



Design zwischen alten Klischees und neuen Konzepten

„Das Lesen geht weiter“: Schöner als DIE ZEIT vergangene Woche kann man es nicht sagen! Bücher tun gerade jetzt der Seele gut und zum Frühjahr erscheinen sie wieder zuhauf. Unser Rising Star: *Nicht mein Ding – Gender im Design* von Katharina Kurz und Pia Jerger. Aus junger Perspektive nehmen sie gängige Stereotype aufs Korn und beweisen, dass Mädchen nicht immer Rosa lieben und Jungs nicht immer Blau bevorzugen!

Hier ein **Auszug**:

Design: Ausbildung und Beruf

Funktionalität, Langlebigkeit und Nachhaltigkeit sind nur wenige Attribute, die als Faktoren für „gutes“ Design gelten. Bis heute werden hierfür gerne mantraartig Dieter Rams „Zehn Thesen für gutes Design“ zitiert, die er in den 1970er Jahren zu erarbeiten begann. Doch schon damals hielt er ebenso fest, dass nicht nur Technologie und Kultur, sondern auch gutes Design sich stets weiterentwickeln. Es wäre nur folgerichtig, wenn dies auch für die Designausbildung gälte. Jedoch scheint die Kategorie „Gender“ bislang vielmehr ein blinder Fleck im Design selbst – wenn es nicht gerade um dessen Vermarktung geht – sowie in der zugehörigen professionellen Ausbildung zu sein. Und das, obwohl Designer*innen stets für andere arbeiten, sei es zielgruppenspezifisch oder gar mit dem Anspruch „für alle“ zu gestalten.

Die Kategorie „Gender“ scheint bislang ein blinder Fleck im Design selbst zu sein.

Dass es so etwas wie eine neutrale Gestaltung kaum geben kann, wird insbesondere daran ersichtlich, dass diejenigen, die gestalten, es auch nicht sind oder gar sein können. Man könnte von einer Art Determinismus¹ sprechen, vor dem sie als Gestaltende stehen. Genauso wie Nutzer*innen und Konsument*innen bringen wir alle Konzepte von Geschlecht mit, die kulturell tradiert sind und die unserer Orientierung dienen. Für sich genommen ist das also nicht kritikwürdig, doch ändert sich die Lage, wenn wir diese Vorstellungen zwanghaft übertragen, sie

stereotyp sind und wir zulassen, dass sie damit zu Mechanismen von Ein- und Ausschluss werden. Gender im Design zu berücksichtigen bedeutet, in positiver Auslegung, sich dem „Determinismus“ nicht anzuliefern, sondern sensibel für eigene und als allgemein geltende Konzepte zu sein, diese zu hinterfragen und gegebenenfalls zu überprüfen. Das kann eben auch bedeuten, Geschlecht überhaupt in der Gestaltung zu berücksichtigen: Beispielsweise da, wo es bisher unter Umständen keine Rolle gespielt hat oder nur vor unreflektierten Vorannahmen Einzelner, ohne jeglichen oder neuen Abgleich mit der Realität. Denn, so viel ist auch klar, soziokulturelle Konzepte sind wandelbar.

Gendersensibles Design kann also ein wesentlicher Faktor neben anderen sein, problem- bzw. lösungsorientiert zu gestalten und innovativ zu sein. Ob gendersensibel oder -spezifisch: in positiver Hinsicht bedeutet dies, vor allem Stereotype nicht zu wiederholen und damit zu deren Verfestigung beizutragen, die einer vielfältigen Gesellschaft entgegenstehen. Während Gender nicht als objektiv messbarer Faktor wie z. B. Umweltfreundlichkeit angelegt werden kann, ist es andererseits kaum möglich, soziokulturell geprägte Identitäten als biologische, als „natürlich“ zu behandeln oder sie gar „genderblind“ auszublenden. Das gilt sowohl für die eigene Identität von Designer*innen wie auch für die der Nutzer*innen. Entwicklungen wie der Brettspielentwurf „Design for...“ (2016) von Jaqueline Diedam oder das „Gender Equity Toolkit“ des Designverbands AIGA ermöglichen einen spielerischen und reflektierenden Zugang zu dieser Thematik.

Ob gendersensibel oder -spezifisch: in positiver Hinsicht bedeutet dies, vor allem Stereotype nicht zu wiederholen und damit zu deren Verfestigung beizutragen.

Und wie steht es um die Designberufe? Wie in anderen Berufsfeldern ist es die Rolle der Frauen, die hierbei zunehmend diskutiert wird – im westlichen Ausland bereits fortgeschritten. In Deutschland setzte zuletzt vermehrt die historische Aufarbeitung von Frauenrollen am Bauhaus oder den Deutschen Werkstätten Hellaerau ein². Allerdings scheint diese Reflexion nicht weit über den Zweiten Weltkrieg hinauszugehen. Ausnahmeprojekte sind dahingehend die zwei Bände „Frauen im Design: Berufsbilder und Lebenswege seit 1900“ (1989) von Angela Oedekoven-Gerischer sowie das von ehemaligen HfGlerinnen Gerda Müller-Krauspe, Ursula Wenzel sowie Petra Kellner initiierte Webseiten- und Buchprojekt „Frauen an der hfg ulm“ (2003/2007). (...)

Die Zahl weiblicher Studierender und Absolventinnen von Design-Disziplinen liegt nicht selten über der der männlichen, jedoch tauchen sie in den Berufen dann nicht auf.

Dass wiederum das Gestern und Heute eng miteinander verbunden sind, wird nicht zuletzt an zweierlei Fakten ersichtlich: Zum einen sind Narrationen über Designgeschichte weiterhin sehr männlich dominiert, woran auch Museen ihren Anteil haben. Die explizite Aufarbeitung einer Geschichte von Frauen im Design ist richtig und anhaltend wichtig, erhellt aber auch, dass dafür immer eben jene separaten Erzählstränge eröffnet werden, als ginge es um Parallelwelten. Aus beispielsweise museums-wissenschaftlicher Sicht wäre es wünschenswert, diese Erzählungen nicht nur via Sonderausstellung zu einem Sonder-, respektive einem "Frauenthema" zu machen, sondern die Erkenntnisse in die Dauerausstellungen und damit in die Geschichtsschreibung zu integrieren. Dazu gehört auch die Frage, wenn Frauen (scheinbar) nicht vorkommen: Warum ist das so? Was wiederum zum zweiten Fakt führt: Die Zahl weiblicher Studierender und Absolventinnen von Design-Disziplinen liegt nicht selten über der der männlichen, jedoch tauchen sie in den Berufen dann nicht auf. Zwar steht eine adäquate Beantwortung nach dem Warum aus, es dürfte aber auch klar sein, dass es an Rollenvorbildern fehlt – historisch, in der Designausbildung und den Berufsfeldern.

—
¹ Gemeint ist hier eine gefühlte Ohnmacht, auf bestimmte Zusammenhänge aufgrund ihrer Vorbestimmtheit keinen Einfluss zu haben. Analog zum Designer ist es die Ohnmacht vor dem Hintergrund immer auch kulturelle Praktiken mitzugestalten, respektive nicht Nicht-Gestalten zu können, ähnlich wie es Daniel M. Feige beschreibt.

² Siehe u. a.: Müller, Ulrike. 2019 [2009]. *Bauhaus-Frauen. Meisterinnen in Kunst, Handwerk und Design; Staatl. Kunstsammlungen Dresden, Beyerle, Tulga u. Nemeckova, Klara. 2018. Gegen die Unsichtbarkeit. Designerinnen der Deutschen Werkstätten Hellaerau, 1898 bis 1938; Otto, Elisabeth u. Rössler, Patrick. 2019. Bauhaus Women: A Global Perspective; Berg. Universität Wuppertal, Breuer, Gerda u. Meer, Julia. 2012. Women in Graphic Design 1890–2012.*



Nicht mein Ding – Gender im Design

HfG-Archiv / Museum Ulm / Kurz, Katharina / Jerger, Pia

German / English
 212 Seiten
 200 Fotos und Grafiken
 Schweizer Broschur mit Klappen und
 Softtouch-Haptik
 17 x 24 cm / 6.7 x 9.4 in

Eine Bank zum Stillen im öffentlichen Raum, ein Hijab für den Leistungssport, ein Fahrradsattel, der die Prostata entlastet. Jungen bevorzugen Blau und Mädchen lieben Rosa? Was hat Gender mit Design zu tun? Und was ist eine Gestaltung „für alle“?

Auf der Suche nach Antworten zu diesen Fragen wirft die Publikation einen Blick in verschiedene Bereiche unseres Alltags: öffentlicher Raum, Spielen und Erziehung, Medizin und Gesundheit, Kosmetik und Haushalt. Das Nebeneinander zeitgenössischer wie historischer Designpositionen, kritischer, spielerischer, innovativer und provokanter Lösungen der angewandten Designforschung und Ergebnisse aus umfassenden Kooperationen gewähren Einblicke in ein vielschichtiges Thema.