

Zeitschrift: Rosa : die Zeitschrift für Geschlechterforschung
Herausgeber: Rosa
Band: - (2013)
Heft: 46

Artikel: Rosa wird natürlich
Autor: Goldmann, Marta
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-631162>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 30.01.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Rosa wird natürlich

von **Marta Goldmann**

Was Kinder anbelangt, werden genaue Farbvorstellungen vorgegeben – Mädchen tragen rosa und Jungen blau. Aufgrund der Spielzeugindustrie könnte man meinen, dass die Farben schon immer so zugeordnet waren.

Heutzutage fällt es nicht schwer, die Mädchenabteilung in einem Spielwarenladen zu finden: Hier ist alles in leichtem Zartrosa bis hin zum knalligen Pink gehalten. Industrie und Handel – und damit natürlich auch die Werbung – bedienen sich diesen gesellschaftlichen Konventionen. Von Barbie über Baby Born bis hin zu Hello Kitty gibt es alles, was ein Mädchenherz höher schlagen lassen soll. Eltern können aufgrund der wenigen Alternativen zu all dem Rosa kaum noch anders, als dieser Konvention zu folgen. Als Gegensatz zum gegenwärtigen Spielzeugtrend fährt der Spielwarengigant Toys“R“us seit 2012 hierzu eine andere Schiene. Der Konzern veröffentlichte letztes Jahr einen Produktkatalog, in dem man Jungen sieht, die mit einem Barbie-Haus spielen, sich als Coiffeure verkleiden und Haare frisieren oder Mädchen, die mit Schleudern spielen.¹ Playmobil sprang im Gegensatz dazu auf die rosa Welle auf und brachte im März 2012 eine Feenwelt mit Blüten-Rickscha, Frühlingskutsche und Seerosenfee auf den Markt, die speziell auf Mädchen ausgerichtet war. Ebenfalls im Sortiment zu finden, ist das Puppenhaus und das Prinzessinnenschloss – Inhalt und Verpackung natürlich in der Farbe Rosa. Laut Geschäftsführerin Andrea Schauer war Playmobil früher eine reine Jungen-Marke, doch heute beträgt der Mädchen-Anteil bereits 35%, worauf der Spielwarenhersteller reagieren müsse. Man habe herausgefunden, dass Mädchen anders spielen: «Und zwar viel integrativer und beziehungsorientierter als Jungs in ihrem Alter».

Rosa Überraschung

Ein weiterer neuer Einfall der Industrie war das Überraschungsei «nur für Mädchen», das im August 2012 herauskam – natürlich, wie könnte es

anders sein, in Rosa verpackt. Das Produkt wurde stark kritisiert und eine Petition eingereicht, die verlangte, dass die im Ü-Ei enthaltenen übersexualisierten und strichdürren Winx-Feen nicht mehr produziert werden und bei zukünftigen Überraschungen achtsamer mit Geschlechter-Stereotypen umgegangen werden soll.² Ferrero hatte die rosa Ü-Eier initiiert, weil Mädchen sich für andere Dinge interessieren würden, als sie bisher in den normalen Eiern gefunden hätten. Statt Flugzeugen zum zusammenstecken gibt es in den Mädcheneiern Feen, Blumen-Ringe oder bunte Armbänder mit Tiermotiven. Wenn ich so zurückdenke, hat es mich als Kind nie gestört, ein Auto in meinem Ei auszupacken. Und, die Happy Hippo- oder Drolly-Dino-Serien fand ich immer total klasse, auch als Mädchen! Hauptsache ein überraschendes Spielzeug und leckere Schokolade. Und wer sagt denn, dass Jungen nicht vielleicht auch gerne ein Armband hätten? Die rosa Überraschungseier drängen Mädchen in eine veraltete Geschlechterrolle, indem sie ihnen nicht zutrauen, basteln zu können und mit Autos spielen zu wollen. Schon früh wird diesen Mädchen mitgeteilt, sie müssen so sexy und dünn sein wie Winx-Feen, sie sollen sich schmücken und Handwerkliches passe nicht zu ihnen. Die rosa Eier schränken aber auch Jungen ein, indem sie ihnen signalisieren, dass diese Eier nicht für sie, sondern für Mädchen gemacht seien. Mädchen dürfen sich also über beide Arten von Überraschungseiern freuen, Jungen nur über die «normalen». Es ist begrüßenswert, dass Ferrero den Wünschen einiger Mädchen nachgegangen ist und nun Blumen-Ringe in den Überraschungseiern zu finden sind, aber wieso werden diese Dinge nicht einfach in die bisherigen neutralen Eier gepackt? Diese Antwort bleibt Ferrero uns allen noch schuldig.

The Pink & Blue Project

Die südkoreanische Künstlerin JeongMee Yoon fotografiert für ihr «The Pink & Blue Project» seit fünf Jahren Mädchen und Jungen in ihren Kinderzimmern, umgeben von ihren Spielsachen, ihrer Kleidung und ihren Möbeln. Ganz gleich, in welchem Teil der Welt sie fotografierte, sie begegnet überall einer rosa Kinderzimmerwelt bei Mädchen und einer blauen bei Jungs. «In the United States, South Korea and elsewhere, most young girls love pink clothing, accessories and toys. This phenomenon is widespread among children of various ethnic groups regardless of their cultural backgrounds. Perhaps it is the influence of pervasive commercial advertisements aimed at little girls

and their parents, such as the universally popular Barbie and Hello Kitty merchandise that has developed into a modern trend. Girls train subconsciously and unconsciously to wear the color pink in order to look feminine.»³

Die Fotografin untersucht mit diesem Projekt die Trends und die Vorlieben der Kinder (und deren Eltern) in verschiedener Gesellschaften, ethnischen Gruppen und Ländern. Durch ihre fünfjährige Tochter, die die Farbe Rosa über alles liebt und nur mit rosa Spielsachen spielen und rosa Kleidung tragen möchte, wurde sie zu diesem Projekt inspiriert. Sie arrangierte alle rosafarbenen Dinge ihrer Tochter – Puppen, Plüschtiere, Bücher, Kleidung, Malstifte usw. – und inszenierte ihre Tochter inmitten ihres Reiches. In Yoons Fotografien zeigt sich, wie stark Eltern ihre Töchter und die Mädchen sich selber mit der Farbe Rosa identifizieren. Aber nicht nur in Südkorea fotografierte sie Kinder in ihren Zimmern, auch in den USA und in anderen Ländern. Es zeigte sich, dass dieses rosa Phänomen in den verschiedensten Gesellschaften vertreten ist, völlig ungeachtet ihrer kulturellen Hintergründe. Demnach scheint es sich bei der geschlechtertrennten Farbvorliebe von Kindern um ein globalisiertes Phänomen zu handeln, das durch die Industrie geschickt befördert und genutzt wird.

Der elfjährige Sohn der Künstlerin Jeong Mee Yoon mag die Farbe blau nicht mehr als andere Farben. Sie musste aber feststellen, dass die Industrie Kinderspielsachen meist nur noch in den beiden Farben rosa und blau anbietet und sie beim Einkaufen beim Kleiderkaufen vor allem aus verschiedenen Blautönen wählen kann. Auf diese Weise werden die Eltern forciert, den Konventionen zu folgen.⁴

Geschlechtsneutrale Kindergärten

Eine Gegenbewegung gegen geschlechterstereotypen Zuordnung von Rosa und Blau, bilden die sogenannten geschlechtsneutralen Kindergärten, wie zum Beispiel in Wien-Meidling. Angefangen mit einer gendergerechten Sprache bis hin zu nicht geschlechtsgebundenen Räumen – beim Farbkonzept wurde ganz bewusst auf Rosa und Blau verzichtet, dafür lieber Glas, Holz und Naturtöne verwendet. Es gibt also keine in rosa gehaltenen Puppenecke für die Mädchen oder eine blau gestrichene Bauecke für die Jungen. Dahingegen gestalten multifunktionale Bereiche, die mit neutralen Spielsachen ausgestattet sind, Spielfreude für jedes Kind, zum Beispiel mit einem Spital oder Friseursalon mit Damen- und Herrenzubehör. Puzzles, Bausteine und Bilderbücher werden

so ausgewählt, dass Frauen und Männer nicht in stereotype Rollenbilder gedrängt werden. So gibt es keine Rollenfixierungen und die Kinder können frei wählen, womit sie spielen wollen oder womit sie sich verkleiden wollen. Da stellt sich die Frage, wie sich diese Vermeidung von Geschlechterklischees auf die Kinder selbst auswirkt? Laut der Kindergarten-Leiterin Inge Kugler gibt es keine Debatten darüber, ob bei einem Spiel nur Jungen oder nur Mädchen mitmachen dürfen.⁵ Dieser Kindergarten mit seinen freien Wahlmöglichkeiten kann als positives Gegenbeispiel gesehen werden. Rollenbilder werden freier gestaltet und die Kinder lernen sie zu hinterfragen und mit ihnen umzugehen.

Ein extremes Beispiel einer geschlechtsneutralen Institution für Kinder ist die schwedische Vorschule Egalia in Stockholm. Hier wird ein komplett geschlechtsneutraler Ansatz verfolgt, bei dem die Erzieher Wörter wie «er» und «sie» vermeiden. Die Kinder werden nicht als Mädchen oder Jungen, sondern als Freunde angesprochen. Wie im Kindergarten in Wien sind die Spielsachen und Bücher so ausgewählt, dass keine Rollenklischees entstehen. Besonderen Wert legt die Schule auf Toleranz gegenüber Homo-, Bi- und Transsexuellen. In fast allen Büchern kommen homosexuelle Paare, alleinerziehende Elternteile oder Adoptivkinder vor – Märchen fehlen hier gänzlich. Die Geschlechterrollen aufzubrechen, ist ein wichtiger Punkt im Lehrplan der Vorschule – direkt neben der Spielküche liegen die Bauklötze, damit bei den Kindern keine Trennung zwischen den beiden Dingen entsteht. Lehrerin Jenny Johnsson meint hierzu, dass die Gesellschaft erwarte, dass Mädchen hübsch und nett und Jungen offen und robust sein sollten. Egalia bietet den Kindern eine Möglichkeit so zu sein, wie sie es wollen. Sicher geht das Beispiel Egalia manchen Eltern zu weit, sodass



Segregation im Kinderzimmer

sie ihre Kinder nicht an diese Vorschule schicken würden. Die geschlechtsneutralen Kindergärten zeigen aber auf jeden Fall, dass Kinder, wenn sie frei entscheiden können, sowohl mit Jungen-, als auch Mädchensachen spielen. Bei dieser Erziehung darf aber nicht vergessen werden, dass wir immer noch in einer Gesellschaft leben, die binär in Frauen und Männer unterteilt ist. Kinder sollen darauf vorbereitet werden, diese Einteilungen und die daraus folgenden Ungleichheiten zu erkennen und kritisch zu hinterfragen. Die unterschiedliche Behandlung von Frauen und Männern muss thematisiert und darf nicht einfach ignoriert werden. Nur so lernen die Kinder, sich in der Gesellschaft zurecht zu finden.

Wandel der Zeit

Die Entwicklungen in unserer Gesellschaft, sowie Industrie und Werbung haben dazu beigetragen, dass Rosa nun die Mädchenfarbe schlechthin ist. Vor allem in Kinderspielwarenabteilungen wird dieses globalisierte Phänomen des Konsums von der Werbeindustrie enorm genutzt. So entsteht der Eindruck, dass die Farbzuschreibungen niemals anders gewesen oder vielleicht sogar genetisch festgeschrieben sind. Rosa wird aber noch



Bunte Kinderwelt für Alle

nicht lange so deutlich den Mädchen zugeschrieben, sondern galt noch in den zwanziger Jahren als Jungenfarbe. Ich finde es spannend, wie etwas scheinbar Selbstverständliches gar nicht so selbstverständlich ist, sondern lediglich Resultat eines gesellschaftlichen Prozesses, der durch verschiedene Umstände, wie in diesem Falle durch den Kapitalismus und die Werbeindustrie, befördert wurde. Noch erstaunlicher finde ich allerdings, dass die Zuteilung von Farben zum Geschlecht so tief in den Köpfen der Menschen verankert ist, dass sie fast schon als natürlich angesehen wird. Und, ich bin gespannt, ob es nicht in naher Zukunft noch einmal zu einer Umdeutung der Farben kommt, die vielleicht nicht mehr zwischen Jungen und Mädchen trennt.

Anmerkungen

¹ Siehe dazu <http://www.pinkisforboys.org/2/post/2012/12/pink-and-blue-makes-an-appearance-on-cbs-sunday-morning.html>, 0.15 – 0.32 min.

² Siehe dazu <http://www.change.org/ferrero>.

³ Yoon, JeongMee : http://www.jeongmeeyoon.com/aw_pinkblue.htm

⁴ Vgl. Yoon, JeongMee: The Pink & Blue Project, in: http://www.jeongmeeyoon.com/aw_pinkblue.htm.

⁵ Vgl. Kapeller, Maria: Mädchen rosa, Buben Blau. 2011, in: <http://derstandard.at/1304553349208/Kleinkinder-Maedchen-rosa-Buben-blau>.

Autorin

Marta Goldmann studiert Populäre Kulturen sowie Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Die Farbe Rosa konnte sie noch nie ausstehen, beschäftigte sich aber gerne mit der Thematik zur heutigen Spielzeugindustrie.
goldmann.marta@access.uzh.ch