

vom Interesse der jeweiligen Kommune ab, die für Idis gesammelten Angaben auch den eigenen Dateien einzuverleihen. Bei manchen Gemeinden scheint der Sammeleifer ungebrochen: „Schokkiert“ ist NRW-Kultusminister Girgensohn, daß nach dem Regierungsverdikt das fragwürdige Papier auch noch unverändert an Rhein und Ruhr verteilt wird.

Total mißverstanden fühlen sich unterdessen die Bielefelder Analytiker. „Was wir machen“ erklärt Idis-Dezernent Wolfgang Gerdel, „ist medizinisch notwendig.“ Mit Hilfe ihres Fragenrepertoires wollen die Medizinalstatistiker die Häufigkeit von bestimmten Krankheiten feststellen, die Untersuchungsmethoden von Amtsärzten erforschen und Grundlagen für eine Standardisierung des Schulärzte-Tests erarbeiten.

Die Methode ist nur bedingt tauglich. Untersuchungen über eine längere Zeitdauer, für Sozialmediziner sinnvoll, sind wegen der Fluktuation der Schüler und der Ungenauigkeit der Angaben nicht möglich. Das Düsseldorfer Sozialministerium hegt denn auch Zweifel, „ob ein solcher Aufwand bei einer Routineuntersuchung überhaupt was bringt“. Fraglich aber ist zudem, ob die mittlerweile über mehr als eine Million Schüler gesammelten Informationen auch tatsächlich — wie Idis beteuert — „vor jedem Zugriff gesichert sind“.

Häufig genug werden die von den Medizinem angelegten Schülerkärtchen unverschlossen in Schulen aufbewahrt, und die in den Computer eingespeicherten Daten sind derzeit noch immer nicht anonymisiert. „Wir hatten noch keine Zeit“, erklärten treuherzig die Bielefelder, „die entsprechenden Angaben zu löschen.“

Zweifel daran, daß die Schülernamen automatisch verschwinden, hegt die Vorsitzende des Elternverbandes in Nordrhein-Westfalen, die SPD-Landtagsabgeordnete Anke Brunn. „Der Staat“, glaubt sie, „läßt doch keine Gelegenheit aus, neue Informationen zu speichern.“ Ohnehin werden seit einiger Zeit in den meisten Bundesländern elektronische Schülerdateien aufgebaut, in denen dann, so beispielsweise im Kreis Hannover, die Krankheitsangaben von Schülern, ebenso Impflisten, Zensuren und Elterndaten gespeichert werden.

Bei soviel Datensammelei kommt den Ministerien schon mal der Überblick abhanden. „Total überrascht“ registrierte letzte Woche das niedersächsische Kultusministerium, daß die von ihm einst beanstandeten und damals ausdrücklich zurückgezogenen „Bielefelder Fragebogen“ jetzt auch wieder in Braunschweig und Hannover verwendet werden.

PROZESSE

Ofen aus

Daß eine Bratpfanne „Emma“ heißen soll, ließ „Emma“-Herausgeberin Alice Schwarzer nicht ruhen. Sie lief vors Gericht.

Eigentlich sollte die neue Bratpfanne „Minna“ oder „Annette“ heißen. Doch die negativen Assoziationen, so fanden die Werbeleute, „jemanden zur Minna machen“ etwa oder „Grüne Minna“, sprachen gegen den ersten Vorschlag. Und Annette klang ihnen



„Emma“-Herausgeberin Alice Schwarzer
Zerstörerisches von der Pfanne



**Ich bin die blaue Emma,
die Pfanne von Silit.
Für Fleisch, für Wurst,
für Omelettes,
für Eier und Pommes frites.
Mir kann kein Bratenwender,
kein Schaber etwas tun;
bin gegen Überhitzung
beim Braten ganz immun.**

„Emma“-Bratpfannen-Werbung
Klänge nach treuer Seele

„zu zerbrechlich, zu zierlich und zu feinfühlig“.

Aber dann hatten sie's. Das neue, spezialemaillierte Küchengerät der Firma Silit für Frauen aus Schwäbischen Riedlingen wurde „Emma“ getauft. Denn „Emma“, fanden die Werbestrategen, das klinge nach treuer Seele und echter Perle, damit assoziiere man Werte wie: „einfach, bieder, verlässlich, resolut und robust“. Silit-Marketingchef Joachim Bullermann: „Wer Emma heißt, weiß eben, was im Haushalt Sache ist.“

Das hatte sich Bullermann so gedacht. „Emma“ heißt jedoch auch ein Magazin für Frauen aus Köln, und als dessen Herausgeberin Alice Schwarzer von der namensgleichen Pfanne (Slogan: „Emma wird es nie zu heiß“) hörte, war der Ofen aus. Für Alice Schwarzer war klar, daß da jemand den Zeitschriften-Namen ausnützen und „die Kennzeichnungskraft der Marke Emma zu zerstören, beziehungsweise zu verwässern drohte“. Sie verlangte eine Unterlassungserklärung und ging vors Kölner Landgericht.

Hinten auf der Schwäbischen Alb beteuerten die Silit-Manager ihre Unschuld. Sie „kennen zwar“ Alice Schwarzer, „weil sie mal im Aktuellen Sportstudio aufgetreten ist“. Aber daß die Bratpfanne mit dem Frauenmagazin ins Gehege kommen könne, darauf seien sie „bestimmt nicht gekommen“.

Auch bei Werbesprüchen wie „Emma hat was Gutes oben drauf“ sei nicht an lebende Wesen oder jenes Blatt gedacht worden, und überhaupt: „Die Sympathisanten der Zeitschrift“, sagt Bullermann nach eingehender Lektüre, „bilden, vorsichtig ausgedrückt, nicht die Zielgruppe unserer Werbung.“

Die Pfannenpropaganda hat schon rund eine Million Mark gekostet. Hauptwerbemittel sind Funkspots, in denen Marlene Dietrichs „Lola“-Lied aus dem „Blauen Engel“ abgewandelt war: „Ich bin die fesche Emma.“

Für den Marketing-Mann ist es undenkbar, daß „der Allerweltsname Emma“, der bereits für rund 50 Produkte aller möglichen Branchen erhalten mußte, „nun plötzlich für die Zeitschrift zu monopolisieren sein könnte“. Deshalb schlugen die schwäbischen Topf- und Pfannenmacher mit einer Feststellungsklage gegen den „Emma“-Verlag zurück. Sie wollen klären lassen, daß die „Hauspostille der Frauenbewegung“ keinen Emma-Alleinvertretungsanspruch erheben kann. Verhandelt wird im August.

Dann muß sich zeigen, ob jemand einen Namen für sich reservieren kann, der in so bekannten Kombinationen wie „Tante-Emma-Laden“ vorkommt. Oder auch in Röhrichs „Lexikon der sprichwörtlichen Redensarten“ mit der Wendung „Alles Scheiße, deine Emma“.