

Behinderte spielen Theater in Saalfeld



„Thüringen hilft“ unterstützt das ungewöhnliche Theaterprojekt mit 2500 Euro für Requisiten und technischen Geräten.

Von Ingo Glase

Saalfeld. Wenn der Vorhang fällt und der Beifall kein Ende nimmt, sind die Schauspieler des Saalfelder Theater-Ensembles „Die Brudergässler“ wie ihre großen Kollegen in Weimar, Erfurt, Eisenach, Nordhausen und Meiningen erschöpft. Aber glücklich. Und vor allem stolz.

Denn die „Brudergässler“ sind in der Saalfelder Brudergasse 11 zu Hause, einer Wohnstätte für behinderte Menschen, wo sie weitgehend selbstständig leben können.

Seit neun Jahren steht das Ensemble regelmäßig auf der Bühne, spielt in bunten Kostümen und märchenhaften Kulissen – alles meist selbst gemacht – die Klassiker von Shakespeare und eigene Stücke.

Neben dem „Sommernachts Traum“ und „Romeo und Julia“ stand auch schon „Momo“ nach Michael Ende im Programm. Zu den eigenen Stücken der „Brudergässler“ zählen „Ein Tag wie jeder andere“ – eine heitere, aber auch nachdenkliche Darstellung des morgendlichen Alltags in der Wohnstätte – und ein



Das Ensemble der „Brudergässler“ aus Saalfeld auf der Bühne der Lebensgemeinschaft Wickersdorf e.V. in den Kostümen für den „Sommernachts Traum“. Zweiter von links ist Christian Schröter als Theseus. Foto: Stefan Müller/Diakonie

Stück zur Geschichte des Hauses: „Steine im Wandel der Zeit“. Gruppenleiterin Angela Jaekel wählt die Stücke aus, überarbeitet die klassischen Vorlagen – oder schreibt sie

eben komplett neu. Derzeit arbeitet sie an den Texten für den dritten Teil des „Mondsteinmärchens“, einer wunderbaren Geschichte über die Kraft der Märchen von Roland Kübler.

Anfang Februar wollen die „Brudergässler“ mit den Proben für das neue Stück beginnen. Einmal pro Woche, am Abend nach Schule oder Arbeit, wird fast zwei Stunden lang geübt.

Stätten und verschiedenen Kirchen auf.

Doch das Theaterspiel ist viel mehr als nur Zeitvertreib oder Vergnügen – es ist eine Therapie. „Die Mitglieder“, so hat es Angela Jaekel beobachtet, „sind dadurch selbstsicherer und selbstbewusster im Umgang mit sich selbst und anderen geworden“.

Vor fünf Jahren nahmen die „Brudergässler“ mit dem klassischen Shakespeare-Stück „Romeo und Julia“ erstmals am Schülertheater-Treffen in Rudolstadt teil und gehören nun auch zum Thüringer Theaterverband, der Amateur-Ensembles mit Kursen unterstützt.

Einer der Mitglieder der „Brudergässler“ ist Christian Schröter. Der 25-Jährige ist geistig behindert, findet durch die Rollen, in die er schlüpft, zu sich selbst, kann sich ausprobieren, erfährt Reaktionen, die ihm helfen, sich im Leben zu orientieren.

Die Betreuer der Theatergrup-

Erster Auftritt 2015 im April zum Jubiläum

Am 25. April, zum 10-jährigen Jubiläum der Wohnstätte, steht der erste Auftritt an – im Saal auf der anderen Seite der Brudergasse, beim alljährlichen Fest für die Eltern und Betreuer. Vor rund neun Jahren war die Idee entstanden, solch ein Fest zu veranstalten – und dafür ein richtiges Theaterstück einzustudieren, mit Bühnenbild, Kostümen und Kulissen. Akteure wie Zuschauer hatten daran so großen Spaß, dass daraus eine Tradition wurde. Die Gruppe tritt den Sommer über in Diakonie-



Claus-Dieter Gärtner als tapferer Ritter. Auch er gehört zu den Saalfelder Brudergässlern.

pe um Angela Jaekel investieren viel Zeit und Geduld in das Projekt. Drehbücher, Kostüme und Requisiten entstehen meist in mühsamer Handarbeit. Doch gute Technik, etwa eine Tonan-

lage mit Mikrofonen, kann man nicht selber bauen.

„Thüringen hilft“ unterstützt die „Brudergässler“ deshalb mit 2500 Euro aus den Spenden unserer Leser.

Thüringen hilft

► Spendenkonto: 125 022 220

► BLZ: 820 510 00 Sparkasse Mittelthüringen

► IBAN: DE89 820 510000 125 022 220

► Stichwort: Thüringen hilft

► Empfänger: Diakonie Mittelthüringen

► Alle Spender werden in der Zeitung genannt.

► Wer das nicht wünscht gibt im Feld „Verwendungszweck“ zudem das Wort „anonym“ an.

► Wer auf dem Überweisungsformular im Feld „Verwendungszweck“ seine Anschrift angibt, erhält eine Spendenquittung zugeschickt.

► Jede Spende kommt zu 100

Prozent den Projekten zugute, die wir unterstützen und vorstellen.

► Über die Verwendung der Spenden entscheidet der Beirat von Thüringen hilft. Ihm gehören Vertreter der Diakonie Mitteldeutschland, der Thüringer Allgemeinheit und unserer Zeitung an.

► Weitere Berichte und Infos zur Spendenaktion unter www.otz.de



Gestohlene Identitäten

Wirtschaftswissenschaftler der Uni Jena können die Angst vor Identitätsdiebstahl im Internet bei Konsumenten messen.

Jena. „Geheimdienste spionieren personenbezogene Daten von Nutzern im Internet aus.“ „Cyber-Kriminelle hacken Kundendatenbanken von Unternehmen.“ Solche oder ähnliche Meldungen zu Datendiebstahl im Internet machen immer häufiger Schlagzeilen. „Wenn gestohlene Daten nicht direkt für kriminelle Zwecke verwendet werden, landen sie oftmals auf illegalen Handelsplattformen und werden dort meistbietend verkauft“, weiß Gianfranco Walsh von der Friedrich-Schiller-Universität Jena.

Personen- und finanzbezogene Daten wie Namen, Anschriften, Bankverbindungen und Kreditkartendetails lassen sich nutzen, um damit zum Beispiel unter fremdem Namen im Internet einzukaufen oder Kredite aufzunehmen, so der Inhaber des Lehrstuhls für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre und Marketing.

Datenmissbrauch schädigt auch den Ruf

Der Datenmissbrauch verursacht für die Betroffenen meist nicht nur schwere finanzielle Verluste, sondern kann auch deren Reputation schädigen. Kein Wunder also, dass die Angst vor Datendiebstahl im Internet bei den Verbrauchern wächst. Doch wie beeinflusst diese Angst das Kaufverhalten im Internet? Dieser Frage sind Wirtschaftswissenschaftler der Uni Jena gemeinsam mit einem Kollegen der University of Western Ontario in Kanada nachgegangen. Sie haben dafür ein Befragungsinstrument entwickelt und dieses in einer Studie mit mehr als 1100 Konsumenten in Deutschland getestet. Ihre Ergebnisse stellen die Forscher im Fachmagazin „Journal of Interactive Marketing“ vor (DOI: 10.1016/j.intermar.2014.10.001). Dass Konsumenten Angst vor



Die Angst der Konsumenten vor Cyber-Kriminalität und Spionage durch Geheimdienste wächst, wie die Studie der Wirtschaftswissenschaftler der Uni Jena zeigt. Foto: Jan-Peter Kasper

Identitätsdiebstahl im Internet haben, belegen bereits frühere kommerzielle Konsumentenbefragungen, die zudem zeigen, dass diese Angst auch das Konsumverhalten beeinflusst. „Die Gefahr, Opfer eines Identitätsdiebstahls zu werden, hat sich in den letzten Jahren massiv erhöht. Die zum Teil spektakulären

Fälle, über die in den Medien berichtet wird, verstärken die Angst bei den Konsumenten zusätzlich“, sagt Walsh. Um sich dieser Thematik wissenschaftlich zu nähern und Erkenntnisse sowohl für die betriebswirtschaftliche und E-Commerce-Forschung als auch die Praxis zu gewinnen, mussten die Jenaer

Wissenschaftler Neuland betreten: Sie haben eigens ein Instrument entwickelt, mit dem sich die Angst vor Identitätsdiebstahl direkt „messen“ lässt. Dabei handelt es sich um einen umfangreichen Online-Fragebogen, der die Angst der Konsumenten sowohl vor finanziellen Verlusten als auch vor Schäden

der eigenen Reputation erfasst. Damit lassen sich nicht nur das Ausmaß der Angst von Identitätsdiebstahl im Internet ermitteln, sondern auch Einflussfaktoren darauf.

Wie die vorgelegte Studie zeigt, besteht ein deutlicher Zusammenhang zwischen Angst vor Identitätsdiebstahl und

Kaufabsicht. „Selbst bei internetaffinen Konsumenten nimmt die Kaufabsicht signifikant ab, wenn die Angst vor Datendiebstahl wächst“, sagt Patrick Hille, Doktorand am Lehrstuhl von Gianfranco Walsh. Das könne unter Umständen zu direkten Umsatzeinbußen bei Unternehmen führen. Unternehmen, die im Internet operieren, sollten daher nicht nur die neueste Sicherheitstechnik bei ihren Webseiten verwenden, so die Empfehlung der Jenaer Forscher. „Sie sollten die Kunden auch kommunikativ von der Sicherheit überzeugen und aktiv etwas gegen die Angst vor Datendiebstahl tun“, so Hille weiter.

Beispielsweise könnten spezielle Vertrauenssiegel und umfangreiche Privatsphäre-Regeln auf Webseiten implementiert werden.

Das neue Messinstrument der Wirtschaftswissenschaftler kann Unternehmen zudem dabei helfen, besonders ängstliche Kunden schon im Vorfeld zu identifizieren und speziell ausgerichtete Webseiten anzubieten, die auch bei stärkerer Angstausprägung der Kunden vertrauensvoll wirken.

Hille/Walsh/Cleveland: Consumer Fear of Online Identity Theft: Scale Development and Validation, Journal of Interactive Marketing, DOI: 10.1016/j.intermar.2014.10.001



Gianfranco Walsh Archiv-Foto: FSU