



**Aus:**

*Dorothee Beck*

## **Politikerinnen und ihr Griff zur Macht**

### Mediale Repräsentationen von SPD-Spitzenkandidatinnen bei Landtagswahlen

Oktober 2016, 288 Seiten, kart., 34,99 €, ISBN 978-3-8376-3655-0

In der Optik der Medien sind Frauen als handlungsmächtige Akteurinnen in der Spitzenpolitik angekommen. Weiblich kodierte Eigenschaften werden dabei politisiert und als dem sprichwörtlichen politischen Alphamännchen überlegen inszeniert.

Dorothee Becks Analyse von SPD-Spitzenkandidatinnen bei elf Landtagswahlen im Verlauf von 18 Jahren, darunter die skandalisierte Hessen-Wahl mit Andrea Ypsilanti sowie die Ministerpräsidentinnen Hannelore Kraft und Heide Simonis, zeigt: Die Dichotomie der politischen Öffentlichkeit und der Privatsphäre in medialen Inszenierungen verändert sich kontextbezogen zu einem komplementären Verhältnis – die Darstellung hält jedoch allzu oft Geschlechterstereotypen aufrecht und bleibt traditionellen Metaphern verhaftet.

**Dorothee Beck** (Dr. phil.), geb. 1961, hat über mediale Repräsentationen von Spitzenpolitikerinnen promoviert. Die Journalistin arbeitet als Politik-, Medien- und Kommunikationsberaterin für Non-Profit-Organisationen und forscht zum Verhältnis von Politik, Medien und Geschlecht.

Weitere Informationen und Bestellung unter:

[www.transcript-verlag.de/978-3-8376-3655-0](http://www.transcript-verlag.de/978-3-8376-3655-0)

# Inhalt

---

## Vorwort und Dank | 7

## 1. Einführung: Politik, Medien, Geschlecht | 9

- 1.1 Thema und Erkenntnisinteresse: Spitzenpolitikerinnen in den Medien | 9
- 1.2 Partizipation in androzentrismen Kontexten | 12
- 1.3 Medialisierung von Politik | 13
- 1.4 Geschlecht: sozial, diskursiv und performativ konstruiert | 14
- 1.5 Fragestellung:  
Repräsentationen von Geschlecht und der Griff zur Macht | 16
- 1.6 Aufbau der Arbeit | 17

## 2. Forschungsdiskurse | 19

- 2.1 Zugänge aus Politik- und Kommunikationswissenschaft | 19
- 2.2 Politik als androzentrismes Feld | 20
- 2.3 Die Positionierung von Frauen im politischen Feld | 24
- 2.4 Medienbilder von Politikerinnen | 31
- 2.5 Anschlüsse und Verknüpfungen | 45

## 3. Theoretischer Rahmen | 47

- 3.1 Einleitung: Öffentlichkeit, Privatheit und die Konstruktion von Geschlecht | 47
- 3.2 Politische Öffentlichkeit und Privatheit: Dichotomie in der Kritik | 48
- 3.3 Geschlechterwissen als Deutungsrahmen für Konstruktionen | 61
- 3.4 Verknüpfungen:  
Geschlechterwissen als Deutungsrahmen für Öffentlichkeit | 69

## 4. Forschungsdesign und Methode | 71

- 4.1 Erkenntnistheoretische Reflexion I: Hinweise zum Forschungsparadigma | 72
- 4.2 Erkenntnistheoretische Reflexion II: Medientexte als Repräsentationen | 73
- 4.3 Forschungsfragen und forschungsleitende Annahmen | 74
- 4.4 Sampling I: Die Politikerinnen | 78
- 4.5 Sampling II: Die Medien | 81

- 4.6 Analyseverfahren | 86
- 4.7 Reflexion des Forschungsprozesses:  
wie aus Empörung Wissenschaft wird | 94
- 4.8 Gütekriterien und Transparenz | 95

## **5. SPD-Spitzenkandidatinnen bei Landtagswahlen | 99**

- 5.1 Renate Schmidt, Bayern 1994 und 1998 | 99
- 5.2 Ingrid Stahmer, Berlin 1995 | 101
- 5.3 Ministerpräsidentin Heide Simonis, Schleswig-Holstein 1996,  
2000 und 2005 | 102
- 5.4 Ute Vogt, Baden-Württemberg 2001 und 2006 | 104
- 5.5 Andrea Ypsilanti, Hessen 2008 | 105
- 5.6 Hannelore Kraft, Nordrhein-Westfalen 2010 und 2012 | 107
- 5.7 Auswertungscluster | 108

## **6. Wahlkampf und Wahlergebnis | 111**

- 6.1 Einleitung: Über Politikerinnen und Frauen | 111
- 6.2 Kandidaturen ohne Amtsbonus und Regierungsauftrag | 112
- 6.3 Die erste Ministerpräsidentin Heide Simonis | 136
- 6.4 Kandidaturen mit möglichem Regierungsauftrag | 161

## **7. Koalitionsverhandlungen und Wahl zur Ministerpräsidentin | 191**

- 7.1 Fallauswahl: Minderheitsregierungen | 191
- 7.2 Heide Simonis in Schleswig-Holstein 2005 | 192
- 7.3 Andrea Ypsilanti in Hessen 2008 | 199
- 7.4 Hannelore Kraft in NRW 2010 | 211
- 7.5 Resümee: Macht und Ehrgeiz bleiben widersprüchlich inszeniert | 222

## **8. Geschlecht als Erklärungsfaktor für Politik | 225**

- 8.1 Politiker\_in statt / oder / und Frau | 226
- 8.2 Geschlecht bleibt relevant | 231
- 8.3 Das Private als politische Komplementärkategorie | 235
- 8.4 Repräsentationen und Macht: Kontexte und Widersprüche | 236

## **9. Fazit und Ausblick: Wandel und Verharrung | 239**

## **10. Literaturverzeichnis | 245**

## **11. Textkorpus | 267**

## **12. Anhang | 281**

# 1. Thematische Einführung: Politik, Medien, Geschlecht

---

## 1.1 THEMA UND ERKENNTNISINTERESSE: SPITZENPOLITIKERINNEN IN DEN MEDIEN

»An den Spitzen von aktuell vier Bundesländern [...] hat sich lautlos ein neuer Typus von höchst fähigen Politikerinnen etabliert. Ihnen ist ein unaufgeregter Politikstil gemeinsam, sie sind kompetent und glaubwürdig, sie haben jahrelang im Hintergrund zielsicher Kontakte geknüpft. [...] Das Modell Trümmerfrau [...] ist Vergangenheit. Das waren jene Politikerinnen, die erst dann mächtig werden durften und aufräumen mussten, nachdem ihre männlichen Vorgänger skandalös gescheitert waren.«

(HEIDENREICH 2013)

Anlass für diese Eloge in der *Süddeutschen Zeitung* (SZ) war die Wahl von Malu Dreyer (SPD) zur Ministerpräsidentin im Januar 2013, als erste Frau in Rheinland-Pfalz und insgesamt fünfte in Deutschland. Der SZ-Kommentar knüpfte an das Ende der »Ära des dominanzorientierten, auf mediale Selbstinszenierung ausgerichteten Politikertypus, der überdies in seiner Partei keinen Widerspruch duldet« an, das Sylka Scholz (2007c: 110) nach der Bundestagswahl 2005 prognostiziert hatte. »Unaufgeregt« und »unpräventiös« – diese Begriffe dienen schon fast klischeehaft auch der Beschreibung des Regierungsstils von Bundeskanzlerin Angela Merkel (u.a. Brosda 2013: 69).

Kompetent, glaubwürdig, unaufgeregt, unpräventiös – hat da eine neue Generation von durchaus karrierebewussten Politikerinnen den sprichwörtlichen politischen Alpha-Männchen den Kampf angesagt? In der Tat ist die Zahl weiblich besetzter Chefesseln in den Staatskanzleien seit der Wahl Merkels zur Kanzlerin erheblich gestiegen. Heide Simonis (SPD), von 1993 bis 2005 Ministerpräsidentin in Schleswig-

Holstein, sah sich noch allein in der Runde ihrer 15 männlichen Kollegen.<sup>1</sup> Mit dem Wunsch, weibliche Unterstützung zu bekommen, rührte sie in den Wahlkämpfen ihrer Genossinnen Ingrid Stahmer in Berlin und Ute Vogt in Baden-Württemberg die Werbetrommel (FAZ 09.10.95: 16, Spiegel 13/01: 244). Die Erfüllung ihres Wunsches erlebte Simonis erst nach ihrem eigenen Amtsverlust. 2009 wurde Christine Lieberknecht (CDU) Ministerpräsidentin in Thüringen.<sup>2</sup> 2010 folgte Hannelore Kraft (SPD) in Nordrhein-Westfalen (NRW), 2011 Annegret Kramp-Karrenbauer (CDU) im Saarland und 2013 Malu Dreyer in Rheinland-Pfalz. Für die SZ stand Simonis als klassische Trümmerfrau (Beck 2014a: 395f) in scharfem Kontrast zu diesem vermeintlich neuen Typus. Dabei wurden jedoch nicht nur ihre persönlichen Kompetenzen ignoriert, sondern auch die Trümmerfrauen-Szenarios, die es in Thüringen 2009, NRW 2010 und Rheinland-Pfalz 2013 gab: ein von Männern gemachter Skandal bzw. eine historische Niederlage und eine Frau, die »aufräumt« und darauf ihre Karriere gründet.

Fast alle bisherigen Ministerpräsidentinnen gelangten als Nachfolgerinnen eines männlichen Amtsinhabers in einer laufenden Legislaturperiode in die Staatskanzlei. Nur Kraft schaffte in NRW als Spitzenkandidatin einen Regierungswechsel. Und abgesehen von den zweigeschlechtlichen Spitzenduos bei den Grünen war bis 2009, als Johanna Wanka für die CDU in Brandenburg antrat, die SPD die einzige Landtagspartei, die Spitzenkandidatinnen bei Landtagswahlen ins Rennen schickte (Wiliarty 2011: 10). Da ist zu bezweifeln, dass dieser »neue Typus« bereits gleichberechtigt beim politischen Machtspiel mitspielt (Bourdieu 1997: 201; Engler 2010: 263). Ende 2015 nehmen die drei amtierenden Ministerpräsidentinnen nicht einmal 20 Prozent der Chefsessel in den 16 Staats- bzw. Senatskanzleien der Bundesrepublik ein. Von paritätischer Besetzung ist das weit entfernt. Vielmehr dürften die vielfach beschriebenen Hürden und Hemmnisse für Berufspolitikerinnen (Foster et al. 1998; Hoecker/Fuchs 2004; Meyer 1997; Schöler-Macher 1994) nach wie vor wirksam sein.

Als Erklärungszusammenhang für fortdauernde Ungleichheitslagen im *politischen Feld*<sup>3</sup> reichen diese Barrieren jedoch nicht aus. Denn in einer medialisierten Demokratie, in der Medien als zentrale Arenen der *politischen Öffentlichkeit*<sup>4</sup> fungieren (Blum 2011; Jarren/Vogel 2011), beeinflussen auch mediale Geschlechterbilder die Karriere und

**1** | Simonis war übrigens nicht die erste Regierungschefin in Deutschland. Die Sozialdemokratin Louise Schroeder amtierte vom 8. Mai 1947 bis 13. August 1948 als Oberbürgermeisterin von Großberlin.

**2** | Nach der Landtagswahl 2014 verlor Lieberknecht ihr Amt an den Linken Bodo Ramelow.

**3** | Mit dem Begriff politisches Feld lehne ich mich an Bourdieus Denkwerkzeuge an (Engler 2010). Ich bezeichne damit die Bundes- und Landesebene in Deutschland, wo Politik als Beruf ausgeübt wird.

**4** | Den Diskurs-Raum des politischen Feldes bezeichne ich als politische Öffentlichkeit, in Abgrenzung von anderen Öffentlichkeiten. Damit kritisiere ich auch das bürgerliche Ideal einer einzigen Öffentlichkeit. In Kapitel 3.2 wird dieser Begriff diskutiert. Dabei wird auch der hegemoniale Anspruch dieser politischen Öffentlichkeit herausgearbeitet.

die Machtchancen von Politikerinnen (Grittmann/Maier 2014; Holtz-Bacha 2008a). Das Wissen der Bürger\_innen über ihr politisches Spitzenpersonal stammt in der Regel aus »den Medien«. Ihre Wahrnehmung von Kompetenz, Glaubwürdigkeit und Durchsetzungsvermögen wird auch durch die mediale Konstruktion von Geschlecht geprägt. Das wirkt sich spätestens (aber nicht nur) bei Wahlen aus, zumal auch Wahlkämpfe für die meisten Menschen nicht auf der Straße, sondern in den Medien geführt werden.

Angesichts dessen lässt sich hinterfragen, ob es tatsächlich einen neuen Typus Politikerinnen gibt oder ob sich nicht eher deren Inszenierung in den Medien geändert hat. Denn kompetente wie inkompetente, glaubwürdige wie unglaubwürdige, kommunikative wie unkommunikative Persönlichkeiten fanden sich schon immer unter Politikerinnen wie auch unter Politikern. Das wiederum verweist auf die Bedeutung medialer Geschlechterbilder und deren Wandel. Denn schon die Proklamation eines neuen Typus trägt – intermedialen Diskurs vorausgesetzt – zu dessen Konstruktion bei. Ob es die vermeintlich Neuen im politischen Feld tatsächlich gibt, wer sie sind und wie sie politisch agieren, wäre in einer Feldstudie zu erforschen. In diesem Projekt werden jedoch *Medienanalysen* angestellt. Da das mediale Bild eigenständige Wirkmacht zeigt, ist zu vermuten, dass sich mediale Konstruktionen von Geschlecht mit der zunehmenden Sichtbarkeit von Frauen in politischen Spitzenpositionen wandeln.

Der diffamierende Medientenor über Andrea Ypsilanti bei ihrem Versuch, 2008 in Hessen eine von der Linken tolerierte rot-grüne Minderheitsregierung zu bilden (Schimmeck 2010), steht zu der Proklamation eines neuen Typus in auffälligem Widerspruch. Nachdem die erstaunliche Dynamik des Wahlkampfes medial als überraschende und positive Entwicklung Ypsilantis inszeniert worden war, schlug nach der Wahl das Medienimage komplett um. Inszeniert wurde nun eine machtgeile Egomanin.

Mit dem »neuen Typus« und der machtgeilen Egomanin sind zwei Extreme benannt, zwischen denen sich Beharrung und Wandel in medialen Geschlechterbildern beschreiben und als Einflussfaktoren für die Ambitionen und Machtansprüche von Spitzenpolitikerinnen zum Thema machen lassen. Wie sich dies darstellt, seit Politikerinnen in Deutschland durch Spitzenkandidaturen *Regierungsmacht*<sup>5</sup> reklamieren, ist Gegenstand dieser Arbeit.

Ich greife damit Diskurse aus Politikwissenschaft, Kommunikationswissenschaft und sozialwissenschaftlicher Geschlechterforschung auf. In der Politikwissenschaft wird danach gefragt, wie der Androzentrismus im politischen Feld die Partizipation von Frauen beeinträchtigt. Im Fokus stehen in dieser Arbeit nicht Prozente und Quoten, sondern der Geschlechter-Bias von Anforderungen, Strukturen und Kulturen (Kap. 1.2), auf die auch Medienbilder explizit oder implizit Bezug nehmen. Insofern schließt diese Arbeit auch an kommunikationswissenschaftliche Diskurse über den Wandel politischer Öffentlichkeit durch die Medialisierung des politischen Feldes an (Kap. 1.3). Aus der Perspektive der Geschlechterforschung wird expliziert, wie die Kategorie Geschlecht

---

5 | Mit dieser Definition des Gegenstands ist politische Macht als Regierungsmacht konzeptualisiert.

in den Untersuchungsgegenstand eingewoben ist. Die Frage nach medialen Geschlechterbildern umfasst dabei das Wie, den Blick auf Geschlecht als Konstruktion (Kap. 1.4). Diese Zugänge werden in der Fragestellung zusammengeführt (Kap. 1.5). Am Ende der Einleitung steht ein Gang durch den Aufbau der Arbeit (Kap. 1.6).

## 1.2 PARTIZIPATION IN ANDROZENTRISCHEN KONTEXTEN

Das Postulat, wonach *Partizipation*, also »die Teilhabe der Bürger an den Willensbildungs- und Entscheidungsprozessen auf den verschiedenen Ebenen des politischen Systems [...] ein Grundprinzip demokratisch verfasster Gesellschaften« sei (Niedermayer 1989: 1), ist bezogen auf die Achse Geschlecht nach wie vor nicht erfüllt. Zwar erlangen seit den Quotendiskussionen der 1980er und 90er Jahre immer mehr Frauen politische Mandate und Ämter (Davidson-Schmich/Kürschner 2011; Hochschule für Wirtschaft und Politik 1989; Honnen 1988; Inhetveen 2002; Sdroulia 2007; Wettig-Danielmeier 1997). Von 1987, als die Grünen als erste Partei mit quotierten Listen antraten,<sup>6</sup> bis 2013 stieg der Frauenanteil im Bundestag von 9,8 Prozent auf 36 Prozent (Böth/Kobold 2013; Davidson-Schmich/Kürschner 2011: 26). In den Landtagen variiert er zwischen 20,3 Prozent in Baden-Württemberg und 40,6 Prozent in Thüringen (LPB Ba-Wü 2015a). Mit einer Spanne von 13 Prozent in Schleswig-Holstein bis 60 Prozent in Rheinland-Pfalz sieht es bei den Landesregierungen ähnlich aus (BMFSFJ 2013). Diesen Fortschritten steht allerdings die anhaltende Unterrepräsentanz an der Regierungsspitze gegenüber.

Die Zahlen zeigen genauso wie der Diskurs um den »neuen Typus« Politikerinnen, dass Frauen an der politischen Spitze noch immer erklärungsbedürftig sind. Sie gelten als das Besondere, jedenfalls nicht als »normale« Frau (Gnändiger 2007: 138). Diese Besonderheit offenbart sich den Betroffenen als *Double Bind*, also widersprüchliche Erwartungen an die politische Persönlichkeit und die Frau (Jamieson 1995; Bieber 2013: 50f, 160-163). In diesem *Double Bind* zeigt sich der *Androzentrismus* des politischen Feldes, womit die Hypostasierung des Männlichen zum allgemeinen Modell des Menschlichen (Müller 1991: 74) bzw. zum unhinterfragten Maßstab in der Politik gemeint ist. Im Fokus dieser Arbeit stehen der androzentrische Bias der Anforderungen im politischen Feld und die Positionierung der Politikerinnen in diesem Feld, in dem sie lange nicht vorgesehen waren (Schaeffer-Hegel 1998a: 12).

Dem Androzentrismus des politischen Feldes geschuldet können Politikerinnen weniger als Politiker die »spezifische(n) Regeln des Spiels, des Ablaufs sozialer Interaktionen« einhalten, welche »die Akteure im Kampf um ihre soziale Position und Positionierung beherrschen müssen und die im feldspezifischen Habitus Ausdruck finden« (Moser 2010: 21). Mit Pierre Bourdieu (1997: 201; vgl. auch Engler 2010: 263)

---

6 | Die SPD folgte nach ihrem Quotenbeschluss 1988 mit quotierten Listen zur Bundestagswahl 1990. Ebenso die PDS.



gesprächen spielen Frauen im politischen Feld also weniger erfolgreich mit als Männer. In medialen Inszenierungen wird dieses ungleiche Spiel thematisiert, sei es als Konstruktion oder – vermutlich eher selten – als Dekonstruktion.

### 1.3 MEDIALISIERUNG VON POLITIK

Um das Verhältnis von Politik und Medien, um das es in dieser Arbeit geht, werden verschiedene Diskurse geführt, (z.B. Mediendemokratie [Jarren/ Donges 2011; Massing 2004, Sarcinelli 2011 u.a.], Politainment [Dörner 2001; Klaus 2000], Infotainment [Postman 1994]). Die Bedeutung medialer Geschlechterbilder für die Machtambitionen von Spitzenpolitikerinnen ist in der *Medialisierung*<sup>7</sup> von Politik begründet. Nach Michael Meyen (2009: 23) sind dies »Reaktionen in anderen gesellschaftlichen Teilbereichen [...], die sich entweder auf den Strukturwandel des Mediensystems beziehen oder auf den generellen Bedeutungszuwachs medial vermittelter öffentlicher Kommunikation«. Medialisierte Kommunikation ist gekennzeichnet durch:

- Entzeitlichung: soziale bzw. politische und medial vermittelte Realität verschmelzen
- Enträumlichung: Politik wird zunehmend medienvermittelt wahrgenommen
- Vervielfältigung: politisches Handeln orientiert sich zunehmend an den Gesetzmäßigkeiten des Mediensystems (Sarcinelli 1998).

Die Effekte der Medialisierung auf das politische Feld werden unter dem Stichwort *Mediendemokratie* diskutiert (Heidenreich/Schönpflug 2012; Imhof et al. 2006; Jarren et al. 2000; Jarren/Donges 2011; Massing 2004; Sarcinelli 2011), und zwar überwiegend mit einem besorgt kritischen Tenor. In den lange Zeit vorherrschenden Idealbildern »von informierten und interessierten Bürgern, die einen rationalen Diskurs über die Themen von öffentlichem Interesse in Gang setzen und sich dann weitgehend unabhängig eine Meinung bilden« und von einem »rationale(n) Prozess der Willensbildung in den politischen Institutionen« (Donsbach/Jandura 2003: 11) kamen Medien nur als neutrale Leistungserbringer der politischen Öffentlichkeit vor. Erst in jüngerer Zeit hätten sie ihre Rolle so stark verändert, dass sie die Gesellschaft tiefgreifend beeinflussen können und von einem tiefgreifenden medialen Systemwechsel gesprochen werden kann (ebd.: 11f).

Über den Charakter der Veränderungen wird kontrovers diskutiert. Die Debatten lassen sich entlang der Begriffe Substitution, Instrumentalisierung und Usurpation systematisieren. Nach der Substitutionsthese füllen die Medien ein Vakuum aus, das die Parteien bei der öffentlichen Willensbildung zunehmend hinterlassen. Nach der Instrumentalisierungsthese hat sich das politische System der Medien bemächtigt und

---

7 | Synonym wird häufig der Begriff Mediatisierung verwendet, der jedoch in der Geschichtswissenschaft mit einer anderen Bedeutung belegt ist und daher missverstanden werden kann (Meyen 2009: 26).

nutzt deren Rationalitäten für seine eigenen Zwecke. Nach der Usurpationsthese verhält es sich genau umgekehrt. Das Mediensystem füllt das beschriebene Vakuum aus, um ideologisch-machtpolitische oder kommerzielle eigene Interessen zu bedienen (ebd.: 13f).

Unbestritten ist, dass die politische Kommunikation von Parteien, Regierungen und anderen Organisationen mit der Medienberichterstattung in einem Wechselverhältnis stehen. Strittig ist jedoch der Charakter dieses Verhältnisses (Krüger 2013; Sarcinelli 2011). Gleiches gilt für die Selbstpräsentation von Politiker\_innen und deren mediale Inszenierung (Koch-Merin 2007; Meng 2002; van Zoonen 2006). In Wahlkämpfen wird das Zusammenspiel von politischer Kommunikation der Parteien (Professionalisierung), Selbstpräsentation der Politiker\_innen (Personalisierung) und medialer Inszenierung (Medialisierung) unter dem Begriff *Amerikanisierung* gefasst (Korte 2009) und häufig mit dem Vorwurf der Entpolitisierung verbunden (Brettschneider 2009: 510).

In dieser Arbeit wird vor allem auf den Mediensoziologen Kurt Imhof Bezug genommen, der Medialisierung als Folge der Ausdifferenzierung des Mediensystems aus dem politischen System begreift und darin einen *neuen Strukturwandel der Öffentlichkeit* sieht (Imhof 2006, 2011). Imhof bezieht sich damit auf Jürgen Habermas' Konzept des *Strukturwandels der Öffentlichkeit*. Anhand der darin eingelagerten geschlechtshierarchischen Dichotomie von öffentlicher und privater Sphäre werden in der feministischen Theorie die androzentrische Konstruktion der politischen Öffentlichkeit und der historische Ausschluss der Frauen aus dieser Sphäre diskutiert. Mit der Kritik an der Orientierung politischer Medien an den Kommunikationsbedürfnissen männlicher, deutscher Bildungsbürger ist zugleich die Frage nach dem demokratischen Potenzial unterhaltender Medienformate verbunden (Klaus 2000; Lünenborg 2009b). An diesen Diskurs schließt diese Arbeit an, um das Öffentlichkeitsverständnis zu diskutieren, das in medialen Geschlechterbildern zum Ausdruck kommt.

## **1.4 GESCHLECHT: SOZIAL, DISKURSIV UND PERFORMATIV KONSTRUIERT**

Was ist gemeint, wenn nach medialen Geschlechterbildern gefragt wird? Die sozialwissenschaftliche Geschlechterforschung ist geprägt von zwei grundlegenden Forschungsperspektiven. Der gesellschaftstheoretische Blick auf Geschlecht als *Strukturkategorie* beschäftigt sich mit »Prozesse(n) der sozialen Verortung von Frauen und Männern im Sozialgefüge« (Becker-Schmidt 2013: 22) und schreibt der Kategorie Geschlecht darin die Funktion eines »sozialen Platzanweisers« zu (Krause 2003: 46). Geschlecht als *Konstruktion* befasst sich hingegen mit der Frage, wie Geschlecht in der sozialen Welt überhaupt hergestellt wird, wie Menschen Geschlecht »machen«, wahrnehmen oder »lesen« und welches Wissen dem zugrunde liegt. Damit geraten »Beziehungs- und Kommunikationsprozesse sowie die wirklichkeitskonstituierende Kraft von Ideen, Wissen und Deutung(smustern) in den Blick« (Schindler 2005: 104). Unterschiede zwischen beiden Perspektiven bestehen vorrangig in der Art und Weise

»wie die Dialektik von Verhalten und Verhältnissen in der Konstitution von Geschlecht gedacht wird« (Becker-Schmidt 2013: 20). Über beide Perspektiven hinweg wird über den Stellenwert der Geschlechterdifferenz als gesellschaftliche Leitdifferenz diskutiert, eine Kontroverse, die auch im Rahmen dieser Arbeit reflektiert wird.

Die Frage nach der Kategorie Geschlecht in medialen Inszenierungen in der vorliegenden Untersuchung schließt zunächst an die sozialkonstruktivistische Perspektive an. Die Medien als Feld der zu untersuchenden Konstruktionen bringen es mit sich, dass nicht das *Doing Gender* in der Interaktion (Goffman 1994; Kessler/McKenna 1978; West/Zimmerman 1987) oder Konstruktionsprozesse in bestimmten sozialen Feldern (u.a. Gildemeister/Robert 2009; Gildemeister/Wetterer 1992; Hagemann-White 1988; Villa 2007; Wetterer 2002) beobachtet werden, sondern deren *Repräsentationen*<sup>8</sup> in den Medien. Untersucht wird, durch welche Muster, also *Rahmungen*<sup>9</sup>, Zuschreibungen und *Attributionen*<sup>10</sup>, *Stereotype*<sup>11</sup>, *Topoi* und *Narrative*<sup>12</sup> Geschlecht konstruiert und relevant gesetzt wird. Damit ist die diskursive und performative Seite von Konstruktionsprozessen angesprochen (Lünenborg/Maier 2013: 41-44). Der Fokus wandert von der sozialen Interaktionsebene auf die Ebene der Diskurse und der *symbolischen Ordnung* (Schindler 2005: 107). Bei der Definition der symbolischen Ordnung lehne ich mich an Bourdieus Begriff symbolischer Herrschaft an, die »nicht auf Zwang und nackter Gewalt basiert, sondern in Selbstverständlichkeiten des Denkens und Handelns auftritt und eingelagert ist in Wahrnehmungs- und Bewertungsschemata der Akteurinnen und Akteure« (Engler 2005: 130). Diese Herrschaft entwickelt sich unter anderem entlang der Klassifikation ›männlich – weiblich‹ und ist damit zweigeschlechtlich strukturiert, auch wenn Bourdieu diesen Begriff nicht gebraucht. Die Zustimmung der Beherrschten, die für solche Herrschaftsbeziehungen kennzeichnend ist, wird dabei nicht bewusst erteilt, sondern ist in alltägliche Beziehungen und Ordnungsschemata eingewoben (ebd.: 129f).

---

**8** | Zum Begriff Repräsentation und dessen erkenntnistheoretischen Implikationen siehe Kap. 4.2.

**9** | Der Begriff Rahmung wird hier synonym zum englischen Begriff Frame genutzt. Darunter »lässt sich [...] grob ein kommunikativer Deutungsrahmen verstehen, der einzelne Aspekte selektiv betont oder vernachlässigt« (Brosda 2013: 60).

**10** | Unter Attribution verstehe ich Eigenschaften, Kompetenzen und Verhaltensweisen, mit denen eine Person charakterisiert wird. Zuschreibung bezeichnet den Prozess, dessen Ergebnis eine Attribution ist. Der Begriff Attribuierung fasst beides zusammen

**11** | Stereotype beruhen auf Kategorisierung, Vereinfachung und Verallgemeinerung. »Es handelt sich bei ihnen um individuelle und sozial geteilte Meinungen über die Merkmale der Mitglieder einer sozialen Gruppe. Diese Merkmale sind mit positiven oder negativen Wertungen verbunden.« (Thiele 2015: 30)

**12** | Ein Narrativ ist eine sprachliche Äußerung, die sowohl einen Inhalt als auch einen Subtext transportiert. »Es überführt Erlebtes in bekannte Kategorien [...] und einen sinnhaften Kontext, wählt Elemente aus und lässt andere weg.« (Roehl 2011)

In dieser Arbeit geht es nicht um mediale Repräsentationen allein, sondern auch um die Bedeutung, die diese Repräsentationen für Karriere- und Machtchancen von Politikerinnen in einer medialisierten Demokratie haben. Dazu muss das sozialkonstruktivistische Paradigma an eine gesellschaftstheoretische Perspektive rückgebunden werden, die auch nach der Relevanz der Kategorie Geschlecht im Kontext von Macht und Herrschaft fragt (Becker-Schmidt 2013: 24). Als Brücke zwischen beiden Perspektiven wird in dieser Arbeit das Konzept des *Geschlechterwissens* (Dölling 2005) herangezogen, in dem kollektive und individuelle Wissensbestände über Geschlecht konzeptualisiert werden. Dazu gehört auch Wissen über die Verortung von Männern und Frauen im gesellschaftlichen und politischen Macht- und Herrschaftsgefüge.

Der sozialkonstruktivistische Begriff von Geschlecht trifft nun auf einen Untersuchungsgegenstand, der immer schon zweigeschlechtlich vorstrukturiert ist (Gildemeister/Wetterer 1992: 201-205). Spitzenpolitikerinnen sind nicht nur in medialen Repräsentationen als ›Frauen‹ den ›männlichen‹ Politikern gegenübergestellt. Sie nehmen sich auch selbst – zumindest soweit bekannt – als Frauen in einer zweigeschlechtlichen Ordnung wahr. Die Konfrontation der »These von der sozialen Konstruktion der Welt« mit der »offensichtlichen ›natürlichen‹ Erfahrung des eigenen Geschlechts« bezeichnet Schindler (2005: 101) alltagstheoretisch als »Zumutung«. Die dieser Zumutung innewohnende Gefahr der *Reifizierung* (Gildemeister/Wetterer 1992: 204) macht die Sache nicht einfacher. Reifizierung meint, dass das zu Erforschende bereits kategorial vorausgesetzt und dann in der Analyse bestätigt wird (Scholz 2007a: 13). Bezogen auf den Untersuchungsgegenstand heißt dies, dass mediale Inszenierungen von Geschlecht nur im Hinblick auf zweigeschlechtliche Dichotomie, etwa im Sinne von Karin Hausens Geschlechtscharakteren (Hausen 1976) untersucht würden. Dieser Gefahr wird durch die Frage nach Wandel im Geschlechterwissen, durch Sequenzanalysen als Analyseverfahren und eine selbstreflexive Haltung der Forscherin Rechnung getragen.

## **1.5 FRAGESTELLUNG: REPRÄSENTATIONEN VON GESCHLECHT UND DER GRIFF ZUR MACHT**

Thema und Gegenstand der Arbeit sind Beharrung und Wandel medialer Geschlechterbilder und deren Bedeutung für die Ambitionen von Politikerinnen, die durch Spitzenkandidaturen Regierungsmacht reklamieren. Untersucht werden soll das anhand von Medientexten. Dafür sind vor allem drei Forschungskontexte relevant: die Positionierung von Frauen im androzentrischen politischen Feld, die feministische Kritik an einem geschlechtshierarchisch dichotomen Verständnis von politischer Öffentlichkeit und Privatsphäre vor dem Hintergrund einer medialisierten Politik sowie Repräsentationen als spezifisch mediale Konstruktionen von Geschlecht.

Diese drei Kontexte können in den leitenden Fragestellungen zusammengeführt werden:

- Wie wird Geschlecht in medialen Repräsentationen von Spitzenpolitikerinnen konstruiert?
- Nach welchen Mustern, Attribuierungen, Rahmungen, Stereotypen, Topoi oder Narrativen werden Geschlecht und politische *Handlungsmacht*<sup>13</sup> diskursiv verflochten und inwiefern zeigt sich hierbei ein Wandel?
- In welchen Kontexten wird Geschlecht relevant gesetzt? Lassen sich Differenzierungen bei der Kategorie Geschlecht als gesellschaftliche Leitdifferenz erkennen?

Im Anschluss an die feministische Kritik am dichotomen Konzept einer politischen Öffentlichkeit stellen sich weitere Fragen:

- Welcher Wandel im Verständnis der Medien vom Verhältnis von Öffentlichkeit und Privatheit zeigt sich in den Repräsentationen?
- Und lässt sich von medialem Wandel auf Veränderungen im Geschlechterverhältnis im politischen Feld schließen?

Die empirischen Erkenntnisse zu diesen Fragen können dann herangezogen werden, um zu diskutieren, welche Bedeutung die medialen Repräsentationen und deren Wandel für den Kampf der Politikerinnen um Macht haben. Bisher hat die SPD die weitaus meisten Spitzenkandidatinnen bei Landtagswahlen nominiert (s.S. 10). Insofern bietet das Sample von sechs SPD-Spitzenkandidatinnen bei elf Landtagswahlen im Zeitraum von 1994 bis 2012 eine ertragreiche Grundlage zur Bearbeitung der Fragestellung.

## 1.6 AUFBAU DER ARBEIT

Zur Annäherung an die Fragestellung werden zunächst die Forschungskontexte genauer betrachtet. Der Androzentrismus des politischen Feldes wird mit Max Webers Anforderungen an Politik als Beruf, deren Wirksamkeit im heutigen politikwissenschaftlichen Mainstream und der feministischen Kritik an der Weber'schen Tradition diskutiert (Kap. 2.2). Auf dieser Grundlage werden Erkenntnisse über die Positionierungen von Frauen im politischen Feld reflektiert (Kap. 2.3). Dies wiederum dient als *Referenz*<sup>14</sup> für mediale Repräsentationen, zu deren Entwicklung es einen reichen kommunikationswissenschaftlichen Diskurs gibt (Kap. 2.4). Aus diesen Kontexten werden schließlich Anforderungen an den theoretischen Rahmen für die Untersuchung entwickelt (Kap. 2.5).

Um die Medialisierung der Politik mit geschlechtskategorialen Ungleichheiten

---

**13** | In dem Begriff Handlungsmacht fasse ich die Zuschreibung von persönlichen Kompetenzen, politischem Handeln, Durchsetzungsvermögen und Wirksamkeit zusammen.

**14** | Mit dem Begriff Referenz grenze ich mich von der Vorstellung ab, Medien würden Wirklichkeit abbilden oder widerspiegeln. Wohl aber konstruieren Medien ihre Repräsentationen immer mit Referenz auf Phänomene in der sozialen Realität (Lünenborg/Maier 2013: 41).

im politischen Feld theoretisch zu verknüpfen, wird Imhofs Konzept eines neuen Strukturwandels der Öffentlichkeit, mit dem er an Habermas' Strukturwandel der Öffentlichkeit (Kap. 3.2.1) anschließt, herangezogen (Kap. 3.2.2) und einer Kritik aus der feministischen Theorie unterzogen (Kap. 3.2.3). Im Anschluss werden Alternativen aus der Geschlechterforschung zum geschlechtshierarchisch-dichotomen Verständnis politischer Öffentlichkeit diskutiert (Kap. 3.2.4). Neben diese gesellschaftstheoretische Perspektive tritt eine konstruktivistische Perspektive, die für die Analyse medialer Repräsentationen benötigt wird. Hierfür wird Irene Döllings Konzept eines Geschlechterwissens erläutert (Kap. 3.3.1), ergänzt um Überlegungen zu dessen Wandel in Angelika Wetterers Konzept der *Rhetorischen Modernisierung* (Kap. 3.3.2). Sodann wird diskutiert, wie beide Perspektiven zusammengeführt werden können (Kap. 3.4).

Um das Forschungsdesign, das Vorgehen und die Methode zu erläutern, werden zunächst erkenntnistheoretische Voraussetzungen reflektiert. Hierzu gehören die Kontextabhängigkeit von Wissen und Erkenntnisproduktion im sozialkonstruktivistischen Paradigma (Kap. 4.1) sowie der Charakter von Medientexten als Repräsentationen sozialer Realität (Kap. 4.2). Danach wird die Fragestellung der Arbeit operationalisiert und mit forschungsleitenden Annahmen unterlegt, die sich aus den Forschungsdiskursen ableiten. Dabei werden erste Hinweise zu Analysedimensionen gegeben (Kap. 4.3). In den Ausführungen zum Sampling wird die Auswahl der Politikerinnen inhaltlich begründet und die Untersuchungszeiträume werden eingegrenzt (Kap. 4.4). Als Grundlage für die Medienauswahl wird zunächst der Begriff *Leitmedien* diskutiert und die Einschränkung auf Printmedien erläutert (Kap. 4.5.1). Auf dieser Basis werden Kriterien für die Auswahl (Kap. 4.5.2) und für die Eingrenzung des Textkorpus (Kap. 4.5.3) entwickelt. Zur Textanalyse wird die qualitative Inhaltsanalyse (Kap. 4.6.1) mit der wissenssoziologischen Sequenzanalyse (Kap. 4.6.2) kombiniert. Für beide Verfahren werden die Analysedimensionen bzw. Auswahlkriterien und das Vorgehen erläutert. Schließlich folgen Reflexionen zum Forschungsprozess (Kap. 4.7) und zu den Gütekriterien qualitativer Forschung (Kap. 4.8).

Im empirischen Teil werden zunächst die ausgewählten Politikerinnen in ihren jeweiligen politischen und historischen Kontexten vorgestellt (Kap. 5.1 bis 5.6). Aus diesen Kontexten werden Kriterien für Auswertungsgruppen entwickelt, um die Zeitachse durch inhaltliche Aspekte zu modifizieren (Kap. 5.7). Die Ergebnisse der Medienanalysen von Wahlkampf und Wahlergebnis werden entlang dieser Auswertungsgruppen vorgestellt (Kap. 6). Für die Phase von Koalitionsverhandlungen und Regierungsbildung wurden nur drei Fälle herangezogen. Dies wird zunächst begründet (Kap. 7.1). Sodann werden die Ergebnisse zu jedem Fall einzeln erläutert (Kap. 7.2 bis 7.4) und anschließend verallgemeinert (Kap. 7.5). Am Ende der empirischen Kapitel werden die Ergebnisse entlang der Forschungsfragen diskutiert (Kap. 8). Dabei werden die Befunde aus beiden Phasen (Wahlkampf und Wahlergebnis bzw. Koalitionsverhandlungen und Regierungsbildung) integriert. In meinem Fazit ziehe ich vier zentrale Schlussfolgerungen und stelle Überlegungen zu Desideraten an (Kap. 9.).