

„Inklusion darf nicht nach der Schule enden“

Vor 25 Jahren wurde in Frankfurt die Idee geboren, Sehende durch vollkommen dunkle Räume zu schicken, um ihnen die Welt der Blinden nahezubringen. Für das Jubiläumsjahr haben sich das Dialog-Museum und seine Dachgesellschaft viel vorgenommen.

Aus dem Dialog-Museum an der Hanner Landstraße sind zuletzt schlechte Nachrichten zu hören gewesen. Das Sozialunternehmen, das viele Blinde und Sehbehinderte beschäftigt, war in eine finanzielle Schräglage geraten und musste sein Café, sein „Dunkel-Restaurant“ und sein Casino schließen, vier Mitarbeiter verloren ihren Job. Gestern nun konnte Klara Kletzka, eine der Gesellschafterinnen, endlich mit einer guten Nachricht aufwarten: Das Museum hat in den vergangenen fünf Monaten einen operativen Gewinn gemacht.

Die Auslastung liegt trotz der Erhöhung der Eintrittspreise unvermindert hoch bei 90 Prozent. Drei Viertel der 29 Festangestellten und 15 Aushilfen sind Behinderte, mit einer Integrationsquote von 75 Prozent liegt das Museum deutschlandweit wohl auf einem Spitzenplatz. Der Wechsel der Zuständigkeit vom Oberbürgermeister-Büro zum Kulturdezernat hat keine negativen Folgen gezeitigt: Wie in den vergangenen drei Jahren erhält das Haus von der Stadt einen Zuschuss in Höhe von 100 000 Euro. Jetzt gilt es nur noch, eine Lösung für die Altlasten zu finden.

Den „Dialog im Dunkeln“ gibt es inzwischen seit 25 Jahren, und deshalb wollen das Museum und seine Dachgesellschaft, die Dialogue Social Enterprise, mit einer Kampagne auf sich auf-

merksam machen und insbesondere Betriebe finden, die blinde Mitarbeiter des Museums fortbilden oder einstellen.

Etwa 500 Unternehmen in der Stadt werden demnächst Post von der früheren Oberbürgermeisterin Petra Roth oder der einstigen Bürgermeisterin Jutta Ebeling bekommen. Die beiden Politikerinnen, aber auch andere bekannte Persönlichkeiten der Stadt wie Johnny Klinken werden den Firmen eine Wette anbieten. Sie lautet: „Wetten, dass 25 Unternehmen in Frankfurt soziales Engagement beweisen?“ In einem Brief werben die genannten Botschafter des Museums dafür, Blinde nicht aus der Berufswelt auszugrenzen. „Inklusion darf nicht nach der Schule enden“, so Ebeling.

Laut Museumsgeschäftsführer Matthias Schäfer haben sich die Chancen von Blinden und Sehbehinderten, einen Job zu finden, in jüngster Zeit verbessert. Während der Wirtschaftskrise habe kein Unternehmen einen Blinden eingestellt. Aber jetzt mache sich der Fachkräftemangel bemerkbar, und Firmen sähen sich eher dazu veranlasst, sich der Fähigkeiten von Sehbehinderten zu bedienen.

Eine Firma muss nicht mehr überzeugt werden: Die Medienagentur Starcom MediaVest hat vor einiger Zeit Manager durch den Dunkel-Parcours des Dialog-Museums geschickt. Diese waren so begeistert, dass sich das Unternehmen entschloss, unentgeltlich eine Kampagne für das Museum zu entwerfen. Unter anderem wird es jetzt eine Plakataktion sowie „Kino im Dunkeln“ und ein „Konzert im Dunkeln“ geben.

Über Frankfurt hinaus denkt Andreas Heinecke, der Erfinder des „Dialogs im Dunkeln“. Mit der von ihm gegründeten Dachgesellschaft, die das Konzept als Franchise-System mittlerweile in 32 Ländern vertreibt und so mehr als acht Millionen Besucher erreicht hat, will er im Jubiläumsjahr nun auch in Afrika, Nordamerika und Australien aktiv werden und dort Ableger des „Dialogs im Dunkeln“ etablieren.

rieb.