

Lego-Freundinnen in der Backstube

Die dänische Firma Lego erforschte jahrelang, was Mädchen wollen.

Ergebnis: Sie legen mehr Wert auf Geschichten, und sie finden gelbe Lego-Männchen hässlich.

Rechtfertigt das eine Neubelebung alter Rollenklischees?

Die Presse", Eva Steindorfer, Print-Ausgabe, 24.12.2011

Fünf beste Freundinnen treffen sich in „Heart Lake City“ beim Schönheitssalon, veranstalten eine Gartenparty oder backen Muffins. Die Werbeunterlagen für „Lego Friends“ wirken wie eine biedere Version von „Sex and the City“. Diese neue Produktpalette der Firma Lego soll sich gezielt an Mädchen richten. „Wir möchten die Hand nach den anderen 50 Prozent der Kinder auf der Welt ausstrecken“, verkündete Jørgen Vig Knudsdorp, CEO der Lego-Gruppe, in der Dezemberausgabe der Zeitschrift „Bloomberg Businessweek“: „Lego Friends ist die wichtigste Marktoffensive seit einem Jahrzehnt.“ In den USA und Großbritannien kommt die Produktlinie für Mädchen am 26. Dezember auf den Markt, in Österreich und Deutschland erst Anfang März.

Mädchen suchen die Ich-Perspektive

Mit Serien wie „Lego Star Wars“, „Lego Alien Conquest“ oder dem von Martial Arts inspirierten „Lego Ninjago“ hat sich das dänische Unternehmen in den letzten Jahren sehr stark am Geschmack von Buben orientiert. Dabei hatte Godtfred Kirk Christiansen, der Sohn des Lego-Gründers, 1963 in den „Zehn Charakteristiken von Lego“ festgehalten: „Lego ist für Buben und Mädchen.“

Ein Team von Produktdesignern, Pädagogen und Marketingstrategen hat in über drei Jahren Feldforschung für Lego erforscht, was Mädchen wollen. Mit folgenden Ergebnissen: Mädchen finden das ikonische, quadratisch-gelbe Lego-Männchen mit dem aufgepinselten Gesicht einfach hässlich. Sie identifizieren sich mehr mit ihrem Spielzeug und möchten, dass Figuren ihnen ähneln. Während Buben dazu neigen, mit den Figuren in der dritten Person zu spielen, wählen Mädchen beim Spielen die Ich-Perspektive. „Ich will schrumpfen und da unten sein“, hörten die Spielzeugforscher oft. Zweites

Ergebnis: Mädchen bauen anders als Buben. Buben bauen „linear“, sie wollen ein Set möglichst schnell fertigstellen, damit es aussieht wie auf der Schachtel. Ihnen ist Meisterschaft wichtig, bei den Mädchen ist der Weg das Ziel. Sie mögen Baustopps zwischendurch, um sich Geschichten auszudenken, und sie legen großen Wert auf stimmige Details.

„Lego Friends“ vereinigt diese Erkenntnisse nun in einem Produkt – und bedient sich dabei etlicher Stereotype. Jede der kulleräugigen, langhaarigen Protagonistinnen entspricht perfekt den westlichen Schönheitsidealen. Talente und Eigenschaften der Figuren gibt Lego vor: Die Palette der Identifikationsangebote reicht von der tierlieben Bodenständigen bis zur Eventmanagerin.

Barbie mochte Mathematik nicht

Immerhin: Auch eine mathematikbegabte Problemlöserin (Olivia) ist dabei – Lego hat offenbar aus den Fehlern von Barbie-Hersteller Mattel gelernt, der 1992 einer Puppe die Worte „Mathe ist schwierig“ in den Mund legte und damit einen Proteststurm entfachte. Die „Barbie Liberation Front“ vertauschte die Sprachchips von Barbies und Soldatpuppen, aus „Lass uns shoppen gehen“ wurde „Die Rache ist mein“ und vice versa.

Die Vorstellung, dass Mädchen für Mathematik und Naturwissenschaften weniger begabt seien, ist ja durchaus nicht aus allen Köpfen verschwunden. So erklärte Harvard-Präsident Harry Summers 2004 auf einer Konferenz, Frauen seien „genetisch nicht so geeignet für die naturwissenschaftliche Forschung“. Ein PR-Debakel, das zu seinem vorzeitigen Rücktritt führte. Was ist wirklich dran an der Idee unterschiedlicher wissenschaftlicher Begabung der Geschlechter? Nach vielen Studien ist nur

eines erwiesen: Frauen tun sich – im Durchschnitt! – schwerer mit „mentaler Rotation“, also der Drehung von Objekten im Kopf. Das könnte ein Grund dafür sein, dass Bauen und Konstruieren bei Mädchen weniger beliebt ist als bei Buben. Dazu kommt natürlich die Prägung durch Erziehung und Kultur. Die PR-Fotos von „Lego Friends“ vermitteln aber den Eindruck, dass Bauen den Mädchen schon sehr leicht gemacht wird. Vorgefertigte Module führen in wenigen Bauschritten schon zu einem Ergebnis, von den klassischen Lego-Bausteinen sieht man relativ wenig.

„Das, was Lego eigentlich ausmacht, nämlich kreativ mit Bausteinen zu spielen und dabei fantasievolle Objekte zu gestalten, geht hier verloren“, sagt Elisabeth Menasse-Wiesbauer, Direktorin des Wiener Kindermuseums Zoom, das sich in dem Projekt „Gender and Science“ mit der Frage befasst, wie man Ausstellungen und Aktivitäten für Kinder geschlechtergerecht gestalten kann. Wichtig sei es, dass Mädchen auch Dinge tun, die normalerweise eher Buben zugeschrieben werden. Derzeit läuft im Zoom die Mitmachausstellung „Achtung Baustelle!“. Die Kinder rühren Mörtel an und setzen Pflastersteine ein. „Mädchen sind da anfangs vielleicht etwas vorsichtiger, aber wenn man sie einmal zum Mitmachen motiviert hat, dann packen sie ordentlich an und finden es sehr lustig.“

Auch Rosemarie Ortner, Projektkoordinatorin am Institut für Bildungs- und Erziehungswissenschaften in Graz, zeigt sich befremdet vom Frauenbild von „Lego Friends“: „Hier ist alles sehr stark normiert. Besser wären verschiedene Körperformen oder etwa ein Mädchen mit kurzen Haaren.“ Lego-Kommunikationschefin Katharina Sutch dagegen ist überzeugt: „Kinder spielen gerne nach, was sie im echten Leben sehen.“ Dieses besteht allerdings auch für Mädchen nicht nur aus Schönheitssalons, Backstuben und Gartenpartys.

Quelle:

<https://www.diepresse.com/719446/lego-freundinnen-in-der-backstube>

Arbeitsauftrag:

Lies den Text „Lego-Freundinnen in der Backstube“.

- Worum geht es in diesem Bericht?
- Welche Rollen in Spielzeug von Lego erkennst du?
- Können Rollenklischees richtig sein? und mögliche Auswirkungen.
- Welche persönlichen Erfahrungen hast du zu diesem Thema?
- Überlege dir ein Produkt für die Firma Lego, das beide Geschlechter ansprechen könnte.
- Schreib einen Brief an die Firma mit ca. 350 Wörtern.