



No Body – Some Body – Any Body: Gestaltete Gender-Identitäten

Konferenz am 22. und 23.10.2015 in Hannover. Eine Kooperation zwischen der Fakultät Medien, Information und Design der Hochschule Hannover und dem international Gender Design Network / iGDN

In den USA stellt Facebook 58 Genders zur Wahl, in England sogar 71. Unabhängig davon, ob Facebook die Gender-Debatte damit ad absurdum führt (oder heimlich sogar lächerlich macht): Die Frage ist berechtigt, wie die immer noch vorherrschenden binären Geschlechter ideologien und -stereotypen überwunden werden können. Gender-Neutralität existiert bekanntlich nicht. Kulturelle Erfahrungen und gesellschaftliche Prozesse sind unausweichlich von „Gender“ geprägt, und Design ist darin geradezu unabdingbar verwickelt. Sowohl verbringen Individuen ihren Arbeits- und Lebenszusammenhang im und mit Design, als auch transportieren Designerinnen und Designer – bewusst oder unbewusst – ihr „Geschlecht“ in ihrem und durch ihr Design. Untersuchungen zu Gender und Design kritisieren die männliche Dominanz der Designindustrie und die damit einhergehenden stereotypen Vorstellungen von Männlichkeit und Weiblichkeit ebenso wie jenes Gender-Marketing, das ergreifend schlicht die Welt in männliche und weibliche Produkte einteilt und überwiegend an die sprichwörtliche Frau (weniger an den Mann) zu bringen versucht.

Wie kann *jemand* diesen rigiden Normen entkommen? Wenn doch *niemand* so leicht „aus seiner Haut“ kann – außer, *irgendwer* fährt aus jener. Und erst recht kann *niemand* den Geschlechts-Körpern davonlaufen, auch wenn *jeder* das vielleicht möchte... Ist es nicht merkwürdig, dass die deutschen Fürwörter *nie-mand*, *je-mand*, *jed-er* eindeutig den Mann fokussieren, während die englischen Pronomina *no-body*, *some-body*, *any-body* den erst einmal geschlechts-unspezifischen Körper benennen und betonen? „Bodies matter“, um mit Judith Butler, leicht verkürzt, zu argumentieren. Körper können verändert, deformiert, neu komponiert, verschleiert, entblößt ... werden. Und dies geschieht zum Beispiel durch Körpereingriffe (Operationen, Kosmetika) durch eine zweite Haut (Mode), durch Staging (Inszenierung) oder durch den Einsatz von Hilfsmitteln (Produkte) zwecks Erweiterung körperlicher (und intellektueller) Fähigkeiten, um nur einige Möglichkeiten zu nennen.

Die Konferenz „**No Body – Some Body – Any Body**“ diskutiert Gender und Design im Kontext Körper – Artefakt, Subjekt – Objekt mit Bezug zu der jeweiligen Geschlechtlichkeit und Vergeschlechtlichung.

In Impulsvorträgen und Workshops sowie Interviews mit Akteurinnen aus der Praxis werden Themen wie fluide Genderidentitäten, Formen der Mode, Second Skin, Frauen-Bilder, Selbst- und Fremdwahrnehmung, erwachsene Infantilisierung und kindliche Sexualisierung vorgestellt und diskutiert.

Die Konferenz mündet am ersten Veranstaltungstag in die Eröffnung der Ausstellung „Blue+Pink: Rethink“ des international Gender Design Network / iGDN, die bereits an der Hong Kong Polytechnic University, bei designxport in Hamburg sowie designtransfer an der UdK Berlin zu sehen war. Die Ausstellung zeigt auf spielerische Weise, wie Gender sich in die gestalteten Objekte, Zeichen und Kommunikationen eingeschrieben hat. Produkte können gender-sensibel gestaltet werden, häufiger aber finden sich (un)bewusste Gender-Stereotype „für Frauen“ oder „für Männer“. Designerinnen und Designer aus aller Welt haben für diese Ausstellung Dinge ausgewählt, die sie als entweder gender-sensibel oder -unsensibel bewerten.

