

Vom Gattungswesen zur »neuen Generation« : SPD-Spitzenkandidatinnen im Spiegel der Medien

Beck, Dorothee

2014

<https://doi.org/10.25595/759>

Veröffentlichungsversion / published version
Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Beck, Dorothee: *Vom Gattungswesen zur »neuen Generation« : SPD-Spitzenkandidatinnen im Spiegel der Medien*, in: *Feministische Studien : Zeitschrift für interdisziplinäre Frauen- und Geschlechterforschung*, Jg. 32 (2014) Nr. 2, 302-314. DOI: <https://doi.org/10.25595/759>.

Diese Publikation wird zur Verfügung gestellt in Kooperation mit dem Walter de Gruyter Verlag.

Erstmalig hier erschienen / Initial publication here: <https://doi.org/10.1515/fs-2014-0214>

Rede Record 27.12.2011: Polícia Civil faz operação em bancas de jornal na zona sul (RJ) contra turismo sexual. <http://videos.r7.com/policia-civil-faz-operacao-em-bancas-de-jornal-na-zona-sul-rj-contra-turismo-sexual/idmedia/4efa412ae4b032e2979e92cf.html> (01.04.2011).

Rede Record 21.03.2012: Polícia Federal intensifica ações contra turismo sexual no Rio. <http://videos.r7.com/policia-federal-intensifica-acoes-contra-turismo-sexual-no-rio/idmedia/4f69d617e4b079a80ac25de7.html> (18.05.2012).

Repórter Brasil 17.02.2010: Risco de exploração sexual infanto-juvenil ronda Natal. <http://reporterbrasil.org.br/2010/02/risco-de-exploracao-sexual-infanto-juvenil-ronda-natal/> (01.08.2010).

The Guardian 18.01.2009: Copacabana crime clean-up aims to restore the glitter. <http://www.theguardian.com/world/2009/jan/18/rio-copacabana> (10.10.2010).

Dorothee Beck

Vom Gattungswesen zur »neuen Generation«: SPD-Spitzenkandidatinnen im Spiegel der Medien

Bei der Eroberung politischer Spitzenpositionen sind Frauen in jüngerer Zeit ein gutes Stück vorangekommen. Seit den Quotendiskussionen in den 1980er Jahren hat so manche Politikerin die Vize-Position in Partei- oder Fraktionsspitzen erlangt. An die Spitze einer Regierung schaffte es nach mehreren erfolglosen Versuchen anderer Kandidatinnen erstmals Ministerpräsidentin Heide Simonis (1993–2005). Sie blieb zwölf Jahre lang Deutschlands einzige Regierungschefin. Erst 2005 folgte Angela Merkel als Bundeskanzlerin, 2009 Christine Lieberknecht als Ministerpräsidentin in Thüringen. Seit Ende 2013 gibt es eine Verteidigungsministerin. In den Ländern regieren vier Regierungschefinnen neben zwölf Ministerpräsidenten.¹

Mit der zunehmenden Sichtbarkeit von Spitzenpolitikerinnen im öffentlichen

Raum stellt sich die Frage nach deren Repräsentation² in den Medien als zentraler Arena politischer Öffentlichkeit. Wie verändert sich der öffentliche Raum, wenn die traditionell in der privaten Sphäre verorteten Frauen ihren Platz in diesem Raum beanspruchen?

Diese Frage lässt sich mit dem *Neuen Strukturwandel der Öffentlichkeit* diskutieren, der die »Ausdifferenzierung [Hervorh. im Orig.] des Mediensystems vom politischen System« und die »Koppelung der Medien an die Marktlogik« fasst (Imhof 2006, 4). Als Indikatoren nennt Imhof u.a. die Anpassung der Kommunikation politischer

² Repräsentation ist hier definiert als (journalistische) Produktion von Bedeutungen durch Auswahl, Konstruktion und Interpretation. Diese Bedeutungen sind nicht als Information über die Politikerin an sich zu verstehen, sondern als Repräsentation dessen, was Medien als berichtenswert erachten (Hall 2000, 134).

¹ Stand Oktober 2014

Akteur_innen an die Selektions- und Interpretationslogiken der Medien, zunehmende Skandalisierung in der politischen Berichterstattung sowie eine »beispiellose Privatisierung des Öffentlichen und Personalisierung der politischen Kommunikation« (ebd., 4–7). Lünenborg bringt dies mit dem Stichwort Boulevardisierung auf den Begriff. Sachthemen, Fakten und rationale Argumente verlören an Relevanz. Politik werde verstärkt über Personen verhandelt. Politische Entscheidungs- oder MandatsträgerInnen würden zur Medienprominenz, ihr Äußeres und Privatleben zum Gegenstand der Berichterstattung (Lünenborg 2009, 8). Damit rücken persönliche Glaubwürdigkeit, Authentizität, Kompetenz und mediale Präsentation in den Fokus (Holtz-Bacha 2008).

Für Frauen, die eine politische Spitzenposition anstreben, sind diese Prozesse so widersprüchlich wie brisant. Einerseits verstärkt Boulevardisierung die Gefahr der Trivialisierung und Sexualisierung (Lünenborg 2009, 12; vgl. auch Tuchman 1980). Pfannes (2004) nennt u.a. die pejorative Darstellung von Politikerinnen, die zudem seltener außerhalb ihres Fachgebiets zu Wort kommen, die Abwertung politischer Leistungen und die permanente Verweisung auf das Geschlecht. Gnädiger (2007, 137) analysiert, »dass Zurückhaltung, Aufopferung und Verzicht Frauen durchaus in Form von positiverer Berichterstattung gedankt wurden«.

Andererseits kann Wandel im Verhältnis von öffentlichem und privatem Raum die den Frauen traditionell zugewiesenen Sphäre politisch relevant machen und diese aufwerten (Klaus 2005; Lünenborg 2009), was auch mit einer Umwertung von Attributionen in beiden Räumen einher gehen kann. So stellt Scholz nach der Wahl Merkels zur Bundeskanzlerin zunehmende Kritik an männlichen Politikern vom Schlage des *Medien-Kanzlers* Gerhard Schröder fest: »War schon vor der

Wahl debattiert worden, dass die Ära des dominanzorientierten, auf mediale Selbstinszenierung ausgerichteten Politikertypus, der überdies in seiner Partei keinen Widerspruch duldet, sich dem Ende zuneigt, so wurde dies nach der Wahl zur medialen Gewissheit.« (Scholz 2007, 110)

Auch Maier und Lünenborg sehen eine Modernisierung öffentlicher Frauenbilder, »jedoch keine Verabschiedung von Geschlechterzuschreibungen«. Spitzenfrauen würden als erfolgreiche Persönlichkeiten in Szene gesetzt. Zugleich werde ihre Geschlechterzugehörigkeit betont, »wohingegen die Geschlechtlichkeit der männlichen Spitzenkräfte in der Berichterstattung ausgeblendet bleibt. Männlichkeit bildet nach wie vor die implizite Norm«. (Lünenborg/Maier 2012, 114f.)

In diesem Beitrag analysiere ich diese widersprüchlichen Prozesse in der medialen Repräsentation von Politikerinnen. Ich frage danach, ob und wie die Darstellung nach Macht strebender Frauen die männliche Kodierung des öffentlichen Raums und politischer Macht verändert.

Dabei nutze ich Befunde aus dem Promotionsprojekt *Mediendarstellung der SPD-Spitzenkandidatinnen bei Landtagswahlen*, in dem die Berichterstattung über sechs Politikerinnen in elf Wahlkämpfen analysiert wird.³ Ich gehe in drei Schritten vor, zunächst am Beispiel der erfolglosen Kandidaturen von Renate Schmidt 1994 und 1998 in Bayern, Ingrid Stahmer 1995 in Berlin und Ute Vogt 2001 und 2006 in Baden-Württemberg. Es folgen die Wahlkämpfe 1996, 2000 und 2005 der ersten erfolgreichen Kandidatin Heide Simonis. Drittens befasse ich mich mit Politikerinnen, die in jüngerer Zeit unter den

³ Analysiert werden Artikel aus der »heißen« Wahlkampfphase und über das Wahlergebnis in *FAZ*, *SZ*, *Bild*, *Spiegel* und *Spiegel online*. Wenn ich in diesem Beitrag von den *Medien* spreche, beziehe ich mich auf diese Titel.

Bedingungen eines partiell modernisierten medialen Bildes weiblicher Kandidaturen angetreten sind, Andrea Ypsilanti 2008 in Hessen sowie Hannelore Kraft 2010 und 2012 in Nordrhein-Westfalen.⁴

Ich lasse mich von der Annahme leiten, dass sich das Bild von Politikerinnen in den Medien zwar gewandelt hat. Dargestellt werden handlungsmächtige Persönlichkeiten, wenn auch eindeutig geschlechtlich attribuiert. Diese Attributitionen können jedoch eine Umwertung erfahren, so dass Politikerinnen nicht mehr zwangsläufig in die Zwickmühle von Erwartungen an die *Frau* einerseits und die *politische Persönlichkeit* andererseits geraten. Die Gefahr von Retraditionalisierungen und Sexismen bleibt jedoch bestehen.

1. Die ersten SPD-Spitzenkandidatinnen

Die Medien kontrastieren die ersten weiblichen Spitzenkandidatinnen vorrangig als *Gattungswesen Frau* mit *männlichen Individuen*. Dies geht einher mit einer sexualisierten Berichterstattung über Politikerinnen.

Die FAZ unterstellte der SPD bei der Bayern-Wahl 1994 einen »Wahlkampf mit den Waffen der Weiblichkeit« mit Renate Schmidt als Spitzenkandidatin (FAZ 22.

09.94, 3). Nachdem ein »biederer Handwerksmeister«, ein redengewandter Staatsanwalt und »die bullige Gestalt eines Rechtsanwalts« nichts gegen die mächtige CSU hätten ausrichten können, »präsentierte die SPD den Wählern eine Frau [...], bei deren Anblick die Bayerinnen und warum nicht auch die Bayern sich schämen sollten, daß sie bisher fast immer nur Männer gewählt hatten« (FAZ 16.09.94, 3). Ein Jahr später entpersonalisierte die FAZ die Berliner Spitzenkandidatin und Sozialsenatorin Ingrid Stahmer anhand eines Strichweibchen-Spots im Kino:

Es hat keine erkennbar eigenen Züge, unterscheidet sich aber durch die überindividuelle Tatsache seiner Geschlechtszugehörigkeit deutlich von einer Hintergrundriege grauer Herren. »Damenwahl«: Hier, beim ersten und letzten aller Unterschiede, hofft die SPD im Wettlauf der Verwechselbarkeit ihr Refugium zu finden. (FAZ 20.10.95, 3)

Ein als »Mode-Spürhund« der Spitzenkandidatin titulierter Mitarbeiter gab Stahmer via *Bild-Zeitung* Mode-Tipps (Bild 29.09.95, 5). Das lässt sich als Vorschlag zur Optimierung des zur Wahl stehenden weiblichen Körpers interpretieren.

1.1 Spitzenkandidatin als Event

Der Blick auf das Gattungswesen Frau verband sich mit der Inszenierung der Kandidatinnen als Event. Die Anerkennung als Politikerin blieb ihnen versagt. Die Kandidatin, so die latente Botschaft, bringe Leben in die Bude, die Politik solle sie aber lieber Männern überlassen.

Schmidts medialer Unterhaltungswert bestand in »einem spannenden, komplizierten Lebenslauf«, der sich von den führenden SPD-Männern »mit Jurastudium und gut geplanter Karriere« abhob (SZ 21.09.94, 3). Ihr Wahlkampf wurde gönnerhaft beschrieben. Zwar verkünde sie

⁴ Das Sample erlaubt den Vergleich der Mediendarstellung in einem Zeitraum von 18 Jahren. Um den Einfluss der politischen Tendenz eines Mediums in der Analyse systematisch auszuschließen, wurden Spitzenkandidatinnen anderer Parteien auf Landesebene nicht berücksichtigt. Wegen Sonderfaktoren (West-Kandidatin in einem Ost-Land kurz nach der Vereinigung) fehlt die erste SPD-Kandidatin Anke Fuchs in Sachsen 1990. Auch die Kandidaturen von Angela Merkel wurden aus systematischen Gründen (Parteien-Bias, politische Ebene) nicht in das Sample aufgenommen. Merkel ist jedoch Bezugspunkt bei der Analyse der Berichterstattung über die neueren Kandidaturen (vgl. 3.4.).

»tapfer«, nach der Wahl Regierungschefin zu sein, doch niemand werde ihr »ernstlich böse« sein, wenn sie das »im ersten Anlauf« nicht schaffe (SZ 03.09.94, 4). Schmidt diskutierte im Straßenwahlkampf ausgiebig mit einem bekennenden Nichtwähler, habe dabei wieder mal keine Chance, nutze diese aber »fast selbstvergessen«. »Schon klar, wählen wird er sie jetzt genauso wenig wie vorher, aber dafür ist Frau Schmidts Laune jetzt richtig gut.« (SZ 21.09.94, 3)

Ute Vogt, die 2001 mit 36 Jahren in Baden-Württemberg antrat, wurde als »kesser Schnabel« bezeichnet, der »nach dem Chefsessel« greife (SPON 28.02.01) und »den Zeitgeist in Talkshows und mit einer professionell inszenierten Kampagne weitaus besser« treffe als der betuliche und deutlich ältere Amtsinhaber Erwin Teufel (SZ 19.03.01, 3). Vogt galt als Schützling von Kanzler Schröder, der ihre Blitzkarriere im Bundestag ermöglicht habe (FAZ 26.03.01, 1). Vermutet wurde, sie wolle auf der »Durchreise nach Berlin« mit der Spitzenkandidatur nur ihre Karrierechancen in der Bundespolitik verbessern (SPON 28.02.01). Zwar wurden mit dieser Kritik Vogts politische Ambitionen implizit anerkannt. Gleichwohl wurde ihre Popularität als »Flirt« der Leute mit der Kandidatin abgewertet, die indes »ihrer politischen Heimat, also Teufel« treu blieben (SZ 19.03.01, 3).

1.2 Die zweite Kandidatur als Zäsur

Schmidts und Vogts zweiter Kandidatur fehlte der Event-Charakter. Und am medial repräsentierten, männlich kodierten Maßstab scheiterten die Kandidatinnen. Durch Marginalisierung bis zur Annihilierung und durch Sexualisierung wurde die Geschlechterhierarchie aktualisiert.

So ging die Spitzenkandidatin Schmidt im Zweikampf zwischen Ministerpräsident Edmund Stoiber und SPD-Kanzler-

kandidat Gerhard Schröder, zu dem die Bayern-Wahl 1998 drei Wochen vor der Bundestagswahl stilisiert wurde, völlig unter. Spekulationen über ihren Wechsel ins Bundeskabinett nach einem SPD-Sieg wurden als Buhlen um Stimmen (Bild 27.08.98, 5) und Präntation abgetan: »Wichtig ist ihr, daß auch alle glauben, sie hätte wirklich Ministerin werden können.« (SZ 02.09.98, 3)

Von Vogt hieß es 2006, ihr Image als »fröhliche und lebendige Aktenstaub-Bekämpferin« (SPON 22.03.06) sei 2001 ihre »einzige Karte« gewesen, die fünf Jahre später gegen den neuen Ministerpräsidenten Günter Oettinger nicht mehr ziehe (Spiegel 07/06, 38). Sie habe sich zwar gegen ältere Männer durchgesetzt. Gegen jüngere habe sie jedoch keine Chance (FAZ 20.03.06, 4).

Dem Wahlkampf 2006 mangelte es wegen der großen Koalition im Bund an Kontroversen. Schlagzeilen schuf der Boulevard mit eigenen Mitteln. Wie die anderen Spitzenkandidaten ließ sich Vogt in einem privaten Radio-Sender kurz vor der Landtagswahl auf ein Interview am Lügendetektor ein. Günther Oettinger (CDU), Winfried Kretschmann (Grüne) und Ulrich Goll (FDP) gestanden Jugendsünden: Alkoholexzesse, einen Joint, eine Schlägerei (SPON 23.03.06). Vogt wurde gefragt, ob sie schon einmal einen Orgasmus vorgetäuscht habe. Sie antwortete: »Ja, aber das ist schon lang her.« Am nächsten Tag titelte Bild: »Ute Vogt beichtet Orgasmus-Lüge!« (Bild 23.03.06, 1). Andere Medien folgten mit süffisanten Kommentaren.

Schmidt und Vogt wurden bei ihrer ersten Kandidatur in den Medien als Exotinnen mit Event-Charakter inszeniert, jedoch quasi außer Konkurrenz. Stahmer fehlte der mediale Unterhaltungswert. Sie wurde als Spitzenkandidatin geradezu demontiert. Im zweiten Anlauf ging Schmidt im Duell der politischen Alpha-

Männchen unter. Vogt wurde sexualisiertes Opfer fehlender Medien-Events in einem ereignislosen Wahlkampf.

2. Ministerpräsidentin Heide Simonis

Erste erfolgreiche Spitzenkandidatin war Heide Simonis in Schleswig-Holstein. 1993 nach dem Rücktritt von Björn Engholm⁵ in der laufenden Legislaturperiode gewählt, startete sie bereits als Amtsinhaberin in ihren ersten Wahlkampf 1996 und wurde 2000 wiedergewählt. 2005 scheiterte sie bei der Wahl zur Ministerpräsidentin einer vom Südschleswigschen Wählerverband tolerierten rotgrünen Minderheitsregierung.⁶ Die Berichterstattung pendelte in allen drei Wahlkämpfen zwischen Inszenierungen als handlungsmächtige Politikerin und als geschwätzige Frau.

2.1 Politikerin oder plappernde Göre

Die Medien erkannten die Kompetenz der Ministerpräsidentin zwar an, relativierten sie jedoch u. a. mit Verweisen auf ihr Privatleben oder Äußeres. Der Haushaltsausschuss des Bundestags sei ihre »hohe Schule der Politik« gewesen (FAZ 20.03.96, 3). Ihre nüchterne, pragmatische Art komme bei der Wirtschaft gut an (FAZ 22.03.96, 17). »(G)roße Zukunftsvisionen« oder intellektuelle Gedankenspiele seien hingegen »nicht die Sache der Ministerpräsidentin, die in ihrer Freizeit am liebsten auf Flohmärkten stöbert« (Spiegel 12/96, 45).

Neben Simonis' Faible für Hüte und Ringe stand ihre Sprechweise mit Begriffen wie »Schnellsprecherin«, »spitzzüngig« oder »plappern« im Fokus. Ihre Stärke sei

der schlagfertige Dialog in kleiner Runde (Spiegel 12/96, 44). In großen Versammlungen schneide sie am besten ab, wenn sie »nicht einfach drauflos plappert und sich dann schon mal verhaspelt« (SZ 25.02.00, 7). Die FAZ montierte die Sprechweise zur Generalkritik:

Der Mund, sie würde sagen: das Maul, ist ihr Werkzeug. [...] Es haspelt, raspelt, fallen Späne. Manchmal rutscht sie ab. Wenn sie sich dann entschuldigt, plagt sie kein Zweifel, ob sie entschuldigt ist. [...] Sie hobelt: Ja, bitte?! Moment mal! Schnauze! Soundsound-soundsoundso. Basta. Ende der Durchsage!

Ironischer Schluss: »Einfach toll, diese Heide Simonis.« (FAZ 20.03.96, 3)

2.2 Politische Bedeutung ist männlich

Der Politikerin Simonis verliehen die Medien durch die Kontextualisierung mit Männern Gewicht. 1996 wurde die Kandidatur der noch relativ neuen Ministerpräsidentin mit dem Ehemann und dem Vater privat gerahmt (Spiegel 12/96, 45). 2000 und 2005 rückten männliche Politiker ins Zentrum, vor allem der Kanzler. Simonis' und Schröders gegenseitige politische Abhängigkeit wurde auf Basis einer sprachlich konstruierten Geschlechterhierarchie beschrieben, etwa mit Simonis' »verzweifelte(m)« Kampf »um einen Platz an Schröders Seite in Berlin« (FAZ 24.02.00, 3). Für die Kommunikation auf Augenhöhe wurde Simonis vermännlicht. »Heide ist einer, der nie einfach ist, aber immer kompetent, gehört zu Schröders Standardsätzen bei seinen Auftritten.« (FAZ 05.02.05, 3)

Auch Simonis' zierliche Statur diente der Hierarchisierung. Volker Rühe, Simonis' Gegenkandidat im Jahr 2000, »rückte ihr körperlich nahe, so empfand sie es jedenfalls. Sie fühlte sich wie ein kleines Mädchen, das seine Beine verschüchtert zusammenpresst, während der

⁵ Im Zuge der so genannten Schubladen-Affäre

⁶ In vier Wahlgängen fehlte Simonis je eine Stimme.

Kerl neben ihr sich breitbeinig hin pflanzt.« (SZ 21.02.00, 3)

2.3 Populäre Landesmutter und Personenkult

Simonis wurde ambivalent als Landesmutter adressiert: An Weihnachten koche die Landesmutter für ihr Staatskanzlei-Team, doch je weiter entfernt die Mitarbeiter arbeiteten, desto eisiger sei das Verhältnis (Spiegel 12/96, 47). Nach dem Ende ihrer Ambitionen auf einen Platz im Bundeskabinett gebe Simonis wieder mit sichtbarem Gefallen die Landesmutter, »wie sie fast zwanghaft bei jeder Parteiveranstaltung genannt wird« (SZ 13.01.00, 3), die sich für ihre Landeskinder abrackere. »Rackern mag sie. Sie kann den Leuten das Gefühl geben, eine der Ihren zu sein.« (SZ 21.02.00, 3). Zugleich legten Attributionen wie »der Boss« männliches Führungsverhalten nahe.

Simonis' Volksnähe war unbestritten, wurde aber mit dem Vorwurf mangelnden Charismas und fehlender Machtaura sowie durch private Kontexte entpolitisiert, »denn das unterscheidet einen vom Rest, macht einsam. Das will Heide Simonis, die gebürtige Rheinländerin, die sich noch immer für den Karneval begeistern kann, nun wirklich nicht sein« (SZ 21.02.00, 3).

In den Wahlkämpfen 2000 und vor allem 2005 kontrastierten die Medien Simonis' Popularität zunehmend mit Kritik an Personenkult in einem inhaltsleeren amerikanisierten Wahlkampf (SPON 21.01.05). Nun tauchten Motive sozialer Distinktion auf: »Heide Simonis lässt sich ihren Mantel reichen, einen schweren, schwarzen Pelz, in dem die Frau fast ganz verschwindet.« (SZ 15.02.05, 3) Inszeniert wurde eine Dame von Welt, eine Frau auf dem Höhepunkt ihrer Karriere, jedoch mit ausschließlich weiblich kodierten Attributen sozialer Distanz.

Anders als Schmidt, Stahmer und Vogt wurde der Status der Ministerpräsidentin als Politikerin in den Medien akzeptiert. Häufige private Rahmungen standen dazu im Kontrast. Simonis kreiste quasi in einer medialen Drehtür zwischen dem politischen und privaten Raum.

3. Eine neue Generation von Politikerinnen?

Während Simonis' Status als Politikerin ambivalent blieb, waren Andrea Ypsilanti 2008 in Hessen sowie Hannelore Kraft 2010 und 2012 in NRW im politischen Raum verortet, wenn auch mit weiblich kodiertem Profil.

Ypsilanti galt als sympathische Alternative zum aggressiven Amtsinhaber Roland Koch, mit zweifelhafter Kompetenz, aber erstaunlicher Entwicklung. Sie inszenierte sich »links, weich und weiblich« (SPON 17.01.08). Ihr Konzept sei »Profil zeigen«, »Glaubwürdigkeit« ohne zu viel Polarisierung, »freundliche Zurückhaltung« und »eine gehörige Portion Weiblichkeit« (Bild 11.01.08, 3).

Ypsilantis Anteil am Fast-Wahlsieg der SPD war in den Medien umstritten.⁷ Einerseits hieß es, die Politikerin sei unterschätzt worden. Andererseits hielt der Spiegel Ypsilantis »Vorzüge« für »überschaubar« (Spiegel 04/08, 24). Laut SZ habe sich Koch mit seiner Jugendgewalt-Kampagne seine Gegnerin erst geschaffen (SZ 25.01.08, 3).

Das Image von Hannelore Kraft in NRW entwickelte sich von der Notlösung zum Star der SPD. 2010 galt Kraft als »Fräulein Chancenlos« (Bild 10.05.10, 3). Ohne »sich noch gegen männliche Konkurrenz durchsetzen zu müssen« (FAZ

⁷ Die SPD gewann zwar 7,6 Prozentpunkte hinzu, blieb aber rund 3.500 Stimmen hinter der um zwölf Prozentpunkte abgestürzten CDU.

06.05.10, 3), sei sie zur Chefin einer »Fraktion der Ehemaligen und der Niemande« (SZ 30.04.10, 8) gewählt worden. Fraglich sei, ob sie »wirklich schon so weit« sei, ein Land zu führen (SZ 28.04.10, 4).

2012 hatte sich das Bild der Landesmutter etabliert, »fürsorgend« (SPON 04.05.12), mit »Sympathie und Gefühl« (Bild 02.05.12, 4), »bodenständig und direkt« (FAZ 14.05.12, 10), doch ohne politische Botschaft. Die SPD habe »auf eine Wohlfühlkampagne mit Landesmutter Hannelore Kraft, die »NRW im Herzen« trage« gesetzt (FAZ 02.05.12, 4). Mit dem Bild der »Schuldenkönigin« (SZ 11.05.12, 6) wurde die politische Kompetenz der Landesmutter angezweifelt. Mit ihrem Anspruch der SPD als »Kümmererpartei« (FAZ 30.04.12, 4) mache Kraft auf Kosten der Landeskasse Politik, die keinem weh tue (Spiegel 18/12, 28). Gute Politik müsse weh tun, so die implizite Botschaft. Dies erinnert an das archaische Bild des Vaters, der sein Kind aus Liebe züchtigt, und verweist auf das Bild des durchsetzungsstarken Vollblutpolitikers, der harte und unpopuläre Entscheidungen trifft.

3.1 Sozialdemokratische Erzählung

Profil und Glaubwürdigkeit beider Politikerinnen wurden von ihrem Bildungsaufstieg aus dem Arbeitermilieu privat hergeleitet, mit weiblich kodierten Eigenschaften verknüpft und gleichzeitig als »Teil der großen sozialdemokratischen Erzählung« (FAZ 06.05.10, 3) politisch gerahmt.

Ypsilanti wurde als Tochter eines Opel-Arbeiters, die sich das Studium selbst erarbeitet habe, mit dem »Ministersohn Koch« kontrastiert. Sie sei »bodenständig, aber nicht spießig« (SPON 27.01.08). Ypsilanti poche auf ihre Herkunft, sei diesem Milieu jedoch längst entstiegen (SZ 25.01.08, 3). Der Umstand, dass Ypsilantis Sohn eine private

Schule besuche,⁸ stehe im Kontrast zu ihrem schulpolitischen Programm (FAZ 24.01.08: 2).

Krafts Aufstieg wurde als Pendeln zwischen Wollen und Zaudern konstruiert:

Hannelore Kraft [...] war die Erste aus der Familie, die Abitur machte. Chance. Aber hinterher traute sie sich nicht, Jura zu studieren, [...]. Angst. Also lieber etwas Sicheres, eine Banklehre. Bis sie merkte, dass sie damit nicht weit kommt. Also jetzt doch studieren, Wirtschaft. Angst und Chance. Aber wenn studieren, dann bitte in der Nähe, [...]. Aber besser auch mit einem Auslandsjahr, in London. Aber am Ende [...] eine Stelle zu Hause bei der Zenit, jener Wirtschaftsförderungsfirma, die zu einem Drittel dem Land gehört. (Spiegel 18/12, 29)

3.2 Linksbündnis: Ja oder Nein

Die NRW-Wahl fand rund zwei Jahre nach Ypsilantis Scheitern in Hessen statt.⁹ Zwischenzeitlich war in sieben weiteren Bundesländern gewählt worden. Auch in Brandenburg, im Saarland und in Thüringen stand eine Kooperation der SPD mit der Linken zur Debatte. Doch auf diese Länder mit männlichen Spitzenkandidaten wurde in der Berichterstattung zur NRW-Wahl nicht Bezug genommen. Der Umgang der SPD mit der Linken wurde ausschließlich als Vergleich zweier Politikerinnen und deren persönlichen Eigenschaften thematisiert.

⁸ Ypsilanti hatte das selbst bekannt gemacht und mit dem fehlenden öffentlichen Ganztagsangebot begründet.

⁹ Obwohl Ypsilanti im Wahlkampf eine Zusammenarbeit mit der Linken ausgeschlossen hatte, strebte sie nach der Wahl eine links tolerierte Minderheitsregierung an. Dies zog sich über fast das gesamte Jahr 2008 hin, wurde von einer beispiellosen Medienkampagne begleitet (vgl. Hecht 2008; Schimmeck 2010) und scheiterte am Ende an vier Abweichler_innen in der SPD.

Anders als in der späteren Berichterstattung über Ypsilantis Versuch der Regierungsbildung spielte die Frage einer Kooperation mit der Linken im Hessen-Wahlkampf keine allzu große Rolle. Kraft hingegen wurde 2010 zu einer eindeutigen Absage an ein Bündnis mit der Linken gedrängt. Unter dem Titel »Die Anti-Ypsilanti« verglich *Spiegel online* beide Politikerinnen. Anders als Ypsilanti denke Kraft nicht in großen Gesellschaftsmodellen. Seit Wolfgang Clement sie 2001 zur Ministerin gemacht habe, wisse sie, was politische Macht sei. »Gut möglich, dass eben diese Erfahrung sie davor bewahrt, nach der Wahl Ypsilanti nachzueifern und auf Gedeih und Verderb die Staatskanzlei erobern zu wollen.« Allerdings habe Ypsilanti als linke Hoffnungsträgerin Ausstrahlung weit über Hessen hinaus gewonnen, während Kraft kaum Aufbruchstimmung erzeuge (SPON 04.05.10).

3.3 Kontextualisierung mit Männern

Wie Simonis erhielten auch Kraft und Ypsilanti politisches Gewicht durch Kontextualisierungen mit Männern. Diese waren überwiegend politisch gerahmt und kamen weitgehend ohne Rekurs auf körperliche Merkmale aus.

So wurde Ypsilantis Profil als Partei linke in Relation zu SPD-Männern gezeichnet. Obwohl Schröder zu diesem Zeitpunkt längst nicht mehr Kanzler war, spielte er eine Rolle. Ypsilanti galt als »die Frau, die Gerhard Schröder nervte« (Spiegel 04/08, 24), imitiere aber die Pose ihres »frühere(n) Lieblingsgegner(s)« mit hochgereckten Armen und Victory-Zeichen, »das auch als Ypsilon durchgehen könnte« (FAZ 22.01.08, 3). Mit dem Partei-Vorsitzenden Kurt Beck teile sie »das komplette linke Wohlfühl-Programm« mit »Mindestlohn, gegen millionenschwere Managergehälter und für mehr Umverteilung von oben nach unten« (Spiegel

04/08, 24). Motiv für die Warnung des ehemaligen Arbeitsministers Wolfgang Clement vor der Wahl Ypsilantis sei Rache für ein SPD-Mitgliederbegehren gegen die Agenda 2010 (SPON 24.01.08).

Krafts Wahl zur Fraktionschefin 2010 wurde mit dem Hinweis auf fehlende *männliche* Konkurrenz abgewertet. 2012 stieg die Politikerin im Kontext mit Männern auf. Vergleichsmaßstab waren ab dem Wahlabend die drei Konkurrenten um die SPD-Kanzlerkandidatur.

Aber der eigentliche Star der SPD ist nun eine Frau: Hannelore Kraft hat den drei Männern vorgemacht, wie man eine Wahl gewinnt. Sie ist in der Partei beliebter als jeder der drei K-Anwärter. Sie will bei der Bundestagswahl aber nicht antreten. So wird jeder andere Kandidat mit dem Manko leben müssen, für viele Parteimitglieder nur zweite Wahl zu sein. (SPON 13.05.12)

Kraft wurde als »Frau« gegen die drei »K-Anwärter« kontrastiert. Der Wahlsieg wurde quasi vergeschlechtlicht und dabei der Verzicht auf die Kanzlerkandidatur prominent gesetzt.

3.4 Kontexte mit anderen Politikerinnen

Als einzige SPD-Spitzenkandidatin wurde Kraft ausführlich mit anderen Politikerinnen kontextualisiert. Während der Bezug zu ihrer grünen Stellvertreterin Sylvia Löhrmann im Bild der *besten Freundinnen* blieb, wurde der Vergleich mit Merkel als *Machtkampf zwischen zwei starken Frauen* inszeniert. Kraft sei mit der Wahl 2012 zur mächtigsten Sozialdemokratin und zweitmächtigsten Politikerin der Republik nach der Kanzlerin aufgestiegen (Bild 14.05.12, 1–2). Der Zuwachs an Macht bleibt in diesem Kontext an das Geschlecht gebunden.

Hingegen wurde das Verhältnis zu ihrer Stellvertreterin als private Frauenfreundschaft inszeniert. Kraft und Löhr-

mann seien »ein Herz und eine Seele« oder »Hanni und Nanni von der Regierungszentrale«¹⁰ (SZ 25.04.12, 6).

Anders als die ersten SPD-Spitzenkandidatinnen wurden Ypsilanti und Kraft nicht als Gattungswesen konstruiert, sondern als vergeschlechtlichte Individuen in der politischen Arena. Dabei wurden weiblich kodierte Eigenschaften aufgewertet und positiv mit dem aggressiven Vollblutpolitiker kontrastiert, wie das Beispiel Ypsilanti im Wahlkampf zeigt. Gleichwohl blieben Möglichkeiten zur Retraditionalisierung angelegt, vor allem im Bild der Landesmutter.

4. Widersprüchliche Modernisierung

Die Bild von Spitzenpolitikerinnen in den Medien hat sich in den vergangenen 20 Jahren erheblich modernisiert. Über die ersten SPD-Spitzenkandidatinnen wurde als Event ohne ernst zu nehmende politische Botschaft berichtet. Politische Bedeutung blieb männlich, Unterhaltung weiblich. Inzwischen werden Politikerinnen als Akteurinnen in der politischen Arena inszeniert. Meine Annahmen der Modernisierung auf vergeschlechtlichter Basis, der Umwertung geschlechtlich kodierter Zuschreibungen und der persistierenden Gefahr von Retraditionalisierungen diskutiere ich im Folgenden in vier Thesen.

Die Landesmutter ist die dominante mediale Metapher für die SPD-Spitzenkandidatinnen. Stoiber galt als kalter Manager der Macht; Eberhard Diepgen (Stahmers Gegenkandidat in Berlin) als biederer Bürgermeis-

ter; Teufel als behäbiger Landesvater, Oettinger als Modernisierer, Koch und Rühe als politische Alpha-Männchen, Jürgen Rüttgers (Krafts Gegenkandidat 2010) als Arbeiterführer, dessen Nachfolger Norbert Röttgen als Intellektueller. Während die CDU-Kandidaten mit je eigenem Profil als Führungsfiguren gezeichnet wurden, blieb für die Spitzenkandidatinnen nur die Metapher der *Landesmutter*. Die unterlegenen Kandidatinnen wurden mal ironisch, mal ernsthaft mit diesem Titel adressiert. Bei Simonis erschien das Bild der Landesmutter nur beim Weihnachtsessen mit ihrem Team authentisch, also im privaten Nahbereich, und wurde mit männlich kodierten Führungseigenschaften relativiert. Kraft hingegen galt den Medien 2012 als *richtige* Landesmutter mit mütterlichen Eigenschaften. Jedoch zeigte sich bei der NRW-Ministerpräsidentin die Ambivalenz dieser Adressierung. Denn Empathie, Bürgernähe und Bodenständigkeit wurden mit Inhaltsleere und Verschuldung kontrastiert.¹¹

Zwar wurden männliche Gegenkandidaten als *Landesvater* titulierte. Doch anders als die Mutter gehört der »Familienvater« (gemeinsam mit dem »Warenbesitzer«) zum politischen Selbstverständnis einer bürgerlichen Öffentlichkeit, wie sie z. B. Habermas versteht (Habermas 1993, 86, 88; Holland-Cunz 1994, 229). Die Mutter hingegen bleibt der Privatsphäre zugeordnet (Habermas 1993, 111), charakterisiert mit Zuschreibungen aus dem familiären Innenbereich (vgl. Hausen 1976). Der Rückgriff auf traditionell geschlechtliche Arbeitsteilungen und Stereotype ist dem Bild der Landesmutter damit inhärent. Mütterliche Eigenschaften relativie-

¹⁰ Die Mädchenbuch-Serie *Hanni und Nanni* von Enid Blyton handelt von einem Zwillingpaar in einem englischen Internat. Mit der Überschrift *Das doppelte Löffchen* griff auch *Die Zeit* am 08.07.10 auf ein Mädchenbuch zurück und dekontextualisierte damit die beiden Politikerinnen.

¹¹ Merkel wird in den Medien als *Mutti* tituliert, jedoch u. a. mit dem Bild der schwäbischen Hausfrau. Interessant wäre ein Vergleich der Mutter-Bilder beider Politikerinnen.

ren Durchsetzungsfähigkeit und politische Kompetenz. Wenn die Politikerin durchgreift, verliert das Bild der Landesmutter an Authentizität und Glaubwürdigkeit.

Die Karriereorientierung von Politikerinnen ist nach wie vor negativ konnotiert.

Über Schmidts möglichen Wechsel in eine Schröder-Regierung wurde genauso pejorativ berichtet wie über Simonis' Ambitionen auf das Bundeskabinett. Vogt wurde vorgeworfen, sie nehme die Spitzenkandidatur wegen verbesserter Karrierechancen in der Bundespolitik nur mit. Bei Ypsilanti beruhte die gesamte Berichterstattung über den konfliktreichen Versuch, eine rotgrüne Minderheitsregierung durchzusetzen, auf dem Bild der machtbesessenen und skrupellosen Frau.

Krafts positive Darstellung beruhte hingegen zumindest teilweise auf Verzicht. Sie wurde nach ihrem Wahlsieg 2012 als potenzielle Kanzlerkandidatin qualifiziert, schloss dies jedoch aus. Das passt zum Bild der häuslichen Landesmutter und kann mit Gnändigers These diskutiert werden, wonach Verzicht von Politikerinnen mit positiver Berichterstattung quasi belohnt wird.

Politische Bedeutung wird durch Männer verliehen.

Ab dem SPD-Wahlsieg 1998 galt Kanzler Schröder als Maßstab für das politische Gewicht einer SPD-Kandidatin. Im Bayern-Wahlkampf ging Schmidt im medialen Zweikampf Stoiber – Schröder unter. Simonis und Schröder wurden in gegenseitiger politischer Abhängigkeit geschildert, jedoch auf Basis einer klaren Geschlechterhierarchie. Vogt wurde 2001 als Schröders Schützling in die Führungsreserve der SPD eingereiht. 2006 war Schröder abgewählt. Über Vogt hieß es nun, sie könne nur gegen ältere Männer gewinnen, nicht jedoch gegen jüngere. Selbst Ypsilanti wurde mehr als zwei

Jahre nach Schröders Machtverlust noch mit diesem kontrastiert.

Markant ist die Entwicklung bei Kraft in NRW von der Notlösung zum Star der SPD, der sogar die Kanzlerkandidaten in den Schatten stelle, ohne die ihr zugesprochene Macht allerdings ergreifen zu wollen. Als potenzielle Kanzlerkandidatin wurde Kraft zur zweitmächtigsten Frau Deutschlands hinter Merkel erklärt. Dieser Vergleich stellte die einzige politische Kontextualisierung mit einer Frau dar. Andere Politikerinnen tauchten nur in privaten Rahmungen auf, wie das Beispiel von Krafts Stellvertreterin Löhrmann zeigt.

Sexualisierungen bleiben eine Option, um Politikerinnen zu trivialisieren und abzuwerten.

Sexualisierungen, wie bei den ersten Spitzenkandidatinnen beschrieben, finden sich in Medientexten immer seltener.¹² Der medial inszenierte sexuelle Übergriff auf Ute Vogt mag eine Ausnahme gewesen sein. Gleichwohl müssen sich Politikerinnen weiterhin den männlichen Blick der Medien auf ihren Körper gefallen lassen. Und der Boulevard setzt weiterhin auf Sexualisierungen auch bei Spitzenpolitikerinnen. Dass zeigen die (hier nicht thematisierten) medialen Diskurse über Merkels Dekolleté 2008 (Lünenborg u. a. 2009) und die Adressierungen der Verteidigungsministerin Ursula von der Leyen als *Mutter der Kompanie* oder auch *Kanonen-Uschi*.

(Wie) hat die Darstellung nach Machtstrebender Frauen die männliche Kodierung des politischen Raumes und von politischer Macht verändert? Anlässlich der Wahl Malu Dreyers zur Ministerprä-

¹² Bildgesteuerte Sexualisierungen wie jene in *Bild*, in der eine sachliche Meldung über Ypsilanti direkt neben der entblößten Brustwarze eines weiblichen Modells positioniert ist (Bild Frankfurt 02.01.08: 9), sind hier nicht berücksichtigt.

sidentin in Rheinland-Pfalz im Januar 2013 rief die SZ einen neuen Typus kompetenter und glaubwürdiger Politikerinnen mit unaufgeregtem Politikstil aus. Sie hätten »jahrelang im Hintergrund zielsicher Kontakte geknüpft«, setzten »mehr auf Inhalt als auf Lärm«, pflegten einen kommunikativen Führungsstil und suchten den Konsens. Durchsetzungsfähig seien sie um der Sache Willen (SZ 16.01.13, 4). Dies schließt sich an Scholz' These vom Ende der Ära des dominanzorientierten, sich selbst inszenierenden Politikertypus an und könnte auf einen Wandel vergeschlechtlichter Attributionen im politischen Raum hinweisen.

Beschreibungen von Krafts Regierungsstil in NRW und Ypsilantis (zumindest im Wahlkampf) medial konstruierter wohlthuender Kontrast zu Koch lassen sich hier einordnen. Doch abgesehen davon verharret die Mediendarstellung der SPD-Spitzenkandidatinnen in traditionellen Zuschreibungen mit der Landesmutter als dominanter Metapher. Zwar geraten Politikerinnen auch in dieser Rolle nicht mehr zwangsläufig in die Zwickmühle zwischen Erwartungen an sie *als Frau* und Ansprüchen an *politische Persönlichkeiten*. Doch in das Bild der Landesmutter ist eine mögliche Retraditionalisierung eingeschrieben.

Machtbewusstsein, Durchsetzungsstärke und Karriereorientierung scheinen nach wie vor männlich kodiert und sind bei Politikerinnen negativ konnotiert. Das lässt sich selbst aus der Medienhype um Hannelore Kraft nach dem Wahlsieg 2012 ablesen, die teilweise dem Verzicht auf die Kanzlerkandidatur geschuldet sein dürfte.

Der Vergleich Kraft – Merkel lässt Raum für die These, dass Politikerinnen nur mit Spitzenamt mediale Bedeutung erhalten. Ohne oder mit minder bedeutendem Amt überwiegen private Rahmungen. Erkennbar ist gleichwohl ein qualitativer Wandel der Darstellung von

Politikerinnen in den Medien: vom Gattungswesen mit Unterhaltungswert zur politisch handelnden Persönlichkeit. Je nach Kontext werden eher egalitäre oder eher hierarchische Geschlechterverhältnisse konstruiert. Die Darstellung von Frauen als (handlungs-)mächtige Politikerinnen ist damit weiterhin an bestimmte Kontexte gebunden und bleibt prekär.

Literatur

- Gnädiger, Charlotte (2007): Politikerinnen in deutschen Printmedien. Vorurteile und Klischees in der Berichterstattung. Saarbrücken.
- Habermas, Jürgen (1993): Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft. Neuauflage 1990. 3. Auflage. Frankfurt a.M.
- Hall, Stuart (2000): Die strukturierte Vermittlung von Ereignissen. In: Ders.: Ideologie Kultur Rassismus. Ausgewählte Schriften 1. 3. Auflage. Hamburg, 126–149.
- Hausen, Karin (1976): Die Polarisierung der »Geschlechtscharaktere« – Eine Spiegelung der Dissoziation von Erwerbs- und Familienleben. In: Conze, Werner (Hrsg.): Sozialgeschichte der Familie in der Neuzeit Europas. Stuttgart, 363–393.
- Hecht (2008): Der Ypsilanti-Komplex. Zwischenbilanz einer medialen Jagd. In: Frankfurter Rundschau, Frankfurt a.M. 25.09.2008.
- Holland-Cunz, Barbara (1994): Öffentlichkeit und Intimität – demokratiethoretische Überlegungen. In: Biester, Elke / Holland-Cunz, Barbara / Sauer, Birgit (Hrsg.): Demokratie oder Androkratie? Theorie und Praxis demokratischer Herrschaft in der feministischen Diskussion. Frankfurt a.M., New York, 227–246.
- Holtz-Bacha, Christina (2008): Die Darstellung von Politikerinnen in den deutschen Medien. In: Dorer, Johanna / Geiger, Brigitte / Köpl, Regina (Hrsg.): Medien – Politik – Geschlecht. Wiesbaden, 79–90.

- Imhof, Kurt (2006): Politik im »neuen« Strukturwandel der Öffentlichkeit. fög discussion papers. GL-2006-0010. Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft. Zürich.
- Klaus, Elisabeth (2005): Kommunikationswissenschaftliche Geschlechterforschung. Zur Bedeutung der Frauen in den Massenmedien und im Journalismus. Aktualisierte u. korrigierte Neuauflage. Wien.
- Lünenborg, Margret (Hrsg.) (2009): Politik auf dem Boulevard? Die Neuordnung der Geschlechter in der Politik der Mediengesellschaft. Bielefeld.
- Lünenborg, Margret/Röser, Jutta/Maier, Tanja/Grittmann, Elke (2009): »Merkels Dekolleté« als Mediendiskurs. Eine Bild-, Text- und Rezeptionsanalyse zur Vergeschlechtlichung einer Kanzlerin. In: Lünenborg, Margret (Hrsg.), Politik auf dem Boulevard? Die Neuordnung der Geschlechter in der Politik der Mediengesellschaft. Bielefeld, 73–102.
- Lünenborg, Margreth/Maier, Tanja (2012): »Kann der das überhaupt?« Eine qualitative Textanalyse zum Wandel medialer Geschlechterrepräsentationen. In: Lünenborg, Margret/Röser, Jutta (Hrsg.): Ungleich mächtig. Das Gendering von Führungspersonen aus Politik, Wirtschaft und Wissenschaft in der Medienkommunikation. Bielefeld, 65–126.
- Pfannes, Petra (2004): Powerfrau, Quotenfrau, Ausnahmefrau...? Die Darstellung von Politikerinnen in der deutschen Tagespresse. Marburg.
- Schimmeck, Tom (2010): Chronik einer Zermürbung. In: Schimmeck, Tom: Am besten nichts Neues: Medien, Macht und Meinungsmache. Frankfurt a.M., 129–161.
- Scholz, Sylka (2007): »Männer reden Merkel klein«: Männlichkeitskritiken im Bundestagswahlkampf 2005. In: Scholz, Sylka (Hrsg.): »Kann die das?«. Angela Merkels Kampf um die Macht. Berlin, 103–116.
- Tuchman, Gaye (1980): Die Verbannung von Frauen in die symbolische Nichtexistenz durch Massenmedien. In: Fernsehen und Bildung, 14/1980 [1/2], 10–43.

Zeitungsartikel

Bild

- 29.09.1995, 5: Senatorin Stahmer hat 'nen Modespürhund
- 27.08.1998, 5: Sie tut so, als hätte sie sich für Bayern geopfert
- 23.03.2006, 1: Ute Vogt beichtet Orgasmus-Lüge
- 11.01.2008, 3: Führt sie der Yps-Faktor zum Sieg?
- 10.05.2010, 3: Hannelore Kraft hat's allen gezeigt!
- 02.05.2012, 4: Röttgen im Angriffsmodus – Kraft mit Sympathiepunkten
- 14.05.2012, 1–2: NRW-Wahl. Kraft siegt! Röttgen weg!

Frankfurter Allgemeine Zeitung (FAZ)

- 16.09.1994, 3: Eine starke Frau soll Stoiber das Fürchten lehren
- 22.09.1994, 3: Bayerns fliegender Holländer wirkt überall, als sei er auf der Durchreise
- 20.10.1995, 3: Von der Kunst, das Ähnliche mit angenehmeren Assoziationen zu verbinden
- 20.03.1996, 3: Ich bin die erste Ministerpräsidentin Deutschlands, vergessen Sie das nicht!
- 22.03.1996, 17: Dann lieber die Dame allein
- 24.02.2000, 3: Eine Frau als starker Mann
- 26.03.2001, 1: Ein Traumergebnis für Teufel
- 05.02.2005, 3: Es macht wieder Spaß
- 20.03.2006, 4: »Vogt hat Anrecht auf Oppositionsführung«
- 22.01.2008, 3: Von »Frau XY« zum Alphanatier
- 24.01.2008, 2: Frau Ypsilanti schickt ihren Sohn auf ein privates Gymnasium
- 06.05.2010, 3: Strukturwandel einer Kandidatin
- 30.04.2012, 4: Prozess der Enthartzung
- 02.05.2012, 4: Die Entdeckung der Themen
- 14.05.2012, 10: Triumphatorin

Spiegel

- 12/96, 44–47: »Der Satz ist weg«
- 07/06, 36–40: Das andere Gesicht
- 04/08, 22–26: Die Schlacht am Main
- 18/12, 28–31: Bei Muttern

Spiegel online (SPON)

- 28.02.2001: Ein kesser Schnabel greift nach dem Chefsessel
 21.01.2005: Sylt-Witze in roten Sesseln
 22.03.2006: Auf Merkels Welle in den Watewahlkampf
 23.03.2006: Warum Ute Vogt über ihr Sexualleben plauderte
 17.01.2008: Der Ypsilanti-Faktor – links weich, weiblich
 24.01.2008: Ich, ich, ich
 27.01.2008: Der Erfolg der Unterschätzten
 04.05.2010: Die Anti-Ypsilanti
 04.05.2012: Hannelore Rau
 13.05.2012: Das rotgrüne Sommermärchen

Süddeutsche Zeitung (SZ)

- 03.09.1994, 4: Verhaltener Auftakt bei der CSU
 21.09.1994, 3: Kreuzchen sammeln für die Superzahl 3
 02.09.1998, 3: Die Kleinstgröße XXL
 13.01.2000, 3: Bergan im platten Land
 21.02.2000, 3: Ehrlichkeit ist eine Zier
 25.02.2000, 7: Simonis und Rühe führen faires Fernsehduell
 19.03.2001, 3: Spartaner auf Stimmenfang
 15.02.2005, 3: Frau Käpt'n steht im Trockenen
 25.01.2008, 3: Vorwärts auf der Achse des Guten
 28.04.2010, 4: Alles andere als ein Straßenfeger
 30.04.2010, 8: Die Frau in der Schlangengrube
 25.04.2012, 6: »Mensch, Hannelore«
 11.05.2012, 6: Muttertage
 16.01.2013, 4: Die da oben

Christel Kumbruck

Gefährdungen des Ethos guter Pflege in Intensivstationen

Das Ethos guter Pflege antwortet auf die leibseelische Verletzlichkeit menschlicher Existenz.¹ Dieses Ethos ist eine Haltung, die eng mit dem Selbstverständnis und der Lebenspraxis sorgender Frauen verbunden ist, bei Frauen (und Männern) die Motivation für pflegerische Berufe prägt und deren Berufsethik kennzeichnet. Im konkreten Pflegehandeln zeigt sich das

Ethos fürsorglicher Praxis heute im Eingehen auf die situativ-individuellen Bedürfnisse der Pflegebedürftigen, in der Achtsamkeit auf körperliche Zeichen und leibliche Bezugnahme, dem Eingehen auf psychische Befindlichkeiten, einem sensiblen Umgang mit Nähe und Abhängigkeit, in der Achtung personaler Würde auf beiden Seiten der Pflegebeziehung und in der Wahrung der Würde im Tod (Senghaas-Knobloch / Kumbruck 2008; Kumbruck 2009). Ob dieses Ethos im beruflichen Alltag tatsächlich angeeignet und praktiziert werden kann, hängt davon ab, welche subjektiven Bewältigungsstrategien in den konkreten Pflegesituationen ermöglicht werden. In unseren Stu-

¹ Dieser Aufsatz entstand in enger Absprache mit Eva Senghaas-Knobloch, mit der auch das umfassende Kooperationsvorhaben des Forschungszentrums Nachhaltigkeit der Universität Bremen (artec) und des Sozialwissenschaftlichen Instituts der EKD (SI) zum Ethos fürsorglicher Praxis durchgeführt wurde (vgl. Kumbruck / Senghaas-Knobloch 2007, Kumbruck u.a. 2010).