

Antworten zur Cyberwaffe «Flame»

SICHERHEIT Experten haben ein neues, hochkomplexes Schadprogramm entdeckt. Wir beantworten die sieben brennendsten Fragen zur Spionagesoftware «Flame».

Was ist «Flame»?

«Flame» ist ein Baustein für Angriffsoftware, welche die Eigenschaften eines Trojaners, Wurms und Backdoor (Umgehung der normalen Zugriffssicherung) besitzt. «Flame» kann sich in einem lokalen Netzwerk oder auf Datenträgern verbreiten.

Wie hoch entwickelt ist «Flame»?

Laut der IT-Sicherheitsfirma Kaspersky ist «Flame» eine der «komplexesten Bedrohungen», die je entdeckt worden sind. Zwei Dinge sind ungewöhnlich: Die

Software besteht erstens aus verschiedenen Modulen, die zusammen eine Grösse von 20 Megabyte haben. Zum Vergleich: Stuxnet war etwa 20-mal kleiner (siehe Kasten). Der Code von «Flame» hat zweitens eine Länge von über 3000 Zeilen der Programmiersprache Lua. Ein gewiefter Programmierer muss dafür einen Monat lang arbeiten.

Was richtet «Flame» an?

Die Software kann Tonaufnahmen machen, falls der befallene Computer über ein Mikrofon verfügt. Das ist neu. «Flame» kann auch Screenshots aufnehmen. Für Stirnrunzeln sorgt zudem, dass «Flame» Bluetooth-Schnittstellen ansteuern kann.

Wann wurde «Flame» geschaffen?

Die Spezialisten von Kaspersky haben Dateien gefunden, die angeblich aus den Jahren 1992, 1994 und 1995 stammen. Möglicherweise wollten die Program-

CYBERWAFFEN

Stuxnet und Duqu Die meisten Computerschädlinge werden von Cyberkriminellen in Umlauf gebracht, die mit ihren Programmen Geld machen wollen. Doch mittlerweile entdecken Anti-Virus-Experten zunehmend auch Schadprogramme, die politische Zwecke erfüllen sollen.

Der Computerwurm Stuxnet ist im Jahr 2011 zum Synonym für Angriffe auf grosse und wichtige Infrastrukturen wie Industrieanlagen oder Stromnetze geworden. Der Schädling war auf

mier des Virus damit aber eine falsche Spur legen. Kaspersky geht eher davon aus, dass die Software nicht früher als 2010 programmiert worden ist.

eine bestimmte Konfiguration von Siemens-Industriesystemen zugeschnitten. Experten gehen davon aus, dass er geschrieben wurde, um das iranische Atomprogramm zu sabotieren.

Der Trojaner Duqu wird von Experten als «der kleine Bruder von Stuxnet» bezeichnet. Er sammelt Daten von Computern und übermittelt sie an seine Entwickler. Die Software hat offenbar das Ziel, Industrieanlagen für weitere Angriffe auszuspionieren. *sda*

Warum heisst der Virus «Flame»?

Eines der Hauptmodule, die «Flame» (englisch für Flamme) zum Laufen bringen, hat diesen Namen.

Wer steckt hinter «Flame»?

Kaspersky vermutet wegen der Komplexität des Programms, dass eine hochtechnologisierte Nation den Schädling programmieren liess und in Umlauf gebracht hat. Als übliche Verdächtige gelten die USA und Israel.

Wo kam «Flame» zum Einsatz?

In arabischen Ländern, auch im Iran. Ausgewählte Ziele wie Atomanlagen wurden aber nicht angegriffen. Vielmehr ist «Flame» darauf ausgerichtet, so viele elektronische Daten wie möglich zu sammeln. *Jon Mettler*

Transparenz bei Migros

DETAILHANDEL Wie andere Grossverleiher führt auch die Migros eine Reihe von Produkten, die aus den von Israel besetzten palästinensischen Gebieten stammen. Deren Herkunft soll nun deklariert werden.

Heute stammen solche Produkte gemäss Herkunftsangabe schlicht aus «Israel». Darunter sind etwa Datteln, Kartoffeln, Früchte, Küchenkräuter oder Soda-Club-Geräte. Tatsächlich kommen einzelne Artikel jedoch aus palästinensischen Gebieten, die von Israel besiedelt sind, wie es in einer Meldung des «Migros-Magazins» vom Montag heisst. Die betreffenden Siedlungen werden von der UNO und vom Bundesrat als völkerrechtswidrig beurteilt.

Bisher konnten die Kunden nicht feststellen, ob die Migros-Produkte aus den illegalen Siedlungen stammen. Darum sollen diese nun mit «Westbank, israelisches Siedlungsgebiet» oder «Ostjerusalem, israelisches Siedlungsgebiet» gekennzeichnet werden. Die Migros plant, die neue Deklaration Mitte 2013 einzuführen.

Entscheid beim Kunden

«Wir sorgen damit für Transparenz, damit der Kunde selber entscheiden kann, ob er das Produkt kaufen will oder nicht», sagt Migros-Sprecherin Monika Weibel. Die Produkte ganz aus dem Sortiment zu nehmen, ist für den Grossverleiher jedoch kein Thema. «Die Migros verhält sich politisch neutral. Wir wollen den Kundinnen und Kunden die Wahl lassen», sagte Weibel. Schliesslich gebe es kein Verbot, Produkte aus Israel zu importieren.

Für die Erklärung von Bern (EvB) ist die Deklaration von Produkten aus den israelischen Siedlungsgebieten grundsätzlich ein Schritt in die richtige Richtung. Es liege in der Verantwortung der Konsumenten, darauf zu achten, woher ein Produkt komme, und einen bewussten Kaufentscheid zu fällen, sagt Andrea Hüssler von der EvB.

Sara Stalder, Geschäftsleiterin der Stiftung für Konsumentenschutz, hält die von der Migros geplante Deklaration für fragwürdig. Es sei für den Konsumenten verwirrend, nur Produkte aus einem bestimmten Krisengebiet zu deklarieren und alle anderen Regionen auszublenden. Stalder spricht sich dafür aus, die Herkunft aller Produkte exakt anzugeben. *sda*



Viel Lila in Heartlake City: Der dänische Spielzeughersteller Lego nimmt einen neuen Anlauf, um Mädchen gezielter anzusprechen.

Desperate Housewives für Mädchen

LEGO FRIENDS Immer wieder versuchte Lego, Mädchen mit speziellen Bausätzen anzusprechen. Mit der neuen Produktlinie Lego Friends scheint dies nun erstmals zu klappen. Damit ist die dänische Firma aber auch in die Kritik geraten.

Willkommen in Heartlake City! Im in hellem Lila und Blau gehaltenen Stadtzentrum wohnen nur Mädchen. Sie heissen Mia, Emma, Andrea, Stephanie und Olivia. Mit ihren kurzen Röcken, weiblichen Rundungen und geschminkten Augen ähneln sie eher einer Barbie-Puppe als einem kantigen Lego-Männchen. Die Freundinnen betreiben Schönheitssalons, Tierkrankenhäuser und Cafés. In ihrer Freizeit treten sie als Musikerinnen auf, baden im Swimmingpool oder verweilen im Baumhaus.

Die Figuren und Bausätze sind Teil von Lego Friends, der neuesten Produktlinie des dänischen Spielzeugherstellers. Sie richtet sich speziell an Mädchen im Alter von fünf bis acht Jahren. In der Schweiz hat Lego die Bausätze im März 2012 lanciert.

Raumschiffe und Ninjas

Was für ein Kontrast zur herkömmlichen Spielwelt von Lego mit japanischen Schattenkämpfern, Raumschiffen, Superhelden, Kampfrobooten, Dinosaur-

iern und Videospielen. Diese konsequente Fokussierung auf Knaben bescherte den Dänen zwischen 2007 und 2011 eine Vervielfachung des Gewinns auf 4,1 Milliarden Kronen (umgerechnet 656 Millionen Franken).

Nur hat Lego damit auch die Hälfte der Konsumenten und deren zahlungswillige Eltern ausgeschlossen – die Mädchen. Versu-

«Es ist natürlich lukrativer, wenn es eine Spielwelt für Jungs und eine für Mädchen gibt.»

Franziska Schutzbach, Uni Basel

che, die Girls zum Spielen mit dem Bauklötzchen zu bewegen, hat es immer wieder gegeben. Zu erwähnen sind Lego Belville (seit 1994), Homemaker (1971 bis 1982), Paradisa (1991 bis 1997) und Scala (1997 bis 2001). Mit Lego Clikits (2003 bis 2008) konnten sich Mädchen eigenen Schmuck bauen. Durchsetzen konnte sich Lego aber nicht.

Erst mit Lego Friends scheint das Unternehmen bei seiner neuen Zielgruppe anzukommen. In der Schweiz ist man jedenfalls mit dem Verkaufsstart zufrieden: «Die ersten Ergebnisse liegen über unseren Erwartungen», sagt

Kathrin Sasse, Junior PR-Manager bei Lego. Lego Friends strebe langfristig einen Anteil am Gesamtumsatz im mittleren einstelligen Prozentbereich an.

Vier Jahre Forschung

Um Lego Friends zu entwickeln, hat sich das Unternehmen gut vorbereitet: Vier Jahre lang hat Lego weltweit eine Studie bei 3500 Mädchen und deren Müttern durchgeführt. Die Entwickler wollten herausfinden, was die Mädchen zum Spielen anspornt. Das Resultat: detailreichere Bausätze mit Schwerpunkt auf Inneneinrichtungen, eine hellere Farbgebung, realistischere Spielfiguren, die Möglichkeit zum Rollenspiel und eine Spielwelt mit einem dramaturgischen Handlungsbogen.

Doch das neue Mädchenspielzeug trifft nicht nur auf Gegenliebe. In den USA regt sich Widerstand. Frauenrechtlerinnen der Organisation Change werfen dem Unternehmen vor, «Mädchen auszuverkaufen». In einer Petition forderte Change Lego auf, das geschlechtsspezifische Marketing zu beenden. Immerhin standen über 50 000 Unterschriften unter der Petition. Die Folge: Lego musste einem Treffen mit Change zustimmen.

Kritik aus der Schweiz

Auch in der Schweiz wird Lego Friends kritisch betrachtet: «Die

Spielzeuge sind ein Rückfall in eine Stereotypisierung – «Desperate Housewives» für Fünfjährige quasi», sagt Franziska Schutzbach vom Zentrum Gender Studies der Universität Basel. «Desperate Housewives» ist eine erfolgreiche US-Serie, in der es um Freundinnen geht, die zugleich Hausfrauen sind.

«In Heartlake City werden Frauen verhäuslicht und haben keine gesellschaftlich relevanten Aufträge wie die Superhelden der Star-Wars-Kollektion», so die Mutter eines Mädchens und eines Bubens.

Problematisch findet Schutzbach auch, dass die Unternehmen beim Marketing immer mehr nach Geschlechtern trennen und damit «wieder verstärkt normierende Vorstellungen von «Weiblichkeit» oder «Männlichkeit» etablieren». «Es ist natürlich lukrativer, wenn es eine Spielwelt für Jungs und eine für Mädchen gibt.»

Immerhin kann Schutzbach Lego Friends auch etwas Positives abgewinnen. Wenigstens biete die Klötzchenspielwelt überhaupt wieder weibliche Figuren.

Fairerweise sei erwähnt, dass es in Heartlake City ein Labor hat. Hier betätigt sich Olivia als Erfinderin. Für die politisch korrekte Quotenfrau aus der Männerwelt der Naturwissenschaften hat Lego also bereits gesorgt. *Jon Mettler*



«Die AUNS will gar nicht die Volksrechte stärken, sondern internationale Kooperationen verhindern.»

Christa Markwalder, Nationalrätin FDP



www.auns-initiative-nein.ch
Komitee «NEIN zur schädlichen AUNS-Initiative» PF 5825, 3001 Bern

ANZEIGE

Presse-TV ohne Ringier

FERNSEHEN Ringier stellt die Produktion seiner Presse-TV-Sendungen Ende 2012 ein. Die Sendungen sind seit Jahren unrentabel. Mehrere Mitarbeiter werden entlassen.

Wie Ringier am Dienstag mitteilte, fallen 35 Vollzeitstellen weg. Wie viele Mitarbeiter die Kündigung erhalten und wie viele an einem anderen Ort im Unternehmen beschäftigt werden, ist bis jetzt noch unklar.

Sozialplan vorgesehen

Die Kündigungen werden per Ende 2012 ausgesprochen. Ein Sozialplan ist vorgesehen. Die Redaktionsteams am Sitz in Zürich-Oerlikon wurden gestern Dienstagmorgen über das Ende ihrer Sendungen informiert. Bereits am Nachmittag begannen bereits die ersten Kündigungsgespräche.

Presse-TV produzierte die Formate «Cash TV», «Gesundheit-Sprechstunde», «Motorshow TCS» und «Sonntagsblick-Standpunkte». Wie Ringier-Sprecher Edi Estermann sagte, waren nicht alle Sendungen unrentabel. Es bringe aber wenig, einzelne Formate weiterzuproduzieren. Die Geschäftsleitung habe deshalb den Grundsatzentscheid gefällt, das gesamte Paket einzustellen.

Zu wenig Einnahmen

Grund für die roten Zahlen sind die zu geringen Werbe- und Sponsoringeinnahmen wegen der gegenwärtigen konjunkturellen Lage.

Presse-TV, das heisst dessen verbleibende Aktionäre, bedauern den Ausstieg Ringiers. *sda*

Heizöl Preise

Richtpreise inklusive MwSt. und LSWA (Preise der Vorwoche in Klammern)		
Langenthal und Umgebung		
1000 Liter	113.80	(112.80)
3000 Liter	107.10	(106.10)
6000 Liter	101.90	(100.90)
Solothurn und Umgebung		
1000 Liter	k. A.	(114.30)
3000 Liter	k. A.	(103.00)
6000 Liter	k. A.	(101.40)
Bern und Umgebung		
1000 Liter	115.90	(114.50)
3000 Liter	109.00	(107.60)
6000 Liter	103.40	(102.00)
Münsingen, Thun, Emmental		
1000 Liter	116.60	(115.20)
3000 Liter	109.80	(108.40)
6000 Liter	104.10	(102.70)
Wimmis, Spiez, Interlaken, Nidwässern		
1000 Liter	117.30	(115.90)
3000 Liter	110.50	(109.10)
6000 Liter	104.80	(103.40)
Brienz, Lauterbrunnen, Frutigen, Zweisimmen		
1000 Liter	118.70	(117.30)
3000 Liter	111.80	(110.40)
6000 Liter	106.20	(104.80)
Region Grindelwald, Meiringen, Lenk, Saanenland, Adelboden		
1000 Liter	119.80	(118.40)
3000 Liter	113.00	(111.60)
6000 Liter	107.30	(105.90)

www.swissoilbernsolothurn.ch
Preise je 100 Liter Heizöl extraleicht franko Tank am 29. Mai 2012 (Preis in Franken).
Im Brennstoffpreis inbegriffen: CO₂-Abgabe von Fr. 10.28 je 100 Liter.