

# Ran an die Mutter

Sechs neue Frauenzeitschriften auf dem Markt

VON KATJA JÄKEL

Die Zeitschriftenverlage haben eine neue Zielgruppe entdeckt: Die Mütter. Seit Oktober 2010 kamen nacheinander sechs Magazine auf den Markt. Vorerst letztes Objekt ist „Brigitte MOM“ aus dem Verlag Gruner & Jahr.

NÜRNBERG – Wir sind wieder wer, wir berufstätigen Mamas. Schick und selbstbewusst, haben Kinder, Beruf und das Leben im Griff. Wir wollen nicht nur wissen, ob wir unsere Kinder richtig erziehen, sondern auch, wie wir den besten Apfelkuchen backen, um am Schulfest-Büfett zu glänzen. Wir wollen lesen, wie wir die Flaute in unserer Beziehung wieder hinkriegen und das erloschene Feuer im Ehebett neu entfachen. Außerdem lieben wir Schminktipp, um auch nach einer 40-Stunden-Woche mit Kindern, Hund und Haushalt immer knackig und frisch auszusehen.

Wollen wir das wirklich? Einige neue Mütter-Zeitschriften versuchen, uns genau das zu suggerieren – und setzen sich mit ihrem Repertoire nicht von den üblichen Frauen-Magazinen ab. Die Familie ist Trend, Eltern-Sein die neue Berufung. Und dieses Thema findet in den meisten Zeitschriften ihr Plätzchen. Jetzt bringt Gruner & Jahr nach *GALAKids* und *Nido*, der Zeitschrift für die wirklich coolen Eltern, *Brigitte MOM* heraus – „Das Magazin mit starken Nerven“.

## Nette Preisidee

Mit einem trifft das neue Heft ins Schwarze: In einem Gewinnspiel kann man eine Haushälterin für ein Jahr gewinnen. Der Traum aller Mütter würde damit wahr werden. Ein Jahr lang nicht putzen, waschen, kochen, Kinder abholen, einkaufen. Das ist fast so gut wie die lebenslange Sofortrente der Klassenlotterien.

Auf den ersten Blick wirkt das neue Heft inspirierend. Schwarz-Weiß-Cover, Rubriken, wie „Schön sein“ oder „Schlau werden“, „Weg wünschen“ oder „Anders machen“ scheinen andere Aspekte zu berühren, als die herkömmlichen Frauenmagazine. Erfrischend ist Ildikó von Kürthy Artikel „Lebe lieber unperfekt“, der mit den perfekten Mütter-Fantasien aufräumt. Neben von Kürthy schreiben bekannte *Brigitte*-Autoren, wie Till Rätter oder Georg Cadeggianni (der Mann mit den sechs Kindern) für das neue Format. Das ist schade. Frische, unbekannte Namen hätten dem Blatt gut getan. Und ganz ehrlich: Schmink- oder Frisurentipps kann man für Sie und Co. überlassen.

„*Brigitte MOM* ist eine Frauenzeitschrift, kein Elternmagazin und auch kein problemorientierter Ratgeber“,

sagt Sabine Grüngreif, Kommunikatorin für die Verlagsgruppe Frauen/Familie/People. Die Zeitschrift wolle das Lebensgefühl der Frau in den Mittelpunkt stellen, nicht die Familie oder das Kind: „Das ist in dieser Form und dieser Konsequenz neuartig auf dem Zeitschriftenmarkt.“ Zunächst ist die *MOM* drei Monate lang im Handel, dann wird entschieden, ob der Titel in Serie geht.

*GALAKids*, ebenfalls von Gruner & Jahr, ist im April erschienen. Ein „prall gefüllter Lifestyle-Guide durch Trend-Looks und coole Labels“. Zielgruppe sind die „Yummy Mummies“, die neuen, lässigen Mütter also, die in Gucci-Jeans und Manolo-Blahnik-Schuhen über den Spielplatz stöckeln, ihre Kinder zu „Mini-Me“, einer Kleinausgabe ihrer selbst, heranziehen. Und die eigentlich nur eines interessiert: Kohle, Kohle, nochmals Kohle – und was man damit alles so anstellen kann.

## Zufriedener Verlag

Gruner & Jahr war zufrieden mit dem Heft-Verkauf: „Die Leute, die *GALA* lesen, wissen auch, was sie mit *GALAKids* erwartet“, sagt Mandy Russmann von der Pressestelle. Nämlich Stars und ihre kleine Sternchen. Teure Wellness-Hotels und (unbezahlbare) Mode für Mami und Mini. Bislang ist *GALAKids* einmal erschienen, aber weitere Hefte sollen folgen.

Auch die Waz-Gruppe hat eine – einmalige – Mütter-Zeitschrift im Oktober 2010 herausgebracht: *Mama* hieß der Titel, der seitdem bis heute „auf Eis liegt, Zukunft ungewiss“, sagt Pia Wackler, Waz Women Group.

In die Schlagzeilen geriet das Magazin wegen eines Rechtsstreits mit dem Verlag Vikant Publishing. In dessen Heft *Mama's Life* sah die Waz Women Group eine „Verwechslungsgefahr“. Schlussendlich fand Vikant Publishing einen neuen Namen – *Many's Place*. Ende September ist das bislang vierte Heft erschienen.

## Nichts Neues

Doch *Mamy's Place* ist auch nicht viel mehr als eine ganz normale Frauenzeitschrift. Neben Wellness-, Schmink- und Mode-Tipps, erfährt man in Promi-Interviews mit Sportlerin Kati Wilhelm oder Sängerin Sarah Connor, dass es die Reichen und Berühmten auch schwer haben. Eine frühere Journalistin erzählt, wie froh sie ist, ihren (spannenden) Job bei einem TV-Sender an den Nagel gehängt und ein süßes Geschäft eröffnet zu haben. Mit – raten Sie – „endlich hübscher Kinderbekleidung“.

Schöne Frauen, hübsche Kinder, teure Mode: Auch *Luna Mum* will uns seit Januar 2011 verkaufen, dass Müt-



Karriere, Kind, Klamotten, Kosmetik: Die neuen Mütter-Zeitschriften warten inhaltlich durchgängig mit wenig Überraschungen auf. Foto: Eduard Weigert

ter immer noch (gutausschende) Menschen sind, die über viel Zeit (trotz ihres Berufes) und noch mehr Geld verfügen. Deren Kinder immer folgsam sind und nur Freude bereiten. Dazu die Beantwortung der wichtigen Frage „Stillen – ja oder nein“. Pures Amusement eben. So, wie die Zeitschrift. Glänzend und leicht.

Das genaue Gegenteil verspricht *lob*, eine Zeitschrift „für berufstätige Mütter und Väter“. Dieses Magazin, das äußerlich den spröden Charakter einer Firmenzeitschrift hat, will ein „Verbindungsglied sein zwischen den Eltern und der Wirtschaft“. Sie stellt Unternehmen vor, die sich der Vereinbarkeit von Familie und Beruf verpflichtet haben. Die also Kitaplätze bieten oder Ferienbetreuung, den Müttern einen sanften Wiedereinstieg ermöglichen und Vätern nicht die Karriere knicken, wenn sie länger als zwei Monate in Elternzeit gehen. „Ganz am Ende stehen immer die

berufstätigen Mütter“, sagt Nicole Beste-Fopma, Herausgeberin von *lob*. Und eine gute Lobby hätten diese auch nicht.

Die Mutter von vier Kindern will das mit ihrem Heft, das bewusst nicht wie ein buntes, typisches Frauenmagazin aussehen soll, ändern. Sie möchte auch berufstätige Väter ansprechen („die werden meistens vergessen“), Geschichten bringen, „die man in einem Hochglanz-Heft so nicht liest“ und darstellen, dass es mittlerweile einige Unternehmen gibt, die nicht nur von Familienfreundlichkeit reden, sondern diese auch umsetzen.

Im März 2011 erschien das erste, selbst finanzierte *lob*, jetzt melden sich Firmen, die ihre Geschichte erzählen wollen, von selbst, so Beste-Fopma. „Wir sind am Anfang. Aber wir wollen etwas verändern und die Väter, Mütter und familienfreundlichen Unternehmen auch einfach mal nur loben.“

# Jede Menge ARD-Baustellen

Gebühren, Degeto, MDR: Senderverbund hat viel Ärger

VON CARSTEN RAVE (dpa)

Die ARD ist Deutschlands elektronischer Riese. Rund ein Dutzend Fernseh- und mehr als 50 Hörfunkprogramme werden von neun Landesrundfunkanstalten ausgestrahlt. Doch in den vergangenen Tagen und Wochen zwickelt es den gebührenfinanzierten Mediengiganten an etlichen Stellen. Eine Lösung der Probleme, die aktuell für Schlagzeilen sorgen, dürfte längere Zeit beanspruchen.

BERLIN – ARD-Baustelle Nummer eins: die Gebührendebatte. Nicht nur bei der privaten TV-Konkurrenz machte sich großer Unmut breit, als bekannt wurde, dass die ARD für all ihre Radio- und Fernsehender in der kommenden Gebührenperiode von 2013 bis 2016 rund 900 Millionen Euro Mehrbedarf angemeldet hat. Aus solchen Wünschen der öffentlich-rechtlichen Anstalten muss die Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs (KEF) Vorschläge zur Gebührenerhöhung erarbeiten, die sie dann den Ministerpräsidenten der 16 Bundesländer unterbreitet. Die ARD-Vorsitzende Monika Piel rechnet für die Jahre 2013 und 2014 schon nicht mehr mit steigenden Gebühren. Der Senderverbund erhält derzeit jährlich rund 5,5 Milliarden Euro.

Baustelle Nummer zwei: die Degeto. Als hätte ein Dramaturg seine Finger im Spiel gehabt, brachte kurz vor Bekanntwerden der Gebührenerhöhung die *Süddeutsche Zeitung* einen Bericht über die finanzielle Situation der ARD-Tochterfirma Degeto. Das in Frankfurt ansässige Unternehmen, das für die Produktion und den Einkauf von TV- und Spielfilmen verantwortlich ist, teilte daraufhin mit, dass es in den kommenden zwei Jahren zu einem deutlichen Rückgang in der Auftragsvergabe kommen werde. Der Grund: In den vergangenen Jahren sei deutlich zu viel Geld ausgegeben worden. Auch dieses Thema ist längst nicht ausgestanden.

## Streit mit Verlegern

Baustelle Nummer drei: die „Tagesschau“-App. Der Dauerstreit zwischen der ARD und privaten Zeitungsverlegern spitzte sich in diesem Sommer zu. Im Juni reichten acht Zeitungsverlage eine Klage vor dem Landgericht Köln ein, weil sie sich durch die kostenlosen Handy-Anwendungen der ARD im Wettbewerbsnachteil sehen. Für einige Smartphone-Angebote aus der privaten Verlegerbranche muss der Verbraucher dagegen zahlen. Der Gesetzgeber verbietet den öffentlich-rechtlichen Sendern „presseähnliche“ Verbreitungsformen im Netz. Aus Sicht der ARD kommt eine Anwendung wie die „Tagesschau“-App aber nicht einem Presseangebot gleich. Die Gerichtsverhandlung ist für den 13. Oktober anberaumt.

Baustelle Nummer vier: der MDR. Vergangenen Montag scheiterte die Wahl von Bernd Hilder zum neuen Intendanten im Verwaltungsrat. Der Chefredakteur der *Leipziger Volkszeitung* erreichte nicht die nötige Zweidrittelmehrheit. Damit setzte sich das Gezerre um den ostdeutschen Flächen-sender für Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen fort. Erst vor wenigen Wochen wurde Unterhaltungschef Udo Foht wegen finanzieller Unregelmäßigkeiten entlassen. Die Staatsanwaltschaft Leipzig ermittelt gegen sechs Beschuldigte – darunter der Musikmanager Hans R. Beierlein – wegen Bestechung, Untreue, Betrugs und Bestechlichkeit.

## Unübersichtliches System

Die Ursachen für diese Probleme dürften vielfältig sein. Die Größe und die damit verbundene Unübersichtlichkeit des Systems gehören sicher dazu. Es mag an der einen oder anderen Stelle auch zu wenig Kontroll-Ebenen geben. Zudem hat der MDR, als ostdeutsche Drei-Länder-Anstalt, die nach der Wende 1991 neu gegründet wurde, im ARD-System immer eine gewisse Sonderrolle gespielt.

Und was ist mit dem fürs Publikum Wichtigsten, mit dem Programm des „Ersten“? Droht hier in der Saison 2011/2012 auch eine Baustelle? Die Frage lässt sich wohl erst in ein paar Monaten beantworten. Die Talkshows am Abend, Krimiserien der leichten Art am Vorabend ab Ende Oktober und Thomas Gottschalks Verpflichtung ab 23. Januar, sind die neuen Zutaten in der laufenden Saison. Die neu sortierten Talkshows sind jetzt nach der Sommerpause seit einem Monat im Programm – die Quoten schossen allerdings bislang noch nicht durch die Decke.

Redaktion: Hans-Peter Kastenhuber  
Telefon: (0911) 216 28 89  
E-Mail: nn-reporter@pressenetz.de  
Internet: www.nn-online.de

# Facebook: Das soziale Netzwerk vergisst nichts

Selbst gelöschte Daten werden weiter gespeichert — Student erzwingt Ermittlungen gegen den Konzern

VON ARNO STOFFELS

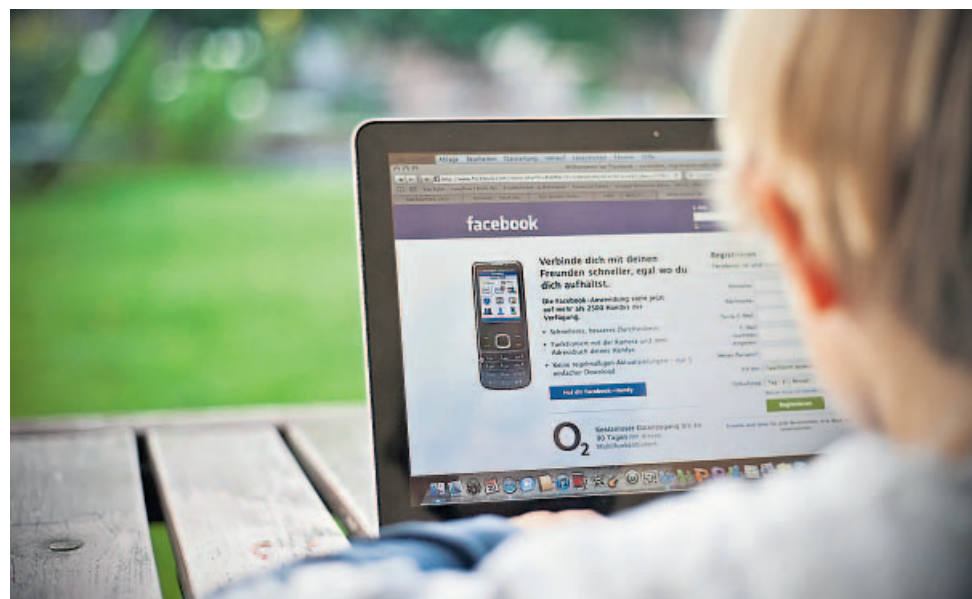
Facebook-Gründer Mark Zuckerberg ist mit seinem sozialen Netzwerk reich und mächtig geworden: Der 26-Jährige hat beste Kontakte bis hin zu US-Präsident Barack Obama. Doch jetzt muss Zuckerberg einen Studenten aus Wien fürchten, der erstmals die Herausgabe gespeicherter Daten erzwingt – und Facebook anzeigen.

NÜRNBERG – Die Faszination von Facebook ist nicht leicht zu erklären. Im Kern geht es aber um die Befriedigung zweier menschlicher Grundbedürfnisse: Nähe und Kommunikation. Über 700 Millionen Menschen weltweit nutzen so inzwischen das soziale Netzwerk wie ein digitales Poesiealbum. Sie zeigen auf ihrer Seite Fotos und Videos, teilen mit, welche Filme, Musik, Bücher ihnen gefallen, und was nicht. Sie machen ihre Gefühle, Ansichten, ihren Alltag transparent – und freuen sich über die Rückmeldungen, die sie dafür bekommen.

Facebook ist damit schon jetzt ein Spiegel der Existenz seiner Besucher und mit all den Daten auf seinen Servern das attraktivste Werbeumfeld in der Geschichte des Internet: Anfang des Jahres wurde der Unternehmenswert auf 50 Milliarden Dollar geschätzt. Und geht es nach Gründer Mark Zuckerberg, soll das Netzwerk bald zur totalen Archiv- und Konsumplattform werden.

Der Plan: Auf den Profilseiten wird alles, vom Kommentar über Videos oder Bilder, als „Timeline“, als Zeit- leiste, angezeigt und automatisch immer weiter fortgeschrieben. Das Unternehmen würde so endgültig zu einer Art globaler Couch für die Nutzer und gleichzeitig Herr über gewaltige Datenmengen, die Aufschluss über die (Konsum-)Vorlieben eines jeden Einzelnen geben.

Den Verdacht, dass Facebook vor dem Hintergrund solcher Absichten bereits in der Vergangenheit alle mög-



Im Geflecht der digital gepflegten Freundschaften: Nutzer gehen nach Ansicht der Datenschützer nach wie vor zu leichtfertig mit sozialen Netzwerken wie Facebook um. Foto: dpa

lichen Datensätze archivierte, die Nutzer dort einmal hinterlassen haben, gab es schon länger. Nur die Beweise fehlten und zu Auskünften war der Konzern aufgrund seines Firmensitzes in den Vereinigten Staaten nicht zu bewegen. Bis der 23-jährige Wiener Student Max Schrems und Gründer der Initiative „Europe vs. Facebook“ sich während eines halbjährigen Studienaufenthalts in den USA auch eingehend mit Facebook und dem Datenschutz beschäftigte und schließlich einen Hebel fand.

Denn der Konzern unterhält eine Dependence in Irland und mit „Facebook Ireland Ltd.“ haben alle europäischen Nutzer ihren Vertrag abgeschlossen – was ihnen das Recht gibt, Auskunft über die eigenen Daten zu bekommen. Schrems hat das eingefordert und bekam nach längerem Hin-

und Her von Facebook eine CD-Rom zugeschickt – mit Datenprotokollen, die nach seiner nur dreijährigen und nach eigenen Angaben nicht exzessiv gepflegten Mitgliedschaft 1200 A4-Seiten umfassten.

## Nichts entgeht dem Konzern

Seither ist klar, dass das Unternehmen die Angaben der Nutzer in Dutzenden Kategorien abspeichert, inklusive politischen oder religiösen Überzeugungen und Beziehungsverhalten. Und Schrems entdeckte auf diesem Weg auch, dass von ihm selber gelöschte Datensätze wie Fotos, Chat-Einträge, Kommentare, der E-Mail-Verkehr oder der Umgang mit Freundschaftsanfragen weiter von Facebook aufbewahrt wurden. Obwohl auf der Benutzeroberfläche durch die Rückfrage des Systems, ob „wirklich alles“

gelöscht werden soll, stets ein ganz anderer Eindruck entsteht.

Zusammen mit Kommilitonen hat Schrems deshalb bei der zuständigen irischen Datenschutzbehörde mehrere Anzeigen eingereicht. Erstmals droht dem Unternehmen dort jetzt eine Betriebsprüfung.

Facebook selber nimmt dazu keine Stellung und ob sich durch Schrems Initiative wirklich etwas ändert, bleibt abzuwarten. Denn eindeutige Gesetze gibt es kaum, wie Verbraucherschutzministerin Ilse Aigner beklagt. Das Recht der Nutzer, selbst ins Internet gestellte Informationen zu löschen, müsste deshalb „unmissverständlich“ und „auf europäischer Ebene“ gesetzlich verankert werden, so Aigner.

Deutschlands oberstem Datenschützer Peter Schaar sind solche Forderungen aber zu wenig. Er wirft der Bundesregierung vor, unter dem Druck der Wirtschaftslobby bislang kaum an echten Sanktionsmöglichkeiten zu arbeiten. Schaar forderte insbesondere ein Verbot, komplette Persönlichkeitsprofile ohne die Einwilligung der Betroffenen zu erstellen.

Dass auch gelöschte Daten weiter auf den Servern gespeichert werden nannte Schaar nach einer Konferenz mit seinen Länderkollegen am Donnerstag „ein starkes Stück“. Möglichst viele Nutzer sollten jetzt Schrems folgen „und prüfen, was Facebook über sie gespeichert hat“.

Ⓒ Eine Anleitung, um seine Daten zu bekommen, findet sich unter [www.europe-vs-facebook.org](http://www.europe-vs-facebook.org)