

PINK FÜR DIE RECHTE VON MÄDCHEN

Die Kinderrechtsorganisation Plan International ruft dazu auf, anlässlich des Welt-Mädchentages am 11. Oktober Gebäude, Monumente und Wahrzeichen in Pink zu beleuchten und so ein leuchtendes Zeichen für die Rechte von Mädchen zu setzen.

Warum werden Wahrzeichen zum Welt-Mädchentag pink angestrahlt?

Mit der Farbe Pink setzt die Kinderrechtsorganisation Plan International ein symbolisches Zeichen und gibt so der Farbe eine neue Bedeutung. Steht ein pastelliges Rosa vor allem für Lieblichkeit und Romantik, hat das kräftige Pink von Plan International für eine starke Signalkraft und vermittelt Power, Lebensfreude und Mut zur Offensive. Wir wollen Mädchen darin stärken, gemeinsam mit anderen die Initiative zu ergreifen und sich für die Wahrnehmung ihrer Rechte einzusetzen.

Warum wird gerade eine Beleuchtungsaktion genutzt, um auf die Benachteiligung von Mädchen hinzuweisen? Ist das nicht zu oberflächlich?

Die pinkfarbene Beleuchtung ist ein wirksames optisches Mittel, um symbolisch auf den Welt-Mädchentag und die Diskriminierung von Mädchen in Entwicklungsländern hinzuweisen. Mädchen werden allzu oft benachteiligt, diskriminiert, bevormundet oder gar verkauft, nur weil sie Mädchen sind. Auf diese Verletzung der Kinder- und Menschenrechte machen wir aufmerksam. Die Diskussion über lebensbedrohliche Alltagssituationen halten wir für wichtiger als die Diskussion über eine Farbe. Die Debatte zur Farbe Pink nimmt Plan International zum Anlass, mit Kritikern ins Gespräch zu kommen. Die pinkfarbenen Beleuchtungsaktionen gehen auch dieses Jahr vor allem auf das unermüdliche Engagement der rund 100 ehrenamtlich tätigen Plan-Aktionsgruppen zurück.

Was möchte Plan International erreichen?

Die Vereinten Nationen (UN) haben auf Initiative von Plan International den Welt-Mädchentag ins Leben gerufen. Die internationale Kampagne Because I am a Girl startete 2012 und wird seit 2018 durch die globale Kampagne Girls Get Equal fortgeführt. Das Ziel bleibt das Gleiche. Plan will sich gemeinsam mit Partnern dafür stark zu machen, dass Mädchen weltweit lernen, leiten, entscheiden und sich entfalten können. Der Fokus des Welt-Mädchentages liegt daher darauf, Mädchen dabei zu unterstützen, Führungspositionen zu übernehmen: Mädchen wie Buben sollen Entscheidungen, die ihr eigenes Leben betreffen, aktiv mitgestalten und beeinflussen können. Und das kann nur über konkrete Projekte und gemeinsame Anstrengungen erreicht werden, bei der alle Gemeindemitglieder – auch Buben und Männer – eingebunden werden.

Damit Mädchen gleichberechtigt aufwachsen können, unterstützt Plan International über seinen Mädchen-Fonds gezielt Projekte, die Benachteiligungen von Mädchen abbauen und ihre Entwicklung fördern. Dadurch werden Mädchen



Plan International
Linke Wienzeile 4/2
1060 Wien

Tel.: +43 (1) 581 08 00 - 33
Fax: +43 (1) 581 08 00 - 35
E-Mail: info@plan-international.at
www.plan-international.at

aktiv gestärkt und ein Beitrag zu mehr Gleichberechtigung geleistet. Die Mädchen-Fonds-Projekte richten sich jedoch auch an männliche Projektteilnehmer.

Warum nutzt Plan ausgerechnet die Farbe Pink für seine Beleuchtungsaktionen? Unterstützt das nicht Geschlechtertrennung und Stereotype?

Wir sind uns darüber bewusst, dass vor allem die Farbe Rosa stark mit Mädchen assoziiert wird. Plan hat deshalb bewusst ein kräftiges Magenta als Hauptfarbe für seine Beleuchtungsaktionen zum Welt-Mädchentag ausgewählt.

Mit den Inhalten der Arbeit für die Rechte der Mädchen tritt Plan den verbreiteten Rollenklischees vom „schwächeren Geschlecht“ deutlich entgegen und lehnt eine Reduzierung von Mädchen und Frauen ebenso wie von Buben und Männern auf stereotype Rollenzuschreibungen ab. Deshalb setzen wir uns gegen eine klischeebehaftete Verwendung der Farbe Pink ein: Alle Menschen sollten ohne Vorurteile Pink tragen können, unabhängig von Geschlechtsidentität, Alter und Wohnort.

Eine Farbe im historischen Kontext

Rosa und Pink waren im Übrigen nicht immer so stark mit Mädchen verknüpft: Bis Anfang des 20. Jahrhunderts war Rosa eine Farbe für Buben und Blau für Mädchen. Rosa wurde als eine entschlossenerere und stärkere Farbe betrachtet, während Blau für Anmut und Zartheit stand. Dies änderte sich erst in den 1920er Jahren, als Blau die Farbe der Arbeits- und Männerwelt wurde.

Außerdem wird Pink nur in einigen Ländern mit der Verniedlichung von Mädchen assoziiert: In Lateinamerika tragen zum Beispiel sowohl Männer als auch Frauen Pink. In Indien und den USA hat die Initiative „Pink Ribbons“ eine pinkfarbene Schleife als Symbol im Kampf gegen Brustkrebs, die mittlerweile in vielen Ländern verwendet wird. Im Männersport wird Pink zur Erzeugung von Aufmerksamkeit benutzt. Die französische Rugby-Mannschaft „State Français“ trägt pinkfarbene Trikots und hat Pink als Vereinsfarbe. Die „Gulabi Gang“ wurde von Frauen in Indien mit dem Ziel gegründet, benachteiligten Frauen eine Stimme zu geben und sie über ihre Rechte aufzuklären.

Auch der „Women’s March on Washington“ hat die Farbe Pink aufgegriffen. Auftakt war der 21. Januar 2017, der Tag nach der Amtseinführung des damaligen US-Präsidenten Donald Trump. Hunderttausende gingen in Washington auf die Straße, um mit rosafarbenen Mützen und Plakaten für die Frauen- und Menschenrechte zu demonstrieren. Symbol des Protests: die pinkfarbenen „Pussy Hats“.

Plan International ist eine unabhängige Organisation der Entwicklungszusammenarbeit und humanitären Hilfe. Mädchen und Jungen sollen weltweit die gleichen Rechte und Chancen haben und ihre Zukunft aktiv gestalten. Um das zu erreichen, setzen wir in unseren Partnerländern effizient und transparent Projekte zur nachhaltigen Gemeindeentwicklung um und reagieren schnell auf Notlagen und Katastrophen, die das Leben von Kindern bedrohen. In mehr als 70 Ländern arbeiten wir Hand in Hand mit Kindern, Jugendlichen, Unterstützenden und Partnern jeden Geschlechts, um unser globales Ziel zu erreichen: 100 Millionen Mädchen sollen lernen, leiten, entscheiden und ihr volles Potenzial entfalten. Die nachhaltigen Entwicklungsziele der Vereinten Nationen bestärken uns in unserem Engagement.