

// BaslerStab 18.03.2008 |

_Werbung mit nackten Tatsachen? - Chicks On Speed-Plakat |

// Es rappelt in der Kiste... Chicks On Speed rumours

Was haben sie gesehen? Haben sie sich mit dem ersten Eindruck zufrieden gegeben? Oder sind sie, beim Betrachten des *Chicks on Speed*-Plakats ihrem Impuls gefolgt, dass dieses Bild etwas seltsam ist? Und haben sie das Gesehene so lange ergründet bis sie tatsächlich verstanden haben, was sie hier sehen, was auf dem Plakat abgebildet ist?

Sehen wir hier wirklich eine entblösste weibliche Scham? Oder ist es etwa eine Achselhöhle? Vielleicht allenfalls die Kuhle einer inneren Ellenbeuge, von oben aufgenommen. Aus der, mit dem auftreffenden Wasserstrahl, irgendetwas (Sand, abraisierte Härchen?) von der Haut gewaschen wird.

Das Material sammelt sich mit dem Wasser in der Kuhle und wird nach unten im Rinnsal fortgespült. Dann hätte die Bildredaktion lediglich eine nackte Ellenbeuge mit dem Zensurbalken versehen. Oder ist es doch eine weibliche Scham? Das Plakat ist so eindeutig nicht. Das Original ist dieses Foto hier - welches auch das Cover der *COS-Maxi-Single Kaltes klares Wasser* zielt - dieses ist es dann mit anderem Ausschnitt schon. Es ist tatsächlich eine, auf eine sehr subjektiven Weise fotografierte



Situation - eine Frau in der Badewanne liegend, die sich mit Wasser übergießt oder auch einfach einen faden lässt und aufsteigende Blasen erzeugt. Ist ein weiblicher Schoss, ein Bauch mit Blinddarmnarbe, die nicht mal in sexuell eindeutiger Pose aufgenommen sind, sexistisch?



Hätte die Redaktorin statt zu einem voreiligen Schluss zu kommen, es hier mit Sexismus zu tun zu haben, ernsthaft über die Protagonistinnen der Plakate recherchiert, hätte sie herausgefunden, dass die drei Frauen der mitte 90er gegründeten Band *Chicks On Speed*, die ehemaligen Münchener Kunststudentinnen *Kiki Moorsee*, *Melissa Logan* und *Alex Murray-Leslie*, nicht nur einfach Musikerinnen sind. Sie sind experimentelle Musikerinnen (z.B. *COS* versus *Peaches*; Track *We Don't Play Guitars* / *COS* versus *Malaria!* - Track *Kaltes Klares Wasser*), djanes, Plattenlabelchefinnen, Pop-Art-Trash Mode- und Grafik-Designerinnen und anarchische Video-Clipperinnen (z.B. *Wordy Rappinghood*) und auch feministische Aktionskünstlerinnen, bei denen alle Schaffensbereiche verbunden sind und die in ihren Arbeiten mit dem Blick der Betrachtenden spielen. Insbesondere mit dem Blick auf Weiblichkeit und der gängigen Sexualisierung

und Demontage von Frauenkörper. Somit wollen die *Chicks On Speed* wohl nicht auf Weiblichkeit an sich aufmerksam machen, sondern die Wirkung von Weiblichkeit in der Öffentlichkeit spiegeln und uns über Dekonstruktion und Neubetrachtung vorführen, was in unserer Wahrnehmung passiert. Mit was für Bildern ist unser Kopf bereits angefüllt? Was ist schlimmer, dass die Scham unrasiert oder dass sie überhaupt abgebildet ist? Was erwarten wir zu sehen, wenn wir mit offenen Augen in die Welt hineinschauen? Oder sind wir doch eher mindestens auf einem Auge blind, sehen vieles nicht, drängen Unangenehmes einfach beiseite und urteilen eben auf den ersten Blick. Das Plakat ist demnach nicht lediglich eine triviale Werbestrategie.

Schade das Sabine Knosala, mit effekthaschender Titelzeile, auf eine Frauenband losgeht. Wieso bringt sie Sexismus gerade hier auf den Tisch? Wo doch sonst das Thema gerne mit einem süffisanten Lächeln abgetan wird? (Und in einer Zeitung, die unlängst in einem Kurzbericht über einen Sexualstraffäter, diesen verharmlosend und reichlich rustikal als "Sex-Grüsel" titulierte?) Ein bekanntes Verhalten, leider ebenso zu wenig kritisch hinterfragt - (vorgeschickte) Frauen, die normativ andere Frauen, welche sich nicht den Normen entsprechend gebärden, abstrafen. Dass es zigfach mehr Männerbands gibt, die dauernd und ausschliesslich sexistisch werben und Sexismus und Pornografie in der kommerziellen Musikbranche an der Tagesordnung sind - und es natürlich

auch genügend Frauen gibt die das Spiel mitspielen - übergeht sie dabei. Es macht zeitweise kaum Unterschied ob man auf MTV / Viva zappt oder auf einen Sender mit nächtlicher Sex-Werbung. Es gäbe tatsächlich mehr als genug Anlass, die penetrante und invasive Pornografisierung des Öffentlichen Raumes und der Medien zu thematisieren, die uns in einer massiven Flut überrollen, sodass wir zumeist nur noch in Katarsis verstummt ausharren. Auch das Partybusiness ist nicht verschont davon.

Auf tausenden von Handzetteln wird wahrhaft sexistisch mit nacktem Frauenfleisch und mit wirklich eindeutigen Posen für Tanzveranstaltungen geworben, für die eine öffentliche Kritik und Vorführung angemessen wäre: z.B. Party im *Sprisse Sissach* von Veranstalter-Truppe *Partyzoom* - Titel *Plaything* (...) - mit Frau auf dem Flyer, die lediglich mit Stiefeln und einem Mikrophon "bekleidet", mit gespreizten Beinen auf einem Stuhl sitzend frontal abgelichtet wurde. Deren Scham ist von ihrer Hand bedeckt, doch das Bild ist weitaus beschämender als die *COS*-Darstellung. Peinlich für die drei djanes im *Plaything* Line-up, die diesen Flyer verteilen mussten. Oder *Silvester 07* im *Annex*: was ist hier die Botschaft des Bildinhaltes? Das die Party-Besucherinnen die Hosen herunter lassen müssen? Was ist daran glamourös? Wer soll bloss an diese Parties kommen? Liebhaber von Erotikmessen? Ich vermute mal, dass viele Frauen sich durch solcherlei Werbung, gelinde gesagt, nicht angesprochen fühlen. Es gibt auch Männer, denen das gehörig auf den Geist geht. Die dürften sich ruhig noch häufiger und lauter dazu äussern - Sexismus ist sowas von out! Vielleicht hätte das mehr wirksame Signalwirkung auf ihre männlichen Kollegen, als das "ewige anti-sexistische Genöhl von uns lästigen Feministinnen".



Pornografie und Sexismus ist die eigentliche und tagtägliche Dekonstruktion und Deprivatisierung von Weiblichkeit, da sie den Frauenkörper abgreift, angreift, diesen zum Objekt macht und auf eine Weise vorführt, die nicht den allgemeinen weiblichen Lebensrealitäten entspricht. Sie spiegelt vor, das Gesehene wäre sexuell attraktiv und dies müsste uns reizen und gefallen. Sexismus beschränkt sich nicht auf die unwürdige Darstellung von Frauenkörper und die Bewerbung von Produkten, die nichts mit dem Bildinhalt zu tun haben. Sexismus betrifft auch die Stereotypen von Männerrollen. Sexismus ist auch die irriige Meinung 'Sex sells', die ja so hauptsächlich den männlichen Betrachter anpeilt und diesen folglich zu einem triebgesteuerten, allzeitbereiten, dauergeilen Konsumenten degradiert. Das entspricht ebenso wenig den allgemeinen männlichen Lebensrealitäten. Und nicht alle Nacktheit ist deswegen gleich sexistisch.

Die Redakteurin hätte auch bemerken können, dass gerade *Fiebertanz*-Organisator *Jonas Hofmann* einer der lobenswerten Veranstalter ist, der ohne sexistische Flyer-Bildinhalte für seine sexy Parties wirbt, und der hin und wieder auch Künstlerinnen bucht. Auf dem Schiff haben bedauernswerterweise schon Crews Events organisiert, die diese mit weniger originellen und dafür stupid pornografischen Flyern bewerben. Bisher scheinbar unkommentiert von den Schiff-BetreiberInnen. Unverständlich, denn sie verzichten im eigenen Gestaltungskonzept gänzlich darauf. Solche Werbung schadet dem Image dieses guten und wichtigen Basler Kulturbetriebes. Wir erinnern uns beispielsweise (ungern)



an jene der *White Room*-Parties, deren Flyer und Plakate wir überall in den Wochen davor ertragen mussten. So etwa hing das grüne Plakat in einer Basler Bar direkt hinter dem DJ-Pult und störte die unbehelligte Sicht auf den Plattenleger.

Sie sind damit nicht alleine - in gewissen Musik-Genres, wie House, R'n'B und HipHop ist es üblich mit pornografischen Darstellungen zu operieren. Auf der

Online Event-Agenda *tilllate.com* kann man unzählige Beispiele dafür finden. Gerade im HipHop kommt zum Sexismus noch ein Rassismus aus den eigenen Reihen dazu, der die schwarze Frau auf

die unterste Stufe stellt, unter dem schwarzen Mann, dem omnipotenten Gangster-Rapper, Zuhälter oder Drogen-Dealer. Die käufliche Bitch, die allerhöchstens in ökonomischer Abhängigkeit von ihrem Zuhälter Status erlangt, die einzig über den Tarif Wert erhält, mit dem sie von ihm ausstaffiert wird.

Interessanter wäre es über die Band selbst zu berichten. Ich würde ein Interview gerne lesen. Oder darüber, dass noch viel zuwenig weiblich geprägte Kulturen auf den Bühnen, in Galerien und in den Medien zu sehen sind. Darüber wie toll es ist, das *Jonas Hofmann* eine so interessante und versierte Frauenbande mit Kultstatus nach Basel holt.



Erwähnenswert sind die COS-Platten, Kunst-Aktionen oder das von *Alex Murray-Leslie* konzipierte Dreifach-Album *Girl Monster*, das eine Geschichte der Frauen der Punk-, Post-Punk- und Electroclash-Musik kompiliert. Die aufwändige Sammlung mit COSmopoliter Artwork, ist im 2006 erschienen und beinhaltet Künstlerinnen wie *Le Tigre*, *Peaches*, *Angie Reed*, *Mignon*, *Hanin Elias* (*Atari Teenage Riot: Hanin Elias, Alec Empire, Carl Crack, Nic Endo*), *Sir Alice*, *Kevin Blechdom*, *Lesbians On Ecstasy*, *The Slits*, *Japanese Intelligence Mind Control*, *Soffie O*, *Juliet an the Licks*, *Gudrun Gut*, *Caro Snatch*, *Cobra Killer*, *Björk* und viele mehr.

Da das Tour-Plakat Wahl der Chicks ist, ist das künstlerische Konzept des COS-Dreigestirns wieder einmal aufgegangen und hat für Rappel in der Kiste gesorgt!

Es ist übrigens auch kein Frauen-Konzert... Auf der Veranstaltung dürfen auch Männer abgehen und sich der Ekstase des Tanzes hingeben.

_IM WEB >

<http://www.chicksonspeed.com/>

<http://www.chicksonspeed-records.com>

<http://www.myspace.com/tanzfieber?/>

Mithras N. Leuenberger | djane mithras

Projektgründerin / -Leiterin

rubinia djanes | 1. DJ-Schule für Frauen - Basel

www.rubinia-djanes.ch | www.myspace.com/rubinia_djanes