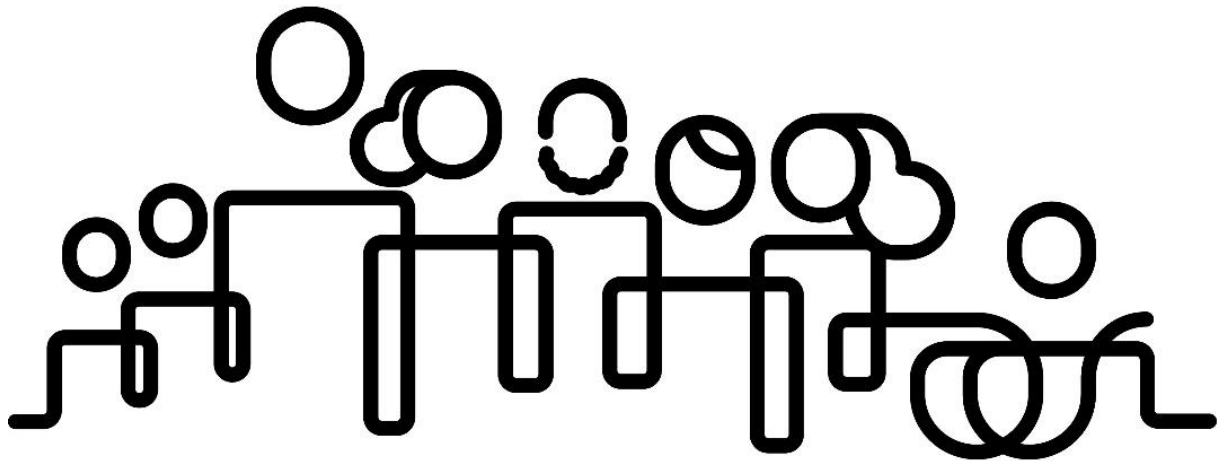


Menschen mit Behinderung & Inklusion in österreichischen Massenmedien

Jahresstudie 2021/2022



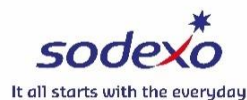
Studie ermöglicht durch



BEHINDERTENANWALT



ENERGIE STEIERMARK



Über MediaAffairs

MediaAffairs ist Spezialistin in der Analyse, Auswertung und kritischen Beurteilung medialer Berichterstattung und diverser Medienmärkte. Dafür hat MediaAffairs eine differenzierte Analysemethodik entwickelt, die nicht nur quantitative, sondern darüber hinaus vor allem auch eine höchstzuverlässige inhaltliche Auswertung der unterschiedlichsten Medienarten erlaubt. Hauptaugenmerk gehört der gesellschaftspolitischen Berichterstattung, der politischen und wirtschaftlichen Inhalte auf Bundes- und Länderebene.

Studienleitung / Studienautorin

Mag.^a Maria Pernegger, geb. 1983, ist Geschäftsführerin und Politik- und Medienanalytikerin bei der Medienanalyse-Agentur MediaAffairs mit den Arbeitsschwerpunkten Bundes- und Gesellschaftspolitik. Maria Pernegger ist Leiterin diverser Medien-Forschungsprojekte, insbesondere im gesellschaftspolitischen Kontext. Sie ist außerdem Initiatorin, Autorin und Leiterin der ersten Studie „Menschen mit Behinderung in österreichischen Massenmedien – Jahresstudie 2015/2016“.

Datenauswertung: Gerald Astleitner
redaktionelle Mitarbeit: Julia Jachs
Studienlayout: Manuel Bonat
Lektorat: Gerhard Schindler

veröffentlicht im Februar 2023

Impressum

MediaAffairs / Eisenstraße 64 / A-4460 Losenstein
Tel.: +43 (0) 7255 20318 / office@mediaaffairs.at
www.mediaaffairs.at

Dank

Der Dank gilt den Auftraggeber:innen und Unterstützer:innen der Studie „Menschen mit Behinderung & Inklusion in österreichischen Massenmedien – Jahresstudie 2021/2022“, ohne die eine Arbeit in diesem Umfang nicht möglich wäre.

Im Speziellen

der Behindertenanwaltschaft. Ein besonderer Dank gilt dem mittlerweile verstorbenen Behindertenanwalt Dr. Hansjörg Hofer, welcher sich von Anfang an mit besonders großem, persönlichem Engagement für diese Studie und das Thema der Sichtbarkeit von Menschen mit Behinderung eingesetzt hat,

der Energie Steiermark AG – insbesondere an Vorstand DI (FH) Mag. Martin Graf, MBA,

der Sodexo Service Solutions Austria GmbH – insbesondere an Geschäftsführer Michael Freitag, MBA,

der Wiener Stadtwerke GmbH – insbesondere an Generaldirektor-Stellvertreter DI Peter Weinelt und den Konzernbeauftragten für Barrierefreiheit Dipl. BW Hans-Jürgen Groß, MBA, MLS,

die gemeinsam diese Studie ermöglicht und vorangetrieben haben.

Ein spezieller Dank gilt jener Person, die durch ihre langjährige Expertise im Bereich Menschen mit Behinderung in fachlicher Hinsicht vor allem bei der ersten Studie eine große Stütze war:

Dr. Volker Schönwiese (a.o. Univ.-Prof. i.R.). Schönwiese ist Teil der Selbstbestimmt-Leben-Bewegung und hat am Institut für Erziehungswissenschaft der Universität Innsbruck den Lehr- und Forschungsbereich Inklusive Pädagogik und Disability Studies aufgebaut.

Herzlichen Dank an die Behindertenorganisationen, den Monitoringausschuss, Selbstvertreter:innen, NGOs sowie weitere engagierte Menschen, die durch ihre Mitarbeit bei der ersten Studie den Grundstein mitgelegt haben, das Untersuchungskonzept zu verfeinern und Anregungen zu liefern und die sich auch bei dieser Studie eingebracht haben.

Ein großes Danke geht auch an die Veranstalter:innen der Zero Project Conference (Essl Foundation), in deren Rahmen die Präsentation der Studienergebnisse stattfinden durfte.



Sehr geehrte Damen bis Herren,

Medien als „Vierte Gewalt“ spielen eine zentrale Rolle in einer demokratischen Gesellschaft – sowohl als Kontrollinstanz staatlichen Handelns als auch im Sinne der gesellschaftlichen Bewusstseinsbildung für politische Themen und Anliegen.

Zugleich spielen Maßnahmen der Bewusstseinsbildung hinsichtlich des Themas Behinderung eine zentrale Rolle in der UN-Behindertenrechtskonvention (UN-BRK) sowie im Rahmen des Nationalen Aktionsplans Behinderung 2022-2030, der der Umsetzung der UN-BRK auf gesamtstaatlicher Ebene dient.

Sprache schafft Bewusstsein, sowohl im Positiven wie auch im Negativen. Dies betrifft nicht nur das Thema Behinderung, sondern jedwede Form medialer Kommunikation. Dies spiegelt sich etwa auch in dem Bestreben nach einer genderinklusiven Sprache, dem etwa auch durch die gewählte Begrüßungsformel Rechnung getragen werden soll, wider.

Bewusstsein für „Behinderung“ und damit zusammenhängende Fragen ist eine grundlegende Voraussetzung für die Schaffung einer gleichberechtigten, inklusiven Gesellschaft im Sinne der UN-BRK. Damit kommt der Frage der Sichtbarkeit und Darstellung von Menschen mit Behinderungen in (Massen-)Medien eine zentrale Rolle für die soziale Partizipation von Menschen mit Behinderungen, sei es im politischen Leben oder im Alltag, zu.

Die vorliegende Studie leistet einen wichtigen Beitrag dazu, sich ein umfassendes Bild über den Ist-Zustand der Darstellung von Menschen mit Behinderungen in den österreichischen Massenmedien – auch in Relation zum Vergleichszeitraum 2015/16 – zu verschaffen und aufgrund der generierten Daten auf offene Problemfelder hinzuweisen und als Leitfaden für einen Abbau der „Barrieren in den Köpfen“ durch konkrete Maßnahmen zu dienen.

Ich danke allen, die an der Studie mitgewirkt haben, für ihr Engagement.

Vorwort von Michael Freitag, MBA
Sodexo Service Solutions Austria GmbH
Geschäftsführer und Country President



Bei Sodexo sind wir täglich mit vielen Menschen in Kontakt. Indem wir die Bedürfnisse aller Kund:innen, Lieferant:innen, Konsument:innen und Gemeinschaften respektieren, verstehen und beachten, fördern wir Vielfalt und Inklusion. Dazu gehört auch, dass wir alle Menschen wertschätzen sowie gleich und fair behandeln.

Wir wollen, dass unsere Mitarbeiter:innen ihr ganzes Selbst in die Arbeit einbringen, unabhängig von Alter, Geschlecht, Nationalität, Kultur oder persönlichen Eigenschaften. Nur so können wir einen Arbeitsplatz schaffen, an dem Kultur, Identität und Erfahrungen respektiert und geschätzt werden.

Ungefähr jeder vierte Erwachsene hat eine Behinderung und viele dieser Personen sind unsere Familienmitglieder, Freunde und Kolleg:innen. Zusammen können wir unsere Gemeinschaft integrativer gestalten und Barrieren beseitigen, damit Menschen mit Behinderungen ihr volles Potenzial entfalten können. Es ist wichtig, dass wir Gespräche über die Stärken von Menschen mit Behinderungen führen, ihre Leistungen feiern und die Inklusion fördern. Denn die Schaffung barrierefreier Arbeitsplätze ist ein Gewinn für alle. Die Zusammenarbeit – sei es durch Beschäftigung oder Dienstleistungen – ist ein sinnvoller Weg, um Veränderungen zu erreichen. In Österreich legen wir als Unternehmen seit Jahren einen Schwerpunkt darauf, inklusive Arbeitsplätze zu schaffen und Menschen mit Behinderung in unsere Arbeitswelt zu integrieren.

In unserem Handeln bestärkt uns Sodexos globale Roadmap „Better Tomorrow 2025“. Eines der darin festgelegten Ziele ist, dass Sodexo eine vielfältige Belegschaft und inklusive Kultur sicherstellt, die die Gemeinschaften, in denen Sodexo tätig ist, reflektieren und bereichern. Außerdem haben wir uns als Ziel gesetzt, als Treiber von Vielfalt und Inklusion den gesellschaftlichen Wandel zu beschleunigen und zu unterstützen.

Der Einfluss von Massenmedien auf unsere Gesellschaft ist groß. Millionen von Menschen konsumieren täglich analoge oder digitale Medien und nutzen diese als primäre Informationsquelle. Medien tragen eine große Verantwortung, umfangreich und korrekt zu informieren. Dementsprechend ist die regelmäßige und richtige Darstellung von Menschen mit Behinderungen in Massenmedien essenziell für eine inklusive Gesellschaft. Einer der Gründe, warum wir diese Studie unterstützen: Medien formen die Wahrnehmung der Bevölkerung und müssen dazu beitragen, Barrieren zu beseitigen. Ich bedanke mich herzlich bei allen, die diese Arbeit ermöglicht und umgesetzt haben!

Vorwort von DI Peter Weinelt
Wiener Stadtwerke
Stellvertretender Generaldirektor



© WSTW Rigaud

Inklusion als Notwendigkeit

Energie, Öffis, Parkgaragen, Bestattung, Friedhöfe und mehr: Wir sind der kommunale Dienstleister für den Großraum Wien. Als solcher haben wir den klaren Auftrag und den Anspruch, für alle Menschen in der Stadt da zu sein. Inklusion und Barrierefreiheit sind für den Erfolg unserer Arbeit eine Notwendigkeit. Einerseits im Sinne unserer zwei Millionen Kund*innen, aber auch für unsere über 15.000 Mitarbeiter*innen. Wir freuen uns daher umso mehr, einen Beitrag zu dieser Jahresstudie leisten zu können und die Missstände – aber auch die positiven Entwicklungen – in der Berichterstattung im Zusammenhang mit Menschen mit Behinderungen aufzuzeigen. Medien setzen den gesellschaftlichen Diskurs maßgeblich und sind meinungsbildend. Sie kreieren Gesellschaftsbilder und können so Inklusion schaffen, oder eben auch blockieren. Der Fokus in der medialen Berichterstattung bei Menschen mit Behinderungen liegt immer noch im Spitzensport und in Charity-Aktionen. Die Studie zeigt zwar, dass es Verbesserungen und diversere Berichterstattungen gibt, gleichzeitig sehen wir, dass hier noch einiges an bewusstseins-schärfenden Maßnahmen notwendig ist. Darin sehen auch wir einen Auftrag an uns. Wir wollen in unserer täglichen Arbeit ein Selbstverständnis für Inklusion und ein bedingungsloses Miteinander schaffen. Wir wollen Service für alle. Damit wir diesem Anspruch auch gerecht werden, haben wir mit Hans-Jürgen Groß unseren Beauftragten für Barrierefreiheit eingesetzt, der konzernübergreifend Maßnahmen setzt, die echte Inklusion schaffen.

Vorwort von Dipl. BW Hans-Jürgen Groß, MBA, MLS

Wiener Stadtwerke

Konzernbeauftragter für Barrierefreiheit



© WSTW Pauty

Es ist noch viel zu tun!

Barrierefreiheit muss die Basis von allem sein. Jetzt denkt man wahrscheinlich gleich an bauliche Barrieren. Doch die beste Umgebung hilft nichts, wenn wir im Kopf und in unserer Wahrnehmung andere Bilder zum Thema Menschen mit Behinderungen haben. Über 300.000 Wiener*innen mit Behinderung und mehr als 320.000 Wiener*innen über 65 Jahre sind mehr als Grund genug, dass öffentliche Bild von „Behinderung“ genauer unter die Lupe zu nehmen. Damit Inklusion auf übergeordneter Ebene gelingt, brauchen wir eine Medienlandschaft, die Menschen mit Behinderungen nicht als exotische Held*innen oder bemitleidenswerte Opfer darstellt, sondern als das, was sie sind, nämlich ganz normale Kund*innen. Als Klimaschutzkonzern ist es für uns ebenso von Bedeutung, dass alle ihren Beitrag zum Klimaschutz leisten können. Ohne Barrierefreiheit geht das aber nicht. Genauso wenig ohne Bewusstseinsbildung. Somit ist diese Studie eine tolle Ergänzung für den Blick auf das große Ganze. Um Veränderungen anzustoßen, müssen wir den Ist-Stand kennen und daraus unsere Schlüsse ziehen. Diese Studie bietet dazu eine gute Grundlage. Es geht darum, dass sich nicht Menschen mit Behinderungen „anpassen“ müssen, sondern die gesellschaftlichen Rahmenbedingungen ein barrierefreies Miteinander zulassen. Unser Bestreben ist es, neue Wege zu gehen, auf denen wir alle unsere Geh- und Rollspur vorfinden. Inklusiv – gleichberechtigt – selbstbestimmt. Den eines ist für uns klar: Wir sind für alle da.

Vorwort von Mag.^a Maria Pernegger

MediaAffairs

Studienautorin

Inklusion – ein Mosaik, viele Steine

Es existieren in der Öffentlichkeit manchmal sehr verzerrende Bilder und Vorurteile über Menschen mit Behinderung, auch wenn diese weniger werden. Nicht selten finden sich Inszenierungen über arme, bemitleidenswerte Bittsteller:innen oder bewundernswerte Held:innen, die trotz Behinderung ihr Leben bewerkstelligen. Es gibt häufig Assoziationen mit Schmerz und Tod, und es ist durchaus bemerkenswert, dass Menschen mit Behinderung und das Thema Inklusion öffentlich und medial kaum präsent sind, obwohl in Österreich laut Statistik Austria über 18 Prozent der Bevölkerung mit einer sichtbaren oder unsichtbaren Behinderung leben. Solche klischeehaften Inszenierungen oder Ausblendungen stellen kein Abbild der Realität, sondern vielmehr eine verfälschte Konstruktion und Teilwirklichkeit dar, die der Inklusion im Weg stehen. Denn in einer nicht-inklusiven Gesellschaft, wo sich Menschen mit und ohne Behinderung häufig immer noch in Parallelwelten bewegen (müssen), fehlen persönliche Kontakte und das Miteinander meist. So werden mitunter Verzerrungen und Vorurteile zum problematischen Referenzpunkt, es entstehen Ängste und Vorurteile, die Menschen mit Behinderung ausgrenzen. Aus Sicht der UN-Behindertenrechtskonvention sind Medien daher im Hinblick auf Bewusstseins- und Meinungsbildung wichtige Multiplikatoren. Sie können und müssen Bindeglied sein, denn wer Meinung macht und prägt, der trägt auch Verantwortung!



Diese Studie zeigt, dass es aktuell durchaus positive Entwicklungen in vielen Medien gibt. So werden klischeehafte Inszenierungen weniger, es gibt mehr Beiträge zur Bewusstseinsbildung und wichtige Alltagsthemen sowie einen stärkeren, gesellschaftskritischen Fokus. Gleichzeitig bleiben viele Themen, etwa Inklusion in der Bildung oder die Arbeitsmarktsituation von Menschen mit Behinderung im öffentlichen Diskurs, Nebenschauplätze. Das liegt aber bei Weitem nicht nur an den Medien.

Ohne Medien wird ein Paradigmenwechsel zwar nicht gelingen können, aber Medien sind nur ein Teil in einem Mosaik aus vielen Steinen. Inklusion ist kein Selbstläufer, nur weil ein rechtlicher Rahmen dafür geschaffen wurde. Es erfordert ein gesamtgesellschaftliches Zusammenspiel, bei dem neben Politik, Medien, Zivilgesellschaft vor allem auch Unternehmen eine Schlüsselrolle einnehmen. Letztere können im positiven Fall mächtige Gamechanger und Vorbilder sein. Wenn sie etwa Menschen mit Behinderung beschäftigen, wenn sie ihren Beitrag zur Barrierefreiheit leisten, wenn sie Produkte und Dienstleistungen anbieten, die Menschen mit Behinderung nicht ausschließen, dann können sie einen Prozess anstoßen, ein neues Selbstverständnis etablieren. Womöglich entsteht sogar ein positiver Wettbewerb, der andere zur Nachahmung inspiriert. Inklusion als Teil von Diversität findet als Versprechen und öffentliches Statement längst Einzug in Unternehmensleitbilder, Regierungsprogramme und strategische Zielplanungen von Organisationen. Aber erst dort, wo Inklusion nicht bloß ein trendiges Schlagwort bleibt, kann sich Stein für Stein ein Bild zusammenfügen und Inklusion gelingen.

Danke allen, die diese Studie ermöglicht haben!

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Exklusion – Separation – Integration – Inklusion.....	18
Abbildung 2: Berichtsvolumen in einzelnen Medien – ungewichtet, ohne Einberechnung der Reichweite	24
Abbildung 3: Top-Themen 25 allgemein	26
Abbildung 4: Top-Aufsteigerthemen seit 2015/16	27
Abbildung 5: Benachteiligungen und Probleme aufgrund von konkreten Beeinträchtigungen	31
Abbildung 6: Einsatz sensibler Wordings in Beiträgen.....	37
Abbildung 7: Darstellungsformen von Menschen mit Behinderungen in Printmedien – allgemein	41
Abbildung 8: Darstellungsformen von Menschen mit Behinderungen in den diversen Printmedien	42
Abbildung 9: – Sichtbarkeit von Menschen mit Behinderung in Medien – Vergleich.....	45
Abbildung 10: Berichterstattung aus Sicht der UN-Behindertenrechtskonvention im Zeitvergleich	46
Abbildung 11: Berichtsvolumen und Beurteilung der Berichterstattung aus Sicht der UN-Behindertenrechtskonvention im Zeitverlauf eines Jahres	48
Abbildung 12: Fokus auf Gesellschaft oder Individuen	49
Abbildung 13: Anteil eigeninitiiertes und unbesetztes Berichterstattung	50
Abbildung 14: Anteil und Top-Themen der Politik an der Gesamtberichterstattung im Kontext Behinderung und Inklusion	52
Abbildung 15: Anteil und Top-5-Themen der Unternehmen an der Gesamtberichterstattung im Kontext Behinderung und Inklusion	54
Abbildung 16: Berichterstattung über Männer und Frauen mit Behinderungen	55
Abbildung 17: Behinderung als "nebensächliches" Faktum.....	56
Abbildung 18: Thematisierte Behinderungsarten in Medien.....	57
Abbildung 19: Positionierung der Artikel in den Medien.....	59
Abbildung 20: Geschlechterverteilung der Redakteur:innen, die über Inklusion berichten	61
Abbildung 21: Häufung der Held:innen Inszenierung in der Sportberichterstattung	63
Abbildung 22: Interaktionsstärkste Akteur:innen bei Beiträgen über Menschen mit Behinderung.....	68
Abbildung 23: Top-Themen in Social Media Postings der Medien	70
Abbildung 24: Art der Inszenierung in Social Media Postings der Medien	72
Abbildung 25: Thematisierte Arten von Behinderung	74
Abbildung 26: Einsatz sensibler Wordings in Social Media Postings der Medien	75
Abbildung 27: Beispiele für Behinderung als Trigger im reißerischen Aufmacher.....	76
Abbildung 28: Themensetting der Politik auf Social Media	77
Abbildung 29: Erfolgreiche Social Media Postings von Politiker:innen	79
Abbildung 30: Erfolgreiche Social Media Postings von Politiker:innen im Inklusionskontext	80
Abbildung 31: Themenschwerpunkte Unternehmen Social Media mit hohem User-Engagement.....	84
Abbildung 32: Beispiele Social Media Postings: Menschen mit Behinderung als Kund:innen und Zielgruppe	86
Abbildung 33: Beispiele Social Media Postings: Menschen mit Behinderung als Mitarbeiter:in	87
Abbildung 34: Beispiele Social Media Postings zu Inklusion als Wert an sich und Bewusstseinsbildung	88
Abbildung 35: Beispiele im Kontext Inklusion von Influencer:innen	90
Abbildung 36: Beispiele von Social Media Postings von Para-Sportlern	91

Abbildung 37: Beispiele von Social Media Postings bekannten Persönlichkeiten/Influencer:innen mit Behinderung	91
Abbildung 38: Beispiele für Social-Media-Aktivitäten von „Licht ins Dunkel“	92
Abbildung 39: Kampagne „Aktion Mensch“	93

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Eigendarstellung Bildbeurteilungskriterien	39
Tabelle 2: Followerzahlen Social Media Kanäle ausgewählter Medien	67

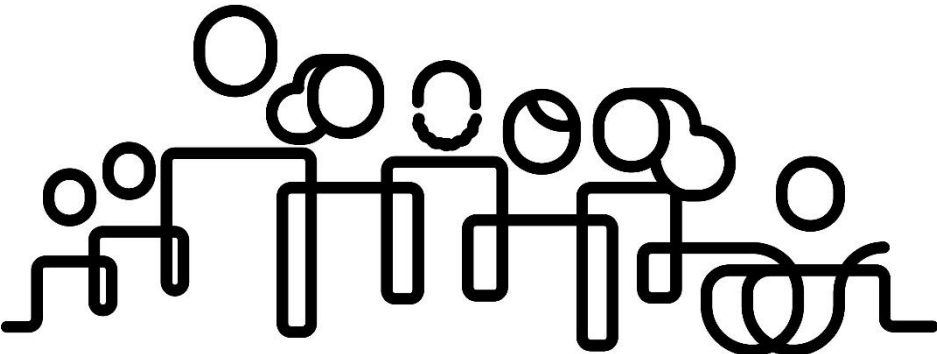
Inhaltsverzeichnis

Abschnitt 1: Grundlage und rechtlicher Rahmen	13
Umfang und Inhalte der Studie	14
Zielsetzung und Untersuchungsdesign	14
Untersuchungsfragen im Detail	14
Umfang und Methodik der Untersuchung	15
Was Inklusion eigentlich bedeutet	16
„Behinderung“ – ein Definitionsversuch	16
Inklusion ist etwas anderes als Integration	17
Die Rolle der Politik	19
Reform der Behindertenpolitik in Österreich – hohe Ziele, viele Hürden	19
Behindertenpolitik als Querschnittsmaterie in Österreich	19
Die Rolle der Medien	20
Bewusstseinsbildung als zentrale Basis	20
Medien als Multiplikatoren und Meinungsbildner	20
Die Gesellschaft – nicht das Individuum – steht im Zentrum!	21
Medien als Barometer gesellschaftlicher Entwicklungen	22
Abschnitt 2: Printmedien-Analyse	23
Medienrelevanz und Berichtsvolumen	24
Berichtsvolumen und Medienpräsenz	24
Die Themenlandschaft	25
Dominanz von Charity und Behindertenhochleistungssport	25
Raum für positive Entwicklungen und Bewusstseinsbildung	28
Barrierefreiheit und selbstbestimmtes Leben	29
Krankheit & Tod interessieren und polarisieren	29
Nischenthemen – so manches fehlt!	30
Arbeitsmarkt für Menschen mit Behinderung	32
Bildung & Schule	33
Gewalt und Verwahrlosung	35
Weitere Nischenthemen in der öffentlichen Debatte	35
Themensetting im Medienvergleich	36
Inszenierung und Darstellungsmuster von Behinderung in Medien	37
Zentrale Kriterien der Inszenierung	37
Sprache – Manchmal machen Nuancen einen Unterschied	37
Bilder – viel mehr als Worte	38
Verbreitete Darstellungsmuster unterfüttern Stereotype	39
Problematische Darstellung und Inszenierung - Beispiele aus der Printmedien-Analyse:	42

Positive, alltagsnahe Darstellung und Inszenierung - Beispiele aus der Printmedien-Analyse	44
Mediale Präsenz und Sichtbarkeit von Menschen mit Behinderung in Medien.....	45
Berichterstattung aus Sicht der UN-Behindertenrechtskonvention	45
Relevanteste Player im Kontext Menschen mit Behinderungen	50
Mehr eigeninitiierte Berichterstattung, weniger Expert:innen	50
Präsenteste Akteur:innen im Kontext Behinderung – abseits von Politik und Wirtschaft	50
Der Beitrag der Politik – mehr Sichtbarkeit, weniger Inhalte als 2015/2016	51
Die unterschätzte Rolle der Unternehmen.....	53
Behinderung hat viele Facetten.....	54
Partizipation und Geschlechterverhältnisse	54
Behinderung als „Nebensache“ und eine Eigenschaft von vielen.....	56
Behinderungsarten in Medien – der Rollstuhl als wirkungsstarkes Symbol	57
Spezialauswertungen.....	58
Positionierung der relevanten Artikel in den Medien	58
Außensicht und Innensicht – ein Blick in die Redaktionen	60
Exkurs Sportberichterstattung.....	61
Spitzensport als Publikumsmagnet – auch die Paralympics erreichen die Massen.....	61
Raum für Held:innen	62
Abschnitt 3: Social Media-Analyse	65
Ergebnisse aus der Social Media Analyse	66
Auf Social Media zählt die Reichweite – Die klassische Zeitung bekommt Konkurrenz.	66
Reichweite sticht Engagement.....	66
Wer ist einflussreich und prägt das Bild von Inklusion auf Social Media?.....	67
Die Medien auf Social Media.....	70
Themensetting in den Medienkanälen (klassischer) Medienhäuser.....	70
Inszenierung und Darstellung von Menschen mit Behinderung auf Social Media Seiten der Medien.....	71
Mehr Helden-, aber weniger Opfer-Inszenierungen.....	71
Auch auf Social Media dominiert der Rollstuhl.....	73
Einsatz sensibler Wordings und Behinderung als Quotenbringer	74
Die Politik auf Social Media.....	77
Inklusion und Menschen mit Behinderung als Nischenthema	77
Social Media Kanäle von Politiker:innen – meinungsbildend durch Reichweite.....	78
Die Politik kommuniziert vorsichtig und meist politisch korrekt	79
Unternehmen auf Social Media	81
Druck auf dem Arbeitsmarkt verändert die Ausgangsposition	81
Potenziale von Inklusion für Unternehmen erkennen – Inklusion als Business Case	81

Chancen und Grenzen kommunizieren, ohne Schönfärberei!	82
Unternehmen auf Social Medien – Themensetting.....	83
Social Media als Chance für die Profilierung als inklusives Unternehmen	86
Social Media Auftritt bekannter Persönlichkeiten/ Influencer	89
Postings von bekannten, nichtbehinderten Menschen	89
Menschen mit Behinderungen im öffentlichen Leben.....	90
Behindertenorganisationen und NGOs.....	92
Exkurs: Die Krux mit der Charity.....	94
„Licht ins Dunkel“ – eine Medaille mit zwei Seiten.....	94
Exklusion statt Inklusion	95
Bekanntheitsgrad des ORF als Chance	95
Abschnitt 4: Zusammenfassung und Anhang	97
Resümee und Zusammenfassung	98
Die wichtigsten Ergebnisse der Studie über das Bild in Medien und deren Social Media Kanälen.....	98
Auf Social Media mischen auch Politik, Wirtschaft, NGOs und bekannten Persönlichkeiten mit und prägen damit den öffentlichen Diskurs.....	100
Literatur	103
Abkürzungsverzeichnis	110
Anhang.....	111

Abschnitt 1: Grundlage und rechtlicher Rahmen



Umfang und Inhalte der Studie

Zielsetzung und Untersuchungsdesign

Medien sind wirkungsstark und einflussreich. Im Artikel 8 der UN-Behindertenrechtskonvention (UN-BRK) wird die hohe Relevanz der Medien als zentrale Basis für Bewusstseinsbildung und gelingende Inklusion hervorgehoben. Die vorliegende Studie verfolgt daher das primäre Ziel, einen Status Quo zur medialen Berichterstattung über die Darstellung von Menschen mit Behinderungen zu erheben sowie den Themenkomplex Behinderung und Inklusion in österreichischen Massenmedien abzubilden. MediaAffairs hat bereits im Jahr 2015/2016 eine umfassende Ersterhebung zur medialen Präsenz und Sichtbarkeit von Menschen mit Behinderung und inklusionsrelevanten Themen in der österreichischen Medienlandschaft durchgeführt. Das ursprüngliche Untersuchungskonzept aus dem Jahr 2015/2016 wurde von MediaAffairs erarbeitet und in einem partizipativen Prozess mit dem Monitoringausschuss, der Behindertenanwaltschaft und den beteiligten Studienpartner:innen abgestimmt. Die dabei entwickelten Untersuchungsfragen wurden weitestgehend auch für die vorliegende Studie übernommen, um Vergleiche zu ermöglichen. Einige Punkte wurden adaptiert und insbesondere um die Perspektive von Menschen mit Behinderung im Alltag, am Arbeitsmarkt und die Rolle der Unternehmen im Kontext Inklusion erweitert.

Um ein aussagekräftiges Bild über die mediale Auseinandersetzung mit dem Themenkomplex Behinderung/Inklusion zu zeichnen, wurden im Rahmen dieser Studie ausgewählte reichweitenstarke und überregionale Massenmedien (Print und Social Media) in Österreich über den Zeitraum eines Jahres detailliert analysiert und quantitativ sowie inhaltlich ausgewertet. Der ausgedehnte Zeitraum und die breite Auswahl an Medien erlauben einen differenzierten Blick auf inhaltliche Schwerpunktsetzung, journalistische Praktiken bei der Aufbereitung relevanter Themen sowie Darstellung und Inszenierung von Menschen mit Behinderung. Auch besteht die Möglichkeit, Vergleiche im Zeitverlauf und zwischen einzelnen Medien anzustellen.

Dieser Studie liegen zwei Hauptfragestellungen zu Grunde:

Werden Menschen mit Behinderungen in Massenmedien angemessen repräsentiert?

Wenn über Menschen mit Behinderungen oder das Thema Behinderung berichtet wird: Welche inhaltlichen Schwerpunktsetzungen und Darstellungsformen dominieren und entsprechen diese den Ansprüchen der UN-Behindertenrechtskonvention?

Untersuchungsfragen im Detail

Wie relevant ist das Thema Behinderung/Inklusion in einzelnen Medien/auf Social Media?

Welche Themenschwerpunkte werden gesetzt? Welche Themen werden umfassend kommuniziert, welche werden vernachlässigt?

Wie unterscheiden sich einzelne Medien (auf Social Media auch Unternehmen, politische Player und Organisationen) bei Themensetzung und Berichtsvolumen – vor allem aber auch bei der Art der Inszenierung von Menschen mit Behinderungen?

Art der Darstellung und Inszenierung: Wie werden Menschen mit Behinderungen abgebildet und wie wird über sie berichtet? (z.B. Rollenklischees)

Ist eine Intention hinter der Berichterstattung/Positionierung via Social Media erkennbar – was soll bezweckt werden? (Spendenaufruf, Mitleid, Bewunderung für große Leistung, Darlegung der Rechte von Menschen mit Behinderungen, ...)

Wie erfolgt die inhaltliche und sprachliche Gestaltung der Beiträge? (z.B.: sachlich, respektvoll vs. diskriminierende Wortwahl, Verkindlichung Erwachsener, diskriminierendes Wording, Betroffene kommen selbst oder nicht selbst zu Wort)

Wie erfolgen die bildliche Darstellung und Inszenierung von Menschen mit Behinderungen? (z.B.: Bild-Perspektive, Geschlechterverhältnisse)

Wer sind die wichtigsten Player in den Massenmedien, wer positioniert sich im Kontext Behinderung und Inklusion, wer sind die relevantesten Impulsgeber:innen?

Wo in Medien wird über Menschen mit Behinderung berichtet? (z.B. Beilagen, Politik, Sportteil, Wirtschaft)

Lässt sich ein Gender-Gap bei der medialen Inszenierung von Menschen mit Behinderungen feststellen?

Wie positionieren sich die Politik, die Wirtschaft oder Behindertenvertreter:innen und welche Themen werden im öffentlichen Diskurs aufgegriffen?

Wie entwickelt sich die Berichterstattung im Zeitverlauf eines Jahres (Weihnachten, Sportgroßevents, „Tag der Menschen mit Behinderung“, etc.)

Diese Fragestellungen entsprechen im Grunde dem vom OHCHR (Office of the United Nations High Commissioner for Human Rights) vorgegeben Grobraster zum Monitoring der UN-Behindertenrechtskonvention (vgl. 2010, S. 45):

Do the media report on persons with disabilities?

If so, which media do that, in which sections of their products?

Are persons with disabilities portrayed as victims or rights-holders?

Do the media represent the point of view of persons with disabilities?

Are language and images appropriate?

Does the media's message reinforce or counter stereotypes?

Has there been a change in media reporting on persons with disabilities over time? If so, in which way (e.g., more or less reporting, different approach)? Which factors contributed to the change?

Is it an accurate representation of real life?

Are the media accessible to persons with disabilities?

Umfang und Methodik der Untersuchung

Es wurde für die Untersuchung eine Auswahl an reichweitenstarken, österreichischen Massenmedien getroffen. Die gewählten Printmedien entsprechen jenen der Ersterhebung von 2015/2016, damit Vergleichbarkeit möglich ist.

Reichweite von Printmedien nach ARGE Media Analyse 2020/21ⁱ:

Kronen Zeitung	1,80 Mio.
Österreich	0,50 Mio.
Heute	0,66 Mio.
Kurier	0,50 Mio.
Standard	0,55 Mio.
Kleine Zeitung	0,75 Mio.

Bei den Printmedien sind Reichweite, Überregionalität und Unterschiedlichkeit der Blattlinien die zentralen Auswahlkriterien für die getroffene Medienauswahl. Die Printmedien wurden über den Zeitraum von einem Jahr (1. August 2021 bis 31. Juli 2022) wortgenau analysiert und im Rahmen einer inhaltlichen Textanalyse ausgewertet. MediaAffairs wendet in ihrer Analysemethodik ein Höchstmaß an Differenzierung (wortgenaue Analyse von Themen, Tonalität, Sprache, Bilderauswertung- und Vermessung, Headlineanalyse, Lokalisierung der Beiträge in einer Zeitung, etc.) an. Durch die Berücksichtigung der medialen Reichweiten können zudem Erreichbarkeit und Einfluss auf Bewusstseinsbildung in einer breiten Öffentlichkeit durch Themensetting und Berichtsart in Massenmedien dargestellt werden.

Kommunikation und Informationsbeschaffung sowie Medienkonsum haben sich in den letzten Jahren markant verändert. Die vorliegende Medienstudie reagiert auf die deutlich gestiegene Relevanz von Social Media als Quelle für Information und Meinungsbildung, indem reichweitenstarke Player und Postings im Inklusionskontext und Menschen mit Behinderung betreffend zusätzlich in die Analyse aufgenommen werden. Besonders viel Aufmerksamkeit generieren aufgrund hoher Followerzahlen die Social-Media-Kanäle etablierter Medien, aber auch Unternehmen, NGOs, Personen des öffentlichen Lebens und andere Akteur:innen können, bei entsprechender Reichweite, zu relevanten und wirkungsstarken Kommunikator:innen werden und auf diesem Weg Impact erzeugen.

Die Kommunikation via Social Media ist insofern auch besonders aussagekräftig, weil Social-Media-Kanäle (vor allem abseits der klassischen Berichterstattung) nicht nur für Medienhäuser eine Möglichkeit zur individuellen Positionierung bieten. Bei Medien und Kommunikator:innen, die in der Regel aus einer Fülle aus Informationen und News wählen können, zeigt sich, ob und welche Themen im Inklusionskontext für Social Media ausgewählt werden. Anders als in den untersuchten Printmedien werden hier nicht alle Beiträge lückenlos erfasst, sondern nur jene, welche im öffentlichen Diskurs nennenswerte Interaktionsraten (mehr als 100 Interaktionen) generieren und so verstärkt meinungsbildend sind. Das Interaktionsniveau (Postings, die z.B. geliked, geteilt oder kommentiert werden) ist Gradmesser dafür, ob ein Posting mehr oder weniger Menschen erreicht und so Impact schaffen kann. Die Social-Media-Analyse umfasst die Youtube-, Facebook-, Twitter- und

Instagram-Postings öffentlicher Player und Organisationen mit entsprechend hohem Interaktionsaufkommen.

Was Inklusion eigentlich bedeutet

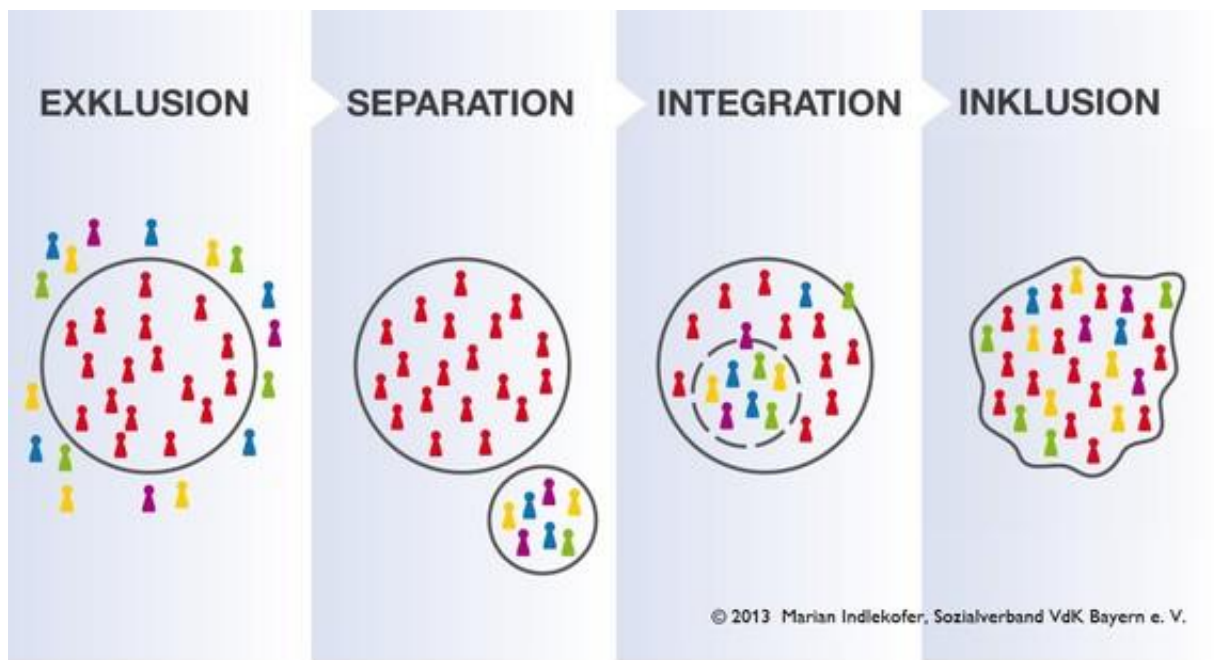
„Behinderung“ – ein Definitionsversuch

In der UN-Behindertenrechtskonvention wird im Artikel 1 Satz 2 eine Definition der Begriffe „Behinderung“ und „Menschen mit Behinderung“ versucht: „Menschen, die langfristige körperliche, seelische, geistige oder Sinnesbeeinträchtigungen haben, welche sie in Wechselwirkung mit Barrieren an der vollen, wirksamen und gleichberechtigten Teilhabe an der Gesellschaft hindern können.“ Diese Beschreibung folgt dem Menschenrechtlichen Modell (vgl. BMSGPK, 2022) von Behinderung, welches hervorstreicht, dass Behinderung nicht die Eigenschaft einer Person ist, sondern vielmehr es ein soziales Phänomen, in das Handlungen und Unterlassungen der Gesellschaft einfließen: „Behinderung [entsteht] aus der Wechselwirkung zwischen Menschen mit Beeinträchtigungen und einstellungs- und umweltbedingten Barrieren [...], die sie an der vollen, wirksamen und gleichberechtigten Teilhabe an der Gesellschaft hindern“ (ebd., S. 12).

Die Grenze zwischen Krankheit und Behinderung ist oft nicht klar ersichtlich, manchmal fließend und auch in den Medien nicht immer mit Gewissheit zu ziehen. Für die Medienmarktanalyse sind hier die beiden Kriterien „längerfristige Beeinträchtigung“ und die „Wechselwirkung mit Barrieren“ ausschlaggebend. So werden in dieser Medienanalyse auch chronische Krankheiten berücksichtigt, wenn die beiden oben genannten Kriterien erfüllt werden und Teilhabe oder Lebensalltag der Betroffenen thematisiert werden.

Inklusion ist etwas anderes als Integration

Menschen mit Behinderungen werden oft bewusst oder unbewusst an der Teilhabe am gesellschaftlichen Leben gehindert, durch Spezialeinrichtungen vom nichtbehinderten Teil der Gesellschaft getrennt, durch eingeschränkte Barrierefreiheit oder Vorurteile ausgeschlossen. Das soll durch eine reformierte Behinderten- und Inklusionspolitik verändert werden. „Die Kernaussage der UN-Behindertenrechtskonvention ist der Schutz von Menschen mit Behinderungen vor Diskriminierungen und Ausgrenzungen durch die Gewährleistung und Verwirklichung der unveräußerlichen Menschenrechte.“ (Sozialverband VdK Bayern, 2013).



Quelle: Indlekofer, 2013

Jede Art der Exklusion (Ausgrenzung) oder Separation (Absonderung in eigene Gruppen) – etwa durch Sonderschulen, geschützte Werkstätten, Spezialkindergärten, Barrieren in öffentlichen Gebäuden oder fehlendem Zugang zur Teilhabe an der Gesellschaft, Information, et cetera – widerspricht der Rechtslage und diskriminiert Menschen mit Behinderung. Die Integration behinderter Menschen ist ein erster zentraler Schritt, geht letztlich aber zu wenig weit. Integration bedeutet, dass Menschen mit Behinderung (z.B. eine Schülerin) in ein bereits „existierendes System“ (z.B. Grundschule) aufgenommen werden, ohne dass sich die Struktur dabei „substanziell“ verändert. Menschen mit Behinderung müssen sich in diesem bereits existierenden – und meist auf nichtbehinderte Menschen ausgerichteten System – zurechtfinden und sich entsprechend anpassen.

„Die Integration will die Außengruppen (Anm. Menschen mit Behinderungen) mit aufnehmen und versucht, einzelne Menschen direkt in das Mehrheitssystem zu integrieren. Dabei denkt man jedoch in zwei Gruppen: Mehrheitsgruppen (Normale) und Außengruppe (zu integrierende Menschen / Menschen mit Behinderung). Bei der Integration wird somit entschieden, wer nun integrierbar ist und teilnehmen darf oder wer draußen bleiben muss.“ (Sozialverband VdK Bayern, 2013)

Inklusion geht im Vergleich zur Integration einen entscheidenden Schritt weiter. Sie umfasst das Bemühen um Rahmenbedingungen in einem System, welche allen Menschen die Teilhabe an diesem System ermöglichen, in dem sie gleichberechtigt sind und Selbstbestimmung einen zentralen Wert darstellt (vgl. ebd.). Der Abbau von Barrieren ist in diesem Fall zentral. Aus Sicht der Konvention stellt sich deshalb nicht die Frage, wer integrierbar ist und wer nicht, sondern welche Rahmenbedingungen verändert und welche Barrieren abgebaut werden müssen, um Aussonderung und Diskriminierung zu beenden.

Die Rolle der Politik

Reform der Behindertenpolitik in Österreich – hohe Ziele, viele Hürden

Die Generalversammlung der Vereinten Nationen (UN) hat am 13. Dezember 2006 in New York das Übereinkommen über Rechte von Menschen mit Behinderungen verabschiedet. Es handelt sich um ein internationales, völkerrechtliches Übereinkommen, durch welches sich teilnehmende Staaten verpflichten, „alle geeigneten Maßnahmen zur Beseitigung der Diskriminierung aufgrund von Behinderung durch Personen, Organisationen oder private Unternehmen zu ergreifen“ (Art. 4 Abs. 1). 2008 ist in Österreich die UN-Behindertenrechtskonvention (UN-BRK) ratifiziert worden. Angestrebt wird darin eine inklusive Gesellschaft, ohne Aussonderung, ohne Barrieren und Benachteiligungen für alle Menschen mit Behinderungen. Partizipation, Selbstbestimmung und die Rechte des Individuums stehen dabei im Vordergrund. Um dieses ambitionierte Ziel zu erreichen, hat die österreichische Bundesregierung im Jahr 2012 einen „Nationalen Aktionsplan Behinderung“ (NAP Behinderung – NAP 2012-2020) formuliert.

Der Nationale Aktionsplan gilt als Rahmen für die österreichische Behindertenpolitik auf Bundesebene. In Anlehnung an die UN-Konvention formuliert der NAP-Behinderung einige Ziele, die als wesentliche Säulen für eine zeitgemäße Behindertenpolitik und eine inklusive Gesellschaft erachtet werden und Schritt für Schritt umgesetzt werden sollen: Dazu gehören Inklusion und Teilhabe, Barrierefreiheit, Disability Mainstreaming, Chancengleichheit und Gleichstellung, finanzielle Absicherung, Selbstbestimmung, Selbstvertretung, Partizipation und die Bewusstseinsbildung (vgl. BMASK, 2016, S. 9). Um diesen Strategieplan umzusetzen, braucht es die Implementierung der UN-Behindertenrechtskonvention auf zahlreichen Ebenen und eine möglichst breite Partizipation von Zivilgesellschaft, Selbstvertreter:innen und Behindertenvertretungen, NGOs, etc. – aber auch Unternehmen und öffentliche Institutionen haben eine starke Hebelwirkung, weil sie vor allem im Alltag der Menschen zur Inklusion entscheidend beitragen oder diese erschweren können.

Nachdem einige zentrale Inklusionsziele des NAP 2012-2020 verfehlt wurden oder bis dato noch nicht vollständig umgesetzt sind, wurde im Sommer 2022 der Entwurf eines neuen Nationalen Aktionsplan NAP 2022-2030 (NAP II) zur Begutachtung veröffentlicht und im Juli 2022 im Ministerrat beschlossen. Der NAP II wird von Behindertenvertreter:innen teils heftig kritisiert.

Behindertenpolitik als Querschnittsmaterie in Österreich

Die gesamtstaatliche Koordination der Umsetzung der UN-Behindertenrechtskonvention obliegt grundsätzlich dem Sozialministerium. Behindertenpolitik stellt am politischen Parkett aber eine typische Querschnittsmaterie dar. Sie betrifft alle Ressorts auf Bundesebene und zu einem wesentlichen Teil auch die Bundesländer und Gemeinden. Die Umsetzung der UN-Behindertenrechtskonvention wird von einem eigens eingerichteten Bundes-Monitoringausschussⁱⁱ überwacht.

Die Rolle der Medien

Bewusstseinsbildung als zentrale Basis

Die UN-Behindertenrechtskonvention setzt neue Maßstäbe in der Behindertenpolitik. Neben zentralen Punkten, wie Barrierefreiheit oder Inklusion in der Bildung und am Arbeitsmarkt, wird vor allem die Bewusstseinsbildung als wesentliche Säule für Inklusion hervorgehoben. Sie ist auch einer jener Bereiche, für den im Nationalen Aktionsplan alle Bundesministerien verantwortlich zeichnen.

Die Wichtigkeit erklärt sich schon allein darin, dass Inklusion weder in der Schule noch am Arbeitsmarkt oder die gleichberechtigte Teilhabe am Gesellschaftsleben funktionieren kann, wenn Stereotype und Vorurteile, die von Angst, Abwehr und Mitleid geprägt sind, das Bild von Menschen mit Behinderungen verzerren. Es braucht laut Peter Radtke (2006, S. 121) ein „unverkrampftes Verhältnis“ und ein Ebenen der „Kluft zwischen den beiden Gesellschaftsgruppen“ (Anm.: zwischen Menschen mit und ohne Behinderung), damit eine inklusive Gesellschaft gelingen kann. Im Kontext Bewusstseinsbildung hat die Politik mit Öffentlichkeitsarbeit, Kampagnenumsetzungen aber primär auch politischem Engagement eine zentrale Rolle.

Neben der Politik tragen darüber hinaus vor allem die Medienhäuser Verantwortung für die Bewusstseinsbildung in der breiten, gesamtgesellschaftlichen Öffentlichkeit. Im Zuge der ersten Staatenprüfung Österreichs zur Umsetzung der UN-Behindertenrechtskonvention äußerte sich der prüfende Ausschuss dazu sehr kritisch: „Der Ausschuss stellt mit Besorgnis fest, dass in Österreich anscheinend sehr wenige bewusstseinsbildende Kampagnen durchgeführt werden, um negativen und überholten Stereotypen über Personen mit Behinderungen entgegenzuwirken, die Diskriminierung schüren. Der Ausschuss ist besorgt, dass innerhalb der gesamten österreichischen Gesellschaft kein umfassendes Verständnis für den Paradigmenwechsel zu bestehen scheint, der durch den Menschenrechtsansatz im Übereinkommen ausgelöst wurde.“ (BMASK, 2013, S. 7) Der prüfende Ausschuss empfiehlt daher, „Initiativen zur Bewusstseinsbildung zu ergreifen, um das veraltete Wohltätigkeitsmodell im Bereich Behinderung und die Wahrnehmung, dass Personen mit Behinderungen des Schutzes bedürfen, wirksam zu verändern sowie Anstrengungen zu unternehmen, um ein positives Bild von Personen mit Behinderungen als Menschen, die mit allen im Übereinkommen anerkannten Rechten ausgestattet sind, zu stärken.“ (ebd.)

Für gesellschaftliche Veränderungen – egal, ob es um Themen wie Gendergerechtigkeit oder Klimaschutz geht – ist Bewusstseinsbildung die zentrale Basis und ein starker Katalysator für ein gesamtgesellschaftliches Umdenken. Das trifft auch auf das Thema Inklusion zu. Hier braucht es neben einem gesetzlichen Rahmen in einem ersten Schritt vor allem Bewusstseinsbildung, Information, Aufklärung und positive Vorbilder, damit Veränderung stattfinden kann und diese gesamtgesellschaftlich mitgetragen wird. Medien sind in diesem Bereich zentrale Multiplikatoren.

Medien als Multiplikatoren und Meinungsbildner

„Was sogenannte Nichtbehinderte über Menschen mit einer Behinderung wissen, erfahren sie in der Regel aus Medien. Unter diesen Umständen ist es entscheidend, welches Menschenbild ihnen dort vermittelt wird.“ (Radtke, 2006, S. 122) Medien haben in einer Gesellschaft wichtige Funktionen. Sie stellen Informationen bereit und tragen zur Meinungs-

und Bewusstseinsbildung bei (vgl. Wilke, 2012). Medien erlauben Menschen, sich Wissen anzueignen, sich beispielsweise ein Bild oder eine Meinung über eine Sache, über nicht persönlich bekannte Personen, Kulturen oder politische Player zu bilden. Ohne Medien wäre das nicht oder zumindest nicht in dem Ausmaß möglich. Wissend um die Wirkungsstärke von Medien, fordert die UN-Behindertenrechtskonvention in Artikel 8 alle Medienorgane auf, Menschen mit Behinderungen in einer dem Zweck des Übereinkommens entsprechenden Weise darzustellen.

Gerade Menschen mit Behinderungen gegenüber existieren Vorurteile, Ängste und Furcht vor Begegnung in den Köpfen vieler Menschen. Eine Erklärung dafür mag der fehlende Kontakt zwischen Menschen mit und ohne Behinderungen sein (vgl. Radtke, 2006, S. 121) sowie die Tatsache, dass sich Menschen mit Behinderungen oft in Parallelwelten bewegen (müssen!). Kinder mit Behinderungen wurden und werden in Sonder-Kindergärten untergebracht, besuchen immer noch zu häufig Sonderschulen und bleiben auch als Erwachsene in Werkstätten für behinderte Menschen untereinander. Hier gibt es bereits einige Verbesserungen, aber diese aussondernden Strukturen sind in Österreich historisch gewachsen und fest verankert und führen dazu, dass Menschen mit Behinderungen – auch abseits von physischen Barrieren – von der Mehrheitsgesellschaft abgesondert werden. Im Alltag gibt es oftmals noch zu wenig Berührungspunkte zwischen Menschen mit und ohne Behinderungen. Das fördert das Denken in Schubladen und nährt Vorurteile. Medien können durch Art und Umfang der Berichterstattung, durch Tonalität, Bildauswahl und Themensetting maßgeblich dazu beitragen, tradierte Rollenklischees und einzementierte Vorurteile aufzubrechen.

Die Gesellschaft – nicht das Individuum – steht im Zentrum!

Die UN-Behindertenrechtskonvention streicht in den Artikeln 1 und 3 die Notwendigkeit der Achtung der Menschenrechte und die Gewährleistung von Chancengleichheit und Partizipation von Menschen mit Behinderungen hervor. Vielfalt ist positiv – dieser Grundgedanke zieht sich durch die gesamte Konvention, und Menschen mit Behinderungen repräsentieren die Vielfalt des Menschseins, durch die Innovation und Fortschritt möglich sind. Im Sinne der UN-Behindertenrechtskonvention muss sich eine Gesellschaft in eine Richtung verändern, die sie nicht ausgrenzt, etwa durch Barrieren oder Diskriminierung, sondern inklusiv wird. Das entspricht weitgehend dem in den Disability Studies bekannten „Sozialen Modell“, welches besagt, dass Behinderung nicht durch eine körperliche oder geistige Beeinträchtigung stattfindet, sondern durch „systematische Ausgrenzungsmuster“ in der Gesellschaft und Barrieren in der Umwelt. Es gilt also, nicht primär eine Behinderung durch Medizin, Psychologie oder Hilfsmittel zu „heilen“, sondern entsprechende gesellschaftliche Rahmenbedingungen zu bieten, die Inklusion möglich machen (vgl. Priestley, 2003, S.31ff). Oder kompakt formuliert: „It is not about fixing people but about fixing society.“ (Walker zit. n. Schulze, 2011, S. 15).

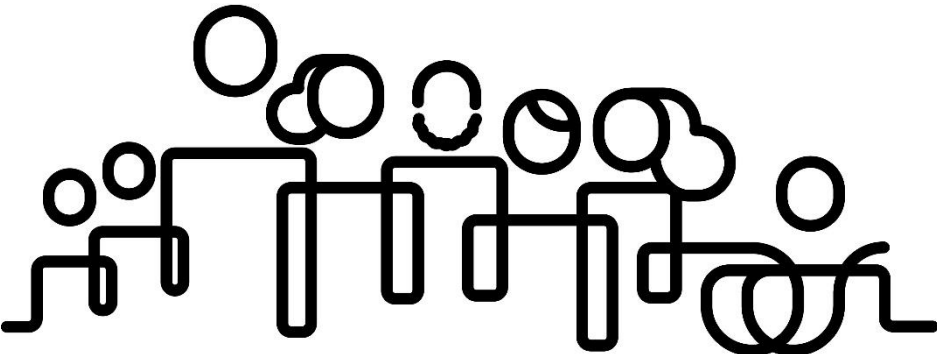
Doch gerade in der medialen Berichterstattung kommt es häufig vor, dass einzelne „Schicksale“ oder einzelne Player überdimensional starke Aufmerksamkeit erfahren (etwa nach einem spektakulären Unfall oder im Charity-Kontext). Das sind in der Regel jene Geschichten, die sich in Medien besonders gut vermarkten lassen, nicht jedoch dem Sozialen Modell von Behinderung entsprechen. In der Regel bleibt es bei diesen Geschichten bei der individuellen Sicht, verallgemeinernde Lösungen für andere Betroffene oder strukturelle Fragen werden nur selten thematisiert.

Medien als Barometer gesellschaftlicher Entwicklungen

Artikel 8 der UN-Behindertenrechtskonvention beschäftigt sich mit der Bewusstseinsbildung und damit auch mit der medialen Darstellung von Menschen mit Behinderungen. Dieser fordert eine Abkehr von klischeehaften Darstellungen (z.B. Held:in vs. Opfer) und Vorurteilen bei der medialen Inszenierung von Menschen mit Behinderungen. Menschenrechte und Würde stehen im Vordergrund (Art. 8 Abs. 1). Darüber hinaus soll mittels Kampagnen und angemessener Berichterstattung (Art. 8 Abs. 2) eine positive Wahrnehmung von Menschen mit Behinderungen und ein größeres gesellschaftliches Bewusstsein ihnen gegenüber gefördert werden.

Schließlich spiegelt die Berichterstattung in Medien Bilder und Vorstellungen über Menschen mit Behinderungen wider, wie sie aktuell in einer Gesellschaft präsent sind. Die Vereinten Nationen betonen daher die Wichtigkeit der systematischen Analyse von Medienberichterstattung, um Informationen zum Ist-Zustand einer Gesellschaft im Umgang mit behinderten Menschen zu erhalten: „collecting information through the media can help to monitor society’s attitudes towards persons with disabilities. Societal attitudes represent a barometer of sociocultural values and influence how people choose to act and respond to others. In the particular context of disability, negative attitudes have led to stereotyping, labelling and discrimination. These views play an important role in facilitating, or hampering, the enjoyment of human rights by persons with disabilities.“ (OHCHR, 2010, S. 44)

Abschnitt 2: Printmedien-Analyse



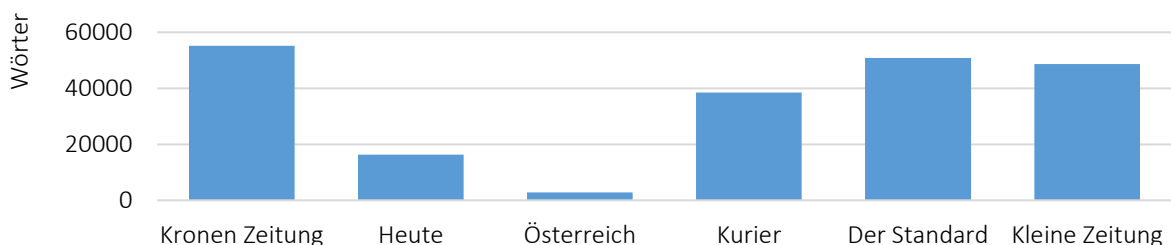
Medienrelevanz und Berichtsvolumen

Berichtsvolumen und Medienpräsenz

Für die Analyse sind die Präsenz von Menschen mit Behinderungen, aber auch der Raum, den das Thema Behinderung in der medialen Debatte einnimmt, wichtige Indikatoren für die Relevanz und die Wertigkeit des Themas und der Betroffenen in der Öffentlichkeit. Die grundlegenden Fragen sind dabei, ob Menschen mit Behinderungen in Massenmedien vorkommen, ob und wie sie wahrgenommen werden, aber vor allem auch, in welchem Ausmaß und in welchem Kontext Menschen mit Behinderungen dargestellt werden. Im Idealfall gelingt eine angemessene Repräsentanz. Tatsächlich fühlen sich Betroffene jedoch häufig nicht angemessen repräsentiert. Das hängt aber nicht nur mit dem niedrigen Berichtsvolumen zusammen, sondern vor allem auch mit der Art und Weise der Berichterstattung (vgl. Radtke, 2006, S.120).

Studienergebnisse zeigen, dass die Berichterstattung in Massenmedien Menschen mit Behinderung häufig ausklammert. Laut Statistik Austria leben 18,4 Prozent der österreichischen Bevölkerung mit einer Behinderung (vgl. BMASK, 2017, S. 239). Es gibt viele verschiedene Facetten von Behinderung, oft sind diese (optisch) nicht sofort bemerkbar. Gemessen an dieser hohen Zahl an Betroffenen ist das Berichtsaufkommen inklusionsrelevanter Themen sehr niedrig. Diesen Umstand hat bereits die MediaAffairs-Medienstudie aus dem Jahr 2015/2016 bestätigt. Trotzdem gibt es eine positive Entwicklung: Im Vergleich zur ersten Untersuchung ist das Berichtsvolumen aktuell im Jahr 2021/2022 um etwa ein Fünftel gestiegen. Dieser markante Anstieg ist grundsätzlich sehr erfreulich, wobei berücksichtigt werden muss, dass hier auch die durchaus umstrittene Charity-Berichterstattung maßgeblich zur hohen Präsenz beiträgt. In den Untersuchungszeitraum fallen (wie bei der letzten Studie) auch die Paralympics, die einen übergroßen Teil der Berichtspräsenz ausmachen. Da aufgrund der Corona-Pandemie im Jahr 2021/2022 Sommer- und Winter-Paralympics stattfanden, wurden für diese Vergleichsdarstellungen die Berichterstattung der Winter-Paralympics herausgerechnet (diese werden dafür in einem eigenen Kapitel behandelt), um die Vergleichbarkeit zu gewährleisten. Es folgt in den nächsten Kapiteln eine detaillierte Aufschlüsselung der Themen und der Art der Inszenierung.

Abbildung 2: Berichtsvolumen in einzelnen Medien – ungewichtet, ohne Einberechnung der Reichweite



Quelle: MediaAffairs

Die Kronen Zeitung liegt beim Berichtsvolumen mit über 55.000 Wörtern an der Spitze der reichweitenstarken Medien. Es folgen Standard und Kleine Zeitung, welche allesamt relativ umfassend über Menschen mit Behinderung und Inklusionsthemen berichten. Der Kurier folgt mit knapp 40000 Wörtern. Weit abgeschlagen rangiert das Boulevardblatt Österreich, welches im Umfang von etwa 3000 Wörtern über den Themenkomplex berichtet. Im Vergleich dazu kommt das zweite Gratisblatt Heute auf 16000 Wörter.

Der Boulevard ist in der Regel weniger berichtsintensiv, dafür aber reichweitenstark. Dieser Umstand findet in dieser Auswertung seine Berücksichtigung. Nach Einberechnung der nationalen Reichweite holen die auflagenstarken Boulevardblätter bei Sichtbarkeit und Einfluss auf. Die Kronen Zeitung gilt unter den untersuchten Printmedien im Themenkontext als am stärksten meinungsbildend – weniger Österreich und Heute, beide gewinnen erst durch ihre hohe Reichweite an Gewicht. Durch die stark unterdurchschnittliche Präsenz von Menschen mit Behinderungen vor allem in der Zeitung Österreich wird in diesem, insbesondere im urbanen Raum verbreiteten Gratismedium ein Gesellschaftsbild vermittelt, in dem Menschen mit Behinderungen weitgehend unsichtbar bleiben. Die Kronen Zeitung, aber insbesondere auch die Kleine Zeitung, Standard und Presse heben sich durch ein vergleichsweise breites Themenspektrum und ein überdurchschnittlich hohes Berichtsvolumen deutlich ab.

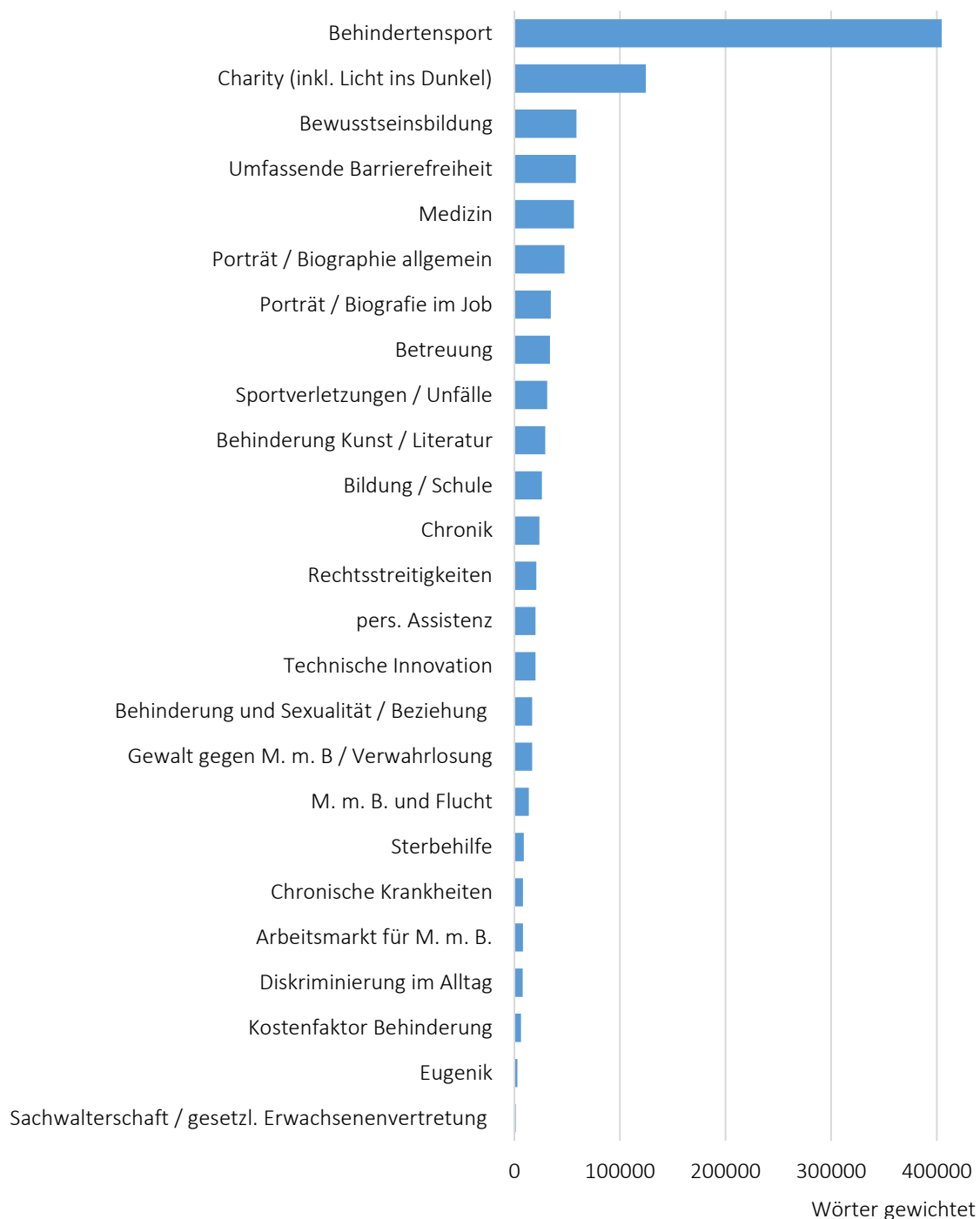
Die Themenlandschaft

Dominanz von Charity und Behindertenhochleistungssport

Eines vorweg: Die Berichterstattung über Menschen mit Behinderung kreist hauptsächlich um zwei große Bereiche: den Behindertenprofisport (überwiegend im Rahmen der Paralympics) und die Charity-Berichterstattung. Allein diese beiden Themen sorgen für 49 (!) Prozent der Gesamtberichterstattung eines Jahres. Die starke Fokussierung ist bemerkenswert, hat aber Tradition. Bereits in der Studie 2015/2016 rangieren diese beiden Themen im Spitzenfeld. Behindertensport und Charity sind für Medien offensichtlich besonders attraktiv, weil hier spannende, emotionsgeladene Geschichten erzählt werden können. Inszenierung und Aufbereitung dieser beiden Themen folgen dabei oft konträren Mustern, auf die später noch konkreter eingegangen wird. Insbesondere beim Parasport gibt es medienübergreifend viele mitreißende, emotionale Geschichten über „Held:innen“, die trotz Behinderung enorme Leistungen bringen und dafür gefeiert werden. Im Gegensatz dazu steht bei der Charity nicht die Bewunderung, sondern vielmehr das Mitleid im Mittelpunkt. Menschen mit Behinderung werden häufig emotionsgeladen in der Opferrolle gezeigt, Unternehmen, politische Player und Prominente dagegen finden sich in der Rolle der Unterstützer:innen, die für ihr soziales Engagement mit öffentlichkeitswirksamen Auftritten belohnt werden.

Diese traditionell starke Fokussierung auf die Inszenierung als „Held:innen“ und „Opfer“ in der Berichterstattung ist einer der Hauptkritikpunkte von Behindertenvertreter:innen und widerspricht der UN-BRK, die – wie eingangs erwähnt – vor allem eine alltagsnahe Berichterstattung und Inszenierung einfordert. Fakt ist: Weder die Paralympics, die Hochleistungssport von Spitzensportler:innen mit Behinderung ins Zentrum rücken, noch die Charity-Berichterstattung, die Menschen mit Behinderung als Bittsteller:innen inszeniert, genügen diesem Anspruch. In der Regel kommen bei diesem stark individualisierten Fokus auf einzelne Sportler:innen oder Spendenempfänger:innen die Alltagssituationen von Menschen mit Behinderung, ihre Rechte und die Partizipation am gesellschaftlichen Leben zu kurz.

Abbildung 3: Top-Themen 25 allgemein

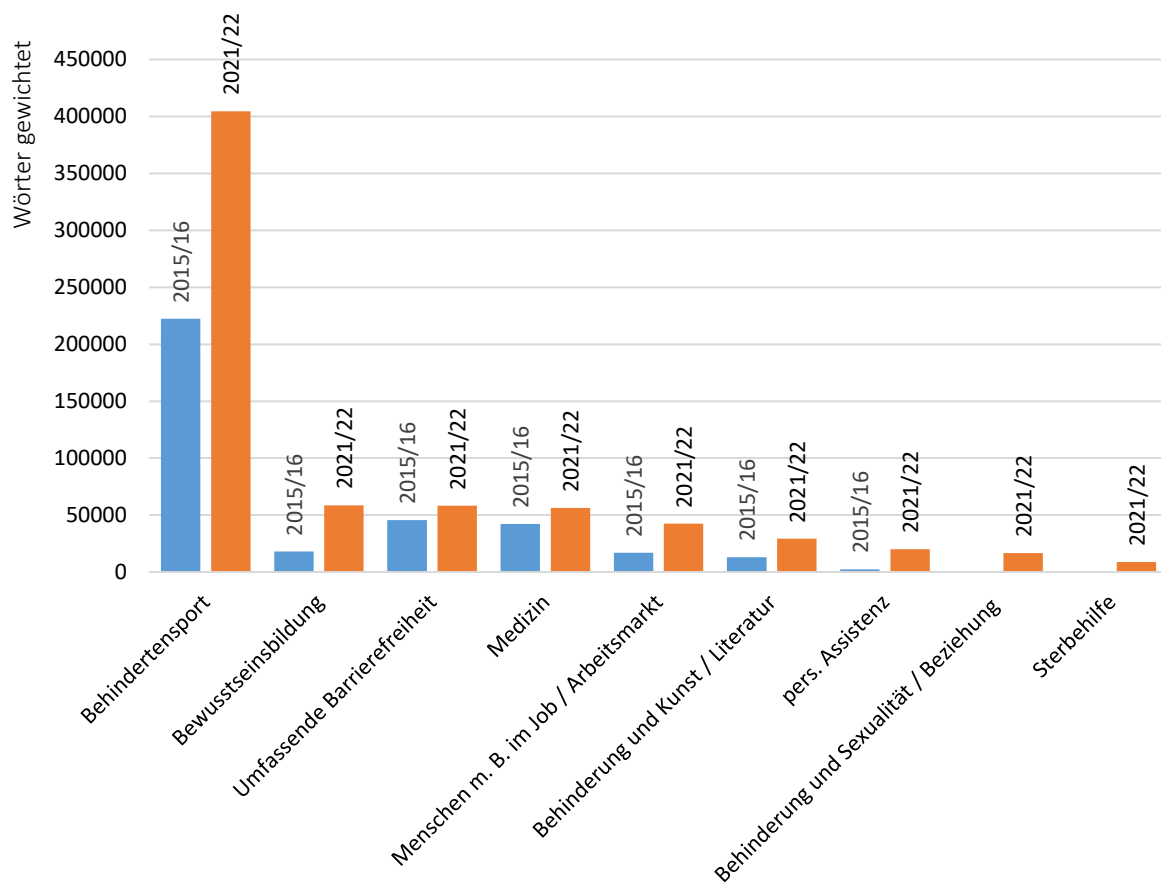


Quelle: MediaAffairs

Abseits von den sehr präsenten Themen Behindertensport und Charity bleiben viele Themen einer breiten Zielgruppe verborgen, weil sie in der Fülle an Berichterstattung in den Massenmedien tendenziell untergehen. Nichtsdestotrotz sind in einigen Bereichen doch bemerkenswerte Steigerungen der Berichtspräsenz festzustellen. Den höchsten Zugewinn gibt es bei persönlicher Assistenz, hier hat sich die Debatte seit 2015/2016 verachtfacht. Zu den größten Gewinnerthemen in der medialen Debatte gehört insbesondere auch die Bewusstseinsbildung, wo sich die Berichterstattung verdreifacht hat und das Thema aktuell

unter den Top 3 rangiert. Darüber hinaus sind umfassende Barrierefreiheit, Betreuung und Pflege daheim und in Institutionen, Porträts über Menschen mit Behinderung in ihren Jobs/in ihrer Profession, Behinderung & Kunst/Kultur oder Behindertensport weitere Bereiche, die aktuell deutlich mehr mediale Aufmerksamkeit erreichen. Auch juristische Fälle und Rechtsstreitigkeiten werden verstärkt im medialen Raum untergebracht. Besonders stark wächst auch die Medienresonanz beim Thema Eugenik, hier ist das Berichtsvolumen über siebenmal höher als noch 2015/2016. Das Thema Sterbehilfe wird medial viel intensiver behandelt, ebenso das Thema Flucht/Vertreibung von Menschen mit Behinderung aus aktuellem Anlass. Beide Themen fanden im früheren Untersuchungszeitraum kaum medialen Diskurs.

Abbildung 4: Top-Aufsteigerthemen seit 2015/16



Quelle: MediaAffairs

Zu den klaren Verliererthemen gehören andererseits die gesetzliche Erwachsenenvertretung, das Thema Wohnen und die finanzielle Absicherung/Situation von Menschen mit Behinderung. Letztere lagen bereits 2015/2016 weit unter der Wahrnehmungsschwelle, verlieren aktuell aber weiter an Bedeutung im medialen und vor allem auch im politischen Diskurs.

Raum für positive Entwicklungen und Bewusstseinsbildung

Gleichzeitig sind aber einige sehr positive Entwicklungen in der Berichterstattung feststellbar. So gibt es diesmal beispielsweise eine größere Themenvielfalt. War die Berichterstattung 2015/2016 neben Behindertensport und Charity noch stark von individueller Einzelfallberichterstattung über Sportunfälle dominiert (damals vor allem jene dramatischen Unfälle von Leichtathletin Kira Grünberg, TV-Star Samuel Koch, der in einer Fernseh-Liveshow verunglückte, oder Skispringer Lukas Müller), ist im aktuellen Untersuchungszeitraum relativ mehr Raum für die gesamtgesellschaftliche Perspektive gegeben und für Porträts von Menschen mit Behinderung. Auch findet sich das Thema Bewusstseinsbildung diesmal sehr prominent unter den medial meistgesetzten Themen. Darunter fallen Berichte über Aufklärungsarbeit durch Betroffene und Veranstaltungen, Projekte an Schulen und in Unternehmen, Rolemodels und Positivbeispiele gegen Barrieren in den Köpfen und für mehr Bewusstseinsbildung. Hier einige Beispiele:

*„Abschiednehmen von Grenzen im Kopf“ – Bericht über das InTaKT-Festival in der Steiermark
(Kleine Zeitung, 26.10.2021)*

*„Ein Raum für alle“ – Projekt Andererseits: Menschen mit und ohne Behinderung schreiben und podcasten. Das Wiener Medienprojekt will zeigen, dass Journalismus dringend inklusiver werden muss
(Der Standard, 24.09.2021)*

*„Komm, tanz mit mir“ – Kunstprojekt in einer Volksschule schafft es, dass zwischen Kindern mit und ohne Behinderung keine Berührungspunkte entstehen
(Kurier, 11.08.2022)*

Medien können mit respektvoller Aufbereitung auch durch andere Themenschwerpunkte positiv zur Bewusstseinsbildung beitragen. Hier passiert messbar mehr als früher, dennoch sind diese Beiträge nach wie vor nur punktuell zu finden und können daher in der breiten Bevölkerung auch nicht so stark rezipiert werden. Einen sehr hohen Stellenwert in den Medien erreichen diesmal juristische Aufbereitungen und Begleitungen von Fällen, wo Menschen mit Behinderung direkt oder indirekt Diskriminierungen ausgesetzt sind. Die mediale Auseinandersetzung mit Rechtsstreitigkeiten weist auf Missstände hin und schärft das Bewusstsein für Menschenrechte oder Ansprüche von Betroffenen und zeigt, wo man sich gegebenenfalls Hilfe holen kann.

Auch Porträts und Beiträge über Menschen mit Behinderung im Job finden diesmal verstärkt Einzug in die Berichterstattung und können als Best-Practice-Beispiele Barrieren und Vorurteile am Arbeitsmarkt oder in der Gesellschaft aufbrechen. Es zeigt sich darüber hinaus eine stärkere Auseinandersetzung mit Menschen mit Behinderung und dem Thema Inklusion in Kunst und Kultur – so gibt es immer mehr Filme, Serien oder Theaterstücke, wo Menschen mit Behinderung Schlüsselrollen übernehmen. Verstärkte Resonanz erzeugen auch einzelne bisher stark tabuisierte Themen. Der Wunsch nach sexueller Selbstbestimmung, Sexualbegleitung und -assistenz bis hin zur Partnersuche hat noch 2015/2016 fast keinen Niederschlag gefunden, aktuell taucht das Thema medial bereits öfter auf. Einzelne Beispiele zeigen, dass in Medien diesmal grundsätzlich eine inhaltlich breitere, offener geführte Auseinandersetzung mit inklusionsrelevanten Themen passiert als noch vor einigen Jahren.

Barrierefreiheit und selbstbestimmtes Leben

Der mediale Aufwärtstrend hin zu mehr inklusionsrelevanten Themen zeigt sich außerdem in mehr Berichten zur Barrierefreiheit. Das Recht auf umfassende Barrierefreiheit wird in der UN-BRK in den Artikeln 9 und 21 geregelt. Barrierefreiheit ist demnach dann gegeben, wenn für möglichst alle Menschen Zugang und Teilhabe ohne besondere Erschwernis und grundsätzlich ohne fremde Hilfe möglich sind. Dabei umfasst Barrierefreiheit weit mehr als baulich-technische Maßnahmen (wie etwa die Errichtung von Rollstuhlrampen). Eine umfassende Barrierefreiheit ermöglicht den uneingeschränkten Zugang zu Informationen, Schul- und Berufsausbildung, dem gesamten Freizeit-, Konsum- und Dienstleistungsbereich, Kommunikationstechnologien und Medien oder dem Sport- und Tourismusangebot (vgl. BMSGPK, 2019).

In der medialen Debatte werden beide Bereiche – die baulich-technischen Maßnahmen ebenso wie die uneingeschränkte Barrierefreiheit zur Information und Unterhaltung – eher punktuell, aber häufiger als noch 2015/2016 aufgegriffen. Die Gesamtheit der Artikel spannt thematisch einen Bogen vom Fehlen barrierefreier Toiletten in öffentlichen Gebäuden bis hin zum Einsatz von leichter Sprache in der News-Aufbereitung der Medienhäuser. Umfassende Barrierefreiheit ermöglicht nicht nur die stärkere Teilhabe von Menschen mit Behinderung am öffentlichen Leben, am Arbeitsmarkt oder bei Freizeitaktivitäten, sie ist in puncto Teilhabe auch ein Plus für andere Gruppen wie beispielsweise ältere Menschen, Menschen mit Sprachbarrieren, für Kinder oder Personen, die etwa mit Kinderwägen unterwegs sind. Auch wenn Barrierefreiheit als Menschenrecht fixiert ist, kennt das Bundes-Behindertengleichstellungsgesetz (BGStG) eine Reihe von Ausnahmen, die dann schlagend werden, wenn die Herbeiführung der Barrierefreiheit zu unverhältnismäßigen Belastungen führen würde (§ 6 des BGStG).

Ein anderes Thema im Zusammenhang mit Teilhabe ist die persönliche Assistenz. Persönliche Assistenz umfasst verschiedene Dienstleistungen und Unterstützungsarbeiten, die Menschen mit Behinderung die selbstbestimmte Teilhabe und Gestaltung am Arbeitsplatz, im Lebensalltag und der Freizeitgestaltung ermöglichen. Noch vor Jahren kaum thematisiert, steigt aktuell das mediale Interesse am Thema. Die persönliche Assistenz ist in der Realität immer noch wenig umgesetzt. Verschiedene Zuständigkeiten und dadurch auch eine gewisse Intransparenz, aber auch der Personalmangel erschweren mitunter eine Inanspruchnahme von Persönlicher Assistenz. Der Bund ist zuständig für persönliche Assistenz am Arbeitsplatz sowie in der schulischen Ausbildung. Auf die persönliche Assistenz am Arbeitsplatz gibt es allerdings keinen Rechtsanspruch, in den Bundesschulen hängt die Bewilligung vom Unterrichtsministeriums ab, beim Studium ist das Sozialministerium zuständig. In einigen Bundesländern wie in Tirol und der Steiermark gibt es Schulassistenten. Für die persönliche Assistenz in anderen Lebensbereichen sind die Länder verantwortlich. Somit liegt die Finanzierung von Persönlicher Assistenz weitgehend in der Hand der Bundesländer, die unterschiedliche Regelungen leben (vgl. Lebenshilfe Österreich, 2017, S. 1).

Krankheit & Tod interessieren und polarisieren

Das Thema Behinderung wird medial sehr häufig in Verbindung mit Medizin und Krankheit gebracht, wobei an dieser Stelle festgehalten werden muss, dass Behinderung nicht gleich Krankheit bedeutet und den stark negativen Blick auf Behinderung Inklusion jedenfalls kaum begünstigen wird können. Wie eingangs erwähnt, ist Behinderung als multidimensionaler

Begriff, als Zusammenspiel und Wechselwirkung von gesundheitlichen und sozialen Faktoren zu verstehen (vgl. Paternostro-Sluga, 2015). Unter dem Thema Medizin werden in den Medien verschiedene Behinderungsarten aus medizinischer Sicht beleuchtet, Behinderungen oder Krankheitsbilder erläutert, Symptome oder Behandlungen vorgestellt. Auch spielen technische Hilfsmittel und Innovationen (von der „intelligenten“ Prothese über High-Tech-Hörimplantate bis hin zum Exoskelett) eine ähnlich präsente Rolle wie Rechtsstreitigkeiten oder die persönliche Assistenz. Daraus werden medial oft Geschichten kreiert, in denen ein Hauch von Science Fiction mitschwingt. Letztlich geht es darum, Behinderungen und körperliche Einschränkungen mit technischen Hilfsmitteln auszugleichen oder zu „überwinden“. Immer wieder wird auch direkt oder indirekt thematisiert, wie bestimmte Behinderungen „geheilt“ werden können.

Beobachtbar ist auch ein starker Fokus auf Leid und Tod. Eine bemerkenswert große Rolle nimmt im medialen Kontext diesmal das Thema Sterbehilfe für Menschen mit Behinderung ein, ausgelöst durch den medial breit gestreuten assistierten Suizid einer betroffenen Frau mit Behinderung. Zur Einordnung: Das Thema erreicht medial deutlich mehr Aufmerksamkeit als beispielsweise die Debatte um die Arbeitsmarktsituation von Menschen mit Behinderung oder deren finanzielle Absicherung, was eine polarisierende Schlagseite zum Vorschein bringt. Dieser neu aufflammende Fokus auf Lockerung der Sterbehilfe ist durchaus umstritten und liefert seit Jahrzehnten hochemotionale Debatten zwischen Gegner:innen und Befürworter:innen. Nachdem der Verfassungsgerichtshof in Österreich im Jahr 2020 das Verbot der Hilfe zur Selbsttötung für verfassungswidrig erklärt hatⁱⁱⁱ, plädiert beispielsweise die Bioethik-Kommission für eine Lockerung beim assistierten Suizid, es soll Straffreiheit in Ausnahmefällen geben. Zahlreiche Behindertenvertreter:innen (vgl. Oechsner, 2020) sprechen sich klar gegen diese Lockerung aus, weil sie befürchten, dass ein Leben mit Behinderung als weniger lebenswert eingestuft wird und sich Betroffene dadurch unter Druck gesetzt fühlen. Auch erkennen Gegner:innen dieser Lockerung einen klaren Widerspruch zum Artikel 10 der UN-Behindertenrechtskonvention, der den Staaten die Verpflichtung auferlegt, alle nötigen Maßnahmen zu treffen, damit das Recht auf Leben von Menschen mit Behinderung geschützt wird. In eine ähnliche Kerbe schlägt auch die Eugenik-Diskussion – insbesondere auch im Zuge der Debatte um Spätabtreibungen von Ungeborenen mit Behinderung, wo öffentlich unterschiedliche Positionen und Initiativen aufeinanderprallen.

Fakt ist, dass der relativ starke mediale Fokus auf Krankheit und Tod das öffentliche Bild von Behinderung beeinflusst und so auch mitkonstruiert. „Behinderung ist ein sozial und kulturell dynamisches Phänomen, das im Zusammenhang mit gesellschaftlichen und individuellen Konstruktionen und Rekonstruktionen bzw. Diskursen Bedeutsamkeit erlangt“ (Schönwiese, 2012). Neben historischen Bildern oder individueller Prägung wirken die in Medien reproduzierten Bilder von Behinderung. Schönwiese sieht in Darstellungsmustern, Repräsentationen und medialen Inszenierungen, welche das Leiden, den Tod, die Aussonderung, die Erlösung, etc. im Kontext Behinderung hervorstreichen, wirkungsstarke Beispiele einer „Schicksalskonstruktion von Behinderung“ (vgl. ebd.).

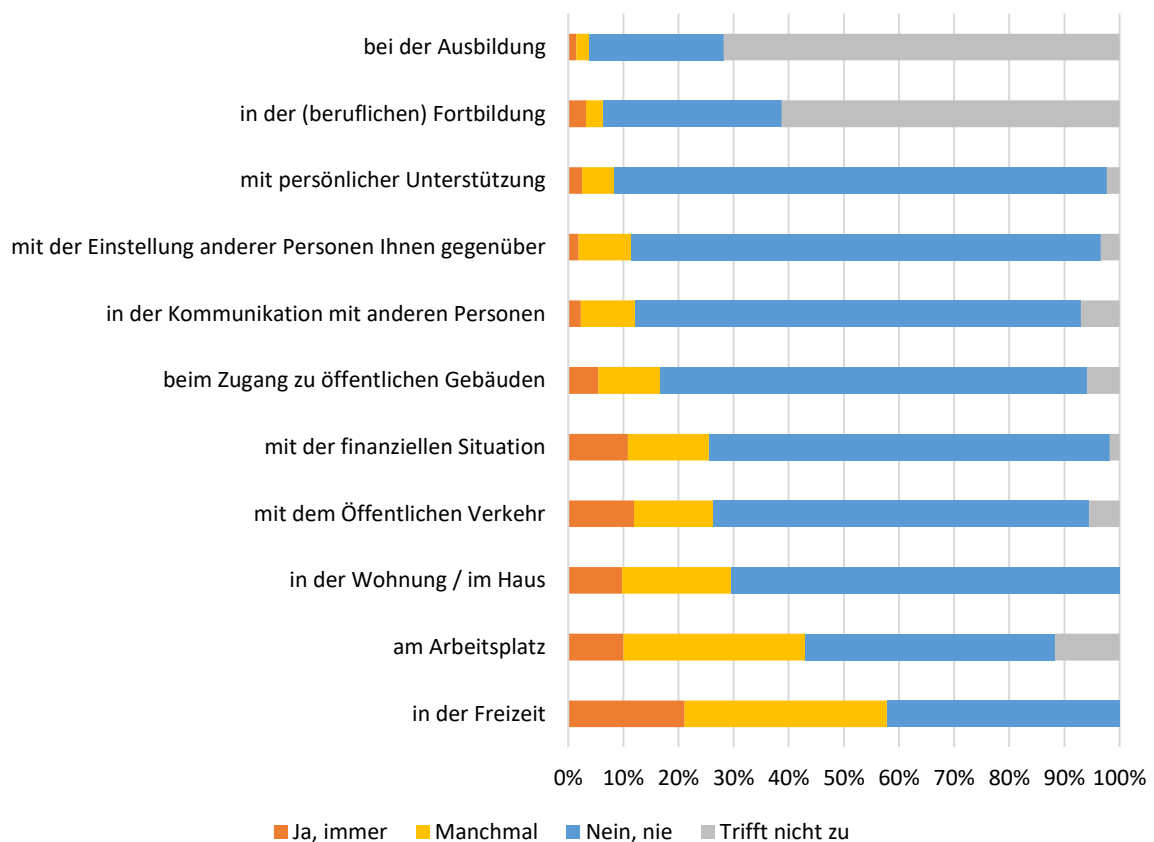
Nischenthemen – so manches fehlt!

Auch wenn es zum Teil markante Steigerungen beim medialen Interesse an einzelnen Themen gibt (der Hinweis auf das sehr niedrige quantitative Ausgangsniveau ist an dieser Stelle wichtig), bleiben inklusionsrelevante Themen in der öffentlichen Debatte insgesamt meist Nischenthemen. Das trifft nicht auf den paralympischen Profisport und die

Spendensammelaktionen zu. Diese erzeugen so viel und prominent besetzte Resonanz, dass sie der Aufmerksamkeit einer breiten Bevölkerung kaum entgehen. Aber andere Themen können diese Breitenwirkung nicht erreichen, obwohl sie für einen beträchtlichen Teil der Zielgruppe mit Behinderung wesentlich sind. Eine Mikrozensus-Erhebung der Statistik Austria zeigt, dass viele Menschen mit Behinderung aufgrund ihrer Beeinträchtigung gerade im Lebensalltag und bei gesellschaftlicher Teilhabe mit teils großen Herausforderungen konfrontiert sind. So geben 57 Prozent der Befragten an, dass sie Schwierigkeiten bei Freizeitgestaltung und Freizeitangebot haben; 43 Prozent erwähnen, dass es Probleme am Arbeitsplatz gibt. Bereits an dritter Stelle findet sich die Wohnsituation, wo fast 30 Prozent Schwierigkeiten verorten. Auch die finanzielle Situation ist für ein Viertel der Befragten immer oder manchmal belastend (vgl. Statistik Austria, 2017). Die genannten Alltagsherausforderungen Betroffener finden sich teilweise erst weit hinten im Ranking der öffentlich diskutierten Themen wieder – darunter einige Dreh- und Angelpunkte für eine inklusive Gesellschaft, wie der Arbeitsmarkt für Menschen mit Behinderung, die finanzielle Absicherung oder leistbares, barrierefreies Wohnen. Allesamt Themen, die alltäglich für Betroffene und Angehörige von essenzieller Bedeutung sind, aber gleichzeitig kaum von politischer oder medialer Seite aufgegriffen werden.

Abbildung 5: Benachteiligungen und Probleme aufgrund von konkreten Beeinträchtigungen

Haben Sie aufgrund Ihrer Beeinträchtigung Probleme...



Quelle: Statistik Austria, 2017

Arbeitsmarkt für Menschen mit Behinderung

Die bereits thematisierten Porträts von Menschen mit Behinderung im Jobkontext zeigen meist positive Beispiele, wie Inklusion am Arbeitsmarkt gelingen kann und was Menschen mit Behinderung leisten und beitragen können. Diese Sichtbarmachung kann Barrieren und Vorurteile bekämpfen und trägt dazu bei, dass Menschen mit Behinderung auch medial partizipieren können. Neben dieser Hervorstreichung individueller Fälle findet die gesamtgesellschaftliche und arbeitsmarktrelevante Debatte rund um Menschen mit Behinderung nur marginal statt. Entsprechend dem Inklusionsgedanken sollen Menschen mit Behinderung nach Möglichkeit am Arbeitsmarkt gleichberechtigt partizipieren können. Das passiert häufig nicht. Selbst wenn es in vielen Jobprofilen völlig nebensächlich ist, ob beispielsweise eine körperliche Einschränkung existiert, ist es für Menschen mit Behinderung tendenziell schwieriger, einen (adäquat bezahlten und guten) Job angeboten zu bekommen. Nach wie vor halten sich viele Vorurteile, welche die Arbeitsmarktsituation für Menschen mit Behinderung trotz grundsätzlichem Fachkräftemangel angespannt bleiben lassen und so Inklusion verhindern.

Es existieren seitens des Gesetzgebers allgemeine rechtliche Vorgaben (beispielsweise Regelungen für Barrierefreiheit) oder auch spezielle Begünstigungen und Anreize für die Einstellung von Menschen mit Behinderung. Hierunter fallen etwa für „begünstigte Beschäftigte“ (wenn 50 Prozent Beeinträchtigung nachgewiesen wurde) der ausgeweitete Kündigungsschutz oder besondere Fürsorgepflichten durch den Arbeitgeber. Solche Regelungen gepaart mit Vorurteilen und Angst vor dem Unbekannten sind nach wie vor Ausschlussgründe für Dienstgeber:innen. Nach dem Behinderteneinstellungsgesetz (BEinstG) gibt es in Österreich daher eine Beschäftigungspflicht von Menschen mit Behinderung: Ab 25 Beschäftigten muss auf je 25 Arbeitnehmerinnen oder Arbeitnehmer mindestens eine „begünstigte behinderte Person“ eingestellt werden. Passiert das nicht, müssen Ausgleichszahlungen abgeführt werden. Unternehmen können sich also durch eine Ausgleichstaxe „freikaufen“. 2019 gab es laut Sozialministeriumservice knapp 20.500 Dienstgeber, die gesetzlich dazu verpflichtet waren, Menschen mit Behinderung zu beschäftigen. Nur etwa 20 Prozent erfüllten diese Quote, der überwiegende Anteil der Dienstgeber (79 Prozent) kam dieser Regelung damals nicht nach und war daher verpflichtet, Ausgleichstaxen zu zahlen (vgl. Bundesamt für Soziales und Behindertenwesen, 2020, S. 8).

Die Erholung der Wirtschaft, gepaart mit dem gestiegenen Arbeitskräfte-/Fachkräftemangel, führt aktuell dazu, dass weniger Menschen mit Behinderung arbeitslos gemeldet sind. Im Jahr 2021 sind es etwas über 13.600 Personen, das entspricht einem Minus von 6,5 Prozent im Vergleich zum Jahr 2020. Der positive Arbeitsmarkttrend wirkt sich also auch auf die Arbeitsmarktsituation von Menschen mit Behinderung entschärfend aus, aber die Erholung bleibt weit hinter der Gesamtentwicklung zurück, wo ein Rückgang der Arbeitslosigkeit von 19 Prozent festgestellt wird (vgl. AMS, 2022). Die Gesamtlage ist aber komplexer, bereits die Feststellung der Arbeitsfähigkeit ist umstritten, kritisiert etwa der Behindertenrat. Die Feststellung der Arbeitsfähigkeit richtet sich nach einer „gesetzlich willkürlich festgesetzten 50-Prozent-Grenze und führt dazu, dass Jugendlichen mit erhöhtem Unterstützungsbedarf oftmals direkt nach der Schule Arbeitsunfähigkeit attestiert wird und sie damit de facto ihr ganzes Leben lang vom allgemeinen Arbeitsmarkt ausgeschlossen sind“ (Österreichischer Behindertenrat, 2019, S. 6).

Ein eigenes Kapitel, medial nur ein Randthema, stellen die sogenannten „Geschützten Werkstätten“ dar, wo Menschen mit Behinderung, die wegen Art und Behinderungsgrad nicht am allgemeinen Arbeitsmarkt andocken können, eine Beschäftigung finden. Jüngsten

Schätzungen zufolge sind in Österreich zirka 25.000 Menschen mit Behinderungen in „Geschützten Werkstätten“ beschäftigt (vgl. BMSGPK, 2022, S. 92). Die Volksanwaltschaft, aber auch Behindertenvertretungen kritisieren, dass trotz geregelter Arbeitszeiten und oft beträchtlicher Arbeitsleistung der Beschäftigten die Tätigkeit in Werkstätten nach der Rechtsprechung des OGH nicht als Arbeit qualifiziert ist. Dies hat neben der sozialversicherungsrechtlichen Komponente auch zur Folge, dass „Menschen mit Behinderung bei diesen Tätigkeiten keinen Anspruch auf adäquate Entlohnung, Arbeitnehmer:innenschutz, Urlaub oder betriebliche Mitbestimmung haben. In den Werkstätten erhalten die Beschäftigten für ihre Leistung keinen Lohn, sondern nur ein Taschengeld von wenigen Euro (Anm.: 5 Euro bis 200 Euro monatlich – in Ausnahmefällen freiwillig mehr). (...) Gerechtfertigt wird das „Taschengeld-Modell“ damit, dass in den Tagesstrukturen kostenintensive Betreuungen angeboten werden. Dies mag zwar auf mehrere Einrichtungen zutreffen. Aber in verschiedenen Einrichtungen werden Produktionsaufträge von privaten Unternehmen übernommen, Produkte in Geschäften verkauft und Überschüsse durch die Arbeit erwirtschaftet.“ (Volksanwaltschaft, 2019, S. 9). Zusammenfassend stellt die Volksanwaltschaft fest, dass Menschen mit Behinderung nicht ausreichend integriert sind, beziehungsweise es keinen inklusiven Arbeitsmarkt gibt, weshalb Betroffene auf eine Beschäftigung in geschützten Werkstätten angewiesen sind (vgl. ebd., S. 10).

Bildung & Schule

Mangelnde Inklusion am Arbeitsmarkt hängt untrennbar auch mit mangelnder Inklusion in der Gesamtgesellschaft zusammen und fußt unter anderem bereits auf mangelnder Inklusion in der Schule. Eine inklusive Schule kann ein Katalysator in Richtung inklusiver Gesellschaft sein, aber die aktuell existierenden Hürden und Herausforderungen (z.B. Personalmangel oder bauliche Maßnahmen) sind groß. Nicht zu unterschätzende Hürde sind aber auch hier die Vorurteile. Die Frage „Sonderschule, ja oder nein?“ polarisiert in der öffentlichen Debatte seit Jahrzehnten enorm, und von Medien wird dieses heikle Thema meist nur dann aufgegriffen, wenn es spezielle Anlassfälle gibt oder die Politik sich diesem Thema widmet.

Die Rechtslage ist hier eindeutig. Laut Artikel 24 der UN-BRK ist festgeschrieben, dass sich die Vertragsstaaten verpflichten, ein inklusives Bildungssystem zu gewährleisten, welches Menschen mit Behinderung mit unterschiedlichen Begabungen, Persönlichkeiten, Fähigkeiten ermöglicht, teilzuhaben und darin zu lernen und sich zu entfalten. Dabei dürfen Schüler:innen mit Behinderung nicht abgesondert und vom allgemeinen Bildungssystem ausgeschlossen werden. Es muss vielmehr gewährleistet werden, dass Menschen mit Behinderungen innerhalb des allgemeinen Bildungssystems die notwendigen Rahmenbedingungen und jene Unterstützungen vorfinden, die sie brauchen (UN-BRK Art. 24 Abs. 2). Soweit die Theorie, in der Praxis ist die inklusive Schule, die jedem Kind die Teilhabe ermöglicht, noch Utopie. Seit Langem werden Kinder mit körperlichen Behinderungen, Lernschwierigkeiten, Aufmerksamkeitseinschränkungen etc. von nicht-behinderten Kindern abgesondert und getrennt in Sonderschulen unterrichtet. Das Modell der Sonderschulen existiert nach wie vor, und Eltern können sich derzeit aussuchen (Anm.: wo dies demografisch möglich ist), ob ihr Kind – wenn bei diesem ein sonderpädagogischer Förderbedarf festgestellt wird – entweder an einer Sonderschule oder in einer Integrationsklasse in einer Regelschule unterrichtet werden soll (vgl. BMBWF 2019). Die Leitung des Verfahrens, ob ein sonderpädagogischer Bedarf feststeht, liegt bei den Bildungsdirektionen der Bundesländer. Im Schuljahr 2020/21 wurde in Österreich bei durchschnittlich 5,1 Prozent der Pflichtschüler:innen ein sonderpädagogischer Förderbedarf festgestellt. Die Unterschiede zwischen den einzelnen

Bundesländern sind hier groß (und auch nicht vollständig erklärbar) und reichen von 3,0 Prozent in Tirol bis zu 6,8 Prozent in Salzburg. Unterschiedlich ist auch, wie und wo Kinder mit Förderbedarf unterrichtet werden: Während in Kärnten fast 83 Prozent der betroffenen Kinder in einer Integrationsklasse gemeinsam mit Kindern ohne Behinderung unterrichtet werden, sind es in Wien lediglich 47 Prozent, der Rest wird in Sonderschulen unterrichtet. (vgl. Strobl, 2022)

Die hohe Zahl von Schüler:innen in Sonderschulen zeigt: Trotz Ratifizierung der UN-Behindertenrechtskonvention ist die Umsetzung von inklusiven Strukturen im heimischen Bildungssystem immer noch enorm schwierig und langwierig. Inklusions-Bildungsexpertin Petra Flieger merkt an, dass in einem ersten Schritt bauliche, sprachliche Barrieren und andere Ausgrenzungsphänomene, vor allem aber die besonders stark wirkenden sozialen Barrieren überhaupt erst einmal festgestellt und reflektiert werden müssen, um nächste Maßnahmen setzen zu können. Flieger gibt zu bedenken, dass durch eine „Unterrichtsorganisation und -gestaltung, die Aussonderung fördert und Möglichkeiten zur Partizipation nicht einmal zu entwickeln versucht, Behinderungen verstärkt oder Beeinträchtigungen überhaupt erst als behindernd erlebt“ werden (Flieger, 2020, S. 138). Das Trennen und Absondern von Kindern mit Behinderung in Sonderschulen fördert demnach erst recht die Schubladisierung in „Andersein“ und damit die gesellschaftliche Exklusion.

Flieger sieht den Abbau der sozialen Barrieren und der damit zusammenhängenden Diskriminierung und Ausgrenzung als zentralen Hebel für eine gelingende, inklusive Schule und spricht über die Notwendigkeit von einem „unermüdliche[n] Bemühen um ein gutes und respektvolles Klassenklima“. Dazu gehören Sensibilisierung, Aufklärung, Kommunikation, aber auch die Vorbildfunktion, die Pädagog:innen durch ihr eigenes Vorleben und Verhalten bewirken (vgl. ebd., S. 149.).

Freilich braucht es auch personelle, finanzielle Ressourcen wie Unterstützungspersonal in Klassen und ein grundsätzliches Commitment für Inklusion in der Bildung. In internationalen Studien wurde gezeigt, dass Kinder mit Behinderung in Integrationsklassen im Vergleich zu Sonderschulen bessere Fortschritte machen, während die Kinder ohne Förderbedarf ähnlich gut lernen wie in den Regelklassen – also eine klassische Win-win-Situation.

Wichtige Voraussetzung dafür ist allerdings, dass die Integrationsklassen eine „realitätsnahe Zusammensetzung der Schüler:innen“ aufweisen. Daten aus der Bildungsstandardüberprüfung zeigen allerdings, dass in vielen österreichischen Integrationsklassen überdurchschnittlich hohe soziale Benachteiligungen festgestellt werden (z.B. überproportional hoher Anteil an Kindern mit nicht-deutscher Muttersprache und Sprachbarrieren oder niedrigem Bildungsstatus der Eltern), die letztlich in Kombination zu Problemen führen können (vgl. Wiener Zeitung, 2019). Die Unterbringung von Kindern mit Behinderung in Integrationsklassen, wo eine überdurchschnittlich hohe Dichte von Benachteiligungen herrscht, viele Vorurteile und soziale Barrieren bestehen, aber auch negative Erfahrungen, etwa dass Kinder mit Behinderung in Regelschulen Diskriminierungen, Übergriffen und Mobbing durch Mitschüler:innen und/oder Lehrer:innen ausgesetzt sind, veranlassen Eltern von Kindern mit Behinderung heute immer noch dazu, sich bewusst für eine Sonderschule und gegen Inklusionsklassen zu entscheiden. Das passiert in der Hoffnung, dass in Sonderschulen besser auf die Kinder eingegangen wird und diese dort ein besseres Umfeld, einen geschützteren Bereich vorfinden. Am Beispiel Schule und den existierenden Baustellen, die es dort im Hinblick auf Inklusion noch gibt, wird offensichtlich, dass für eine inklusive Gesellschaft erst noch viele Hürden überwunden werden müssen.

Gewalt und Verwahrlosung

Ein oft tabuisiertes Thema ist Gewalt gegen Menschen mit Behinderung. Umfassende Prävalenzstudien zeigen, dass Menschen mit Behinderung überdurchschnittlich stark psychischer und physischer Gewalt ausgesetzt sind. Diese passiert überwiegend im eigenen Zuhause durch Angehörige, aber auch in Behindertenbetreuungseinrichtungen, in psychosozialen Einrichtungen oder im Maßnahmenvollzug. Bei beinahe 70 Prozent der Befragten stellte sich heraus, dass diese in den vergangenen drei Jahren psychische Gewalterfahrungen erlebt haben (vgl. BMASGK, 2019, S. 15). Bei physischer Gewalt sind es knapp 40 Prozent der Betroffenen, die solche Erlebnisse bestätigen (vgl. ebd., S. 18). In Medien wird aktuell zwar dreimal so viel wie noch 2015/2016 über Gewalt gegen Menschen mit Behinderung berichtet, aber faktisch bleibt das Thema gemessen an der erdrückenden Faktenlage und der hohen Dunkelziffer immer noch recht wenig beleuchtet.

Nachdem Menschen mit Behinderung häufig durch Einschränkungen auf Unterstützung angewiesen sind, kommt es immer wieder auch zu Fällen von Verwahrlosung. In diesem Zusammenhang ist auch auf eine Studie der Europäischen Agentur für Grundrechte (FRA) über Gewalt an Kindern mit Behinderungen hinzuweisen. Als eine der Ursachen dafür, dass Mädchen und Buben mit Behinderungen deutlich häufiger alle Formen von Gewalt erleben als Kinder ohne Behinderungen, nennt die Grundrechteagentur gesellschaftliche Haltungen, die auf Vorurteilen und Angst gegenüber dem Anderssein beruhen. Das vorherrschende Wohltätigkeitsdenken gegenüber Kindern mit Behinderungen sowie mangelnde Erfahrung in der Begegnung mit ihnen führen zu Vorurteilen, Ängsten und diskriminierenden Verhaltensformen in der Bevölkerung (vgl. FRA, 2015, S. 59ff). Dementsprechend fordert die Grundrechteagentur bewusstseinsbildende Maßnahmen für die allgemeine Öffentlichkeit in Bezug auf die Wahrnehmung und das Verständnis von Kindern mit Behinderungen im Sinne der UN-Kinderrechts- ebenso wie im Sinne der UN-Behindertenrechtskonvention (vgl. ebd., S. 86ff). Damit werden nicht zuletzt auch Medien adressiert.

Weitere Nischenthemen in der öffentlichen Debatte

Zwei sehr aktuelle, große Gegenwartsthemen – Teuerung und Klimakrise – sind Bereiche, die auch massive gesellschaftspolitische Auswirkungen haben und die Menschen mit Behinderung als vulnerable Gruppen teils empfindlich stärker treffen als manch andere Gruppen. Trotzdem werden diese Themen medial wenig bis gar nicht behandelt. Menschen mit Behinderung leiden oft unter einer sehr angespannten finanziellen Situation und führen überdurchschnittlich oft ein Leben in finanzieller Abhängigkeit. 13 Prozent aller dauerhaft armutsgefährdeten Menschen sind Personen mit Behinderung. Betrachtet man die Gruppe der Personen mit schlechtem Gesundheitszustand, chronischen Erkrankungen und durch Behinderungen stark beeinträchtigten Menschen, dann macht diese Gruppe 77 Prozent aller dauerhaft armutsgefährdeten Menschen aus (vgl. BMSGPK, 2020, S. 13). Fast ein Viertel der Sozialhilfeempfänger:innen ist gesundheitlich angeschlagen, 22 Prozent sind durch eine Behinderung stark eingeschränkt, 55 Prozent sind chronisch krank (vgl. Die Armutskonferenz, 2022, S. 8).

Die in den diversen Bundesländern unterschiedlich geregelte und von NGOs immer wieder kritisierte Sozialhilfe Neu (vgl. Die Armutskonferenz, 2022) bleibt Randnotiz und auf politischer Ebene eher ein Tabuthema. Fakt ist: Wer über Geld verfügt, ist unabhängiger und kann ein selbstbestimmteres Leben führen. „Menschenrechtlich gibt es auch noch eine fünfte – in der

Konvention nicht sofort ersichtliche – Dimension von Barrierefreiheit: Die Zugänglichkeit im ökonomischen Sinne, im Sinne einer ‚Leistung‘, gerade auch für Dienstleistungen und andere Servicedienste.“ (Schulze, 2011, S. 16) In diesem Zusammenhang steht auch die Bezahlung der Arbeitsleistung von Menschen mit Behinderung – ein Thema, welches von NGOs in der Behindertenvertretung immer wieder auf der Agenda steht und beanstandet wird. Sowohl am ersten als auch am zweiten Arbeitsmarkt, vor allem aber auch in sogenannten geschützten Werkstätten werden Beschäftigte mit Behinderung (wie oben bereits erwähnt) oft nicht fair entlohnt.

Themensetting im Medienvergleich

Zwischen den einzelnen Medien tun sich teils große Unterschiede in der Auseinandersetzung mit inklusionsrelevanten Themen auf. Dies spiegelt sich nicht nur im Berichtsvolumen wider, sondern vor allem auch bei der inhaltlichen Schwerpunktsetzung. In allen untersuchten Medien ist Behindertensport das mit Abstand präsenteste Thema. Einzige Ausnahme ist das Gratisblatt Heute, dort liegt Charity unangefochten an der Spitze. Während Charity in den Zeitungen Österreich, Kurier und Standard eine untergeordnete Rolle einnimmt, gehört die Berichterstattung über Spendenübergaben oder von den Medien eigeninitiierte Charity-Aktionen bei Kronen Zeitung und Kleine Zeitung jedenfalls zu den Top-Themen im Inklusionskontext.

Charity ist in der Regel kein Thema, welches Inklusion fördert, im Gegenteil. Die Rolle von behinderten Menschen als Bittsteller:innen und arme Spendenempfänger:innen wird auch von der UN-Behindertenrechtskonvention abgelehnt. Es zeigen sich gerade in den berichtsintensiven Medien Kronen Zeitung, Kleine Zeitung, Kurier immer wieder auch solche Themen oder Inszenierungen, die aus Sicht der UN-BRK kritisch zu beurteilen sind, gleichzeitig aber auch viele besonders engagierte, positive Beiträge, die Bewusstsein fördern, zur Aufklärung beitragen und auf Missstände hinweisen. Bemerkenswert ist, dass in allen Medien, die umfassender berichten, auch das Thema Bewusstseinsbildung stark platziert ist.

Die Kronen Zeitung widmet sich überdurchschnittlich stark der Medizin, aber auch der Barrierefreiheit im öffentlichen Raum und dem Thema Gewalt gegen Menschen mit Behinderung. Die Zeitung Heute bringt verstärkt chronische Krankheiten aufs Tapet, aber auch Porträts von Menschen mit Behinderung im Job. Die Zeitung Österreich berichtet insgesamt nur sehr wenig und wenn, dann fast ausschließlich über Behindertensport. Bei den sogenannten Qualitätsmedien positioniert sich der Kurier überdurchschnittlich stark mit dem Thema der persönlichen Assistenz und Barrierefreiheit, auch Flucht von Menschen mit Behinderung aus Kriegsgebieten spielt dort eine größere Rolle. Der Standard porträtiert überproportional stark Menschen mit Behinderung in deren Job, greift aber gerade auf den Medizin- und Forschungsseiten oft auch Themen wie Medizin, technische Innovationen oder Eugenik auf. Die Kleine Zeitung setzt im Medienvergleich den stärksten Fokus auf die Themen Bildung, Barrierefreiheit, Arbeitsmarkt, auch persönliche Assistenz ist dort ein zentrales Thema.

Inszenierung und Darstellungsmuster von Behinderung in Medien

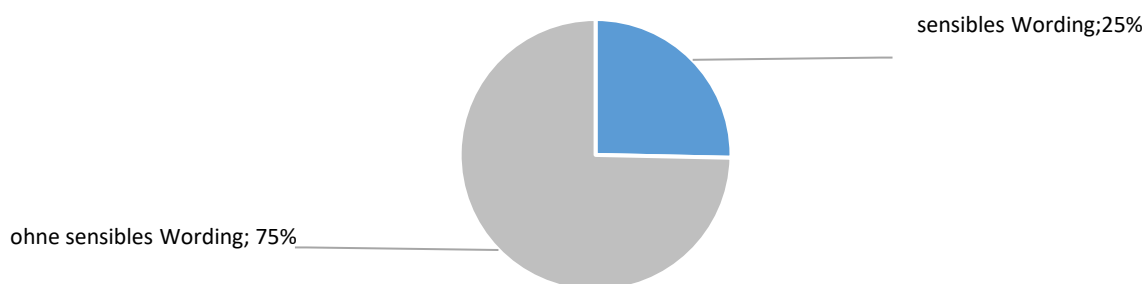
Zentrale Kriterien der Inszenierung

Neben Umfang der Berichterstattung und Themenauswahl der einzelnen Medien ist vor allem die Art der medialen Darstellung und Inszenierung von Kindern und Erwachsenen mit Behinderungen zentrales Element dieser Auswertung. Primär sind es die gewählte Sprache, die verbale Beschreibung, aber auch die Bildauswahl, die auf die Inszenierung besonders stark wirken.

Sprache – Manchmal machen Nuancen einen Unterschied

Sprache ist ein wichtiges Instrument – sie prägt unser Denken und unser Tun (vgl. Wehling, 2016, S. 40). Sprache kann Barrieren aufbauen und dadurch Inklusion erschweren. Immer noch sind diskriminierende oder problematische Redewendungen (sensible Wordings) wie etwa „an den Rollstuhl gefesselt“ (kommt mittlerweile selten vor) oder „leidet an“ (wird immer noch sehr häufig verwendet) bezugnehmend auf Menschen mit Behinderungen im Einsatz. Diese werden bei vielen Betroffenen als diskriminierend und verletzend wahrgenommen und können andererseits bei Menschen ohne Behinderungen Berührungängste verstärken. In der Medienanalyse zeigt sich, dass in einem Viertel der Beiträge – vor allem im Boulevard – sensible Wordings benutzt werden. Solche Wordings werden auch in grundsätzlich positiven Beiträgen verwendet – wahrscheinlich oft auch aus Unwissenheit, unbewusst oder auch gezielt, um bestimmte Emotionen zu transportieren.

Abbildung 6: Einsatz sensibler Wordings in Beiträgen



Quelle: MediaAffairs

Hier einige brisante Beispiele aus den Medien:

*Beitrag über Ex-Rapid-Fußballer mit Nervenkrankheit:
„Mittlerweile ist Sergej Mandreko ein Gefangener in seinem Körper.“
(Kurier, 03.08.2021)*

*„Das Mädchen leidet an SAA, der schweren aplastischen Anämie“
(Kronen Zeitung, 29.01.2022)*

*VERKINDLICHUNG - Anrede Erwachsener nur mit Vornamen:
„Patrick ist 35 (...)
(Kronen Zeitung, 17.07.2022)*

*„Clemens ist ans Bett gefesselt.“
(Heute, 22.06.2022)*

Die deutsche Informationsplattform Leidmedien setzt sich mit den Themen Inklusion und Medien auseinander und stellt einen Leitfaden für die respektvolle, sprachlich korrekte mediale Berichterstattung über Menschen mit Behinderungen zur Verfügung (www.leidmedien.de). Ein Pendant dazu in Österreich stellt etwa das „Buch der Begriffe“ von Beate Firlinger dar. Als diskriminierend gilt beispielsweise auch das Prädikat „taubstumm“, welches teilweise immer noch für gehörlose Personen verwendet wird, die aber nicht stumm sind, wenn sie etwa über Gebärdensprache kommunizieren können.

Wer sich scheinbar „korrekt“ ausdrücken möchte, verwendet womöglich den Begriff „Menschen mit besonderen Bedürfnissen“, um das Wort „Behinderung“ zu vermeiden. Auch diese Redewendung wird kritisch gesehen, da der Wunsch nach Teilhabe, Barrierefreiheit und alltäglichen Dingen keine besonderen Bedürfnisse darstellen, sondern auch Grundbedürfnisse nicht-behinderter Menschen sind. Personen mit einer Behinderung werden häufig auf eben diese Behinderung reduziert, indem über „Behinderte“ berichtet wird oder vom „Rollstuhl“ gesprochen wird (vgl. Firlinger, 2003).

Die Behinderung ist eine Facette des Menschen, eine Eigenschaft, aber nicht die einzige, das gilt es auch in der medialen Berichterstattung zu beachten. „Ich bin in erster Linie Mensch und erst viel später behindert“ (Firlinger, 2003, S. 22).

Speziell für Medienschaffende, als zentrale Gatekeeper, ist es wichtig, sich mit Begrifflichkeiten und der Wirkung der verwendeten Sprache auseinanderzusetzen, wohlwissend, dass allein mit „political correctness“ im Sprachgebrauch Diskriminierung von Menschen mit Behinderungen im Alltag und in Medien nicht aus der Welt geschafft werden kann. Nichtsdestotrotz, die Verwendung adäquater Begriffe und eine respektvolle Berichterstattung sind in ihrer Breitenwirkung nicht zu unterschätzen.

Bilder – viel mehr als Worte

Bilder wirken besonders stark und sorgen für erhöhte Aufmerksamkeit. Sie transportieren Botschaften, erregen Emotionen und erlauben den Rezipient:innen oft einen umfassenderen Eindruck als bloße Wörter. Wie bei anderen Arten der Inszenierung steht auch hier die Forderung der UN-Behindertenrechtskonvention im Zentrum, die klarstellt, dass die Würde der Menschen gewahrt werden soll und Vielfalt sowie Heterogenität einer Gesellschaft auch in den Medien realitätsnah abgebildet werden sollen (UN-BRK). Problematisch kann die Darstellung von Menschen mit Behinderungen sein, wenn der Blick auf den Menschen

bewusst verhindert oder verschleiert wird (Abbildungen von hinten, oder indem nur Ausschnitte des Rollstuhls gezeigt werden) und der Mensch damit auf die Behinderung oder ein Hilfsmittel reduziert wird. Dabei kann es stellenweise um die Wahrung der Anonymität gehen, die Recht jedes Menschen sein muss, es kann damit aber auch bewusst oder unbewusst erreicht werden, dass eine Behinderung als etwas Schlechtes, Tabuisiertes oder Peinliches dargestellt wird – hier gilt es, Gesamtkontext und Intention des Medienbeitrages miteinzubeziehen.

Zur Beurteilung und Einordnung von Bildern über Menschen mit Behinderung und Behinderung als Thema hat Schönwiese (2007) Beurteilungskategorien abgeleitet. Dabei stellt er positive und negative Darstellungsformen einander gegenüber:

Tabelle 1: Eigendarstellung Bildbeurteilungskriterien

Positive bildliche Darstellung

Bilder, die selbstverständliche Teilnahme von Menschen mit Behinderungen am gesellschaftlichen Alltag zeigen – ohne Aussonderung

Bilder, die Projektionen vermindern und Dialog symbolisieren können

Bilder aus dem Alltag von Selbstbestimmung und Inklusion

Bilder, die auf behindernde gesellschaftliche Bedingungen aufmerksam machen

Bilder, die eine Kultur von Anerkennung zum Ausdruck bringen

Bilder, die einführendes Verstehen unterstützen

Bilder aus dem Alltag

Negative bildliche Darstellung

Bilder, die Menschen mit Behinderungen innerhalb oder als Teil von aussondernden Institutionen zeigen, ohne dass hinterfragt wird

Bilder, die dazu verführen, Projektionen mächtig werden zu lassen – etwa Ängste vor Krankheit, Tod, Statusverlust

Bilder, die das „Rehabilitations-paradigma“ symbolisieren: „Wenn sich Menschen mit Behinderungen anstrengen, können sie alles erreichen“

Bilder, die behinderte Menschen als heilungs-, erziehungs- und therapiebedürftig hinstellen

Bilder, die Projektionen über Mitleid mächtig werden lassen

Bilder, die Menschen mit Behinderung instrumentalisieren

Bilder mit Inhalt „trotz Behinderung“ oder klischeehaften Darstellungen wie „Mitleid“ oder „Elitebehinderte“

Quelle: Schönwiese, 2007

Verbreitete Darstellungsmuster unterfüttern Stereotype

In der wissenschaftlichen Forschung wurden Kategorien über häufig verwendete Darstellungsformen von Menschen mit Behinderungen in Medien entwickelt (vgl. Sandfort, 1982, S. 209). Ein großer Teil der Berichterstattung lässt sich diesen Darstellungskategorien zuordnen. Sandfort zeichnet in einer historischen Analyse ein sehr ernüchterndes Bild davon, wie Menschen mit Behinderungen in Medien dargestellt werden. Realistische Darstellungen seien nicht möglich, weil diese schlicht nicht „verkauflich“ seien. Sandfort (1982, S. 208f) begründet das damit, dass Information über Behinderung zum einen Angst erzeugt und zum andern unbequem ist. In seinem Medien-Manifest – „Forderungen Behinderter an die Medien“ beschreibt Sandfort (1982, S. 209) vier Darstellungsformen, die zwar medial „verkaufbar“ seien, allerdings Rollenklischees sowie Vorurteile bedienen:

Das „Elend“ behinderter Menschen wird gezeigt. → Botschaft: Unsere eigene Lage (Anm.: die Lage der Nichtbetroffenen) ist erträglich.

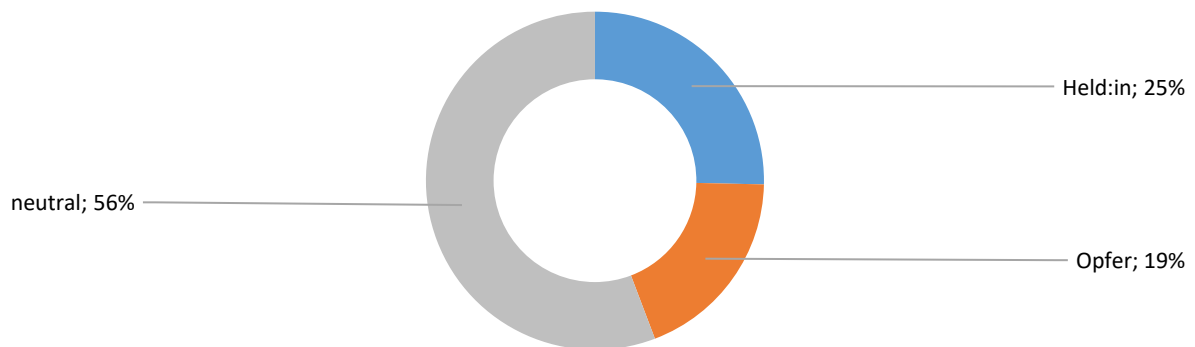
Behinderte Menschen sind „bedauernswert“, aber es kann etwas gegen diesen Zustand unternommen werden → etwa durch Charity-Veranstaltungen, häufig auch persönliche PR und Darstellung von „Helfenden“.

„Elitebehinderte“, die ihr Schicksal meistern → Botschaft: Sie zeigen (auch nicht-behinderten Menschen), was möglich ist, wenn man nur will und sich entsprechend anstrengt.

Es wird über Diskriminierung oder „skandalöse“ Behandlung einer behinderten Person berichtet. → Damit distanzieren sich Medien von so einem „skandalösen“ Vorgehen.

Die Ausführung von Cornelia Renggli (2006, S. 100f) streicht neben Darstellungsformen behinderter Menschen, die Mitleid oder Bewunderung hervorrufen, auch die „Exotik“ und „Sensation“ hervor, die entsteht, wenn Menschen als „Objekte der Neugier“ dargestellt werden. All diese Darstellungsformen sind mehr oder weniger menschenrechtlich problematisch, diskriminierend, verzerrend, realitätsfremd.

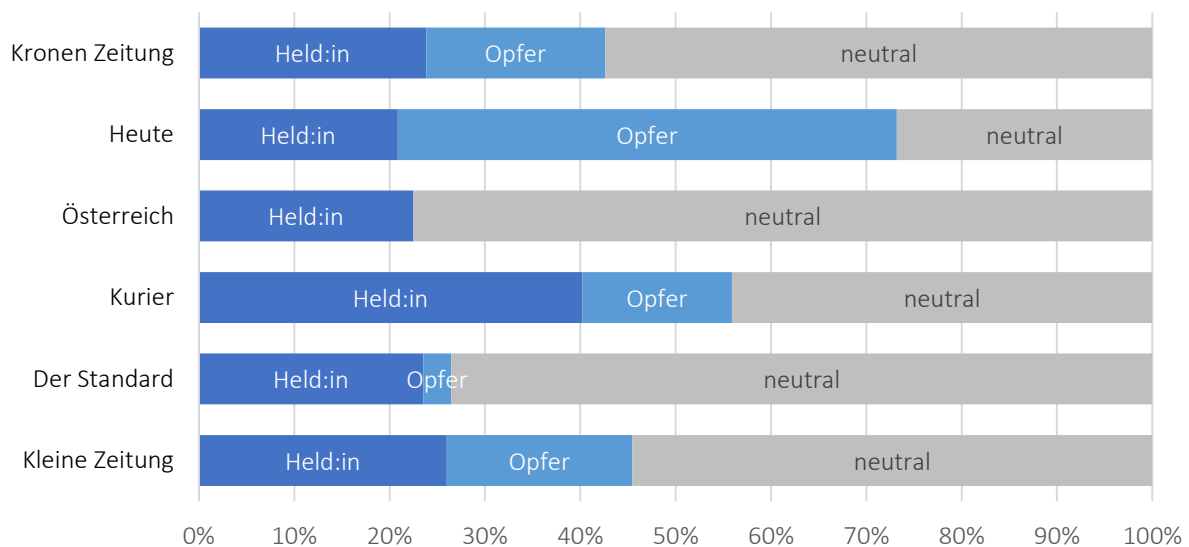
Das von Medien gezeichnete Bild von Behinderung oder Menschen mit Behinderung „führt sehr leicht zur Schwarz-Weiß-Malerei“ (Radtko, 2006, S. 120). Das ist problematisch, zumal Lebensrealitäten von Menschen mit Behinderungen dann oft falsch, stark verzerrt oder klischeehaft, jedenfalls nicht im Sinne von Menschen mit Behinderungen selbst dargestellt werden. In der vorliegenden Jahresanalyse zeigt sich diese Polarisierung immer wieder. Ein großer Teil der Berichterstattung über Menschen mit Behinderungen inszeniert die Betroffenen entweder als bedauerliche Menschen, die großes Leid und Elend ertragen müssen, denen aber unter Umständen (etwa durch Spenden) geholfen werden kann. Oder aber – ein aus Sicht der UN-Behindertenrechtskonvention nicht weniger kritischer Zugang in der medialen Inszenierung – einzelne Menschen mit Behinderungen werden als Held:innen („Elitebehinderte“) dargestellt, die „Schicksale“ und Alltag „meistern“ (vgl. Sandfort, 1982, S. 208f).



Quelle: MediaAffairs

56 Prozent der Berichterstattung über Menschen mit Behinderung und Inklusion sind hinsichtlich Darstellung und Inszenierung neutral, hier geht es um Fakten oder Menschenrechte oder respektvolle, sachliche Alltagsberichterstattung. Darüber hinaus aber bedienen 44 Prozent der Medienbeiträge Klischees bei der Inszenierung Betroffener. Fast ein Fünftel der Berichterstattung ist mitleidsgetränkt. Menschen mit Behinderung werden darin als bemitleidenswerte, leidende „Opfer“ inszeniert – das passiert primär im Charity-Kontext. Ein Viertel der Beiträge über Menschen mit Behinderung zeigt diese heroisch, stark, übermenschlich, übermäßig erfolgreich – kurz als Held:innen, die trotz ihrer Behinderung Außergewöhnliches zustande bringen. Diese enge Sichtweise und klischeehafte Darstellung ist aus Sicht der UN-Behindertenrechtskonvention in mehrerlei Hinsicht problematisch: Jungen und Mädchen, Männer und Frauen mit Behinderungen sollen würdevoll und nicht als bemitleidenswerte oder abhängige Bittsteller:innen dargestellt werden. Sie sollen zudem als gleichberechtigte Bürger:innen und in ihrer Vielfalt dargestellt werden, und nicht indem Einzelschicksale medial hochgeschaukelt und wenige Ausgewählte als Held:in überinszeniert werden.

Abbildung 8: Darstellungsformen von Menschen mit Behinderungen in den diversen Printmedien



Quelle: MediaAffairs

Im Vergleich zum Jahr 2015/2016 hat die überhörende Inszenierung von 21 auf 25 Prozent zugenommen, die Inszenierung als bemitleidenswerte Opfer dagegen ist von 21 auf 19 Prozent leicht zurückgegangen. Wie die Aufschlüsselung der Inszenierung in verschiedenen Medien zeigt, findet in den meisten Medien nach wie vor eine relativ starke Reproduktion gängiger Rollenklischees über Menschen mit Behinderungen statt. Im Gratisblatt Heute werden Menschen mit Behinderung, wenn sie vorkommen, tendenziell als bemitleidenswerte Wesen inszeniert, meist im Zuge von Spendenaufrufen. Auch im Kurier findet eine überwiegend stereotype Darstellung statt, überwiegend als Held:in, aber auch in der Opferrolle. Weniger stark ausgeprägt, aber ebenso gegensätzlich ist die stereotype Inszenierung in Kronen Zeitung und Kleiner Zeitung. In der Zeitung Österreich hat sich das Bild im Vergleich zur Voruntersuchung gewandelt: Hier fand damals eine besonders stark mitleidsgetragene Inszenierung statt, diese ist aktuell nicht mehr beobachtbar – allerdings wird auch kaum über Menschen mit Behinderung berichtet.

Problematische Darstellung und Inszenierung – Beispiele aus der Printmedien-Analyse:

Kategorisierung in Anlehnung an die von Volker Schönwiese (2007) zusammengefassten Darstellungsweisen von Lothar Sandfort und Cornelia Renggli über Menschen mit Behinderungen in Medien.

A) Das Elend der behinderten Menschen steht im Fokus (Opferrolle) – Intention: Behinderten Menschen geht es schlecht, sie verdienen Mitleid

*„Seine Familie beschreibt ihn als ‚Entertainer‘. (...) Heute spricht er gar nicht mehr.“
(Kurier, 13.08.2021)*

*„Sollte sie irgendwann regungslos ans Bett gefesselt sein oder ihr Leben immer qualvoller werden, möchte sie sich unnötiges Leid ersparen.“
(Der Standard, 30.10.2021)*

*„(...) ein Mädchen, das am Down-Syndrom leidet“
(Heute, 14.02.2022)*

*Dokumentation über Frau mit Kinderwunsch – Filmbeschreibung:
„Seit ihrer Kindheit ist sie wegen einer spastischen Lähmung an den Rollstuhl gefesselt“
(Kronen Zeitung, 10.03.2022)*

B) Bedauernswerte Behinderte, für die alles Mögliche getan wird (Opferrolle) – Intention: Behinderte Menschen sind bedauerlich, aber es kann ihnen geholfen werden, etwa durch Spendenaktionen

*Mädchen mit Asperger-Syndrom wird gemobbt:
„300 soziale Rocker begleiten Mobbing-Opfer zum Schulball“
(Kronen Zeitung, 12.09.2021)*

*Aktion „Steirer helfen Steirern“:
„Was der 36-Jährige jetzt auf seinem Weg zurück ins Leben braucht, ist nicht nur viel Kraft und Unterstützung, sondern auch Ihre Spende (...). Ihre Hilfe ist seine größte Chance.“
(Kleine Zeitung, 28.11.2021)*

*„Holzinger (Sassy, Sängerin der Seer, Anm.) ist das neue Gesicht der Weihnachtsaktion von RollOn Austria, die sich zum Ziel gemacht hat, mehr Glanz in das Leben behinderter Menschen zu bringen.“
(Kronen Zeitung, 22.11.2021)*

*Charity-Aktion von „Heute“ und Novomatic:
„Herd für schwerhörige Hobby-Köchin ohne Job“
„Dank der 500 € von Heute-Christkind und Novomatic kann sich die Wienerin nun ein neues Gerät leisten“
(Heute, 07.12.2021)*

*Artikel über Buben mit seltener Erkrankung:
„Prominente von Wolfgang Ambros bis Skistar Manuel Feller halfen beim Sammeln von Spenden für Lösungsansätze.“
(Kronen Zeitung, 05.12.2021)*

*„Harte Kerle, weicher Kern: Bei den Harley-Davidson-Days legten Biker 1115 Kilometer zurück.“
(Heute, 18.08.2021)*

C) Behinderung als Exotisches, Fremdes, Sensationelles (Opfer oder Held:innen) – Intention: Menschen mit Behinderung werden zur Schau gestellt, Voyeurismus wird bedient

*„Von Léopoldine Despointes gibt es ziemlich viele Fotos auf dem roten Teppich. Sie legte als Frau im Rollstuhl glamouröse Auftritte beim Filmfestival Cannes hin.“
(Kurier, 17.4.2022)*

*Beitrag über Paralympics in Tokio:
„Gegen den Riesen ist es aussichtslos“ (Headline) – Anm.: Der Sportler wird mit Bildern wie eine Attraktion vorgeführt.
(Kronen Zeitung, 29.08.2021)*

*Artikel über Sportler Milos Vukovic, der keine österreichische Staatsbürgerschaft bekommt:
„Kein Pass für einbeiniges Sport-Ass“ (Headline)
(Heute, 22.06.2022)*

*„Ein beinamputierter Abenteurer aus Russland hat den 8163 Meter hohen Mount Manaslu (...) erklommen“
(Kronen Zeitung, 10.10.2021)*

*„Der geistig behinderte Paolo spazierte während der Audienz zu Papst Franziskus, schüttelte ihm die Hand und sprang auf und ab.“
(Kleine Zeitung, 21.10.2021)*

*„Ohne Hände und Füße durchquerte der Franzose Théo Curin den südamerikanischen Titicacasee“
(Kronen Zeitung, 22.11.2021)*

D) „Elitebehinderte“, die ihr Leben meistern (Held:innenrolle) – Intention: Menschen mit Behinderungen leisten Übermenschliches. Wer will, schafft es bei entsprechender Anstrengung auch.

*„Denn in den vergangenen 20 Jahren bewies B. seinen eisernen Willen.“
„Er kämpfte sich mühselig Schritt für Schritt Richtung altes Leben zurück.“
(Kleine Zeitung, 24.10.2021)*

*„Es ist unglaublich, mit welchem Speed die Aigner die Pisten herunterrasen. Und genauso bewundernswert ist es, wie sie ihr Leben abseits des Skifahrens meistern.“
(Kronen Zeitung, 06.03.2022)*

*„Eisern trainierte sich Kira Grünberg zurück ins Leben, hält heute Vorträge und gibt ihre Erkenntnisse als Botschafterin bei der Firmenchallenge weiter.“
(Kronen Zeitung, 05.06.2022)*

*„Dabei kommt Holmlund aber ihre Kämpfernatur entgegen, der Begriff ‚aufgeben‘ findet in ihrem Wortschatz keinen Platz.“
(Kleine Zeitung, 24.12.2021)*

Positive, alltagsnahe Darstellung und Inszenierung – Beispiele aus der Printmedien-Analyse

E) Alltagsnahe Darstellung von Menschen mit Behinderung – Intention: gewöhnliche, positive Darstellung von Menschen mit Behinderungen.

Neben diesen Beispielen der stereotypen Inszenierung gibt es eine andere Möglichkeit der Darstellung, die unproblematisch und in der Lage ist, Barrieren und Vorurteile in den Köpfen abzubauen: ein „alltagsnaher“ und „gewöhnlicher“ Umgang mit Behinderung. Beispiele aus der medialen Berichterstattung für diese alltagsnahe Darstellung sind etwa die realistische, nicht beschönigende oder mit Mitleid geladene Inszenierung von Menschen mit Behinderungen oder Darstellungen, in denen die Behinderung eines Menschen ganz nebensächlich ist. Zentral geht es um Menschen mit Behinderungen im gesellschaftlichen Alltag und in der Vielfalt aller gesellschaftlichen Rollen. Dabei sollte die Behinderung unspektakulär dargestellt sein und nicht im Vordergrund stehen (vgl. Schönwiese, 2007). Hier einige Beispiele:

*„500.000 Menschen in Österreich sind hörbehindert“
Die Präsidentin des Gehörlosenbundes spricht über den Alltag von gehörlosen Menschen sowie persönliche Erfahrungen als Politikerin
(Der Standard, 18.05.2022)*

*„Nach langem Kampf ist Gehörlose nun Pädagogin“
Beitrag über gehörlose Frau, die über ihre Hürden bis zum Diplom zur Elementarpädagogin spricht und sich für mehr Ausbildungsmöglichkeiten für gehörlose Menschen einsetzt
(Kleine Zeitung, 26.6.2022)*

*„Auf Besuch bei den Paralympics-Helden“
Gezeigt wird der Alltag der Familie Aigner abseits des Para-Sports, die Behinderung der Sportler:innen wird nur am Rande erwähnt – im Fokus stehen die Hobbies und persönlichen Interessen
(Kronen Zeitung, 24.03.2022)*

„Komm, tanz mit mir!“

Artikel über Kunstprojekt „Mellow Yellow“, welches das Ziel hat, Berührungspunkte zwischen Kindern mit und ohne Behinderung abzubauen bzw. erst gar nicht entstehen zu lassen
(Kurier, 10.06.2022)

„Er sieht meine Behinderung einfach nicht“

Wakesurfer Florian Dungal, der im Rollstuhl sitzt, spricht darüber, wie er als vollwertiges Mitglied der Gesellschaft gesehen werden möchte, woran das scheitert und wie Sport und sein Magazin „Valid“ zu Inklusion beitragen
(Kleine Zeitung, 27.11.2021)

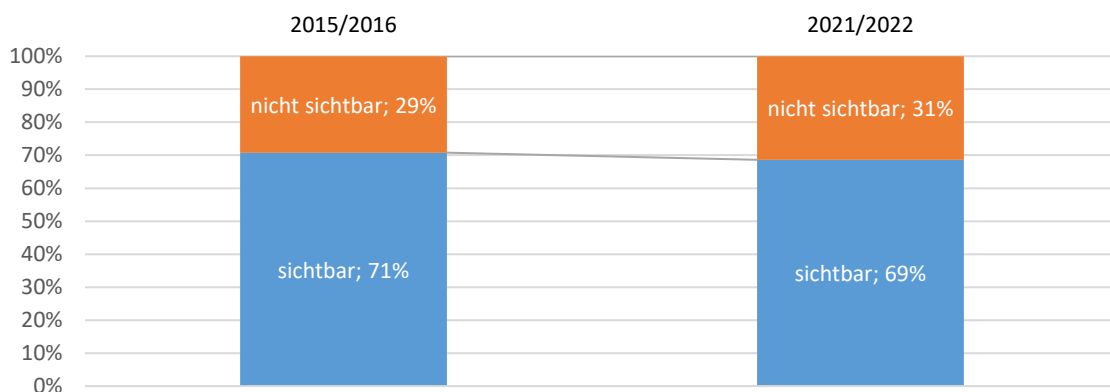
„Studieren am Campus mit Barrieren“

Zwei Studentinnen berichten aus erster Hand, wie es ist, mit Behinderung zu studieren. Thema im Fokus ist Barrierefreiheit, auch eine Expertin äußert sich dazu
(Kleine Zeitung, 3.7.2022)

Mediale Präsenz und Sichtbarkeit von Menschen mit Behinderung in Medien

Die Studie zeigt gerade im Hinblick auf Berichtsvolumen, Themensetzung und Inszenierung einige positive Entwicklungen. Kann daher auch davon ausgegangen werden, dass Menschen mit Behinderung in den Medien heute sichtbarer und präsenter sind als noch vor 7 Jahren? Diese Frage muss differenziert beantwortet werden. Betrachtet man das Berichtsvolumen und den Anteil, wenn Menschen mit Behinderung in Medien sichtbar sind, dann ist der Anteil in etwa gleich geblieben. Gleichzeitig aber ist die Qualität in der Präsenz gestiegen. Wo im Jahr 2015/2016 vor allem individuelle Schicksale und Charity neben Sport beinahe die einzigen Möglichkeiten zur medialen Profilierung waren, steht dem heute eine weniger klischeebehaftete Berichterstattung und eine thematisch breitere Sichtbarkeit von Menschen mit Behinderung gegenüber. Mehr Alltagsthemen, mehr Porträts von Menschen mit Behinderung im Job, mehr Rolemodels aus verschiedenen Bereichen oder auch mehr Menschen mit Behinderung, die Diskriminierungen und Rechtsstreitigkeiten öffentlich machen. Es steigt zwar nicht die Quantität, aber leicht die Qualität und Vielfalt.

Abbildung 9: – Sichtbarkeit von Menschen mit Behinderung in Medien – Vergleich



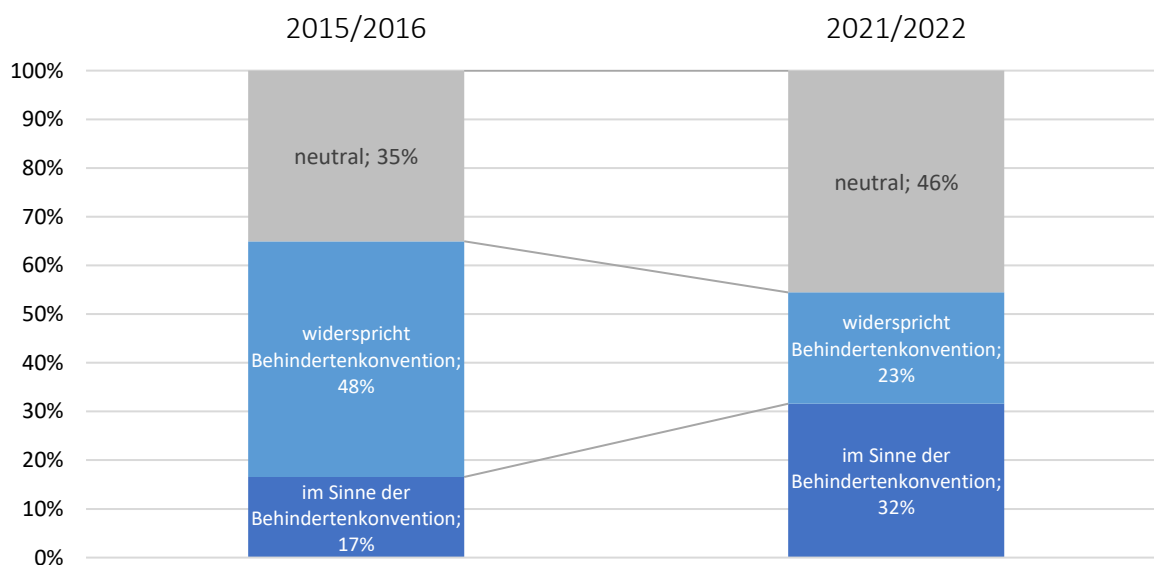
Quelle: MediaAffairs

Berichterstattung aus Sicht der UN-Behindertenrechtskonvention

Für die Beurteilung, ob die mediale Berichterstattung im Hinblick auf Inklusion einen positiven Mehrwert liefern kann oder doch negativ darauf wirkt, stellt die UN-

Behindertenrechtskonvention einen validen und global anerkannten Rahmen dar. Die klischeehafte Darstellung von Menschen mit Behinderungen, die Fokussierung auf „Einzelschicksale“ (anstatt darüber hinaus auch Barrieren, die gesellschaftspolitische oder rechtliche Perspektive aufzuzeigen) ebenso wie diskriminierende Wortwahl und diffamierende Abbildungen widersprechen der UN-Behindertenrechtskonvention. Auch die Ausblendung oder unkritische Berichterstattung einzelner Themenbereiche – wie beispielsweise Artikel für die Beibehaltung der Sonderschulen oder Beiträge über Werkstätten, in denen behinderte Menschen nur Taschengeld ausbezahlt bekommen – widersprechen der UN-Behindertenrechtskonvention, da dadurch existierende Barrieren verstärkt werden und Diskriminierungen und Vorurteile mitunter als Selbstverständlichkeit weiter „anerkannt“ und unhinterfragt bleiben. Auf diese Weise wird Exklusion statt Inklusion gefördert und die Gleichstellung von Menschen mit Behinderungen nicht entsprechend forciert. Dem Grundgedanken der Konvention dagegen entspricht es, wenn Medien offensiv für positive Bewusstseinsbildung eintreten, indem auf Rechte, Vielfalt, Chancen von Inklusion und die Teilhabe von Menschen mit Behinderung hingewiesen und diese medial aktiv gelebt wird – etwa, indem Menschen mit Behinderungen positiv und realitätsnah dargestellt werden, indem Rolemodels Raum bekommen, Best-Practice-Beispiele gezeigt werden, indem Menschen mit Behinderung partizipieren können oder auch indem kritisch auf Missstände und Barrieren in der Gesellschaft hingewiesen wird, die Inklusion verhindern oder erschweren können.

Abbildung 10: Berichterstattung aus Sicht der UN-Behindertenrechtskonvention im Zeitvergleich



Quelle: MediaAffairs

In den Medien kann ein Drittel der Berichterstattung als sehr positiv, bewusstseinsbildend und förderlich eingestuft werden, 46 Prozent sind neutral. Insgesamt ist eine bemerkenswert positive Entwicklung feststellbar. Die Berichterstattung im Sinne der Konvention ist von 17 Prozent auf 32 Prozent markant gestiegen, gleichzeitig sind Beiträge, die der UN-Konvention widersprechen, von 48 Prozent auf 23 Prozent stark zurückgegangen.

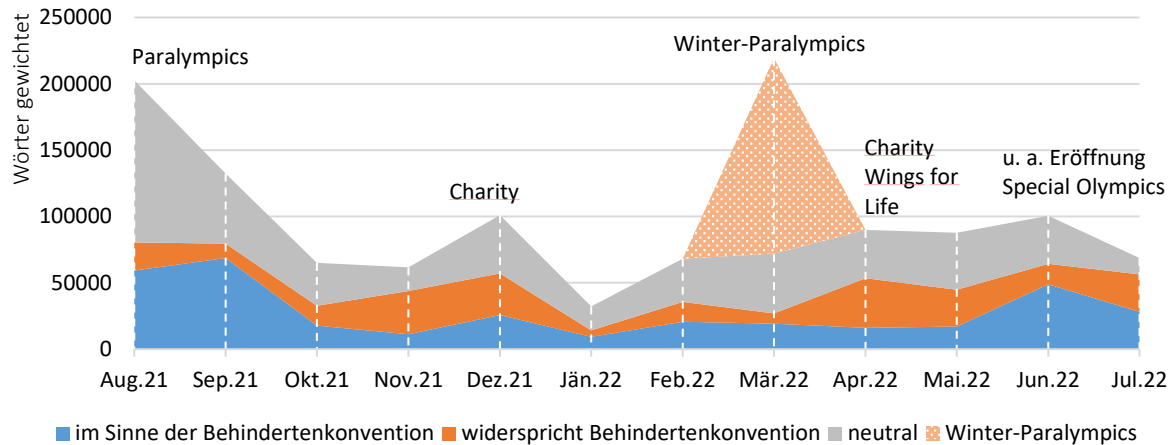
Ein knappes Viertel der Berichterstattung widerspricht der Konvention. Meist sind dies Artikel, in denen es um Charity geht, sensibles Wording zum Einsatz kommt oder stark auf die Mitleidsschiene in der Inszenierung gesetzt wird.

Trotz positiver Entwicklung ist die problematische Berichterstattung mit Abstand am stärksten im Gratisblatt Heute ausgeprägt, etwa die Hälfte der Berichterstattung fällt darunter. Im Untersuchungszeitraum 2015/2016 waren es sogar noch 55 Prozent. Die Problematik spiegelt sich beispielsweise auch in der bereits thematisierten überdurchschnittlich starken Opferinszenierung von Menschen mit Behinderung in diesem Medium wider. Durch die starke Akzentuierung der Charity-Berichterstattung in der Kronen Zeitung und in der Kleinen Zeitung weisen auch diese beiden reichweitenstarken Leitmedien noch einen relativ hohen Anteil an problematischer Inszenierung auf. In der Kronen Zeitung widersprechen knapp 30 Prozent der UN-BRK, in der Kleinen Zeitung ist es knapp ein Fünftel. Im Medienvergleich zeigen sich einige deutliche Veränderungen im Vergleich zur Untersuchung aus dem Jahr 2015/2016. Damals lag die Kronen Zeitung mit beinahe 60 Prozent problematischer Berichterstattung deutlich schlechter. Auch die Kleine Zeitung lag damals noch bei einem Wert von über 40 Prozent widersprechender Berichterstattung. Hier gibt es zwar immer noch Luft nach oben, aber es ist im Zeitraum der letzten 7 Jahre eine klare Verbesserung passiert. Dazu kommt, dass die Kronen Zeitung ihren Anteil an positiver Berichterstattung auf ein Drittel in etwa vervierfachen konnte und die Kleine Zeitung ihren Anteil auf 37 Prozent fast verdoppeln konnte.

Die Zeitung Österreich fällt auf, weil dort im Gegensatz zur Analyse im Jahr 2015/2016 keine widersprechende Inszenierung zu finden ist. Gleichzeitig ist hier aber nicht mitberücksichtigt, dass in Österreich so gut wie nicht über Menschen mit Behinderung und Inklusion berichtet wird. Die Ausblendung von Menschen mit Behinderung widerspricht nämlich sehr deutlich der UN-BRK. Der Standard hebt sich sehr positiv ab, hier gibt es kaum Beiträge, die der UN-BRK widersprechen, auch beim Standard ist ein Rückgang an problematischer Berichterstattung von gut 10 Prozent auf aktuell unter 5 Prozent feststellbar. Sehr positiv ist auch die Entwicklung im Kurier, hier ist die problematische Berichterstattung (damals vor allem durch viele Charity-Beiträge) von damals 40 auf nunmehr 10 Prozent gesunken. Es überwiegt die positive bzw. die neutrale Berichterstattung aus Sicht der UN-BRK.

Berichterstattung im Jahresverlauf und saisonale Schwankungen

Abbildung 11: Berichtsvolumen und Beurteilung der Berichterstattung aus Sicht der UN-Behindertenrechtskonvention im Zeitverlauf eines Jahres



Quelle: MediaAffairs

Die Berichtsintensität über Inklusion und Menschen mit Behinderung hängt stark von speziellen Ereignissen ab und zeigt zudem saisonale Effekte. Das mit Abstand größte mediale Interesse und damit die höchsten Ausschläge im Zeitverlauf gibt es jeweils bei den Paralympics im Sommer 2021 und im Frühjahr 2023. Die Winter-Paralympics 2023 wurden analysiert, aber für die meisten Darstellungen und Vergleiche herausgerechnet. Dieses Vorgehen war methodisch wichtig, damit keine Verzerrungen im Vergleich zur Jahresstudie 2015/2016 passieren, wo nur eine Paralympics-Veranstaltung stattgefunden hat. Die gesamte Sportberichterstattung (inklusive der hier herausgerechneten Winter-Paralympics) wird aber in einem eigenen Kapitel in dieser Studie abgehandelt. Die Paralympics-Berichterstattung bringt neben viel respektvoller, sachlich neutraler Berichterstattung auch einen hohen Anteil positiver Berichterstattung im Sinne der UN-BRK mit sich. Ähnlich die Berichterstattung rund um die Special Olympics. Nicht unumstritten ist aus Sicht der UN-BRK bei den Paralympics die teils starke Überhöhung der Athlet:innen als Held:innen, insbesondere wenn im Vergleich dazu gesellschaftspolitische oder Alltagsthemen in der Berichterstattung fehlen.

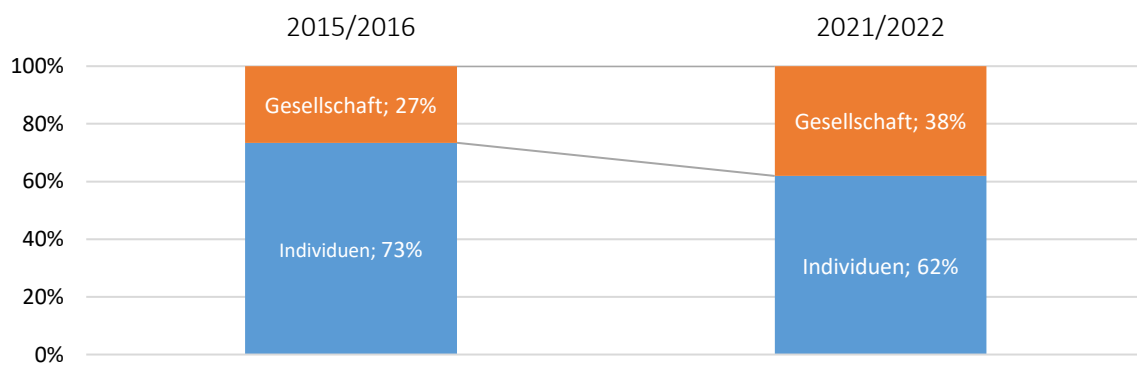
Ab Ende Oktober bis rund um Weihnachten findet in den Tageszeitungen eine starke Fokussierung auf Charity-Events und Spenden-Initiativen von Medien und Unternehmen statt. Gekoppelt an die Charity-Berichterstattung steigt der Anteil der Berichterstattung, der aus Sicht der UN-BRK problematisch ist, etwa weil hier Menschen mit Behinderung stark in der Opferrolle oder als Bittsteller:innen gezeigt werden. Im Dezember führt der Tag der Menschen mit Behinderung (am 3. Dezember) auch zu mehr positiver und neutraler Berichterstattung aus Sicht der UN-BRK. Grundsätzlich ist das Thema Inklusion und Menschen mit Behinderung immer noch ein Randthema, aber es finden mehr alltagsnahe Berichte Einzug in die Berichterstattung – auch abseits von speziellen Events oder Thementagen.

Fokus auf Gesellschaft oder Individuen?

„Der Mensch ist nicht behindert, er wird behindert“, so lautet ein bekannter Slogan von Behindertenaktivist:innen. In diesem Narrativ ist die Behinderung einer Person nur eine Eigenschaft von vielen – ähnlich wie Körpergröße, Hautfarbe oder Geschlecht. Eine

körperliche oder intellektuelle Einschränkung muss nicht automatisch bedeuten, dass diese Person am öffentlichen Diskurs oder gesellschaftlichen Leben nicht teilhaben kann, oft sind es erst existierende Barrieren in der Öffentlichkeit oder in Form von Vorurteilen und Ausgrenzung, die an der Teilhabe behindern. Diese gesellschaftliche Perspektive blieb in der Berichterstattung über Menschen mit Behinderung und Inklusion lange ein Nebenschauplatz. In der Studie 2015/2016 zeigt sich, dass damals fast drei Viertel der Berichterstattung im Kontext Behinderung einzelne Individuen zeigt, etwa als Sportler:in, Spendenempfänger:in oder bei den damals enorm präsenten Beiträgen über Sportunfälle (mit Behinderung als Folge) von prominenten Persönlichkeiten. Im Jahr 2021/2022 erhöht sich der Anteil der Berichterstattung, die gesellschaftliche Dimensionen mitberücksichtigt, deutlich. Themen wie Barrierefreiheit, Rechte von Menschen mit Behinderung oder Bewusstseinsbildung werden sichtbarer und stärker von Massenmedien kommuniziert. Aktuell sind es 38 Prozent der Berichterstattung, die die gesellschaftliche Perspektive berücksichtigen. Freileich begünstigt der starke Fokus auf Sport und Charity nach wie vor eine stärkere mediale Sichtbarkeit von Einzelpersonen und Einzelfallberichterstattung. Aber der Blick auf die Gesellschaft, auf Versäumnisse, Chancen und Herausforderungen erreicht nun ein stärkeres Gewicht im medialen und öffentlichen Diskurs.

Abbildung 12: Fokus auf Gesellschaft oder Individuen



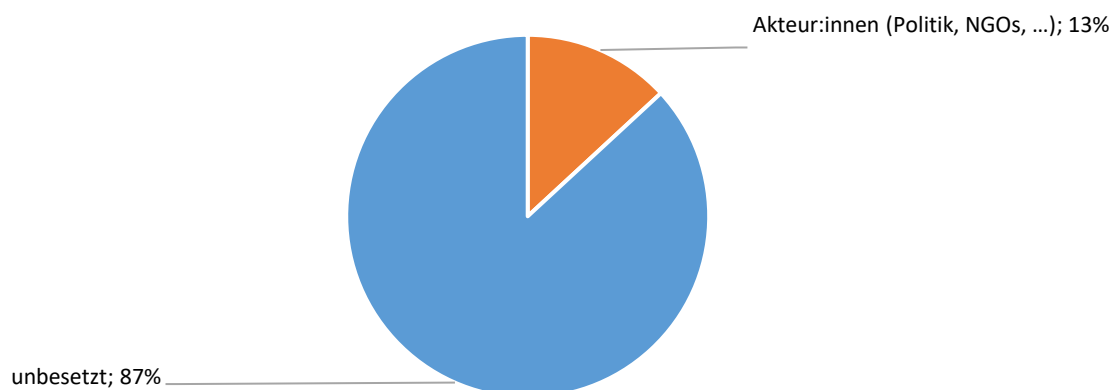
Quelle: MediaAffairs

Relevanteste Player im Kontext Menschen mit Behinderungen

Mehr eigeninitiierte Berichterstattung, weniger Expert:innen

Der überwiegende Teil der Berichterstattung über Menschen mit Behinderung und über den Themenkomplex Behinderung wird von Medien eigeninitiiert aufgegriffen. In nur 13 Prozent (2015/2016 waren es noch 19 Prozent) der Fälle können sich Akteur:innen aus der Politik, NGOs, Interessensvertreter:innen und andere Organisationen rund um das Thema Inklusion/Behinderung positionieren.

Abbildung 13: Anteil eigeninitiiertes und unbesetztes Berichterstattung



Quelle: MediaAffairs

Das in Medien gezeichnete Bild über Menschen mit Behinderungen und das gewählte Themensetting werden demnach durch die Medien und deren Redaktionen nicht nur in sehr hohem Grad selbst gestaltet, sondern überwiegend mit eigenen Inhalten und vor allem auch eigener Expertise gefüllt. Das trifft vor allem auf die sehr präsenten Themen Sport, Charity oder die Porträts zu. Dabei handelt es sich um „gute“, emotionale, meist persönliche Geschichten, bei denen nicht zwingend Expert:innen hinzugezogen werden müssen. So bleibt letztlich relativ wenig Raum zur inhaltlichen Positionierung von Expert:innen, NGOs oder anderen Akteur:innen. Eine stärkere Sichtbarmachung und Einbeziehung von Expert:innen würden die Vielfalt erhöhen und mitunter beitragen, dass noch mehr alltagsnahe Themen in die mediale Berichterstattung einfließen können.

Präsenteste Akteur:innen im Kontext Behinderung – abseits von Politik und Wirtschaft

Wenn Organisationen und Expert:innen eine mediale Bühne bekommen, dann nur sehr punktuell. Am meisten Sichtbarkeit in den Printmedien generiert das ÖPC (Österreichische Paralympische Komitee) aufgrund der hohen Resonanz des Behindertensports in Massenmedien. Das ÖPC bildet mit prominenten Vertreter:innen aus Politik und Wirtschaft eine starke Lobby für Spitzensportler:innen mit Behinderung und verfügt darüber hinaus über die finanziellen Möglichkeiten, Redaktionen auf Reisen zu den Austragungsorten der Paralympics einzuladen und dadurch eine höhere Resonanz der Paralympics zu begünstigen.

Eine sehr wichtige, öffentlich präsente Organisation ist der ORF, der als Medienhaus unter Inklusions-Expert:innen durchaus polarisiert. Einerseits ist da der sehr umstrittene Charity-Schwerpunkt mit „Licht ins Dunkel“, der nach wie vor Menschen mit Behinderung stark über die Mitleids- und Opferschiene inszeniert. Die Inszenierung von Menschen mit Behinderung als Bittsteller:innen, die auf Promis, Politiker:innen oder Unternehmer:innen treffen, welche medienwirksam Spenden überreichen, widerspricht über weite Strecken der UN-BRK und sorgt regelmäßig für Widerstand bei Behindertenvertreter:innen. Die seit 50 Jahren bestehenden „Licht-ins-Dunkel“-Sendungen gehören zu den erfolgreichsten Formaten des Senders. Im Jahr 2021 betrug das Spendenergebnis am 24.12. 13,5 Millionen Euro, und die „Licht-ins-Dunkel“-Sendungen erreichen von Oktober bis Dezember Rekordeinschaltquoten. Konkret einen Seher:innenkreis von 3,6 Millionen, das entspricht 48 Prozent der österreichischen TV-Bevölkerung (vgl. ORF, 2022, S. 19). „Licht ins Dunkel“ prägt durch die enorm starke Markenbildung und hohe Reichweite jahrzehntelang zweifelsohne das Konstrukt von Behinderung und die Bewusstseinsbildung in Österreich stark mit.

Andererseits versucht der ORF mit einzelnen Formaten und über engagierte Redakteur:innen aktiv zu positiver Bewusstseinsbildung und mehr Inklusion beizutragen. Der ORF setzt medial vor allem auch einen Schwerpunkt auf umfassende Barrierefreiheit zu Information und Unterhaltung durch Untertitelung, Audiodeskription und den Gebrauch der österreichischen Gebärdensprache. Das Sendungsangebot ist von 100 Prozent Barrierefreiheit noch weit entfernt, aber als Sender mit öffentlich-rechtlichem Auftrag liegt der ORF bereits weit vor den Privatsendern und bessert sich hier kontinuierlich. Der ORF verfügt auch über eine inklusive Lehrredaktion, in der Nachrichten in einfacher Sprache produziert werden – auch das ein zentrales Element für gelingende Inklusion und nicht nur ein Service für Menschen mit Lernschwierigkeiten. Zuletzt startete der ORF-Radiosender Ö3 eine großangelegte Kampagne für Jugendliche mit Behinderung am Lehrlingsmarkt (vgl. ebd., S. 16f).

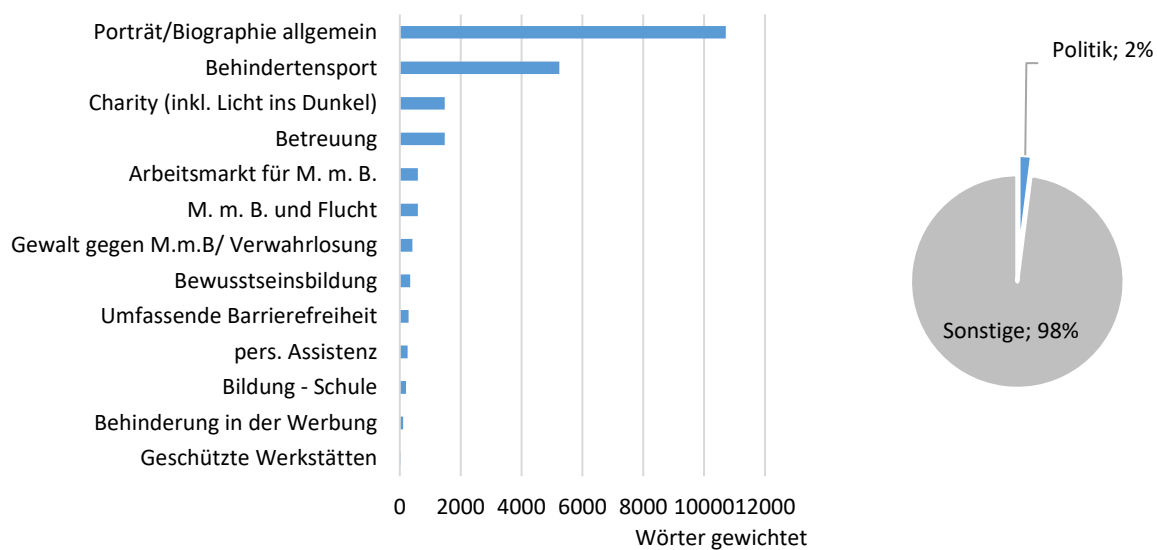
Unter den medial sichtbarsten Organisationen finden sich auch Einrichtungen wie Lebenshilfe oder Caritas, bei denen insbesondere die Versorgung, Begleitung und Betreuung von Menschen mit Behinderung zum Portfolio gehören. Neben den Einrichtungen zur Versorgung, Beschäftigung und Betreuung von Menschen mit Behinderungen sind es primär Interessensvertretungen, welche die Rechte von Menschen mit Behinderungen oder speziellen Gruppen von Menschen mit Behinderungen in reichweitenstarken Massenmedien kommunizieren können, wenn auch nur auf sehr geringem quantitativem Niveau. Hierunter fallen etwa der Gehörlosenbund, der Blinden- und Sehbehindertenverband in Österreich (BSVÖ), der Behindertenrat, die Vereine ÖZIV Bundesverband – eine Interessensvertretung für Menschen mit Behinderungen – oder die Vereinigung BIZEPS Zentrum für Selbstbestimmtes Leben – eine Beratungsstelle für Menschen mit Behinderungen und deren Angehörige. Die Behindertenanwaltschaft ist im Sozialministerium angesiedelt und vertritt die Belange behinderter Menschen parteiübergreifend und österreichweit. Im medialen Diskurs vertritt die Behindertenanwaltschaft – ebenso wie etwa der Behindertenrat – die Rechte behinderter Menschen, beanstandet Missstände in der Umsetzung der UN-Behindertenrechtskonvention, treibt deren Umsetzung voran und sorgt dafür, dass inklusionsrelevante Themen aufs politische Tapet gebracht werden.

Der Beitrag der Politik – mehr Sichtbarkeit, weniger Inhalte als 2015/2016

Zur Situation von Menschen mit Behinderungen nimmt die Politik im Jahr 2021/2022 öffentlich kaum Stellung, Inklusionspolitik spielt eine massiv untergeordnete Rolle. Der Anteil

an der medialen Berichterstattung im Kontext Behinderung wird nur zu zwei Prozent von Akteur:innen aus der Politik und den Parlamentsparteien besetzt. Es gibt eine leichte quantitative Steigerung beim Berichtsvolumen im Vergleich zu 2015/2016. Diese Steigerung in der medialen Sichtbarkeit kommt vorwiegend zustande, weil private Geschichten und Porträts von Politiker:innen mit Behinderung (hier v.a. Kira Grünberg, Behindertensprecherin der ÖVP, und Norbert Hofer, Behindertensprecher der FPÖ) medial unterkommen. Darüber hinaus positioniert sich die Politik vor allem mit erfolgreichen Paralympics-Sportler:innen und setzt sich im Zuge von Charity-Aktionen in Szene. Inhaltlich und thematisch jedoch äußert sich die Politik zu inklusionsrelevanten Themen de facto nicht.

Abbildung 14: Anteil und Top-Themen der Politik an der Gesamtberichterstattung im Kontext Behinderung und Inklusion



Quelle: MediaAffairs

Die niedrige Präsenz der Politik zeigt sehr deutlich, dass Behindertenpolitik, obwohl es sich dabei um eine klassische Querschnittsmaterie handelt, von den Politiker:innen im aktuellen Politgeschehen maximal gestreift wird. Die Corona-Pandemie mag ein Grund dafür sein, weshalb politische Entscheidungsträger:innen die Inklusionspolitik verstärkt aufs Abstellgleis schieben. Inklusionsagenden sind zum Teil in den Ländern angesiedelt, zum Teil aber auch im Bund und im Sozialministerium – jenem Ministerium, welches in der Corona-Pandemie auch hauptzuständig für Pandemiefragen ist und im Untersuchungszeitraum zudem von drei verschiedenen Ministern geführt wurde. Ein zweifelsohne schwieriges und volatiles Umfeld für die politischen Akteur:innen, gleichzeitig aber auch eine besonders fordernde Zeit für Menschen mit Behinderung, welche durch die Pandemie und weitere krisenhafte Entwicklungen besonders belastet sind – sei es beispielsweise als Risikopatient:in, durch eingeschränkte Bewegungsfreiheit, Personalmangel bei Betreuungs- und Assistenzpersonal, finanzielle Einbußen und Unsicherheiten, Arbeitslosigkeit et cetera.

Während sich in den Medien eine positive Entwicklung hin zu mehr Berichterstattung und höherem Interesse an inklusionsrelevanten Themen abzeichnet, nutzt die Politik diese Chance kaum, um inklusionspolitische Aussagen zu treffen. Das politische Engagement im Inklusionskontext ist gemessen an den kommunizierten Sachthemen stark rückläufig. Von den Parlamentsparteien ist die Regierungspartei ÖVP, gefolgt von den Grünen, zwar verglichen mit anderen Parteien noch am stärksten präsent, allerdings kaum mit Behindertenpolitik. Die ÖVP

ist vor allem über Behindertensprecherin Kira Grünberg sichtbar, die allerdings primär wegen ihrer eigenen Behinderung porträtiert wird. Darüber hinaus sind es in der ÖVP, aber auch in der SPÖ eher landespolitische Player, welche sich meist bildlich mit Parasportler:innen oder über Charity-Aktionen profilieren. Bei den Grünen kommen in erster Linie Sportminister Kogler, der sich im Behindertensport positioniert, aber auch die jeweiligen Sozialminister vor, die allerdings kaum inklusionsrelevante Themen aufgreifen, bzw. mit diesen medial nicht durchdringen können. Das Themenportfolio der Politik zeigt nicht nur eine bemerkenswerte inhaltliche Themenleere, es untermauert auch, dass relevante Themen wie Bildung, persönliche Assistenz, die finanzielle Absicherung oder die Rolle von Menschen mit Behinderung am Arbeitsmarkt am politischen Parkett derzeit eine völlig untergeordnete Rolle einnehmen. Auch fehlen Bewusstseinskampagnen und Aktionen für mehr Inklusion und gegen Vorurteile gegenüber Menschen mit Behinderung.

Die unterschätzte Rolle der Unternehmen

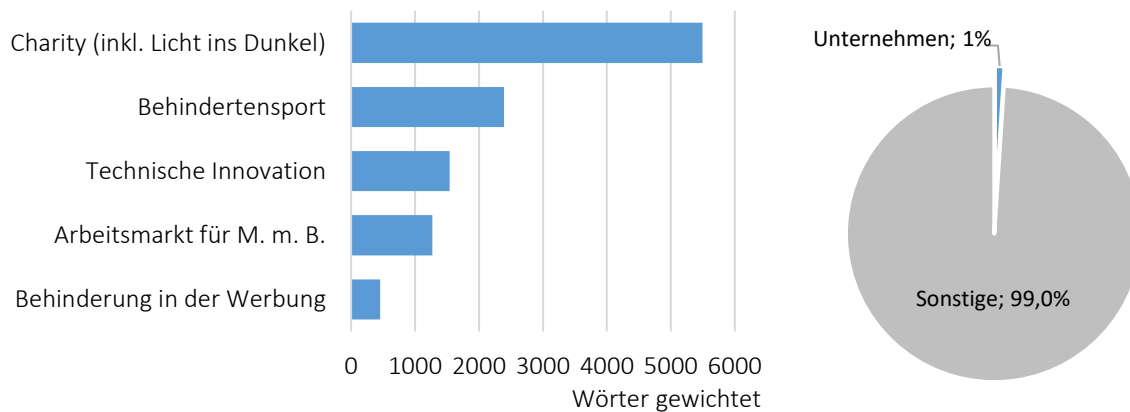
Wie bei vielen großen Gesellschaftsthemen wäre es ein Irrglaube zu meinen, dass allein bei der Politik die Macht und die Verantwortung zur Lösung aktueller Herausforderungen liegen. Die Politik hat die Zügel für die nötigen Rahmenbedingungen und gesetzlichen Regelungen in der Hand, aber Herausforderungen dieser Größenordnung können nur gesamtgesellschaftlich gestemmt werden und so Breitenwirkung erreichen. Die Wirtschaft und einzelne Leitbetriebe können durch positive Akzente und Initiativen eine enorme Hebel- und Vorbildwirkung einnehmen. Als Arbeitgeber, Dienstleister, Erzeuger von Produkten oder Trendsetter können sie das Thema Inklusion vorantreiben und Barrieren abbauen, wenn dies entsprechend forciert wird.

Viele Unternehmen setzen sich aktuell zum Ziel, im Bereich ESG (Environmental, Social, Governance) Akzente zu setzen und so verstärkt ethische, soziale Kriterien in ihr Handeln zu integrieren. Ein Begriff, der dabei häufig fällt, ist Diversität. Das Schlagwort Diversität ist gerade in der Wirtschaft ein häufig verwendeter Sammelbegriff für Vielfalt – ethnisch, sexuelle Orientierung, Frauenförderung oder etwa auch Engagement im Inklusionsbereich fallen darunter. Diversität muss aber nicht automatisch Inklusion bedeuten, und es ist wichtig, die beiden Begriffe getrennt zu halten. Zum einen, damit nicht Inklusion von Menschen mit Behinderung als ein Nischenbereich in diesem Mix aus Diversity-Maßnahmen in der Belanglosigkeit verschwindet. Zum anderen, damit klar wird, dass auch eine diverse Umgebung nicht zwangsläufig inklusiv sein muss. Inklusion bedeutet, wie eingangs erwähnt, dass nicht nur verschiedene Menschen integriert werden, sondern dass Rahmenbedingungen so nachhaltig verändert werden, dass eine Minderheit darin jene Umgebung vorfindet, die eine gleichberechtigte, volle Teilhabe ermöglicht.

Diese Studie zeigt, dass Unternehmen als Umfeld, in dem Inklusion gelebt wird oder wo Maßnahmen zur Erreichung von Inklusion gesetzt werden, es selten in die Medien schaffen. Die Frage, die sich zwangsläufig stellt: Weshalb ist das so? Gibt es diese Unternehmen nicht, oder ist für Medien diese Perspektive uninteressant? Gibt es Berührungspunkte seitens der Unternehmen oder auch seitens der Medien, Positivbeispiele an die Öffentlichkeit zu tragen, weil nur negative Geschichten gute (weil vermarktbar) Geschichten sind? Oder ist es der Tatsache geschuldet, dass Inklusion seit langem ein Menschenrecht ist, aber Organisationen, Politik, Unternehmen und nicht zuletzt auch Medienhäuser selbst säumig sind? Womöglich liegt ein Grund darin, dass Inklusionsziele häufig hinter Idealen und hohen Maßstäben zurückbleiben und es immer wieder Beispiele gibt, wo selbst in fortschrittlichen, engagierten Unternehmen bis dato einzelne Punkte nicht erfüllt werden oder Fehler passieren. Es fehlt

eine wichtige Perspektive, wenn Unternehmen in ihrer wichtigen Rolle bei den inhaltlichen Themen ausgeblendet bleiben. Es gibt definitiv Unternehmen, die Menschen mit Behinderung angestellt haben, die einen Beitrag zur Barrierefreiheit leisten oder die sich in der Kundenorientierung oder im Recruiting verstärkt an die Zielgruppe von Menschen mit Behinderung richten.

Abbildung 15: Anteil und Top-5-Themen der Unternehmen an der Gesamtberichterstattung im Kontext Behinderung und Inklusion



Quelle: MediaAffairs

Nur ein Prozent der Gesamtberichterstattung im Kontext Behinderung und Inklusion zeigt Unternehmen. Der große Teil von ihnen – wenn sie in Medien im Kontext Menschen mit Behinderung vorkommen – positioniert sich fast ausschließlich im Kontext Charity. Ein Unternehmen, welches Geld- oder Sachgüter an Menschen mit Behinderung spendet, ist medial offensichtlich immer noch die am besten funktionierende Geschichte und für die Unternehmen eher Garant für mediale Sichtbarkeit.

Dass der einseitige Fokus auf Charity dem Inklusionsgedanken nicht zuträglich ist, wurde bereits mehrfach erwähnt. Nicht das Anbieten von Spenden trägt nachhaltig zur Inklusion bei, sondern die tatsächliche Inklusion im Lebensalltag. Unternehmen und Leitbetriebe nehmen hier im medialen Diskurs derzeit noch eine stark unterschätzte Rolle ein. Vorzeigebetriebe könnten Rolemodels sein und im Hinblick auf Inklusion neue Maßstäbe setzen. Sie können darüber hinaus jedenfalls mithelfen, dass Vorurteile und Barrieren in den Köpfen abgebaut werden. Im Sinne der Bewusstseinsbildung und des positiven Wettbewerbs kann die Einbeziehung der Unternehmensseite ein Katalysator für mehr Inklusion sein. Wichtig dabei ist die Glaubwürdigkeit der Unternehmen und deren sozialer Verantwortung statt Greenwashing oder Schönfärberei.

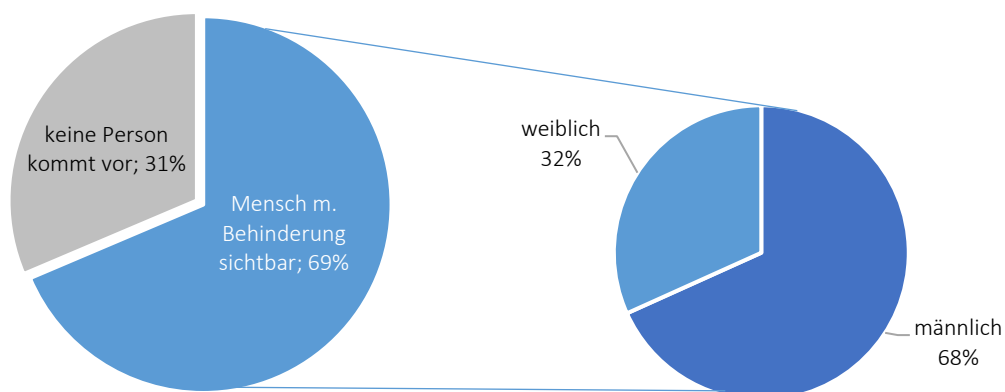
Behinderung hat viele Facetten

Partizipation und Geschlechterverhältnisse

In gut zwei Drittel der Beiträge wird auf Personen mit Behinderung Bezug genommen. Den größten Teil personalisierter Berichterstattung nimmt auch hier der Sport ein, gefolgt von Charity, weil Spendenaufrufe tendenziell eher ein „Gesicht brauchen“, um wirkungsvoll zu

sein. Das restliche Drittel nicht personalisierter Berichterstattung beschäftigt sich mit allgemeinen Aussagen im Inklusionskontext, etwa Debatten über allgemeine gesellschaftspolitisch relevante Themen. In Artikel 6 der Behindertenrechtskonvention wird auf die Notwendigkeit hingewiesen, darauf zu achten, wie in einer Gesellschaft – und damit auch in den Medien – mit Frauen und Mädchen mit Behinderung umgegangen wird und wie diese partizipieren können. In der UN-Behindertenrechtskonvention wird die positive mediale Darstellung – insbesondere von Frauen mit Behinderung – gefordert. Die Begründung der UN dafür: Frauen mit Behinderung sind aufgrund ihres Geschlechts und ihrer Behinderung häufig von Mehrfachdiskriminierung betroffen.

Abbildung 16: Berichterstattung über Männer und Frauen mit Behinderungen



Quelle: MediaAffairs

Es sind in den Medien im Kontext Behinderung deutlich mehr Männer als Frauen präsent. Lag der Frauenanteil bei präsenten Menschen mit Behinderung im Jahr 2015/2016 noch bei 42 Prozent, so ist dieser im aktuellen Untersuchungszeitraum auf 32 Prozent deutlich abgesunken. Dieser Rückgang ist aber erklärbar. In der letzten Untersuchung 2015/2016 entfielen über Dreiviertel der Frauenpräsenz auf die Einzelfallberichterstattung über die ehemalige Stabhochspringerin Kira Grünberg, die nach einem Sportunfall mit einer Querschnittlähmung lebt. Der Fall wurde von Anfang an mit enormem Medienecho verfolgt, und die teils ausufernde Berichterstattung über Grünberg erhöhte den Frauenanteil bei der Präsenz von Menschen mit Behinderungen in Massenmedien zum Teil massiv.

Der Tunnelblick auf Einzelfälle wie jenen von Kira Grünberg verzerrt den Blick auf die Lebensrealität von vielen Frauen mit Behinderung in der Gesellschaft. Würde man diesen Einzelfall herausrechnen, dann bliebe 2015/2016 in den reichweitenstarken Boulevardblättern nur ein minimaler Frauenanteil von rund 10 (!) Prozent übrig. Im aktuellen Untersuchungszeitraum liegt der Frauenanteil bei einem Drittel, obwohl es keine so starke Fokussierung auf eine einzelne Akteurin gibt. Vor diesem Hintergrund ist die Präsenz von Frauen mit Behinderung faktisch sogar gestiegen. Verglichen mit den Werten der seit Jahren regelmäßig durchgeführten Frauen-Sichtbarkeitsstudie von MediaAffairs (vgl. MediaAffairs, 2022, S. 43) entspricht der Frauenanteil von etwa 30 Prozent auch der durchschnittlichen Bildpräsenz von Frauen (ohne Behinderung) in Medien. Dieser Wert mag somit im „normalen Mittel“ liegen, Fakt ist aber, dass dieser Wert von paritätischer Sichtbarkeit immer noch sehr

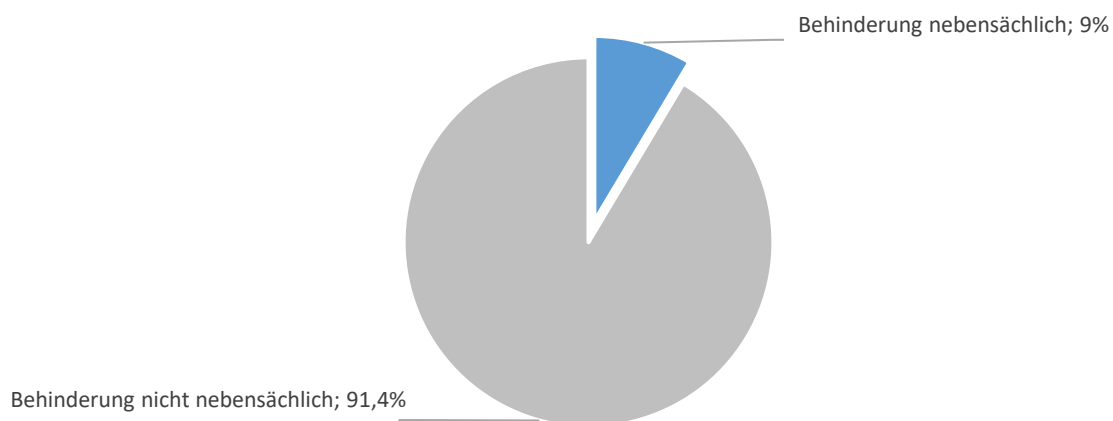
weit entfernt ist – ein zuverlässiger Indikator, der zeigt, dass Chancengleichheit in vielen Bereichen noch nicht gelebte Praxis ist.

Ziel aus Sicht der UN-Behindertenrechtskonvention in der Darstellung von Menschen mit Behinderung muss ein realistisches Abbild der Realität und der Lebenswelten behinderter Personen sein – und damit auch die angemessene Präsenz und Sichtbarkeit von Mädchen und Frauen. Das bedeutet nicht, dass prominente Personen oder medienwirksame Einzelfälle im Behinderungskontext nicht präsent sein sollen, aber es muss im Sinne der Konvention auch die Repräsentation und Teilhabe „gewöhnlicher“ Menschen mit Behinderung gelingen, eine Alltagsberichterstattung, die per Definition schon bunter und breiter ausfallen müsste.

Behinderung als „Nebensache“ und eine Eigenschaft von vielen

Inklusion in Sinne der UN-Behindertenrechtskonvention ist erst dann gegeben, wenn es nicht mehr das Denken in zwei Gruppen von Menschen gibt – einer „Mehrheitsgruppe“ von nichtbehinderten Menschen und einer „Außengruppe“ von behinderten Menschen (vgl. Sozialverband VdK, 2013). Behinderung wird, wenn Zusammenleben und Teilhabe ermöglicht wird, zu etwas weniger „Exotischem“. Eine Behinderung kann als nur eine von vielen Eigenschaften eines Menschen gesehen werden. „Ich bin in erster Linie Mensch und erst viel später behindert“ (Firlinger, 2003, S.22). Dennoch werden Menschen mit Behinderungen in der medialen Darstellung in den meisten Fällen entweder auf ihre Behinderung reduziert oder die Behinderung stellt zumindest ein zentrales Element in der Berichterstattung dar und ist somit der Aufhänger.

Abbildung 17: Behinderung als „nebensächliches“ Faktum



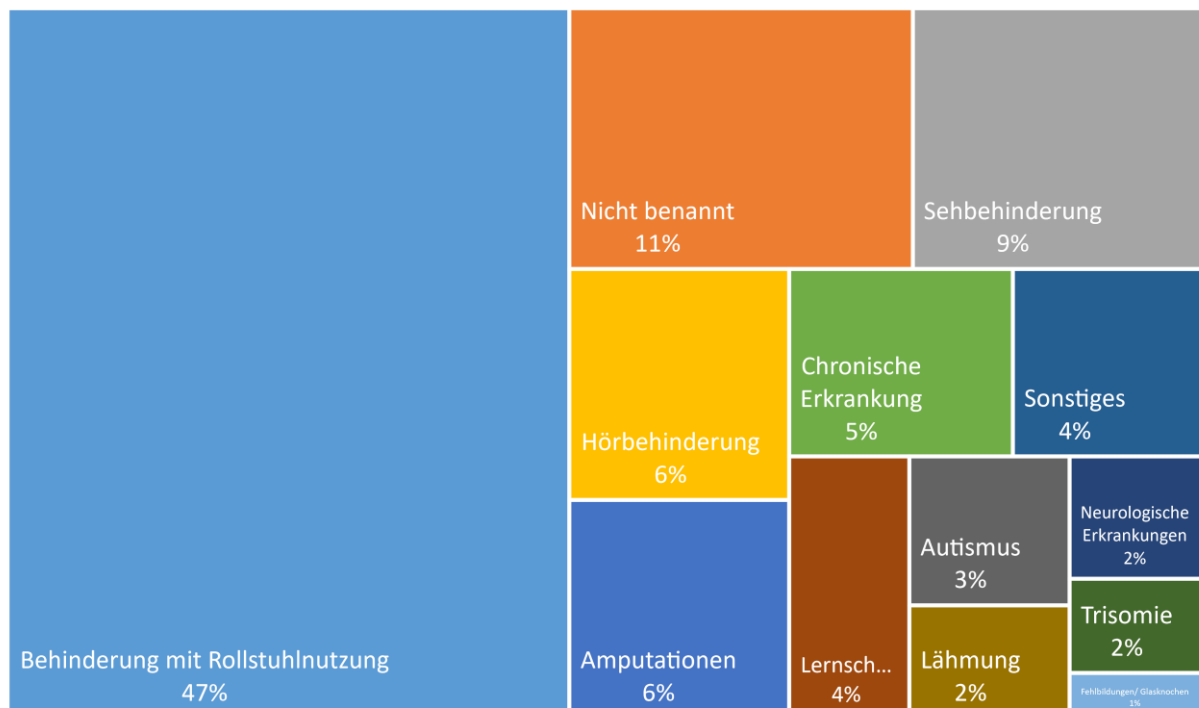
Quelle: MediaAffairs

In der Berichterstattung zeigt sich, dass es 2021/2022 mit 9 Prozent (statt 1 Prozent 2015/2016) mittlerweile mehr Berichte über Menschen mit Behinderung gibt, in denen deren Behinderung als so „normal“ oder „nebensächlich“ erachtet wird, dass sie entweder gar nicht erwähnt und explizit angesprochen wird oder nur eine Randbemerkung bleibt. In diesen Beiträgen kreist nicht alles um die Behinderung, sondern es geht um den Menschen, der auch andere Eigenschaften, Expertisen, Talente, etc. hat.

Behinderungsarten in Medien – der Rollstuhl als wirkungsstarkes Symbol

Es wurde in dieser Studie schon mehrmals thematisiert, dass das existierende Bild von Behinderung ein zumindest teilkonstruiertes ist. Es gibt jedenfalls eine sehr starke Prägung durch öffentliche Sichtbarkeit und Sozialisierung – etwa dort, wo der Rollstuhl als Symbol für Behinderung dient. Interessantes Detail der Medienanalyse: Fast die Hälfte der in Medien dargestellten Menschen mit Behinderungen zeigt Rollstuhlnutzer:innen. Durch die hohe Sichtbarkeit – insbesondere bei Paraspport und Charity – entsteht der Eindruck, als wäre dies ein Abbild der Realität. Dabei handelt es sich allerdings um eine starke Verzerrung.

Abbildung 18: Thematisierte Behinderungsarten in Medien



Quelle: MediaAffairs

Laut Statistik Austria leben über 18,4 Prozent der Bevölkerung mit einer Behinderung – das sind über 1,3 Millionen Menschen in Österreich. Nur 0,5 Prozent der Bevölkerung sind Rollstuhlnutzer:innen. Am häufigsten werden mit über 14 Prozent Probleme mit der Beweglichkeit genannt, gefolgt von psychischen Problemen (3,7 Prozent). Etwa 3 Prozent der Menschen in Österreich leben mit einer stärkeren Sehbeeinträchtigung und zirka 1 Prozent der Bevölkerung hat Lernschwierigkeiten (vgl. BMASK, 2017, S. 239f).

Medien fokussieren in der Berichterstattung besonders auf körperliche, sichtbare Behinderungen, es werden aber auch Sehbehinderungen (9 Prozent) und Hörbehinderungen (6 Prozent) relativ häufig thematisiert. Auch chronische Erkrankungen erfahren mittlerweile mehr öffentliche Aufmerksamkeit. Neurologische Erkrankungen, Lernschwierigkeiten, Autismus oder Trisomie, Lähmungen oder Fehlbildungen werden punktuell aufgegriffen. In gut 10 Prozent der Fälle wird in den Medien zwar eine Behinderung thematisiert, allerdings bleibt die Art der Einschränkungen unerwähnt.

Das medial transportierte Bild zeigt ein sehr verzerrtes Bild von Behinderung, das vor allem die körperliche Einschränkung zeigt, meist einen Menschen im Rollstuhl. Wichtig für Bewusstseinsbildung und Aufklärung ist zu wissen, dass es viele verschiedene Facetten von Behinderungen gibt und der weitaus größte Teil davon unsichtbar ist. Chronische Krankheiten oder Einschränkungen durch Epilepsie, Multiple Sklerose oder Autismus sind nicht auf den ersten Blick erkennbar, aber relativ verbreitet. Auch chronische Krankheiten oder schwere Fälle von Long Covid können darunterfallen. Die hohe Zahl Betroffener und die zahlreichen Ausprägungen und Arten von Behinderung – oft auch Mehrfachbehinderungen – zeigen, wie notwendig auch unterschiedlichste Initiativen und Maßnahmen sind, damit Inklusion auf breiter Ebene gelingen kann.

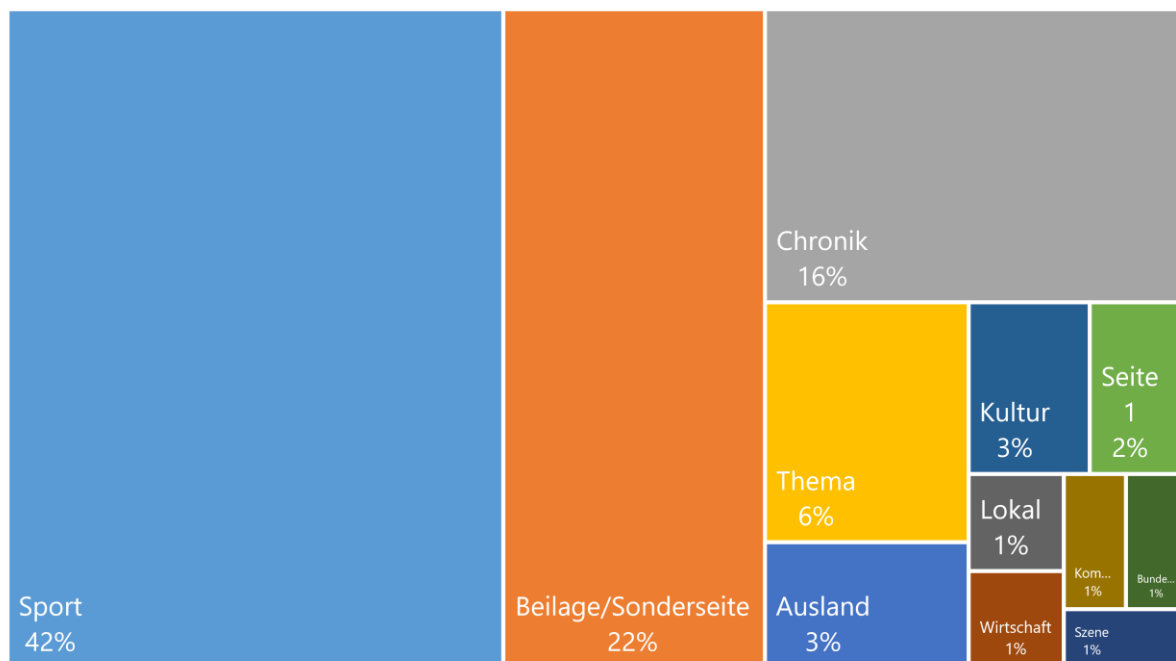
Die vielzitierte Rollstuhlrampe oder bauliche Maßnahmen für einen einfacheren Zugang zu Gebäuden sind wichtig – und ein Mehrwert nicht nur für Menschen mit Behinderung. Aber Maßnahmen für Inklusion müssen in Unternehmen, in Politik, in der Gesellschaft als Ganzes weiter gehen, um Inklusion auch für Menschen mit nicht-körperlicher Behinderung zu ermöglichen. Auch hier spielt die Bewusstseinsbildung wieder eine zentrale Rolle – erst wenn verschiedene Behinderungen in ihrer Breite erkannt, thematisiert und letztlich auch enttabuisiert werden, können Vorurteile abgebaut werden und Maßnahmen für Inklusion Wirkung zeigen. So große Entwicklungen wie Inklusion gelingen nicht von heute auf morgen. Der Fokus auf die Vorgabe eines rechtlichen Rahmens ist wichtig, aber unzureichend, jede nachhaltige gesellschaftliche Veränderung muss auch auf breiter Ebene mitgetragen und verinnerlicht werden. Hier schließt sich der Kreis hin zur Politik, zur Kommunikation, zu den Unternehmen, zu den Medien.

Spezialauswertungen

Positionierung der relevanten Artikel in den Medien

Neben dem Berichtsvolumen in der Berichterstattung und der Relevanz der Medien spielt die Positionierung der Artikel in den Medien eine nicht zu unterschätzende Rolle, vor allem hinsichtlich ihrer Wahrnehmbarkeit. Aufmacher auf der Titelseite, auf den ersten Seiten im Politik- und Gesellschaftsteil einer Zeitung – aber auch im Sportteil – erreichen wesentlich mehr Beachtung und werden von den Rezipient:innen häufiger und intensiver wahrgenommen als Artikel in einer Beilage. Mit der Positionierung eines Artikels wird diesem mitunter auch ein gewisser Grad an Relevanz zugeschrieben.

Abbildung 19: Positionierung der Artikel in den Medien



Quelle: MediaAffairs

Der überwiegende Anteil der Berichterstattung (42 Prozent) über Menschen mit Behinderungen findet sich im Sportteil der Medien. Der Anteil hat sich mit der gestiegenen Berichterstattung über die Paralympics deutlich erhöht. Ohne das Paralympics-Großereignis würde Behindertensport im medialen Geschehen eine untergeordnete Rolle einnehmen. Abseits der Sportberichterstattung kommen Menschen mit Behinderung und Inklusionsthemen vorwiegend in den Beilagen/Sonderseiten (23 Prozent) vor – etwa in den Gesundheits- oder Medizinbeilagen (Berichte über Autismus, neue Behandlungsmethoden etc.) oder Forschungsbeilagen (technische Innovationen von der High-Tech-Prothese über „smarte“ Blindenstöcke bis zu Implantaten, die neurologische Störungen unterbinden sollen). In der Chronik finden sich zum Teil Rechtsstreitigkeiten, aktuelle Diskriminierungsfälle, Übergriffe auf Menschen mit Behinderung, aber auch Berichte über Charity-Events. Deutlich gestiegen ist der Anteil der Berichterstattung jedenfalls auf den Kulturseiten, hier erlangen Menschen mit Behinderung im Film, in der Kunst, in Ausstellungen viel mehr Raum als noch im Zeitraum 2015/2016. Auf die Titelseiten schaffen es Mehrfachsieger bei den Paralympics. Was aber bemerkenswert ist und nachhaltig wirkt, ist die starke Unterrepräsentanz von Inklusionsthemen auf den Politikseiten. Die minimale Aufmerksamkeit auf den Politikseiten zeigt, wie untergeordnet Inklusionsthemen am politischen Tapet aktuell sind. Auch auf den Wirtschaftsseiten ist sehr viel Luft nach oben – Inklusion als wirtschaftlich relevante Facette ist enorm breit. Menschen mit Behinderung als Arbeitnehmer und Talentepool (Unternehmen wie myAbility zeigen beispielsweise den Mehrwert von Inklusion für Unternehmen auf), die Relevanz von Menschen mit Behinderung als Zielgruppe und wirtschaftlich attraktiver Markt etc. – Möglichkeiten, die Unternehmens- und Wirtschaftsperspektive einzubringen, gibt es grundsätzlich viele.

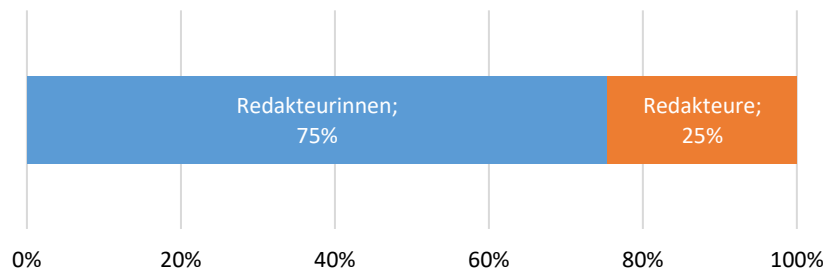
Außersicht und Innensicht – ein Blick in die Redaktionen

Ein Grundproblem in der medialen Darstellung von Menschen mit Behinderungen besteht darin, dass in den großen Redaktionen des Landes in der Regel von Nicht-Betroffenen über Menschen mit Behinderungen berichtet wird. Journalist:innen versuchen sich dabei in die Situation eines behinderten Menschen hineinzusetzen und beschreiben, wie sie mutmaßlich in dieser Situation empfinden würden. Daraus ergeben sich Schlussfolgerungen einer „scheinbar objektiven Berichterstattung“, die sich jedoch mit dem Empfinden Betroffener häufig nicht decken (vgl. Radtke, 2006, S. 124). Dadurch können falsche Bilder und eine Verzerrung der Realität resultieren, häufig werden Rollenklischees unter diesen Umständen verstärkt. Indem Menschen mit Behinderungen in Redaktionen mitarbeiten und Expert:innen zu Rate gezogen werden, könnte eine realistischere Darstellung von Menschen mit Behinderungen in Medien gelingen. Inklusion im Sinne gleichberechtigter Mitarbeit von Journalist:innen mit Behinderungen ist in Medienhäusern noch gar nicht verbreitet.

Ein Beispiel, wo Menschen mit Lernschwierigkeiten in Redaktionen mitarbeiten, ist die inklusive Lehrredaktion im ORF-Zentrum. Hier bekommen Menschen mit Lernbehinderung die Möglichkeit, zu journalistischer Tätigkeit in einfacher Sprache aktiv beizutragen. Der ORF bietet täglich Nachrichten in einfacher Sprache an, in Form eines Überblicks über zentrale Geschehnisse des Tages, zusätzlich werden zahlreiche Sendungen untertitelt oder zusätzlich in Gebärdensprache bereitgestellt. Sendungen auf Sport+ fokussieren besonders stark auf Behindertensport, erwähnenswert etwa das Sportformat „Ohne Grenzen“. Bei Ö1 gibt es beispielsweise den Podcast „Inklusion gehört gelebt“. Die Austria Presse Agentur APA bietet mit „TopEasy“ einen Nachrichtendienst in einfacher Sprache an, dieser gibt fünf Mal pro Woche einen kompakten Nachrichtenüberblick.^{iv} Von den Tageszeitungen sticht die Kleine Zeitung heraus, welche auf ihrer Webseite Angebote in einfacher Sprache in Kooperation mit einem inklusiven Redaktionsteam der Lebenshilfe bringt. Hier werden wochentags täglich Nachrichten in einfacher Sprache erstellt.^v Viele andere Tageszeitungen sind hier noch säumig. Kein klassisches Massenmedium, aber erwähnenswert ist an dieser Stelle das Medium „andererseits“, wo Menschen mit und ohne Behinderung zusammenarbeiten.^{vi} Es sind darüber hinaus leider wenige valide und allgemeine Zahlen verfügbar, wie viele Menschen mit Behinderung in Redaktionen angestellt sind. Auch, weil es – wie oben thematisiert – viele Facetten von Behinderung gibt und die meisten davon unsichtbar sind.

Bemerkenswert ist allerdings, dass es einen offensichtlichen Gender-Gap gibt bei der Frage, wer über Inklusion und Menschen mit Behinderung berichtet.

Abbildung 20: Geschlechterverteilung der Redakteur:innen, die über Inklusion berichten



Quelle: MediaAffairs

In den untersuchten Printmedien werden Dreiviertel der Beiträge von Journalistinnen verfasst. Frauen greifen in den Redaktionen also inklusionsrelevante Themen deutlich häufiger und vor allem auch umfassender auf als ihre männlichen Kollegen.

Exkurs Sportberichterstattung

Spitzensport als Publikumsmagnet – auch die Paralympics erreichen die Massen

Sportberichterstattung erreicht ein Massenpublikum. Sie ist fixer und sehr zentraler Bestandteil in Tageszeitungen und auf TV- und Onlinekanälen. Entsprechend stark ist der Einfluss auf Wahrnehmung und Bewusstseinsbildung, welcher von der Sportberichterstattung grundsätzlich ausgeht. Kein gesellschaftlicher Themenbereich erreicht medial dauerhaft so viel Präsenz und Sichtbarkeit, vor allem in den Printmedien. Es sind die sportlichen Leistungen und privaten Stories über Sportler:innen, Teams und Stars, der Wettlauf um Punkte und Zeitvorsprünge, die mittelbare Teilhabe des Publikums an Erfolgen und Niederlagen und nicht zuletzt die Performance als Sportnation bei Großevents, die eine Faszination ausüben (vgl. MediaAffairs, 2021, S. 32).

Sportler:innen mit Behinderung allerdings werden in der Sportberichterstattung markant benachteiligt und können von diesem Hype, wenn überhaupt, dann nur sehr punktuell profitieren. So hat sich eingebürgert, dass es für die sportlichen Leistungen von Menschen mit Behinderung einen manifestiert gesonderten Rahmen gibt – wichtige Großevents sind die Winter- und Sommer-Paralympics oder die Veranstaltungen der Special Olympics. Die Aufmerksamkeit für Profisportler:innen mit Behinderung hängt unmittelbar an diesen Großevents, die nur alle paar Jahre jeweils nach den klassischen Olympischen Spielen ausgetragen werden. Abseits dieser speziellen Events für Sportler:innen mit Behinderung bleiben diese auf den Sportseiten vieler Leitmedien eine absolute Randerscheinung. Eine aktuelle Jahres-Mediensichtbarkeitsstudie von MediaAffairs bestätigt, nicht einmal 0,3 (!) Prozent der Sportberichterstattung in Printmedien zeigt in der täglichen Sportberichterstattung (außerhalb der Paralympics-Großereignisse) Sportler:innen mit Behinderung (vgl. MediaAffairs, 2021, S. 77).

Wenn Behindertensport-Großereignisse wie die Sommer- oder Winter-Paralympics stattfinden, dann gibt es für die Events in diesem Zeitraum medial jedoch deutlich mehr Aufmerksamkeit als noch vor einigen Jahren. Dass der ORF paralympische Bewerbe im Hauptprogramm live überträgt, ist ein Zeichen, dass die Paralympics neben den Olympischen

Spielen für Sportler:innen ohne Behinderung auch in der Breite angekommen sind. Auch in den Tageszeitungen und Sportmedien erreichen die Paralympics – insbesondere bei Medaillenerfolgen der heimischen Athlet:innen (sowohl bei den Sommerspielen in Tokio im Sommer 2021 als auch bei den Winterspielen in Peking 2022) – eine hohe Aufmerksamkeit. Die Analyse der Berichterstattung über Menschen mit Behinderung bringt jeweils zu den Paralympics die größten Peaks in der Berichterstattung. Wie bereits mehrfach erwähnt, untermauert auch die Gesamtauswertung: Mit keinem anderen Thema können Menschen mit Behinderung auch nur annähernd so viel Sichtbarkeit und Aufmerksamkeit erreichen wie durch Spitzenleistungen im Behindertensport.

Raum für Held:innen

Während sich in der unterjährigen Alltagssportberichterstattung Spitzensportler:innen mit Behinderung mit einem Anteil von nur 0,3 Prozent der Sport-Medienpräsenz weit unter der Wahrnehmungsschwelle finden (vgl. MediaAffairs, 2021, S. 77), ist die Bühne für paralympische Sportler:innen aber durchaus beachtlich. Interessant ist auch die Art der Inszenierung und Darstellung, die überwiegend als sehr positiv und respektvoll zu beurteilen ist. Knapp 60 Prozent der Berichterstattung können so eingestuft werden. In der Sportberichterstattung zeigt sich aber auch eine sehr starke Schlagseite hin zu mehr heldenhaften Inszenierungen. 37 Prozent der sehr umfassenden Sportberichterstattung richtet den Scheinwerferkegel auf Held:innen, die Übertrendendes erreichen und leisten. Paralympischer Sport ist hochprofessioneller Spitzensport auf höchstem Leistungslevel. Wird dieses überragende Leistungslevel von Menschen mit einer Behinderung erreicht, sorgt dies öffentlich für noch mehr Bewunderung und Beachtung. Erfolge, selbst Misserfolge, eignen sich für bewegende Geschichten. „Daher ist man in erster Linie an Sportlern interessiert, die sich noch gut bewegen können, bei denen die Adaptierungen klein sind. Diese ‚Super-Behinderten‘, oder wie es bei den Paralympics 2012 in London hieß, ‚Super-Humans‘, prägen das Bild des Behindertensports in den Medien.“^{vii}

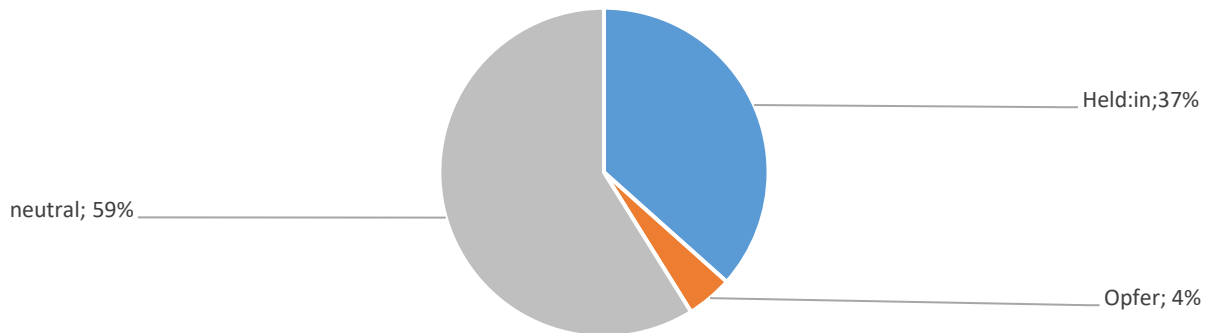
Hier einige Beispiele aus den Medien:

*„Ein beinamputierter Abenteurer aus Russland hat den 8163 Meter hohen Mount Manaslu (...) erklommen“
(Kronen Zeitung, 10.10.2021)*

*Artikel über Para-Schwimmer Andreas Onea:
„Nur nicht in der Opferrolle bleiben und sich einschränken lassen, besser den Blick immer nach vorne richten“,
macht er anderen Mut.“
(Kronen Zeitung, 06.07.2022)*

*„Es ist unglaublich, mit welchem Speed die Aigners die Pisten herunterrasen. Und genauso bewundernswert ist es, wie sie ihr Leben abseits des Skifahrens meistern.“
(Kronen Zeitung, 06.03.2022)*

Abbildung 21: Häufung der Held:innen-Inszenierung in der Sportberichterstattung



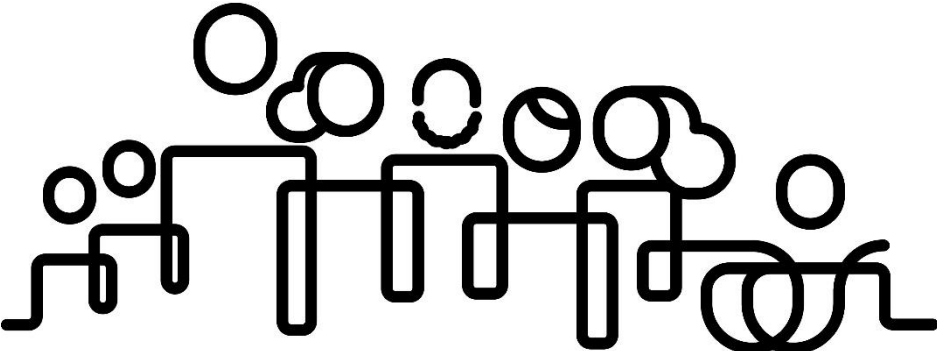
Quelle: MediaAffairs

In der kritischen Literatur liest man in einem solchen Zusammenhang immer wieder von der medialen Darstellung als „Superkrüppel“, welche durchaus auch problematisch und verzerrend ist. Nicht nur, weil der „Durchschnittsbehinderte“ so nicht ist und Alltagsberichterstattung im Vergleich dazu wenig Raum bekommt. Durch dieses Übermaß an Held:innengeschichten wird zudem suggeriert, was alles möglich ist, wenn man nur will und sich entsprechend anstrengt. Dadurch kann der Fokus auf Behindertensport mitunter Projektionsfläche sein „für allgemeine gesellschaftliche Fähigkeitserwartungen der Selbstbestimmung, Selbstüberwindung, Selbstverbesserung oder Selbstvervollkommnung, die letztlich die Körperlichkeit und Verletzlichkeit des Menschen negieren. Im Fall des ‚Superkrüppels‘ überwindet der starke Wille den schwachen Körper, im Fall des Cyborgs (Anmerkung: im Einsatz sind High-Tech-Prothesen und andere High-Tech-„Hilfsmittel“) wird die fehlende oder nicht der Norm entsprechende Leistungsfähigkeit des Körpers durch technische Ergänzungen kompensiert, normalisiert und verbessert. Die Alternative zu diesen gesellschaftlichen Phantasmen, an deren Idealen der normierten Leistungsfähigkeit und permanenten Leistungssteigerung auch nichtbehinderte Menschen regelmäßig scheitern, läge in einem kritischen Diskurs über die dabei zugrunde liegenden Normvorstellungen und Fähigkeitserwartungen sowie in einer respektvollen Haltung gegenüber der Verletzlichkeit und Zerbrechlichkeit des menschlichen Körpers.“ (Hoffmann/ Wolbring, 2019, S. 323) Eine Opferinszenierung als arme, leidende, am Rande der Gesellschaft stehende Personen findet hier nicht statt, am ehesten im Zuge der Berichterstattung rund um die Special Olympics. Bei diesen Events für Menschen mit körperlichen und kognitiven Einschränkungen oder Lernschwierigkeiten steht nicht primär die Leistung im Fokus.

Die Sichtbarkeit von Spitzensportler:innen bringt aber auch Vorteile. Dem klischeebehafteten Bild vom bemitleidenswerten, armen Menschen mit Behinderung, der auf Spenden angewiesen ist und zurückgezogen ein freudloses Leben führt, wird ein völlig anderes Bild entgegengesetzt. Das ist wichtig, aber ebenso wichtig ist, neben dem Sport weitere Perspektiven auf Menschen mit Behinderung als Teil der Gesellschaft, mit verschiedenen Talenten, in verschiedenen Professionen zu eröffnen und so einer Schubladisierung und Vorurteilen entgegenzuwirken. Das gelingt in erster Linie durch alltagsnahe, sachliche, jedoch nicht überhöhende Berichterstattung.

Geht es nicht um Hochleistungssport von Menschen mit Behinderung, dann ist auch die mediale Profilierung wesentlich schwieriger. So entfallen auf die Special Olympics nur 4 Prozent der Behindertensportberichterstattung, der Rest auf Paralympics oder Paralympic-Sportler:innen abseits der Großevents. Es sinkt das öffentliche, mediale Interesse offenbar markant, wenn die Leistung sinkt. Beim medialen Interesse zeigt sich aber auch ein bemerkenswerter Gender-Gap: Sportlerinnen kommen nur auf einen Bruchteil der Sichtbarkeit ihrer männlichen Kollegen (MediaAffairs, 2021, S. 77).

Abschnitt 3: Social-Media-Analyse



Ergebnisse aus der Social-Media-Analyse

Auf Social Media zählt die Reichweite – Die klassische Zeitung bekommt Konkurrenz

Neben den klassischen (Print-)Medien finden Bewusstseinsbildung und Informationsverbreitung zunehmend über Online-Medien und insbesondere auch in sozialen Netzwerken statt. Social-Media-Kanäle wie Facebook, Instagram oder Youtube folgen einer anderen Logik als klassische Medien. Wo einst Tageszeitungen und Medienhäuser über die „Informationshoheit“ verfügten und als fixe, sehr wirkmächtige Gatekeeper zwischen Sender:in und Empfänger:in standen, teilen sie sich den Markt zunehmend mit anderen Akteur:innen abseits der Medienbranche. Heutzutage kreieren und verbreiten Organisationen, Unternehmen oder Privatpersonen auch ihre eigenen Botschaften und können so den „Meinungsmarkt“ oder eine gewisse Zielgruppe direkt erreichen und Druck auf die Meinungsbildung ausüben, wenn sie nur über eine genügend große Gefolgschaft verfügen.

Reichweite sticht Engagement

Wie bei klassischen Medien ist auch im Social-Media-Bereich die Reichweite ein zentraler Erfolgsfaktor, wenn es um Sichtbarkeit und Bewusstseinsbildung in der breiten Öffentlichkeit geht und nicht nur um Informationsaustausch innerhalb einer kleineren Gruppe. Während in klassischen Medien im Kontext Behinderung und Inklusion bekannte und aktive Organisationen (z.B. Behindertenanwaltschaft, Volksanwaltschaft, Lebenshilfe, Sehbehindertenverband und viele andere) eine fixe, wenn auch überschaubare, Präsenz erreichen, gelten im Social-Media-Bereich andere Gesetze. In der Breite wahrgenommen werden hier nicht primär jene Organisationen und Player mit der umfassendsten Expertise oder dem größten Engagement, sondern jene, die eine entsprechend große Außenwahrnehmung in diesem Markt generieren können. Diese schaffen in der Regel am ehesten Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens und Organisationen, die ihre Social-Media-Profile intensiv nutzen, professionell betreuen und/oder zudem über bezahlte Beiträge eine größere Reichweite kreieren und so Interaktionen wie Likes, Shares, Kommentare etc. für sich verbuchen können.

Für die Auswertung wurden zentrale Social-Media-Kanäle von Medienhäusern herangezogen (daneben zentrale österreichische Player aus Politik, Wirtschaft, Influencer, Sport etc.), die immer dann in die Auswertung einfließen, wenn sie in Beiträgen im Kontext Menschen mit Behinderung und Inklusion eine Mindestinteraktionszahl von 100 erreichen. Auf Social Media werden viel mehr Medien abgebildet, hier ein Auszug einiger reichweitenstarker Medien und deren Followerzahlen auf diversen Social-Media-Kanälen.

Tabelle 2: Followerzahlen Social-Media-Kanäle ausgewählter Medien

	Follower	Instagram	Facebook	Twitter	YouTube
Zeit im Bild	1,78 Mio.	0,93 Mio.	0,85 Mio.	-	-
derStandard.at	1,67 Mio.	0,34 Mio.	0,74 Mio.	0,53 Mio.	0,05 Mio.
ServusTV	1,35 Mio.	0,35 Mio.	0,82 Mio.	0,04 Mio.	0,15 Mio.
Hitradio Ö3	0,97 Mio.	0,23 Mio.	0,67 Mio.	0,05 Mio.	0,02 Mio.
Krone.at	0,90 Mio.	0,15 Mio.	0,58 Mio.	0,09 Mio.	0,07 Mio.
Kronehit	0,67 Mio.	0,11 Mio.	0,54 Mio.	-	0,01 Mio.
meinbezirk.at	0,66 Mio.	0,03 Mio.	0,62 Mio.	-	-
Kleine Zeitung	0,58 Mio.	0,07 Mio.	0,44 Mio.	0,07 Mio.	-
DiePresse.com	0,45 Mio.	0,03 Mio.	0,32 Mio.	0,11 Mio.	-
Heute	0,45 Mio.	0,05 Mio.	0,35 Mio.	0,03 Mio.	0,01 Mio.
Antenne	0,40 Mio.	0,08 Mio.	0,31 Mio.	-	0,01 Mio.
oe24.at	0,40 Mio.	0,06 Mio.	0,32 Mio.	0,02 Mio.	-
KURIER.at	0,33 Mio.	0,04 Mio.	0,14 Mio.	0,15 Mio.	0,01 Mio.
Tiroler-					
Tageszeitung	0,23 Mio.	0,06 Mio.	0,16 Mio.	0,01 Mio.	-
OÖ Nachrichten	0,21 Mio.	0,05 Mio.	0,16 Mio.	0,01 Mio.	-
SALZBURG24	0,13 Mio.	0,03 Mio.	0,09 Mio.	-	0,01 Mio.
Tips	0,13 Mio.	0,01 Mio.	0,12 Mio.	-	-
Wochenblick	0,09 Mio.	-	0,08 Mio.	-	0,01 Mio.
NÖN	0,09 Mio.	-	-	-	-
buzz.at	0,03 Mio.	-	-	-	-

Quelle: Social-Media-Kanäle der einzelnen Medien; Stichtag 31.08.2022; Angaben unter 10000 wurden nicht berücksichtigt

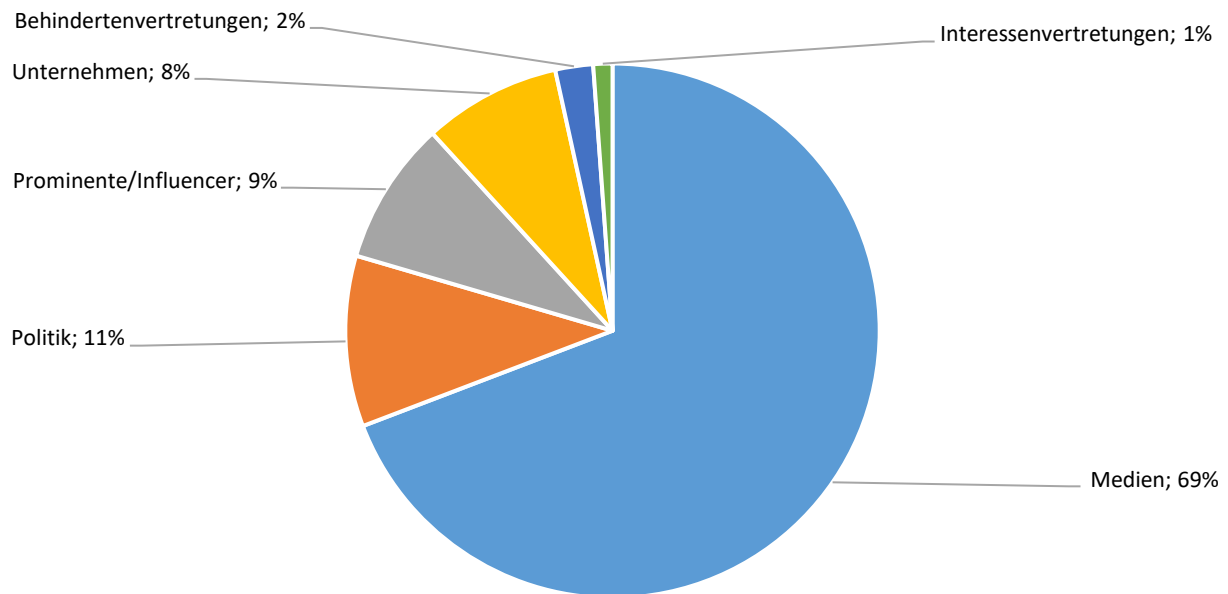
Wer ist einflussreich und prägt das Bild von Inklusion auf Social Media?

Die Auswertung der interaktionsstärksten Social-Media-Beiträge zeigt, dass beim Thema Inklusion und bei Beiträgen über Menschen mit Behinderung vor allem klassische Medienhäuser eine besonders einflussreiche Rolle einnehmen. Das Geschäftsmodell von klassischen Printmedien etwa hat sich in den letzten Jahren auch dahingehend verändert, dass diese ihre eigenen Social-Media-Kanäle verstärkt ausbauen und nutzen, um Nachrichten und Beiträge aus den Redaktionen auch über soziale Netzwerke weiter zu teilen, stärker zu positionieren und einer breiteren Zielgruppe zugänglich zu machen als einzig und allein über die Abo-Produkte. Im Zuge der vorliegenden Untersuchung zeigt sich, dass gerade die Social-Media-Kanäle der (etablierten) Medien aufgrund ihrer hohen Followerzahlen einen starken Hebel bei Präsenz und Sichtbarkeit in Kontext Inklusion darstellen. Klassische Medien können über ihre Social-Media-Aktivität vergleichsweise viele Interaktionen erzielen. Und diese

wiederum sind Maßstab für Reichweite, Wahrnehmung eines Themas in der breiten Bevölkerung und Emotionalisierung.

Der mit Abstand größte Anteil von fast 70 Prozent der Interaktionen auf Beiträge im Inklusionskontext wird auf Social-Media-Seiten von (klassischen) Medien (über deren Social-Media-Aktivitäten) erreicht. (Klassische) Medien sind im Kontext Inklusion und Menschen mit Behinderung also auch via Social Media vergleichsweise sehr einflussreich.

Abbildung 22: Interaktionsstärkste Akteur:innen bei Beiträgen über Menschen mit Behinderung



Quelle: MediaAffairs

Die Politik nutzt Social Media besonders stark zur Kommunikation von Inhalten, aber auch zur Inszenierung. Im Kontext Menschen mit Behinderung entfallen 11 Prozent der gesamten Interaktionen auf Postings von politischen Akteur:innen oder Parteien. Die größten Unternehmen des Landes erreichen 8 Prozent der Gesamtinteraktionen über ihre direkte Kommunikation über eigene Social-Media-Kanäle. Die Analyse der Medienberichterstattung im ersten Teil dieser Studie zeigt, dass sowohl die Politik als auch die Wirtschaft in der klassischen Medienberichterstattung kaum im Kontext Menschen mit Behinderung und Inklusion vorkommen. Während es schwierig scheint, mit Inhalten zu Inklusion in klassischen Medien zu punkten (das trifft insbesondere auf die Unternehmen zu), scheint der direkte Weg über die Social-Media-Kommunikation jedenfalls erfolgsversprechender. Durch Social-Media-Aktivität können Politik und Unternehmen zeigen, welche Akzente und Schwerpunkte sie in der Kommunikation allgemein und im Kontext Inklusion im Speziellen legen. Die inhaltliche Schwerpunktsetzung auf Social Media ist zugleich aussagekräftig, da sie Rückschlüsse auf Prioritäten zulässt. Nutzt die Politik die eigenen Social-Media-Kanäle, um auf Bewusstseinsbildung zu setzen und inklusionsrelevante Themen zu kommunizieren? Und welche Inhalte priorisieren Unternehmen, wenn sie mit Menschen mit Behinderung konfrontiert sind und sich mit dem Thema Inklusion auseinandersetzen?

Bei der Social-Media-Analyse stechen im Vergleich zur klassischen Medienanalyse prominente Persönlichkeiten oder sogenannte Influencer heraus. Diese teilen Inhalte direkt mit ihrer

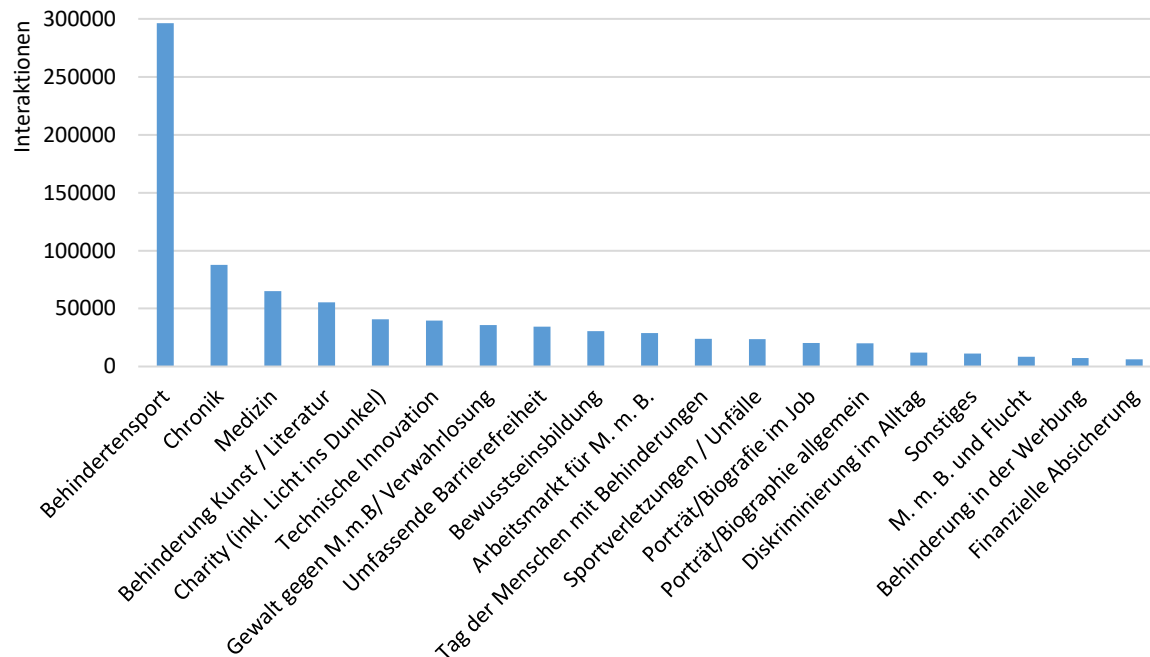
Community und der Öffentlichkeit über ihre öffentlichen Social-Media-Kanäle. Wenige davon sind klassische Influencer. Als Influencer (von engl. to influence = beeinflussen, einwirken, prägen) werden Personen bezeichnet, die aus eigenem Antrieb Inhalte zu einem Themengebiet in hoher und regelmäßiger Frequenz veröffentlichen und damit eine soziale Interaktion initiieren. Sie ragen aus der Masse der Social-Media-Nutzer heraus, da sie mit ihrer Tätigkeit in der Regel hohe Reichweiten und damit Aufmerksamkeit erzielen (vgl. Deges, 2018). Bekanntere Persönlichkeiten schaffen jedenfalls Einfluss und Präsenz auf deren Social-Media-Kanälen. Die Community der prominenten Persönlichkeiten, die (noch dazu regelmäßig) über Inklusion und/oder Menschen mit Behinderung berichten, ist recht überschaubar – nicht zuletzt, weil das Thema Inklusion immer noch ein gesellschaftliches Randthema ist.

Eine vergleichsweise sehr geringe Sichtbarkeit erreichen NGOs, Interessensvertretungen und Behindertenorganisationen. Der Hauptgrund ist, sie können oft nur sehr geringe Interaktionsvolumen erreichen. So kommen sie in der Kommunikation von Inhalten in der Regel nur sehr selten über die eigene, kleine Community hinaus. Die Notwendigkeit und Wichtigkeit des Engagements der NGOs und Organisationen im Behindertenbereich ist evident, auch um in anderen, klassischen Medien Aufmerksamkeit zu erreichen und innerhalb der Community zu informieren und zu vernetzen. Letztlich – so wird in dieser Analyse ersichtlich – braucht es für die Kommunikation und Information auf breiter Ebene allerdings jene Player als Multiplikator:innen, die auf eine große Gefolgschaft zählen können und viele Menschen erreichen – in diesem Fall Medien, politische Akteur:innen, bekannte Persönlichkeiten und Unternehmen, welche sich für Inklusion einsetzen.

Die Medien auf Social Media

Themensetting in den Medienkanälen (klassischer) Medienhäuser

Abbildung 23: Top-Themen in Social-Media-Postings der Medien



Quelle: MediaAffairs

Bei der inhaltlichen Schwerpunktsetzung in den klassischen Printprodukten dominiert im Kontext Menschen mit Behinderung der Behindertensport die Berichterstattung. Der Vergleich mit dem Social-Media-Auftritt der Medien zeigt einige Ähnlichkeiten, aber auch bemerkenswerte Abweichungen. Zwar findet sich auch auf den Social-Media-Kanälen der Medien der Behindertensport weit vorne und generiert die mit Abstand meisten User-Interaktionen, aber dahinter weicht das Ranking ab. Beiträge über erfolgreiche Behindertensportler:innen werden seitens der Medien zum einen häufig geteilt, und zum anderen erreichen sie ein überdurchschnittlich hohes Userengagement – insbesondere nach Erfolgen bei Großereignissen. Sport und Meldungen über Erfolge und Leistungen sind Geschichten, die via Social Media gut vermarktbar und positionierbar sind. Auf Social Media braucht es für hohe User-Interaktionszahlen in der Regel meist eine persönliche Geschichte und „ein Gesicht“ und/oder hohen News-Wert sowie Emotionen. Das Thema Charity müsste vor diesem Hintergrund besonders gut funktionieren, es zeigt sich aber, dass zumindest via Social Media die Charity-Berichterstattung im Vergleich zur starken Positionierung in den Printmedien (klar Rang 2 hinter Behindertensport) etwas weiter hinten bei den User-Interaktionen (Rang 5) liegt.

Bei den Social-Media-Beiträgen der Medienseiten ist messbar, dass Themen wie Medizin und technische Innovationen hier stärker forciert werden als in den Printmedien. Auch das Thema Gewalt gegen Menschen mit Behinderung stößt durchaus auf Interesse, was sich an den hohen Interaktionszahlen abbildet. Relativ hohe Sichtbarkeit generiert zudem das Thema

Behinderung und Kunst/Kultur, wo Menschen mit Behinderung aktive Akteur:in sind oder in der Kunst/Kultur das Thema Inklusion in den Fokus gerückt wird.

Mit nicht-personalisierten, sehr sachlichen Beiträgen – etwa über allgemeine Rahmenbedingungen und Inklusionsthemen – ist es jedoch deutlich schwieriger, hohe Interaktionszahlen zu erreichen. Bei Barrierefreiheit, Bewusstseinsbildung oder der Arbeitsmarktsituation für Menschen mit Behinderung gelingt das noch vergleichsweise gut. Aber andere zentrale Inklusionsthemen wie inklusive Bildung, die Wohnsituation oder persönliche Assistenz sind Themen, die tendenziell weniger Interaktionen erzielen. Hauptgrund dafür ist, dass auf reichweitenstarken Social-Media-Kanälen von Medien diese Themen nur sehr selten und punktuell aufgegriffen werden. Wenn seitens der Politik etwa keine Initiativen im Inklusionskontext gesetzt werden, dann setzen sich auch Medien mit diesen Themen selten bis gar nicht proaktiv auseinander.

Manche dieser Themen, wie etwa die inklusive Schule, polarisieren zudem stark und werden womöglich deshalb vermieden. Andere Themen sind schlicht noch zu wenig im Alltag angekommen – etwa das Thema der Persönlichen Assistenz – oder sie sind zu abstrakt für ein Massenpublikum, weil sie im öffentlichen und politischen Diskurs grundsätzlich noch kaum thematisiert werden. Seitens der NGOs wird immer wieder kritisiert, dass vor allem ein selbstbestimmtes Leben von Menschen mit Behinderung zu wenig unterstützt wird, geschweige denn als selbstverständlich erachtet wird. Die Volksanwaltschaft und zahlreiche internationale Studien weisen darauf hin, dass durch „Institutionalisierung“ (Pflegeeinrichtungen, Sonderschulen, geschützte Werkstätten etc.), wo Menschen mit Behinderung getrennt von der Mehrheitsgesellschaft untergebracht sind, die Potenziale und Bedürfnisse von Menschen mit Behinderung zur selbstbestimmten Lebensführung nicht ausgeschöpft werden (vgl. Volksanwaltschaft, 2022, S. 111). Auch im medialen Kontext bestätigt sich, dass Themen rund um Selbstbestimmung oder Menschenrechte meist erst dann für den breiteren Diskurs interessant werden, wenn Schicksale publik werden und Fälle eskalieren – etwa wenn Gewaltübergriffe in Heimen bekannt werden oder Diskriminierungsfälle an die Oberfläche gespült werden.

In der Medienanalyse bestätigen das relativ geringe Berichtsaufkommen und die eher punktuelle Themensetzung auf Social Media, dass es offenbar immer noch eine große Hürde gibt, um inklusionsrelevante Themen in die Alltagsberichterstattung – sei es in klassischen Tageszeitungen oder im Zuge der Social-Media-Aktivität von Medienhäusern – aufzunehmen. Gerade dort würde aber eine höhere Wirkung und Sichtbarkeit erzielt werden.

Inszenierung und Darstellung von Menschen mit Behinderung auf Social-Media-Seiten der Medien

Mehr Helden-, aber weniger Opfer-Inszenierungen

Wie eingangs erwähnt, sind auf Social-Media-Kanälen besonders Geschichten über sportliche Erfolge bei Großereignissen Garant für hohes Interesse und viele Interaktionen durch die Mediennutzer:innen. Als bei den Paralympics 2021 in Tokio etwa drei österreichische Handbiker bei einem Event die Gold-, Silber- und Bronzemedaille abräumten, war dies ein Highlight, welches medienübergreifend gefeiert wurde. Behindertensport ist für das Publikum durchaus attraktiv. Die Sichtbarkeit hängt aber sehr stark mit der Leistungsstärke und den Erfolgen zusammen. Bei der Inszenierung im Sport richtet sich der Fokus auf

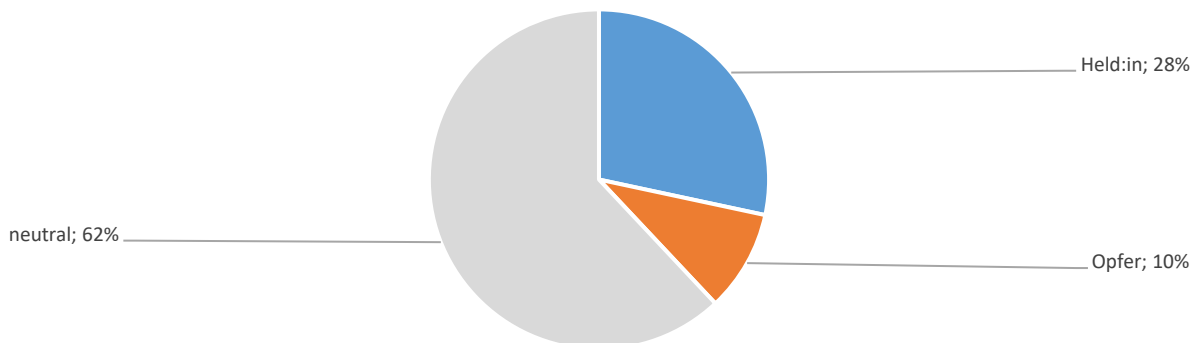
Athlet:innen mit Behinderung, die „trotz“ dieser mit überragender Leistung punkten und dafür tendenziell eher als Held:in inszeniert werden. Auf Social Media sind 28 Prozent der Inszenierungen von Menschen mit Behinderung euphorisch, bewundernde Held:innen-Geschichten. Hier zwei Beispiele:

*„Erfolgreich, trotz Behinderung – Motivationsbuch zeigt, worauf es ankommt“
(exxpress, 17.08.2021)*

*„Arm- und beinamputierter Schwimmer durchquert Titicacasee“
(Zeit im Bild, 21.11.2021).*

Die Inszenierung ist aus Sicht der UN-BRK dann besonders problematisch, wenn sie daneben der realistischen, alltagsnahen Darstellung von „gewöhnlichen“ Menschen mit Behinderung nicht genügend Raum bietet und diese überlagert. Letzteres ist allerdings sowohl in den (Print-)Tageszeitungen als auch auf den Social-Media-Kanälen der Medien immer noch sehr verbreitet. Wenn Menschen mit Behinderung Übertreffendes leisten, etwa im Sport, dann erreichen sie Sichtbarkeit und Anerkennung. Wenn nicht, dann bleibt das mediale Interesse für Alltagsthemen zwar nicht vollständig aus, aber der Lichtkegel ist ein wesentlich kleinerer. Das führt zu einer Verzerrung, die „gewöhnliche“ Menschen mit Behinderung ausblendet und so deren Lebensrealitäten, Herausforderungen und Ansprüche nicht zur Genüge widerspiegelt.

Abbildung 24: Art der Inszenierung in Social-Media-Postings der Medien



Quelle: MediaAffairs

Gleichzeitig findet auf den Social-Media-Kanälen der Medien – insbesondere bei sehr interaktionsstarken Postings – eine weniger ausgeprägte Opfer-Inszenierung statt als in den untersuchten Printmedien. Sie liegt im Schnitt bei 10 Prozent, was deutlich unter dem Wert aus der Printanalyse liegt. Die direkte Gegenüberstellung der bereits im Print analysierten Medien (Kronen Zeitung, Österreich, Heute, Standard, Kurier und Kleine Zeitung) zeigt, dass dort der Anteil der Opferinszenierung ähnlich hoch wie in den Printprodukten liegt. Bemerkenswert ist, dass in klassischen Tageszeitungen Wohltätigkeitsveranstaltungen, Spendenübergaben von Unternehmen oder Aktionen wie Licht ins Dunkel traditionell eine sehr hohe Präsenz (Top-2-Thema in den Tageszeitungen) erreichen. Diese Berichtstradition wird auch auf deren Social-Media-Kanälen fortgesetzt:

*„Ich bin eine Frau gefangen im Körper eines Kindes“
(oe24, 13.08.2021)*

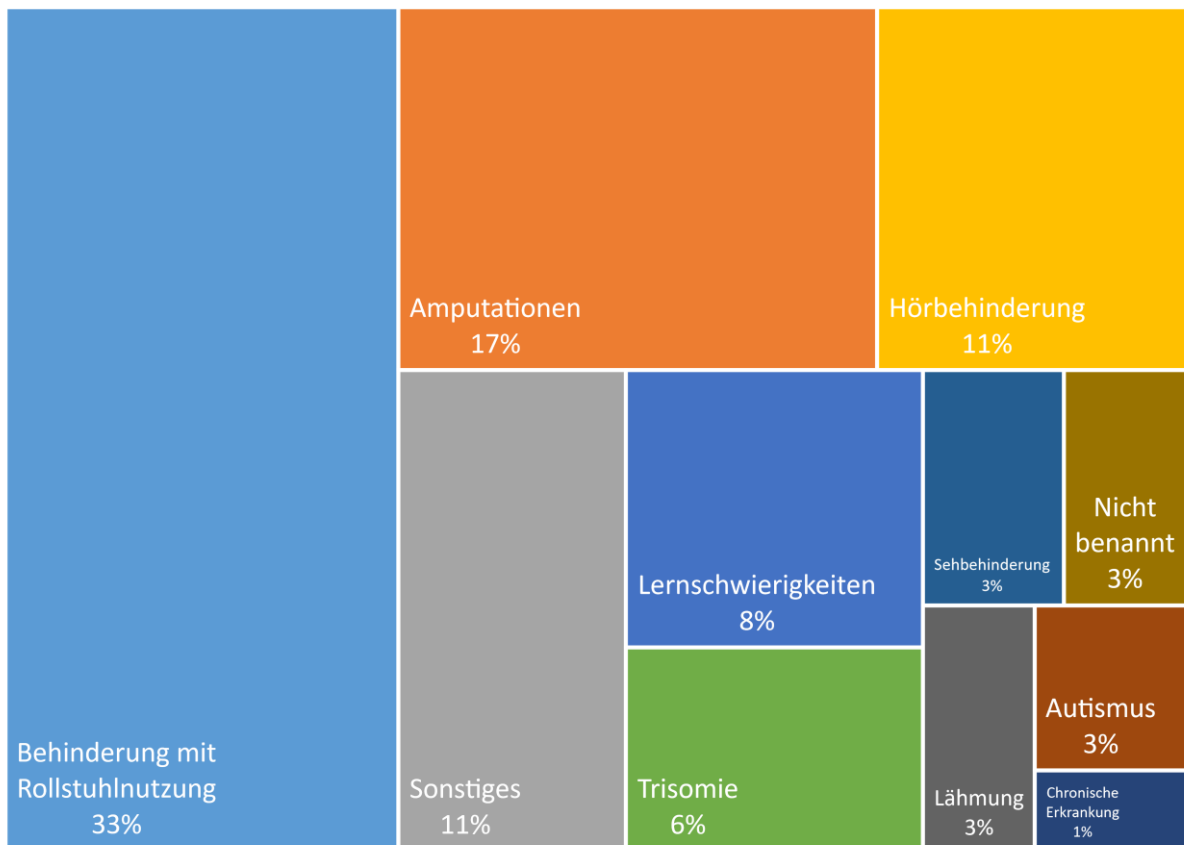
*Opferrolle: „Wir helfen! – ‚Sonnenschein‘ Suri braucht eine Therapie“
(meinbezirk, 28.07.2022)*

Viele Online-Medien oder besonders reichweitenstarke Kanäle – wie jene der Zeit im Bild, Standard.at oder orf.at – verzichten allerdings weitgehend auf die Charity-Berichterstattung und setzen stärker auf Sachthemen im Inklusionskontext oder Medizin- und Forschungsthemen rund um Menschen mit Behinderungen. Das führt letztlich auch dazu, dass das über Social Media transportierte Bild der reichweitenstärksten Medien eines ist, welches stärker als in den Printmedien als ~~sachlich~~, neutral und positiv eingestuft werden kann.

Auch auf Social Media dominiert der Rollstuhl

Ähnlich wie in den untersuchten Printmedien dominieren auch auf den Social-Media-Kanälen vor allem Beiträge über sichtbare Behinderungen und körperliche Behinderungen. Die Hälfte der Menschen mit Behinderung, die Gegenstand der Berichterstattung sind, nutzen entweder einen Rollstuhl und/oder haben amputierte Gliedmaßen – ein klischeegetriebenes Bild, das jedenfalls nicht der Realität entspricht. Dass, wenn von Menschen mit Behinderung die Rede ist, viele zuerst an eine Person im Rollstuhl denken, ist wohl auch durch dieses kursierende, verzerrende Bild aus der öffentlichen Debatte stark geprägt. Menschen mit Trisomie oder Lernschwierigkeiten sind eher sichtbar, hier hat sich in den letzten Jahren das Bild von Menschen mit Behinderung durchaus etwas erweitert und ist bunter geworden. Aber viele unsichtbaren Behinderungen werden kaum thematisiert. Chronische Krankheiten beispielsweise sind mit nur 1 Prozent Präsenz besonders stark vernachlässigt. Anders als sichtbare Behinderungen brauchen unsichtbare Behinderung die Erwähnung dieser, damit sie für ein Publikum oder auch für die Medienanalyse entsprechend erfasst werden kann.

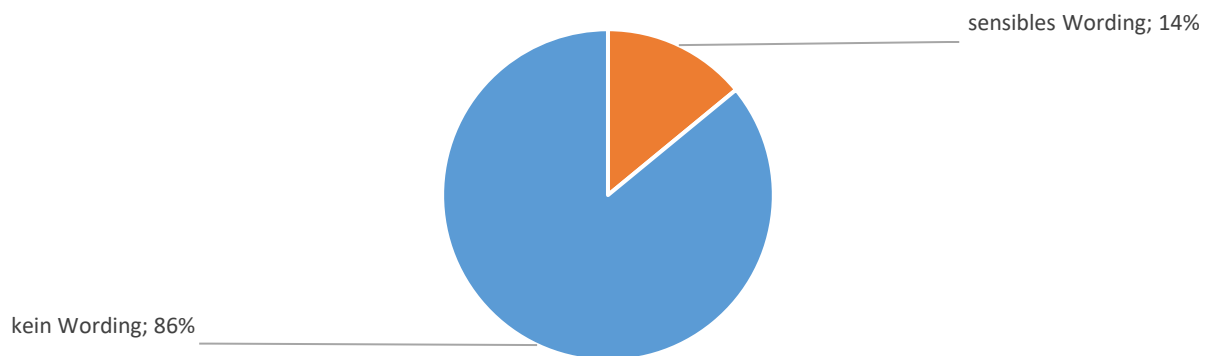
Abbildung 25: Thematisierte Arten von Behinderung



Quelle: MediaAffairs

Einsatz sensibler Wordings und Behinderung als Quotenbringer

Quer durch alle untersuchten Social-Media-Kanäle der Medien zeigt sich in Summe ein deutlich geringerer Einsatz von sensiblen Wordings (14 Prozent) als in den untersuchten Printmedien (25 Prozent). Auch dieser positive Effekt ist vor allem auf die reichweitenstarken und damit einflussreichen Leitmedien wie Zeit im Bild, Standard oder orf.at zurückzuführen, wo sensible oder diskriminierende Wordings wie „leidet an“, „an den Rollstuhl gefesselt“ etc. nur selten zum Einsatz kommen.



Quelle: MediaAffairs

In der Printmedienanalyse zeichnet sich ein klares Muster ab: Für die problematische Wortwahl und den Einsatz diskriminierender Wörter und Inszenierungen ist vor allem der reichweitenstarke Boulevard verantwortlich. Diese Feststellung lässt sich auch auf den Social-Media-Auftritt der jeweiligen Medien übertragen.

Sprache wirkt – oft auch unbewusst – etwa dort, wo „Behinderung zur gängigen Metapher“ wird. Das ist im Alltagssprachgebrauch besonders häufig beim Wort „blind“ der Fall, welches in unserer Gesellschaft als „Symbol für Ignoranz“ herhalten muss (vgl. Maskos, 2015, S. 308). Rebecca Maskos gibt in ihrem Text „Bewundernswert an den Rollstuhl gefesselt“ noch weitere Beispiele: „Wir stoßen auf taube Ohren, stehen mit dem falschen Fuß auf, fahren einer lahmen Ente hinterher oder machen jemandem Beine, dass ihm Hören und Sehen vergeht.“ (Maskos, 2015, S. 308) Viele dieser Redewendungen sind stark in unserer Sprache verankert, werden oft ganz unbewusst eingesetzt und wirken sich (unbewusst) auch auf unser Verhalten aus. Die Linguistin und Framing-Expertin Elisabeth Wehling erklärt die Macht von Sprache folgendermaßen: „Über Worte ausgerufene Frames haben nicht nur unser Denken und unsere Wahrnehmung, sondern auch unser Handeln fest im Griff.“ (Wehling, 2016, S. 20) Hier einige Beispiele aus der Social-Media-Analyse, wo Behinderung als Metapher für etwas Negatives verwendet wird:

*„Wir Staatsanwälte sind keine blinden Ankläger!“
(tt.com, 01.08.2021)*

*„Das Land ist durch den Proporz gelähmt“
(nachrichten.at, 03.08.2021)*

*PET-Flaschen im Müll: Auf einem Auge blind
(derstandard.at, 24.08.2021)*

*Kirchen immer öfter Ziel blinder Zerstörungswut
(krone.at, 21.11.2021)*

*Blind vor Liebe: Frau überwies zehntausende Euro
(kleinezeitung.at, 01.11.2021)*

*Minister Mückstein auf blindem Flug in der „ZiB 2“?
(diepresse.com, 15.11.2021)*

Es kommt immer wieder vor, dass Medien Behinderung als Trigger verwenden, um einer Nachricht eine möglichst tragische Wendung zu geben oder diese mit Spannung aufzuladen. Hier zwei Beispiele aus den Medien, die in die Kategorie Clickbaiting (Einsatz von reißerischen Überschriften im Online- und insbesondere Social-Media-Umfeld, um Nutzer:innen zu bewegen, einen Artikel anzuklicken) fallen: Die Kronen Zeitung titelt am 13. September 2021 über Monacos Fürstin Charlenes Tochter „Charlenes Tochter Gabrielle (6) sitzt im Rollstuhl... Auch das noch!....“ Im Text wird dann klar, dass das Mädchen nach einem Unfall nur temporär ein eingegipstes Bein hat. Mit der Headline wird allerdings etwas anderes vorgetäuscht. Ähnlich der Beitrag in Heute vom 24. März 2021 „Sorge um die Queen (95) – sie sitzt im Rollstuhl“. Solche Beispiele finden sich fast ausschließlich im Boulevard.

Abbildung 27: Beispiele für Behinderung als Trigger im reißerischen Aufmacher



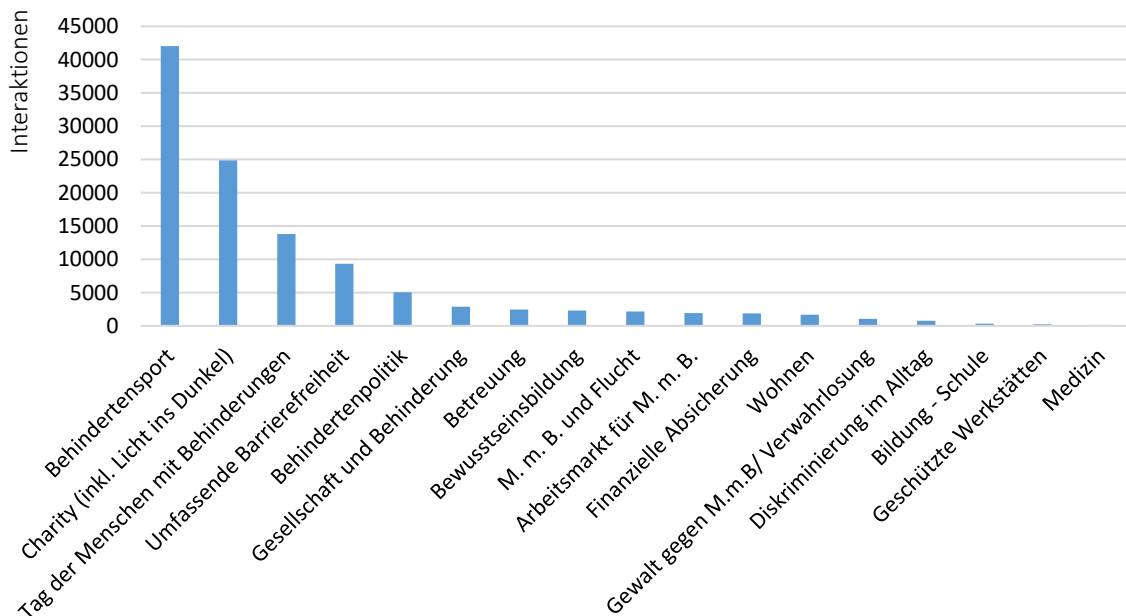
Quellen: Facebook-Seite Kronen Zeitung, Screenshot vom 20.9.2021; Facebook Seite Heute, Screenshot vom 01.04.2021

Die Politik auf Social Media

Inklusion und Menschen mit Behinderung als Nischenthema

Unter den vielen drängenden Themen kommt in der Tagespolitik die Inklusions- und Behindertenpolitik meist zu kurz. Diesen Verdacht, den immer wieder auch Behindertenvertretungen äußern, hat bereits die erste MediaAffairs-Studie erhärtet, und die vorliegende Jahresstudie bestätigt dieses Bild aufs Neue. Vor allem während der Corona-Pandemie sind auf politischer Seite parteiübergreifend kaum entsprechende Akzente gesetzt und kommuniziert worden, obwohl – wie bereits erwähnt – Menschen mit Behinderung zum Teil besonders betroffen waren und nach wie vor sind. Weder über klassische Medien noch über die eigene Social-Media-Kommunikation spielen Inklusionsthemen eine nennenswerte Rolle – obwohl Social-Media-Kommunikation den politischen Akteur:innen die Gelegenheit bietet, auch solche Themen zu kommunizieren, die über Medien mitunter schwieriger unterzubringen sind. Die Printmedienanalyse zeigt, dass während der Pandemie kaum sachpolitische Themen im Inklusionskontext seitens der Politik kommuniziert wurden. So entfallen in klassischen Medien nur 2 Prozent der Träger:innen der Berichterstattung im Kontext von Menschen mit Behinderung auf politische Akteur:innen und Parteien. Via eigener Social-Media-Kanäle können Parteien und Politiker (aufgrund ihrer teils hohen Followerzahlen) grundsätzlich eine deutlich stärkere Sichtbarkeit rund um das Thema Behinderung erreichen, vorausgesetzt, sie greifen entsprechende Themen auch auf.

Abbildung 28: Themensetting der Politik auf Social Media



Quelle: MediaAffairs

Die Social-Media-Analyse über politische Player zeigt, dass diese zwar auf Social Media hohe Präsenz und Sichtbarkeit erreichen können, aber diese Positionierungen im Inklusionskontext meist inhaltsleer bleiben. Sachpolitische Themen sind parteiübergreifend selten zu finden und werden von eher oberflächlichen Inszenierungen und allgemein gehaltenen Ansagen überlagert. Zu den mit Abstand wichtigsten und erfolgreichen Postings von politischen Playern

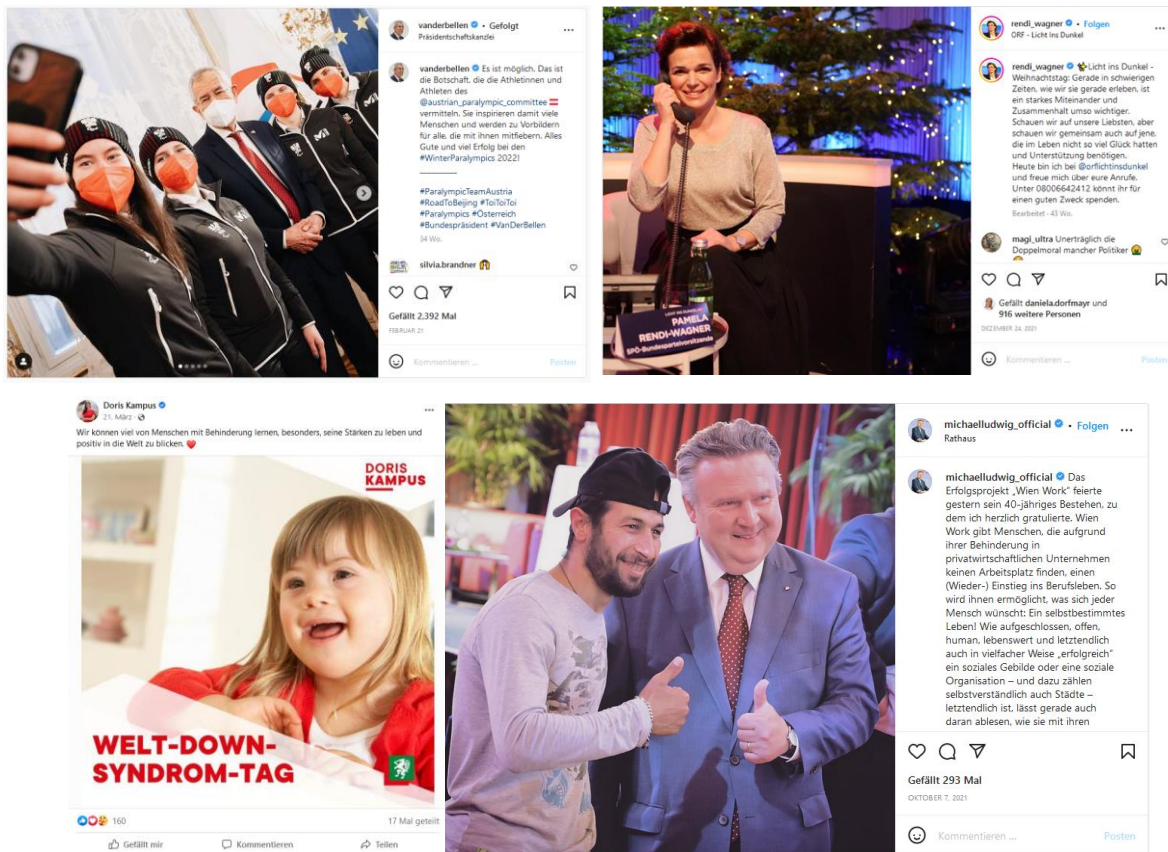
gehören primär Postings mit erfolgreichen Behindertensportler:innen rund um die Paralympics, gefolgt von Inszenierungen und Postings im Zuge von Spendenaktionen (meist im Rahmen von „Licht ins Dunkel“). Der „Tag der Menschen mit Behinderungen“ am 3. Dezember wird via Social Media zelebriert und auch seitens der Politik genutzt, um auf Inklusion hinzuweisen – allerdings meist ohne konkrete Ansagen oder nachhaltige Initiativen. Ähnlich verhält es sich beim kommunizierten Thema Behindertenpolitik, welches meist sehr allgemein gehalten ist. Wenn sich politische Player sachpolitisch äußern, dann auch hier meist oberflächlich und ohne weitere Infos. So etwa kündigt der Behindertensprecher der FPÖ via Social Media an, dass er sich in „Zagreb ein Projekt zum Thema Barrierefreiheit ansieht“. Ein Posting des Nationalratspräsidenten nach einem Unternehmensbesuch soll untermauern, welche Relevanz er einem guten Zugang zum Arbeitsmarkt für Menschen mit Behinderung beimisst. Wiens Bürgermeister feiert das 40-jährige Bestehen der Jobinitiative „Wien Work“. All diese Postings sind zwar Statements, aber keine konkreten Forderungen oder Arbeitsschritte.

Social-Media-Kanäle von Politiker:innen – meinungsbildend durch Reichweite

Aufgrund ihres Bekanntheitsgrades und der öffentlichen Bühne, aber auch kraft ihres Amtes tragen Politiker:innen eine Verantwortung, wie Menschen mit Behinderungen in der Breite wahrgenommen werden und ob inklusionsrelevante Themen die Öffentlichkeit erreichen. Politiker:innen auf Bundes- und Landesebene haben meist einen hohen Bekanntheitsgrad, vergleichsweise hohe Followerzahlen auf ihren Social-Media-Kanälen, und viele davon nutzen diese Bühne regelmäßig. Äußern sich prominente politische Persönlichkeiten via Facebook, Twitter oder Instagram im Kontext Inklusion, dann erreichen sie auf diesem Weg häufig deutlich mehr Menschen als viele Behindertenvertretungsorganisationen oder NGOs, weil diese eben nicht über eine so große Anzahl von Followern verfügen.

Allgemein kann festgehalten werden, dass sich die Politik auf Social Media kaum mit Menschen mit Behinderungen beschäftigt. Wie bereits das Themenranking zeigt, fehlen sachpolitische Inhalte meist. Hier einige typische Erzählungen mit und über Menschen mit Behinderung auf Social-Media-Seiten von Politiker:innen. Am meisten verbreitet sind Postings mit (erfolgreichen) Sportler:innen vor und nach Großereignissen, Beiträge über Charity oder Erzählungen über das soziale Engagement von Politiker:innen.

Abbildung 29: Erfolgreiche Social-Media-Postings von Politiker:innen



Quellen: Instagram-Seite Alexander Van der Bellen, Screenshot vom 01.03.2022; Instagram-Seite von Pamela Rendi-Wagner, Screenshot vom 03.01.2022; Facebook-Seite Doris Kampus vom 05.04.2022; Instagram-Seite Michael Ludwig vom 02.11.2021

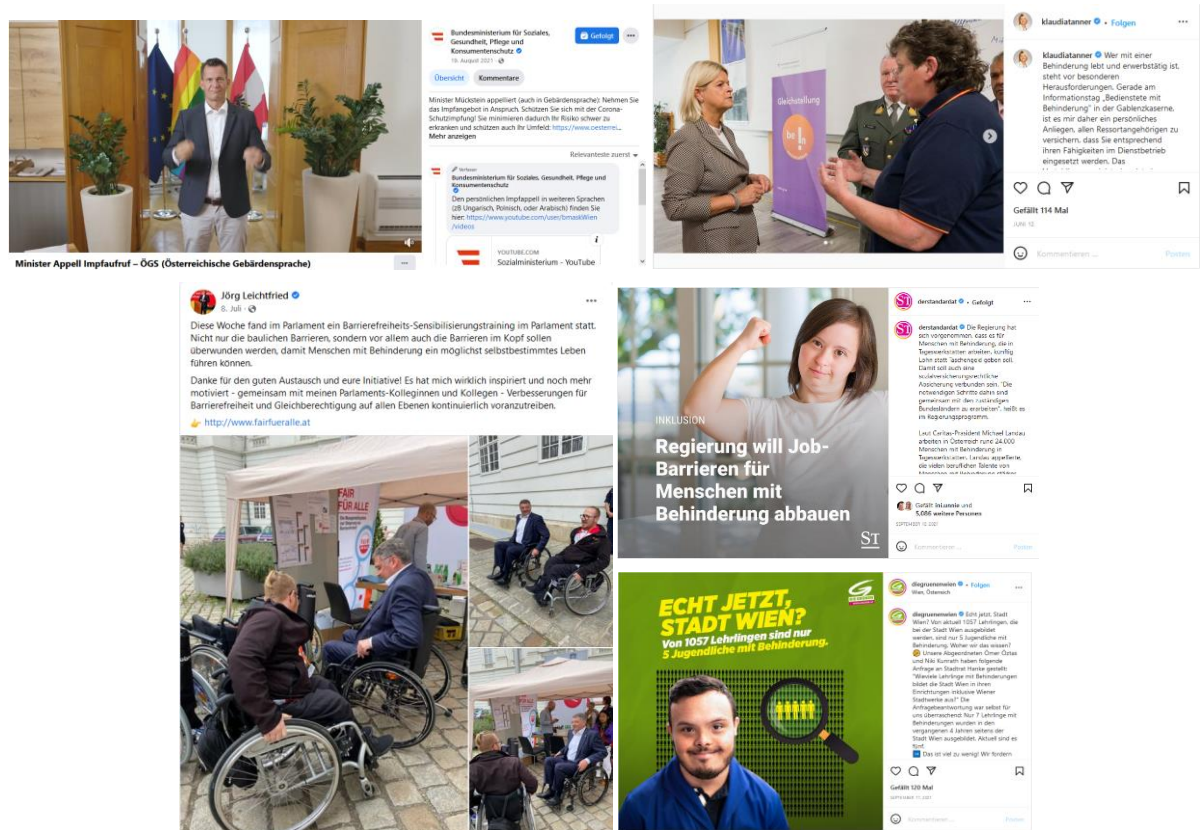
Die Politik kommuniziert vorsichtig und meist politisch korrekt

Diese Beiträge können – je nach Art der Inszenierung und inhaltlicher Ausrichtung – einen positiven Beitrag zur Bewusstseinsbildung leisten, auf der anderen Seite aber auch Klischees einzementieren – etwa dort, wo Menschen mit Behinderung als bemitleidenswerte Bittsteller:innen inszeniert werden. Beleidigungen, Diffamierungen von Menschen mit Behinderung finden sich nicht unter den Postings der Politiker:innen, aber immer wieder gibt es Beiträge, in denen Menschen mit Behinderung ausdrücklich mit Mitleid begegnet wird und sich politische Player als großherzig, großzügig und sozial engagiert inszenieren, wodurch sich (auch durch die wenigen sachpolitischen Initiativen, die dem entgegengehalten werden könnten) eine stereotype Rollenverteilung ergibt.

Die Medienanalyse zeigt, dass via Social-Media-Kanäle von politischen Playern aus Sicht der UN-BRK grundsätzlich eher neutral über Menschen mit Behinderung kommuniziert wird und hier in den meisten Fällen durchaus rücksichtsvoll vorgegangen wird. Dennoch: In über 15 Prozent der Beiträge finden sich Menschen mit Behinderung in der Opferrolle – meist im Kontext von Charity-Aktionen. Bereits im oben dargestellten Themenranking wird offensichtlich, dass zentrale Inklusionsthemen – vor allem jene, wo die Vorgaben der UN-BRK noch längst nicht erfüllt sind – in der traditionell eher oberflächlichen Social-Media-Debatte der Politik in der Regel fehlen. Sie fehlen nicht nur dort, auch in den Medien und anderswo. Postings auf Social-Media-Seiten der Politiker:innen handeln im Inklusionskontext wie erwähnt meist von Behindertensport oder Charity, darüber hinaus sind es eher punktuelle

Auftritte, die dann konkrete inklusionspolitische Inhalte kommunizieren. Hier finden sich einige Beispiele, wo die Politik inklusionsrelevante Themen aufgreift und kommuniziert.

Abbildung 30: Erfolgreiche Social-Media-Postings von Politiker:innen im Inklusionskontext



Quellen: Facebook-Seite BMSGPK, Screenshot vom 01.09.2021; Facebook-Seite Claudia Tanner, Screenshot vom 15.06.2021; Facebook-Seite Jörg Leichtfried, Screenshot vom 09.07.2021; Instagram-Seite Der Standard; Screenshot vom 30.09.2021; Instagram-Seite Die Grünen Wien, Screenshot vom 30.9.2021

So thematisiert die amierende Heeresministerin etwa das Thema Inklusion von Menschen mit Behinderung beim Bundesheer; der Sozialminister informiert unter anderem in Gebärdensprache über die Corona-Impfung; die Regierung kündigt an, dass sie Jobbarrieren für Menschen mit Behinderung abbauen will; oder Abgeordnete des Nationalrats, die sich im Zuge eines Barrierefreiheits- und Sensibilisierungstraining mit Barrierefreiheit und „Barrieren in den Köpfen“ auseinandersetzen, oder Die Grünen Wien, die feststellen, dass von über 1000 Lehrlingen der Stadt Wien nur fünf eine Behinderung haben. Solche Meldungen kommen nur sehr punktuell vor – in der Breite der politischen Debatte gehen sie meist unter. Es gibt auch Menschen mit Behinderung in der Politik. Am stärksten präsent sind in den Medien der Behindertensprecher der FPÖ, Norbert Hofer, und die Behindertensprecherin der ÖVP, Kira Grünberg.

Unternehmen auf Social Media

Druck auf dem Arbeitsmarkt verändert die Ausgangsposition

Seit am Arbeitsmarkt zunehmend ein Wettbewerb um Arbeits- und Fachkräfte stattfindet, wandelt sich einiges. Dazu kommt, dass sich viele Unternehmen ESG-Ziele (Environmental, Social, Governance) gesetzt haben und deshalb häufig bei Themen wie Diversität und Inklusion eine Bringschuld haben und aktiv werden müssen. Diese Entwicklungen und der Druck von außen begünstigen grundsätzlich die Auseinandersetzung mit Inklusion am Arbeitsmarkt. Wissend, dass speziell für Menschen mit Behinderung große Barrieren in der Gesellschaft und nicht zuletzt am freien Arbeitsmarkt herrschen, gibt es auf rechtlicher Ebene beispielsweise das Behinderteneinstellungsgesetz. Nachdem es in Österreich viele Kleinstbetriebe gibt, ist es aktuell so, dass trotz Behinderteneinstellungsgesetz die allermeisten der heimischen Betriebe keine Menschen mit Behinderungen einstellen müssen. In den größeren Unternehmen sorgt Druck von außen (Kompensationszahlung bei Nichteinstellung, aber auch selbst gewählte Quoten oder ESG-Ziele) zumindest in gewisser Weise dafür, dass Menschen mit Behinderung nun stärker mitgedacht werden.

Potenziale von Inklusion für Unternehmen erkennen – Inklusion als Business Case

Zahlreiche groß angelegte, internationale Studien – etwa die bereits 2014 erschienene Studie „Diversity matters“ von Catalyst oder aktuell die Untersuchung der global tätigen Unternehmensberatung Bain & Company (vgl. Coffmann/ Bax/ Noether/ Blair, 2022) – machen deutlich, dass diverse Teams innovativer sind, es zur höheren Zufriedenheit im Team kommt oder sich das Unternehmensimage verbessert, was im Hinblick auf Employer Branding im Wettbewerb um Talente nicht unwesentlich ist. Dazu kommt, dass Menschen, die sich zugehörig fühlen, viel eher im Job bleiben und auch ihre Arbeitgeber:innen weiterempfehlen. Die Schwachstelle vieler (auch internationaler) Studien und Untersuchungen ist, dass zwar allgemein der Effekt von Diversität untersucht wird, aber dabei selten konkret die Inklusion von Menschen mit Behinderung beleuchtet wird. Man spricht zwar von Inklusion, aber damit ist nicht zwingend die Inklusion von Menschen mit Behinderung gemeint – Begriffe wie Integration, Inklusion, Diversität vermischen sich. Solange Inklusion als nur ein Nischenthema des derzeit inflationär verwendeten Begriffs „Diversity“ verstanden wird, werden konkret Erfolge, Herausforderungen und Entwicklungen in puncto Inklusion am Arbeitsmarkt schwer abgrenzbar und messbar sein.

Nationale und internationale Untersuchungen bestätigen, dass sich die Einbindung von Menschen mit Behinderung am Arbeitsmarkt volkswirtschaftlich jedenfalls rechnet. Selbst dort, wo – etwa am zweiten (geförderten/unterstützten) Arbeitsmarkt – finanzielle Unterstützung und Förderungen für die Einstellung und Betreuung von Menschen mit Behinderungen bereitgestellt werden, überwiegt der positive volkswirtschaftliche Effekt. Erfolgreiche berufliche Integration von Menschen mit Behinderung hat positive Fiskaleffekte (höhere Sozialabgaben, Steuern), und viele Stakeholder profitieren von gesteigerten Kaufkraft-, Wertschöpfungs- und Beschäftigungseffekten. Zentral ist auch, dass Beschäftigung von Menschen mit Behinderung dazu führt, dass diese dadurch aktiv am sozialen Leben teilhaben. Das wiederum steigert die Lebensqualität und Gesundheit und führt in weiterer Folge dazu, dass das Gesundheits- und Sozialsystem entlastet wird (vgl. BMSGPK, 2020, S. 152).

Vorurteile und Ängste vor der Einstellung von Menschen mit Behinderung gibt es immer noch, dabei zeigen sich auch für Unternehmen direkte, positive Effekte. Michael Pichler, Leiter von Zero Project Österreich und Experte für Personalfragen, antwortet in einem Interview auf die Frage, ob sich Inklusion für Unternehmen rechnen, folgendermaßen: „Die Frage, die Sie sich stellen sollten: ‚Kann ich es mir leisten, auf 15 % der potenziellen Arbeitskräfte zu verzichten und mit meinem Produkt 15 % der Bevölkerung nicht anzusprechen?‘“ Er plädiert dafür, Inklusion auch als Geschäftsmodell zu integrieren. Oft entstünden dadurch erst innovative Ideen, wie Arbeitsprozesse und -umgebungen gestaltet werden können. „Mindestens 15 % der österreichischen Bevölkerung, also mehr als eine Million Menschen, leben mit einer Behinderung. Sie stoßen in ihrem Alltag auf Barrieren, da sie schlecht sehen oder hören, im Rollstuhl sitzen, eine Lernschwierigkeit aufweisen, chronisch krank oder in ihrer generellen Leistungsfähigkeit eingeschränkt sind. 80 % der Behinderungen werden im Laufe eines Lebens erworben. Diese Zahl sollte wachrütteln“, sagt Michael Pichler. „Denn sie bedeutet, dass jeder von uns von einer Behinderung betroffen sein kann.“ (...) Sein wichtigster Ratschlag: „Man sollte Inklusion als einen Business Case betrachten. Am Ende des Tages muss es sich rechnen. Und es rechnet sich tatsächlich.“ Natürlich gebe es oft Vorbehalte. „Aber es ist viel mehr möglich, als man glaubt.“ Er untermauert seine Aussagen mit Best-Practice-Beispielen: „Die Marienapotheke in Wien beschäftigt seit einigen Jahren einen gehörlosen Apotheker – mittlerweile lässt sich ein großer Teil der Wiener Gehörlosen-Community, immerhin rund 4.000 bis 5.000 Menschen, hier beraten. Fabasoft in Linz beschäftigt blinde Programmierer, um besser barrierefreie Software entwickeln zu können, oft eine Vorgabe gerade bei öffentlichen Aufträgen. Und auch Google lässt wissen: „Wir benötigen eine Belegschaft, die jenen Menschen entspricht, die unsere Produkte nutzen.“ Wer online potenzielle Arbeitnehmerinnen und -nehmer – oder auch neue Kundschaft – ansprechen möchte, sollte darauf achten, dass die Inhalte der Unternehmens-Webseite barrierefrei zugänglich sind.“ (Pichler/ Mészáros, 2022)

Chancen und Grenzen kommunizieren, ohne Schönfärberei!

Die Wirkung von Beschäftigung und Inklusion von Menschen mit Behinderung in Unternehmen geht bei dieser ganzheitlichen Betrachtung weit über die eigentliche Arbeitsleistung von Menschen mit Behinderung für ein Unternehmen hinaus. Die Rollen eines Unternehmens sind vielschichtig. Wenn es durch inklusive Angebote, Barrierefreiheit und Innovation gelingt, Menschen mit Behinderung als Kund:innen zu erreichen, dann ist das bei der hohen Zahl von Menschen mit Behinderung zudem ein wichtiger Erfolgs- und Wirtschaftsfaktor. Darüber hinaus geht es um die gesamte Unternehmenskultur, die soziale und gesellschaftliche Verantwortung eines Unternehmens und darum, dass Inklusion positive Effekte weit über die Gruppe der Menschen mit Behinderung hinaus haben kann. Ein Beispiel: Im Jahr 2015 veröffentlicht das Sozialministerium eine Bewusstseinskampagne unter dem Titel „Barrierefrei – ein Plus für alle!“. Die Intention hinter der Kampagne war es zu zeigen, dass von Barrierefreiheit nicht nur Menschen mit Behinderung direkt profitieren können. Bauliche Barrierefreiheit (etwa in Restaurants, Supermärkten, Freizeiteinrichtungen) erleichtert neben der Teilhabe von Menschen mit Behinderung diese auch für Ältere, Kinder, Menschen mit Kinderwägen oder beispielsweise Personen, die temporär durch Unfälle oder Krankheiten in ihrer Bewegungsfreiheit eingeschränkt sind. Informationen in einfacher Sprache auf Unternehmenswebseiten oder Produktbeschreibungen erleichtern neben Menschen mit Lernschwierigkeiten auch Personen mit Sprachproblemen den Zugang zu

Information. Durch gelebte Inklusion in der Wirtschaft kann also ein Mehrwert für viele entstehen.

Engagierte Unternehmen können hinsichtlich Inklusion (nicht nur am Arbeitsmarkt) Treiber:innen für positive Bewusstseinsbildung werden. Sie können Vorreiter:innen sein. Durch das öffentliche Zeigen und Sichtbarmachen von Best-Practice-Beispielen und Unternehmen, die Initiativen setzen, können Vorurteile und Hemmschwellen abgeschwächt werden. Es kann sogar ein positiver Wettbewerb entstehen, der Inklusion gesamtgesellschaftlich weiter vorantreibt. In der Sichtbarmachung von unternehmerischen Initiativen können dabei Positivpreise und Auszeichnungen helfen. Darüber hinaus ist aber die öffentliche Sichtbarkeit und Präsenz von diesen Unternehmen und deren Inklusions-Initiativen notwendig. Letztere kann vor allem über Social Media eine Breitenwirkung erzeugen. Damit ist aber nicht eine Lanze für inhaltslose Selbstinszenierung gebrochen! Ähnlich wie bei Umwelt- und Klimaschutzinitiativen, wo die Gefahr des Greenwashing besteht, sind auch substanzlose Selbstinszenierungen und Schönfärberei im Kontext Inklusion problematisch. Letztlich wird es vor allem den öffentlichen Diskurs brauchen, der Chancen, Vorteile, aber auch Probleme, Herausforderungen und Grenzen besprechbar und transparent macht.

Unternehmen auf Social Medien – Themensetting

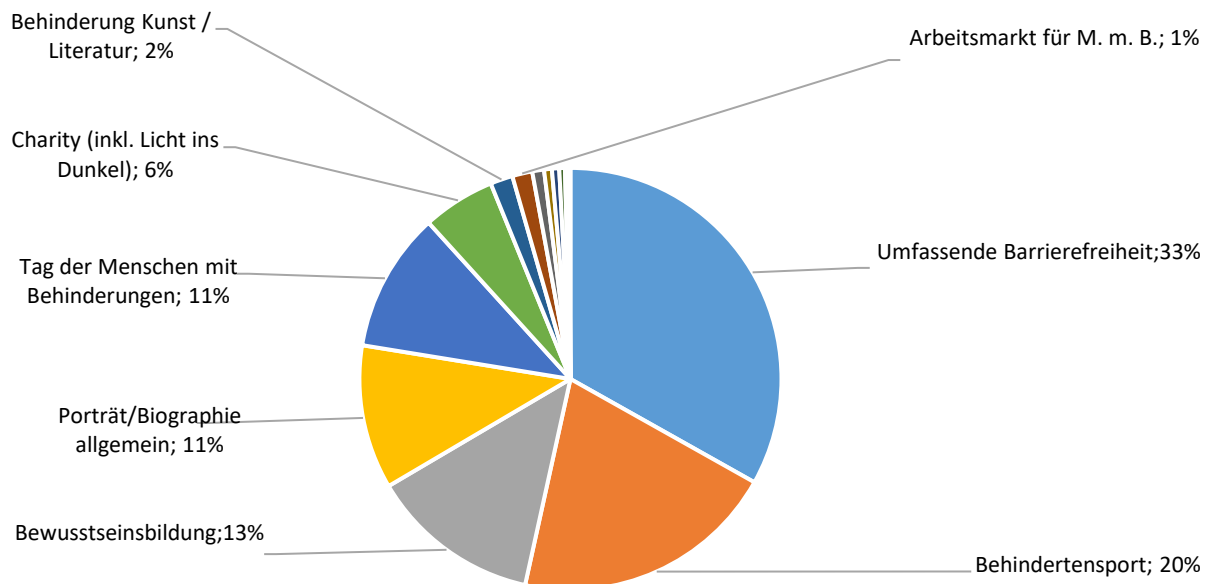
Im ersten Teil der vorliegenden Studie zeigt sich: In klassischen Medien wird sehr wenig über Inklusion in Unternehmen berichtet und welche Auswirkungen, Chancen, Herausforderungen dies für Wirtschaft und Unternehmen darstellt. Vor allem Positivbeispiele, was es an Inklusionsinitiativen und Best Practice gibt, werden in klassischen Medien sehr selten veröffentlicht – am ehesten als bezahlte Einschaltung, aber kaum in der redaktionellen Berichterstattung. Keine einfache Voraussetzung, um das Thema Inklusion am Arbeitsmarkt und in Unternehmen in der breiten Bevölkerung zu platzieren und Verständnis und Bewusstsein dafür zu schaffen.

Auf Social Media dagegen haben die Unternehmen die Chance, Inhalte und Schwerpunkte selbst zu setzen. Was die Medienanalyse der Social-Media-Aktivitäten der größten Unternehmen im Land zeigt: Es wird seitens der Unternehmen in der Regel – betrachtet man die einzelnen Unternehmen für sich – zwar sehr selten kommuniziert, in Summe aber erreichen große Unternehmen und Leitbetriebe durchaus Sichtbarkeit mit ihren öffentlichen Statements und Postings im Inklusionskontext. Für diese Auswertung zählt, ob die Unternehmen (nicht dort tätige Einzelpersonen!) relevante Themen posten und damit eine hohe Anzahl an Interaktionen erreichen können. Wenn nur wenige Interaktionen erreicht werden, dann wird in der Regel mit diesen Postings auch wenig Breitenwirkung und Durchdringung in der Öffentlichkeit oder der eigenen Community erreicht. In der vorliegenden Studie haben wir besonders interaktionsstarke Postings analysiert. Ob auf Social Media die Postings erfolgreich sind, hängt damit von der Größe der Community und Anzahl der Follower ab, aber auch davon, wie eine Botschaft kommuniziert und aufbereitet wird.

Das Ergebnis aus der Social-Media-Analyse der Unternehmen zeigt bemerkenswerte Abweichungen im Vergleich zum Themensetting der Medien. Während Medien besonders stark auf Charity setzen, tun dies Unternehmen zwar auch, aber Charityaktionen und das Überreichen von Spendenschecks erreichen bei weitem nicht so viele Reaktionen bei den Social-Media-Nutzer:innen wie etwa konkrete Initiativen, die zur Barrierefreiheit beitragen,

oder Beiträge, die zur Bewusstseinsbildung beitragen, meist im Rahmen des Tages der Menschen mit Behinderung.

Abbildung 31: Themenschwerpunkte Unternehmen Social Media mit hohem User-Engagement



Quelle: MediaAffairs

Der Bereich, in dem sich Unternehmen akutell am stärksten profilieren, ist jener im Kontext Barrierefreiheit. Dabei wird Barrierefreiheit als wichtiges Asset der Kund:innenorientierung kommuniziert, um (potenzielle) Kund:innen zu erreichen und Menschen mit Behinderung überhaupt erst attraktive Angebote machen zu können. Dabei reicht die Palette vom Angebot barrierefreier, öffentlicher Verkehrsmittel über Angebote von Tourismusbetrieben, die barrierefreie Wandertouren im Hochgebirge anbieten, bis zu klassischer Kundenorientierung als Dienstleistung oder in der Verwaltung. So verweist etwa die Polizei auf einen Gehörlosennotruf oder der ÖAMTC auf Mitgliederservice in Gebärdensprache. Viele Postings von Unternehmen lassen erkennen, dass mittlerweile das wirtschaftliche Potenzial bzw. die Notwendigkeit erkannt werden, die breite Zielgruppe von Menschen mit Behinderung mit angepassten Angeboten abzuholen und daraus einen Mehrwert zu generieren. Dazu gehört das Fertigteilhaus-Unternehmen, welches mit barrierefreien Bungalows direkt auch Menschen mit Behinderung und Mobilitätseinschränkungen ansprechen möchte, ebenso wie die Supermarktkette, welche Produkte mit Blindenaufschrift ins Sortiment aufnimmt. Menschen mit Behinderung werden offensichtlich als wichtige und große Gruppe mit Kaufkraft erkannt und umworben.

Neben dem sehr starken Fokus auf Barrierefreiheit zur Kund:innenorientierung ist das zweitpräsenteste Thema für Unternehmen der Bereich der Bewusstseinsbildung. Was bedeutet Behinderung eigentlich? Welche Vorurteile und Stereotype gibt es im Hinblick auf Menschen mit Behinderung – und was bedeutet eigentlich Inklusion? Solche Fragen zu beantworten, ist meist die Intention von Postings zur Bewusstseinsbildung, die häufig rund um Thementage wie „Tag der Menschen mit Behinderung“ oder „Weltautismustag“ erfolgen, aber nicht nur. Darunter fallen Postings wie jenes der Wiener Linien, welches auf die Vielfalt

von Behinderung hinweist, oder ein Modelabel, welches auf Social Media auf den Nutzen von Untertitelungen bei Online-Videos aufmerksam macht. Auf Social Media punkten viele Unternehmen primär viel eher mit ihren konkreten Angeboten und Initiativen für Menschen mit Behinderung – also mit Taten statt Spenden.

Unternehmen sind zentrale Sponsoringpartner für Behindertensport, und so finden sich auf deren Social Media Kanälen auch viele Postings mit Paralympics- oder Special-Olympics-Bezug. Nach wie vor relativ selten kommen dagegen Beiträge von Unternehmen vor, die aktiv Menschen mit Behinderung als (potenzielle) Arbeitnehmer:innen in den Fokus rücken und das Thema Inklusion am Arbeitsmarkt thematisieren. Auf den nächsten Seiten finden sich Beispiele, wie sich Unternehmen auf Social Media beispielsweise im Kontext Inklusion, Kund:innenorientierung, Arbeitgeber:in oder Bewusstseinsbildung profilieren.

Social Media als Chance für die Profilierung als inklusives Unternehmen

Abbildung 32: Beispiele Social-Media-Postings: Menschen mit Behinderung als Kund:innen und Zielgruppe

UniCredit Bank Austria AG
@Bank_Austria

Für unsere barrierefreien Service-Angebote während d. Corona-Krise wurden wir in der Kategorie „Diversity and Inclusion Initiative of the Year“ bei den „Diversity in Finance Awards 2021“ der @FinancialTimes Group für unser Disability Management mit dem Hauptpreis ausgezeichnet. 🏆



10:53 vorm. · 9. Sep. 2021 · Twitter Web App

2 Retweets 5 „Gefällt mir“-Angaben

BILLA
7. September 2021

Cookandgrill.at hat uns bei der Start-Up Show 2 Minuten 2 Millionen auf PULS 4 überzeugt!

- 👉 hochwertige Gewürzmischungen mit Blindenschrift am Etikett
- 👉 ab sofort in ausgewählten BILLA Märkten, bei BILLA PLUS und im BILLA Online Shop
- 👉 jetzt Trend-Produkte online bestellen: <https://goo.gl/LLYaRA>

2 Minuten 2 Millionen 🏆 immer dienstags um 20:15 Uhr auf PULS 4



ELK
5. Juli

Mit einer Wohnfläche von 122 m² wird der ELK Life Bungalow 122 jeder Lebenssituation gerecht und lässt sich problemlos an die Bedürfnisse seiner Bewohner anpassen. Auch eine barrierefreie oder rollstuhlgerechte Ausführung ist möglich. 🏡

Mehr dazu elk.at/life



1.005 39 Kommentare 40 Mal geteilt

ÖAMTC hat ein Video in der Playlist Gelbe Engel stellen sich vor gepostet.
23. September 2021

Übersicht Kommentare

Vierfältige Jobs und vielfältige Kolleginnen beim #ÖAMTC. Heute erzählt Jürgen von seiner Arbeit – und zwar in #Gebärdensprache. Er ist gelernter Maschinenbauer und Test-Experte, u.a. für unseren jährlichen Kinderkonzert. Außerdem ist Jürgen im ÖAMTC-Gebührenservice Ansprechpartner für unsere geborenen Mitglieder und Kundinnen. [#gemeinsampackerwiesan](#)

Dafür möchten wir ihm am heutigen Internationalen Tag der Gebärdensprache danken. Schön, dass du seit mehr als 15 Jahren unser Kollege bist! 🙌

[#dieGelbenEngel](#) #bestteam #proud #wuerachda
Weniger anzeigen

Alle Kommentare

Garfunk Nils Sperl
Gefällt mir · Antworten · 11

Waltraud Prochaska
Kommentieren ...

Test-Experte Jürgen
Ich bin der JÜRGEN, mein Gebärdennamen

Gefällt mir · Kommentieren · Teilen

👍👎🗨️ 4 Kommentare · 2.443 Aufrufe

Nationalpark Hohe Tauern

Die Schönheiten eines Hochalpinen Nationalparks zu entdecken ist für Rollstuhlfahrerinnen und -fahrer nicht einfach. Deshalb freuen wir uns, dass es im Nationalpark Hohe Tauern eine neue Möglichkeit dafür gibt: Im Kaiser Ködnitztal werden Routen mit Service-Taxis zur Verfügung gestellt. Mit diesem grundlegendem Zugangsweg können Reisende problemlos betreten werden.

Alle Informationen zur Auswahl und Nutzung findest du unter <https://nationalpark.at>

👍👎🗨️ Gefällt 1000 Mitgliedern und 1.677 weiteren Personen

SEPTEMBER 2021

Kommentieren ...


unseroeob · Folgen

Das barrierefreie Reisen für mobilitätseingeschränkte Personen oder Menschen mit Behinderungen liegt uns am Herzen. Bei der Entwicklung des barrierefreien #Nightjet Abteils haben wir uns daher nicht nur auf ONORMen verlassen, sondern zusätzlich ein Modell gebaut und dieses mit dem Österreichischen Behindertenrat (ÖBR) auf Herz und Nieren getestet. 🙌

Gefällt 809 Mal

OCTOBER 1, 2021

Melde dich an, um mit „Gefällt mir“ zu markieren



Quellen: Twitter-Seite UniCredit Bank Austria, Screenshot vom 09.09.2021; Facebook-Seite Billa, Screenshot vom 07.09.2021; Facebook-Seite ELK, Screenshot vom 05.07.2022; Facebook-Seite ÖAMTC, Screenshot vom 23.09.2022; Instagram-Seite Nationalpark Hohe Tauern, Screenshot vom 30.09.2022; Instagram-Seite ÖBB, Screenshot vom 01.10.2021

Abbildung 33: Beispiele Social-Media-Postings: Menschen mit Behinderung als als Mitarbeiter:in

Zotter Schokolade
2. November 2021 · 🌐

Für Josef #Zotter arbeiten laut seiner eigenen Aussage "die besten Mitarbeiter*innen der Welt" 😊 Darunter auch fünf Kolleg*innen mit besonderem Unterstützungsbedarf, die zentrale Aufgaben im Unternehmen übernehmen. "Beeinträchtigte wollen nicht nur gefördert werden, sie wollen auch Leistung erbringen", ist Josef Zotter überzeugt.

ORF "Steiermark heute" hat mit ihm und unseren Kolleg*innen über ihre Arbeit gesprochen: <https://tvthek.orf.at/profile/Steiermark-heute/70020>



1.239 34 Kommentare 74 Mal geteilt

WIENER STÄDTISCHE
3. Dezember 2021 · 🌐

Mit Rollstuhl im Außendienst Karriere machen? Na klar geht das! 😊

In der Wiener Städtischen arbeiten rund 80 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit Behinderung – einer von ihnen ist Christoph Neisen, Versicherungsberater in der Landesdirektion Tirol. 🙌

#WirUnterstützenDas #PurpleLightUp #PurpleLightUpDay #MenschenMitBehinderung



127 1 Kommentar 13 Mal geteilt

wir_swietelskys • Folgen
Linz Ufähr

wir_swietelskys Diversität und Inklusion bei Metallbau Wastler

Die SWIETELSKY-Tochtergesellschaft konnte einem jungen Mann mit Lernschwäche einen Ausbildungsplatz zur Teilqualifikation geben. Er schloss im August 2021 die „Standardisierte Ausbildung ‚Metall‘“ – ein Programm des Projektes „INDUSTRIE“ der Caritas OÖ mit oitem Erfolg ab und ist heute



Gefällt 117 Mal

L'osteria.austria • Folgen
L'Östere

L'osteria.austria Ganz stolz dürfen wir heute unseren Austria's Leading Companies-Award 🏆 Sonderpreis für die Integration von Menschen mit Behinderung herzeigen und euch Moussa vorstellen! Er wurde vor fast einem Jahr als Commi de Cuisine eingestellt und ist mittlerweile die gute Seele unseres Hauses in Linz und unterstützt alle Kolleginnen in allen Positionen. Wir dürfen uns auch gleich im Zuge dessen bei NEBA Betreberservice für die tolle Zusammenarbeit bedanken, mit dessen Unterstützung wir so phantastische Mitarbeiter wie Moussa zu unserer La Famiglia zählen können. 🙌



Gefällt 211 Mal

Quellen: Facebook-Seite Zotter, Screenshot vom 02.11.2021; Facebook-Seite Wiener Städtische, Screenshot vom 03.12.2021; Facebook Seite L'Osteria, Screenshot vom 14.01.2022; Facebook Seite Wir Swietelskys, Screenshot vom 09.05.2022

Abbildung 34: Beispiele Social-Media-Postings zu Inklusion als Wert an sich und Bewusstseinsbildung

Energie Steiermark
3. Dezember 2021

Heute ist der internationale Tag der Menschen mit Behinderung.

Mit dem heutigen Posting wollen wir auf die große und starke Gruppe der Menschen mit Beeinträchtigung (jeder 7. Mensch weltweit) aufmerksam machen und sensibilisieren. Deshalb wird unser E-Office heute in Violett erstrahlen. ❤️

Wir als Energie Steiermark haben viele Gesichter in unserem Unternehmen. Dabei ist uns eine erfolgreiche Inklusion und Chancengleichheit, die mit Bewusstseinsbildung beginnen, von enormer Bedeutung. Uns ist es ein Anliegen, im Sinne der gesamtgesellschaftlichen Chancengleichheit Menschen mit Behinderungen bei Stellenbewerbungen zu berücksichtigen und sie dann bestmöglich zu begleiten und zu fördern.

Seit 2017 führen wir in Zusammenarbeit mit **myAbility**, einer innovativen, sozialen Unternehmensberatung, Pilotprojekte mit begleitenden Workshops zur Inklusion von Menschen mit Behinderung durch. Durch diese Workshops konnte Know-how zur barrierefreien Kommunikation und zu einem inklusiven Miteinander gewonnen werden.

#teamgruenewelt #PurpleLightUp #InclusionMatters

#PurpleLightUp

ENERGIE STEIERMARK

57 11 Mal geteilt

wienmuseum • Folgen

wienmuseum PERSPEKTIVENWECHSEL - mit einer Rollstuhl-Fotografin durch die Stadt. Evelyn Brezina aka @Vienna.Wheelchair.View fotografiert seit ihrer Kindheit. Durch Instagram wurde sie zur Bloggerin und Influencerin. Seitdem sie dort ihre Sicht auf Wien postet - die sich nicht nur durch die Perspektive aus dem Rollstuhl heraus ergibt -, hat sich ihr ein Tor zur Welt geöffnet. Ihre Bilder werden regelmäßig von großen Plattformen gefeiert und ausgestellt. Sie selbst wurde von der UNO eingeladen, zum Thema Barrierefreiheit zu sprechen. Das Außergewöhnliche im Alltäglichen zu entdecken ist ihr Motto, andere Menschen damit zu begeistern und **radikale neue Perspektiven** zu...

Gefällt 324 Mal

wienerlinien • Folgen

Manche Behinderungen sehen so aus

Manche so

Gefällt 4.274 Mal

wienerkind • Folgen
Wien, Österreich

wienerkind, "Werbung | bezahlt

Im Bereich Barrierefreiheit ist auf Social Media noch einiges aufzuholen. Während Instagram bereits 2018 einige Features für Sehbeeinträchtigte eingeführt hat (Alternativtext und KI-Beschreibung) so werden leider viele Stories & Reels nach wie vor nicht unterteilt.

Ich selbst war und bin mir einiger Barrieren auch lange nicht bewusst und bin dankbar, dass ich am laufenden Band dazu lernen darf. ☺️ Durch meinen neuen Kooperationspartner @ahara habe ich erst wahrgenommen, dass ein ganzes Medium - nämlich Magazine

Gefällt ines.rettenteiner und weiteren Personen

womensbest und womensbestwear

womensbest • Happy International Women's Day 🎉 We're celebrating this day with a very special woman 🌟

Chelsea had to face a lot of challenges in her life & was rejected many times. It seemed like no one believed in her - but she never doubted herself! Today she's a multiple gymnastics world champion, Special Olympics champion & internationally booked model.

Chelsea is proof that we're capable of so much more than we think! We just need to believe in ourselves and #BreakTheBias 🌟

148.297 Aufrufe

nationalbank_oesterreich • Folge

nationalbank_oesterreich • For was ist die Kopfhörerbuchse am Bankomat? Die ist nicht dazu da, dass du Musik hören kannst, sondern sie dient der sogenannten Barrierefreien Ausgabe von Bargeld. 🗣️ Wie das funktioniert: Menschen mit einer Sehbeeinträchtigung wissen meist welche Bankomaten über so eine Funktion verfügen. Sie stecken die Kopfhörer ein und der Gelddispenzierung wird ihnen Schritt für Schritt erklärt. 🗣️ Wir haben das natürlich automatisiert. Dazu findest du auch ein Reel bei uns!

Moderne Geldausgabeautomaten erleichtern über eine Kopfhörerbuchse die Bedienung für Menschen mit...

Gefällt 171 Mal

Quellen: Facebook-Seite Energie Steiermark, Screenshot vom 12.12.2021; Instagram-Seite Wiener Linien, Screenshot vom 03.12.2021; Instagram-Seite Wienerkind, Screenshot vom 28.1.2021; Instagram-Seite Womensbest, Screenshot vom 13.03.2022; Instagram-Seite Wien Museum, Screenshot vom 06.06.2022; Instagram-Seite OeNB, Screenshot vom 13.12.2021

Social-Media-Auftritt bekannter Persönlichkeiten / Influencer

Postings von bekannten nichtbehinderten Menschen

Ähnlich wie bei den Printmedien zeigt sich auch auf Social Media eine starke Polarisierung bei der Darstellung von Menschen mit Behinderungen. Wird von nichtbehinderten Menschen über Menschen mit Behinderungen gepostet, dann werden häufig die immer gleichen Rollenklischees reproduziert, indem vor allem auf Mitleid gesetzt wird. Das passiert meist über die verwendete Sprache und das gewählte Thema. Bekannte Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens (ohne eigene Behinderung) posten mit Abstand am häufigsten zu Charity. Gerade rund um Weihnachten profiliert sich immer wieder die Prominenz bei Spendengalas und Charity-Aktionen für Menschen mit Behinderung – vom Schlagerstar bis zur Schauspielerin, die Liste ist lang. Sich für die gute Sache einsetzen, eine herzliche und mitfühlende Seite von sich zeigen und das „Helfen-wollen“ stehen im Vordergrund.

Aus Sicht der UN-BRK ist das problematisch, vor allem, wenn das Engagement auf einem Klischee fußt: Almosen geben für behinderte Bittsteller:innen – meist einmal im Jahr zu Weihnachten, weil diese Zeit für viele als besonders besinnlich und emotionsgeladen gilt. Als Beitrag zur Inklusion kann dies nicht gewertet werden, selten stehen bei Charity-Events Bewusstseinsbildung oder echte Inklusion, der Wunsch nach einer echten Veränderung der Gesellschaft im Vordergrund. Wenngleich hier kleinere Veränderungen und auch positive Entwicklungen durchaus beobachtbar sind, bleibt aber im großen Ganzen viel Kritikwürdiges unverändert. So ist es kein Einzelfall, wenn ein heimischer Schlagerstar bei einer großen Charity Gala einen neuen Song performt und auf der eigenen Social-Media-Seite dann die Single gleich bewirbt, weil diese unmittelbar nach dem Auftritt erstmals auch käuflich zu erstehen ist. Oder es überreichen bekannte CEOs Spendenschecks, und im gleichen Satz werden Jubeldaten zum Unternehmen und ihre Nachhaltigkeitsziele mitverpackt an die Öffentlichkeit kommuniziert. Hier entsteht weniger der Eindruck, dass hier der Wunsch nach einer inklusiven Gesellschaft im Fokus steht, sondern der Wert der reichweitenstarken Inszenierung und Sichtbarkeit lockt. Denn die Bühne ist groß.

Es gibt aber auch positive Beispiele, wo sich prominente Persönlichkeiten oder Influencer ohne Behinderung für mehr Bewusstseinsbildung, Toleranz und Inklusion einsetzen, auch abseits der Weihnachtszeit. Sie versuchen, Barrieren (in den Köpfen) zu thematisieren oder Menschen mit Behinderung auf Augenhöhe und ohne Mitleid begegnen. Hier zwei Beispiele:

Abbildung 35: Beispiele im Kontext Inklusion von Influencer:innen



Quellen: Instagram-Seite von te_tr_to, Screenshot vom 15.04.2022; Instagram Seite von janaklar, Screenshot vom 30.5.2022

Menschen mit Behinderungen im öffentlichen Leben

Einige Menschen mit Behinderungen erreichen in der Öffentlichkeit viel Aufmerksamkeit – auch auf Social Media. Beispiele für bekannte Persönlichkeiten sind oft Parasporthler:innen wie der Paralympics-Schwimmer und ORF-Moderator Andreas Onea oder die Paralympics-Sportler Thomas Geierspichler oder Pepo Puch, die öffentliche Social-Media-Profile nutzen. Für Sportler:innen spielt – wie auch bei nichtbehinderten Athlet:innen - dabei die Selbstinszenierung, die Kommunikation von Erfolgen, aktuellen Entwicklungen (Sponsor:innen und Bekanntheitsgrad) eine wichtige Rolle, aber nicht nur.

Grundsätzlich zeigt die Auswertung der Darstellung via Social Media jedenfalls einen signifikanten Unterschied zur klischeebehafteten „Außensicht“ – etwa durch Medien oder eine nichtbehinderte Person. Während Nichtbetroffene und Außenstehende in ihren Postings immer noch häufig Mitleid schüren oder auch überbordende Bewunderung für Leistungen oder (Lebens-)Willen behinderter Personen anklingen lassen, sieht die Selbstdarstellung von Menschen mit Behinderungen auf Social Media in den untersuchten Fällen komplett anders aus. Die reichweitenstarken Player im Sport zum Beispiel inszenieren sich selbst in der Regel nicht als Opfer. Vielmehr stellen sie ihre Leistung und ihren persönlichen Lebensalltag ins Zentrum ihrer Social-Media-Aktivität. Dieser große Unterschied zwischen medial immer noch teils sehr klischeebehafteten Außensicht-Darstellung und Selbstdarstellung ist Indiz dafür, mit wie vielen Vorurteilen das Bild behinderter Personen in der Öffentlichkeit noch immer behaftet ist und dass die mediale Inszenierung oft von den Lebensrealitäten betroffener Menschen abweicht. Auch weil die Außensicht auf Menschen mit Behinderungen oft eine völlig andere ist als jene, die Betroffene von sich selbst haben, ist es wichtig, dass Menschen mit Behinderung im Lebensalltag und bei allen Themen und in allen Bereichen (nicht nur im Kontext Inklusion oder Behinderung) partizipieren können.

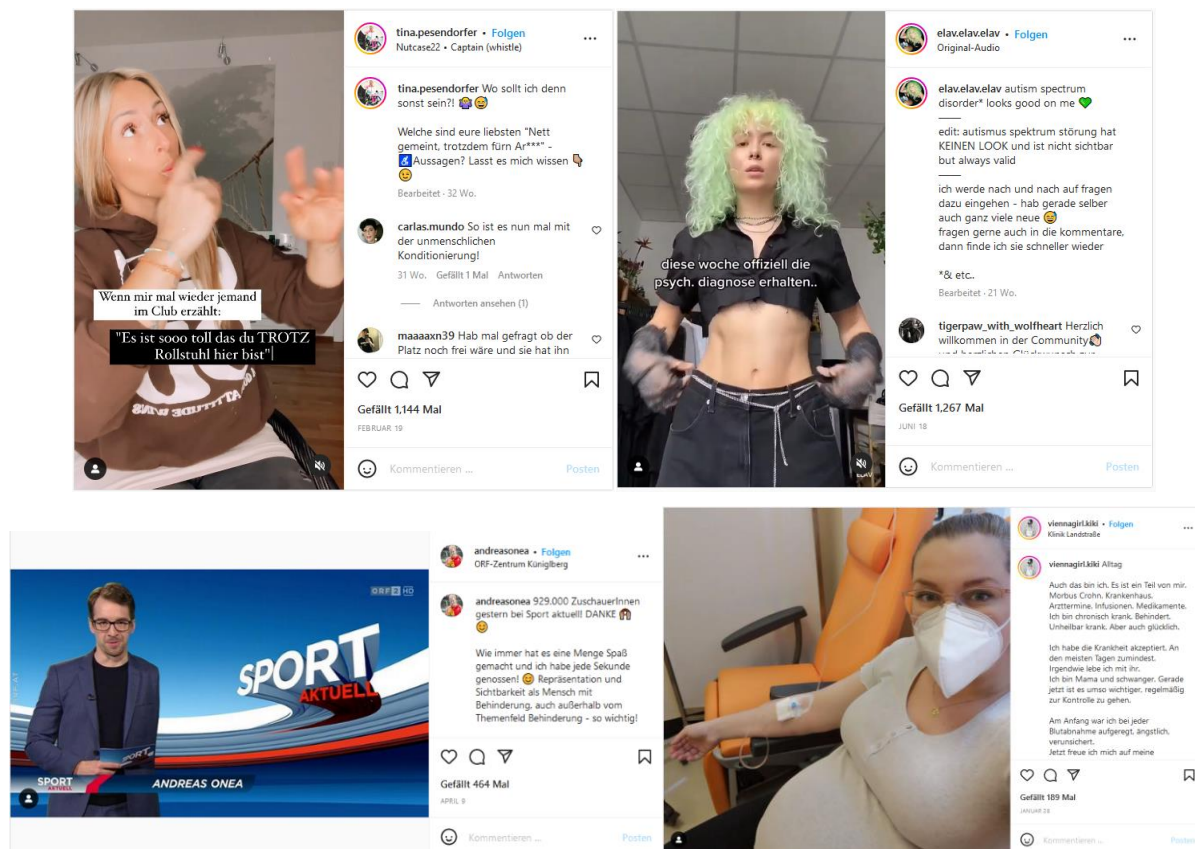
Abbildung 36: Beispiele von Social-Media-Postings von Para-Sportlern



Quellen: Instagram-Seite Thomas Geierspichler, Screenshot vom 04.04.2022; Instagram-Seite Markus Salcher, Screenshot vom 04.03.2022

Nicht nur Sportler:innen, vor allem einige auf Social Media aktive Influencer:innen positionieren sich mit inklusionsrelevanten Themen.

Abbildung 37: Beispiele von Social-Media-Postings bekannter Persönlichkeiten/Influencer:innen mit Behinderung



Quellen: Instagram-Seite von Tina Pesendorfer, Screenshot vom 20.02.2021; Instagram-Seite ELAV, Screenshot vom 01.08.2022; Instagram-Seite von vivienagirl.kiki, Screenshot vom 30.01.2021; Instagram-Seite Andreas Onea, Screenshot vom 10.04.2022

Behindertenorganisationen und NGOs

In der Social-Media-Analyse zeigt sich, dass sich insbesondere Behindertenvertreter:innen und Interessensvertretungen oft sehr stark um Inklusion und Rechte von Menschen mit Behinderung bemühen. Diese erreichen oft nur eine sehr niedrige Interaktionsrate und Reichweite. Insgesamt gilt: Solange bestimmte Themen nicht auch von reichweitenstarken Social-Media-Kanälen – meist über Medien, Politik, große Organisationen oder Prominente – gesendet werden, bleiben sie weitgehend unsichtbar für eine breite Bevölkerung. Die meisten Organisationen im Sozialbereich und Behindertenvereine haben in Österreich nicht die entsprechende Reichweite und oft auch nicht die finanziellen Mittel zur Verfügung, um eine breite Öffentlichkeit zu erreichen. Klassische Behindertenvertretungs-NGOs, die sich hauptsächlich für Menschen mit Behinderung einsetzen – beispielsweise Behindertenrat, Bizeps, Öziv, etc. – generieren zumindest nicht viel Reichweite und werden daher meist nur in der eigenen, kleinen Community wahrgenommen.

Der mit Abstand bekannteste Verein im Einsatz für Menschen mit Behinderung in Österreich ist „Licht ins Dunkel“. Seit Jahrzehnten verlaufen insbesondere die reichweitenstarken Sendungen nach ähnlichen Mustern, die aus Sicht der UN-BRK und vieler Behindertenvertreter:innen durchaus kritisch zu betrachten sind. Der ORF und auch „Licht ins Dunkel“ beteuern gerade in den letzten Jahren immer wieder, dass sich das Image von „Licht ins Dunkel“ ändere, dass man inklusiver werde und dass viele Kritikpunkte heute nicht mehr angebracht seien. Im Zuge dieser Studie sind tatsächlich leichte Verbesserungen analysierbar gewesen. Dazu gehört primär der Social-Media-Auftritt von „Licht ins Dunkel“, wo aktuell durchaus immer wieder auch versucht wird, positive Akzente für Bewusstseinsbildung zu setzen. Hier zwei Positiv-Beispiele von „Licht ins Dunkel“ via Social Media:

Abbildung 38: Beispiele für Social-Media-Aktivitäten von „Licht ins Dunkel“

LICHT INS DUNKEL 31. Mai

Für Rollstuhlfahrer*innen und kleinwüchsige Menschen ist es nicht möglich, Alt-Glas in gewöhnlichen Glas-Containern zu entsorgen. Grund dafür ist, dass die Öffnung von den Containern zu hoch oben ist.

Aus diesem Grund setzt sich Behindertenrat Martin Ladstätter, auch für eine Mülltrennung für Menschen mit Behinderungen ein.

Mehr Infos findet ihr online <https://orf.at/einfach/stories/3268613/>

LICHT INS DUNKEL 30. März

Viele denken bei dem Begriff Barrierefreiheit nur an den baulich-technischen Bereich. Doch Barrierefreiheit ist mehr als die Errichtung von Rollstuhlrampen.

Was verbindet ihr eigentlich mit Barrierefreiheit?

<p>Wusstet ihr schon...?</p> <p>Barrierefreiheit und Gleichstellung</p> <p>LICHT INS DUNKEL</p>	<p>Was bedeutet Barrierefreiheit?</p> <p>Menschen mit Behinderung sollen den gleichen Zugang zu angebotenen Leistungen in jeder Branche haben wie Menschen ohne Behinderung.</p> <p>Aus diesem Grund müssen Angebote, die zur Verfügung stehen, barrierefrei zugänglich und für Menschen mit Behinderung ohne besonderes Erschwernis und grundsätzlich ohne fremde Hilfe nutzbar sein.</p> <p>LICHT INS DUNKEL</p>
<p>Barrierefreiheit weiter gedacht</p> <p>Bei Barrierefreiheit denken viele nur an den baulich-technischen Bereich. Doch Barrierefreiheit ist mehr als die Errichtung von Rollstuhlrampen.</p> <p>Barrierefreiheit ist erst dann erreicht, wenn für möglichst alle Menschen bauliche und sonstige Anlagen, Verkehrsmittel, technische Gebrauchsgegenstände, Systeme der Informationsverarbeitung und andere gestaltete Lebensbereiche alleine nutzbar sind.</p> <p>LICHT INS DUNKEL</p>	<p>Barrierefreiheit in unterschiedlichen Bereichen</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Barrierefreies Bauen ✓ Orientierungshilfen ✓ Unterstützende Technologien ✓ Barrierefreie Kommunikation und Information ✓ Akustische Hilfen ✓ Barrierefreies Internet <p>LICHT INS DUNKEL</p>

Quellen: Facebook-Seite von „Licht ins Dunkel“, Screenshots vom 05.04.2022

Der Nachteil hier: Diese Postings auf Facebook stellen für die Marke „Licht ins Dunkel“ nur eine sehr kleine, öffentlich wenig sichtbare Nische dar. Diese aus Sicht der UN-BRK durchaus

begrüßenswerten Postings zur Bewusstseinsbildung etwa erreichen meist gerade mal ein paar Dutzend User-Interaktionen. Die Initiative ist grundsätzlich gut, aber die geringe Reichweite wird zu wenig Bewusstseinsbildung in der breiten Öffentlichkeit führen können. Nach wie vor erreicht „Licht ins Dunkel“ vor allem über die reichweitenstarken Fernsehsendungen und Galas im Hauptabendprogramm (Anm. die siehe oben erwähnten 48 Prozent der TV-Bevölkerung), über teils kostenlose Werbeflächen in Zeitungen und bei Society-Events für den guten Zweck eine wirklich breite Masse. Bei diesen reichweitenstarken Sendungen gibt es zwar auch leichte Veränderungen und durchaus erwähnenswerte Verbesserungen. So sind Menschen mit Behinderung verstärkt (aber noch viel zu wenig) direkt eingebunden, mit dem ehemaligen ÖVP-Behindertensprecher Franz Joseph Huainigg etwa wirkt seit einigen Jahren auch ein Experte mit Behinderung an zentraler Stelle mit, es gibt auch Moderator:innen mit Behinderung. Nichtsdestotrotz: Vom Narrativ der großen Events, bei denen für bemitleidenswerte Behinderte durch engagierte Promis mit großem Herz Spenden gesammelt werden, kommt man nicht so schnell weg. Die bestehenden Strukturen sind lange gewachsen, und die Einschaltquoten sind ein starkes wirtschaftliches Argument.

Viel weiter in der Entwicklung ist hier das deutsche Pendant, die „Aktion Mensch“ (ehemals „Aktion Sorgenkind“). Hier ist es in den letzten Jahrzehnten gelungen, einen bemerkenswerten Imagewandel hinzulegen. Dazu hat vor allem auch die Umbenennung von ehemals „Aktion Sorgenkind“ auf „Aktion Mensch“ gehört, aber das ist nur ein Aspekt. „Aktion Mensch“ nutzt heute ihre hohe Followerzahl (130.000 bei Facebook und fast 39.000 bei Instagram) besonders intensiv für Bewusstseinsbildung und Aufklärung. Dieser Screenshot eines Youtube-Videos „Die neue Nähe“ aus dem Jahr 2016 über den Abbau von Vorurteilen als zentralen Schritt Richtung Inklusion wurde bereits millionenfach aufgerufen und auch in Österreich vielfach geteilt.

Abbildung 39: Kampagne „Aktion Mensch“



Quelle: Facebook-Seite Aktion Mensch, Screenshot vom 01.06.2016

Kampagnen, die von großen Organisationen aufbreitet werden und entsprechend via Social Media vermarktet werden, können auf niederschwellige Art und Weise viele Menschen erreichen und eine entsprechende Wirkung entfalten. Auf Social Media ist „Licht ins Dunkel“ noch lange nicht so weit (7.000 Follower bei Facebook und knapp 2.700 bei Instagram), aber via Fernsehen, Medienkooperationen etc. könnten die Reichweite und der hohe

Markenbekanntheitsgrad auch verstärkt für solche bewusstseinsbildenden Maßnahmen genützt werden.

Exkurs: Die Krux mit der Charity

Aktivist:innen und Wissenschaftler:innen mit Behinderungen üben international, aber auch in Österreich seit Langem massiv Kritik an Charity-Aktionen, die sich mit folgenden zentralen Punkten zusammenfassen lässt:

Die Charity-Aktionen werden nicht von Menschen mit Behinderungen geleitet und betrieben.

Sie verstärken negative Stereotype über behinderte Menschen, vor allem auch durch Werbung und Marketing.

Charity-Aktionen profitieren selbst sehr stark im Sinne positiver Image-Kampagnen, wohingegen Menschen mit Behinderungen als bemitleidenswert und bedürftig dargestellt werden.

Charity-Aktionen verstärken einen defizitären Blick auf Menschen mit Behinderungen, sie konzentrieren sich auf einzelne Personen, denen geholfen werden muss, die Notwendigkeit allgemeiner oder gesellschaftlicher Veränderungen wird nicht thematisiert.

Charitys füllen Lücken, die eigentlich Aufgabe des Staates wären (vgl. Wood, 2012)

Einzelne Autor:innen meinen überhaupt, dass die sogenannte Charity-Ethik eine der größten Barrieren für die Überwindung von gesellschaftlicher Aussonderung und Diskriminierung von Menschen mit Behinderungen darstellt: "The greatest barrier of all is the charity ethic." (Hurst zit. nach Charlton, 1998, S. 93) Charities produzieren nicht nur Abhängigkeit, sondern hilflose Geschöpfe als solche (vgl. Charlton, 1998, S. 93). Damit verstärken sie die Annahme, dass Menschen mit Behinderungen defizitäre Geschöpfe sind, denen individuell geholfen werden muss. Aussondernde Verhältnisse, diskriminierende Haltungen oder die unzureichende Versorgung mit Hilfsmitteln durch den Staat werden nicht thematisiert. „Charities, by their very nature, turn away from social and political change and toward the individual ‘help the handicapped’ solution.“ (Finger zit. nach Charlton, 1998, 94f)

„Licht ins Dunkel“ – eine Medaille mit zwei Seiten

Es gibt viele Wohltätigkeitsveranstaltungen und Charity-Aktionen für Menschen mit Behinderung. Eine besonders lange Tradition hat im ORF die Spendensammelaktion „Licht ins Dunkel“, die ursprünglich für Menschen mit Behinderungen ins Leben gerufen wurde und auch heute noch überwiegend Menschen mit Behinderungen – vor allem Kinder und deren Familien – finanziell unterstützt. Aus Sicht der Behindertenrechtskonvention und zahlreicher NGOs im Behindertenbereich ist eine Spendenaktion für Menschen mit Behinderungen höchst umstritten. Die häufig gewählte Darstellungsform von Menschen mit Behinderungen als Bittsteller:innen widerspricht einer würdevollen Berichterstattung über Menschen mit Behinderungen und lässt vorherrschende Barrieren in der Gesellschaft unkommentiert und unverändert. Um den Spendenerfolg zu erhöhen, wird besonders intensiv mit Emotionen

gearbeitet. Das passiert etwa durch Wortwahl, z.B. „leidet an“, „kämpft um“, „das Leben war plötzlich nicht mehr das gleiche“, durch emotionale Inszenierung (Tränen einer Mutter, Dramaturgie bei Wortwahl und entsprechender musikalischer Untermalung der Beiträge, etc.) und auch durch Alter und Geschlecht der betroffenen Personen.

Speziell im Rahmen der „Licht-ins-Dunkel“-Sendungen werden häufig Fälle von Kindern gezeigt. Sind Kinder mit Behinderung in den ORF-Formaten Teil der Berichterstattung, dann werden vor allem bei Spendensammelaktionen Buben und Mädchen in der Opferrolle gezeigt. Das führt dazu, dass gerade das von behinderten Buben und Mädchen gezeichnete Bild noch deutlich mehr als jenes der Erwachsenen Rollenklischees reproduziert. Die erste MediaAffairs-Studie aus dem Jahr 2015/2016 hat in diesem Zusammenhang speziell ORF-Sende-Formate untersucht. Dabei sind 40 Prozent der Mädchen mit Behinderungen, die in den ORF Formaten im Zeitraum der Untersuchung vorkommen, als Bittsteller:innen oder Hilfesuchende (meist im Rahmen der Aktion „Licht ins Dunkel“) inszeniert worden. Hier zeigt sich außerdem ein Gendergap: Frauen werden durch die Art der Inszenierung mehr als Männer als arm, bedürftig und Opfer dargestellt. Das trifft noch viel häufiger auf Kinder, und hier vor allem auf Mädchen, zu (vgl. MediaAffairs, 2017, S.69).

Exklusion statt Inklusion

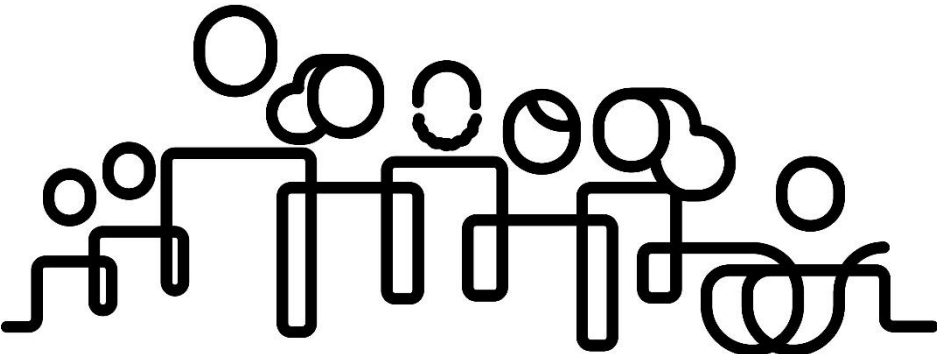
Nicht das Helfen-Wollen an sich ist das Problem, wie ExpertInnen in diesem Kontext immer wieder anmerken. Ursula Naue, Professorin für Disability-Studies und Politikwissenschaftlerin, betont: „Es geht um Veränderung – Inklusion muss gelebt werden.“ (Naue, 2013) Es müssen also Rahmenbedingungen geschaffen werden, damit ein inklusives Miteinander gelingen kann. Problematisch an der Aktion „Licht ins Dunkel“ ist, dass sich durch „gut gemeintes und wohlwollendes“ Spendensammeln an den herrschenden Barrieren in der Gesellschaft nichts verändern wird und Inklusion dadurch nicht passieren kann, solange über Menschen mit Behinderungen als „arme Bittsteller:innen“ oder als „außergewöhnliche Persönlichkeiten“, die „trotz Behinderung“ „Beachtliches leisten“, berichtet wird. Naue merkt kritisch an, dass bei „Licht ins Dunkel“ „über“ Menschen mit Behinderungen berichtet wird, anstatt diese aktiv einzubinden (vgl. Naue, 2013). Hier zeichnen sich in der aktuellen Untersuchung, wie oben erwähnt, allerdings leichte, positive Veränderungen ab. Die Hauptakteur:innen, so scheint es, wenn man die „Licht-ins-Dunkel“-Sendungen im ORF-Hauptabendprogramm und am 24. Dezember ansieht, sind die Prominenten, Unternehmensvertreter:innen und Politiker:innen, die ihre Zeit am Spendentelefon verbringen oder mit einem Live-Act ihren Beitrag leisten, damit die Menschen vor den Bildschirmen Geld spenden.

Bekanntheitsgrad des ORF als Chance

Viele Menschen in Österreich sind mit „Licht ins Dunkel“ aufgewachsen, der Bekanntheitsgrad der Sendung ist enorm. Ein so erfolgreiches und seit nunmehr 50 Jahren bestehendes Sendeformat wie „Licht ins Dunkel“ wirkt sich auf das gesellschaftliche Bild von Behinderung aus. Eine so prominente Aktion hätte jedoch aufgrund ihres Bekanntheitsgrades – ähnlich wie „Aktion Mensch“ in Deutschland – das Potenzial, Bewusstseinsbildung für eine inklusive Gesellschaft zu schaffen. Der ORF kann als größtes Medienhaus Österreichs einen maßgeblichen Beitrag zur Bewusstseinsbildung im Sinne der UN-Behindertenrechtskonvention leisten. Das geschieht aktuell bereits, etwa indem in den untersuchten Sendeformaten zahlreiche positive Beispiele über Menschen mit Behinderungen gebracht werden, indem die Rechte auf Teilhabe und Chancengleichheit in der

Gesellschaft hervorgehoben werden oder indem anhand von Einzelfällen gezeigt wird, wie Inklusion funktionieren kann. Zudem wird das Angebot an barrierefreiem Informations- und Unterhaltungsangebot laufend ausgebaut. Darüber hinaus gibt es innerhalb des ORF regelmäßige Initiativen und Schulungsmaßnahmen für Mitarbeiter:innen, die in diesem Kontext sensibilisierend und aufklärend wirken sollen – etwa über Behinderung und Sprache. Was es darüber hinaus – beziehungsweise auf die Forderungen der UN-Behindertenrechtskonvention – noch mehr bedarf als bisher, ist die Sichtbarkeit und Einbindung von Menschen mit Behinderungen in das Programm, als Moderator:innen, als Expert:innen, Studiogäste und Mitarbeiter:innen, damit nicht nur „von außen“ über Menschen mit Behinderungen berichtet wird, sondern Menschen mit Behinderungen auch partizipieren und mitgestalten können. Dabei soll es nicht zwangsweise um das Thema Behinderung oder die eigene „Schicksalsgeschichte“ gehen, Menschen mit Behinderungen können Expert:innen, Betroffene, Arbeitgeber:innen etc. sein. Hier ist noch viel Luft nach oben, aber es zeigen aktuelle Initiativen des ORF auch, dass sich dieser bewegt. Im Programm gelingt neben sukzessive mehr Barrierefreiheit ein bunteres Programm, etwa auf ORF Sport+ mit Sendungen wie „Ohne Grenzen“, moderiert von Miriam Labus, wo Behindertensport auch abseits der Paralympics gezeigt wird. Oder Andreas Onea – ein Sportler mit Behinderung – moderiert etwa die „Sport-aktuell“-Sendung im Hauptabendprogramm. In einer Initiative im Jahr 2022 bietet der ORF in Kooperation mit dem Arbeitsmarktservice, Menschen mit Behinderung Einstiegsjobs im Bereich inklusiver Medienpraxis an.

Abschnitt 4: Zusammenfassung und Anhang



Resümee und Zusammenfassung

Medien wirken. Insbesondere auf die Bewusstseinsbildung – und umso mehr, wenn persönliche Erfahrungen, Wissenserwerb vor Ort und direkte Kontakte fehlen oder nur schwer möglich sind. Genau diese Hürden zeigen sich häufig zwischen Menschen mit und ohne Behinderung, weil sich in einer nicht-inklusiven Gesellschaft nicht nur Barrieren, sondern auch Parallelwelten – von der Sonderschule bis hin zu geschützten Werkstätten – auftun. Das verstärkt Vorurteile und Unsicherheit im Umgang mit Menschen mit Behinderungen. 2008 wurde in Österreich mit der UN-Behindertenrechtskonvention ein internationales, völkerrechtlich verbindliches Übereinkommen ratifiziert. Damit hat man sich verpflichtet, unterschiedlichste Maßnahmen voranzutreiben, um den Pfad für eine inklusive Gesellschaft zu ebnen. Die Relevanz der Medien in Bezug auf Bewusstseinsbildung und Inklusion wird in diesem Übereinkommen mehrfach betont.

Die Medienlandschaft ist heute vielfältig. Es sind nicht mehr nur Zeitungen oder Fernsehsender, die Informationen und Stimmungen verbreiten können. Auch die Sozialen Medien und deren Nutzer:innen spielen eine starke Rolle in der Bewusstseins- und Meinungsbildung. Das Ergebnis aus einem Jahr Analyse erlaubt zuverlässige Rückschlüsse auf mediale Darstellungsmuster und die öffentliche Auseinandersetzung mit Menschen mit Behinderungen und dem Thema Inklusion. Die Untersuchung zeigt, dass es seit der letzten Erhebung im Jahr 2015/2016 einige positive Entwicklungen zu konstatieren gibt. Gleichzeitig bleiben noch viele Bereiche mit teils großem Entwicklungspotenzial.

Die wichtigsten Ergebnisse der Studie

Menschen mit Behinderungen sind in Massenmedien und auf deren Social-Media-Kanälen immer noch stark unterrepräsentiert. Sie kommen kaum vor, obwohl laut Statistik Austria mehr als 18 Prozent der österreichischen Bevölkerung mit einer sichtbaren oder unsichtbaren Behinderung leben.

Wenn über Menschen mit Behinderungen berichtet wird, dann findet eine thematische Verengung auf wenige Bereiche statt – der Fokus liegt bei Spitzensport und Charity. Allein diese beiden Themen machen knapp die Hälfte der Gesamtberichterstattung im Inklusionskontext aus. Dadurch wird die alltagsnahe Darstellung und die Teilhabe „gewöhnlicher“ Menschen mit Behinderung in den Medien stark ausgeklammert und überlagert.

Es gibt einige Themen, die medial aktuell wesentlich stärker aufgegriffen werden als noch 2015/2016. Zu den größten Aufsteigerthemen gehört die Bewusstseinsbildung. Es werden Projekte und Vorbilder präsentiert, welche Inklusion gelingen lassen und durch Information und Best-Practice-Beispiele Awareness schaffen. Darüber hinaus erhalten Themen der gesellschaftlichen Teilhabe und des selbstbestimmten Lebens mehr Raum – dazu gehört beispielsweise die umfassende Barrierefreiheit oder die persönliche Assistenz. Auch werden mehr Menschen mit Behinderung im Job gezeigt und so Vorurteile abgebaut.

Es gibt aber auch viele Themen, die – egal ob in Printmedien oder auf Social Media – besonders stark unterrepräsentiert sind oder weitgehend fehlen. Dazu gehört etwa die inklusive Bildung,

die finanzielle Absicherung sowie die Arbeitsmarkt- oder Wohnsituation von Menschen mit Behinderung. Damit bleiben in der öffentlichen Debatte, trotz positiver Entwicklungen, einige zentrale Alltagsthemen, die für viele Betroffene eine Herausforderung darstellen, ausgeblendet.

Aus Sicht der UN-Behindertenrechtskonvention ist ein großer Teil der Berichterstattung in klassischen Medien und auf Social Media der Medien neutral oder im Sinne der Konvention zu beurteilen. Ein Viertel der Berichterstattung widerspricht immer noch der UN-Konvention. Im Jahr 2015/2016 enthielten allerdings noch fast 50 Prozent der Berichterstattung problematische Aspekte. Bei der Qualität der Darstellung und Inszenierung zeigen sich jedoch markante mediale Unterschiede. Boulevardmedien schneiden hier tendenziell schlechter ab. Auf Social Media können die Kanäle der Zeit im Bild, Standard und orf.at durch sachlichen Fokus auf bewusstseinsbildende Inhalte besonders gut punkten.

Aus Sicht der UN-Behindertenrechtskonvention ist es beispielsweise problematisch, wenn diskriminierende Phrasen verwendet werden, die beleidigen oder Rollenklischees bedienen („er ist vom Leben gezeichnet“, „an den Rollstuhl gefesselt“, „er leidet an“). Die Einordnung in Schubladen (bemitleidenswerte „Opfer“ oder tapfere „Held:innen“) schlägt in dieselbe Kerbe. Auch wenn diese Praxis rückläufig ist, gehört sie immer noch zur Tagesordnung, vor allem im Boulevard. Aktuell werden in einem Viertel der Printbeiträge Menschen mit Behinderung als Held:in inszeniert, ein Fünftel als Opfer. Auf den Medien-Social-Media-Kanälen erreichen Beiträge über Held:innen mehr Interaktionen als solche, die Menschen mit Behinderung als bemitleidenswerte Opfer inszenieren.

Emotionen wie Bewunderung und Mitleid spielen in der medialen Darstellung und Inszenierung von Menschen mit Behinderung immer noch eine gewichtige Rolle. Im Vergleich zu 2015/2016 gibt es allerdings etwas weniger mitleidsgetränkte Inszenierungen.

Menschen mit Behinderung sind in Medien in etwa gleich sichtbar und präsent wie noch vor 7 Jahren. Medien fokussieren nach wie vor häufig auf Einzelfälle, Einzelschicksale oder Held:innen-Geschichten; heute sind es aber mehr positive Bilder und Rolemodels, die gezeigt werden. Es zeigt sich, dass medial aktuell mehr Raum für die gesellschaftliche Perspektive (von Bewusstseinsbildung bis zur Barrierefreiheit) bereitgestellt wird.

Eine zurückhaltende Politik: Nur 2 (!) Prozent der Berichterstattung über Menschen mit Behinderung und das Thema Behinderung ist durch Player der Parlamentsparteien besetzt. Das ist zwar mehr als noch 2015/2016, aber nur deshalb, weil sich die Politik stärker mit Sportler:innen oder im Charity-Kontext profiliert. Die sachpolitische Auseinandersetzung ist von ohnehin schon sehr niedrigem Ausgangsniveau 2015/2016 noch einmal abgesunken. In Zeiten der Corona-Pandemie und anderer Krisen bleibt in der Tagespolitik noch weniger Raum für vulnerable Gruppen, obwohl diese meistens stärker betroffen sind von den Auswirkungen.

Auch Wirtschaft, Behindertenvertreter:innen und NGOs kommen in den klassischen Medien kaum vor. Ein überwiegender Teil der Berichterstattung über Behinderung und Menschen mit Behinderung wird von Medien selbst initiiert und bietet auch Expert:innen wenig Raum.

Medial zeichnet sich zudem ein klarer Gender-Gap ab: Ein knappes Drittel der präsenten Menschen mit Behinderung sind Frauen. Das ist ein Wert weit unter Geschlechterparität, dennoch ist ein positiver Aufwärtstrend im Vergleich zu 2015/2016 beobachtbar. Es gibt noch einen weiteren Gender-Gap: Die Medienanalyse zeigt, dass Beiträge über Menschen mit Behinderungen in Medien zu drei Viertel von Redakteurinnen, also Frauen kommen.

In der Regel transportieren Medien eine „Außensicht“ über Behinderung – das ergibt sich aus dem Umstand, dass nur selten Menschen mit Behinderung in den Redaktionen der einflussreichsten Medienhäuser in Österreich aktiv mitgestalten. Das mag auch einer der Gründe dafür sein, weshalb die Darstellung und Inszenierung von Menschen mit Behinderungen in den reichweitenstarken Massenmedien nach wie vor noch oft vom Anspruch einer alltagsnahen, gewöhnlichen und realistischen Darstellung weit entfernt liegt.

Auf Social Media mischen auch Politik, Wirtschaft, NGOs und bekannte Persönlichkeiten mit und prägen damit den öffentlichen Diskurs

Klassische Medien sind auch auf Social Media die am stärksten wahrgenommenen Meinungsbildner. Sie bringen die meisten Beiträge im Inklusionskontext und erreichen viele Menschen, was sich an der Anzahl der Interaktionen zeigen lässt.

In klassischen Medien kommen Politiker:innen im Inklusionskontext kaum vor. Auf den eigenen Social-Media-Kanälen dagegen erreichen politische Player hier eine deutlich höhere Aufmerksamkeit.

Gleichzeitig wird seitens der Politik aber die Möglichkeit zur direkten Kommunikation auf eigenen Social-Media-Kanälen nur sehr wenig genutzt, um sich im Kontext Inklusion inhaltlich zu positionieren. Wenn politische Player entsprechende Postings absetzen, dann sind es fast ausschließlich Inszenierungen bei Wohltätigkeitsveranstaltungen oder Abbildungen mit erfolgreichen Behindertensportler:innen im Rahmen der Paralympics.

Auch der Tag der Menschen mit Behinderung wird von der Politik zelebriert, aber sachpolitische Positionierungen zu Inklusions-Kernthemen, speziell zu kritischen Alltagsthemen, bleiben selten. Hier gibt es also kaum Abweichungen zur Analyse klassischer Medien.

Grundsätzlich findet zwar ein wertschätzender und freundlicher Umgang statt, es passiert allerdings gerade im Charity-Kontext immer wieder, dass Menschen (insbesondere Kinder) mit Behinderung in die Mitleidsrolle gedrängt werden. Im Vergleich zu den klassischen Medien finden sich auf Social Media allerdings deutlich weniger Opfer-Inszenierungen.

Unternehmen kommen im Inklusionskontext in klassischen Medien kaum vor, nur 1 Prozent der Inklusionsberichterstattung findet dort auf den Wirtschaftsseiten statt. Vielen Unternehmen gelingt es via Social Media daher viel eher, eine breite Öffentlichkeit zu

erreichen. Diese Chance nutzen Unternehmen wesentlich stärker und zielgerichteter als die Politik, um sich inhaltlich zu positionieren. Jene Unternehmen, die hier aktiv sind, haben Menschen mit Behinderung meist als wichtige Zielgruppe erkannt.

Die mit Abstand wichtigsten Themen, mit denen Unternehmen auf Social Media punkten können, sind diverse Angebote der Barrierefreiheit und Kund:innenorientierung. Wenn Unternehmen in Barrierefreiheit investieren, dann kommunizieren sie dieses Plus der Öffentlichkeit und (potenziellen) Zielgruppen auch auf Social Media.

Darüber hinaus spielt in den Top-Postings der Unternehmen auch die Bewusstseinsbildung eine wichtige Rolle. Viele Unternehmen kommunizieren Inklusion mittlerweile als Mehrwert und wichtigen Aspekt von Diversität. Daneben sind aber auch in der Wirtschaft Sportsponsoring und Charity präzente Themen. Bemerkenswertes Detail: Die Unternehmen können im Schnitt mit öffentlichen Positionierungen zu Barrierefreiheit oder Bewusstseinsbildung wesentlich mehr User-Interaktionen erreichen als im Charity-Kontext. Offensichtlich stoßen also konkrete Aktionen und Maßnahmen, die zur Inklusion beitragen, auf wesentlich größere Zustimmung und Interesse.

Die Rolle von Menschen mit Behinderung als Arbeitnehmer:innen wird sowohl auf politischer und medialer Seite als auch auf Unternehmensseite eher selten kommuniziert. Es finden sich zwar vereinzelte Postings von Unternehmen, die Menschen mit Behinderung im Team haben, eine Auszeichnung als inklusiver Arbeitgeber erhalten haben oder die Menschen mit Behinderung einstellen wollen. So werden auch Positivbeispiele gezeigt, aber das offensive Buhlen um Menschen mit Behinderung ist selten. Derzeit adressieren Unternehmen in der Social-Media-Kommunikation eher das Potenzial der Kund:innen mit Behinderung als das potenzieller Mitarbeiter:innen mit Behinderung.

Jene Unternehmen, die stark auf Barrierefreiheit, Kund:innenorientierung und Bewusstseinsbildung setzen, tragen jedenfalls einen wichtigen Beitrag zur Bewusstseinsbildung bei. Neben der Politik, die einen gesetzlichen Rahmen für Inklusion sicherstellen muss, sind es Unternehmen, Organisationen und Persönlichkeiten mit Bekanntheit, Präsenz und dadurch auch Macht, die als positive Vorbilder wirken können und so Inklusion in der Gesellschaft und in der Praxis vorantreiben können.

Auf Social Media mischen auch bekannte Persönlichkeiten mit. Von paralympischen Sportler:innen, die das Profil zur Profilierung und Kommunikation mit ihren Fans nutzen, über Influencer:innen mit und ohne Behinderung, die vereinzelt gesellschaftskritische Themen anstoßen, bis zu Promis, die meist im Charity-Kontext auftreten.

Bei den Persönlichkeiten, die öffentlich via Social Media auftreten, gibt es markante Unterschiede bei der Inszenierung: Wird von nichtbehinderten Menschen über Menschen mit Behinderungen gepostet, dann werden häufig Rollenklischees reproduziert, indem vor allem auf Mitleid gesetzt wird. Das passiert meist über die verwendete Sprache und das gewählte Thema. Bekannte Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens (ohne eigene Behinderung) posten mit Abstand am häufigsten zu Charity.

Menschen mit Behinderung inszenieren sich selbst allerdings kaum in der Opferrolle. Die reichweitenstarken Player im Sport stellen ihre Leistung und ihren persönlichen Lebensalltag ins Zentrum ihrer Social-Media-Aktivität. Es handelt sich um Influencer:innen mit Behinderung, die selbstbewusst und fordernd auftreten und für eine Sache eintreten, aber keine Bittsteller:innen sind. Dieser große Unterschied zwischen der medial immer noch teils sehr klischeebehafteten Außensicht-Darstellung und Selbstdarstellung ist ein Indiz dafür, mit wie vielen Vorurteilen das Bild behinderter Personen in der Öffentlichkeit noch immer behaftet ist und dass die mediale Inszenierung oft von den Lebensrealitäten betroffener Menschen abweicht.

Behindertenvertreter:innen und Interessensvertretungen erreichen oft nur eine sehr niedrige Interaktionsrate und Reichweite auf Social Media. Es gibt Ausnahmen, aber meist kommen sie mit ihren Postings auf nur wenige Dutzend Interaktionen und damit nicht über die eigene Community hinaus. Sie erreichen derzeit noch kaum nennenswerten Impact in der breiten Öffentlichkeit, wie die Social-Media-Analyse zeigt.

Insgesamt gilt: Solange bestimmte Themen nicht auch von reichweitenstarken Social-Media-Kanälen – meist über Medien, Politik, große Organisationen oder Prominente – gesendet werden, bleiben sie weitgehend unsichtbar für eine breite Bevölkerung. Die meisten Organisationen im Sozialbereich und Behindertenvereine haben in Österreich nicht die entsprechende Reichweite und oft auch nicht die finanziellen Mittel zur Verfügung, um eine breite Öffentlichkeit zu erreichen. Klassische Behindertenvertretungs-NGOs, die sich hauptsächlich für Menschen mit Behinderung einsetzen – beispielsweise Behindertenrat, Bizeps, Öziv etc. – generieren zumindest nicht viel Reichweite und werden daher meist nur in der eigenen, kleinen Community wahrgenommen.

Die vorliegenden Ergebnisse zeigen, dass es teilweise sehr große Unterschiede gibt, wie Menschen mit Behinderung in der Öffentlichkeit wahrgenommen und inszeniert werden – und wie sie sich selbst darstellen. Die Untersuchung zeigt auch, dass die Darstellung von Menschen mit Behinderungen in österreichischen Medien, trotz Verbesserungen und positiver Entwicklungen, häufig immer noch nicht den Anforderungen an Gleichstellung und Inklusion entspricht. Aber die Veränderungen seit 2015/2016 bestätigen, dass in vielen Medien eine Weiterentwicklung im Sinne der UN-BRK passiert ist. Problematisch bleibt medial die Dominanz des Themenfeldes Charity und die damit einhergehende stereotype Inszenierung. Ein großer Kritikpunkt ist zudem, dass viele zentrale Alltagsthemen von der Politik und von Medien ausgeblendet werden, denn dort wären Menschen mit Behinderung tatsächlich betroffen und eingeschränkt. Diese Baustellen – etwa in der Bildungspolitik oder bei der finanziellen Absicherung – werden öffentlich wenig berührt, dadurch fehlt womöglich auch der Druck für Veränderung.

Literatur

AMS – Arbeitsmarktservice Österreich (2022). Arbeitsmarktlage 2021. Wien

https://www.ams.at/content/dam/download/arbeitsmarktdaten/%C3%B6sterreich/berichte-auswertungen/001_JB-2021.pdf

[abgerufen am: 16.11.2022]

BMASK – Bundesministerium für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz (2013). Ausschuss der Vereinten Nationen über die Rechte von Menschen mit Behinderungen: Abschließende Bemerkungen zum ersten Bericht Österreichs. September 2013. Wien.

<https://broschuerenservice.sozialministerium.at/Home/Download?publicationId=391>

[abgerufen am: 17.11.2022]

BMASK – Bundesministerium für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz (2016). Nationaler Aktionsplan Behinderung, Zwischenbilanz 2012-2015. Wien

<https://broschuerenservice.sozialministerium.at/Home/Download?publicationId=362>

[abgerufen am: 17.11.2022]

BMASK – Bundesministerium für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz (2017). Bericht der Bundesregierung über die Lage der Menschen mit Behinderungen in Österreich 2016. Wien

<https://broschuerenservice.sozialministerium.at/Home/Download?publicationId=428>

[abgerufen am: 16.11.2022]

BMASGK – Bundesministerium für Arbeit, Soziales, Gesundheit und Konsumentenschutz (2019). Erfahrungen und Prävention von Gewalt an Menschen mit Behinderungen. Wien

<https://broschuerenservice.sozialministerium.at/Home/Download?publicationId=718>

[abgerufen am: 16.11.2022]

BMBWF – Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Forschung (2019). Sonderschule und inklusiver Unterricht.

<https://www.bmbwf.gv.at/Themen/schule/schulsystem/sa/sp.html>

[abgerufen am: 17.11.2022]

BMSGPK – Bundesministerium für Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz (2019). Barrierefreiheit.

<https://www.sozialministerium.at/Themen/Soziales/Menschen-mit-Behinderungen/Barrierefreiheit.html>

[abgerufen am: 17.11.2022]

BMSGPK – Bundesministerium für Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz (2020). Studie „Integrative Betriebe 2020+“. Endbericht.

https://www.sozialministerium.at/dam/jcr:245cd95a-962c-4358-8b00-c2894b425519/Studie_Integrative_Betriebe_2020.pdf

[abgerufen am: 16.11.2022]

BMSGPK – Bundesministerium für Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz (2022). Nationaler Aktionsplan Behinderung 2022 – 2030 – Ministerratsvorlage. Österreichische Strategie zur Umsetzung der UN-Behindertenrechtskonvention. Wien

https://www.bundeskanzleramt.gv.at/dam/jcr:89f8ed09-12e5-4aab-8ad0-d7f82001904d/25_16_bei.pdf

[abgerufen am 16.11.2022]

Bundesamt für Soziales und Behindertenwesen – Sozialministeriumservice (2020). Geschäftsbericht 2019. Gelebte Inklusion. Wien.

https://www.klagsverband.at/klav/wp-content/uploads/2020/06/Geschaeftsbericht_2019_PDF-Datei.pdf

[abgerufen am: 16.11.2022]

Catalyst (2014). Diversity Matters (Infographic). New York: Catalyst, October 1, 2014

<https://www.catalyst.org/research/infographic-diversity-matters/>

[abgerufen am: 17.11.2022]

Charlton, James I. (1998). Nothing about us without us. Disability oppression and empowerment. University of California Press, Berkeley, Los Angeles, London

Coffman, Julie/ Bax, Bianca/ Noether, Alex/ Blair, Brenen (2022). The Fabric of Belonging. How to Weaven an Inclusive Culture. Bain & Company, Inc.

https://www.bain.com/globalassets/noindex/2022/bain_report_the_fabric_of_belonging.pdf

[abgerufen am: 17.11.2022]

Deges, Frank (2018). Influencer. Wirtschaftslexikon Gabler

<https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/influencer-100360/version-340187>

[abgerufen am: 16.11.2022]

Die Armutskonferenz – Österreichisches Netzwerk gegen Armut und soziale Ausgrenzung (2022). „Die im Dunkeln sieht man nicht ...“, Eine Erhebung zur „Sozialhilfe“ aus Sicht von Expert*innen der sozialen Praxis. Wien.

https://www.armutskonferenz.at/media/armutskonferenz_sozialhilfeehebung_2022.pdf
[abgerufen am: 16.11.2022]

Firlinger, Beate (2003). Buch der Begriffe – Sprache, Behinderung, Integration. Herausgegeben von Integration:Österreich. Ing. Walter Adam Ges.m.bH. Wien
https://www.bizeps.or.at/shop/buch_der_begriffe.pdf

[abgerufen am: 16.11.2022]

Flieger, Petra (2020). Ermöglichen, nicht behindern. Zum Abbau von Barrieren für die Partizipation von Kindern mit Behinderungen in Schule und Unterricht. In: Gerhartz-Reiter, Sabine/ Reisenauer, Cathrin (Hrsg.). Partizipation und Schule. Perspektiven auf Teilhabe und Mitbestimmung von Kindern und Jugendlichen, Wiesbaden: Springer VS, S. 135-151

FRA – European Union Agency for Fundamental Rights (2015). Violence against children with disabilities: legislation, policies and programmes in the EU.

https://fra.europa.eu/sites/default/files/fra_uploads/fra-2015-violence-against-children-with-disabilities_en.pdf

[abgerufen am: 16.11.2022]

Hoffmann, Thomas/ Wolbring, Gregor (2019). Zwischen Superkrüppel und Cybathlon: Behinderung und Spitzensport in den Medien. In: VHN, 88. Jg., S. 321 – 324
<https://reinhardt-journals.de/index.php/vhn/article/viewFile/151905/5111>

[abgerufen am: 21.11.2022]

Indlekofer Marian, Sozialverband VdK Bayern e.V. (2013)

http://www.vdk.de/bayern/pages/26741/inklusion_und_integration?do=print

[abgerufen am: 16.11.2022]

Lebenshilfe Österreich (2017). Persönliche Assistenz, Gesetzeslage in Österreich
<https://www.lebenshilfe.at/wp-content/uploads/Pers%C3%B6nliche-Assistenz-in-%C3%96sterreich.pdf>

[abgerufen am: 16.11.2022]

Maskos, Rebecca (2015). Bewundernswert an den Rollstuhl gefesselt – Medien und Sprache einer nicht inklusiven Gesellschaft. In: Degener, Theresia/ Diehl, Elke (Hrsg.). Handbuch Behindertenrechtskonvention. Teilhabe als Menschenrecht – Inklusion als gesellschaftliche Aufgabe. Bundeszentrale für politische Bildung, Bonn, S. 308-319

MediaAffairs (2017). Menschen mit Behinderung in österreichischen Massenmedien. Jahresstudie 2015/16.

https://www.dropbox.com/s/n9zu1iup2z9o9tt/RTR_Menschen%20mit%20Behinderung%20in%20Medien%20Band1-2017.pdf?dl=0

[abgerufen am: 17.11.2022]

MediaAffairs (2021). Genderbalance in der Sportberichterstattung? Studie über Präsenz & Inszenierung von Sportlerinnen und Sportlern in österreichischen Medien – Jahresstudie 2019/2020

<https://www.bmkoes.gv.at/dam/jcr:e1b1e067-cc05-449f-bdf6-11073f932cd6/Genderbalance%20in%20der%20Sportberichterstattung.pdf>

[abgerufen am: 21.11.2022]

MediaAffairs (2022). Frauen – Politik – Medien. Jahresstudie 2021, Fokusthema Digitalisierung. Trendwende und Schlüsseltechnologie. Wo sind die Frauen?

<https://www.contentadmin.de/contentanlagen/contentdatei18392.pdf>

[abgerufen am: 17.11.2022]

Naue, Ursula (2013). „Licht ins Dunkel“ – Es geht um Möglichkeiten!

<https://ursulanaue.wordpress.com/2013/11/>

[abgerufen am: 17.11.2022]

Naue, Ursula (2013). Lasst euch gefälligst helfen.

<https://ursulanaue.wordpress.com/2013/11/>

[abgerufen am: 17.11.2022]

Oechsner, Andreas (2020). Das Recht auf Selbstbestimmung. Alle Jahre wieder kommen die Euthanasieritter*innen. Ein Kommentar.

<https://www.bizeps.or.at/das-recht-aus-selbstbestimmung/>

[abgerufen am: 17.11.2022]

Österreichischer Behindertenrat (2019). Strategische Vorschläge für einen inklusiven Arbeitsmarkt. Umsetzungsvorschläge zur Verbesserung der Situation von Menschen mit Behinderungen am Arbeitsmarkt in Österreich. Wien.

https://www.behindertenrat.at/wp-content/uploads/2019/07/strategische-Vorschl%C3%A4ge_2019.pdf

[abgerufen am: 16.11.2022]

OHCHR – Office of the United Nations High Commissioner for Human Rights (2010). Monitoring the Convention on the Rights of Persons with Disabilities. Guidance for human rights monitors. Professional training series No. 17.
http://www.ohchr.org/Documents/Publications/Disabilities_training_17EN.pdf
[abgerufen am: 16.11.2022]

ORF – Österreichischer Rundfunk (2022). Public Value Report 2021/2022, Teil 3/3, Zukunft.ORF.at, Wien
https://zukunft.orf.at/rte/upload/2022/mehrwert/web-pv-bericht-ausg3-22_mehrwert.pdf
[abgerufen am: 16.11.2022]

Paternostro-Sluga, Tatjana (2015). Menschen mit Beeinträchtigungen: Behinderung ist nicht gleich Krankheit. In: Österreichische Ärztezeitung, Nr. 11/10.06.2015
<https://aerztezeitung.at/2015/oaz-artikel/medizin/behinderung-icd-10-international-classification-of-functioning-disability-and-health-tatjana-paternostro-sluga/>
[abgerufen am: 17.11.2022]

Pichler, Michael/ Mészáros, Gerhard (2022). Inklusion im Unternehmen: Es ist mehr möglich, als man glaubt
<https://www.hernstein.at/newsroom/blog/inklusion-im-unternehmen-es-ist-mehr-moeglich-als-man-glaubt/>
[abgerufen am: 17.11.2022]

Priestley, Mark (2003). Worum geht es bei den Disability Studies? Eine britische Sichtweise. In: Waldschmidt, Anne (Hrsg.). Kulturwissenschaftliche Perspektiven der Disability Studies, Tagesdokumentation, Kassel, S. 23-35

Radtke, Peter (2006). Das Bild behinderter Menschen in den Medien. In: Spektrum Freizeit. Nr. 30, 2006, 2, S. 120-131
[https://www.pedocs.de/volltexte/2012/5251/pdf/SpektrumFreizeit_2006_2_Radtke_Das_Bi
ld_behinderter_Menschen_D_A.pdf](https://www.pedocs.de/volltexte/2012/5251/pdf/SpektrumFreizeit_2006_2_Radtke_Das_Bild_behinderter_Menschen_D_A.pdf)
[abgerufen am: 16.11.2022]

Renggli, Cornelia (2006). Nur Mitleid oder Bewunderung? Medien und Behinderung. In: Hermes, Gisela/ Rohrmann, Eckhard (Hrsg.). Nichts über uns – ohne uns! Disability Studies als neuer Ansatz emanzipatorischer und Interdisziplinärer Forschung über Behinderung. AG SPAK Bücher, Neu-Ulm

Sandfort, Lothar (1982). Medien-Manifest. Forderung Behinderter an die Medien. In: Kagelmann, H. Jürgen/ Zimmermann, Rosmarie (Hrsg.). Massenmedien und Behinderte: im besten Falle Mitleid? Beltz, Weinheim, S. 207-212.

Schönwiese, Volker (2007): Vom transformatorischen Blick zur Selbstdarstellung. Über die Schwierigkeit der Entwicklung von Beurteilungskriterien zur Darstellung von behinderten Menschen in Medien. In: Flieger, Petra/ Schönwiese, Volker (Hrsg.). Das Bildnis eines behinderten Mannes. Bildkultur der Behinderung vom 16. bis ins 21. Jahrhundert. Wissenschaftlicher Sammelband. AG SPAK Bücher, Neu-Ulm, S. 43-64

Schönwiese, Volker (2012). Behinderung als Schicksals-Konstruktion. Zur Analyse von öffentlichen Darstellungen behinderter Menschen. In: Virus, Beiträge zur Geschichte der Sozialmedizin. Nr. 11, 2012, S. 11-26

<http://bidok.uibk.ac.at/library/schoenwiese-schicksalskonstruktion.html>

[abgerufen am: 16.11.2022]

Schulze, Marianne (2011). Menschenrechte für alle: Die Konvention über die Rechte von Menschen mit Behinderungen. In: Flieger, Petra/ Schönwiese, Volker (Hrsg.). Menschenrechte – Integration – Inklusion: Aktuelle Perspektiven aus der Forschung. Bad Heilbrunn, Klinkhardt, S. 11-25.

Sozialverband VdK Bayern e.V. (2013)

http://www.vdk.de/bayern/pages/26741/inklusion_und_integratation?do=print

[abgerufen am: 16.11.2022]

Statistik Austria (2017). Mikrozensus 4. Quartal 2015 – Zusatzfragen „Menschen mit Beeinträchtigungen“

https://www.statistik.at/fileadmin/pages/391/Menschen_mit_Beeintraechtigung_2015.ods

[abgerufen am: 16.11.2022]

Strobl, Thomas (2022). Sonderpädagogik – Ressourcenvergabe auf dem Prüfstand.

<https://www.schule.at/bildungsnews/detail/sonderpaedagogik-ressourcenvergabe-auf-dem-pruefstand>

[abgerufen am: 16.11.2022]

Volksanwaltschaft (2019). Sonderbericht: Keine Chance auf Arbeit – Die Realität von Menschen mit Behinderung. Wien

<https://volksanwaltschaft.gv.at/downloads/30c01/Sonderbericht%20MmB%202019%2029.11.19.11>

[abgerufen am: 16.11.2022]

Volksanwaltschaft (2022). Bericht 2021. Präventive Menschenrechtskontrolle. Wien.
https://volksanwaltschaft.gv.at/downloads/f1s51/pb-45-praeventiv_2021_final_mit-wappen.pdf

[abgerufen am: 16.11.2022]

Wehling, Elisabeth (2016). Politisches Framing. Wie sich eine Nation ihr Denken einredet – und daraus Politik macht. Herbert von Halem Verlag, Köln

Wiener Zeitung (2019). Integrationsklassen senken Durchmischung und Leistung.

<https://www.wienerzeitung.at/nachrichten/politik/oesterreich/2032894-Integrationsklassen-senken-Durchmischung-und-Leistung.html>

[abgerufen am: 17.11.2022]

Wilke, Jürgen (2012). Funktionen und Probleme der Medien.

<http://www.bpb.de/politik/grundfragen/deutsche-verhaeltnisse-eine-sozialkunde/139163/funktionen-und-probleme>

[abgerufen am: 30.08.2022]

Wood, Luy (2012). The Role of Charities in the Continuing Oppression of the Disabled Community.

<http://www.disabilityplanet.co.uk/the-role-of-charities.html>

[abgerufen am: 16.11.2022]

Abkürzungsverzeichnis

BSVÖ	Österreichischer Blinden- und Sehbehindertenverband
BEinstG	Behinderteneinstellungsgesetz
CRPD	Convention on the Rights of Persons with Disabilities
NAP	Nationaler Aktionsplan
NGO	Non-governmental organization (Nichtregierungsorganisation)
NRW	Nationale Reichweite
OHCHR	Office of the United Nations High Commissioner for Human Rights
ÖPC	Österreichisches Paralympisches Committee
ORF	Österreichischer Rundfunk
ÖZIV	ÖZIV Bundesverband – Interessensvertretung für Menschen mit Behinderung
UN-BRK	Behindertenrechtskonvention der Vereinten Nationen
UNHCR	United Nations High Commissioner for Human Rights

Anhang

Schlagwortliste für die Social-Media-Analyse

Die folgende Liste aus Wörtern und Wortstämmen ergibt sich aus den relevantesten Themen der Medienmarktanalyse der österreichweiten Printmedien und den Erfahrungswerten der Studie 2015/2016.

behinder* OR inklusion OR barrierefrei* OR blind* OR rollstuhl* OR gebärden* OR paralympics OR (special AND olympics) OR gehörlos* OR autis* OR sachwalt* OR handicap OR (Down AND syndrom) OR trisomie OR taub* OR sonderschule OR lähmung* OR gelähmt OR querschnittslähmung OR querschnittsgelähmt OR amput* OR (Licht AND ins AND dunkel) OR geistig OR beeinträchtigt* OR #Lid OR myability

Fotocredits Titelbild: Adobe Stock

ⁱ <http://www.media-analyse.at/table/3604>

ⁱⁱ <http://monitoringausschuss.at>

ⁱⁱⁱ https://www.vfgh.gv.at/medien/Toetung_auf_Verlangen_Mithilfe_am_Suizid.php

^{iv} <https://science.apa.at/nachrichten-leicht-verstandlich>

^v www.kleinezeitung.at/inklusive

^{vi} <https://andererseits.org>

^{vii} <https://science.apa.at/power-search/6576882268251126152>

Impressum

MediaAffairs / Eisenstraße 64 / A-4460

Losenstein

Tel.: +43 (0) 7255 20318 /

office@mediaaffairs.at

www.mediaaffairs.at