians. Tagungsbeitrag zur 3. AFU International Conference: Towards Advanced Scientific Knowledge in Business Sciences, Dubai, UAE.

-
- ^{vii} Bundesministerium für Arbeit und Soziales (2019): Nationaler Aktionsplan Integration. Themenforum „Integration in den Arbeitsmarkt“ gestartet. Online verfügbar unter: <https://www.bmas.de/DE/Themen/Arbeitsmarkt/Auslaenderbeschaeftigung/nationaler-aktionsplan-integration.html>
- ^{viii} Stapf, T.; Elcheikh, K (2018): Das Informationsverhalten Geflüchteter in den sozialen Medien in Deutschland und wie Beratungsanbieter damit umgehen können. In: Digital Streetwork in der Asyl und Migrationsberatung. Beilage zum Asylmagazin 7-8/2018.
- ^{ix} Mason, B (2019): The Failings of „Refugee Tech“. Online verfügbar: <https://digitalsocial.eu/blog/108/the-failings-of-refugee-tech>
- ^x Lloyd, A; Kennan, M.A.; Thompson, K; Qayyum, A (2013): Connecting with new information landscapes: Information literacy practices of refugees. In: Journal of Documentation 69 (1), S. 121 – 144.
- ^{xi} Fasel, C., Rosenberger, G., Kopp, A., & Schwöbel, H. (2016). Migranten als Verbraucher - wie Information gelingen kann. Amberg: Institut für Verbraucherjournalismus an der Ostbayerische Technischen Hochschule Amberg Weiden.
- ^{xii} Eine Recherche (07/2019) unter den 10 größten Städten Deutschlands zeigt, dass Kommunen meist nur ausgewählte Informationen (zu Tourismus, Kultur und zum Wirtschaftsstandort) auf Fremdsprachen anbieten. In der Regel werden diese Informationen neben Deutsch auf Englisch angeboten, in einigen Fällen auch auf weiteren Sprachen wie Französisch, Italienisch, Spanisch, Polnisch und Türkisch. Für Neuzugewanderte relevante Informationen und Formulare werden nur in einzelnen Städten auf Englisch angeboten.
Vgl. auch: Hentschel, T., Schröder, F., & Wiggerink, G. (2009). Wie weltoffen sind unsere Kommunen? Eine explorative Untersuchung der Internetauftritte der zehn größten Städte Deutschlands. In Internet und Migration. Theoretische Zugänge und empirische Befunde (S. 327-337). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- ^{xiii} Brücker H., Rother N. & Schrupp J. (2016). IAB-BAMF-SOEP-Befragung von Geflüchteten: Überblick und erste Ergebnisse. Nürnberg: Bundesamt für Migration und Flüchtlinge.
- ^{xiv} Knillmann, R. (2018): Pro & Contra: Caritas und Facebook – passt das? Caritas digital. Die Nächsten im Netz. Online verfügbar: <https://www.caritas-digital.de/caritas-und-facebook/>
- ^{xv} für weitere Informationen: Müller, C (2019): „Datenschutz digital“ in der Migrationssozialarbeit. In: Migration & Integration Info, Februar 2019.
- ^{xvi} Müller, C. (2017): Datenschutz digital #4 – Regel und Kanäle für eine sichere Kommunikation mit Klienten. In: Caritas Digital. Die Nächsten im Netz. Online Verfügbar: <https://www.caritas-digital.de/datenschutz-digital-4-regeln-und-kanale-fuer-eine-sichere-kommunikation-mit-klienten;>
- ^{xvii} Auch die Nutzung von E-Mails zur Übermittlung persönlicher Daten ist im Sinne der Schweigepflicht und des Datenschutzes verboten. Oft ist dies jedoch in der Beratung kaum zu vermeiden, da Ehrenamtliche und Behörden Informationen per Mail anfordern und erwarten.
- ^{xviii} So setzt unter anderem auch das Raphaelswerk als Fachverband des Deutschen Caritasverbandes auf webgestützte Informations- und Fortbildungsangebote.