

## Was macht Pinkstinks?

Pinkstinks hat drei Kernbereiche: Der erste Bereich ist dramatisch. Schon 2012 tourten wir mit einem Straßentheater durch Deutschland, um auf die neuesten Studien hinzuweisen, die zeigen, wie die Sendung Germanys Next Topmodel das Körperbild von Mädchen schädigt. Mit dem Stück „Einfach TOP – ohne MODEL“ gehen wir in Schulklassen, um ab der 7. Klasse über Schönheitswahn und Werbestrategien zu diskutieren. In den Grundschulklassen spielen wir „David und sein rosa Pony“, um mit Kindern über Geschlechterrollen ins Ge-



Straßentheater gegen Germanys Next Topmodel

spräch zu kommen. Wir kommen auch zu Ihnen und bieten in Hamburg Seminare zum Thema an. Informationen: [www.pinkstinks.de/theaterarbeit](http://www.pinkstinks.de/theaterarbeit).

Unser zweiter Bereich ist politisch. Im September 2013 organisierte Pinkstinks die erste Demonstration gegen Sexismus in der Werbung. Am Brandenburger Tor protestierten wir mit über tausend

Personen nicht gegen Nacktheit, sondern gegen überzogene Stereotype: Passive Frauen, tonangebende Männer. Viele tausend unterschrieben unsere Petition an den Deutschen Werberat, Kinder als Konsumenten dieses Sexismus ernst zu nehmen. Seit 2015 sind wir viel am Bundestag, um über Sexismus in der Werbung zu referieren, und schaffen es durch unsere Proteste regelmäßig, sexistische Kampagnen zu stoppen.

**Bleiben Sie informiert unter [www.pinkstinks.de](http://www.pinkstinks.de).**

Unser dritter Bereich ist laut: Wir gehen auf die Straße, damit die Produzenten der pinken Kultur uns hören können. Mit Vorträgen, Flashmobs und Demonstrationen machen wir auf uns als neue feministische Bewegung, die fast zur Hälfte von Vätern getragen wird, aufmerksam. Wir bloggen zur Kinderspielwaren und Werbewelt, wir informieren auf den sozialen Netzwerken und konnten mit einer Masse an Unterstützer\*innen schon verschiedene Produkte und Kampagnen vom Markt fegen. Mit ihrer Hilfe können wir noch mehr: Pinkstinks freut sich über Spenden für mehr Theater, mehr Aufklärung und mehr Protest!

[www.pinkstinks.de/spenden](http://www.pinkstinks.de/spenden)  
[www.facebook.de/pinkstinksgermany](https://www.facebook.de/pinkstinksgermany)

# PINKSTINKS

VIELFALT IST SCHÖNHEIT



Vi.s.d.p: Dr. Stevie Mertel-Schmedel, 20257 Hamburg

# Vielfalt IST SCHÖNHEIT

**Rewegungs-**  
stiftung  
Anstöße für soziale Bewegungen

## Pinkstinks

Pinkstinks ist eine gemeinnützige Organisation, die es sich zur Aufgabe gemacht hat, die mediale Festlegung der Geschlechter in Pink und Blau durch Vielfalt zu ersetzen.

Unsere Aktiven arbeiten in Journalismus, Forschung, Pädagogik, Sozialpolitik und Design, einige davon Väter oder Mütter. Uns stinkt die Pinkifizierung unserer Kinder: Rosa ist für Jungen tabu, während Mädchen nur Prinzessin oder Topmodel sein dürfen. Pink sollte für alle sein, ebenso wie



Demo am Brandenburger Tor, Berlin

jobsichere Berufe. Eine Kindheit, die aufgeteilt ist in Technik für Jungen und Schönsein für Mädchen, motiviert zu wenig junge Frauen, Klempnerin oder Mathematikerin zu werden. Sie lehrt Mädchen, Diät zu halten und fordert von Jungen, die schnellsten

und coolsten zu sein. Die meiste Armut in Deutschland sitzt bei alleinerziehenden Müttern und ihren Familien: Frauen, die Friseurin statt Elektrikerin gelernt und Soziologie statt Informatik studiert haben. Es gibt Jungen, die lieben Rosa. Ihnen wird früh gezeigt, dass Rosa „was für Mädchen“ ist und angeraten, Elektriker statt Erzieher zu werden. So ist es nicht verwunderlich, dass auch die gesellschaftlich so wichtigen sozialen und pädagogischen Berufe abgewertet werden: Es sind keine Männerberufe.

### Über die Hälfte der Mädchen in Deutschland lehnt ihren Körper ab

(Baur Media, Universität Bielefeld und WHO 2012).

Schon 8-jährige leiden heute unter Magersucht. Gewalt gegen Frauen ist seit Jahren gleichbleibend hoch und zeigt, dass Respekt gegenüber Frauen fehlt.

Mit einer Kinderspielwelt, die Mädchen lehrt, sich stets zu verschönern, mit einer Werbewelt, die Frauen als passiv und verfügbar darstellt, ist dies nicht verwunderlich. Frauen lernen, weniger Raum einzunehmen, weniger laut zu sein und sich weniger aggressiv auszudrücken. Die Folgen sind dramatisch: Selbstverletzendes Verhalten und Depressionen unter Mädchen sind in den letzten Jahren stark angestiegen. Insbesondere die Außenwerbung hat im letzten Jahrzehnt zugenommen, auch das Frauenbild in anderen Medien ist durch Smartphone und Internet präsenter geworden. Es zeigt unerreichbar schlanke Frauen, die



Wir setzen uns gegen sexistische Werbung ein

begehrt werden wollen, und Männer, die auf eine festgelegte Art begehren müssen.

Mädchen werden nicht rosa geboren, sie werden rosa gemacht. Unsere Gehirne sind bei Geburt gleich, und Jungen, weiß man heute, können ebenso empathisch sein wie Mädchen. Den Unterschied macht eine Industrie, die auf eine klare Trennung zwischen den Geschlechtern besteht, weil Gender-Marketing das neue Erfolgskonzept der Wirtschaft ist. Und es wirkt, weil uns populärwissenschaftliche Studien und traditionelle Rollenbilder verunsichern.

Wir wollen, dass alle Kinder die Wahl zwischen der Verkleidungskiste und dem Skateboard haben. Wir wollen, dass Jungen mit Puppen spielen können, ohne sich zu schämen.

**Wir wollen keine Gleichmacherei:  
Vielfalt ist die Schönheit,  
für die wir arbeiten.**