Zeitschrift: Frauezitig : FRAZ
Herausgeber: Frauenbefreiungsbewegung Zürich
Band: - (1985-1986)
Heft: 15

Artikel: Blick für die Frau : alte Rollenklischees neu verpackt
Autor: Weber, Lilo
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-1054762

Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 10.12.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Blick für die Frau

Alte Rollenklischees neu verpackt

Jahrelang haben wir Frauen in der Medienlandschaft ein Aschenputteldasein geführt. Schwierige Themen wie Politik und Wirtschaft beherrschten die Zeitungen, an uns und unseren kurzen Verstand dachte wohl niemand. Doch seit Januar 1985 ist alles anders geworden: Vater BLICK hat eine Tochter geboren, den «Blick für die Frau».

Aber: Bei diesem neuen Presseprodukt geht es — wie immer, wenn Ringier etwas an die Hand nimmt — um knallhartes Geschäft. Der Anteil der Frauen bei den BLICK-LeserInnen ist mit 41 Prozent laut Chefredaktor Peter Uebersax immer «noch unerfreulich tief». Da muss endlich etwas unternommen werden. Im BLICK-Stilbuch lese ich: *Noch immer ist BLICK vorwiegend eine Männer-Zeitung. Wir müssen uns deshalb jeden Tag überlegen: Wo ist heute das Thema, das Frauen wirklich interessiert? (...) Wir sollten uns aber davor hüten, die Frau auf die drei klassischen «K.s.» zu reduzieren: Kinder, Küche, Klatsch. Frauen sind mehr: Sie sind aber auch Käuferinnen einer Zeitung. Auch diesem «K» haben wir im Interesse der Zeitung täglich Rechnung zu tragen.*

Hier haben wir's: Vor allem die Kaufkraft der Frauen interessiert die Leute bei BLICK. Es gilt eine Marktlücke zu schliessen, ein «Blick für die Frau» muss her.

Ich habe diese Frauenzeitung während drei Monaten aufmerksam gelesen, Fazit: Die drei alten «K.s.» reichen offensichtlich noch alleweil zum Geld verdienen, notfalls kann man auch noch ein paar weitere zufügen, Kleider und Kosmetik etwa. Doch diese Beschreibung erklärt die Frauenfeindlichkeit des «Blicks für die Frau» nicht befriedigend. Nicht nur die Themenauswahl — Mode, Schönheit, Kochrezepte, Klatsch usw. — macht den Sexismus aus, vielmehr wird unter der Gürtellinie gegen die Frauen agitiert, gegen erfolgreiche Frauen vor allem. Darin unterscheidet sich das Blatt auch von den andern traditionellen Frauenzeitschriften.

Bei Springer muss beginnen, was klingeln soll in Ringiers Kass'

Grosses Vorbild des Frauenblicks ist das «Bild der Frau» aus dem Springer Verlag, das mittlerweile eine Auflage von 2,5 Millionen erreicht hat. Der Zeitungskopf von «Blick für die Frau» entspricht dem deutschen Pendant haargenau; auch sonst ähneln sich die beiden Blätter stark. Gemeinsame Neuheit: Es sind billige Frauenzeitschriften in Zeitungsform, vierfarbig gedruckt, das «Bild der Frau» kostet nur 70 Pfennige, der Frauenblick Fr.1.20.
Laut Michael Ringier trägt sich die Zeitung noch nicht selbst, das könne man aber erst nach einigen Jahren erwarten. Die Auflage beträgt jedoch 100'000 Exemplare, 80'000 werden wöchentlich verkauft. Die Zahlen sind noch nicht beglaubigt. Alles deutet daraufhin, dass Ringier eine Marktlücke gefunden hat.

Wer eine Frauenzeitung verkaufen will, darf nicht nur über Mode, Schönheit und Küche berichten. So blöd sind die Frauen nun auch wieder nicht, dass sie das fressen würden. Es gilt dem Neuanspruch der Frauen gerecht zu werden, wenn auch nur an der Oberfläche. Das Konzept des «Blicks für die Frau» ist eine Mischung von traditioneller Frauenheftli-Strategie, wo über Mode, Schönheit usw. berichtet wird, und einer Boulevard-Strategie mit Klatsch über Stars und Königshäuser, das Ganze wird mit einem emanzipatorischen Touch dezent gewürzt.
Der Textteil im «Blick für die Frau» macht etwa zwei Drittel des ganzen Umfangs aus. Er besteht aus ca. fünf Seiten Mode und Schönheit, drei Seiten Aktualität und KonsumentInneninformationen, zwei Seiten Klatsch und vier Seiten Dienstleistungen, sprich Tips für alles mögliche und unmögliche. Mindestens eine halbe Seite ist den Männern reserviert, den *Männern von heute* nämlich. Doch dieses Geschlecht fackelt auch bei den übrigen Themen wacker mit.

Aktualität hat für die FrauenblickmacherInnen offensichtlich nichts mit Politik zu tun, diese kommt im Blatt praktisch nicht vor. So wird über die Frauenkonferenz in Nairobi erst am Schluss berichtet, schlagzeilenwürdig ist dieses Thema jedoch nicht, es fehlt auf der «Frontpage», wo alle wichtigen Titel sonst aufgeführt werden. Und: Geschrieben ist der Bericht von einem Mann!

Frauen steht zu eurem Alter, aber bleibt jung!

Einerseits vermittelt der Frauenblick ein traditionelles Frauenbild, die Frau als Sexualobjekt, Ehefrau und Mutter, andererseits will man den Frauen aber auch ein emanzipatorisches Zückerchen geben. Einige Titel tönen denn auch wirklich ganz gut: *Verkäuferinnen müssen besser verdienen* oder: *Auto: Frauen kaufen mit Verstand, Männer mit Gefühl.* Neben all den Kochrezepten, Schönheitstips usw. nehmen sich diese Töne aber eher etwas kläglich aus. Manchmal werden die Widersprüche innerhalb eines einzelnen Artikels deutlich. So verkündet Jane Fonda *Ich stehe zu meinen Falten,* gibt aber gleichzeitig

Bild der Frau

Das Vorbild aus dem Springer-Verlag

Schweden: Die Rolle der Mutter und Hausfrau ist wieder gefragt

Nicht alle Bundesratsfrauen sind modisch gut beraten

Praktische Neuheiten fürs Baby

Sind Sie vom Ehrgeiz zerfressen?

Mutterkomplex?

Tips, wie frau möglichst keine bekommt. Prominente Schweizerinnen werden gefragt, ob die Frauenbewegung die Männer verändert habe, Titel des Artikels: *Der Preis unserer Selbständigkeit ist die Angst der Männer.*

Diese Widersprüche lassen sich ebenfalls an der Sprache des Frauenblicks festmachen. Während auf dem Titelblatt auch mal eine weibliche Form auftreten darf — *Salatrezepte von Schweizer Star-Köch (inn)en* — wimmelt es im Rest der Zeitung von sprachlichen Sexismen. Diese verraten, wes Geistes Kind die FrauenblickmacherInnen sind. Fernsehansagerinnen werden als *Fernsehdamen* und noch schlimmer als *Bildschirm-Beauties* betitelt, sie sähen aus wie *frische Tweenies,* seien aber in Wirklichkeit über vierzig usw. usf. Solch knallharte Töne schlagen nicht etwa Männer an, sondern zwei Frauen, Rita Brechbühl und Antonja Kuhn.

Über die Hochsee-Kapitänin Frau Dr. phil. Marietta Kuntz lese ich, dass *Fräulein Kuntz als Erster Offizier* durch die Karibik fährt. Das Äussere der Frauen ist immer wichtig und fettgedruckt: *Frau Dr. Kapitän sieht aus wie eine brave Tochter aus gutem Haus. Sie trägt einen selbstgestrickten Pullover, hat schöne braune Augen, weiche Locken fallen ihr ins Gesicht.* Und die Message: Die Frau hat zwar einen etwas exotischen Beruf, ist aber sonst ganz in Ordnung, sogar Pullover stricken kann sie.

Andererseits wird Senta Trömel-Plötz zitiert, die Männer würden die Frauen in Gesprächen unterdrücken, lese ich da, geschrieben von einem Mann.

Die meisten Artikel stammen jedoch von Frauen; nur wenn's mal ganz wichtig ist, wie z.B. bei Artikeln übers Fernsehen, greift der Chefredaktor Peter Rothenbühler selbst zur Feder.

Erfolgreiche Frauen dank perversen Männern

Von ehrgeizigen, erfolgreichen Frauen hält man beim «Blick für die Frau» nicht viel. So kann ich z.B. testen, nicht ob ich ehrgeizig bin, sondern ob ich *vom Ehrgeiz zerfressen* bin. Eine Fotomontage zeigt die britische Premierministerin als *Domina Maggie Thatcher.* Ihr Erfolg, steht da, sei im Masochismus der britischen Männer begründet, sie übe bei den ehemaligen Zöglingen britischer Luxus-Schulen eine besondere Art sexueller Anziehungskraft aus. Margaret Thatcher zähle ich bestimmt nicht zu meinen Freundinnen, aber es gibt genügend sachliche Argumente gegen ihre Politik, man braucht nicht unter die Gürtellinie zu zielen. Und ausserdem: Hätte sie nur die Stimmen der ehemaligen Zöglinge von Luxus-Schulen bekommen, wäre sie wohl nie gewählt worden.

Margaret Thatcher wird als Sadistin dargestellt

Doch beim «Blick für die Frau» hält man die Leserinnen eines solchen Gedankenganges nicht für fähig. Das zeigen die Denksport-Aufgaben recht deutlich: *Wann wurde der Artikel über «Gleiche Recht für Mann und Frau» vom Volk angenommen — 1971, 1975 oder 1981? Mit wem war die Schauspielerin Ursula von Wiese verheiratet — mit Thomas C., Werner Johannes oder Kurt Guggenheim?* Auch die Büchertips verraten, dass man nicht allzuviel von den Denkleistungen der Frauen hält, Trivialliteratur, Bücher mit Tips gegen frühes Altern, Memoiren eines Vaters usw. werden empfohlen.

Was «Blick» sucht, hat «Bild» schon gefunden

Immer wieder werden Leserinnenaktionen durchgeführt: Während BLICK täglich halbnackte Sommerleute veröffentlicht, werden die «Blick für die Frau»-Leserinnen aufgefordert, ihr schönstes Kinderfoto einzusenden. Auch andere Bilder sollen geschickt werden: *«Blick für die Frau» sucht die neue Ingrid Bergmann.* Der US-Regisseur Hal Bartlett will den Klassiker «Intermezzo» neuverfilmen — *Frauen zwischen 18 und 35, die scheu, romantisch und verletzlich wirken,* dürfen ein Föteli einschicken mit der Begründung, warum sie sich für die Rolle geeignet halten. Blöd ist nur, dass «Bild der Frau» die neue Ingrid Bergmann schon gefunden hat: Jessika Cardinahl, die Filmpartnerin Ottos. («Bild der Frau» vom 31. Juli 1985)

Im «Blick für die Frau» gibt es durchaus Beschreibungen von fortschrittlichen Frauentypen, einen Artikel über Anita Fetz zum Beispiel. Das Frauenbild, das die Zeitung vermittelt, ist aber deswegen keineswegs fortschrittlich, wie Jürg Bürgi im «Klartext» geschrieben hat. Es geht in diesem Business um «News», immer wieder, und es ist doch ganz klar, dass eine Hochsee-Kapitänin eher «News» ist als eine Hausfrau. Die wichtigen Leute im Frauenblick sind meistens Männer, hin und wieder mal eine Frau, der «News» zuliebe.

Leute von heute sind Männer

Die Hildegard Schwaninger des Frauenblicks heisst Antonia Kuhn. Sie schreibt über Leute von heute, diese entpuppen sich allerdings in den meisten Fällen als Männer. Von 150 Nennungen sind nur ganze 51 Frauen, 25 davon sind Ehefrauen, Freundinnen und Töchter von männlichen Persönlichkeiten. Auf 99 Männer kommen also 26 weibliche Persönlichkeiten — und dies in einer Zeitung für Frauen.

Nur ein einziges Mal befasst sich Antonia Kuhn ausschliesslich mit Frauen: *Nicht alle unserer Bundesratsfrauen fühlten sich beim Staatsbesuch des schwedischen Königspaars wohl in ihrer (zweiten) Haut. Deshalb habe ich die Schweizer Modemacherin Elisabeth Bossard gebeten, die «Kluft» unserer «Berner Damen» kritisch unter die Lupe zu nehmen.* Sechs Frauen von Bundesräten werden also kritisch beaugapfelt, bei der einen zipfelt der Rock, bei der zweiten wäre ein Taft-Mantel angebrachter als der Souvenirschal, eine andere sollte sich für pfiffigere Modelle entscheiden usw... Nur Elisabeth Kopp ist perfekt angezogen — doch halt, was soll denn DIE hier, es geht doch um die Bundesratsfrauen, nicht um die BundesrätInnen. — Was also ist mit Hans W. Kopp? — Doch solche pingelige Unterscheidungen machen die FrauenblickmacherInnen nicht. Frauen werden prinzipiell nach ihrem Äusseren beurteilt, wen kümmert's da, ob sie zufällig Bundesrätinnen oder Ehefrauen sind, das alles ist doch Nebensache.

«Berner Damen» ist nicht der einzige sprachliche Ausrutscher Antonia Kuhns, sie ist, was sprachliche Sexismen betrifft, eine Spitzenkönnerin. Ehefrauen und Freundinnen von männlichen Persönlichkeiten existieren für sie nur mit Vornamen — ob sie wohl mit allen per Du ist? Zum Beispiel: *Sie heisst Diana, ist 34 Jahre alt, UNO-Beamtin und kommt aus Ghana* oder: Udo Jürgens *ohne Freundin Corinna aber mit Ehefrau Panja* und der Gipfel: *Schällibaum-Freundin Sonja wird sich freuen.*

Aber Antonia Kuhn hat gute Kollegen; Roy Spring schreibt in einem Artikel über Cony Hayek, den Enkel des berühmten Nicolas Hayek, *Cony Hayek mit Grossmutter Marianne.*

Frauen haben keine Köpfe

Vier *Köpfe der Woche* werden den Leserinnen jeden Freitag serviert, auf einem sprachlichen Silbertablett sozusagen, versuchen doch die SchreiberInnen die Köpfe besonders originell zu bezeichnen. So steht da zum Beispiel: *Ausgerufen — Ausgebuht — Ausgereift — Ausgespielt,* wirklich sehr spassig. Dass von 48 Köpfen in den von mir untersuchten Nummern nur 16 weiblich, 31 männlich und einer neutral (Retortenbaby) sind, liegt wohl daran, dass Frauen halt keine Köpfe haben — oder wie?

Was in den Köpfen der FrauenblickmacherInnen vor sich geht, verraten die Kopfbezeichnungen recht deutlich: Cornelia Bürki bringt eine *Super-Leistung,* Ursula Andress ist eine *Super-Mutter,* Bob Geldof ein *Super-Mensch* und Sylvester Stallone ein *Super-Held.* Dagmar Wacker ist *jetzt gestresst,* Tina Onassis *jetzt allein,* Heinz Günthardt ist *jetzt beliebt* und Allyn B. Conwell *jetzt bekannt. Und: Moritz Leuenberger ist sehr forsch,* Denise Biellmann *sehr fleissig,* Marc Rich hingegen *sehr schlau* und Lucie Hüsler ist *sehr schön.*

Hier werden Klischees über Frauen und Männer so unverblümt wiedergegeben, dass frau sich fragen muss, ob zehn Jahre Frauenbewegung für die Katz' gewesen sind. Warum schlucken das die Leserinnen? Hin und wieder wird nämlich über Frauen berichtet, die nicht als Sexualobjekte Karriere machen. Monique Bauer zum Beispiel, die von Maureen Reagan als Vorsitzende einer Sitzung des UNO-Hochkommissariats für Flüchtlingsfragen vorgeschlagen wurde, wird im Frauenblick zwar erwähnt, als Kopf der Woche eignet sie sich aber offensichtlich nicht. In derselben Nummer sind Eugen Lüthy, Generalstabschef der Schweizer Armee, Dieter Bartsch, Abfahrtstrainer der *Schweizer Skimädchen,* Sarah Biasini, siebenjährige Tochter von Romy Schneider, und die Retortenbabies wohl wichtigere Köpfe.

Übrigens: Die *Köpfe der Woche* gibt es auch beim «Bild der Frau», da heissen sie jedoch *Männer, über die man spricht.*

Hilfe, Heidi, was kann ich gegen starkes Schwitzen tun?

Frauen sind dumm, sie brauchen unsern Rat, das scheint die Devise der FrauenblickmacherInnen zu sein. In dieser Zeitung hagelt es Hunderte von Tips für dieses und jenes. So lerne ich zum Beispiel, wie ich richtig sonnenbade, was ich gegen dicke oder dünne Beine unternehmen kann, wie ich meine Geranien plazieren und pflegen muss, wieviel ich als werdende Mutter essen darf usw. usf. Ob diese Tips wirklich einem Bedürfnis entspringen, bleibe dahingestellt, Hauptsache, die Leserin hat das Gefühl, jemand kümmere sich um sie — Leserbindung nennt man das in der Branche.

Regelmässig schreiben eine Psychologin, eine Schönheitsberaterin, eine Lehrerin und Mutter, eine Budgetberaterin, eine Tierärztin, eine Ernährungsberaterin, ein Psychiater und ein Frauenarzt. Daneben gibt es die eher dümmlichen Tips von Katy Steinmann, die den Frauen sagt, wie sie ein Picknick einpacken sollen, worauf sie achten müssen, dass sie beim Kochen im Freien keinen Waldbrand verursachen, wozu Dampfkochtöpfe gut sind und wie man einen Ferienprospekt liest.

Rose Marie Rosani ist die «liebe Marta» beim «Blick für die Frau». Ihre Ratschläge sind eher frauenfreundlicher als diejenigen ihrer Kollegin beim grossen Vater. Trotzdem ist nicht einzusehen, weshalb sie auch Briefe von Männern beantwortet, die kommen doch beim BLICK schon genug zu Wort.

Menstruierende Männer machen mich stutzig

Wenn es aber um Frauenkrankheiten geht, müssen Männer her. Frauenarzt Andreas Corrodi sollte wohl die einschlägigen Tips liefern, er scheint sich aber mehr seiner Selbstdarstellung zu widmen: *Unregelmässige Periode: eine Herausforderung für den medizinischen «Detektiv»* oder: *Der Arzt soll der Patientin die Entscheidung* (über Verhütung) *nicht abnehmen, sondern erleichtern. Die Beratung ist aber immer delikat und deshalb Massarbeit.* Da kann frau nur sagen: Bravo, Herr Doktor, Sie machen das wirklich ganz toll, ich habe vollstes Vertrauen.

Frau merkt es, der Doktor steht auf die Pille, aber direkt sagen, will er das nicht. Das Diaphragma erfordere umständliche Manipulationen, meint er.

Über Menstruationsstörungen lässt sich Corrodi verschiedentlich aus. Zyklusstörungen seien oft ein Problem der eigenen Persönlichkeit, lese ich da. — Oha-lätz, das ist jetzt Klartext: Psychologisierung von Krankheiten war schon immer ein beliebtes Mittel der Herren Doktoren, wenn sie mit ihrem Latein am Ende waren. So geben sie den Patientinnen den Wink: Ihr seid an eurer Krankheit selbst schuld.

Um Psychologie geht es auch beim zweiten Doktor, dem Psychiater Emil Pintér. Er schreibt wie der Frauenarzt nur jede zweite Woche, die beiden wechseln sich ab. Auch er befasst sich mit Menstruationsproblemen, nämlich mit denjenigen der Männer: *Kommt ein Patient mit Beschwerden wie Kopfweh, Müdigkeit, Herzklopfen, Magenkrämpfen, Menstruationsstörungen (...) und schreibt diese dem Föhn oder dem Aprilwetter zu, werde ich stutzig.* — Ich auch, lieber Herr Doktor, vor allem möchte ich wissen, was sie den menstruierenden Männern verschreiben, Binden oder Tampons?

Angst macht laut Pintér nicht krumm, sondern krank. Aber Angst sei in unserer Welt völlig fehl am Platz: *Wir leben (in Westeuropa) in noch nie dagewesenem Wohlstand, Freiheit* (sic!) *und seit 40 Jahren Frieden. Hat es je eine bessere Welt als die unsere gegeben?* Die Massenmedien seien die Miesmacher, man halse uns kollektive Angst auf. Das beste Rezept dagegen sei die Freude am Leben. — So einfach ist das!

Doch der Doktor bringt's noch viel dicker. Er hat herausgefunden, dass nicht nur Männer aggressiv sind, das sei ein Vorurteil unserer männerorientierten und -regierten Gesellschaft. — Tönt doch gut, oder? Aber jetzt kommt's: *Ich habe Gelegenheit gehabt, eine satte Zahl von Mörderinnen und Gewalttäterinnen psychiatrisch zu begutachten. Sie sind auch nicht schwächer als ein Mann, wenn sie Messer oder Pistole in der Hand haben.* Und: *Ich könnte von meiner Praxis aus ein «Haus für geschlagene Männer» mühelos füllen.*

Mir verschlägt es die Sprache. Seit Jahren reden wir von Gewalt gegen Frauen — nichts ist dagegen unternommen worden, es wird immer schlimmer. Und da kann sich eine FRAUENzeitung leisten, einen Mann derartige Sprüche klopfen zu lassen. Da nützen auch die wirklich guten Artikel von Bea Emmenegger über Frauenlöhne, Frauenhandel usw. nichts. Sie können das wöchentlich gepredigte Frauenbild nicht ändern.

Überhaupt ärgert es mich, dass so viele Frauen an diesem Eintopf mitkochen. Selbst die bürgerliche Frauenrechtlerin Susanna Woodtli ist sich nicht zu schade, da mitzumischeln, obwohl sie es mit ihrem Artikel über Frauen im Krieg wahrscheinlich gut meint.

Denn: Nicht die Tatsache, dass im Frauenblick über Haushalt, Mode und Schönheit geschrieben wird, offenbart die Frauenverrachtung dieses Blattes, viel perfider sind die Hiebe unter die Gürtellinie: die Verunglimpflichung der erfolgreichen Frauen, die Lobhudelei auf die Männer und die sprachlichen Sexismen:

Der «Blick für die Frau» ist ein BLICK gegen die Frau.

Lilo Weber

Anmerkungen:

Ich brauche «man» im Sinne von männerdominiertem Journalismus, der aber leider Göttin von vielen Frauen mitgetragen wird.

Genau untersucht wurden «Blick für die Frau» Nr.18 bis und mit Nr.29.

Empfehlenswerte Literatur:

Bürgi, Jürg (Hrsg.): BLICK immer dabei. Die tägliche Inszenierung des gesunden Volksempfinden. Lenos Verlag, 1985, Fr.25.—.

Wir vertreten doch dieselben Interessen...

Redaktorinnen von «Blick für die Frau» im Gespräch

«Der Blick für die Frau» ist ein BLICK gegen die Frau, das ist Fazit meiner Analyse dieser Zeitung. Was sagen die Redaktorinnen zu diesen Vorwüfen? Ich habe mit drei von ihnen gesprochen: mit den beiden Mitgliedern der leitenden Redaktion Monique Henrich (M.H.), Leiterin des Ressorts Aktualität, und Antonia Kuhn (A.K.), Leiterin des Ressorts Leute, und mit der Redaktorin Monika Glisenti (M.G.), ebenfalls im Ressort Aktualität beschäftigt. Das Gespräch fand am 15. August in der Redaktion von «Blick für die Frau» statt.

Interview: Lilo Weber

FRAZ: Gefällt ihnen die Arbeit beim «Blick für die Frau»?

M.H.: Phantastisch!

FRAZ: Wie stellen Sie sich Ihre Leserinnen vor?

M.H.: Ich möchte die Leserin nicht in ein Schema pressen. Ich will möglichst viele Frauen ansprechen, von vielen verschiedenen Altersstufen, aus allen sozialen Schichten.

FRAZ: Also auch die gebildeten Frauen?

M.H.: Ja, auf jeden Fall.

FRAZ: Und wie sehen Sie sich selbst als Frau in der Gesellschaft?

M.H.: Ich betrachte mich eigentlich als emanzipierte Frau. Aber es kommt drauf an, wie man Emanzipation definiert. Ich finde, auch eine Hausfrau mit drei Kindern kann emanzipiert sein, wichtig ist, dass sie in ihrem Kreis glücklich ist.

A.K.: Es ist die Entscheidung jeder Frau, was sie aus ihrem Leben macht; egal was sie macht, man muss es akzeptieren.

> Auch eine Hausfrau mit drei Kindern kann emanzipiert sein.

FRAZ: Die glückliche Frau ist also die emanzipierte Frau?

A.K.: Die Frau, die selbst entscheiden kann, welche Art von Leben sie führen will, und das auch umsetzen kann, ist recht frei, finde ich.

M.H.: Aber das ist völlig unabhängig von Beruf und Position.