

## 51 Prozent

# Neue Ghettos, ganz in Pink



**Nina Streeck**

**W**illkommen im Frauen-Ghetto! Hier erfahren Sie, falls Sie männlichen Geschlechts sind, wie die geheimnisvolle Bevölkerungsmehrheit denkt und - was Sie ihr womöglich eher zutrauen - fühlt. Als Leserin dürfen Sie Themen, die Sie als Frau in besonderer Weise betreffen, abgehandelt wissen, von einer mitfühlenden Geschlechtsgenossin, versteht sich.

Bis vor einigen Jahren herrschte rundum Einigkeit, dass spezielle Rubriken oder Seiten für Frauen in Zeitungen vorgestrigt seien und von einem überholten Frauenbild zeugten. Plötzlich sind sie wieder modern. In der «New York Times» heisst die entsprechende Kolumne «The Female Factor», das Online-Magazin «Slate» führt die Sparte «XX Factor», die NZZ nennt ihre neuste Serie «Frauenwelten», und auf der Website des «Tages-Anzeigers» kommentieren die Leserinnen besonders ausufernd das «Mama-blog». Wie konnte das passieren?

Ein Rückblick: Ende des 19. Jahrhunderts erfanden Zeitungsmacher die Frauenseiten. Extra für Damen geschriebene Artikel zu Themen, die diesen vermeintlich sehr am Herzen lagen: Kochen, Mode, Kindererziehung. Wie stets bei der Einführung von Sonderseiten leitete die Verleger schlichtes Kalkül. Anzeigenkunden wollten ihre Reklame für Waschmittel und Kochtöpfe an die richtigen Adressaten bringen.

Dann erlebte die Frauenbewegung in den sechziger Jahren des 20. Jahrhunderts ihre zweite Welle. Plötzlich schimpften Frauen über die «pinkfarbenen Ghettos» in den Zeitungen. Sie wollten nicht mehr versteckt im hinteren Teil und versehen mit eigenem Etikett vorkommen, sondern auf der Frontseite. So verschwanden die Frauenseiten in den siebziger Jahren. Stattdessen erhielten Zeitungsbünde nun geschlechtsneutrale Titel wie «Stil», «Leben» oder «Gesundheit».

Bis 30 Jahre später das Internet die Lage erneut veränderte. Websites, die sich an Frauen richteten, zogen mehr und mehr Klicks auf sich. Nach einer Weile fiel der Trend den Zeitungsmachern ins Auge. Auf Frauen zugeschnittene Medienprodukte versprachen Leserinnen. Mehr Gewinn. Seitdem sind die pinkfarbenen Ghettos wieder da. Und mit ihnen ein Streit unter Frauen, der schon in den sechziger Jahren

geführt wurde. Sind solche Rubriken wirklich Ghettos? Oder eher Oasen, in denen Geschichten aus anderer Perspektive erzählt werden können? Selbstverständlich werde ich mich eines Urteils enthalten. Ich verdiene mein Geld mit einer Frauenkolumne. Aber die Debatte, die im deutschsprachigen Raum bisher wenig, in den USA und in Grossbritannien dafür umso vehementer geführt wird, ist interessant. Manche Frauen fühlen sich aus dem Politik- und Wirtschaftsteil verdrängt. Als sei, wie eine Kommentatorin in der britischen Zeitschrift «New Statesman» schreibt, «die strenge Schwarz-Weiss-Logik der Wirtschaftsseiten» nichts für Frauen, weshalb diese einen eigenen Raum brauchen, voller hübscher Schuhe, da alle Frauen Schuhe liebten.

Egal, was Erfinder wie Autorinnen von Frauenrubriken im Sinn haben: Spezialräume wirken unweigerlich trennend. Während die Frauen in ihren Eckchen über sich und ihresgleichen miteinander plaudern dürfen, weil sie an Politik und Wirtschaft angeblich nicht interessiert sind, verhandeln Männer die weltbewegenden Themen im Rest der Zeitung.

Andere Frauen betonen die Notwendigkeit solcher Nischen - jedenfalls solange im Rest der Zeitung Frauenklischees perpetuiert würden. Wenn die deutsche Bundeskanzlerin Angela Merkel bei den Bayreuther Festspielen auftaucht, wird die Tiefe ihres Décolletés von allen grossen Medien ausgiebig besprochen. Mit Vorliebe wird sie, die mächtigste Frau Europas, ständig als «Mutti» verunglimpft. Da kann man durchaus auf die Idee kommen, sich das nicht antun zu wollen und lieber an einem anderen Ort über die Politik Angela Merkels zu debattieren. Sei er eine Oase - oder ein Ghetto.

*Nina Streeck ist Redaktorin im Ressort Wissen der «NZZ am Sonntag».*