

Die Rosa-Horror-Show

Feen-Kleid für Mädchen und Superman-Pulli für Buben – Eltern sind nicht unschuldig daran, dass Kinderkleidung so stereotyp ist



Gleiches Kind – andere Kleider: Die deutsche Fotografin Tina Umlauf zeigt eindrücklich, wie sehr Textilien Rollenbilder transportieren Foto: Tina Umlauf

Tina Huber

Sie nehmen es sich vor, wirklich. Meine Tochter, sagen heutige Frauen, modern und emanzipiert, meine Tochter wird nicht in die Rosa-Falle geraten. Sie soll frei von Geschlechterzwängen aufwachsen, soll nicht glauben, dass Mädchen keine Fussballprofis werden können oder Mathematikprofessorinnen oder eben auch: dass Mädchen nur rosa Glitzerpullis tragen.

Solange das Neugeborene in Strampeln steckt, ist das kein Problem. Doch sobald das Kind älter wird, ab zwei bis drei Jahren, wird kompliziert. Dann müssen viele Mütter und Väter erkennen, dass der Vorsatz, ihre Tochter vor Tüll- und Tutu-Kleidung zu bewahren, praktisch unmöglich ist. Und das Fies: Manche Eltern verstärken diese Rosafizierung auch noch, ohne es zu merken.

Auf dem Spielplatz wird an den Töchtern herumgezupft

Eigentlich erstaunlich – da reden wir über Rollenmodelle und Gleichstellung, akribisch leuchten wir unseren Alltag aus, um gendermässige Schräglagen aufzudecken. Und dann betritt man eine Kinderkleiderabteilung und wird von Stereotypen erschlagen. Bei den Buben herrschen die Superhelden, Dinosaurier und Monster, vornehmlich in kräftigen Blau- und Grüntönen. Bei den Mädchen beginnt das Reich der Einhörner, Feen und Prinzessinnen, verziert mit Rüschen und Glitzer, hauptsächlich in Pastellfarben. Dazu ist

Mädchenkleidung oft auch enger und knapper geschnitten. Hotpants versus luftige Shorts. Bauchfreie Shirts versus Schlapperhemden – schon bei den Kleinsten. Deutsche Forscher haben die häufigsten Sprüche auf Kindertextilien untersucht: Bei den Mädchen waren es Adjektive wie «sweet», «lovely» und «happy», bei den Buben «strong», «wild» und «crazy».

Dabei würde es uns der freie Markt einfach machen: Solche Kleider würden nicht angeboten, gäbe es keine Nachfrage. Die Modekonzerne wären die Ersten, die sich von textilen Genderklischees verabschiedeten, würden Eltern sie konsequent nicht mehr kaufen. Warum tun sie es trotzdem? Die seufzende Antwort vieler Mütter und Väter: «Weil die Tochter Pink liebt.» Mädchen, so die oft gehörte Klage, würden von der Farbe magisch angezogen.

Klar, wenn die Kita-Gspänli Prinzessin Lilifee tragen, will das eigene Kind natürlich ebenso. Dennoch müssen sich auch Eltern, Lehrerinnen und Erzieher die unbequeme Frage gefallen lassen, wie sehr bei ihnen Rollenbilder unbewusst als Hintergrundprogramm weiterlaufen. Indem sie das Mädchen dafür loben, wenn es so «lovely» aussieht, wie es sein Shirt verspricht. Oder den Buben dafür, dass er drei Purzelbäume hintereinander macht – während seine Schwester ermahnt wird, ihr Kleidchen nicht hochrutschen zu lassen.

Historikerin Dominique Grisard forscht zur Frage, was die Farbe Rosa mit Kindern macht. Als

Dozentin am Zentrum für Gender Studies in Basel – und als Mutter eines dreijährigen Sohnes, mit dem sie auf den Spielplätzen Feldforschung betreibt. «Dieses Zurechtzupfen und Zurechtweisen beobachte ich viel öfter bei Eltern von Töchtern», sagt sie. Das schränke ein und sende eine klare Botschaft an Mädchen: Dass sie stets adrett sein sollen und nach ihrem Äusseren bewertet werden. «Das prägt bis ins Erwachsenenalter.»

Grisard legt den Finger auch auf einen anderen wunden Punkt: Dass Eltern nicht immer so aufgeschlossen sind, wie sie denken. Wie reagieren sie, wenn ihr Dreijähriger sich die Fingernägel lackieren möchte? Oft ablehnend, sagt Grisard – besonders die Väter. «Sie haben grosse Mühe, wenn Söhne feminines Verhalten zeigen. Weil das Weibliche noch immer abgewertet wird.» Diese Ablehnung kommt ohne Worte aus. Selbst eine Tonlage oder Geste, die ausdrückt «Das ist nur für Mädchen», nehmen schon die Kleinsten wahr.

Kindermode ohne Firlefanzen

Online finden Eltern viele Labels mit neutralen Textilien. Beispiele: **stadtlandkind.ch** Schlichte, nachhaltige Kleider und Spielzeuge **youngandbrave.ch** Textilien für Babys, Kinder, Frauen **minibär.ch** Bio-Kindermode **jako-o.com** Drinnen und draussen **miniundstil.ch** Blog mit Tipps für schlichte, hochwertige Brands

Für Erwachsene lancierten Modefirmen wie H&M und Zara genderneutrale Kollektionen, und auch für Kids gibt es erste «Unisex»-Angebote. Doch sie bleiben Nischen. Die Migros etwa schreibt, die Nachfrage nach neutralen Kindertextilien sei «eher tief». Die Bestseller? «Glimmer, Glitzer, Rüschen, besonders bei Mädchen.» Als ein Londoner Kaufhaus vor zwei Jahren begann, Kleidung nicht mehr nach «Boys» und «Girls» zu benennen, reagierten Eltern entrüstet: Das sei übertriebene Political Correctness.

«Gender Reveal Partys» werden populär

Grisard beobachtet eine Doppelbödigkeit: Einerseits ist sich unsere Gesellschaft über die Gleichberechtigung von Frau und Mann einig. Andererseits – oder gerade deshalb – werden Geschlechterdifferenzen heute stärker betont, wohl auch, um Klarheit zu schaffen in einer zunehmenden Vielfalt von Gender-Identitäten. Das beginnt schon vor der Geburt: bei den immer beliebteren «Gender Reveal Partys» etwa, einem Trend aus den USA, wo Schwangere das Geschlecht ihres Ungeborenen feierlich auf einer Party enthüllen.

Welche Strategien bleiben Eltern also beim Kleiderkauf? Nicht allzu viele. Online shoppen, damit das rosa Röcklein nie in Sichtweite der Tochter kommt? Kleider vom grossen Bruder nachtragen lassen? Vielleicht. Wobei nicht die Farbe Rosa das Problem ist. Sondern: dass es keine pinken Superhelden-Shirts und Monsterpullis gibt.

Barometer



Ein Snack im Nirgendwo

Der japanische Fotograf Eiji Ohashi setzt auf Instagram einsame Automaten in Szene. Wintermelancholie pur.



We proudly present

Man sieht es ihr nicht an, aber diese «Chugelibire» alias Bratbirne hat richtig Aroma und wurde eben zur Schweizer Obstsorte des Jahres gekürt.

Länger grün

Singapur machts vor: Dank einer Seniorenampel können Rentner endlich entspannt die Strasse überqueren.



Liebe auf den zweiten Blick

Gwyneth Paltrow in einem Brustpanzer? Gehts noch?! Aber hey, eigentlich ist das Teil von Tom Ford ziemlich sexy. Und erst noch anatomisch.



Einmal flauschig, bitte

Der neueste Schlafentwurf: Kissen, deren Festigkeit und Form man jede Nacht individuell anpassen kann. Könnte stressig werden.



Auf allen Kanälen

Auch das noch: Michelle Obama bekommt eine eigene Sendung. Auf Instagram-TV pöppelt sie bald überforderte Collegeschüler auf. Kann die Ex-First-Lady nie chillen?

Mehr Nerd geht nicht

Aus unserer Rubrik «Dinge, die die Welt nicht braucht»: Elfen-Kopfhörer. Schlimmer als ein Ohrwurm.



Dating-Frust

Warum glauben 90 Prozent der Männer auf Tinder, dass sie im Lift attraktiv wirken? Um sachdienliche Hinweise wird gebeten.

