



RESEARCH
FOR THE
DIGITAL AGE

Center for Advanced Internet
Studies (CAIS) gGmbH

Prof. Dr. Johannes Breuer
18. September 2026

Die Plattformdaten der Gesellschaft

Methodische Perspektive



whoami?

Professor für „Digitale Sozialwissenschaften“ an der Universität Duisburg-Essen und Leiter des Teams “Research Data & Methods” (RD&M) am [Center for Advanced Internet Studies](#) (CAIS) in Bochum

- **Fachlicher Hintergrund:** (Medien-) Psychologie & Kommunikationswissenschaft
- **Forschungsinteressen:**
 - Nutzung & Wirkung digitaler Medien
 - Digitale Spurdaten & Computational Methods
 - Meta-Wissenschaft
- **Weitere Infos:** <https://www.johannesbreuer.com/>

01

Einführung

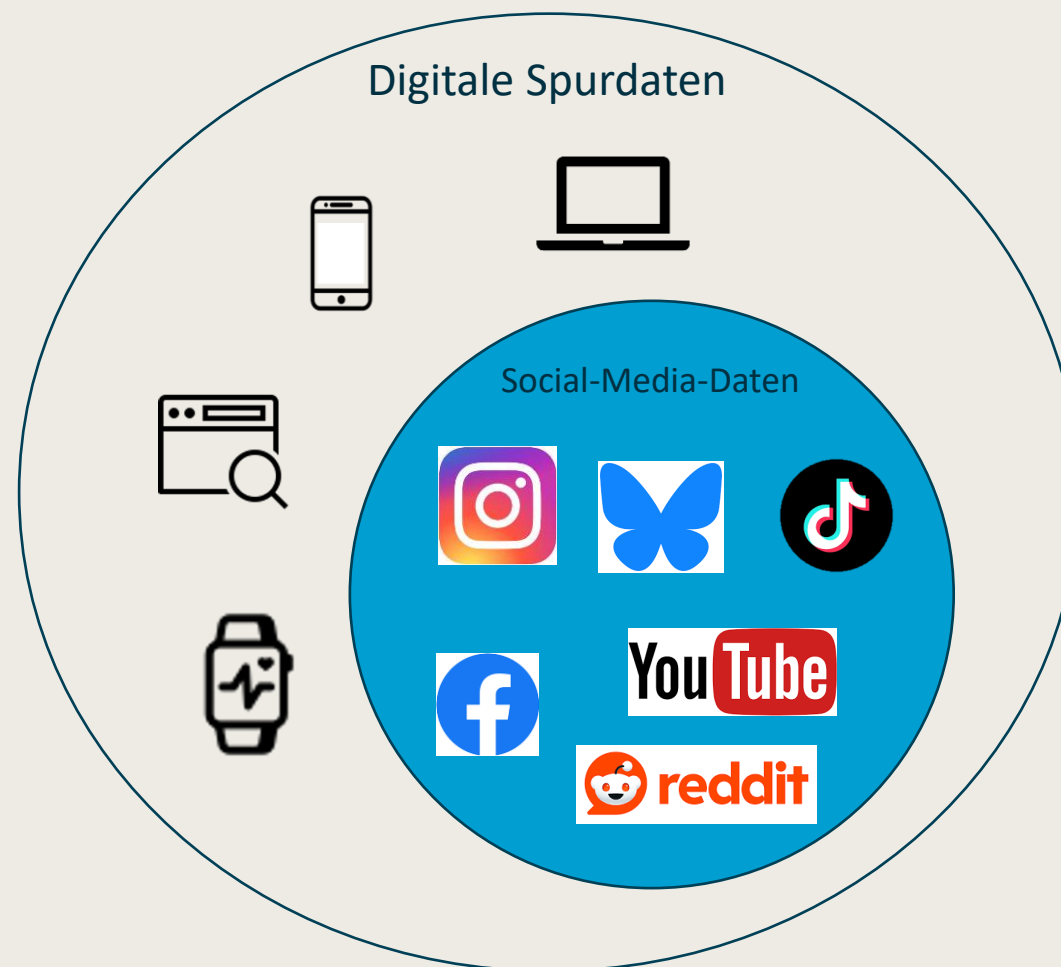
02

Plattformzentrierte Zugänge

03

Nutzendenzentrierte Zugänge

Plattformdaten



Zugangswege zu Social-Media-Daten

- unterschiedliche Zugangswege mit jeweils eigenen Vor- und Nachteilen (Breuer et al., 2020; Soldner, 2024)
 - direkte Kooperationen mit Plattformen
 - Datenkauf (von Drittanbietern)
 - Sekundärdatenanalyse
 - **eigene Sammlung**
 - **Application Programming Interfaces (APIs)**
 - **Web Scraping**
 - **Datenspenden (durch Nutzende)**

Zugangswege zu Social-Media-Daten

- verschiedene Dimensionen, auf denen sich die Zugangswege unterscheiden:
 - Kosten
 - technische Voraussetzungen
 - Unabhängigkeit
 - Flexibilität
 - Kontrolle (über Inhalt & Qualität der Daten)
 - rechtliche & ethische Aspekte

Zugangswege zu digitalen Spurdaten

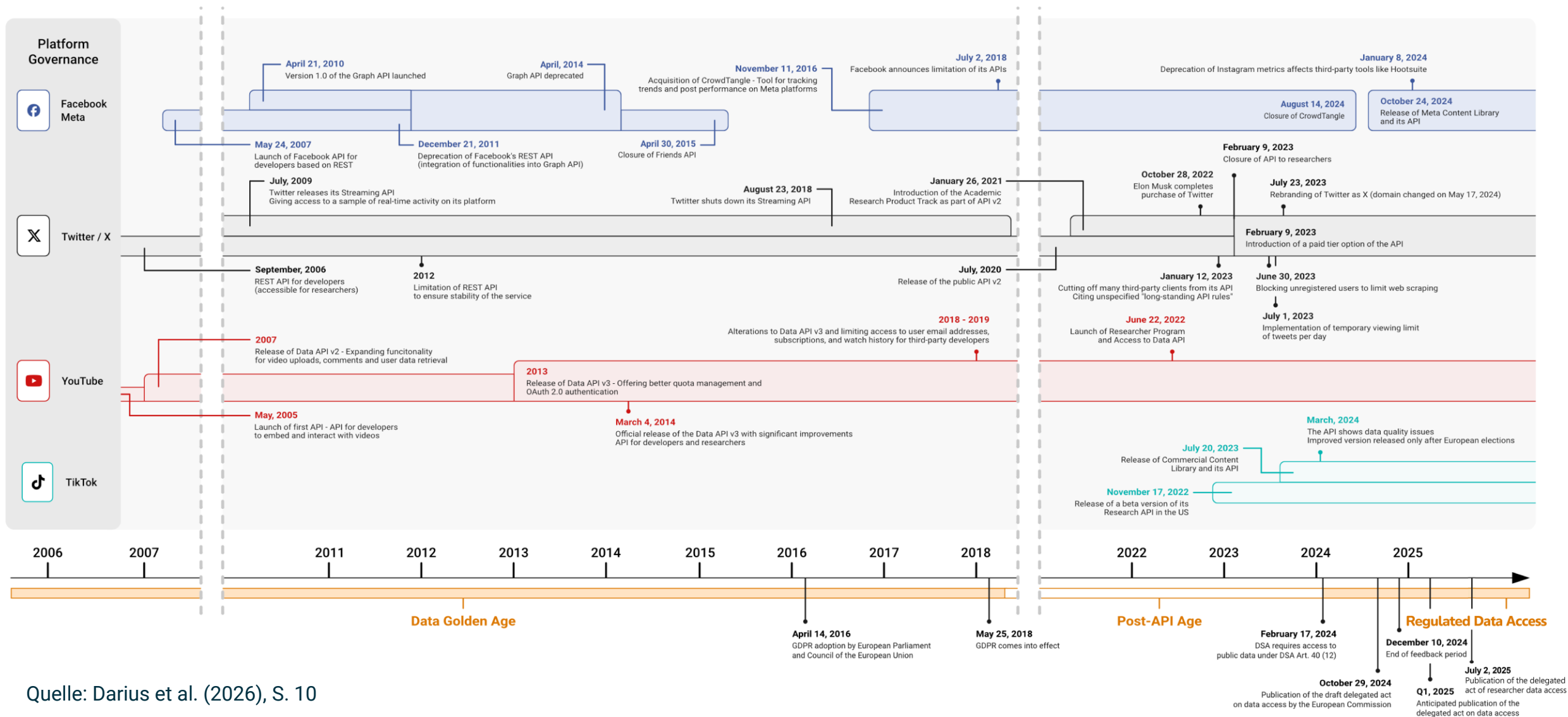
- Breuer et al. (2025): **platform-centric** vs. **user-centric approaches**
 - **platform-centric:**
 - Sampling von einer oder mehreren Plattformen auf Grundlage relevanter Entitäten wie z.B. Themen, Hashtags, Keywords oder Zeit
 - Datensammlung direkt von Plattformen (in der Regel über APIs oder Web Scraping)
 - **user-centric:**
 - Nutzende für die Studie rekrutiert (z. B. über bestehende Panels)
 - Datensammlung über spezielle Forschungssoftware (z. B. Browser-Plugins) oder Spenden von sogenannten „data download packages“
 - oftmals mit Datenverknüpfung verbunden (z.B. mit Befragungsdaten)

Plattformzentrierte Zugänge

02

Moving Targets

- rasante und mitunter abrupte **Veränderungen der Plattformen**
- **andere Geschwindigkeiten**/Zeitachsen in Forschung und Gesetzgebung
- ständig **neue Bedingungen für den Zugriff** auf Social-Media-Daten & dadurch auch neue Herausforderungen für den Umgang mit ihnen



Quelle: Darius et al. (2026), S. 10

Phasen des Social-Media-Daten-Zugangs

- „API Golden Age“ (Tromble, 2021) bzw. „Wild West“ (Puschmann, 2019): ca. 2010 - 2018
- „APIcalypse“ (Bruns, 2019) -> „post-API age“ (Freelon, 2018): ca. 2018 - 2024
- „regulated API age“ (Darius et al., 2026) bzw. „post-post API age“ (Mimizuka et al., 2025): seit 2024

Geschichte des Social-Media-Daten-Zugangs

- Freelon et al. (2025):
 - API prehistory (2000–2006)
 - The laissez-faire period (2006–2011)
 - The authentication period (2011–2018)
 - The limited options period (2018–2020)
 - The academic cooperation period (2020–2023)

Aktuelle Zugänge zu Social-Media-Daten

Typ	Beispiele
Laissez-faire API	Mastodon , Bluesky , YouTube (eingeschränkt)
Academic API	TikTok , YouTube
Pay-to-play API	X (vormals Twitter)
Academic walled garden	Meta Content Library (Instagram, Facebook)
Unofficial data access	Arctic Shift für reddit (zuvor Pushshift)

Nutzendenzentrierte Zugänge

03

Datenspende

„Data donation is a user-centered method for collecting digital behavioral data (DBD) from online platforms and other digital services through participants who voluntarily provide their personal online data for scientific purposes” (Kruschinski et al., 2026, S. 2)

- Möglichkeit zum Datenexport durch DSGVO
- zu Definition & Best Practices, siehe auch Carrière et al. (2024)

Datenspende-Tools

- es gibt zahlreiche Tools für die Durchführung von Datenspende-Studien für verschiedene Plattformen (z.B. Facebook, Instagram, TikTok, WhatsApp, ChatGPT)
 - Tools aus der akademischen Forschung wie [DONA](#) (Hakobyan et al, 2025), PORT (Boeschoten et al., 2023), [Data Donation Module](#) (Pfiffner et al., 2024)
 - Tools von NGOs wie [DataSkop](#) von Algorithm Watch
 - kommerzielle Tools wie die Plattform [Next](#) von eyra

Datenspende: Herausforderungen

- vergleichsweise hoher **Aufwand** (für Forschende & Teilnehmende)
- **Unterschiede** zwischen und **Veränderungen** innerhalb von Plattformen: Wie funktioniert der Zugang? Was ist enthalten? (siehe Hase et al., 2024)
- **Verzerrungen** durch Unterschiede in der Teilnahmebereitschaft z.B. nach Alter, Geschlecht, Datenschutzbedenken (Al Baghal et al. 2020; Kmetty et al., 2024; Pfiffner & Friemel, 2023; Silber et al. 2022; 2024; Strycharz et al., 2024; Xiong et al., 2025)

Datenjournalistische Projekte/Kooperationen

- [DataSkop](#) (YouTube)
- [Dein Feed, Deine Wahl](#) (TikTok)
 - Start zur BTW 2025 als Kooperation zwischen Weizenbaum Institut, Uni Zürich, BR und Stuttgarter Zeitung

Fazit & Ausblick

- plattform- und nutzendenzentrierte Zugänge zu Plattformdaten haben eigene Vor- und Nachteile
- sich stetig ändernde Bedingungen bei Zugang & Nutzung der Daten als besondere Herausforderung
- nutzendenzentrierte Zugänge machen Forschung unabhängiger und sind insbesondere auch für datenjournalistische Projekte interessant

- Al Baghal, T., Sloan, L., Jessop, C., Williams, M. L., & Burnap, P. (2020). Linking Twitter and Survey Data: The Impact of Survey Mode and Demographics on Consent Rates Across Three UK Studies. *Social Science Computer Review*, 38(5), 517–532. <https://doi.org/10.1177/0894439319828011>
- Boeschoten, L., De Schipper, N. C., Mendrik, A. M., Van Der Veen, E., Struminskaya, B., Janssen, H., & Araujo, T. (2023). Port: A software tool for digital data donation. *Journal of Open Source Software*, 8(90), 5596. <https://doi.org/10.21105/joss.05596>
- Breuer, J., Bishop, L., & Kinder-Kurlanda, K. (2020). The practical and ethical challenges in acquiring and sharing digital trace data: Negotiating public-private partnerships. *New Media & Society*, 22(11), 2058–2080. <https://doi.org/10.1177/1461444820924622>
- Breuer, J., Stier, S., Lukito, J., Mangold, F., Wieland, M., & Radovanović, D. (2025). *Overview of Ethical Considerations when Working with Digital Behavioral Data (GESIS Guides to Digital Behavioral Data, 14)* (Version 1.0). GESIS - Leibniz-Institute for the Social Sciences. <https://doi.org/10.60762/GGDBD25014.1.0>
- Bruns, A. (2019). After the ‘APIcalypse’: Social media platforms and their fight against critical scholarly research. *Information, Communication & Society*, 22(11), 1544–1566. <https://doi.org/10.1080/1369118x.2019.1637447>
- Carrière, T. C., Boeschoten, L., Struminskaya, B., Janssen, H. L., De Schipper, N. C., & Araujo, T. (2024). Best practices for studies using digital data donation. *Quality & Quantity*. <https://doi.org/10.1007/s11135-024-01983-x>
- Darius, P., Breuer, J., Kruschinski, S., Loecherbach, F., Riedl, J., & Stier, S. (2026). Election research in the age of regulated data access under the EU Digital Services Act. *Internet Policy Review*, 15(1). <https://doi.org/10.14763/2026.1.2080>
- Freelon, D. (2018). Computational Research in the Post-API Age. *Political Communication*, 35(4), 665–668. <https://doi.org/10.1080/10584609.2018.1477506>

Freelon, D., Monzer, C., Jeon, G., Moy, C., & Williams, N. (2024). The Post-API Age of Social Media Data Access: Past, Present, and Future. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 715(1), 16–37. <https://doi.org/10.1177/00027162251372557>

Hakobyan, O., Hillmann, P.-J., Martin, F., Böttinger, E., & Drimalla, H. (2025). Development and evaluation of Dona, a privacy-preserving donation platform for messaging data from WhatsApp, Facebook, and Instagram. *Behavior Research Methods*, 57(3), 94. <https://doi.org/10.3758/s13428-024-02593-z>

Hase, V., Ausloos, J., Boeschoten, L., Pfiffner, N., Janssen, H., Araujo, T., Carrière, T., De Vreese, C., Haßler, J., Loecherbach, F., Kmetty, Z., Möller, J., Ohme, J., Schmidbauer, E., Struminskaya, B., Trilling, D., Welbers, K., & Haim, M. (2024). Fulfilling data access obligations: How could (and should) platforms facilitate data donation studies? *Internet Policy Review*, 13(3). <https://doi.org/10.14763/2024.3.1793>

Kmetty, Z., Stefkovics, Á., Számely, J., Deng, D., Kellner, A., Pauló, E., Omodei, E., & Koltai, J. (2024). Determinants of willingness to donate data from social media platforms. *Information, Communication & Society*, 1–26. <https://doi.org/10.1080/1369118x.2024.2340995>

Kruschinski, S., Zens, M., & Stier, S. (2026). *What is Data Donation? (GESIS Guides to Digital Behavioral Data, 29)*. GESIS - Leibniz-Institute for the Social Sciences. <https://doi.org/10.60762/GGDBD26029.1.0>

Mimizuka, K., Brown, M. A., Yang, K.-C., & Lukito, J. (2025). *Post-Post-API Age: Studying Digital Platforms in Scant Data Access Times* (arXiv:2505.09877). arXiv. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2505.09877>

Pfiffner, N., & Friemel, T. N. (2023). Leveraging Data Donations for Communication Research: Exploring Drivers Behind the Willingness to Donate. *Communication Methods and Measures*, 17(3), 227–249. <https://doi.org/10.1080/19312458.2023.2176474>

Pfiffner, N., Witlox, P., & Friemel, T. N. (2024). Data Donation Module: A Web Application for Collecting and Enriching Data Donations. *Computational Communication Research*, 6(2), 1. <https://doi.org/10.5117/CCR2024.2.4.PFIF>

Puschmann, C. (2019). An end to the wild west of social media research: A response to Axel Bruns. *Information, Communication & Society*, 22(11), 1582–1589.

<https://doi.org/10.1080/1369118X.2019.1646300>

Silber, H., Breuer, J., Beuthner, C., Gummer, T., Keusch, F., Siegers, P., Stier, S., & Weiß, B. (2022). Linking surveys and digital trace data: Insights from two studies on determinants of data sharing behaviour. *Journal of the Royal Statistical Society: Series A (Statistics in Society)*, 185, 387–407.

<https://doi.org/10.1111/rssa.12954>

Silber, H., Breuer, J., Felderer, B., Gerdon, F., Stammann, P., Daikeler, J., Keusch, F., & Weiß, B. (2024). Asking for Traces: A Vignette Study on Acceptability Norms and Personal Willingness to Donate Digital Trace Data. *Social Science Computer Review*, 08944393241305776.

<https://doi.org/10.1177/08944393241305776>

Soldner, F. (2024). *Overview of Approaches for Collecting Data from Online Platforms (GESIS Guides to Digital Behavioral Data, 8)* (Version 1.0). GESIS - Leibniz-Institute for the Social Sciences.

<https://doi.org/10.60762/GGDBD24008.1.0>

Strycharz, J., Meppelink, C., Zarouali, B., Araujo, T., & Voorveld, H. (2024). The blind spot in data donations: Who is (not) willing to donate digital data in social scientific research. *Computational Communication Research*, 6(2), 1. <https://doi.org/10.5117/CCR2024.2.3.STRY>

Tromble, R. (2021). Where Have All the Data Gone? A Critical Reflection on Academic Digital Research in the Post-API Age. *Social Media + Society*, 7(1), 205630512198892.

<https://doi.org/10.1177/2056305121988929>

Xiong, Y., Van Der Wal, A., & Beyens, I. (2025). *A Systematic Review on Willingness to Donate Social Media Data: Best Practices for Research*. Open Science Framework. https://doi.org/10.31219/osf.io/agde8_v1

CAIS-Forum

30.09.
2026

Was macht die KI in unserer Nachbarschaft?

Vom Chatbot im Rathaus
bis zur automatisierten
Lokalnachricht

Rotunde Bochum



<https://cais-research.de/cais-forum-2026/>

Prof. Dr. Johannes Breuer

johannes.breuer@cais-research.de

<https://www.johannesbreuer.com/>



RESEARCH
FOR THE
DIGITAL AGE

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Ich freue mich auf Ihre Fragen & Kommentare!

Center for Advanced Internet
Studies (CAIS) gGmbH
Konrad-Zuse-Str. 2a, 44801 Bochum

info@cais-research.de
+49 234 9531 5000
www.cais-research.de

