GENDER OPEN REPOSITORIUM

Der Aufstieg von Angela Merkel. Über Frauen in der Politik :

Lepperhoff, Julia

2006

https://doi.org/10.25595/1743

Veröffentlichungsversion / published version
Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Lepperhoff, Julia: *Der Aufstieg von Angela Merkel. Über Frauen in der Politik :* , in: Femina politica : Zeitschrift für feministische Politik-Wissenschaft, Jg. 15 (2006) Nr: 1, 103-106. DOI: https://doi.org/10.25595/1743.

Diese Publikation wird zur Verfügung gestellt in Kooperation mit dem Verlag Barbara Budrich.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer CC BY 4.0 Lizenz (Namensnennung) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu dieser Lizenz finden Sie hier:

https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de

Terms of use:

This document is made available under a CC BY 4.0 License (Attribution). For more information see:

https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.en

GenderOpen – Repositorium für die Geschlechterforschung: www.genderopen.de

FREIE UNIVERSITÄT BERLIN

HUMBOLDT-UNIVERSITÄT ZU BERLIN

Der Aufstieg von Angela Merkel

Über Frauen in der Politik

Julia Lepperhoff

Im vergangenen Jahr wurde in der politischen Öffentlichkeit viel darüber diskutiert, was es denn mit dem Frau-Sein in der Politik auf sich habe. Anlass dafür war Angela Merkel, die erste Kanzlerkandidatin der Bundesrepublik und inzwischen Regierungschefin einer großen Koalition.
Sind Frauen anders? Machen sie eine andere Politik? Machen sie Politik für Frauen? Wie hat Angela Merkel es „da rein" geschafft, und wie lange hält sie sich im Kanzleramt? Über solche und ähnliche Fragen wurde von verschiedensten Seiten spekuliert: Neben Politik, Wahl- und Parteienforschung kamen auch „Expertinnen für die Frauenfrage" zu Wort wie z.B. die Politik-Pionierinnen Hildegard Hamm-Brücher und Hanna-Renate Laurien oder die Alt-Feministin und *Emma*-Herausgeberin Alice Schwarzer. Aber auch populäre (Frauen-)Zeitschriften wie *Brigitte* oder Boulevard-Magazine befassten sich intensiv mit dem „Phänomen Merkel". In der Zusammenschau zeichnen sich im Prinzip zwei Reaktionen auf den Weg von Merkel an die Spitze ihrer Partei und der neuen Regierung ab: die De-Thematisierung ihres Frau-Seins sowie die Stereotypisierung des vermeintlich „Weiblichen".

Merkels scheinbare Geschlechtsneutralität

Die erste Reaktion lässt sich dahingehend zusammenfassen, dass Merkel wegen ihrer Überzeugung und ihrer Konzepte gewählt werden solle und es keinerlei Rolle spiele, dass sie eine Frau sei. Diese Haltung war vor allem in der Politik zu registrieren und wurde insbesondere von Merkel selbst vertreten. Auch die Herren aus der Union bekundeten, dass Merkel das Amt genauso gut ausfüllen könne wie ein Mann. Diese Haltung spiegelte sich nicht zuletzt bei den BürgerInnen wider, die mit deutlicher Mehrheit angaben, dass bei ihrer Wahlentscheidung das Geschlecht des/der KandidatIn keine Rolle gespielt habe, sondern ausschließlich die politischen Inhalte und die persönlichen Kompetenzen (*Die Zeit*, 25.8.2005).
Diese Reaktion entspricht dabei dem in Deutschland vorherrschenden Deutungsmuster: Für den beruflichen Erfolg ist hiernach lediglich die individuelle Leistung und – bei politischen Ämtern – vielleicht noch die Unterstützung der Partei(-basis) oder das Parteiprogramm ausschlaggebend. Geschlecht oder andere soziale Merkmale spielen jedenfalls auf dem Weg in das Zentrum der Macht keine Rolle. Insofern ließ sich Merkel weder auf die Ost- noch auf die Frauengleichung bringen. Diese De-Thematisierung von Geschlecht lässt sich als zentrale Vorbedingung für den beruflichen (und politischen) Aufstieg von Frauen in die Machteliten der Bundespolitik charakterisieren

(vgl. Lepperhoff 2005, 250). Um „das ganze Land“ regieren und das Gemeinwohl vertreten zu können, muss eine Frau sich als – implizit an der männlichen Norm orientierter – Mensch verstehen und dies auch politisch (re-)präsentieren. Tatsächliche Geschlechterungleichheiten werden jedoch durch diese scheinbare Geschlechtsneutralität unsichtbar.

Merkel gefangen im Weiblichkeitsstereotyp

Vor allem in der Medienberichterstattung dominierte die besondere Betonung des „Weiblichen“ bzw. „Unweiblichen“ und damit die Reduktion auf das Geschlecht. So wurde das Frau-Sein von Merkel von allen Seiten herausgehoben, was zeigt, dass es auch in der politischen Öffentlichkeit etwas Besonderes ist, wenn eine Frau in Deutschland eine politische Führungsrolle übernimmt.
Frauenbonus oder -malus wurden abgewogen; der Vergleich zu Maggie Thatcher wurde immer wieder bemüht – und in der Regel überstrapaziert. Es wurde nicht nur viel über Merkels „Traum in Apricot“ und ihre neue Frisur berichtet; Thema waren auch ihre „Härte“ auf dem Weg an die Macht, ihr Außenseiterdasein in der Politikerwelt und ihre „wenig ausgeprägte Schlagfertigkeit“, die in der Presse mal als wohltuend anders, mal aber auch als unprofessionell im Vergleich zum *old boys network* kommentiert wurde (vgl. z.B. *Die Zeit*, 8.9.2005). Nicht zuletzt wurde sogar die Kinderlosigkeit von Merkel zum Medienthema: So galt sie etwa der damaligen Kanzlergattin und Journalistin Doris Schröder-Köpf als Ausweis dafür, dass Merkel kaum Verständnis für die Vereinbarkeitsproblematik erwerbstätiger Mütter aufbringen könne, da „Frau Merkel mit ihrer Biografie nicht die Erfahrungen der meisten Frauen (verkörpere)“ (*Die Zeit*, 1.9.2005).
Auch nach dem schlechten Wahlergebnis der Union von knapp über 35% wurde als erstes die Frage gestellt, ob das Land noch nicht „reif“ sei für eine Frau an der Spitze. Strategische Erfolge wurden genauso wie Wahlkampfpannen schematisch mit dem Geschlechter-Stereotyp in Zusammenhang gebracht. Dabei wird die inflationäre Reproduktion von Geschlechterstereotypen nicht nur, aber auch durch den immensen Bedeutungszuwachs der Medienberichterstattung in Wahlkampfzeiten befördert. Wenngleich umstritten ist, wie stark die Amerikanisierung des bundesdeutschen Wahlkampfes wirklich vorangeschritten ist, lässt sich eines zumindest feststellen: Immer weniger entscheiden Parteiprogramme allein die Wahl; vielmehr scheint das Führungspersonal und die öffentliche Meinung über ihre Politik eine größere Rolle zu spielen.
Folglich fordert die Medienberichterstattung die Personalisierung geradezu – und umgekehrt. Die SpitzenkandidatInnen und ihre Strategien der Selbstvermarktung entscheiden mit darüber, ob die Logik der Medien gut bedient wird. Diese folgt vorrangig dem jeweiligen Nachrichten- und vor allem Neuigkeitswert eines Themas (wie z.B. der Kanzlerkandidatur einer Frau) und bedient sich zur Maximierung der Auf-

merksamkeit entsprechender Darstellungsstrategien wie z.B. Dramatisierung und eben Personalisierung (vgl. Meyer 2002, 7f.). Dies haben uns zuletzt die „TV-Duelle“ von Amtsinhaber Schröder und Herausforderin Merkel in aller Deutlichkeit vor Augen geführt.
Im Zusammenhang mit der Personalisierung der Medienberichterstattung, in der Personen (vermeintliche) Eigenschaften und Kompetenzen zugeschrieben werden und komplexe Sachfragen zum Teil in extremer Weise vereinfacht werden, wird Argumentationen Tür und Tor geöffnet, die Geschlecht in stereotypisierender Weise zum Gegenstand machen. Dem weiblichen Geschlecht haftet dabei quasi naturhaft das Mittelmaß an, das kaum durch individuelle Leistung abgelegt werden kann und in der politischen Auseinandersetzung schnell zur Markierung von „Defiziten“ und zum Zweck der eigenen Positionierung genutzt wird. Schröders Sottise „Sie kann es nicht“ ist hierfür ein typisches Beispiel.

Merkel einsame Spitze: Die Unterrepräsentation von Frauen in der Politik

Viele Analysen sind – insbesondere nach den ersten 100 Tagen der Bundeskanzlerin im Amt und ihren positiven Umfragewerten – zu dem Schluss gekommen, dass das Geschlecht in der Politik keine Rolle (mehr) spielt und ein Normalisierungsprozess in Gang gekommen sei. Dennoch ist nach wie vor zu konstatieren: Die in der Medien- und Wahlkampflogik zentrale Strategie der Personalisierung täuscht über die Tatsache hinweg, dass Frauen in der Politik strukturell immer noch unterrepräsentiert sind. Im neu gewählten Bundestag sind nur ein knappes Drittel (31,4%) der Abgeordneten weiblichen Geschlechts (2002: 32,2%); die Union weist dabei mit einem Frauenanteil von gerade mal 19,5% von allen Parteien die niedrigste Anzahl weiblicher Abgeordneter auf (vgl. Michel 2005, 45f.). Mit insgesamt rund 30% Frauen im Parlament liegt Deutschland dabei sogar noch über dem EU-Durchschnitt (vgl. BMFSFJ 2005, 346ff.). Der seit 1987 festzustellende deutliche Anstieg des Frauenanteils im Bundestag - von 9,8% (1983-1987) auf 15,4% und bis 2002 stetig steigend – mag bedingt auch auf einzelne prominente Politikerinnen und ihre Vorbildfunktion zurückzuführen sein. Eine weitaus wichtigere Rolle spielte aber zum einen der allgemeine Wandel von Geschlechterverhältnissen, der sich in einer Pluralisierung von weiblichen und männlichen Bildungs-, Erwerbs- und Karriereverläufen, aber auch Lebens- und Familienformen sowie damit verbundenen Emanzipationsgewinnen von Frauen ausdrückt. Zum anderen zeigte gerade in der Politik die Einführung von gleichstellungspolitischen Instrumenten wie z.B. der Frauenquote Wirkung, da die geschlechtsgebundenen Schließungsprozesse und Rekrutierungsmechanismen in der politischen Sphäre teilweise ausgehebelt werden konnten.
Mindestens ebenso wichtig wie die quantitative Vertretung von Frauen ist jedoch die inhaltliche Ausrichtung der Gleichstellungspolitik. Denn nach wie vor gilt, dass die anteilige Repräsentation von Frauen in der institutionalisierten Politik mit Gender-

Kompetenz in inhaltlichen Fragen einhergehen und Gleichstellung als ein zentrales Ziel in allen Politikfeldern etabliert werden muss. In diesem Zusammenhang ist auch zu beklagen, dass die rot-grüne Gleichstellungspolitik zunehmend mit der – zweifelsohne wichtigen – Erneuerung der Familienpolitik in eins gesetzt wurde und auch seit dem Regierungswechsel fast ausschließlich eine Orientierung auf eine verbesserte Vereinbarkeit von Beruf und Familie erfolgt (vgl. *Rudolph* in diesem Heft). Insofern bleibt gegenwärtig noch offen, wie jenseits der Vereinbarkeitsfrage Impulse für die berufliche und politische Gleichstellung gesetzt werden sollen.

Alles in allem kann also von einer „Normalität" der Situation von Frauen in der Politik nach wie vor nicht ernsthaft gesprochen werden. Der (medien-)politische Diskurs über Merkel ist dabei symptomatisch – weder die De-Thematisierung von Geschlecht noch die Wiederholung von Stereotypen kann die Realität von Frauen in der Politik angemessen abbilden oder gar Verbesserungen anstoßen. Wer das Neue an der Tatsache hervorhebt, dass Frauen in politische Führungsämter aufrücken, sollte es nicht bei der ständigen Reproduktion alter und Konstruktion neuer Klischees bewenden lassen, sondern vielmehr die tatsächliche soziale Ungleichheit der Geschlechter kritisch hinterfragen. Denn erst wenn eine Gleichstellung von Frauen und Männern in der Politik praktische Realität geworden ist, muss das Geschlecht von Politikerinnen nicht mehr zum besonderen Thema erhoben werden.

Literatur

Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, 2005: *Kommentierter Datenreport zur Gleichstellung von Frauen und Männern in der Bundesrepublik zur Gleichstellung von Frauen und Männern*. Berlin.

Die Zeit, 25.8.2005: „Weil sie eine Frau ist?" Nr. 35, 3.

Die Zeit, 1.9.2005: „Die Frau im Kanzleramt." Nr. 36, 54.

Die Zeit, 8.9.2005: „Kann die das?" Nr. 37, 13-14.

Lepperhoff, Julia, 2005: „Gleichberechtigt ungleich – ungleich gleichberechtigt. Geschlechter-Wissen in der öffentlichen Verwaltung". In: Kurz-Scherf, Ingrid u.a. (Hg.): *In Arbeit: Zukunft*. Münster, 241-257.

Meyer, Thomas, 2002: „Mediokratie - Auf dem Weg in eine andere Demokratie?" *Aus Politik und Zeitgeschichte*. B 15-16, 7-14.

Michel, Nicole, 2005: „Endgültige Ergebnisse der Wahl zum 16. Deutschen Bundestag am 18. September 2005". *Statistisches Monatsheft Baden-Württemberg*. Nr. 12, 42-46.