



Fliegen kann besonders für Autisten stressig sein: Mit diesen beruhigenden Spielzeugen soll es einfacher gehen.

Schön ruhig bleiben

Firmen haben Menschen mit Autismus und ADHS entdeckt. Neurodivergenz löst Gender als Diversitätsthema ab. Sind die Tech-Nerds daran schuld? Von Moritz Kaufmann

Der Kinofilm «Zoomania 2» ist Reizüberflutung pur. Es ist eine grelle und actiongeladene Animationsgeschichte mit einer Häsin und einem Fuchs in der Hauptrolle. Dieses Wochenende jedoch zeigen vier Schweizer Pathé-Kinos den Disney-Film in einer heruntergedimmten, autismusgerechten Version: vormittags, damit kein Gedränge entsteht. Mit gedämpfter Lautstärke und einem dezent beleuchteten Saal. Die Hintergrundmusik im Foyer ist aus, und die digitalen Werbebildschirme bleiben schwarz.

Diese Spezialvorstellungen sollen autistischen Kindern den Kinobesuch ermöglichen. Die Film- auswahl erfolge in Absprache mit der Nonprofit- organisation Autismus Schweiz, teilt Pathé mit. Die Vorstellungen seien gut besucht, man erhalte ausschliesslich positives Feedback. Solche Angebote haben Hochkonjunktur. Die Firmen haben die neurodivergente Kundschaft entdeckt. Das sind Menschen, deren Hirne anders funktionieren als die der (neurotypischen) Mehrheit. Zu den häufigsten Diagnosen zählen Autismus und ADHS. Aber auch Dyslexie, Dyskalkulie oder Hochsensibilität fallen darunter.

Sensorik-Strandhotel

Da ist zum Beispiel TUI Suisse, das zweitgrösste Reisebüro der Schweiz. Ab der kommenden Sommersaison verfügen fünf Häuser der hauseigenen Hotelkette «TUI Blue» über sogenannte Sensory-Räume, drei mehr als letztes Jahr. Sie befinden sich in der Türkei, auf Zypern sowie auf Ibiza. Diese Räume sollen betroffenen Kindern in den Ferien – wo sie sich in einer ungewohnten Umgebung befinden – beim Entspannen und Runterfahren helfen.

Die Fluggesellschaft Emirates hat sich vergangenes Jahr als erste «Autismus-zertifizierte Airline» der Welt auszeichnen lassen. Über 30 000 Angestellte wurden entsprechend geschult. Die Airline führt auf ihren Flügen neuerdings Sensorik-Spielzeuge mit. Darunter sogenannte Fidget-Spinner. Mit ihnen sollen sich von der Reise gestresste Passagiere fokussieren und entspannen können. Der amerikanische Spielwarenkonzern Mattel wiederum hat dieses Jahr eine Autismus-Barbie lanciert. Die Spielfigur hat die Barbie-typischen langen Haare und Beine, trägt aber sensorische – sprich: weiche, naht- und etikettenlose – Kleidung, Noise-Cancelling-Kopfhörer sowie ein Tablet mit kommunikationsunterstützenden

Symbolen. Doch woher kommt das neue Interesse an der Neurodivergenz? Und ist es echtes Engagement – oder eher der Versuch, noch ein paar Übernachtungen, Tickets und sonstige Zusatzangebote zu verkaufen?

Der Markt für neurodivergente Reisende sei von der globalen Reisebranche noch nicht ausreichend bedient, teilt TUI auf Anfrage mit. So würden viele Betroffene beim Reisen von negativen Erfahrungen berichten. Die Gründe dafür sind laut dem Reiseveranstalter: Reizüberflutung, Mangel an klaren Informationen und ungeschultes Personal. Das soll sich ändern, schreibt TUI: «Wir berechnen keine Gebühren für den Zugang zum Sensory-Raum, er ist Teil des Gesamterlebnisses für den Gast, wie andere inklusive oder barrierefreie Einrichtungen auch.»

Bisher habe man sich mit dem Angebot auf den britischen und den nordischen Markt konzentriert, weil das Thema dort präsenter sei. Allerdings gebe es auch in anderen Regionen eine «vielversprechende Dynamik». Deshalb will TUI ausbauen. «Wir haben einen klaren Roll-out-Plan

und skalieren auf der Grundlage der ersten positiven Ergebnisse.» Emirates teilt mit, dass Barrierefreiheit und Inklusion Bestandteil des Serviceverständnisses der Airline seien. «Insbesondere für neurodiverse Menschen – etwa Personen im Autismus-Spektrum oder mit sensorischen Sensibilitäten – können Flugreisen mit Unsicherheiten, Reizüberflutung und Angst verbunden sein.» Daher verfolge man das Ziel, Transparenz, Vorhersehbarkeit und Kontrolle zu schaffen.

Neue Produkte auf den Markt zu werfen, ist das eine. Menschen mit einer neurodivergenten Störung einzustellen, das andere. Tatsächlich haben weltweit Firmen entsprechende Rekrutierungsprogramme gestartet. Der britische Ableger der Zürich-Versicherung bietet seit 2025 allen Mitarbeitenden sowie deren Partnern und Kindern eine Neurodivergenz-Abklärung an. Damit will Zürich den Betroffenen besser gerecht werden. Der Personalchef Steve Collinson sagt: «Wir wollen, dass die Zürich-Versicherung ein Ort ist, wo neurodivergente Talente aufblühen können.» Mittlerweile kennen viele Grossfirmen wie der

Softwareentwickler Microsoft, die Rechnungsprüfungsfirma E&Y oder die Grossbank JP Morgan Chase entsprechende Förderprogramme.

«Firmen gehen das Thema Neurodiversität zunehmend ressourcenorientiert an. Sie fragen sich, wie sie die teilweise speziellen Fähigkeiten der Betroffenen für sich nutzen können», sagt die Psychotherapeutin Christine Wyss, die vergangenes Jahr in Zürich die Praxis Neurospektrum gegründet hat. Es setze voraus, dass die Unternehmen eine Atmosphäre schafften, in welcher sich Betroffene wohlfühlten, sagt Wyss. Dies umzusetzen, sei in vielen Fällen nicht so schwierig. Doch was sind genau die Bedürfnisse von neurodivergenten Menschen?

Praxen werden überrannt

Viele im Autismus-Spektrum hätten zum Beispiel Schwierigkeiten mit sozialer Interaktion, was im Job zu Unsicherheiten führen könne, sagt Wyss. Menschen mit ADHS wiederum liessen sich leichter ablenken und könnten sich manchmal schwer konzentrieren. «Kurze Pausen können helfen, wieder ruhiger und fokussierter zu werden.» Wyss und ihr Team stellen Diagnosen und helfen Betroffenen dabei, ihre individuellen Ausprägungen zu erkennen. Denn jede Person ist etwas anders. Die einen reagieren stark auf Lärm und brauchen einen ruhigen Arbeitsplatz. Andere haben Mühe, Mimik, Ironie und unausgesprochene Erwartungen zu erkennen. Bei ihnen braucht es eine explizite Kommunikation.

Obwohl die Praxis erst letztes Jahr eröffnet hat und zwölf Fachpersonen beschäftigt, ist sie voll ausgelastet. Zurzeit gibt es eine Wartezeit von sechs Monaten. Therapiert werden Kinder, Jugendliche, aber auch Erwachsene. «Das zeigt, dass der Nachholbedarf in der Schweiz gross ist», sagt Christine Wyss. Dass Firmen zunehmend spezielle Angebote und Produkte für Menschen mit Autismus und ähnlichen Diagnosen anbieten, findet Christine Wyss «super». Denn dies bedeute, dass diese sich freier bewegen könnten.

Dass das Thema gerade jetzt einen grossen Aufschwung erlebt und Firmen damit «Inklusion» und «Diversität» beschwören, mag aber erstaunen. Spätestens seit der Wahl von Donald Trump vermeidet die Wirtschaft tunlichst, als woke wahrgenommen zu werden. Die Regenbogenfarben wurden eingerollt und Programme für Minderheiten aufgegeben.

Doch gerade aus Amerika kommt nun eine grosse Welle der Entstigmatisierung von Neurodivergenz. Das liegt auch daran, dass sich viele erfolgreiche Wirtschaftsführer geoutet haben. Insbesondere in der Zukunftsschmiede Silicon Valley wird offensiv mit dem Thema umgegangen. So machte Tesla- und SpaceX-Gründer Elon Musk 2021 öffentlich, dass er Asperger habe – eine Autismus-Variante. Bill Gates wiederum schrieb in seiner Biografie vergangenes Jahr, dass er wohl mit Autismus diagnostiziert würde, wenn er heute aufwachsen würde. Der britische Milliardär und Gründer der Virgin-Gruppe, Richard Branson, bezeichnet sein ADHS und seine Leseschwäche schon lange als seine «Superkräfte».

Die meisten Betroffenen wollen aber weder Superhelden noch Multimilliardäre sein. Sie sind schon zufrieden, wenn sie einmal entspannt ins Kino oder in die Ferien gehen können.

Elon Musk hat Asperger. Und Bill Gates glaubt, dass er heute als Autist diagnostiziert würde.



Zum Runterfahren: Mitarbeiter der Hotelkette «TUI Blue» in einem Sensorik-Raum.