

Übersetzung der Transkription

„Making more health“ – Portrait Andreas Heinecke

Boehringer Ingelheim unterstützt in Zusammenarbeit mit Ashoka Andreas Heinecke, Gründer des Dialogs im Dunkeln, Dialogs im Stillen und Dialogs mit der Zeit, Hamburg, Deutschland.

Diese Kooperation ist Teil von Boehringer Ingelheims Initiative mit dem Fokus auf soziales Unternehmertum und Gesundheit.

Das Problem

Ich denke, das grundsätzliche Problem, das ich versuche anzugehen, ist weniger Arbeitsplätze für blinde Menschen zu schaffen, als vielmehr die Einstellung gegenüber dem Anderssein zu verändern.

Die Lösung

Das Grundkonzept des Dialogs im Dunkeln ist ganz einfach: wir verdunkeln Räume, wir bauen darin alltägliche Umgebungen nach, wie eine Stadt oder ein Garten, wir stellen blinde Menschen ein, trainieren sie und machen sie zu den Tour-Guides.

“Hallo, mein Name ist Pepe, und heute bin ich euer Tour-Guide. Willkommen im Dialog im Dunkeln.“

Wenn also die Besucher*innen kommen, es sind kleine Gruppen von acht Personen, begleitet der Tour-Guide die Gruppe durch die verschiedenen Räume. Das ist unser Ansatz, mit dem wir die Einstellung gegenüber dem Anderssein verändern.

Der Dialog im Stillen ist im Grunde genommen das gleiche wie der Dialog im Dunkeln, aber ganz anders. Es ist ein Konzept, das vollständig auf den Fähigkeiten von gehörlosen Menschen aufgebaut ist. Wir bauen einen Raum, in dem absolute Stille herrscht, die Besucher tragen Kopfhörer, hoch-effiziente Kopfhörer, der Raum ist schallisoliert und es gibt verschiedene Stationen rund um das Thema non-verbale Kommunikation.

Dialog mit der Zeit, hier beschäftigen wir Menschen über 70 Jahre alt. Es ist eine Ausstellung, mit der wir versuchen eine Brücke zwischen den Generationen zu bauen. Es geht um das Altern und wir versuchen die Angst vor dem alt werden zu nehmen.

Die Wirkung

Wir erreichen Millionen Menschen in 50 Ländern, wir haben mehr als zehntausend Menschen beschäftigt, blinde, gehörlose und alte. Am wichtigsten ist, dass sich das Selbstverständnis der Menschen, blind, gehörlos oder alt, verändert, die bei uns arbeiten. Sie gewinnen Anerkennung und sehen, dass sie eine Menge zu unserer Gesellschaft beitragen können, dass sie nicht nur Empfänger sind.

Ohne Moos, nix los, das ist es, was ich gelernt habe. Also, was ist unser Business-Model? Wir entwickeln Konzepte und finden Partner, oder besser, die Partner finden uns. Wir teilen unser Know-How mit den lokalen Partner-Organisationen, wir werden für die Beratung bezahlt und vergeben die Rechte für das Konzept für einen gewissen Zeitraum und erhalten dafür Lizenzgebühren. Wir werden nicht vom Staat finanziert und erhalten keine Spenden. Daher müssen wir unser Geld mit unserem Service und den Lizenzgebühren verdienen.

Die Zukunft

Unser Ehrgeiz ist es, ein völlig neues Museum zu gestalten, wir nennen es MODI, Museum für Diversität und Inklusion. Wir sind mitten in der Entwicklung und möchten es international vermarkten.

Boehringer Ingelheim ist stolz diesen Sozialunternehmer in der "Making more health" Initiative in Zusammenarbeit mit Ashoka willkommen zu heißen.