

Inhalt

Vorwort von Prof. Dr. Erhard Fischer	9
Vorwort und Danksagung	15
1 Einleitung	17
2 Fundament: Inklusion	23
2.1 Annäherungen an einen problematischen Begriff: »Definition« von Inklusion	25
Exkurs: Fünfte Annäherung an einen problematischen Begriff – theoretische Grundlegung am Beispiel der Luhmannschen Systemtheorie	40
2.2 Vorläufige Arbeitsdefinition: Annäherungen auf einen Punkt gebracht	45
2.3 Bau-, Stolper- und Meilensteine des Weges der Inklusion	48
2.4 Für Skeptiker und Realisten: Kritik und Umsetzung von Inklusion in Deutschland	59
2.5 Erste Zusammenfassung	61
3 Das »Who is Who« oder die Frage nach der Zielgruppe	63
3.1 Inklusion für alle oder warum es (eigentlich) keine Zielgruppe geben darf	63
3.2 »Wenn das Wörtchen eigentlich nicht wär ...« – Behinderung als Exklusionsrisiko	66
3.3 Fokussierung eines spezifischen Personenkreises oder warum es doch eine Zielgruppe gibt	68
3.4 Zielgruppe: Gesellschaft?	75
3.5 Verengung des Blickwinkels und die Adressatenfrage	76
3.6 Zusammenfassung des dritten Kapitels	78

4	Die Konvention über die Rechte von Menschen mit Behinderungen und ihr Aufruf zur Bewusstseinsbildung (Art. 8)	81
4.1	Die UN-Behindertenrechtskonvention als Menschenrecht	82
4.2	Entstehung der UN-BRK: Behinderte bekommen ein Gesicht	90
4.3	Die UN-BRK in ihren Einzelheiten	92
4.4	Zwischenfazit: UN-Konvention – Gesellschaft – Inklusion	104
4.5	Ein kleiner Schritt innerhalb der UN-BRK – ein großer Schritt in Richtung Inklusion: der Artikel 8	105
4.6	Zusammenfassungen für das vierte Kapitel	106
5	Bewusstseinsbildung nach Maßgabe des Art. 8 und ihr Potenzial zur Verwirklichung von Inklusion	109
5.1	Bewusstseinsbildung – Was steckt dahinter?	110
5.2	Einstellungen und Einstellungsänderung als Tor zur Bewusstseinsbildung	118
5.3	Einstellungen ändern – Inklusion verwirklichen. Bewusstseinsbildung als Voraussetzung von Inklusion?	129
5.4	Einstellungen ändern – aber wie? Persuasion, Intervention, Prävention	135
5.5	Schlussfolgerungen zum Fünften: Kriterien zum effektiven Kampagnenmanagement im Sinne der Bewusstseinsbildung	145
6	Kampagnen nach Maßgabe des achten Artikels der UN-BRK – Regisseure unseres Kopfkinos?	149
6.1	Eine Kampagne ist ... – Abstecken eines weiten Feld(zug)es	151
6.2	Kriterienkatalog für erfolgversprechende Kampagnen	160
6.3	Verbessern Kampagnen die Welt? – Möglichkeiten und Grenzen der Kampagnenwirkung	166
6.4	Konkret und praxisnah: aktuelle Kampagnen unter Beobachtung	169
6.5	Zusammenfassungen aus dem sechsten Kapitel	191

7	Das große Fazit oder die Antwort auf die Frage, ob Bilder Bilder und damit Inklusion bilden?	193
8	Schlusswort und Ausblick	201
9	Verzeichnisse	203
9.1	Literatur	203
9.2	Abkürzungen	219
9.3	Abbildungen	220
	Anhang	221