

Endlich Licht im Dunkelmuseum

Nach zwei schweren Jahren schreibt das Dialogmuseum für 2014 schwarze Zahlen

Nach zwei schwierigen Jahren schreibt das Dialogmuseum erstmals wieder schwarze Zahlen. Die positive Bilanz für 2014 geht unter anderem auf eine Kampagne zurück, die vergangenes Jahr zum 25-jährigen Bestehen des Konzepts „Dialog im Dunkeln“ lief und prominent unterstützt wurde.

Von Alexandra Flieth

Ostend. „Wir haben in 2014 wieder ein schwarzes Plus“, sagte die geschäftsführende Gesellschafterin des Dialogmuseums, Klara Kletzka, gestern zufrieden. Wie hoch das Plus ausfällt, konnte sie noch nicht beziffern, da die endgültigen Zahlen noch nicht vorliegen. Die Jahre 2012 und 2013 waren schwierig für die Einrichtung in der Hanauer Landstraße 145, die Anfang Dezember dieses Jahres ihren zehnten Geburtstag feiern wird. Keiner der Verantwortlichen denkt aber daran, sich auf dem positiven Ergebnis auszurufen, schließlich muss die finanzielle Lage von Jahr zu Jahr neu bewertet werden und ist abhängig von den Besucherzahlen und Fördermitteln.

Das Dialogmuseum ist ein privat geführtes soziales Unternehmen und als gemeinnützige GmbH gestaltet. Aufgrund einer Arbeitsmarktreform im Jahr 2011 gingen dem Haus Fördergelder für Mitarbeiter verloren. Als Konsequenz wurden unter anderem die gastronomischen Angebote geschlossen und die Eintrittspreise erhöht (wir berichteten). Das Haus finanziert sich aktuell zu 70 Prozent aus den Einnahmen des Museums wie Eintrittskarten, Workshops und Veranstaltungen. 13 Prozent werden durch Regelförderung und Eingliederungshilfen für Mitarbeiter aufgebracht. Die restlichen 17 Prozent verteilen sich auf städtische Fördermittel sowie Sponsoring und Spende. So unterstützt die Stadt das Dialogmuseum jährlich mit 100.000 Euro.

Erfolgreiche Kampagne

Dass sich die finanzielle Situation des Hauses in 2014 positiv entwickelt hat, ist neben dem Engagement aller Beteiligten vor allem auch auf eine groß angelegte Plakatkampagne zurückzuführen, die vergangenes Jahr zum 25-jährigen Bestehen des Konzepts „Dialog im Dunkeln“ Frankfurt lief und prominent unterstützt wurde, unter anderem von der ehemaligen Oberbürgermeisterin Petra Roth und der ehemaligen

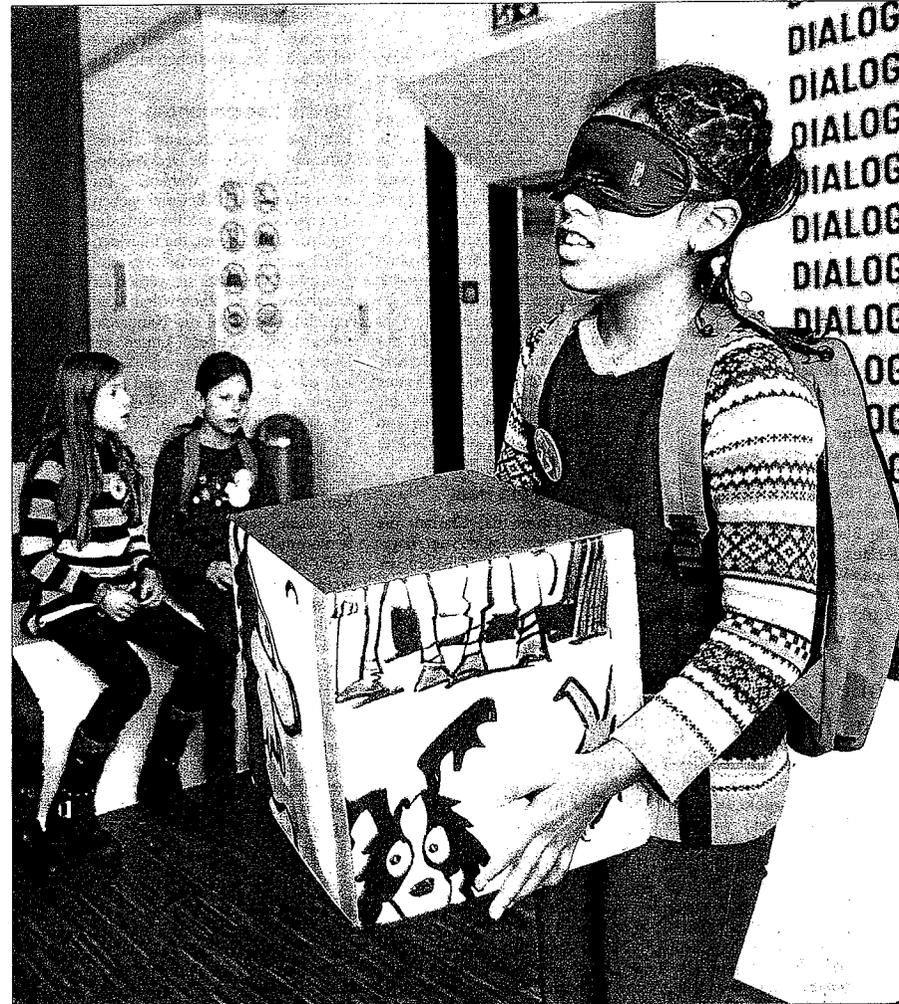
Bürgermeisterin Jutta Ebeling. Das Konzept hierzu erarbeiteten Mitarbeiter der Starcom MediaVest Group mit Sitz im Ostend, die sich hierfür ehrenamtlich engagierten.

Roth und Ebeling wetteten damals, dass sich in Frankfurt 25 Unternehmen finden, die das Museum unterstützen. Gesucht wurden Firmen, die entweder eine Patenschaft für einen blinden oder sehbehinderten Mitarbeiter übernehmen, ihm zum Beispiel Fortbildungen oder ein Praktikum ermöglichen. Oder ihm sogar einen festen Arbeitsplatz anbieten. Roth und Ebeling haben ihre Wette zwar verloren, die Kampagne zeigte dennoch große Resonanz, denn schließlich fanden sich 25 Prozent mehr Spender als im Vergleich zum selben Zeitraum 2013 und es kamen 20 Prozent mehr Spendengelder rein. „Um Partner zu finden bedarf es eines längeren Zeitraumes und Ausdauer“, weiß Kletzka und ist optimistisch, dass die Kampagne eine Langzeitwirkung haben wird.

58.000 Besucher

Die Einrichtung möchte mit ihrer Arbeit das Bewusstsein und die Akzeptanz für behinderte und sozial benachteiligte Menschen in der Gesellschaft wecken und deren soziale Integration fördern. Darüber hinaus schafft die Einrichtung Arbeitsplätze: Von den 45 Beschäftigten sind fast 70 Prozent behinderte und benachteiligte Mitarbeiter. 13 Mitglieder des Teams sind blind oder stark sehbehindert. Sie führen die Besucher durch die Ausstellungen, die in absolut dunklen Räumen präsentiert werden. Mehr als 58.000 Besucher, darunter zahlreiche Schulklassen und Touristen, nutzten dieses Angebot im vergangenen Jahr.

Dass das Engagement, das durch das Dialogmuseum und seine Mitarbeiter geleistet wird, zudem einen messbaren Wertbeitrag für die Gesellschaft und für Frankfurt erzielt, das haben Kletzka und ihre Mitstreiter jetzt schriftlich. Die international agierende Wirtschaftsprüfungsgesellschaft PricewaterhouseCoopers (PwC) hat die Leistung des Hauses für das Allgemeinwohl und für die Stadt bewertet. „Social Return on Investment“ (SROI) heißt das Schlagwort, das den durch soziale Projekte geschaffenen gesellschaftlichen Mehrwert quantifiziert. Das Ergebnis, das durch Dr. Holger Himmel von PwC vorgestellt wurde, macht deutlich, welchen großen Beitrag das Dialogmuseum leistet. Mit jedem investierten Euro entsteht hiernach ein



58.000 Besucher wurden 2014 gezählt, darunter viele Schulklassen.

Foto: Ruffer

Wertbeitrag von 3,39 Euro brutto jährlich. Dieser verteilt sich unter anderem auf die Bereiche Beschäftigung, Bildung, Inklusion und Tourismus. „Ich habe mir nie vorstellen können, dass so eine Bewertung unserer Arbeit möglich ist und freue mich, dass die von uns gesteckten Ziele in der Gesellschaft ankommen“, sagt Kletzka.

Petra Roth und Jutta Ebeling werden demnächst ihre verlorene Wette einlösen. Am 26. Februar (Ebeling) und am 5. Mai (Roth) werden die beiden jeweils von 11 bis 13 Uhr die Gäste im Dialogmuseum begrüßen.



Sind zufrieden: Klara Kletzka und Holger Himmel.

Foto: Christes