JEANS STATT BURKA

Frauen, die in Afghanistan zu viel Haut zeigen, riskieren ihr Leben. Fatana Hassanzada gründete „Gellarah“, das erste afghanische Frauenmagazin, das auch westliche Mode zeigt. Ohne Verschleierung

Interview Jana Felgenhauer

Sie zeigen Mode und geben Beauty-Tipps. Haben afghanische Frauen nicht andere Probleme?
Nach Jahren des Krieges haben die Frauen langsam wieder Interesse an Styling und Mode. Sie sind zum Glück nicht mehr gezwungen, eine Burka zu tragen, in der man weder richtig laufen noch richtig sehen kann. In unserem Magazin zeigen wir traditionelle Mode, aber auch westliche Marken wie Topshop und Asos, und berichten über Fashionshows in New York und Paris.
Können Sie in Kabul Mode und Make-up überhaupt tragen?
Viele von uns schminken sich, tragen Jeans, darüber aber langärmlige Shirts und Tuniken. Wir dürfen nicht experimentieren oder zu viel Haut zeigen. Die meisten kaufen auf Märkten ein, wo es allerdings nur türkische und indische Labels gibt. Auf Privatpartys und Hochzeiten tragen wir bunte Kleider und legen die Kopftücher ab. Wir dürfen nur nicht ohne auf die Straße, in die Uni oder Restaurants. Sonst würden uns die Taliban sicher umbringen.
Covermodels waren bisher Sängerin Muzhda Jamalzada und Autorin Nahid Shahalimi – ohne Kopftuch.
Deshalb gab es viele Beschwerden. Männer, aber auch Frauen schrieben, dass wir nicht „islamkonform“ seien, und bedrohten uns auf Facebook. Wir haben unser Magazin auch schon Männern auf der Straße gezeigt. Die meisten reagieren mit Ablehnung, sie wollen nicht, dass afghanische Frauen „westlich“ werden. Wir wollen aber die gleichen Rechte wie Männer und tragen dürfen, was uns gefällt.
Was mögen Sie an westlicher Mode?
Sie ist unkompliziert, bequem, aber stylish. Leider können wir sie hier

„Wenn wir ohne Kopftuch auf die Straße gingen, würden uns die Taliban sicher umbringen“

nicht kaufen oder im Internet bestellen. Man kann sich nur etwas aus dem Ausland mitbringen.
Woher kam die Idee, eine Frauenzeitschrift zu gründen?
Die Idee zu einem Magazin entstand in einem Buchklub an der Uni. Es hat uns immer sehr geärgert, dass wir in den Medien so negativ dargestellt werden. Es gibt nur Berichte über Frauen, die getötet wurden, familiäre Probleme haben, im Gefängnis sitzen. Bei uns gibt es positive Geschichten über Feministinnen, Künstlerinnen, Frauen, die Yoga und Taekwondo machen. Viele haben ein negatives Frauenbild verinnerlicht. Das wollen wir ändern! Wir sprechen Tabus an und möchten ihnen Selbstbewusstsein zurückgeben.
Um welche Tabuthemen geht es?
Es gibt Artikel über Verhütung, Brustkrebs, Abtreibung, Scheidung, wir erklären Tinder. In der zweiten Ausgabe haben wir einen Beitrag zum Thema Menstruation – die bei uns immer noch als Krankheit gilt.
Lebt man als Redakteurin eines Lifestylemagazins in Afghanistan nicht ständig in Gefahr?
Wir sprechen nur mit Familienmitgliedern und engen Freunden über das Magazin. Die Redaktion liegt an einem geheimen Ort, damit wir keine Opfer von geplanten Anschlägen werden. Vor unserem Büro stehen Sicherheitsmänner. Trotzdem verteilen wir „Gellarah“ selbst, bringen sie zu Buchläden, in Beautysalons, an die Uni.
Wie arbeitet die Redaktion?
Sie besteht aus 14 Frauen, die layouten, schreiben, übersetzen und fotografieren. Wir recherchieren im Internet und lesen internationale Magazine wie „Cosmopolitan“ und „Vogue“. Es gibt zwar ein paar Anzeigenkunden, aber das Team arbeitet im Moment noch ohne Gehalt.
Nur 15 Prozent der Frauen können lesen, 80 Prozent leben auf dem Land. Wer ist Ihre Zielgruppe?
Das stimmt, das ist ein Problem. Viele unserer Leserinnen sind Studentinnen, junge, modebewusste Frauen zwischen 16 und 35 Jahren. Wenn wir das Magazin persönlich verteilen, erklären wir unser Anliegen, ein paar Hefte schicken wir zu Bekannten in die Provinzen und hoffen, dass unsere Themen auch da Diskussionen anstoßen.

FATANA HASSANZADA, 23, arbeitet seit sieben Jahren als Journalistin. Seit 2017 ist sie Chefin von „Gellarah“

„Gellarah“-Redakteurinnen, die ihr Magazin persönlich verteilen. Bei der ersten Ausgabe gab es 2000, bei der zweiten schon 5000 Exemplare. Ein Heft kostet 1,30 Euro

Fotos: Jawad Jalali/EPA/Rex Features/Shutterstock