



Pro Infirmis
Fachstelle Kultur inklusiv
Schwarztorstrasse 32
3007 Bern

www.kulturinklusiv.ch
kontakt@kulturinklusiv.ch
Telefon 058 775 15 50

TRÄGERSCHAFT

pro infirmis

Online-Netzwerktreffen Deutschschweiz Fachstelle Kultur inklusiv von Pro Infirmis vom 9. Juni 2021

Der Schlüssel zur Inklusion

Die Kommunikation mit und für Menschen mit Behinderungen stand im Zentrum des ersten online durchgeführten Netzwerktreffens für Labelpartner aller Sparten. Das Ziel: Wissensvermittlung und Sensibilisierung. Der Weg dazu: Inputreferate von vier Fachpersonen, Diskussionen mit ihnen und den Erfahrungsaustausch untereinander.

Wie erreicht man Menschen mit Behinderungen? Nina Mühlemann beschäftigt die Frage als Künstlerin mit Behinderung und als Person, die Angebote kreiert für Kunstschaffende und ein Publikum mit Behinderungen. Dieser «Hauptfrage, die mir am häufigsten gestellt wird», galt ihr Inputreferat, welches das Netzwerktreffen der Fachstelle Kultur inklusiv zur Kommunikation eröffnete. Labelpartner aller Sparten hatten das Thema gesetzt am ersten virtuell durchgeführten Treffen für die Deutschschweiz vom 9. Juni 2021.

Nina Mühlemann benannte einen fatalen Kurzschluss: Wird ein einzelnes inklusives Angebot nicht genutzt, schlussfolgert man, dass es dafür kein Publikum gibt – und schafft es ab. Wer aber über Jahrzehnte Ausschluss erfahren hat, müsse viele eigene Ressourcen aufbringen, um sich willkommen zu fühlen, sagte die Rollstuhlfahrerin. Ein inklusives Angebot pro Saison werde nicht die Masse bringen, stellte sie klar. «Es braucht ein Umlernen und einen Vertrauensaufbau.» Dazu sollten Kulturinstitutionen aktiv Kontakte mit Menschen mit Behinderungen knüpfen, sie einladen Angebote zu testen und sie dafür und für ihre Rückmeldungen an das eigene Netzwerk bezahlen.

Ein Umlernen fordert Nina Mühlemann auch bei der Programmierung. Nicht interessierte Menschen mit Behinderungen fehlten, sondern niederschwellig formulierte Angebote. Sie verwies auf den guten Rücklauf der Peer-to-Peer-Ausschreibung, einem Coachingangebot für Menschen mit Behinderungen ohne Bühnenerfahrungen ihres co-geleiteten Theaterprojekts Criptonite in der Zürcher Gessneralle. Hingegen zeige sich häufig bei Anfragen, die sie als Künstlerin erhält, dass sich die andere Seite keine Gedanken gemacht hat über Barrierefreiheit, Sicherheit oder Machtverhältnisse. Von Menschen, die von künstlerischen Ausbildungen ausgeschlossen sind, werde eine professionelle Zusammenarbeit erwartet, ohne die dafür nötigen Rahmenbedingungen zu klären.

Der erste Schritt: Klären, wen man ansprechen möchte

Menschen mit Behinderungen nach den notwendigen Voraussetzungen zu fragen, damit sie ein Angebot nutzen können, ist ein zentraler Schritt. Davor sollte jede Kulturinstitution aber für sich klären, welche Zielgruppe sie ansprechen möchte, sagte Andreas Janner, Geschäftsführer von sichtbar GEHÖRLOSE Zürich, der Dachorganisation der Gehörlosen-Selbsthilfe im Kanton Zürich, und selber gehörlos. Er empfiehlt, Vertretende der Zielgruppe und Partnerorganisationen wie Verbände von Anbeginn weg miteinzubeziehen. Und weiter: «Planen Sie die Kosten für Zugangshilfen im Budget ein.»

«Arbeiten Sie mit Menschen mit Behinderungen zusammen», betonte auch René Jaun in seinem Inputreferat über barrierefreie digitale Kommunikationsprodukte. Um Menschen mit Behinderungen zu finden und zu involvieren, rät er, die Communitys zu googeln und auf Verbände zuzugehen. Der blinde Technik-Journalist und Spezialist für digitale Barrierefreiheit zeigte auf, wer alles auf barrierefreie Kommunikationsprodukte angewiesen ist: Menschen mit Sinnesbehinderungen, die Screenreader benutzen, audiodeskrierte Videos hören oder Videos in Gebärdensprache mit Untertiteln anschauen. Menschen mit motorischen Behinderungen, die statt einer Tastatur spezifische Steuergeräte benutzen. Menschen mit Epilepsie, die spezifische Anforderungen an der Gestaltung einer Website haben. Menschen mit Lernschwierigkeiten, die von einfach geschriebenen Texten in Leichter Sprache profitieren. In

den vielen unterschiedlichen Bedürfnissen sieht er einen Hauptgrund für die fehlende digitale Barrierefreiheit. Tatsächlich lässt sich vieles digital zugänglich gestalten, neben Webseiten und Videos etwa auch multimediale Museumsführer. Was man schliesslich umsetzt – zumal man in der Schweiz gesetzlich nicht dazu verpflichtet ist –, überliess Jaun den Zuhörenden. Indes nicht ohne gewichtige Gründe für Zugänglichkeit zu nennen, die Menschen mit Behinderungen ein unabhängiges und interessanteres Leben ermöglicht und schlicht eine Frage des Respekts ist.

«Eine hundertprozentige digitale Barrierefreiheit ist kaum möglich», räumte René Jaun ein. «Aber man kann sich an international anerkannten Richtlinien orientieren.» Etwa an den «WCAG 2.1.»-Richtlinien, die unter anderem definieren, was erfüllt sein muss, damit eine Webseite oder eine App als barrierefrei gilt. René Jaun empfahl weiter die nach Prioritäten und Budgets aufgeteilte Checkliste der Stiftung «Zugang für alle», für die er bis 2012 Berater für Zugänglichkeit war, sowie den Leitfaden für Webagenturen der Stiftung. Auf deren Webseite finde man auch erfahrene Webagenturen: auf der Liste der zertifizierten barrierefreien Angebote.

Schliesslich warnte René Jaun davor, grosse Erwartungen bei Nutzenden mit Behinderungen zu schüren und plädierte dafür, das Zielpublikum über Verbesserungen auf dem Laufenden zu halten, auf Feedback zu reagieren und keine «Behinderten-Extrazüge zu fahren». Er empfahl, Drittmittel zu suchen für die barrierefreie Umsetzung und nannte das Eidgenössische Büro für die Gleichstellung von Menschen mit Behinderungen.

Entlöhnung als Voraussetzung für eine Begegnung auf Augenhöhe

Auch Michelle Zimmermann forderte auf, Menschen mit Behinderungen nicht als eine losgelöste Gruppe zu betrachten. Sie brauchen zwar spezifische Hilfsmittel, haben aber grundsätzlich die gleichen Interessen wie Menschen ohne Behinderungen, sagte die Autorin, Referentin und Geschäftsführerin der Nonprofit-Organisation «Active Integration». Um Menschen für eine Idee zu gewinnen – um also erfolgreich zu kommunizieren –, müsse man sie begeistern, motivieren und ihnen Mut machen. «Menschen mit Behinderungen fehlt oft die Energie, etwas Neues auszuprobieren.» Hier gilt es, persönliche Kontakte aufzubauen und zu pflegen. Dazu empfiehlt Michelle Zimmermann, Verbände gezielt nach Kontakten anzufragen oder das eigene Kulturangebot in ausgewählten sozialen Institutionen vorzustellen. Werbung könne man auch im spezifischen Netzwerk platzieren, das Menschen mit Behinderungen zwangsläufig haben, zum Beispiel bei der Spitex.

Die Idee zu ihrem ersten Inklusionsprojekt entwickelte Michelle Zimmermann während der täglich sieben Stunden Pflege, die sie erhält wegen ihrer schweren angeborenen Hautkrankheit. Jede Idee brauche ein Ziel, ist sie überzeugt. Ihr Ziel ist die Chancengleichheit aller. Beim Projekt «Miss und Mister Handicap», ging es deshalb nicht darum, die Schönste und den Schönsten zu bestimmen, sondern um Sichtbarkeit zu schaffen für dieses Anliegen: «Ich nutzte die Wahl als Verpackung, um die Botschaft an die breite Öffentlichkeit zu bringen», sagte Michelle Zimmermann. Mit Erfolg: Das Projekt erreichte in sieben Jahren über 5000 Menschen. Kulturinstitutionen, die beim Thema Inklusion am Anfang stehen, empfahl sie kleine Schritte, auf denen sie aufbauen können.

In den Gruppendiskussionen berichteten die Teilnehmenden von ihren positiven Erfahrungen, zum Beispiel mit einem Beirat aus Menschen mit unterschiedlichen Behinderungen. Diesen gelte es nicht nur frühzeitig zu bilden, sondern auch genügend Zeit einzuplanen, damit sich die Mitglieder kennenlernen und Vertrauen in die Kulturinstitution aufbauen. Konkretes sollte man erst danach angehen. Der Beirat kann beispielsweise einen ersten Überblick über die Zugänglichkeit der Webseite für Menschen mit unterschiedlichen Behinderungen geben. Bei entsprechendem Budget lasse sich später eine Zertifizierung durch «Zugang für alle» prüfen. Ein Budget braucht es indes für alle Leistungen: Entlöhnung ist die Voraussetzung für eine Begegnung auf Augenhöhe. Zudem sei die Anstellung einer Person mit Behinderung häufig ein Türöffner, mit dem sich die Community erreichen lässt. Um die gewünschte Fachperson zu finden, müsse die Ausschreibung mit der Anspruchsgruppe gemeinsam gestaltet werden.

In den Gruppen wurden nicht nur Tipps zur Barrierefreiheit geteilt. Den persönlichen Austausch am Netzwerktreffen brachte Teilnehmende auf kooperative Ideen. So wollen zwei Museen ihre Tastobjekte, die sie in Führungen für Menschen mit Sehbehinderungen verwenden, neu gegenseitig ausleihen: zur grösseren Vielfalt für alle Beteiligten.