

## Interview

# „Zwischen Mann und Frau gibt es keine Unterschiede“

Geschlechterforscher wehren sich gegen Rollenbilder, die Mädchen auf Schönheit und die Farbe Rosa reduzieren

Millionen von Eltern würden es bestätigen: Mädchen lieben Rosa. Jungs bevorzugen Blau. Mädchen spielen mit Puppen. Jungs stehen auf Autos. Mädchen machen sich gerne hübsch. Jungs buddeln mit Wonne auch mal im Dreck. Gender-, also Geschlechterforscher sagen dazu: alles Quatsch. Die Gesellschaft und die Werbung haben sich diese Rollenklischees nur ausgedacht, um davon zu profitieren. Zu den bekanntesten Genderforscherinnen in Deutschland gehört Stevie Meriel Schmiedel, die in Hamburg lehrt. Vergangenes Jahr machte sie Schlagzeilen, weil sie öffentlich die damalige Werbekampagne zu der Fernsehshow Germany's Next Topmodel (GNTM) kritisierte, in der die Kandidatinnen wie Barbiepuppen posierten. Aus dem Protest entstand der deutsche Ableger der Organisation „Pink Stinks“ (Pink stinkt), der seither stetig wächst und Erfolge nachweisen kann. So wurde die aktuelle Staffel von GNTM im Vorfeld nur sehr wenig und sehr reduziert mit Schwarz-Weiß-Bildern beworben. Ebenfalls erfolgreich war ein Protest gegen ein T-Shirt für Mädchen des Versandhändlers Otto mit der Aufschrift „In Mathe bin ich nur Deko“. Mittlerweile wird das T-Shirt in Deutschland nicht mehr verkauft. Dirk Grupe sprach mit Stevie Meriel

Schmiedel über Jungs, die Rosa mögen und die Macht einer Fernsehshow wie GNTM.

**SZ: Frau Schmiedel, kürzlich habe ich gelesen, die Farbe Rosa beruhigt. Ist damit endlich der Grund gefunden, weshalb Mädchen ganz verrückt nach Rosa sind?**

Stevie Meriel Schmiedel: Nein. Es gibt viele Jungs, die Rosa toll finden. Die merken jedoch ganz schnell, dass sie das

nicht dürfen. Gerade in Kindergärten findet man immer wieder Vierjährige, die pinke Mützen wollen. Ab dem Alter von fünf ist dies aber tabu. Selbst in den entspanntesten Kitas wird ein Junge in einem rosa Pulli von Gleichaltrigen als schwul bezeichnet. Im Prinzip finden aber alle Kinder Rosa toll.

**SZ: Wenn diese Rollenzuteilung künstlich ist, weshalb halten wir daran fest?**

Schmiedel: Die Festlegung auf Rosa für Mädchen und Blau für Jungs ist für die Marktwirtschaft unglaublich wichtig. Mädchen wird seit der Antike gesagt: „Verschönere dich.“ Jungs wird beigebracht: „Wenn ihr euch mit Technik beschäftigt, seid ihr männlich.“ Diese Bilder dienten Jahrtausende dazu, eine Gesellschaft stabil zu halten. Heute brauchen wir diese Inhalte nicht mehr. Aber die Werbewirtschaft basiert noch immer stark auf diesen Werten. 80 Prozent der Produkte und Dienstleistungen werden von Frauen konsumiert. Denen müssen die Unternehmen ein Bild geben, dem sie hinterherhechten, um zu konsumieren. Dieses Bild wird aufgrund der Dichte des Marktes immer extremer und das Schönheitsideal immer krasser.

**SZ: In diesem Zusammenhang kritisieren Sie auch Germany's Next Topmodel (GNTM). Aber eine Fernsehserie kann doch keine derartige Macht ausüben?**

Schmiedel: GNTM schädigt das Körperbild von Kindern stark. 72 Prozent der Mädchen zwischen 11 und 17 Jahren schauen diese Sendung. 2006 haben sich einer Untersuchung zufolge noch 70 Prozent dieser Altersgruppe in ihrer Haut

wohl gefühlt. 2012 waren es nur noch 47 Prozent. GNTM hat eine unglaubliche Macht.

**SZ: Es geht dabei um Schönheit, um sexy sein, um erfolgreich sein. Sind diese Bedürfnisse nicht ohnehin vorhanden, also natürlich?**

Schmiedel: Weshalb sollte ein Mädchen das Bedürfnis haben, sich den ganzen Tag um seinen Körper zu sorgen? Wir nehmen es schon als normal hin, dass sich Mädchen in der Pubertät hässlich finden und sich unwohl fühlen in ihrem Körper. Essstörungen sind in den vergangenen 20 Jahren wie verrückt gestiegen, auch unter Kindern.

**SZ: Aber tragen nicht auch die Genetik und die Evolutionsgeschichte zu dieser Entwicklung bei, macht es doch allein der Fortpflanzung wegen Sinn, dass die Frau attraktiv ist und der Mann jagen, sprich anschaffen geht?**

Schmiedel: Nein, das macht keinen Sinn. In der Steinzeit war es auch nicht so, das zeigen Forschungen. Und ein Schönheitsideal ist nicht universal. In Teilen Afrikas etwa gelten voluminöse Frauen als attraktiv. Auf der anderen Seite lassen sich Afrikaner die Haut aufhellen, um dem westlichen Schönheitsideal zu entsprechen. Das hat nichts mit Genetik zu tun, sondern wird von unserer Kultur geprägt. Kinder kommen auch nicht auf die Welt mit dem Gefühl, ich will mit einem Bagger spielen oder Mädchen mit dem Wunsch, eine Puppe haben zu wollen. Die möchten nachahmen, um ihre Identität zu fühlen, um das Gefühl zu haben, in der Rolle bin ich perfekt, dafür werde ich von der Gesellschaft belohnt.

**SZ: Aber eine Gesellschaft der Geschlechtergleichheit ist auch eine**

**irritierende Vorstellung...**

Schmiedel: Es geht nicht um Geschlechtergleichheit, es geht darum, verschiedene Identitäten zuzulassen. Darum, Sensibilität zu erzeugen für eine Welt, die wir gerade schaffen und die immer extremer wird. An jeder Ecke wird es bald einen Schönheitssalon für Mädchen geben. Der Markt wächst unheimlich, der für 4- bis 12-jährige macht schon vier Milliarden Euro aus.

**SZ: Entsprechend kritisch dürften Unternehmen ihren Feldzug beobachten, was raten Sie denen?**

Schmiedel: Es ist traurig, weil auch wir nicht sagen können, wie man es anders machen könnte. Die Firmen müssen Geld verdienen. Selbst eine alteingesessene Firma wie Rapunzel bietet ihre Schokoriegel in Rosa und Blau an, weil man es nicht anders machen kann, sonst ist man vom Markt weg. Wenn wir unser System behalten und so weiterleben wollen wie bisher, müssen wir einen Weg finden, auf Produkte aufmerksam zu machen, ohne mit extrem sexistischen Bildern zu arbeiten.

**SZ: Die erste Konsequenz kann dann ja nur sein: Was Rosa ist, wird verboten und GNTM mit einem Sehverbot belegt...**

Schmiedel: Nein, bei mir gibt es kein Rosa-Verbot und auch kein Hausarrest bei einer Barbiepuppe. Es geht nicht über Verbote, sondern über Mediensensibilisierung. Früh erklären, warum die Welt in

Rosa und Blau aufgeteilt ist und wer daran verdient. Man kann sagen: „Guck mal, komisch, Opi darf einen rosa Pulli tragen, Jungs nicht.“ Oder erklären, warum auf einer Packung steht: „Ganz einfach, können sogar Mädchen zusammenbauen.“ Allerdings sollte man sich nichts vormachen: Eltern haben bei der Entwicklung ihrer Kinder ein Mitspracherecht von maximal 30 Prozent. Der Rest ist Peergroups (also Gleichaltrigen, Gleichgestellten) und der Außenwelt vorbehalten.

**SZ: Ist der Eindruck richtig, dass sich immer mehr junge Frauen mit dieser Genderproblematik beschäftigen?**

Schmiedel: Glücklicherweise. Wir sind nicht mehr im Feminismus der 70er-Jahre, wir sagen nicht, „Frauen sind besser“. Es erscheinen immer mehr Publikationen, die zeigen, dass die Gehirne von Frau und Mann gleich sind, dass Testosteron Männer nicht aggressiv macht und vieles anderes. Wir haben immer versucht, über die Naturwissenschaften ein Bild zu belegen, das zu unserer Kultur passt. Dieses Bild gerät nun ins Wanken. Verbunden mit der Botschaft: Zwischen Mann und Frau gibt es keine Unterschiede.



Barbie in einem Traum aus Pink, den mancher aufgrund der klischeehaften Zuweisung auf Mädchen auch als Alptraum empfinden.

FOTO: MATTEL



Klischee erfüllt, das gilt auch für Ken. Barbies Freund schenkt seiner Angebeteten einen Blumenstrauß, in Pink, versteht sich.

FOTO: DPA

### Stevie Meriel Schmiedel

Stevie Meriel Schmiedel, Deutsch-Britin, ist Dozentin für Genderforschung und lehrte zuletzt an der Universität Hamburg und der Hochschule für Soziale Arbeit. Sie hat zwei Töchter im Alter von sechs und neun Jahren. „Die eine ist mehr rosa, die andere mehr grün, die mag kein Rosa“, sagt Schmiedel (Foto: privat). „Das ist ziemlich peinlich, sie wollte sogar im Ballett einen grünen Anzug



tragen. Die anderen Mütter haben mich dann immer böse angeguckt, nach dem Motto, das arme Mädchen, die Mutter gönnt ihr nicht mal einen rosa Ballettanzug.“ Infos im Internet: [www.pinkstinks.de](http://www.pinkstinks.de) und [www.pedition-werberat.de](http://www.pedition-werberat.de) (dg)

## Leute



Spaniens König Juan Carlos (Foto: dpa) hat nach einer Umfrage der Zeitung El País in der Bevölkerung stark an Popularität verloren. Wie das Blatt am Sonntag berichtete, rangiert der 75-jährige Monarch in einer Beliebtheitskala noch hinter den Inspektoren des Finanzamts. Die Umfrage wurde gemacht, bevor die Königstochter Cristina wegen ihrer möglichen Verwicklung in einen Finanzskandal zu einer Beschuldigten erklärt wurde. (dpa)



US-Schauspielerin Halle Berry (Foto: dpa) und ihr Verlobter, Olivier Martinez, sollen Nachwuchs erwarten. Berry (46) hat eine Tochter aus ihrer Beziehung mit dem Model Gabriel Aubry. Sie teilen sich das Sorgerecht für Tochter Nahla (5). Berry und der Schauspieler Martinez lernten sich 2010 bei Dreharbeiten kennen. (dpa)

## Rosa Wellnessstempel für Mädchen

In München lassen sich Mädchen zwischen fünf und 15 Jahren in einem Schönheitssalon verwöhnen

Von Elena Zelle

MÜNCHEN (dpa) - Gerade die rosa Gesichtsmaske abgewaschen, begutachtet sie fachmännisch die frisch manikürten und lackierten Fingernägel. „Ich glaube, da brauchst du keine zweite Schicht“, sagt die elfjährige Louisa wissend. Auf dem Daumen nagel darf es aber gerne noch ein Nagelauflöser sein, findet sie. Louisa ist Stammkundin eines Münchner Schönheitssalons.

Die jüngste Kundin ist sie damit bei „Monaco Princess“ nicht: Schon Fünfjährige können sich zu den Beauty-Behandlungen anmelden, und auch Babys können zur Massage abgegeben werden. Während andere Kinder im Matsch spielen oder im Sportverein aktiv sind, kommen täglich zwischen zwei und zehn Mädchen zur Beauty-Behandlung.

„Früher gab es sowas nicht“, sagt Louisas Mutter Daniela. Über ein solches Angebot hätte sie sich als junges Mädchen selbst riesig gefreut. Anscheinend hat sie in Sachen Beauty auch ohne Salon einiges aufgeholt: Mit ihrem ordentlich geschminkten Gesicht und den blonden Haaren sieht sie aus wie kurz vor einem Fo-

tosshooting. Warum sie mit ihrer Tochter in den Salon geht? „So oft bin ich gar nicht dabei, das macht sie in ihrem Alter schon selbstständig.“

Das Motto „Monaco Princess – einmal wirklich Prinzessin sein“ und den gesamten Salon sieht Pädagogin Sabina Schutter von Deutschen Jugendinstitut (DJI) „ziemlich kritisch“. Besser sollte es „endlich Präsidentin“ heißen, meint sie. „Die Erfahrungsräume der Mädchen werden sehr stark eingeschränkt. Dem folgt häufig eine schnelle Festlegung auf eine Rolle.“ Außerdem vermittelte dieses „sehr zielgerichtete Wellness-Konzept eine sehr einseitige Form von Weiblichkeit“.

Stichwort einseitig: Am Eingang stehen verschnörkelte, pinke Stühle, der Verkaufstresen ist rosa, von der Decke baumeln opulente Kronleuch-



Louisa ist elf Jahre alt und Stammkundin im Schönheitssalon.

FOTO: DPA

## Kita-Geiselnnehmer schweigt zu Motiv

KÖLN (AFP) - Nach der Geiselnahme in einer Kölner Kindertagesstätte liegen die Motive des Täters weiter im Dunkeln. Der 47-Jährige machte zu nächst zum Tatablauf keine Angaben. Eine Beziehung des Beschuldigten oder seiner Familie zu der Kindertagesstätte sei derzeit nicht erkennbar, so die Polizei. Bislang ist der Mann nicht durch Gewaltdelikte aufgefallen. Möglicher Auslöser für die Tat könnten finanzielle Probleme gewesen sein, so die Polizei.

Der Familienvater war am Freitag in die Kita eingedrungen. Er verschaffte sich unter dem Vorwand Zutritt, ein Kind anmelden zu wollen. Im Büro gab es ein Handgemenge, bei dem der Mann den 51-jährigen Kita-Leiter mit einem Messer verletzte. Erzieherinnen hatten die 17 Kinder im Gebäude früh in Sicherheit gebracht. Nach stundenlangem Nervenkrieg stürmte die Polizei am Freitagabend das Gebäude.

Ein SEK-Beamter habe dem Geiselnnehmer bei dem Zugriff in die rechte Schulter geschossen, teilte die Polizei mit. So sei verhindert worden, dass der Mann das Messer erneut gegen seine Geiseln einsetzen konnte. Diese ist mittlerweile aus dem Krankenhaus entlassen worden.