

# „Opferklischees vermeiden“

Zu unkritisch, zu eindimensional – Medienforscher Matthias Vollbracht hat die Berichterstattung über **Behinderung** untersucht. Er erklärt, wie es besser ginge.

## LINK

Hier geht's zur Zusammenfassung der Studie: [www.bit.ly/Inklusion-Studie](http://www.bit.ly/Inklusion-Studie)

Inklusion war auch Thema der drehscheibe-Ausgabe 13/2015:  
Zur Ausgabe: [www.drehscheibe.org/einzelausgabe/inklusion.html](http://www.drehscheibe.org/einzelausgabe/inklusion.html)

### Matthias Vollbracht



ist Director of Business Research beim Medienforschungsinstitut Media Tenor.

**E-Mail** [m.vollbracht@mediatenor.com](mailto:m.vollbracht@mediatenor.com)

**Herr Vollbracht, für Ihre Studie haben Sie mehr als eine Million Medienbeiträge zum Thema Behinderung analysiert. Eine Erkenntnis lautet: Insbesondere das Thema Inklusion am Arbeitsplatz taucht medial kaum auf. Woran liegt das?**

Ende 2015 lebten in Deutschland mehr als sieben Millionen Menschen mit schweren Behinderungen; vom Alter her ist berufliche Inklusion für drei Millionen von ihnen potenziell relevant. Allerdings sorgen sie selten für große Schlagzeilen. Journalisten „stolpern“ in der Regel nicht über das Thema.

**Wenn doch darüber berichtet wird, heißt es in der Studie weiter, dann meist positiv, mitunter aber auch unkritisch und mit Stereotypen behaftet. Warum ist das so?**

Zunächst: Es ist wirklich beeindruckend, was in einigen Werkstätten für Menschen mit Behinderung und in Integrationsbetrieben geschieht. Berichte darüber und über Inklusionspreise und Auszeichnungen oder Sponsoring-Aktionen sind vom Charakter her auch positiv. Allerdings gibt es mitunter Hemmungen, Schwierigkeiten zu benennen und das direkte Gespräch mit Betroffenen zu suchen. Dabei ist oft auch fehlendes Wissen das Problem.

**Welche Gefahren birgt das Ihrer Meinung nach?**

Die Arbeitslosenrate von Menschen mit Behinderung ist mehr als doppelt so hoch wie bei den übrigen Beschäftigten. Viele der Betroffenen sind gut qualifiziert, gleichzeitig herrscht Fachkräftemangel. Vor allem Kleinunternehmen, die keine gesetzliche Beschäftigungspflicht haben, könnten ihr Angebot deutlich ausweiten, wenn sie regelmäßig mit dem Thema konfrontiert würden, etwa wenn kompakt und klar über Förderung berichtet würde. Von Barrierefreiheit würden alle profitieren, sie müsste bei lokalen Projekten regelmäßig thematisiert werden. Für die betroffenen Menschen und ihre Angehörigen kann die seltene Thematisierung ihrer Anliegen zudem zu einer Entfremdung von den herkömmlichen Medien führen.

**Wie sieht die Berichterstattung von Lokalzeitungen über das Thema aus?**

Die meisten Berichte gehen auf Events zurück: ein Tag der offenen Tür bei einer Werk-

statt für Menschen mit Behinderung, die Erweiterung eines Integrationsbetriebs, eine Auszeichnung für einen Handwerksbetrieb, der jemanden mit Hörbehinderungen einstellt. Reportagen vor Ort konzentrieren sich meist auf den Betriebschef und den Menschen mit Behinderung. Der Kontext aber – also Aspekte wie Förderung, Verkehrsanbindung, persönliches und kollegiales Umfeld – kommt, wenn überhaupt, nur am Rande vor. Der Fokus liegt zudem oft auf einfachen Dienstleistungsberufen.

**Wie müsste eine adäquate Berichterstattung über das Thema aussehen?**

Wir brauchen mehr Sichtbarkeit. Menschen mit Behinderungen sollten dabei aber nicht Objekt, sondern Subjekt der Berichterstattung sein. Journalisten könnten Arbeitgeber zudem regelmäßig nach der Schwerbehindertenquote fragen und dies auch thematisieren. Zum anderen ist es wichtig, Helden- und Opferklischees zu vermeiden. Menschen mit Behinderung sind eben nicht an einen Rollstuhl „gefesselt“ – er ist vielmehr Garant ihrer Mobilität. Und: Es ist wichtig, ehrlich über Schwierigkeiten zu berichten.

**Welche Rolle könnten Lokalzeitungen bei der Berichterstattung spielen?**

Sie haben einen Riesenvorteil: Sie sind nah an den Menschen dran und können das Thema täglich weiterverfolgen. Die Umsetzung der UN-Behindertenrechtskonvention von 2009 gleicht einem Marathonlauf. Die Lokaljournalisten können an den Kilometersteinen stehen und zeigen, wie das Rennen läuft, wer besonders erfolgreich ist und warum, und wer mehr Hilfe braucht, um mitzukommen. Sie können in Verbund mit Integrationsämtern und Industrie- und Handelskammern passgenau aufzeigen, wie Inklusion vor Ort gelingen kann. Manche Lokalzeitungen wie die *Rheinische Post* sind auch politisch erfolgreiche Agenda-Setter. Das heißt, sie werden häufig von anderen Medien zitiert. Mit ihren Berliner Korrespondenten kann die Zeitung dem Thema bundesweite Sichtbarkeit geben. Am Ende kann eine wesentlich vertiefte Leser-Blatt-Beziehung entstehen, die die lokale Identität der Redaktion stärkt.

INTERVIEW: SASCHA LÜBBE