



ist Kommunikationsdesigner und führt ein renommiertes Designbüro im Allgäu. Er vereint in seiner Person Praxis, Forschung und Lehre. Seine Publikationen und Designforschungsprojekte bewegen sich im Spannungsfeld von Gesellschaft und Politik, Nachhaltigkeit und Werten, Vergangenheit und Zukunft.

[www.designgruppe-koop.de](http://www.designgruppe-koop.de)

## Rosarot ohne Ende

**Zwei Jahrhunderte ging man – und das natürlich nicht ungerne, da ja von Männern dominiert – in der Wissenschaft davon aus, Frauen haben gänzlich andere intellektuelle Stärken als Männer, haben gar unterschiedliche Gehirne, die eben das bereits weitestgehend vorgeben. Die Herren also können besser rechnen, Systeme verstehen und entwickeln, räumlich denken und Abstraktes leichter beherrschen. Wenn man jetzt spaßeshalber einmal davon ausgehen würde, dass das stimmt und sich dann den Zustand der Welt – Klimawandel, Artensterben, Kriege, Gewalt und dergleichen mehr – nach Jahrhunderten männlicher Dominanz in Politik, Wissenschaft und Technik anschaut, müsste man ja richtig froh sein, dass es eine Alternative gäbe! Also andere Wesen mit anderen Gehirnen, denen dann wohl auch eine andere Logik folgen würde – bestenfalls mit anderen Konsequenzen. Diesen großen Schritt denken mag dann aber niemand wirklich. Stattdessen attestiert man hartnäckig und dauerhaft den Frauen ihre hohe Fähigkeit zur Empathie, womit sie nicht nur die Narrenkappe bekommen, sondern vor allem die wunderbare Eignung zu Erziehung, Pflege, Küche, Kochen.**

Stand heute lässt sich das alles natürlich und endlich nicht mehr wirklich aufrechterhalten. Wobei es sicherlich Hardliner gibt, die vielleicht auch noch keine Waschmaschine aus der Nähe oder eine Küche und einen Kindergarten von innen gesehen haben. Und selbst wenn es doch Nuancen der biologischen Differenz (bei Hard- und Software gewissermaßen) gäbe, müsste das ja nichts Schlechtes sein: wenn man es eben nicht hierarchisch sieht, sondern komplementär. Kindern schadet es ja auch nicht, wenn sie Vater und Mutter – mit ihren jeweiligen Qualitäten – haben!

Wenn es aber die Biologie nicht ist, die all jene kognitiven Unterschiede und die der Fähigkeiten ausmacht, dann liegt der Verdacht schon sehr nahe, es könnte an der Gesellschaft selbst liegen, dem »Setting« gewissermaßen und der Erziehung. Betritt man daraufhin dann ein Spielwarengeschäft, fällt einem wirklich nicht mehr viel ein. Außer vielleicht: Ja, genau! Es ist einfach unfassbar, wie brachial einem das zarte Rosa der Mädchenabteilung entgegenschlägt. Womit sich natürlich die Frage nach der rosa Henne und dem rosa Ei stellt – was war zuerst da? Angebot oder Nachfrage? Oder sich selbst erfüllende Prophezeiungen, denen ja nicht viel anderes übrigbleibt, als sich zu erfüllen, denn es ist ja nichts anderes verfügbar.

Das rosafarbene Phänomen geht selbstredend auch im Inhaltlichen weiter – wer spielt mit was? Das zeigt sich dann auch schon bei Playmobil und Lego, die sich verpackungstechnisch immerhin nicht in den rosa Reigen reihen, vermutlich aus Gründen der übergeordneten Wiedererkennbarkeit und des Brandings. Zu viel Menschen- und Kinderliebe sollte man da wohl nicht hineininterpretieren, was BWL bedeutet, weiß man auch in Dänemark und Franken. Und weiter geht es in dieser Logik nochmals eine Ebene tiefer: Auch in Kinderbüchern oder Filmen werden bis heute beinahart Rollenklischees bedient, gepflegt und erhalten. Es gibt sehr interessante Studien zu Genderfragen mit Blick auf diese Medien. Wer erlebt Abenteuer? Fast immer Jungs. Wer kümmert sich ums kranke Tier? Fast immer Mädchen ... Es ist beinahe wie ein geschlossenes System, von den Geschichten über die Spielsachen bis hin zur Kleidung und den Hobbies. Vermutlich eines, an dem einige gut verdienen. Und womöglich ist es ja sogar auch politisch (nicht nur in Bayern, wo die Frau aus christ-sozialer Sicht schon immer in die Küche gehört, eine mit ergonomischer Arbeitshöhe freilich), sagen wir einmal, nicht ganz ungewollt.

Spannend wäre es, könnte man bei Briefings und Besprechungen, später dann bei Präsentationen und Diskussionen zwischen Gestaltern und Auftraggebern einmal dabei sein, wenn »Lego Friends« neue Themen suchen



Illustration: Janina Engel

oder eine Reihe neuer Puppen ihre Verpackung bekommt. Ist dort schon ein Henne-und-Ei-Vorspiel? Weil der Designer, die Designerin bereits weiß, hier bei Mattel oder wo auch immer wird gnadenlos in Rosa bedruckt? Oder ist es schon die Vorgabe? Machen Frauen andere Entwürfe als Männer? Wem ist es unwohler, wenn getan, was gefordert wird, eher der Designerin oder dem Designer? Abgesehen davon ist es bemerkenswert, wie sich die starken Marken in diesem Bereich seit einigen Jahren entwickeln, wenn zu Apps, Videos und Fernsehserien bis hin zu Kinofilmen die passenden Produkte entstehen, und es wäre nicht uninteressant zu erfahren, womit eigentlich dann das richtige Geld verdient wird. Braucht es den Film, um die Bausteine zu verkaufen, oder die Sets, um den Film zu vermarkten ... die Unschuld scheint in allen Regalen gänzlich verloren.

Glücklicherweise gibt es da noch Ostheimer und Co. Die wunderbaren Figuren aus Holz, pädagogisch dermaßen wertvoll und ökologisch, nachhaltig und sozial produziert, dass sie zum Spielen fast zu schade sind. Was aber nichts macht, denn (eigene Erfahrung!) die Kinder nehmen eh lieber das bunte Lego in Hand und Mund! Gut so, dann kann man die schönen Holztiere ins Wohnzimmerregal stellen!