

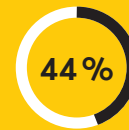
PARANORMAL



**TBWA** 2018  
Zeitgeist-Spotter

## Menschen mit Behinderung wird zunehmend mediale Aufmerksamkeit geschenkt.

In der Vergangenheit galt eine Behinderung noch als Manko. Heute werden körperlich oder geistig beeinträchtigte Menschen als Bereicherung für die Gesellschaft wahrgenommen, da sie allen «Normalos» eine andere Perspektive auf die Welt eröffnen können.



**Vertrautheit**  
mit der Entwicklung

43.3% der Teilnehmer unserer Umfrage stimmten zu, dass sie mit dieser Entwicklung vertraut sind.



**Einfluss**  
auf den Alltag

17.7% der Teilnehmer unserer Umfrage stimmten zu, dass sie diese Entwicklung im Alltag beeinflusst.

## Öffentliche Auftritte

Jahn Graf ist ein Rollstuhl-fahrender YouTuber aus Cham mit über 300 Subscribern. Auf seinem Channel «Jahn's rollende Welt» veröffentlicht er Videos in denen er andere Menschen mit und ohne Behinderung interviewt oder Reiseerlebnisse aus seiner Perspektive mit anderen Nutzern teilt. Seine Videos erreichen bis zu 1000 Views.



39 %

der Teilnehmer unserer Umfrage stimmten zu, dass sie sich **wohl damit fühlen, Menschen mit Behinderung im Zentrum der Aufmerksamkeit** (z.B. auf der Bühne) zu sehen.

Clown Syndrom ist ein Schweizer Komik-Theater-Stück von und mit Olli Hauenstein. Durch seine langjährige Erfahrung mit Kreativität und Komik erkannte Hauenstein das Talent seines heutigen Bühnenpartners Eric Gadiant, ein Schauspieler mit Down-Syndrom. Zusammen erobern die beiden seit zwei Jahren die Theaterbühnen der Schweiz.

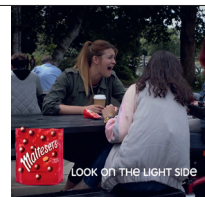


Britain's got Talent Gewinner 2018: Lee Ridley alias «Lost Voice Guy».



## In der Werbung

Menschen mit Behinderung sieht man in der Werbung heutzutage noch immer selten. Als Maltesers UK 2016 ihre Kampagne «Look on the Light Side» lancierte, die Menschen mit Behinderung zeigt, wie sie Witze über ihre Behinderungen machen oder peinliche Geschichten aus ihrem Leben teilen, sorgte dies für grosse Aufmerksamkeit, aber auch für ein gewisses Unbehagen.



49.6 %

der Teilnehmer unserer Umfrage würden es begrüssen, wenn Firmen in **ihrer Werbung Menschen mit Behinderung eine grössere Rolle** zuteilwerden lassen.

## Vertrautes neu erleben

### Dining in the Dark

Das erste permanente Dark-Dining Restaurant der Welt «Blindekuh» wurde 1999 in Zürich eröffnet. Seither hat sich das Konzept über den Globus verbreitet. Der Grundgedanke: Menschen ohne Behinderung eine neue Perspektive bieten, die ihnen einen intensiveren Genuss des Essens ermöglicht.



### Ein neuer Blickwinkel

Auf die Frage, «was Menschen ohne Behinderung durch den Austausch mit Menschen mit Behinderungen lernen könnten» entschieden sich die Teilnehmer unserer Umfrage am häufigsten für:

- 1 Einen neuen Blickwinkel auf die Welt (59.3%)
- 2 Offenheit/Freiheit von Vorurteilen (53.9%)
- 3 Dankbarkeit (39%)

19.7 %

der Teilnehmer unserer Umfrage gaben an, dass sie die Welt gerne **einen Tag lang im Körper eines Menschen mit Behinderung erleben** würden.

# Unser Fazit

## Einschätzung der Teilnehmer unserer Umfrage:

In den nächsten 5 Jahren wird diese Entwicklung...

**34.1%** ...für mich persönlich wichtig oder sehr wichtig sein

**47.6%** ...für die Schweizer Gesellschaft wichtig oder sehr wichtig sein

1

Auch wenn «ParaNormal» bzw. die entlastete Sichtweise auf Behinderungen an sich nicht neu ist, sehen wir immer mehr Menschen daran teilhaben – auch durch die vermehrte Nutzung digitaler Medien.

2

Der entkrampfte Umgang mit Menschen mit Behinderung ist ein Bestandteil ihrer Inklusion, und eine Entwicklung, zu der auch Unternehmen mit ihrer Werbung einen Beitrag leisten können.

3

Was wäre, wenn...

...Marken das Erlebnis ihrer Produkte und Services aus der Perspektive von Menschen mit Behinderung in ihre Kommunikation aufzunehmen?

Für den Zeitgeist-Spotter 2018 führten TBWA\ und ihr Partner Marketagent eine gemeinsame Online-Umfrage durch, bei der 508 Personen aus der Deutsch-Schweiz zu ihrer Kenntnis und Einstellung bezüglich gesellschaftlichen Entwicklungen befragt wurden. Bitte kontaktieren Sie Marketagent für detailliertere Angaben zu Methodologie und Umsetzung der Umfrage.