

GESCHLECHTER

„Die Zeit war reif für Pink“

Wolfgang Hölker, 63, Chef des Coppenrath-Verlags aus Münster, verteidigt seine rosa „Prinzessin Lillifee“-Welten gegen feministische Attacken.

SPIEGEL: Da haben Sie uns ja was eingebrockt! Nicht zuletzt dank des Erfolgs Ihrer „Prinzessin Lillifee“ wird neuerdings heftig darüber diskutiert, ob Mädchen mit pinkfarbenem Spielzeug zu sehr in traditionelle Rollenmuster gepresst werden.

Hölker: Eine absurde Debatte! Dabei könnte ich nicht mal sagen, ob wir die Ersten waren, die Pink als Farbe entdeckt haben. Das Ganze ist ja auch nicht als Marketingidee entstanden. Die Autorin von „Prinzessin Lillifee“ kam einst mit einem Buchumschlag, der eben rosa war. Das hat uns gefallen, und dann haben wir es 2004 herausgebracht. So begann das alles.

SPIEGEL: Rosa war Zufall?

Hölker: Mehr oder weniger. Die Zeit war wohl reif für Pink.

SPIEGEL: Gerade erst hat Ferrero ein rosa Überraschungsei auf den Markt gebracht – „nur für Mädchen“. Auch das sorgte für einen Aufschrei, weil da uralte Geschlechtergrenzen zementiert würden. Längst gibt es Legosteine in Pink, Schulranzen, Stifte. Nervt Sie die Farbe nicht selbst manchmal?

Hölker: Ich habe mal ein Mädchen gefragt, was es sich zum Geburtstag wünsche. Was Pinkfarbenes, kam die Antwort. Es war ganz egal, ob Fahrrad oder Puppe, es wünschte sich einfach irgendetwas aus dieser Welt. Soll ich mich da aufregen? Die Kinder fühlen sich in diesem Kosmos wohl. Ich finde, wir sollten das einem drei- oder fünfjährigen Mädchen einfach mal gönnen. Zumal sich diese Leidenschaft nach einigen Jahren von selbst erledigt.

SPIEGEL: Eine Genderforscherin hat Ihnen und der Industrie planmäßige Pinkifizierung vorgeworfen.

Hölker: Sie ist bestimmt eine intelligente Frau, die weiß, wovon sie redet.

SPIEGEL: Lillifee ist niedlich, spindeldürr, pudert sich die Nase und hat einen befliegbaren Kleiderschrank. Kritisiert wird, dass Mädchen mit solcherlei Spiel-

zeug auf die Bedeutung von Äußerlichkeiten fixiert werden. Am Ende drohten quasi Bulimie und eine Bewerbung bei „Germany's Next Topmodel“.

Hölker: Das ist alles völliger Quatsch. Lillifee ist eine Prinzessin mit Krönchen, und sie kann fliegen. Sie ist ein Fabelwesen. Das wissen Kinder schon sehr genau zu unterscheiden. Nur weil sie sich mal die Nase pudert, führt sie die Mädchen doch nicht in die Magersucht. An der Figur ist wirklich nichts verwerflich. Und wer anderer Meinung ist, der braucht ja nichts zu kaufen von Lillifee. So einfach ist das. Die Vorwürfe klingen immer danach, als ob wir die Kinder verführen würden. Oder die Eltern. Zum einen wünschen sich die



Coppenrath Verlag

Umsatz: **75 Mio. €**
Mitarbeiter: **150**
über 2 Millionen verkaufte
Lillifee-Bücher weltweit,
1 Million Kinofilm-
besucher

Verleger Hölker in seinem Büro: „Alles völliger Quatsch“

Kinder das. Zum anderen müssen sie ja nicht immer gleich alles bekommen, oder?

SPIEGEL: Angeblich finden fast 40 Prozent der 11- bis 13-jährigen Mädchen ihren Körper zu dick.

Hölker: Man kann doch Lillifée nicht dafür verantwortlich machen, dass 11-jährige Mädchen aussehen wollen wie 15-jährige Magermodels? Tut mir leid, das ist wohl eher ein gesellschaftliches Problem. Selbst wenn Lillifée morgen verschwände, würde das nichts bessermachen.

SPIEGEL: Das Frauenmagazin „Emma“ fordert: „Auf alle diese Produkte gehört eigentlich ein Warnhinweis: Rosa macht Mädchen dümmer.“

Hölker: Ich kenne Alice Schwarzer gut und mag sie sehr. Ich werde gern wieder mit ihr ein Bier trinken, auch wenn sie so einen Blödsinn druckt. Jeder darf sagen, was er will. Aber was mich aufregt, ist diese Einstellung, dass Kinder zu jeder Zeit irgendetwas pädagogisch Wertvolles tun müssen. Wenn Ihre Kinder mit drei Jahren Chinesisch lernen sollen, gut. Wenn andere Kinder einfach mal Spaß haben dürfen, auch gut.

SPIEGEL: Ihre Kritiker fahren schweres Geschütz auf und sprechen von „Gender-Apartheid“.

Hölker: Mit geht diese Hysterie von Leuten, die unbedingt die Welt verbessern wollen, auf den Geist. Es gibt Traum- und Fabelwelten, die sich mit der Realität vermischen. Was soll ich da reinfunkeln? Natürlich werden Kinder nicht gleich furchtbar klug, wenn sie einen Feenball organisieren. Aber man kann die Kinder doch nicht unentwegt nur mit geistiger Nahrung und vermeintlichem Anspruch vollstopfen.

SPIEGEL: Finden Sie Pippi Langstrumpf cooler oder Lillifée?

Hölker: Ich habe selbst zwei Töchter. Die sind mit Pippi Langstrumpf und Puppen von Käthe Kruse groß geworden. Irgendwann wollten sie eine Barbiepuppe haben. Schon deshalb, weil alle Freundinnen eine hatten. Und die haben sie auch bekommen, obwohl ich persönlich die Dinger ablehne.

SPIEGEL: Sind Sie nie auf die Idee gekommen, Lillifée als Barbie-Figur herauszubringen?

Hölker: Es gibt so viele Dinge, die man mit Lillifée machen könnte. Das meiste davon lassen wir tunlichst bleiben. Man könnte beispielsweise Leuchtfiguren mit Elektronik anbieten – machen wir nicht. Lillifée als Barbie – machen wir bestimmt nicht. Deshalb bin ich bereit, mich für Lillifée verprügeln zu lassen. Wir machen nichts, hinter dem wir nicht stehen.

SPIEGEL: Für Jungs verkaufen Sie unter anderem eine Monsterbox mit Furzschleim. Auch „Gender-Apartheid“?

Hölker: Soll ich Ihnen was sagen: Jungs mögen so was. Die können da tierisch drüber lachen.

INTERVIEW: MARKUS BRAUCK