

„Mädchen haben das Nachsehen“

Designerin Katja Becker über rosa Plüschtiere und die Vorteile eines Gender-sensiblen Designs

Frau Becker, Sie sind Vorsitzende der Jury des Iphigenia-Gender-Design-Award, einem Preis für Gender-sensibles Design. Was verstehen Sie darunter?

Damit sind Design und Gestaltung gemeint, die alle Geschlechter ansprechen. Es ist gewissermaßen „offen“, anstatt Stereotype aufzugreifen oder gar sexistisch zu sein.

Rosa Plüschtiere für Mädchen und blaues Technik-Spielzeug für Jungen, das ist also das exakte Gegenteil von Gender-sensibel?

Genau. Übrigens nimmt gerade bei Kinderspielzeug das Gender-Marketing – also das bewusste Zielen auf die weibliche Zielgruppe einerseits oder die männliche Zielgruppe andererseits – wieder zu. Das ist fatal, denn das spiegelt in die Gesellschaft zurück.

Wie kommt das?

Design prägt unser Verhalten und unsere Selbsteinschätzung. Wenn Kinder lernen: Technik, Abenteuer und Mut, das ist typisch männlich, und alles Weiche und Zarte ist typisch weiblich, dann schränkt das beide Geschlechter sehr früh ein. Das Nachsehen haben dabei vor allem die Mädchen beziehungsweise Frauen, denen eher Eigenschaften zugeschrieben werden, die als weniger wertvoll gelten.

Warum, glauben Sie, ist das so?

Produktdesigner ist immer noch ein klassischer Männerberuf. Wenn es mehr Durchmischung in den Entwicklerteams großer Firmen gäbe, dann sähe das sicherlich ganz anders aus.

Wie setzt sich das Gender-Marketing in der Erwachsenenwelt fort?

Nur geringfügig subtiler. Ein klassisches Beispiel sind Rasierer: ein Produkt, das sowohl von Männern als auch von Frauen nachgefragt wird. Trotzdem bieten fast alle Unternehmen zwei Varianten an. Die für die Frau ist dann pastellfarben, hat runde Formen, kommt mit jeder Menge oftmals überflüssigem Zubehör, vom Beauty-Täschchen bis zur Wandhalterung – und kostet oft mehr als der Männer-Rasierer.

Wollen Konsumenten nicht genau diese geschlechtsspezifischen Varianten?

Das bezweifle ich. Ich möchte es aber auch nicht verbieten. Unternehmen sollten einfach ein breiteres Spektrum schaffen, aus dem Kunden auswählen können, was zu ihnen passt. Alles andere schränkt ein. Deshalb halte ich reines Gender-Marketing für nicht



Die Designerin und Jury-Vorsitzende Katja Becker Foto: Rakoczy



Ausgezeichnete Kampagne der US-Unterwäschefirma Thinx



Eines der Fotos der Kommunikationsagentur Mindshare Denmark

Zur Person

Katja Becker (40) betreibt in Köln die Agentur „Beau Bureau Design“, ist Professorin für Medien- und Interface-Design an der Westfälischen Hochschule Gelsenkirchen und Vorsitzende der sechsköpfigen Jury des Iphigenia-Gender-Design-Award. Mit diesem neuen Designpreis würdigt die Kölner Initiative International Gender Design Network (IGDN)

Unternehmen und Projekte, die sich durch einen innovativen Umgang mit Geschlechterrollen auszeichnen.

Die erste Verleihung des Iphigenia-Gender-Design-Award findet am Donnerstag, 12. Oktober im Museum für Angewandte Kunst statt (Beginn: 19 Uhr). Der Eintritt ist frei. (asp)

mehr zeitgemäß. Und auf jeden Fall ist es nicht mehr innovativ, sondern langweilig. Viele Unternehmen sind bloß nicht offen genug, um neue Wege zu gehen.

Der Iphigenia-Award soll genau das ändern und positive Beispiele als Vorbilder würdigen. Der Preis wird in zwei Kategorien verliehen, die Preisträger sind bereits im Vorfeld bekannt. Als bestes Unternehmen wird die Firma Thinx aus New York ausgezeichnet...

...die sich für ein typisches Frauenproblem eine komplett neue Lösung hat einfallen lassen. Thinx stellt Unterhosen her, die Flüssigkeit aufsaugen können und damit Tampons oder Binden ersetzen sollen. Sie sehen aber nicht aus wie eine Schutzhose, sondern modern und sexy. Darüber hinaus haben uns in der Jury Werbung und Verpackungsdesign überzeugt. Da wird nichts verkläuselt, sondern sehr direkt kommuniziert. Unter den Models war übrigens auch ein Trans-Mann. Das Provokante daran hat uns gefallen, aber auch, dass die Bildsprache sehr reduziert und intelligent ist.

Der Preis für die beste Kampagne geht an die Kommunikationsagentur Mindshare Denmark. Warum?

Mindshare Denmark hat sich daran gestört, dass Bild-Datenbanken, in denen die Agentur zum Beispiel für ihre Plakate und Broschüren recherchiert, sehr klischeehaft konzipiert sind. Wenn man „schöne Frau“ eingibt, dann zeigen die meisten Suchergebnisse schlanke, geschminkte, sexy Frauen in einer wohlichen Umgebung. Also hat Mindshare Denmark Fotografen beauftragt, andere Frauentypen zu fotografieren, die zum Beispiel eine Konferenz leiten, Fußball spielen oder boxen. Diese Fotos haben sie dann mit dem Schlagwort „schöne Frau“ in Bild-datenbanken angeboten. Sie haben also dieses bestehende System von innen her aufgebrochen. Eine sensationelle Idee.

Die Preisträger des ersten Iphigenia-Award kommen damit aus den USA und Dänemark. Ist das symptomatisch?

Sicherlich sind das Länder, in denen offenes Design traditionell viel stärker verankert ist als etwa in Deutschland. Abgesehen davon ist der Preis bewusst international ausgerichtet. Bei Gender-sensiblen Design gibt es weltweit viel Nachholbedarf.

Das Gespräch führte Alexandra Feldhofer

NOTIERT

Seinen 102. Geburtstag feiert am heutigen Donnerstag Georg Hemmersbach im Arnold-Overzier-Seniorenzentrum in der Südstadt. Geboren wurde er in Lay an der Mosel. Als er drei Jahre alt war, zog seine Familie nach Köln, ins Severinsviertel. Als Soldat war er mit seinem jüngeren Bruder in Tschechien stationiert. Nach dem Krieg war Georg Hemmersbach, der eine kaufmännische Lehre in der Textilbranche gemacht hatte, bei Kaufhäusern beschäftigt. Anschließend leitete er eine Versandhaus-Filiale. 1946 hat-

te er seine spätere Frau Wilma kennengelernt, eine Kriegerwitwe aus Lechenich, die zwei Söhne hatte, Franz und Winfried Kutschera. 1950 heiratete das Paar im Standesamt, 1953 ließ es sich kirchlich trauen. Lange wohnten die Eheleute in der Venloer Straße zwischen Stadtgarten und Friesenplatz. Wilma Hemmersbach starb, kurz nachdem sie ins Seniorenheim eingezogen war. Georg Hemmersbach ist ein besonderer Fan des 1. FC Köln: Mit 98 Jahren ist er Mitglied des Klubs geworden. (cs)

ALLES GUTE

ZUM GEBURTSTAG

Am 5. Oktober
Doris Fuest, Arnold-Overzier-Haus, Altstadt-Süd, (96).
Olga Altay, Seniorenhaus Rosenpark, Zollstock (91).

Gertrud Macherey, Seniorenzentrum St. Josefshaus, Altstadt-Süd (91).
Robert Fix, Städtisches Seniorenzentrum, Riehl (90).
Paul Kremer, Städtisches Seniorenzentrum, Riehl (81).

NOTDIENSTE

Arztzentrale: Ruf 11 61 17.

Kinderärztlicher Notdienst:

Uniklinik, Joseph-Stelzmann-Str. 9, Ruf 47 88 89 99.

Kinderkrankenhaus, Amsterdamer Str. 59, Ruf 88 88 42-0. Krankenhaus Porz, Urbacher Weg 19, Ruf 0 22 03/9 80 11 91.

Privatärztlicher Notdienst: Ruf 1 92 57.

Zahnarzt: Ruf 0 18 05/98 67 00 (über Ansagedienst).

Apotheken:

Notdienst-Auskunft:

Ruf 08 00/0 02 28 33 (aus dem Festnetz) und 2 28 33 (vom Handy).

Altstadt-Nord, Apotheke im Haubrichforum, Josef-Haubrich-Hof 5, Ruf 88 88 17 17.

Bayenthal, Artus-Apotheke, Bonner Str. 244, Ruf 38 20 14.

Ehrenfeld, Sophien-Apotheke, Venloer Str. 528, Ruf 55 32 48.

Höhenberg, Höhenberg-Apotheke, Olpener Str. 61-63, Ruf 87 16 13.

Junkersdorf, Alte Apotheke in Junkersdorf, Kirchweg 103, Ruf 48 65 14.

Longerich, Charlotten-Apotheke, Crethenstr. 13, Ruf 5 99 18 60.

Porz-Zündorf, Marien-Apotheke, Schmittgasse 59, Ruf 0 22 03 / 8 27 30.

Riehl, Fontane-Apotheke, Riehler Tal 2, Ruf 76 44 12.

Sülz, Eifel-Apotheke, Zülpicher Str. 341, Ruf 44 88 73.

Tierarzt (19-8 Uhr): Tierklinik Dr. E. Kellerwessel, Sülz, Ruf 4 74 54 30 oder 4 74 54 39 11.

GUTE TATEN

Die PSD-Bank Köln unterstützt die Willi-Ostermann-Gesellschaft und insbesondere deren Bemühungen zur Pflege und Förderung des Brauchtums mit 20 000 Euro.

11 111 Euro hat der Frauen-Service-Club Soroptimist International Köln im Rahmen seiner Feier zum 60-jährigen Bestehen gesammelt. Die Summe kommt dem „Mädchenprojekt Zukunft“ des Vereins Handwerkerinnenhaus Köln zugute.

Mit 4 500 Euro unterstützt der Soroptimist-International-Club Köln-Kolumba den Verein Wir für Pänz. Die Spende, die bei einem Wohltätigkeitssessen gesammelt wurde, kommt dem Projekt „Kleine Pänz – Starke Familien“ zugute. Soroptimist International ist die weltweit größte Service-Organisation berufstätiger Frauen.

Vier Kölner Schulen fördert der Chemiekonzern Lanxess im Rahmen seiner Bildungsinitiative mit insgesamt 6 700 Euro: das Ursulinalgymnasium in der Innenstadt, das Herder-Gymnasium in Buchheim, die Kaiserin-Theophanu-Schule in Kalk und das Montessori-Gymnasium in Bickendorf.

Der Hilfsverein Sack e. V. hat den mit 1 000 Euro dotierten Förderpreis der Kölner Karmetta-Stiftung erhalten. Die ehrenamtlichen Helfer unterstützen bedürftige Kölner mit Lebensmittelpaketen.

Kunden der KVB haben dem Verein Hospiz Köln-Deutz im Rahmen des Straßenfests an der Deutzer Freiheit 500 Euro gespendet. Der Hospizdienst will mit dem Betrag Engel aus Metall kaufen, die Sterbende in den Händen halten können. (jp)

Das Rheinland kocht

Die neue große Serie

- Anregungen zum **Thema Essen, Kochen und Genießen**
- **Im Fokus:** regionale Küche und Produkte
- **Tipps und Empfehlungen** von Experten

Morgen im Magazin in Ihrem **Köln** Stadt-Anzeiger.

das **RHEINLAND** kocht

präsentiert von:

Köln Stadt-Anzeiger

www.ksta.de



Morgen kaufen!