

Poster Trouble. Das Plakat zur Homosexualität_en-Ausstellung in Münster : Eine Diskursanalyse

Reedy, Nina

2020

<https://doi.org/10.25595/2175>

Veröffentlichungsversion / published version
Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Reedy, Nina: *Poster Trouble. Das Plakat zur Homosexualität_en-Ausstellung in Münster : Eine Diskursanalyse*, in: Journal Netzwerk Frauen- und Geschlechterforschung NRW (2020) Nr: 46, 33–43. DOI: <https://doi.org/10.25595/2175>.

Erstmalig hier erschienen / Initial publication here: <https://doi.org/10.17185/DUEPUBLICO/72324>

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>

Nina Reedy

Poster Trouble. Das Plakat zur Homosexualität_en-Ausstellung in Münster. Eine Diskursanalyse

1 Einleitung

Wartet man an Bahnhöfen der Deutschen Bahn (DB) auf einen Zug, sieht man Werbeplakate für Unternehmen und Veranstaltungen. Viele der Werbenden greifen dabei auf Models zurück. Nicht selten zeigen diese viel Haut. Daran sind wir gewöhnt. Auch in der Kunst wird Nacktheit reflektiert und als Symbol eingesetzt. Vor diesem Hintergrund stieß die Entscheidung der DB, das Werbeplakat für die Ausstellung *Homosexualität_en* in Münster nicht am Bahnhofsgelände aufzuhängen, auf Unverständnis.

Die Ausstellung wurde kuratiert vom Schwulen Museum Berlin und dem Deutschen Historischen Museum und war als Sonderausstellung im LWL-Museum für Kunst und Kultur in Münster von Mai bis September 2016 zu sehen. Die Ausstellung wurde 2015 bereits in beiden Berliner Museen gezeigt. Währenddessen war das Ausstellungsposter im Berliner Stadtbild präsent, auch, weil es in Bahnhofsgebäuden der DB aufgehängt wurde. Für die Schau in Münster lehnte das für die Motivgenehmigung zuständige Fachreferat DB Media & Buch GmbH das Poster ab. Es widerspreche den Vorgaben des Deutschen Werberates und sei damit nicht geeignet, auf dem DB-Gelände ausgestellt zu werden. Mit dem Hinweis, dass das Ausstellungsplakat „sexistisch“ und „sexualisiert“ sei, finden die Verhaltensregeln, die der Werberat vorschlägt, Eingang in die Argumentation der DB (Schwules Museum 2016; Deutscher Werberat 2019). Diese Einschätzung löste die in dieser Arbeit analysierte Diskussion und Kritik aus. Am 10.05.2016 revidierte die DB nach Gesprächen mit dem LWL-Museum ihre Entscheidung.

Das Ausstellungsposter zeigt eine Fotografie des*der muskulösen Kunstschaffenden Cassils und trägt den Titel *Advertisement: Homage to Benglis* (2011). Durch die Vermischung des hypermännlichen Körpers eines Bodybuilders, den Phallus durch ein Jogstrap in Szene gesetzt, mit einer weiblichen Brust und einem geschmink-



Foto: Heather Cassils/Robin Black 2011.

ten Gesicht hinterfragt Cassils in dem Werk Symbole, die deutliche Genderkonnotationen haben (Cassils 2019).

Ziel dieses Beitrags ist es, zu ergründen, welche Diskurs- und Machtstrukturen die Entscheidung der DB und die anschließend stattgefundene Diskussion beeinflusst haben. Offengelegt werden sollen diese durch eine Kritische Diskursanalyse (KDA) von Online-Zeitungsartikeln und Stellungnahmen. Dieses Forschungsvorhaben lässt sich in der Forschungsfrage zusammen: *Welche Aspekte der verdeckten sozialen Normen bestimmen die Debatte um das Poster zur Ausstellung „Homosexualität_en“ im LWL-Museum Münster?*

Mit der Frage nach sozialen Normen und darin inhärenten diskursiv erzeugten Machtstrukturen

basiert diese Arbeit auf der Theorie Judith Butlers. Soziale Normen geben demnach vor, was als selbstverständlich oder natürlich angesehen wird und dadurch auch das außerhalb dieser Normen liegende Andere als *unnorm* vom Bereich des Anerkennbaren ausschließt. Normen sind dabei „eine Form sozialer Macht, die das intelligible Feld der Subjekte hervorbringt, und ein Apparat, durch den die Geschlechterbinarität eingerichtet wird“ (Butler 2012 [2009]: 84). Diskurse sind das System, anhand dessen die Wirklichkeit organisiert und verständlich erscheint. Ein Diskurs besteht nicht nur aus Zeichen und Sprache, sondern vielmehr aus Praktiken (Äußerungen), die sich zu verschiedenen Aussagen zusammenfassen lassen. Innerhalb eines Diskurses wird festgelegt, was denk- und sagbar ist und was aus diesem Sagbarkeitsfeld ausgeschlossen ist. Damit kommt dem Diskurs produktive, wirklichkeitskonstituierende Macht zu (Butler 1993: 3; 35; 244).

In dieser Arbeit wird insbesondere der Diskursstrang um das Thema (Werbe-)Sexismus thematisiert. In Bezug zu Sexismus werden Unterthemen wie die Herabwürdigung des Geschlechts oder die Vorgabe von Genderrollen behandelt. Deshalb kann der Diskursstrang zum Thema Sexismus dem Geschlechterdiskursstrang zugeordnet werden.

Der ausgewählte Fall eignet sich für eine KDA, weil es sich um ein brisantes Thema von gesellschaftspolitischer Relevanz handelt: Das Unverständnis der Entscheidung der DB gegenüber deutet auf eine Konfliktsituation hin, in der das etablierte Wissen durcheinandergerät. Anhand solcher brisanter Konfliktsituationen, für die zunächst um Erklärungsmuster gerungen werden muss, können die verborgenen sozialen Normen sichtbar gemacht werden (Jäger/Zimmermann 2010: 34).

Relevanz erhält diese Arbeit auch, weil sie die Ergebnisse einer vollständig durchgeführten KDA präsentiert. Aufgrund des Umfangs dieser Methodik sind solche Präsentationen selten. Vor der Präsentation der Analyseergebnisse, die in Struktur- und Feinanalyse unterteilt ist, sollen die Methodik der KDA nach Jäger und mein methodisches Vorgehen vorgestellt werden. Abschließend diskutiere ich die Ergebnisse, indem ich sie mit dem aktuellen Forschungsstand in Verbindung setze.

2 Methodik: kritische Diskursanalyse nach Jäger

Die kritische Diskursanalyse (KDA) nach Siegfried Jäger (2015) ist ein geeignetes Instrument, um die sozialen Normen, die in unserer Wissensord-

nung weitgehend als selbstverständliche facts of life verborgen bleiben, nachzuentdecken. Durch die KDA werden Sagbarkeitsfelder bestimmt, um festzustellen, welche Aussagen gemacht und verstanden werden können und was im Umkehrschluss in den Bereich des nicht Intelligiblen fällt. Methodisch folgt diese Arbeit Jägers (2015: 96) Vorschlag zur Analyse von „sprachlichen Äußerungen im Mediendiskurs“, ergänzt diese allerdings durch den Punkt *Bezeichnung der Figur auf dem Ausstellungsposter*, weil durch die Erfassung der gewählten Bezeichnungen ermittelt werden kann, wie das auf dem Poster gezeigte Subjekt innerhalb des Diskurses erkannt wird.

Die systematische Suche nach relevanten Online-Artikeln in Zeitungen, Magazinen und auf Blogs von Vereinen und Institutionen basiert auf dem Pressespiegel des Schwulen Museums und wurde erweitert um Artikel, die in der Online-Suchmaschine google mit den Suchbegriffen „Münster+Poster (bzw. Plakat) +Deutsche+Bahn+Museum“ und unter Aktivierung der Suchfunktion „nur im letzten Jahr“ gefunden wurden (Stand: 12. Februar 2017). Alle englischsprachigen Ergebnisse und ein Artikel aus einer österreichischen Zeitung wurden aus dem Korpus aussortiert, um nur den deutschsprachigen Diskurs in Deutschland abzubilden. Blogs von Einzelpersonen und Social-Media-Beiträge, die einen Alltagsdiskurs und nicht Mediendiskurs abbilden, wurden ebenso ausgeschlossen. So ergibt sich ein Dossier von 34 Artikeln. Im Folgenden werden die Analyseergebnisse unterteilt in Struktur- und Feinanalyse präsentiert.

3 Strukturanalyse

Die Strukturanalyse gibt Aufschluss über kontextuelle Informationen zu den Medien, in denen die Diskursfragmente veröffentlicht wurden. Der erste Artikel zur Diskussion um das Poster wurde auf *queer.de* (2016a) veröffentlicht. 13 der analysierten Artikel sind in westfälischen Medien erschienen, elf in überregionalen Medien, von denen drei ein besonderes Interesse an Kunst bzw. Plakaten verfolgen. Zehn Artikel erschienen in Medien, die eine queere* Diskursposition beanspruchen, das heißt, die emanzipatorische Ziele verfolgen oder Berichte veröffentlichen, die von besonderem Interesse für diese Gruppe sind. Es ist eine hohe Frequenz des Themas Gender in den Diskursfragmenten zu verzeichnen. Acht Artikel setzen sich explizit mit dem Thema Werbesexismus auseinander. Neun der analysierten Artikel beschränken sich auf eine knappe Beschreibung der Vorfälle, ohne besondere thematische Exkurse. Darüber hinaus findet sich in einigen Artikeln auch ein Abriss der Geschichte

der LGBTIQ*-Bewegung in Deutschland und Münster.

Keiner der Artikel positioniert sich im Posterstreit auf der Seite der DB, stattdessen wird die DB wiederholt wegen Diskriminierung von nicht-heteronormativen Lebensstilen angeprangert oder ihr wird vorgeworfen, besonders prüde zu sein. In dem analysierten öffentlichen medialen Diskurs scheint es dadurch nicht legitim, sich auf der Seite eines Konzerns zu positionieren, der vermeintlich homo- oder transphob bzw. übertrieben restriktiv handelt.

In der KDA wird in der Strukturanalyse besonderer Fokus auf die Aussagen, das sind Überthemen, zu denen sich einzelne Äußerungen Artikelübergreifend zusammenfassen lassen, gelegt. Für den Zeitraum zwischen Mai und Juli 2016 konnten im deutschsprachigen, öffentlichen, medialen Online-Diskurs über den Posterstreit sieben verschiedene Aussagen identifiziert werden. Diese lauten: (1) *Es gibt geschlechtliche Normen.* (2) *Menschen, die diesen Normen nicht entsprechen, sind eine Minderheit und bedürfen besonderen Schutzes.* (3) *Offenheit, Diversität, Freiheit und der Respekt auch für Menschen, die außerhalb der Normen liegen, sind Ideale für unsere Gesellschaft.* (4) *Sexualität und Nacktheit sind in unserer modernen Gesellschaft kein Tabu mehr, Prüderie gehört der Vergangenheit an.* (5) *Unsere Gesellschaft wächst und es ist ein Fortschritt in Richtung unserer Ideale zu verzeichnen.* (6) *Durch Gegner dieses Fortschritts werden unsere Ideale bedroht.* (7) *Bilder, die geschlechtliche Normen hinterfragen oder Kunst sind, sind nicht sexistisch.*

3.1 Heterosexuelle Matrix als Strukturelement

Aussage (1) *Es gibt geschlechtliche Normen* taucht in 25 Diskursfragmenten auf. Aussage (2) *Menschen, die diesen Normen nicht entsprechen, sind eine Minderheit und bedürfen besonderen Schutzes* findet sich in 23 Texten. Damit sind beide mit sehr hoher Frequenz vertreten.

Die Äußerungen in den Artikeln zitieren wiederholt die Normvorstellungen der Zweigeschlechtlichkeit. So wird zum Beispiel im offenen Brief des CSD Münster auf heterosexuelle Normen hingewiesen und queere* Personen, einschließlich des Menschen auf dem Poster, als Gruppe konstituiert, die diesen nicht entspricht. Diese Gruppe der *Anderen* kann erst sichtbar gemacht werden, indem auf die *Normalen* hingewiesen wird (Dietrich/Sahner 2016).

Die Analyse zeigt auch, dass die Schreibenden an sprachliche Grenzen stoßen, wenn sie das Plakatmotiv zu erfassen versuchen. Deutlich wird dies anhand der Vielzahl der Bezeichnungen und Pronomen, die zur Beschreibung des*der Künst-

ler*in genutzt werden. So wird zum Beispiel in zehn Artikeln auf ein sprachliches Nebeneinander der maskulinen und femininen Formen mittels Gender Gap zurückgegriffen. In acht Artikeln wird Cassils mit der maskulinen Form bezeichnet. Drei Artikel bezeichnen Cassils mit femininem Genus, wobei auffällt, dass einer dieser Artikel zwar in Bezug auf den*die Künstler*in die feminine Form verwendet, das Plakatmotiv aber als „Kerl“ (Queer.de 2016a) bezeichnet.

Diese Vielseitigkeit an Pronomen macht deutlich, dass es in dem bestehenden Feld des Denk- und Sagbaren keine Bezeichnung gibt, die die auf dem Poster gezeigte Person eindeutig erfasst. Daraus folgt, dass dieser Mensch aus dem Bereich des Eindeutigen und des Intelligiblen fällt. Indem Cassils für das Kunstwerk eine Identität entwirft, die nicht den Kategorien männlich/weiblich untergeordnet ist, sondern sich die bekannten Zeichen aneignet und umordnet, ist in dem Kunstwerk ein Akt des Widerstandes, eine subversive Performance der Geschlechternormen zu erkennen, die einerseits Unsicherheit, aber andererseits auch den Impuls auslöst, über das Thema Gender zu diskutieren.

3.2 Diktum der Offenheit

Mit mittlerer Frequenz weisen die Artikel im Dossier die Aussage (3): *Offenheit, Diversität, Freiheit und der Respekt auch für Menschen, die Außerhalb der Normen liegen, sind Ideale für unsere Gesellschaft* (17 Mal) und die Aussage (vier Mal): *„Sexualität“ und „Nacktheit“ sind in unserer modernen Gesellschaft kein Tabu mehr, „Prüderie“ gehört der Vergangenheit an* (13 Mal) auf.

In beiden Aussagen zeigt sich ein Diktum der Offenheit nichtheteronormativen Lebens gegenüber. Die Reflexion über Themen wie Geschlecht und Sexualität werden als wünschenswert dargestellt. Zum Beispiel fordert der Verein CSD Münster: *„[D]ie Ausstellung durch das Aushängen der Plakate zu unterstützen und hierdurch einen Beitrag für eine offene, aufgeklärte Gesellschaft zu leisten sowie Respekt gegenüber Menschen zu zeigen, die sich gegen heterosexuelle Normen und Normerwartungen stellen“* (Dietrich/Sahner 2016). In einem Kommentar für *WDR3* heißt es: *„[D]ie Museumsleute sind für ihren Mut zu beglückwünschen, nämlich eine Ausstellung über die Frage nach geschlechtlicher Identität zu zeigen“* (Köhler 2016). Beide Äußerungen machen auf der Aussageebene Vorstellungen deutlich, die für die Gesellschaft als Ideale gelten: Offenheit, Aufgeklärtheit, Respekt und Mut.

Köhlers (2016) Wertung, die Ausstellung „pass[e] in die Zeit“, kann im Kanon mit weiteren Äußerungen rezipiert werden, die ebenfalls eine Zeit-

mäßigkeit fordern: Im Magazin *Bento* heißt es, dass es „ja auch langweilig [wäre]“, wenn Cassils in die „alten Geschlechtskategorien“ (Reißmann 2016) passte. Die Komparation „Prüde, prüder, Deutsche Bahn?“, die als rhetorische Frage den Artikel in *RTL Next* (2016) eröffnet und die Feststellung, das Poster sei „für die Westfalenstadt zu heiß“ (Queer.de 2016a), die sich auch in der *Welt/N24* (2016) Überschrift „Dieses Poster ist zu heiß für die Deutsche Bahn“ widerspiegelt, setzen die DB bzw. Münster mit nichtzeitgemäßen und rückständigen Traditionen gleich. Das Wort „prüde“ referiert auf vergangene, preußische oder viktorianische Zeiten, auf übertriebenes Schamgefühl und wirkt damit verstaubt. Auf die gleiche Weise lässt sich Reißmanns Äußerung, die alten Geschlechtskategorien seien langweilig, interpretieren. So ergibt sich auch der Eindruck der Offenheit gegenüber Nacktheit und Sexualität. Diese abzulehnen scheint im Kontext des analysierten Diskurses nicht legitim.

3.3 Fortschrittsoptimismus

In diesen Wertekanon kann ebenfalls ein Fortschrittsoptimismus eingereiht werden. Die Aussage (5) *Unsere Gesellschaft wächst und es ist ein Fortschritt in Richtung unserer Ideale zu verzeichnen* taucht im Dossier 23 Mal und damit ebenfalls mit sehr hoher Frequenz auf.

Dieser Fortschrittsoptimismus wird besonders dadurch deutlich, dass Berlin als Symbol des Fortschritts von der Stadt Münster abgegrenzt wird. Im *Tagesspiegel* schreibt Klages (2016) zum Beispiel: „2015 hing das Plakat schon einmal in allen Bezirken und Straßen von Berlin. [...] 2016 war ein identisches Plakat der Deutschen Bahn zunächst zu sexistisch“. Durch die Herausstellung der Jahreszahlen am Satzanfang wird der Rückschritt im Hinblick auf das Plakat deutlich. Die Übertreibung, dass das Plakat „in allen Bezirken und Straßen“ zu sehen war, stellt Berlin als besonderen Ort heraus. Im in der *VICE* erschienenen Artikel rahmt der Vergleich zwischen dem fortschrittlichen Berlin und dem konservativen Münster den Text ein: Zu Beginn heißt es „In Berlin noch OK, in Münster nicht mehr“, und abschließend: „Und so lange sich direkt beim zentralen Eingang am Berliner Hauptbahnhof trägerlose Damen auf Werbeplakaten den sprachlosen Besuchern entgegenräkeln, wird in Münster doch etwas nackte Kunst wohl auch noch drin sein“ (Garbulski 2016).

Die in einigen Artikeln auftretende Stilisierung Münsters als „Westfalenstadt“ (Queer.de 2016a; Köhler 2016) spiegeln ein Bild der Region um das Münsterland wider, das von Frömmigkeit und Konservatismus geprägt ist, was nicht zu dem erwarteten Fortschritt und dem angestreb-

ten Ideal der Offenheit passt (vgl. auch Abassi 2016). Die Darstellung der Stadt Münster als Grund für die Zensur des Posters ist ein Versuch, den angenommenen Fortschritt unbeschadet zu lassen. Stattdessen wird der Grund für die Zensur in der vermeintlich nicht so fortschrittlichen Stadt Münster gesehen. Dieses Argumentationsmuster kann deshalb als Verteidigung des Fortschrittsoptimismus anerkannt werden.

Gleichzeitig wird in vielen Artikeln eine nicht abgeschlossene, aber erfolgreiche emanzipatorische Entwicklung der LGBTIQ*-Community in Münster konstruiert. Ausgehend von der Homosexuellendemonstration in Münster in 1972, wird Münster als „einer der wichtigen Ausgangspunkte der deutschen Schwulenbewegung“ (Queer.de 2016a) und als „eine der Wiegen der homosexuellen Emanzipationsbewegung“ (Köster/Bosold 2016) beschrieben. Dass diese Entwicklung nicht durch das reibungslose Zeigen der Ausstellung fortgesetzt werden kann, wird als Angriff auf den Fortschrittsoptimismus aufgefasst. In 23 Artikeln wird daher mit Bezug auf die besondere Bedeutung Münsters und auf die Tatsache, dass das Poster bereits gezeigt wurde, besonderes Unverständnis gegenüber der Entscheidung der DB geäußert.

3.4 Gefahr für Fortschritt und Ideale

Der Glaube an ein Wachstum der Gesellschaft und ihrer Ideale ist verbunden mit der empfundenen Notwendigkeit, Fortschritt und Wachstum als überlebenswichtige Elemente der Gesellschaft vor potenziellen Gefahren zu verteidigen. Dies ist in Aussage (6) *Durch Gegner dieses Fortschritts werden unsere Ideale bedroht*, die mit mittlerer Frequenz (14 Mal) im Dossier auftaucht, zusammengefasst. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass die Begriffe *Gegner*, *Fortschritt* und *unsere Ideale* zunächst semantische Leerstellen sind, die nur durch den Kontext mit Inhalt gefüllt werden können. In Kontinuität zur bisherigen Analyse lässt sich Fortschritt als das Erreichen der Ideale, nämlich Offenheit, Diversität, Freiheit und Respekt auch für Menschen, die außerhalb der Normen liegen, festlegen.

Gegner des so definierten Fortschritts werden ebenfalls in den Artikeln benannt. Vier Artikel diskutieren einen „konservativen gesellschaftlichen Backlash und entsprechende Forderungen der AfD“ (Schwules Museum/Bosold/Clarke 2016) als Grund, warum gerade jetzt ein Eintreten für alle Geschlechteridentitäten notwendig und die Entscheidung der DB besonders gefährlich sei (vgl. auch Ostendorf 2017; Rudolph 2016; Klages 2016).

Auch die DB wird als Feind der Emanzipation der LGBTIQ*-Community wahrgenommen. Äuße-

rungen, wie „Diese pseudo-feministische Ablehnung des Motivs ist ein himmelschreiendes Beispiel von Transphobie“ (Anders und gleich NRW 2016) und „Kennt die Bahn nicht den Unterschied zwischen Sexismus und Sexualität?“ (Garbulski 2016), sind Beispiele dafür. Angriffe auf den Fortschritt, die Ideale und die schutzbedürftige Gruppe werden dabei als gefährlich empfunden. Das zeigt sich auch durch die Verwendung des Wortes „fatal“ in Bezug auf die Entscheidung in mehreren Diskursfragmenten (z. B. Arnolds 2016).

Dass sich die Leerstellen der Aussage auch anders besetzen lassen, wird in der Argumentation der DB deutlich: Indem mit dem Verweis auf höhere Sensibilität der Bahnkund*innen seit der Kölner Silvesternacht (Feddersen 2016) das Ausstellungsplakat als sexistisch deklariert wird, wird es ebenfalls zum *Gegner* und zur Gefahr für die Kund*innen und deren sexuelle Unversehrtheit.

3.5 Ablehnung des Sexismusvorwurfes

Der DB wird in den Artikeln mit Unverständnis begegnet. Darüber hinaus wird auch der von der DB ausgesprochene Vorwurf des Sexismus kritisiert. Dies zeigt sich in Aussage (7): *Bilder, die geschlechtliche Normen hinterfragen oder Kunst sind, sind nicht sexistisch*, die ebenfalls mit mittlerer Frequenz in 18 Diskursfragmenten beinhaltet ist.

Als Beleg für diese Aussage lassen sich die Äußerungen im Magazin *VICE* heranziehen. Hier heißt es, dass das Plakat „alles andere als sexistisch sei“, weil „mit dem Projekt starre Geschlechternormen in Frage gestellt und ihnen gleichzeitig die Formenvielfalt von Sexualitäten und Geschlechtlichkeit entgegengestellt würden“ (Garbulski 2016). Das Magazin *Männer* zitiert die Kuratorin der Ausstellung, für die „der Knackpunkt darin [liege], dass es sich beim Plakatmotiv um ein künstlerisches Werk handle“ (Rudolph 2016).

Hinzu kommt, dass einige der analysierten Diskursfragmente die Vorstellung, dass Werbesexismus ein Problem sein könnte, relativieren, indem sie sich auf den Normalismus, dass Werbung in der Regel sexistisch sei, beziehen (z. B. Köhler 2016). Auch die oben dargestellte Abgrenzung zur Prüderie und die postulierte Offenheit für Nacktheit und Sexualität sorgen für eine Zurückweisung der Bemühungen der DB, ein vermeintlich sexistisches Bild zu bekämpfen.

4 Feinanalyse

Im Folgenden stelle ich die wichtigsten Ergebnisse der Feinanalyse zur Ergänzung der Strukturanalyse vor (Jäger 2015: 98–111). Betrachtet

man die Verteilung der Inhalte und Aussagen auf die analysierten Texte, lassen sich drei Diskurspositionen feststellen: Die berichtende Position, die Prüderie vorwerfende Position und die Homo- und Transphobie vorwerfende Position. Auf Basis der Strukturanalyse wurden drei typische Artikel, die jeweils eine dieser Diskurspositionen repräsentieren, für die Feinanalyse ausgewählt.

Die berichtenden Artikel weisen eine weitestgehend neutrale Haltung auf und beschränken sich inhaltlich auf die Darstellung der Geschehnisse. Dieser Gruppe können 18 Diskursfragmente zugeordnet werden. Typischerweise findet sich in den Texten dieser Gruppe ein Abbild des in Aussage 5 zusammengefassten Fortschrittsoptimismus sowie Hinweise auf die Aussagen 1, 2 und 7. Besonders selten findet sich hier die Aussage 4, also die postulierte Offenheit gegenüber Nacktheit und Sexualität. Der Artikel „Ausstellung in Münster. Bahn will kein Nackter-Mensch-Plakat und erlaubt es dann doch“ aus der Zeitung *RuhrNachrichten* wird als Repräsentant dieser Gruppe ausgewählt.

Der zweiten Position können Artikel zugeordnet werden, die der DB eine restriktive und nicht zeitgemäße Haltung vorwerfen. Bestehend aus fünf Diskursfragmenten, von denen alle hauptsächlich im Sinne der Aussage 4, also mit der Offenheit gegenüber Nacktheit und Sexualität als Merkmal der Gesellschaft, argumentieren, ist dies die am wenigsten vertretene Diskursposition. Zur Repräsentation der Prüderie vorwerfenden Position wird Köhlers Kommentar „Zwischenruf: Der Plakatstreit in Münster“, veröffentlicht bei *WDR3*, ausgewählt.

Dem dritten Typ können Artikel zugeordnet werden, die der Bahn Homo- oder Transphobie vorwerfen. In diesen Artikeln wird der Streit vor allem aus der Perspektive der LGBTIQ*-Community diskutiert und die Entscheidung der Bahn wird häufig als Zeichen von fehlendem Respekt für die betroffenen Personen gewertet. Dieser Gruppe können elf Diskursfragmente zugeordnet werden. Typischerweise finden sich in diesen Texten vor allem die Aussagen 1, 2 und 3 und die heteronormative Gesellschaftsstruktur wird explizit in den Texten angesprochen. Besonders selten findet sich auch bei dieser Gruppe die Aussage 4. Ein typisches Beispiel für die Homo- und Transphobie vorwerfende Position ist der offene Brief des CSD Münster e. V., erschienen im *Münster Journal*.

Die berichtende Diskursposition und die Prüderie vorwerfende Position werden durch die Feinanalyse als vom hegemonialen heteronormativen Diskurs bestimmt und von homo- und transphoben Strukturen durchzogen entlarvt. Die Homo- und Transphobie vorwerfende Diskursposition

erscheint als Versuch, das Sagbarkeitsfeld zugunsten von queeren* Menschen zu erweitern.

4.1 Analyse des berichtenden Artikels

Der Artikel „Ausstellung in Münster. Bahn will kein Nackter-Mensch-Plakat und erlaubt es dann doch“ ist am 11. Mai 2016 auf dem Online-Portal der *RuhrNachrichten* erschienen.

Die Textform ist die eines informativen Artikels, der in seiner Botschaft um Neutralität bemüht ist. Der Text beginnt mit einem einleitenden Absatz zur Beschreibung der Ablehnung des Ausstellungsplakats. Unter der Zwischenüberschrift, die aus einem Zitat eines Bahnsprechers besteht, folgen zwei weitere Absätze, die erstens beschreiben, dass eine Entscheidungsänderung der DB nach Kritik erfolgt sei, und zweitens erläutern, dass unbekannt sei, wann die Plakate bei der Bahn zu sehen sein werden. Die zweite Zwischenüberschrift bezieht sich wie die beiden darauffolgenden Abschnitte auf die Ziele und allgemeine Daten zur Ausstellung.

Anhand der gewählten Zwischenüberschriften zeigt sich, dass in dem Artikel vermieden wird, sich explizit auf die Themen Gender und Sexismus zu beziehen. Das wird besonders an der zweiten Zwischenüberschrift („Ausstellung mit 800 Exponaten“¹) deutlich. Während eine Überschrift, die dem Inhalt des folgenden Textes gerechter würde, sich auf den Inhalt bzw. das Ziel und nicht nur den Umfang der Ausstellung konzentrieren könnte, wird durch den Verweis auf die Anzahl der Exponate vermieden, die Meldung auch auf den ersten Blick der Diskussion um „gleichgeschlechtliche Liebe“ zuzuordnen. Damit wird der Artikel zum Vertreter einer Diskursposition, die die Zensur des Plakats zwar als brisant bewertet, das explizite und positionsbeziehende Sprechen über die Themen Sexismus und Gender aber vermeidet. Damit zeigt sich eine Facette des Diskurses, die das Sagbarkeitsfeld innerhalb des Feldes um Geschlechtsidentitäten als beschränkt entlarvt: Eine Äußerung für oder gegen die Auseinandersetzung mit geschlechtlichen Identitäten wird bewusst vermieden.

4.2 Analyse des Prüderie vorwerfenden Artikels

Der Kommentar von Michael Köhler „Zwischenruf: Der Plakatstreit in Münster“ ist am 11. Mai 2016 auf dem Online-Portal des Radiosenders *WDR3* erschienen. Der *WDR3* ist ein Teil der öffentlich-rechtlichen Medien und hat als Westdeutscher Rundfunk einen besonderen Fokus auf NRW.

In seiner Botschaft mündet der Artikel in dem Vorwurf, dass die Entscheidung der DB „nicht nur gegenwartsfremd [sei], [sondern] einer Art restriktivem Antisexismus gleich [komme]“². Zu die-

sem Fazit kommt Köhler, indem er eine Übersicht über Institutionen und Phänomene vorlegt, die um die Diskurse über Sexismus und Gender entstanden sind. In Bezug auf den institutionellen und politischen Rahmen, innerhalb dessen eine Entscheidung gegen das Poster getroffen wurde, spricht Köhler im ersten Teil seines Kommentars „Hausrecht“, „Schutzpflicht“ sowie „gute Sitten und die Wahrung der Grund-, der Freiheits- und der Abwehrrechte“ sowie den Deutschen Werbeverband an. Im zweiten Teil des Kommentars liefert Köhler durch eine Analyse von gegenwärtigen Entwicklungen eine Begründung, warum das Plakatmotiv von oben skizzierten institutionellem Rahmen nicht berührt werden sollte. Dabei bezieht er sich auf die Präsenz von geschlechtlicher Vielfalt im Alltag. Außerdem zitiert er den „omnipräsenten Werbesexismus“. Diese Gegenwartsanalyse führt ihn zu dem Schluss, dass die Entscheidung der DB nicht zeitgemäß und unverständlich sei, während die Ausstellung selbst „in die Zeit“ passe. Abgegrenzt wird dieses Gegenwartsverständnis von „Teheran, Dubai, Kairo und Tulsa, Oklahoma“. Mit diesem Vergleich lagert der Autor restriktive Ansichten aus, einerseits in Gesellschaften der arabischen Welt, aber auch in die USA. Diese Strategie identifizieren Marschik und Dorer (2002: 3) als typisch für den Diskurs um Werbesexismus.

Dieser Artikel behandelt das Thema Sexismus. Allerdings zeigt sich hier die Schwierigkeit, selbigen zu definieren. Im fünften Absatz des Kommentars wird erklärt, dass das Bild nicht sexistisch sei, weil keine entblößten Geschlechtsteile zu sehen seien. Außerdem spiegelt sich an gleicher Stelle ebenfalls die Aussage, dass Kunst und Geschlechterstereotype hinterfragende Werbung nicht sexistisch sei. Gleichzeitig betitelt der Autor auch ein Video von Miley Cyrus als „mehr als obszön“, wobei sich hier argumentieren ließe, dass es sich bei einem Musikvideo um Kunst handelt. Dies offenbart den Interpretationsspielraum im Sexismuskurs.

Der Inhalt der Aussage 4, nämlich die Offenheit gegenüber Nacktheit und Sexualität, spiegelt sich vor allem in der Stilisierung von Obszönität als Merkmal der eigenen Gesellschaft wider. Köhler folgend heißt Obszönität die Präsenz von Nacktheit und Sexualität im Alltag. Die Analyse der rhetorischen Mittel offenbart dabei, dass diese Obszönität eng verbunden ist mit dem Leben von nichtheteronormativen Geschlechtsidentitäten. Deutlich wird dies zum Beispiel am Parallelismus zwischen der Äußerung „[w]ir leben in obszönen Zeiten“ und „wir leben im Conchita-Wurst Zeitalter“. Auch die Feststellung, dass jeder Internetbrowser „sexistischere Motive“ zeige, ist rhetorisch interessant.

¹ Im folgenden Absatz stammen alle Zitate aus dem oben genannten Artikel.

² Im folgenden Absatz stammen alle Zitate, wenn nicht anders gekennzeichnet, aus dem oben genannten Artikel.

Die Komparativ-Form des Adjektivs eröffnet eine Leerstelle: Wenn die im Internet gezeigten Motive „sexistischer“ sind, erweckt dies den Eindruck, die Positiv-Form des Adjektivs, „sexistisch“, könne in Bezug auf das unmittelbar vorher beschriebene Postermotiv ergänzt werden. Während also auf der inhaltlichen Ebene das Plakat als Durchkreuzung des omnipräsenten Werbesexismus und die Ausstellung für ihre Liberalität gelobt werden, zeigt die untergelagerte Ebene der rhetorischen Mittel eine wiederholte Gleichsetzung von Obszönität, „lasziven“ Porno- und Popstars und Menschen, deren Identität nicht durch die Kategorien „Mann“ und „Frau“ erfasst wird.

Deutlich wird dies auch, wenn an mehreren Stellen eingeräumt wird, dass es berechtigt sei, Unbehagen angesichts des „Conchita-Wurst Zeitalters“, der „obszönen Zeiten“ und der „etwa 60 Geschlechter-Optionen“ bei Facebook zu empfinden. Auch das offenbart eine Vermischung von Obszönität und Lebensweisen, die nicht mit der geschlechtlichen Binarität konform sind.

Artikel, die der Prüderie vorwerfenden Diskurspositionen zuzuordnen sind, distanzieren sich von der Entscheidung der DB und fordern eine Akzeptanz des Plakates als zeitgemäße Erscheinung. Werbesexismus wird als Normalismus angenommen und nicht hinterfragt. Was sich im Rahmen des bereits Gezeigten befindet, wird toleriert. Das Poster wird ebenfalls in diesem Rahmen wahrgenommen und als Teil von verwerflicher, aber normaler und damit zu tolerierender Omnipräsenz von nackten und obszönen Bildern erkannt. Während diese impliziten Tendenzen durch die Analyse aufgedeckt werden können, sprechen sich Vertreter*innen dieser Diskursposition auf der Textoberfläche typischerweise für die Auseinandersetzung mit Geschlechteridentitäten aus.

4.3 Analyse des Homo- und Transphobie vorwerfenden Artikels

Der „Offen[e] Brief an die Deutsche Bahn AG“ wurde am 10. Mai 2016 im *Münster Journal* veröffentlicht. Verfasst wurde er von Lydia Dietrich und Andreas Sahner, die Vorstandsmitglieder des CSD Münster e. V. sind. Der Text kann also einem Verein zugeordnet werden, der für politische Rechte und gesellschaftliche Akzeptanz für queere* Personen wirbt. Damit argumentiert der Text aus der Perspektive der von Homo- und Transphobie Betroffenen. Durch die Publikation im *Münster Journal*, einer Online-Tageszeitung, erreicht der Brief vor allem einen Leser*innenkreis, der am Leben und an Freizeitmöglichkeiten in Münster interessiert ist.

Inhaltlich fordert der Artikel die DB auf, die Plakate auf dem Bahnhofsgelände zu zeigen und

die Ausstellung zu unterstützen. Im ersten Teil des Textes wird ein kurzer Überblick über die Zensur des Posters geliefert und eben diese Aufforderung geäußert. Der zweite Teil des Textes besteht aus einer Begründung der Forderung: Zunächst wird das Poster als „selbstbestimmte Inszenierung des eigenen Körpers abseits jeglicher Geschlechternormen“³ charakterisiert. Im nächsten Absatz wird eine Definition von Sexismus geliefert und es wird aufgezeigt, dass diese nicht auf das Ausstellungsposter zutrifft. Dabei ist ein wichtiger Aspekt der hier gelieferten Definition, dass sexistische Werbung „Menschen nicht als Individuen, als Persönlichkeiten“ begreife. Der dritte Teil des Textes behandelt die positive Bedeutung der Ausstellung für Münsters LGBTQ*-Community. Abschließend wird neben einer Grußformel auch die eingangs geäußerte Forderung in Form einer Bitte wiederholt.

Während die DB im Brief nicht explizit beschuldigt wird, homo- oder transphob zu handeln, enthält der Text Implikaturen, die Vorwürfe deutlich machen: Wenn positiv formuliert wird, dass ein Zeigen der Plakate ein Beitrag zu einer offenen Gesellschaft und ein Zeichen des Respekts gegenüber nicht heteronormativ lebenden Menschen sei, enthält diese Äußerung auch die Anschuldigung, dass das Nicht-Zeigen der Plakate ein Zeichen von Respektlosigkeit ist. Ebenso verbirgt die rhetorische Frage: „Aber ist die Reduzierung der Darstellung eines selbstbewussten, schönen und stolzen Menschen auf seine Nacktheit nicht selbst ein sexistischer Fehlschluss?“, der Vorwurf an die DB, sexistisch zu handeln.

Der im Text verwendete Sexismusbegriff erachtet Darstellungen nicht als sexistisch, wenn die Gezeigten als Individuen und nicht als „Repräsentant_innen von Geschlechtererwartungen“ erkennbar sind. Dabei fallen viele Textstellen auf, an denen Worte verwendet werden, die auf die Individualität von Menschen, die nicht heteronormative Leben führen, hinweisen. Beispielsweise sei hier auf „ihren *eigenen* Entwurf von *persönlichem* Glück und *eigener* Identität“ (meine Hervorhebungen) und die Wiederholung des Präfixes *selbst* im dritten Textabsatz verwiesen. Im Kontext der oben herausgearbeiteten latenten Tendenz, die nichtheteronormative Leben als Teil der omnipräsenten Obszönität wahrnimmt, ist diese Strategie bemerkenswert: Auf diese Weise erfolgt eine Betonung der Autonomie der Menschen. Der im offenen Brief gelieferten Definition von Sexismus folgend, fällt ein solcher, selbstgestalteter Lebensentwurf nicht in den Bereich des Sexistischen oder Obszönen. So kann diese Diskursposition als Antwort auf die latente Stigmatisierung von queeren* Lebensstilen als obszön oder beunruhigend, wie sie in

³ Im folgenden Absatz entstammen die Zitate aus dem oben genannten Artikel.

den ersten beiden Diskurspositionen festgestellt wurde, eingeordnet werden.

5 Zusammenfassung der Analyseergebnisse hinsichtlich der Forschungsfrage

Im Folgenden stelle ich die miteinander verzahnten Analyseergebnisse zusammengefasst dar, um den analysierten Diskursstrang zu modellieren. Dabei stelle ich in Bezug auf die Forschungsfrage insbesondere heraus, welche Aspekte der verdeckten sozialen Normen, die als „eine Form sozialer Macht [...] das intelligible Feld der Subjekte hervorbringen“ (Butler 2012 [2009]: 84), sichtbar werden.

Die Analyse offenbart zwei grundlegende Strukturelemente des Geschlechterdiskurses. Erstens werden die von Butler ausführlich ergründete geschlechtliche Binarität und die Heteronormativität als Normalismus anerkannt. Die Reflexion über andere mögliche Geschlechtsidentitäten und Sexualitäten fällt dennoch in den Bereich des Sagbaren. Explizit homo- und transphobe Kommentare hingegen sind im öffentlichen medialen Diskurs nicht sanktionsfrei sagbar. Dem liegt eine Setzung von Fortschrittlichkeit, Aufgeklärtheit und Offenheit als identitätsstiftendes Merkmal *unserer* Gesellschaft zugrunde. Fortschritt erscheint dadurch als selbstverständlich und natürlich. Der Fortschrittsoptimismus ist deshalb als weiteres Strukturelement zu benennen.

Im Posterstreit werden zwei Angriffe auf die so strukturierte Ordnung des Diskurses deutlich: Homo- oder Transphobie stellen erstens einen Angriff auf die Eigenschaft der Gesellschaft, tolerant und fortschrittlich zu sein, dar. Das Verbot des Posters wird als homo- und transphobe Aussage eingeordnet, fällt damit in den Bereich des Nicht-Sagbaren und wird in Konsequenz kritisiert, bis das Verbot nach wenigen Tagen zurückgerufen wird. Zweitens führt die auf dem Poster abgebildete Figur die geschlechtliche Binarität vor und hinterfragt damit auch das andere Strukturelement des Diskurses, die heteronormative Zweigeschlechtlichkeit. Auch das Ausstellungsposter erfährt durch die vorübergehende Zensur ebenfalls eine Sanktion, die das Motiv in den Bereich des Nichtintelligiblen verbannt.

Die Verortung der auf dem Poster gezeigten Person in diesem Bereich wird auch im analysierten Mediendiskursstrang deutlich. Latente homo- und transphobe Tendenzen zeigen sich, wenn das Poster als unheimlich konstituiert und das explizite Sprechen darüber vermieden wird und auch wenn es als obszön eingeordnet wird. Dies offenbart eine Unterordnung unter den hegemonialen Diskurs, der nichtheteronormative Identitäten zwar verwirft, das Sprechen über sol-

che homo- und transphoben Diskriminierungen aber ebenfalls verunmöglicht (vgl. dazu Dzuiba-Kaiser/Rott 2016: 127).

Dem entgegengesetzt lässt sich auch eine subversive Diskursposition erkennen, die vor allem versucht, die so Ausgeschlossenen durch Betonungen ihrer Autonomie und Individualität aus dem Bereich des Außersystemischen zurück in den des Menschlichen zu bringen. Dabei wird deutlich, dass die Eigenschaften, die der westlich-abendländischen Gesellschaft inhärent zu sein scheinen, aufgegriffen und ebenfalls auf Personen mit nichtheteronormativen Identitäten übertragen werden, so zum Beispiel Individualismus oder ein Fortschritt innerhalb der Community. Hier zeigt sich also ein Moment des Widerstandes aus der bestehenden Ordnung heraus (Butler 1993: 203).

Durch das Offenlegen dieser Diskursstrukturen, werden Aspekte der verdeckt agierenden sozialen Normen deutlich: Erstens treten „Wachstum“ und „Fortschritt“ als entscheidende Charakteristika der Gesellschaft auf. Zweitens zeigt sich die Identifikation mit aufklärerischer, humanistischer Philosophie und sozialer Liberalität als soziale Norm, von der aus ebenfalls auf die Identität der Gesellschaftsmitglieder als tolerante, offene Individuen geschlossen wird. Drittens zeigt sich die soziale Norm, die Subjekten vorschreibt, den Vorstellungen von heterosexuellen männlichen Männern und weiblichen Frauen zu entsprechen.

6 Diskussion der Ergebnisse

Abschließend runde ich die Analyse ab, indem ich die Kritik an den aufgedeckten diskursiven Strukturen festhalte und mit der theoretischen Untermauerung und dem aktuellen Forschungsstand in Verbindung setze.

Der Diskursstrang zeigt eine bequeme Pseudo-Offenheit: Der durch die soziale Norm diktierte und naturalisierte Fortschritt vermittelt das Gefühl, dass die Gesellschaft in ihrem tolerantesten Zustand seit jeher angekommen ist. Es entsteht der Eindruck, dass man von nun an gar nicht mehr trans- oder homophob sein könne. Dadurch wird eine Reflexion über Homo- und Transphobie als gesamtgesellschaftliches, strukturelles Problem, wie es im Posterstreit und der analysierten Diskussion zum Vorschein kommt, erschwert. Homo- oder Transphobie werden nun mehr als singuläre Ereignisse aufgefasst, Schuld sind dann keine systemischen Strukturen, sondern zum Beispiel das katholische Münster, ein verschlafener Bahnmitarbeiter oder einige Ewig-Rückständige. Dies entspricht den Ergebnissen anderer kontemporärer Diskursanalysen. Dzuiba-Kaiser und Rott kritisieren die „Gefahr, einer zunehmenden

Verunmöglichung des Sprechens über sexistische und rassistische Tendenzen in der deutschen Gesellschaft“ (Dziuba-Kaiser/Rott 2016: 127), und M. Jäger fasst die Schwierigkeit, über den Ausschluss bestimmter Personen zu sprechen, im Begriff des „Tabudiskurses“ zusammen (Jäger 2010: 386).

Außerdem kann diese Beobachtung durch aktuelle Diskursanalysen zum Sexismusdiskurs angereichert werden. Das Gros der aktuellen Analysen fokussiert sich auf die Diskursverschränkung mit dem Rassismusdiskurs. Hier wird überzeugend herausgearbeitet, dass Sexismus dadurch als Problem der Anderen stilisiert wird. Vor allem die Silvesternacht in Köln wird als diskursives Ereignis erkannt, welches das Feld des Sagbaren für rassistische Parolen geöffnet, aber auch zu Debatten über den Schutz vor sexistischen und sexuellen Übergriffen angeregt hat (Jessen 2016; Messerschmidt 2016; Schneider 2016). Durch meine Analyse kann aufgezeigt werden, dass sich dieses diskursive Ereignis auch in Diskurssträngen niederschlägt, die nicht mit Rassismus in Verbindung stehen. So wurde auch im Posterstreit eine Person, die als Teil der potenziell gefährlichen Anderen erkannt wird, als sexistisch eingestuft. Dies offenbart einen durch das diskursive Event der Silvesternacht verschärften Sexismusdiskurs. Vor dem Hintergrund wird auch die Entscheidung der DB, das Poster zu verbieten, obwohl es bereits in Berlin hang, obwohl es Kunst ist, und obwohl es andere nackte Bilder gibt, erklärbar.

Das Poster von Cassils zeigt auf, wie diese Heteronormativität zwar nicht überwunden, aber hinterfragt werden kann. Erfolgreich war das Poster insofern, als es Fragen aufgeworfen und die latenten trans- und homophoben Strukturen an die Oberfläche befördert hat.

Literaturverzeichnis

- Butler, Judith (1993). *Bodies that Matter. On the Discursive Limits of "Sex"*. New York: Routledge.
- Butler, Judith (2012 [2009]). *Die Macht der Geschlechternormen und die Grenzen des Menschlichen*. Berlin: Suhrkamp.
- Cassils, Heather (2019). *Cuts: A Traditional Sculpture*. Zugriff am 27. August 2019 unter <http://cassils.net/portfolio/cuts/>.
- Deutscher Werberat (2019). Homepage. Zugriff am 28. August 2019 unter www.werberat.de.
- Dziuba-Kaiser, Stephanie & Rott, Janina (2016). Immer eine Armlänge Abstand vom „Anderen“? Zur medialen Berichterstattung über das „Ereignis Köln“. *Femina Politica*, 02(2016), 121–128. <https://doi.org/10.3224/feminapolitica.v25i2.25358>.
- Jäger, Margarete (2010). Diskursanalyse: Ein Verfahren zur kritischen Rekonstruktion von Machtbeziehungen. In Ruth Becker & Beate Kortendiek (Hrsg.), *Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung. Theorie, Methoden, Empirie* (S. 386–391). Wiesbaden: Springer VS.
- Jäger, Siegfried & Zimmermann, Jens (Hrsg.). (2010). *Lexikon Kritische Diskursanalyse. Eine Werkzeugkiste*. Münster: UNRAST.
- Jäger, Siegfried (2015). *Kritische Diskursanalyse. Eine Einführung* (7. Aufl.). Münster: UNRAST.
- Jessen, Frank (2016). Terror ist nicht gleich Terror. Betrachtung der Berichterstattung aus diskursanalytischer Sicht. *Ibis eBook*. Köln Silvester 2015. Analyse der Ereignisse und ihrer Wirkungen (S. 12–17). Zugriff am 28. August 2019 unter www.ekiba.de/html/media/dl.html?i=71861.
- Marschik, Matthias & Dorer, Johanna (2002). Sexismus (in) der Werbung: Geschlecht. Reklame und Konsum. *Medienimpulse*, 12(2), 37–44. Zugriff am 28. August 2019 unter www.mediamanual.at/mediamanual/themen/pdf/werbung/42_Marschik.pdf.
- Messerschmidt, Astrid (2016). ‚Nach Köln‘ – Zusammenhänge von Sexismus und Rassismus thematisieren. In María do Mar Castro Varela & Paul Mecheril (Hrsg.), *Die Dämonisierung der Anderen. Rassismuskritik der Gegenwart* (S. 159–172). Bielefeld: transcript. <https://doi.org/10.14361/9783839436387>.
- Schneider, Felix (2016). Die Kölner Silvesternacht. (Re)Konstruktion eines diskursiven Ereignisses. *DISS-Journal*. Zugriff am 28. August 2019 unter www.diss-duisburg.de/2016/07/die-koelner-silvesternacht/.
- Schwules Museum (2016). „Homosexualität_en“-Plakat darf nicht mehr an Bahnhöfen hängen. Zugriff am 27. August 2019 unter www.schwulesmuseum.de/presseaktuell/homosexualitaet_en-plakat-darf-nicht-mehr-an-bahnhoeften-haengen/.

Dossier

- Abassi, Sarah (2016). Mann oder Frau oder doch ein drittes Geschlecht? Eine Debatte zur Heteronormativität. *Campus Delicti*. Zugriff am 21. Februar 2017 unter www.campusdelicti.de/2016/06/13/mann-oder-frau-oder-doch-ein-drittes-geschlecht-eine-debatte-zur-heteronormativitaet/.
- Anders und gleich NRW (2016). „In Wahrheit geht es um Transphobie“. Zugriff am 21. Februar 2017 unter www.andersundgleich-nrw.de/552-%E2%80%9Ein-wahrheit-geht-es-um-transphobie%E2%80%9C.html.

- Arnolds, Sabine (2016). Nach Protest: Homosexualität_en Plakat doch in Bahnhöfen. Phänomenelle. Zugriff am 28. August 2019 unter www.phaenomenelle.de/informelle/nach-protest-homosexualitaet-en-plakat-doch-in-bahnhofen/.
- CSD Münster e.V. (2016). Deutsche Bahn lenkt ein: Homosexualität_en Plakat nun doch am Münsteraner HBF zu sehen. Zugriff am 28. August 2019 unter <https://csdmuenster.wordpress.com/2016/05/11/deutsche-bahn-lenkt-ein-homosexualitaet-en-plakat-nun-doch-am-muensteraner-hbf-zu-sehen/>.
- Deutsches Plakat Forum e.V. (2016). Kein Homosexuellen Plakat bei der Deutschen Bahn. Zugriff am 28. August 2019 unter www.deutsches-plakat-forum.de/fileadmin/Plakatforum/Downloads/160720_DPF_Newsletter_Juli_August.pdf.
- Die Glocke (2016). Bahn ziert sich, LWL-Plakat aufzuhängen. Zugriff am 28. August 2019 unter www.die-glocke.de/lokalnachrichten/regionales/Bahn-weigert-sich-LWL-Plakat-aufzuhaengen-ec9ba469-c9c7-459f-a353-61137e2bc9d7-ds.
- Dietrich, Lydia & Sahner, Andreas (2016). Offener Brief an die Deutsche Bahn AG. Münster Journal. Zugriff am 28. August 2019 unter www.muenster-journal.de/2016/05/offener-brief-an-die-deutsche-bahn-ag/.
- Feddersen, Jan (2016). Queeres Plakat aus dem Verkehr gezogen. Angeblich „sexistisch“. Taz. Zugriff am 21. Februar 2017 unter www.taz.de/!5303549/.
- Focus (2016). Plakat zur Kunstausstellung. Bahn protestiert gegen Nackt-Plakat – und knickt dann doch ein. Zugriff am 28. August 2019 unter www.focus.de/finanzen/videos/plakat-zur-kunst-ausstellung-bahn-protestiert-gegen-nackt-plakat-und-knickt-dann-doch-ein_id_5527209.html.
- Fresh (2016). Homosexualität_en: Plakatierungsverbot nach Protesten aufgehoben. Zugriff am 28. August 2019 unter <https://de.scribd.com/doc/313920541/Fresh-Juni-2016>.
- fvw (2016). Streit um Werbung für „Homosexualität_en“-Schau. Zugriff am 28. August 2019 unter www.fvw.de/mobilitaet/news/deutsche-bahn-streit-um-werbung-fuer-homosexualitaet-en-schau-157348.
- Garbulski, Paul (2016). Kennt die Deutsche Bahn nicht den Unterschied zwischen Sexismus und Sexualität? VICE. Zugriff am 28. August 2019 unter www.vice.com/de/article/kennt-die-deutsche-bahn-nicht-den-unterschied-zwischen-sexismus-und-sexualitaet.
- Kampmann, Markus (2016). Bahn wollte Motiv erst nicht aufhängen. Museumsplakat sorgt für Wirbel. Westfälische Nachrichten. Zugriff am 28. August 2019 unter [wn.de/Muenster/2366225-Bahn-wollte-Motiv-erst-nicht-aufhaengen-Museumsplakat-sorgt-fuer-Wirbel](http://www.wn.de/Muenster/2366225-Bahn-wollte-Motiv-erst-nicht-aufhaengen-Museumsplakat-sorgt-fuer-Wirbel).
- Klages, Robert (2016). Münster: Deutsche Bahn zeigt „Homosexualität_en“-Plakat nun doch. Tagesspiegel. Zugriff am 28. August 2019 unter www.tagesspiegel.de/berlin/queerspiegel/muenster-deutsche-bahn-zeigt-homosexualitaet-en-plakat-nun-doch/13575866.html.
- Köhler, Michael (2016). Zwischenruf: Der Plakatstreit in Münster. WDR3. Zugriff am 21. Februar 2017 unter www1.wdr.de/radio/wdr3/programm/sendungen/wdr3-resonanzen/homosexualitaeten-landesmuseum-muenster-122.html.
- Kölner Stadtanzeiger (2016). Deutsche Bahn: Nackter-Mensch-Plakat an Bahnhöfen – erst verboten, dann erlaubt. Zugriff am 28. August 2019 unter www.ksta.de/nrw/deutsche-bahn-nackter-mensch-plakat-an-bahnhoeften---erst-verboten--dann-erlaubt-24042504.
- Kölnische Rundschau (2016). Ausstellung in Münster: Streit um Werbung für „Homosexualität_en“ – Bahn lenkt ein. Zugriff am 28. August 2019 unter www.rundschau-online.de/aus-aller-welt/ausstellung-in-muenster-streit-um-werbung-fuer--homosexualitaet-en---bahn-lenkt-ein-24042420.
- Köster, Thomas & Bosold, Birgit (2016). „Es geht um das wirkliche Leben – hier und jetzt“. WDR3. Zugriff am 21. Februar 2017 unter www1.wdr.de/kultur/kunst/homosexualitaeten-landesmuseum-muenster-120.html.
- Kunstforum (2016). Krach um Ausstellungsplakat. Zugriff am 28. August 2019 unter www.kunstforum.de/nachrichten/krach-um-ausstellungsplakat/.
- Lindner, Claudia (2016). Raus aus der Tabuzone, rein ins Museum. L-MAG. Zugriff am 28. August 2019 unter www.l-mag.de/news-1010/ausstellung.html.
- McLeod, Namira (2016). Sonderausstellung „Homosexualität_en“ im LWL-Museum. OctoberNews. Zugriff am 21. Februar 2017 unter www.octobernews.de/sonderausstellung-homosexualitaet-en-im-lwl-museum/.
- Monopol (2016). Bahn lenkt ein. Streit um Werbung für „Homosexualität_en“-Schau. Zugriff am 28. August 2019 unter www.monopol-magazin.de/streit-um-werbung-f%C3%BCr-homosexualit%C3%A4ten-schau.
- Neue Osnabrücker Zeitung (2016). Die Bahn will kein Nackter-Mensch-Plakat in Münster. Werbung wird trotzdem erlaubt. Zugriff

- am 28. August 2019 unter www.noz.de/deutschland-welt/nordrhein-westfalen/artikel/712313/die-bahn-will-kein-nackter-mensch-plakat-in-munster-1.
- Ostendorf, Heiko (2017). Wildes Wissen über Geschlechtsidentitäten. Ausstellung „Homosexualität_en“ in Münster. Epd. Zugriff am 21. Februar 2017 unter www.epd.de/landesdienst/landesdienst-west/schwerpunktartikel/wildes-wissen-%C3%BCber-geschlechtsidentit%C3%A4ten-1.
 - Queer.de (2016a). Deutsche Bahn zensiert „Homosexualität_en“-Poster. Zugriff am 28. August 2019 unter www.queer.de/detail.php?article_id=26067.
 - Queer.de (2016b). Deutsche Bahn erlaubt „Homosexualität_en“-Poster nun doch. Zugriff am 28. August 2019 unter www.queer.de/detail.php?article_id=26098.
 - Reißmann, Ole (2016). Was ist das für 1 Gender? bento. Zugriff am 28. August 2019 unter www.bento.de/queer/homosexualitaet-en-ausstellung-in-muenster-zeigt-non-konformegeschlechtsidentitaeten-598578/.
 - RTL Next (2016). Deutsche Bahn weigerte sich, Werbeplakat mit homosexuellem Mann aufhängen zu lassen. Zugriff am 28. August 2019 unter www.rtl.de/cms/deutsche-bahn-weigerte-sich-werbeplakat-mit-homosexuellem-mann-aufhaengen-zu-lassen-2888421.html.
 - Rudolph, Kriss (2016). Kehrtwende im Plakatstreit. DB lässt Werbung für „Homosexualität_en“-Ausstellung zu. Männer. Zugriff am 21. Februar 2017 unter <http://m-maenner.de/2016/05/ausstellung-muenster-homosexualitaeten/>.
 - RuhrNachrichten (2016). Ausstellung in Münster. Bahn will kein Nackter-Mensch-Plakat und erlaubt es dann doch. Zugriff am 21. Februar 2017 unter www.ruhrnachrichten.de/nachrichten/vermisches/aktuelles_berichte/Ausstellung-in-Muenster-Bahn-will-kein-Nackter-Mensch-Plakat-und-erlaubt-es-dann-doch;art29854,3015479.
 - Schwules Museum; Bosold, Birgit & Clarke, Kevin (2016). Offener Brief an die DB Media & Buch GmbH. Männer. Zugriff am 21. Februar 2017 unter http://m-maenner.de/wp-content/uploads/2016/05/offener-brief-homosexualitaet_en-db.pdf.
 - Wedel, Jim (2016). Homosexualitäten-Plakat nun doch in Münster. Inqueery. Zugriff am 28. August 2019 unter www.inqueery.de/kultur/homosexualitaeten-plakat-nun-doch-bahnhoefen.
 - Welt/N24 (2016). Werbeverbot: Dieses Plakat war zu heiß für die Deutsche Bahn. Zugriff am 28. August 2019 unter www.welt.de/regional/nrw/article155287138/Dieses-Plakat-war-zu-heiss-fuer-die-Deutsche-Bahn.html.
 - Westfalen Heute (2016). Ausstellung „Homosexualität_en“: Plakat darf nicht in Bahnhöfen hängen. Zugriff am 21. Februar 2017 unter www.westfalen-heute.de/mitteilung.php?40947.

Kontakt und Information

Nina Reedy
ninakramerreedy@gmail.com