

# APuZ

Aus Politik und Zeitgeschichte

50/2009 · 7. Dezember 2009



## Frauen in Politik und Medien

*Christina Holtz-Bacha*

Politikerinnen-Bilder im internationalen Vergleich

*Birgit Meyer*

„Nachts, wenn der Generalsekretär weint“

*Isabelle Kürschner*

Frauen in den Parteien

*Uta Kletzing*

Wege und Erfahrungen von Kommunalpolitikerinnen

*Katja Glaesner*

Angela Merkel – mit „Soft Skills“ zum Erfolg?

*Reinhard Mohr*

Moderieren ist alles: Frauen im Polittalk

## Editorial

Frauen in hohen und höchsten politischen und gesellschaftlichen Ämtern sind keine Besonderheit mehr: Bundeskanzlerin Angela Merkel ist im September 2009 im Amt bestätigt worden, vier weitere Frauen gehören ihrem Kabinett an, und mit Margot Käßmann ist seit Kurzem erstmals eine Frau Ratsvorsitzende der Evangelischen Kirche in Deutschland. Doch gleichzeitig gilt auch: Frauen sind in der Politik nach wie vor unterrepräsentiert. Während im Bundestag seit mehreren Legislaturen immerhin etwa jeder dritte Sitz von einer Frau eingenommen wird, beträgt der Frauenanteil auf kommunaler Ebene durchschnittlich nur 25 Prozent.

Politisch ambitionierte Frauen müssen sich noch immer geschlechterspezifischer Klischees erwehren, die sich in der Gesellschaft und der massenmedialen Berichterstattung hartnäckig halten. Das Geschlecht und die damit vermeintlich verbundenen Eigenschaften spielen in der Darstellung von Politikerinnen immer wieder eine große Rolle. Nur allzu häufig gleitet diese Betrachtungsweise in die unterschwellig gestellte Frage ab: „Kann die das?“ Sobald sie in der „Männerwelt“ Politik erfolgreich sind, kann es Frauen dagegen passieren, dass ihnen die Weiblichkeit abgesprochen wird.

So oder so wird ein künstlicher Widerspruch zwischen Weiblichkeit und Politik bzw. politischer Kompetenz konstruiert. Auch Angela Merkel ist in ihrer Karriere häufig mit derartigen Gemeinplätzen konfrontiert worden. Inzwischen muss sie sich die Kompetenzfrage nicht mehr gefallen lassen – und wenn doch, dann nicht, weil sie eine Frau ist. Es wäre also auch verfehlt, ihren Führungsstil, nur weil er sich von dem ihrer Vorgänger im Amt unterscheidet, als „typisch weiblich“ zu bezeichnen.

*Johannes Piepenbrink*

# Politikerinnen- Bilder im interna- tionalen Vergleich

Angela Merkel, Michelle Bachelet, Tarja Halonen, Cristina Fernández de Kirchner, Pratibha Patil, Gloria Macapagal Arroyo,

## Christina Holtz-Bacha

Dr. phil., geb. 1953; Professorin für Kommunikationswissenschaft an der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg.  
christina.holtz-bacha@wiso.uni-erlangen.de

Luisa Diogo, Ségolène Royal, Hillary Rodham Clinton, Sarah Palin – es scheint, dass Frauen auf dem Vormarsch in die höchsten politischen Ämter sind. Dennoch gilt Politik immer noch als eine Männerdomäne: „Manly men,

doing manly things, in manly ways.“<sup>1</sup> Dass Politik auch heute noch von Männern beherrscht wird, zeigt sich bereits auf einen Blick: Die „Familienfotos“ von den G8-Treffen und erweiterten Runden zeigen die deutsche Kanzlerin allein unter Männern. Nicht viel anders sieht es bei den Treffen der Staats- und Regierungschefs im Europäischen Rat aus.

Obwohl sich Frauen in allen Teilen der Welt bis an die Spitze durchgesetzt haben, scheinen immer noch Männer die Politik zu bestimmen. Überraschend ist das nicht, denn Männer waren einfach früher da: Seit Jahrhunderten schon haben sie Politik gemacht und hatten Zeit, die Spielregeln festzulegen. Frauen haben es daher schwer in der Politik, und nach wie vor gilt: Je höher die politische Ebene, desto dünner ist die Luft für Frauen.

In ihrer politischen Karriere müssen sich Frauen nicht nur in der Konkurrenz mit Männern durchsetzen, sondern sie kämpfen auch mit gesellschaftlichen Stereotypen. In der Wählerschaft gibt es bestimmte Vorstellungen davon, welche Eigenschaften Politikerinnen und Politiker mitzubringen und wie sie sich zu verhalten haben. Diese Bilder weisen viele Merkmale auf, die üblicherweise

eher Männern als Frauen zugeschrieben werden, und sie passen nicht gut zu den typischerweise Frauen zugeschriebenen Eigenschaften. Sie orientieren sich an dem „great-man model of leadership“,<sup>2</sup> das Frauen in die Rolle der „anderen“ verweist: Männer gelten als stark, aggressiv, rational, aktiv, selbstbewusst und durchsetzungsfähig, Frauen als emotional, warmherzig, mitfühlend, sanft und vorsichtig.

Damit hängt auch zusammen, dass Frauen und Männern unterschiedliche Kompetenzen zugeschrieben werden, die sie entsprechend für verschiedene Politikfelder empfehlen: Männer für Außenpolitik, Sicherheit, Militär und Wirtschaft, Frauen für Soziales, Gesundheit, Erziehung und Umwelt. Vor diesem Hintergrund ist es nicht überraschend, dass die jeweilige politische Situation Einfluss darauf hatte, ob die Wählerinnen und Wähler bereit waren, ihre Stimme einer Frau zu geben oder eben doch einen Mann vorzuziehen. Wirtschaftlich schwierige Zeiten, internationale Spannungen sowie militärische oder terroristische Bedrohungen spielen daher eher männlichen Kandidaten in die Hände als ihren Konkurrentinnen.

Wollen Frauen also in der Politik aufsteigen, müssen sie solche gesellschaftlichen Vorstellungen, die auch die politischen Akteure selbst prägen, berücksichtigen. Das bringt Frauen in eine schwierige Situation, zu deren Charakterisierung der psychologische Begriff *double bind* herangezogen wird. Damit bezeichnet man eine Situation, die kaum zu gewinnen ist: Was immer eine Person tut, um in der Situation zu bestehen, ist falsch. Geben sich die Frauen kühl, kalkulierend und aggressiv, wie es das politische Geschäft verlangt, riskieren sie Ablehnung als „Mannweiber“; empfehlen sie sich mit vermeintlich weiblichen Eigenschaften, gelten sie als ungeeignet für die schweren Herausforderungen der Politik.

Der Zusammenhang zwischen gesellschaftlichen Geschlechterbildern und den Vorstellungen vom politischen Betrieb sowie die

<sup>1</sup> Georgia Duerst-Lahti, Masculinity on the campaign trail, in: Lori Cox Han/Caroline Heldman (eds.), *Madam President. Are we ready for a woman in the White House?*, Boulder 2008, S. 87–112, hier S. 87.

<sup>2</sup> Ebd., S. 98.

dafür benötigten Eigenschaften und Kompetenzen, prägen auch die Medien und diejenigen, die für sie arbeiten. Auf die Medien ist aber angewiesen, wer in der Politik erfolgreich sein will: Weil selten Gelegenheit besteht, Politik direkt zu erfahren, orientieren sich die meisten Menschen an den medial vermittelten Bildern. Auch die politischen Akteure selbst sind keineswegs unbeeinflusst von dem, was die Medien über die Politik berichten. Entscheidend für Frauen, die sich in die Politik begeben und dort auch auf höheren Ebenen mitentscheiden wollen, ist also, wie die Medien über Politikerinnen allgemein und über bestimmte Politikerinnen berichten.

Politikerinnen wissen, dass die Medien für sie eine bedeutende Hürde darstellen, da über Frauen anders berichtet wird als über Männer. Seit Jahrzehnten gilt weltweit die Klage, die Medien seien bei Frauen stets mehr an ihrem Aussehen und ihrem Privatleben interessiert als an ihren politischen Anliegen: Was hat sie an, wie sitzt die Frisur, muss ihr Mann sein Essen nun selbst kochen und wer kümmert sich um die Kinder, während sie Politik macht? Ihre männlichen Kollegen dagegen werden mit solchen Fragen selten konfrontiert. Das bedeutet, dass für Politikerinnen Kriterien zur Bewertung herangezogen werden, die sich nicht am konkreten politischen Stil und Inhalt orientieren und bei Politikern kaum eine Rolle spielen. Solche Unterschiede in der Berichterstattung machen Frauen den Aufstieg in der Politik schwer. Wenn sie es geschafft haben, verschwinden zwar die Unterschiede nicht unbedingt, aber der Umgang mit den Medien wird leichter. Das ist wohl gemeint, wenn es für die USA heißt: „getting elected, as opposed to governing, may be the biggest hurdle that a potential woman president will face.“<sup>1</sup>

In Deutschland sind Frauen in höchsten Regierungssämtern vertreten, seitdem mit Elisabeth Schwarzhaupt 1961 zum ersten Mal eine Frau auf einen Bundesministerposten rückte (für Gesundheitswesen). Aber erst, als zum ersten Mal eine Frau für die Kanzlerschaft kandidierte, setzte hierzulande auch ein breiteres Interesse an den Interdependenzen zwischen der politischen Karriere von

Frauen, der Rolle der Medien und den Einstellungen der Wählerschaft ein. Etwa zur gleichen Zeit gab es auch in anderen Ländern Wahlen, welche die Möglichkeit boten, dem Thema weiter nachzugehen und Vergleiche zwischen verschiedenen Kandidatinnen oder über mehrere Länder hinweg anzustellen.

Anfang 2006 trat in Chile Michelle Bachelet als erste Frau das Amt der Staatspräsidentin an. Cristina Fernández de Kirchner, seit 2007 Präsidentin von Argentinien, ist zwar nicht die erste Frau in diesem Amt, aber die erste, die durch eine allgemeine Wahl in dieses Amt kam. Zur Präsidentschaftswahl 2007 in Frankreich schaffte es mit Ségolène Royal zum ersten Mal eine Kandidatin in den zweiten Wahlgang. In den USA kam Hillary Clinton bei den Vorwahlen 2008 so weit, wie keine andere Kandidatin vor ihr. Unabhängig von den verschiedenen politischen Systemen, Wahlsystemen, politischen Kulturen und auch Mediensystemen zeigten diese Beispiele, dass es über die Grenzen hinweg Ähnlichkeiten gibt in der Art und Weise, wie Medien mit Politikerinnen umgehen – und dass auch so manche Klage weiterhin ihre Berechtigung hat. Es wurde aber auch deutlich, dass Unterschiede bestehen, die auf die Persönlichkeit der Kandidatinnen und ihre unterschiedlichen Strategien der Selbstdarstellung zurückzuführen sind.

## Von „Angie“ bis Hillary

Nur in wenigen Staaten hat es bisher mehrmals eine Frau im höchsten Regierungsamt oder als aussichtsreiche Kandidatin für ein solches Amt gegeben. Auch Angela Merkel war „die erste“, als sie Ende Mai 2005 als Kanzlerkandidatin der CDU/CSU nominiert wurde, und alles, was sie im Wahlkampf und schließlich als Kanzlerin tat, geschah „zum ersten Mal“. Die Tatsache, dass Frauen „zum ersten Mal“ eine Stufe in der politischen Hierarchie erreicht haben, wo bislang noch keine Frau zu finden war, aktualisiert das *first woman*-Etikett. Sachlich ist das nicht falsch, unterwirft die Frauen jedoch einer besonderen Aufmerksamkeit. Für die Medien ist ein Ereignis, das zum ersten Mal oder überraschend auftritt, allemal Anlass für Berichterstattung. Sie beobachten genau, was „die erste Frau“ tut, wie sie sich verhält, ob sie alles richtig, oder – erst recht – ob sie etwas falsch macht.

<sup>1</sup> Lori Cox Han, Is the United States really ready for a woman president?, in: dies./C. Heldman (Anm. 1), S. 1–15, hier S. 8.

Der Neuigkeitswert, der sich mit diesem „Erste Frau-Phänomen“ verbindet, demonstriert allerdings zugleich das Ungewöhnliche am Aufstieg von Frauen an die Spitze der Politik: Sie sind die Neuen in einem Männergeschäft, dessen Regeln sie erst einmal lernen müssen. Geradezu wie eine Überzeichnung dieser Botschaft wirkten die Bilder der hochschwangeren spanischen Verteidigungsministerin Carme Chacón kurz nach ihrer Ernennung 2008 beim Truppenbesuch in Afghanistan. Das „Erste Frau-Etikett“ erweist sich insofern als eine zweischneidige Angelegenheit: Zwar ist die Aufmerksamkeit der Medien für politische Akteure wichtig, denn sie verschafft Bekanntheit und signalisiert Relevanz; sie bedeutet allerdings auch genaue Beobachtung und die Erwartung des Fehltritts, der bestätigt, dass Frauen sich in einer für sie fremden Sphäre bewegen.

Während Männer für das Männergeschäft Politik per se geeignet scheinen, werden Frauen auf dem Weg in ein höheres politisches Amt mit Fragen nach ihrer Kompetenz konfrontiert. So zeigte sich in den USA, dass Kandidatinnen oftmals Zweifeln an ihrer *viability* ausgesetzt sind. Das ist die Frage danach, ob sie dem angestrebten Amt und dem Machtkampf gewachsen sein würden. Dies geschieht – in den Medien, aber auch durch die männlichen Konkurrenten – entweder direkt oder indirekt durch Betonung von (vermeintlich weiblichen) Eigenschaften, die eine Kandidatin ungeeignet erscheinen lassen.

So hat es auch Ségolène Royal erlebt, die im Vorfeld der französischen Präsidentschaftswahl oft als unerfahren und inkompetent porträtiert und außerdem bevorzugt mit den „weichen“ Politikfeldern assoziiert, bei den „harten“ Themen Außen- und Wirtschaftspolitik dagegen vorgeführt wurde.<sup>14</sup> Bei der chilenischen Präsidentschaftskandidatin Michelle Bachelet, die aufgrund der Umfragewerte in der Presse allerdings schon früh als wahrscheinliche Siegerin der Wahl 2005 gehandelt wurde, zeigten sich ähnliche Berichterstattungsmuster wie bei Royal. Die Zeitungen verbanden Bachelet mit den weib-

lichen Stereotypen der Fürsorge und des Mitgefühls, während ihre männlichen Konkurrenten typisch maskulin, als kompetent und mit Führungsqualitäten dargestellt wurden.<sup>15</sup>

Auch im Bundestagswahlkampf 2005 war die Frage nach Merkels Kompetenz immerhin so präsent, dass sie später zum Buchtitel wurde: „Kann die das?“<sup>16</sup> Hier schlug sich nieder, dass es die Regierungsparteien (damals SPD und Grüne) zu ihrer Strategie machten, Merkels Kompetenz anzuzweifeln. Der damalige SPD-Parteivorsitzende Franz Müntefering wurde wiederholt mit seinem Verdikt über Angela Merkel zitiert: „Die Frau kann das nicht“. Und auch in der Wahlwerbung wurden der Kanzlerkandidatin Wankelmütigkeit und fragwürdige Sachkenntnisse unterstellt.

Die Kompetenzfrage verbindet sich mit Zweifeln daran, ob Frauen aus eigener Kraft und aufgrund eigener Leistung in eine politische Spitzenposition gekommen sind. Tatsächlich gibt es international viele Beispiele für Politikerinnen, die Töchter oder Frauen erfolgreicher Politiker sind, wie etwa Indira und Sonia Gandhi (Indien), Corazon Aquino (Philippinen), Gloria Macapagal Arroyo (Philippinen), Isabel Perón (Argentinien), Megawati Sukarnoputri (Indonesien) oder Benazir Bhutto (Pakistan). Ohne Frage können bekannte Namen und Familienbande bei der politischen Karriere hilfreich sein. Allerdings wird oftmals der Aufstieg auch dann durch solche Verbindungen erklärt, wo Frauen bereits auf eine eigene politische Karriere blicken konnten. Aus diesem Grund und um nicht nur als die „Frau von Bill Clinton“ gesehen zu werden, hat Hillary Clinton ihre Präsidentschaftskandidatur langfristig vorbereitet und ist zunächst als Senatorin in den US-Kongress eingezogen. Dass Cristina Kirchner vor ihrer Wahl zur Präsidentin Argentiniens bereits mehrere politische Posten innehatte, verschwand in den Medien hinter ihrer Rolle als Ehefrau ihres Vorgängers Néstor Kirchner.

<sup>15</sup> Vgl. Sebastián Valenzuela/Teresa Correa, Press coverage and public opinion on women candidates. The case of Chile's Michelle Bachelet, in: International Communication Gazette, 71 (2009) 3, S. 203–223.

<sup>16</sup> Sylka Scholz (Hrsg.), „Kann die das?“ Angela Merkels Kampf um die Macht. Geschlechterbilder und Geschlechterpolitiken im Bundestagswahlkampf 2005, Berlin 2007.

<sup>14</sup> Vgl. Rainbow Murray/Sheila Perry, A right Royal mess: why did the French say 'non' to the opportunity of having a woman president?, Prepared for delivery at the 2008 annual meeting of the American Political Science Association, August 28–31, 2008.

Die Neigung, die Karriere einer Politikerin ihrem Namen und ihrer Familie zuzuschreiben, unterstreicht die Zweifel an ihrer politischen Kompetenz und unterstellt, dass Frauen ihren Weg in die Politik auch ohne Sachkenntnisse gehen. Die vielen Bilder von Helmut Kohl und Angela Merkel aus der Frühzeit ihrer politischen Karriere, die vor allem im Wahlkampf 2005 wieder veröffentlicht wurden, vermittelten gelegentlich den Eindruck, dass auch bei „Kohls Mädchen“ der Vater gesucht wurde, der für ihren Aufstieg verantwortlich zu machen war. Doppelt, nämlich als „Tochter von“ und als „adoptierte Tochter“.<sup>17</sup> traf dieses Berichterstattungsmuster Martine Aubry, ehemalige Ministerin, mittlerweile Bürgermeisterin von Lille und Vorsitzende der französischen Parti Socialiste. Die Tochter des Politikers Jacques Delors galt als Protegé von François Mitterrand und Liebling wichtiger französischer Unternehmer.<sup>18</sup>

Verbreitet ist die Klage der Politikerinnen darüber, dass die Medien bei Frauen das Privatleben zum Thema machen und sich bevorzugt mit ihrem Aussehen (Figur, Kleidung, Frisur) beschäftigen. So müssen sich Frauen Fragen gefallen lassen, die Männern nicht gestellt werden.<sup>19</sup> Das gilt nicht nur für die Berichterstattung, sondern ist auch eine Strategie männlicher Kollegen im Wettbewerb um die Macht. „Und wer kümmert sich um die Kinder?“ ist eine Frage, die immer nur Frauen gestellt wird. Im Kampf um die Kandidatur für den französischen Präsidentschaftswahlkampf 2007 richtete sie Laurent Fabius an seine Konkurrentin Ségolène Royal, die ihn deshalb als sexistisch beschimpfte.<sup>10</sup> Die Beschäftigung der Medien – und der Politikerkollegen – mit privaten Aspekten, insbesondere dem Aussehen, und damit die Einbeziehung sachfremder Kriterien in die Bewertung der Politikerinnen aktualisiert die Geschlechterstereotypen sowie gesellschaftliche Rollenerwartungen an Frauen und hat die

gleiche Wirkung wie die Assoziation von Kandidatinnen mit „soften“ Themen: Sie unterstreicht, dass weibliche Kompetenz nicht in der harten Politik gesehen wird.

## Playing the gender card?

Dass in der Gesellschaft bestimmte Vorstellungen über die Geschlechter bestehen, ist gewiss. Mit ihnen verbinden sich bestimmte Erwartungen an Verhalten, Kompetenzen und äußerliche Erscheinung. Solche Vorstellungsbilder sind kulturabhängig. Für Frauen, die in der Politik Karriere machen wollen, liegt die Herausforderung darin, mit den gesellschaftlichen Rollenerwartungen umzugehen. Da die Politik bis heute von Männern dominiert ist und Frauen auf politischen Spitzenpositionen nach wie vor die Ausnahme sind, fehlen die Erfahrungen für geeignete Strategien. Das bedeutet, Politikerinnen, die in den Wahlkampf ziehen, können kaum auf bewährte Rezepte zurückgreifen, sondern begeben sich auf eine ungewisse Gratwanderung zwischen konkurrierenden Erwartungen, die sich aus dem *double bind* ableiten. Wegen der Kulturabhängigkeit gesellschaftlicher Vorstellungen ist die Orientierung an ausländischen Vorbildern ebenfalls nur bedingt möglich. Schließlich ist es auch nicht ein bestimmter Typ Frau, der sich in der Politik durchsetzt, so dass Karrierestrategien für Politikerinnen letztlich mehr oder weniger individuell ausfallen.

Daran liegt es, dass uns die Medien von den Politikerinnen, die sich in den vergangenen Jahren in der Politik durchgesetzt haben, sehr unterschiedliche Bilder geliefert haben. Zwar lassen sich international bestimmte Konstanten in der Berichterstattung über Frauen in der Politik ausmachen, die oftmals auf die bekannten Selektions- und Produktionsstrategien der Medien zurückzuführen sind. Was und wie die Medien über Politikerinnen berichten, ist aber auch von deren öffentlicher Selbstdarstellung beeinflusst, die wiederum mehr oder weniger strategisch an Umfeldervorstellungen orientiert und situationsgebunden ist.

Als 2005 der Bundestagswahlkampf startete und die Unionsparteien Angela Merkel zur Kanzlerkandidatin machten, waren Medien, Wählerschaft, Politiker und Kampagnenstrategen mit einer bislang unbekanntenen Situation konfrontiert. Beobachter stellten

<sup>17</sup> Raylene Ramsey, ‚French exception‘ or France-New Zealand connection? Media representations of women in high political office in France and New Zealand (Aubry, Clark, Shipley), in: European Studies, 21 (2005), S. 223–245.

<sup>18</sup> Vgl. ebd., S. 240–242.

<sup>19</sup> Vgl. z. B. das dem Text vorangestellte Zitat von Michelle Bachelet in: S. Valenzuela/T. Correa (Anm. 5).

<sup>10</sup> Vgl. Ben Clift, The Ségolène Royal phenomenon: political renewal in France?, in: The Political Quarterly, 78 (2007) 2, S. 282–291, hier S. 285.

übereinstimmend fest, dass Merkel nicht „als Frau“ und auch nicht unter Einsatz ihrer privaten Seite in den Wahlkampf ging. Wenn es entsprechende Erwartungen in den Medien gegeben haben sollte, bediente die Kandidatin sie also nicht. Da es in dieser Position bislang noch keine Frau gegeben hatte, brachte aber allein der Neuigkeitswert besondere Aufmerksamkeit für das Geschlecht mit sich. Die verschiedenen Analysen der Medienberichterstattung während des Wahlkampfes sind zwar nicht eindeutig,<sup>11</sup> was unter anderem auch auf unterschiedliche Untersuchungszeiträume, untersuchte Medien und Vorgehensweisen zurückzuführen ist. Aber sie haben überwiegend gezeigt, dass über den Amtsinhaber und Gegenkandidaten Gerhard Schröder kaum häufiger berichtet wurde als über Angela Merkel. Der in Deutschland beinahe traditionelle „Kanzlerbonus“ schwand so dahin. Auch bei Bewertungen ließ sich nicht von einer generell negativeren Berichterstattung über die Kanzlerkandidatin sprechen.

Dennoch ergaben sich einige Hinweise darauf, dass das Geschlecht doch eine Rolle spielte. So wurden bei Herausforderin Merkel Themen, die sich auf das Privatleben bezogen, eher behandelt als bei Schröder, und ihr Aussehen wurde häufiger angesprochen als das des Kanzlers. Sie wurde öfter im Zusammenhang mit Geschlechterstereotypen thematisiert und es traten *gender frames* auf, das heißt Berichte, die spezifisch das Geschlecht der Kandidaten ansprechen. Untersuchungen der Bildberichterstattung über Angela Merkel bestätigen zum Teil die Gültigkeit dieser Geschlechterstereotypen. Andererseits gab es in der Gegenüberstellung von Merkel und

Schröder aber auch ein *cross-sex-typing*, wobei Merkel eher „männlich“ und Schröder eher „weiblich“ präsentiert wurde.<sup>12</sup>

Anders als Angela Merkel stellte Ségolène Royal im französischen Präsidentschaftswahlkampf 2007 ihre Weiblichkeit und das Duell zwischen Frau und Mann heraus. Eine Analyse des Wahlkampfes spricht mit Bezug auf Royal gar von einer „Inkarnation der Weiblichkeit“,<sup>13</sup> die sich auch im Gegensatz zu dem seine Männlichkeit betonenden Hauptkonkurrenten Nicolas Sarkozy herausbildete. In den französischen Medien kam Royal nicht so gut weg, allerdings ist hier oftmals schwer zu entscheiden, ob dabei das Geschlecht eine Rolle spielte oder der überlegene Wahlkampf von Sarkozy seinen Niederschlag fand.<sup>14</sup> So berichteten die französischen Zeitungen häufiger über Sarkozy als über Royal, wobei sich auswirkte, dass Sarkozy noch während der Kampagne als Innenminister tätig war, während Royal nur als Wahlkämpferin auftrat. Beide erfuhren zwar negative Bewertungen, Royal aber im Vergleich noch schlechtere als ihr Opponent.

Die Medien stellten die Sozialistin oft als unerfahren dar und zogen ihre Führungsqualität in Zweifel. Außerdem thematisierten sie häufig ihre äußere Erscheinung und verwendeten ihren Vornamen oder andere Anreden, die ihr Geschlecht hervorhoben, was bei ihren männlichen Rivalen so gut wie gar nicht vorkam. Die Anrede von Kandidatinnen mit dem Vornamen wirkt wie eine Verniedlichung, die demonstriert, dass Frauen in eine andere Sphäre gehören und in der Männerdomäne Politik nicht ernst genommen werden. Royal bezog sich im Wahlkampf

<sup>11</sup> Vgl. Hajo G. Boomgarden/Holli A. Semetko, Duell Mann gegen Frau?! Geschlechterrollen und Kanzlerkandidaten in der Wahlkampfberichterstattung, in: Frank Brettschneider/Oskar Niedermayer/Bernhard Weißels (Hrsg.), Die Bundestagswahl 2005. Analysen des Wahlkampfes und der Wahlergebnisse, Wiesbaden 2007; Thomas Koch/Christina Holtz-Bacha, Der Merkel-Faktor – Die Berichterstattung der Printmedien über Merkel und Schröder im Bundestagswahlkampf 2005, in: Christina Holtz-Bacha (Hrsg.), Frauen, Politik und Medien, Wiesbaden 2008, S. 49–71; Bettina Westle/Ina Bieber, Wahlkampf der Geschlechter? Inhaltsanalyse von Printmedien im Bundestagswahlkampf 2005, in: Steffen Kühnel/Oskar Niedermayer/Bettina Westle (Hrsg.), Wähler in Deutschland. Sozialer und politischer Wandel, Gender und Wahlverhalten, Wiesbaden 2009, S. 167–197.

<sup>12</sup> Vgl. Susanne Kinnebrock/Thomas Knieper, Männliche Angie und weiblicher Gerd? Visuelle Geschlechter- und Machtkonstruktionen auf Titelseiten von politischen Nachrichtenmagazinen, in: C. Holtz-Bacha (Anm. 11), S. 83–103; Christina Holtz-Bacha/Thomas Koch, Das Auge wählt mit: Bildberichterstattung über Angela Merkel, in: C. Holtz-Bacha (Anm. 11), S. 104–121.

<sup>13</sup> Marlène Coulomb-Gully, Beauty and the Beast: bodies politic and political representation in the 2007 French presidential election campaign, in: European Journal of Communication, 24 (2009) 2, S. 203–218.

<sup>14</sup> Vgl. Jacob Leidenberger/Thomas Koch, „Bambi und der böse Wolf“. Ségolène Royal und der französische Präsidentschaftswahlkampf in der deutschen und französischen Presse, in: C. Holtz-Bacha (Anm. 11), S. 122–150; R. Murray/S. Perry (Anm. 4).

wiederholt auf ihre Rolle als Mutter, was die Medien auch aufgriffen, allerdings in einer eher abwertenden Weise.

Die Kandidatur von Cristina Kirchner bei der argentinischen Präsidentschaftswahl 2007 und die Art und Weise, wie die Medien damit umgingen, stellt einen besonderen Fall dar.<sup>15</sup> Die strategische Absprache und die deutliche Präsenz ihres Mannes Néstor Kirchner, dem sie im Präsidentenamt nachfolgte, sowie ihre Rolle als *first lady* brachten ihr nicht nur erhöhte Aufmerksamkeit, sondern legten es geradezu nahe, sie in Bezug auf ihren Mann zu präsentieren. Cristina Kirchner selbst machte Wahlwerbung mit ihrem Vornamen. Zusammen mit den Kommentaren zu ihrer äußeren Erscheinung boten also die spezifischen Bedingungen der Kampagne Anlass für geschlechterstereotype Berichterstattung, bei der sich nicht auseinanderhalten ließ, ob Kirchner eine Andersbehandlung aufgrund ihres Geschlechts erfuhr oder eben Situation und Kandidatin diese gewissermaßen provoziert hatten.

Im Falle der Präsidentschaftskandidatur von Hillary Clinton in den USA 2008 lässt sich zeigen, dass das Geschlecht dort in der Berichterstattung – auch – eine Rolle spielte: Denn auch Clinton ging mit der Bürde der ehemaligen *first lady* in den Präsidentschaftswahlkampf und stand vor der Herausforderung, sich als von ihrem Mann unabhängige Politikerin zu beweisen. Obendrein unterlag sie in beispielhafter Weise dem Druck des *double bind*; sogar innerhalb ihrer Kampagnenorganisation gab es Uneinigkeit darüber, ob und wie weit sie die *gender card*, also das Geschlecht, ausspielen sollte.<sup>16</sup> Sie entschied sich für eine „harte“ Strategie, um Führungsstärke und damit Eignung für das Präsidentenamt zu demonstrieren. Unabhängig davon, dass mit der Kandidatur eines Schwarzen in diesem Wahlkampf eine komplexe Gemengelage zwischen Geschlecht und Ethnie entstand, hatte Barack Obama einen Vorteil als Mann. Die Analysen zeigen, dass Clinton

zwar reichlich mediale Beachtung fand, die Berichterstattung über sie aber deutlich negativer ausfiel als über ihre Konkurrenten. Sie entging der für Politikerinnen sonst üblichen *viability*-Diskussion, diese wurde jedoch ersetzt durch eine andauernde Spekulation darüber, wann sie aus dem Rennen aussteigen würde. Obwohl ihr auch einige andere Klischees erspart blieben, erwies sich die Berichterstattung als „deeply gendered“,<sup>17</sup> die in den sogenannten neuen Medien noch ausgeprägter ausfiel als in den alten. Die Medien werden daher auch mitverantwortlich gemacht dafür, dass die Kandidatin – die, wie sie selbst sagte, der „gläsernen Decke“ 18 Millionen Risse zufügte – es letztlich nicht schaffte.

## Fazit

Weltweit befinden sich Frauen, die sich in die Politik begeben, in einer Zwickmühle: Weiblichkeit und Machtstreben scheinen nicht zueinander zu passen. Es gibt kein Rezept dafür, wieviel Politikerinnen von dem einen und dem anderen demonstrieren sollten. Wie die wenigen Beispiele hier zeigen, stellt jede Kandidatin einen Einzelfall dar, der sich aus ihrer Persönlichkeit und dem spezifischen politischen Kontext ergibt.

Allerdings ist es eine Sache, wie eine Politikerin sich präsentiert, und eine andere, was die Medien daraus machen. Denn diese betonen in ihrer Berichterstattung bestimmte Aspekte von Ereignissen und Charaktereigenschaften, so dass ein wohlbalanciertes Verhalten einer Politikerin durch die Medien nicht unbedingt auch so wahrgenommen wird. Da sich aber in Wahlkämpfen und mehr noch im politischen Alltag nur wenige Gelegenheiten bieten für direkte, also von medialen Produktionsroutinen ungefilterte, Kontakte mit der Wählerschaft, zählt primär das Image, das die Medien liefern.

<sup>15</sup> Vgl. Malvina E. Rodríguez, „Lieber Hillary als Evita?“ Cristina Kirchner und der argentinische Präsidentschaftswahlkampf in der argentinischen und deutschen Presse, in: C. Holtz-Bacha (Anm. 11), S. 180–207.

<sup>16</sup> Vgl. Regina G. Lawrence/Melody Rose, Hillary Clinton's race for the White House. Gender politics and the media on the campaign trail, Boulder 2009.

<sup>17</sup> Ebd., S. 203.



Birgit Meyer

# „Nachts, wenn der Generalsekretär weint“ – Politikerinnen in der Presse

*Einmal hat eine Freundin ihn verlassen. Zum Abschied sagte sie: „Starke Männer halten so etwas schon aus, ohne Tränen.“ Cornelius*

**Birgit Meyer**

Dr. phil. habil., geb. 1949; Professorin für Politikwissenschaft und Sozialpädagogik an der Hochschule Esslingen, Flandernstraße 101, 73732 Esslingen. birgit.meyer@hs-esslingen.de

*Butt-Jacobi hat ihr geantwortet: „Weißt Du nicht, dass auch starke Männer heulen, wenn sie unglücklich sind?“ Ein 53-Jähriger, zwei gescheiterte Ehen, drei Söhne. Der Älteste wirft ihm vor, Politik sei ihm immer wichtiger gewesen als die Familie, der Jüngste lebt lieber bei seiner Mutter als beim Vater. Cornelius Butt-Jacobi muss oft unglücklich gewesen sein. Wir wissen nicht, wie oft er geheult hat. Wir ahnen, dass er ein starker Mann ist. Die FDP weiß es. Er wurde zum Generalsekretär gewählt. Bis zum März bleibt er noch Senator für Jugend und Familie in Berlin, seiner Geburtsstadt. Dann geht der ehemalige Journalist nach Bonn. Seine Wohnung in Berlin wird er behalten. Hier findet er leicht Zugang zu Menschen. Frauen? „Auch als alleinstehender Politiker bin ich nicht jenseits von Gut und Böse.“ Seine Weisheit: „Augen auf und durch.“*

Wer kann sich vorstellen, einen so formulierten Artikel über einen Mann, der ein politisches Amt antritt, zu finden? Vermutlich niemand. Es kann sich also nur um eine Politikerin handeln, die hier durch ein männliches Auge porträtiert wird. Der Artikel ist überdies vor 20 Jahren gedruckt worden<sup>1</sup> und wir würden ihn heute – dies als vorsichtige These – so nicht mehr ohne Weiteres finden.

Immerhin gibt es in Deutschland bereits in der zweiten Legislaturperiode eine Bundeskanzlerin. Angela Merkel ist seit 2005 die mächtigste Frau im Land. Doch noch immer ist diese Tatsache außergewöhnlich, um nicht zu sagen spektakulär, denn das Bild, das Medien von Politikerinnen zeichnen, ist für ihre politischen Karrieren oft nicht hilfreich, manchmal sogar eher hinderlich. Es ist nach wie vor geprägt von konventionellen Geschlechterklischees und traditionellen Rollenzuschreibungen. Die mediale Inszenierung von Politikerinnen dreht sich stets um die Konstruktionen von Weiblichkeit und Männlichkeit bzw. um Bilder, die jeweils historisch und kulturell gemacht werden und somit Normen setzen, wenn auch heute pluralisierter als früher.<sup>2</sup> Diese These möchte ich näher beleuchten: Mich interessiert dabei die Darstellung von Politikerinnen in der Presse.<sup>3</sup> Dabei geht es nicht um einen Vergleich zwischen männlichen und weiblichen Politikern, sondern um die Muster der Darstellung in den vergangenen sechs Jahrzehnten: Hat es eine Entwicklung hin zu mehr Sachlichkeit und weniger geschlechterbezogener Berichterstattung gegeben?

<sup>1</sup> Es war ein Bericht über Cornelia Schmalz-Jacobsen, FDP-Generalsekretärin 1988–1991: Nachts, wenn die Generalsekretärin weint, in: Bunte, Oktober 1988.

<sup>2</sup> Inszenierungen von Weiblichkeit und Männlichkeit sind variabel. Medien transportieren traditionelle Weiblichkeitsklischees, aber auch Abweichungen. Beharrlichkeit bzw. Veränderungen von Zuschreibungen skizzieren gesellschaftliche Stereotype und Grenzziehungen zwischen akzeptierten Räumen für das jeweilige Geschlecht (des *To-do* oder *Not-to-do*) und sie werfen ein Licht auf die jeweils herrschenden Geschlechterverhältnisse bzw. den Stand von Geschlechtergerechtigkeit.

<sup>3</sup> In Deutschland gibt es erst seit kurzem wissenschaftliche Studien, welche die *quantitative* Unterrepräsentanz und die *qualitative* Diskriminierung von Politikerinnen in der Presse belegen. Neben geschlechtertypischen Stilisierungen und Trivialisierungen wird ein Zusammenhang von Frauen und Unterhaltung sowie „weichen“ und „privaten“ Themen nachgewiesen. Ferner besteht weiterhin eine schwache Repräsentanz von Politikerinnen im Fernsehen und in Tageszeitungen, wo ihr Anteil jeweils 19 Prozent ausmacht. Vgl. Christiane Schmerl, „Tais-toi et soi belle“. 20 Jahre Geschlechterinszenierung in fünf westdeutschen Printmedien, in: Publizistik, 2002 (4), S. 388–411; Christina Holtz-Bacha/Nina König-Reiling (Hrsg.), Warum nicht gleich?, Wiesbaden 2007; Margreth Lünenborg (Hrsg.), Politik auf dem Boulevard?, Bielefeld 2009; Petra Pfannes, Powerfrau, Quotenfrau, Ausnahmefrau ...?, Marburg 2004; Sylka Scholz (Hrsg.), Kann die das? Angela Merkels Kampf um die Macht, Berlin 2007.

Doch fangen wir ein wenig grundsätzlicher an: Bilder in unseren Köpfen sind nicht einfach da. Sie werden in einer Art Wettbewerb der „professionellen Beeinflusser“ geschaffen. Das, was wir glauben sollen, und die Art, wie wir etwas sehen und interpretieren, ist vielfach fremdbestimmt. Um die Oberhoheit über politische Orientierungen und letztlich über Wahlentscheidungen wird in einer pluralistischen Demokratie hart gekämpft – mit fairen und weniger fairen Mitteln. Medien spielen dabei die zentrale Rolle. Die Beschäftigung mit der Darstellung von Politikerinnen in den Medien fußt daher auf der Annahme, dass es in der Macht der Medien liegt, gesellschaftliche Realität nicht nur abzubilden und zu interpretieren, sondern darüber hinaus auch Bilder von Weiblichkeit und Männlichkeit zu konstruieren – abhängig von der politischen Grundausrichtung des jeweiligen Mediums und seiner Nutzerinnen und Nutzer.

Diese Konstruktionen bedienen sich traditioneller Wissens- und Wertbestände über hierarchische Geschlechterbeziehungen. Medien knüpfen an Gewohnheiten an und schaffen neue. Ihre Macht wird umso bedeutungsvoller, je einflussreicher die Inszenierung von Politik für deren Legitimation wird – besonders in Wahlkämpfen. Diese werden zunehmend dominiert von Wählerbefragungen, Sonntagserhebungen, Fernsehduellen und Polittalkshows, die vorher und nachher journalistisch breit kommentiert werden. Durch den Wandel der Präsentationsformen von Politik – vor allem durch die Privatisierung des Fernsehens und Ausbreitung des Internets sowie den Kampf um Marktanteile – wurde die Konzentration auf einzelne Personen gefördert. „Der“ Spitzenkandidat als Kunstfigur entstand. Er oder sie steht stets für ein ganzes Parteiprogramm oder gar für die gesamte Partei. Diese Personalisierung von Politik und die Popularisierung von Wahlkämpfen fordern von politisch Tätigen neue Fähigkeiten zur medialen Selbstinszenierung. Die Spitzenperson muss Selbstoptimierung und Selbstdarstellung virtuos beherrschen – Fähigkeiten, die nach verbreiteter Auffassung eher Männern zugeschrieben werden.<sup>14</sup> Politik als in der Öffentlichkeit zu präsentieren-

<sup>14</sup> Herausragende Beispiele sind der „Medien-Kanzler“ Gerhard Schröder, der französische Präsident Nicolas Sarkozy oder – besonders schrill – der italienische Ministerpräsident Silvio Berlusconi.

des Geschäft setzt offenbar Fähigkeiten voraus, die Frauen eventuell auf andere Weise erlernen müssen als Männer.

Was ist einer Frau, die eine politische Karriere anstrebt, „erlaubt“? Wie sahen symbolische Grenzen und konkrete Grenzüberschreitungen in den 1950er und 1960er Jahren aus, als Politik für manche noch als „schmutziges“ oder „männliches Geschäft“ galt? Auch die jeweiligen Parteimilieus müssen berücksichtigt werden. Denn es gibt parteispezifische Spielräume der Selbstinszenierung, die den Akteurinnen – besonders in Wahlkampfzeiten – zugestanden werden. In Bezug auf das Verhältnis von Weiblichkeit und Männlichkeit gelten für Frauen und Männer verschiedene ungeschriebene Regeln und spezielle Codes.

Meine These lautet: Die in der Medien- und Wahlkampflogik zentrale Strategie der Personalisierung und Banalisierung basiert durchgängig auf quasi-natürlichen Geschlechterstereotypen.<sup>15</sup> Aber es gibt auch einen interessanten Wandel in sechs Jahrzehnten bundesrepublikanischer Berichterstattung über Politikerinnen. Diese lässt sich in fünf Phasen einteilen:<sup>16</sup> In der ersten Phase der Nachkriegszeit oszilliert die Berichterstattung zwischen Nichtbeachtung und Geringschätzung sowie dem Lob der „guten Mutter“ in der Politik. Die zweite Phase der 1970er Jahre ist geprägt von anhaltender Trivialisierung und Stilisierung als „fleißige Ausnahme-“ oder „kühle Powerfrau“. In der dritten Phase der 1980er Jahre findet die „neue“ Generation von Politikerinnen mehr Aufmerksamkeit. Die Berichterstattung changiert zwischen Anerkennung und Spott. Ab den 1990er Jahren scheint sie gekennzeichnet durch eine symbolische Akzeptanz von Politikerinnen und ab der Jahrtausendwende durch eine Art Schonung von Frauen, die Macht haben.

<sup>15</sup> Ich stütze mich auf exemplarische Beobachtungen und eigene Archivrecherchen im Rahmen zweier Forschungsprojekte, bei denen die überregionale Berichterstattung renommierter Tages- und Wochenzeitungen über weibliche Bundestagsabgeordnete seit 1949 erfasst und ausgewertet wurde.

<sup>16</sup> Die Einteilung in Jahrzehnte folgt forschungspragmatischen Überlegungen, entspricht aber nicht eins zu eins einem abrupten Perspektivenwechsel der Pressebilder. Zeitliche Phasen lassen sich nicht scharf voneinander trennen, da nicht alle Prinzipien der ausgehenden Phase in der nächsten ihre Gültigkeit verlieren.

Besonders in der Berichterstattung über Angela Merkel seit 2001 zeigen sich Irritationen und Ambivalenzen, die um das Phänomen „Macht“ kreisen. Vor 2005 äußert sich die strukturelle Unfähigkeit der Presse, mit Frauen in politischen Führungspositionen umzugehen, in Form von Spott und Hämie. Man könnte heute von einer „temporären Zähmung der Medien“ durch Frauen mit Macht sprechen. Allerdings wird an vielen Berichten auch deutlich: Nur wenn Politikerinnen ihre Weiblichkeit abgesprochen wird, scheint ihre Macht der Presse erträglich zu sein. Daher möchte ich vorwegnehmen: Es nützt Politikerinnen nichts, wenn sie versuchen, Weiblichkeit bzw. ihr Frau-Sein in der Politik *nicht* zu thematisieren. Der Versuch, diese Themen von sich zu weisen, wird scheitern. Politikerinnen sollten mit Geschlechterstereotypen bewusst umgehen und sie punktuell strategisch einsetzen, sonst verschenken sie wichtige Potenziale. In der Konfrontation bzw. Provokation mit dem „Alleinstellungsmerkmal Frau“ liegen auch Chancen.

## Berichterstattung in der Nachkriegszeit

In den 1950er und 1960er Jahren werden Politikerinnen in der Presse überwiegend verschwiegen. Diese Nichtbeachtung ist umso verblüffender, als dass es auch damals schon zahlreiche prominente Politikerinnen auf höchster Ebene gibt.<sup>17</sup> Wenn diese allerdings in den Medien erwähnt werden, wird das Klischee der „guten Mutter“ bedient. In der Nachkriegszeit gelten die Pflichten der Ehefrau und Mutter als wesentliche „weibliche Bestimmung“. Dieses Leitbild dominiert die Berichterstattung und wird teilweise von den Politikerinnen selbst akzeptiert und weithin nicht in Frage gestellt. „Meine Familie ist mir wichtiger als alle Politik“, so drückt es eine Politikerin im Nachhinein aus.<sup>18</sup> Das Lob der „guten Mutter“ und „glücklichen Hausfrau“, die „zufällig“ Politik macht, ist natürlich abhängig von der politischen Ausrichtung des jeweiligen Presseorgans und besonders deutlich in den christlich-konservativen Medien.

<sup>17</sup> So z. B. die vier „Mütter des Grundgesetzes“ Elisabeth Selbert, Helene Weber, Friederike Nadig und Helene Wessel, daneben die Alterspräsidentin des Bundestages, Marie-Elisabeth Lüders, oder die beliebte Berliner Oberbürgermeisterin Louise Schroeder.

<sup>18</sup> Martha Schanzenbach, 1949–1972 Bundestagsabgeordnete der SPD, zit. in: Birgit Meyer, *Frauen im Männerbund*, Frankfurt/M.–New York 1997, S. 294.

In der sozialdemokratisch ausgerichteten Presse herrscht das Bild der „mütterlich-sorgenden Genossin und Parteigefährtin“ oder des „guten Kumpels“ vor, die keine eigenen Karriereambitionen hegt und somit ein geheimes Versprechen gibt, den Genossen nicht zur Konkurrentin zu werden.

Das Gebot, die dominante Männerkultur in Regierung und Parlament nicht durch ein zu auffälliges Frau-Sein oder durch sichtbare, attraktive Weiblichkeit zu verunsichern (eine frühe Ausnahme ist Annemarie Renger) gilt seinerzeit nicht etwa als anachronistisch, sondern wird von Politikerinnen selbst als sinnvoll angesehen („Ich habe mich nie als Frauenrechtlerin geriert, da hätte ich gar nichts erreicht. Nur Spott oder Widerstand“<sup>19</sup>). Politikerinnen irritieren und stören qua Geschlecht die vorherrschende und medial untermauerte Geschlechterhierarchie im Politischen. Sie werden an der männlichen Norm gemessen, und ein ganz besonderes Lob (für ihre Anpassungsbereitschaft) ist, wenn sie gar zum „besten Mann der Fraktion“ stilisiert werden. Frauen sind in den ersten beiden Nachkriegsjahrzehnten in der medialen Wahrnehmung in politischen Führungspositionen schlicht nicht vorgesehen. So werden sie in der Presse (und in der Wissenschaft) ignoriert, verleugnet, trivialisiert und marginalisiert.<sup>10</sup> Die Aufmerksamkeit konzentriert sich lediglich auf klischeehafte Darstellungen von Außerlichkeiten. Statt Politikkonzepte oder Sachverstand zu analysieren und kommentieren, wird eher über die schwarze Tasche der Adenauer-Vertrauten und einflussreichen CDU-Abgeordneten Helene Weber berichtet, über das Hüfteln von Louise Schroeder oder den Hosenanzug von Lenelotte von Bothmer (beide SPD).<sup>11</sup>

Medien erwarten in dieser Zeit wie selbstverständlich, dass Politikerinnen feminin auftreten, gut aussehen und chic angezogen sind, dabei aber angenehm sanft im Hintergrund bleiben und hart arbeiten, wie folgende Zitate unterstreichen: „Blond, überraschend klein,

<sup>19</sup> Emmy Diemer-Nicolaus, promovierte Juristin und Strafrechtsexpertin, 1957–1972 Bundestagsabgeordnete der FDP, zit. in: ebd.

<sup>10</sup> Vgl. C. Holtz-Bacha/N. König-Reiling (Anm. 3).

<sup>11</sup> Einen Tag, nachdem mit von Bothmer erstmals eine Abgeordnete in einem Hosenanzug im Bundestag gesprochen hatte, titelte „Bild“: „So nicht, Frau Abgeordnete!“ (1969).

zierlich und sehr lebhaft, das ist der erste Eindruck, den man von Frau Dr. Diemer-Nicolaus (. . .) der neuen Abgeordneten der FDP im Bundestag, gewinnt.“<sup>12</sup> „Wenn sich eine Frau um ein Mandat bewirbt, dann muss sie aussehen wie 20, einen Kopf haben wie ein Rathaus und arbeiten wie ein Pferd.“<sup>13</sup> Auch ist es üblich, zu jeder neuen Legislaturperiode im Parlament die sogenannte „Miss Bundestag“ zu küren (Dieser „schöne Brauch“ besteht übrigens noch immer). Ende der 1960er Jahre resümiert eine Journalistin: „Solange 44 Prozent der westdeutschen Bevölkerung gegen Frauen eingestellt sind, die Politik betreiben, und nur 32 von Hundert Frauen eine aktive Politikerin für sympathisch halten, sind wir noch weit, sehr weit davon entfernt, dass aktive Frauen in der Politik eine, wenn auch nur bescheidene Macht wären.“<sup>14</sup>

## 1970er Jahre

Bis weit in die 1970er Jahre hinein spiegelt sich die geringe weibliche Präsenz im konventionellen politischen Bereich in einer noch viel geringeren medialen Repräsentanz wider.<sup>15</sup> Doch findet sich in dieser Phase über die nachrückende Generation (vor allem von jüngeren SPD-Abgeordneten) auch verhaltene Anerkennung in der Berichterstattung. Es wird speziell auf deren hohe Qualifikation, ihren politischen Ehrgeiz und Fleiß, aber auch auf das wenig mütterliche Erscheinungsbild abgehoben: „Die parlamentarischen Mütter“ kommen „aus der Mode“.<sup>16</sup> Die zeitgenössische Kolumnistin Sibylle Krause-Burger vermutet, dass die älteren Politikerinnen „vom Schlage der warmherzigen, hilfsbereiten politischen Mutter“ von den Medien lange Zeit in diese Rolle gedrängt wurden: „Nur wenige unter den Älteren haben diese Rolle abzuschütteln vermocht. So blieb ihnen kaum anderes, als die Mutterrolle anzunehmen, ja sie nachgerade wie eine Monstranz vor sich herzutragen und eben

<sup>12</sup> Mannheimer Morgen vom 16. 4. 1958.

<sup>13</sup> So Maria Stommel, 1964–1976 Bundestagsabgeordnete der CDU.

<sup>14</sup> Rheinischer Merkur vom 26. 7. 1968.

<sup>15</sup> So lag der Frauenanteil im Kabinett Willy Brandts 1972 bei 7 Prozent und im Bundestag zur gleichen Zeit auf dem historischen Tiefststand von nur 5,8 Prozent. Bis 1987 lag der Frauenanteil im Bundestag bei unter 10 Prozent, in den Landtagen sogar noch darunter.

<sup>16</sup> Frankfurter Allgemeine Zeitung (FAZ) vom 22. 11. 1975.

damit die eigene Partei und die Wählerschaft in die Knie zu zwingen.“<sup>17</sup>

Im „Jahr der Frau“ 1975 wird über einzelne Politikerinnen als „fleißige Ausnahmefrauen“, „kühle Powerfrauen“ oder gar „Apparate-Frauen ohne Gefühl“<sup>18</sup> berichtet, die auf eine neue Generation von Politikerinnen hindeuteten, nämlich „Karrierefrauen in der Politik“.<sup>19</sup> Darüber hinaus erscheinen vermehrt Artikel von (oftmals freiberuflichen) Journalistinnen. Diese beschreiben Politikerinnen durchweg positiver als früher und sehen sie im Vergleich zu den meisten ihrer männlichen Journalistenkollegen weniger spöttisch und selten hämisch, dagegen oft wertschätzend. Es überwiegt das Verständnis, wenn es um die offensichtliche Balanceleistung geht, Beruf, Familie und politisches Engagement in Einklang zu bringen. „Sie weiß, dass sie als Frau immer ein bisschen fleißiger, ein bisschen gewissenhafter, eben ein bisschen besser sein muss als der männliche Kollege. Als der Kandidat eines benachbarten Wahlkreises stöhnt: ‚Vier Veranstaltungen an einem Tag!‘ lächelt sie leise. Sie sagt nicht, dass sie am nächsten Tag sieben hat.“<sup>20</sup>

## 1980er Jahre

In den 1980er Jahren rückt das traditionelle Bild von der „guten Mutter“ in der Politik immer weiter in den Hintergrund. Eine jüngere, besser ausgebildete und selbstbewusstere Frauengeneration betritt die politische Bühne.<sup>21</sup> Auch diese Frauen werden anfangs, vor allem wenn sie frauenbewegt (wie einige SPD- und FDP-Abgeordnete) und feministisch (wie manche der Grünen) auftreten, verhöhnt, verspottet, nicht ernst genommen und an Äußerlichkeiten statt an Inhalten gemessen. Es finden sich auch Berichte, die Politikerinnen für ihren hohen Sachverstand loben, ihnen aber gleichzeitig die Weiblichkeit absprechen, als seien Qualifikation und Frau-Sein Widersprüche:

<sup>17</sup> Ebd.

<sup>18</sup> Vgl. Christiane Schmerl (Hrsg.), In die Presse geraten, Köln 1985.

<sup>19</sup> FAZ (Anm. 16).

<sup>20</sup> Die Zeit vom 3. 11. 1972.

<sup>21</sup> Zwischen 1980 und 1990 stieg der Frauenanteil im Bundestag von 8,5 auf 20,5 Prozent (siehe *Grafik* auf Seite 28 in diesem Heft) und es spiegelte sich die gestiegene Anzahl von vielseitig qualifizierten Frauen (Naturwissenschaftlerinnen, Juristinnen) auch im Parlament wider.

„All diesen Frauen ist eines gemeinsam: Sie sind (...) keine Konzessionsfrauen mehr (...) sie arbeiten auch nicht in jenen, auf die schier-weibliche Interessensvertretung beschränkten Bereichen der Politik, die ihren Geschlechtsgegensinnen bisher zumeist vorbehalten waren. Vielmehr gehören sie zu den Fachleuten in ihrer Partei und in ihrer Fraktion. Deshalb (...) haben sie Karriere gemacht. Sie sind nicht als Frauen für andere Frauen in die Politik gegangen, sie sind (...) wegen ihrer besonderen persönlichen und fachlichen Qualifikation da. Sie sind schlicht, und jedem Manne vergleichbar, Politiker.“<sup>122</sup>

Mitte der 1980er Jahre taucht Rita Süsmuth als „Komet über Kohls neuer Frauenwelt“<sup>123</sup> auf. In der Berichterstattung über sie zeigt sich der Wandel zu einer größeren Anerkennung einer Spitzenpolitikerin als kompetente Fachfrau. Mit Petra Kelly, Antje Vollmer oder Waltraut Schoppe werden auch bei den Grünen junge, unkonventionell auftretende Frauen in Führungspositionen gewählt. Auch sie werden durchaus anerkennend kommentiert – mal wohlwollend, mal spöttisch im Ton, je nach der politischen Ausrichtung des jeweiligen Presseorgans. Als mit Herta Däubler-Gmelin 1988 erstmals eine Frau in die Parteiführung der SPD gewählt wird, ist das Medienecho mehrheitlich positiv. Man attestiert ihr übereinstimmend hohe fachliche Qualifikation, Zielstrebigkeit, und – mit kritischem Unterton – den Willen zur Macht: „Sie ist fleißig, weiß sehr viel, setzt sich zielstrebig ein.“<sup>124</sup> Die „Süddeutsche Zeitung“ meint dieses stereotype Lob sogar positiv und ergänzt: „Sie ist keine Quotenfrau, keine, die ihr Selbstbewusstsein mit einem Doppelnamen schmückt, sondern eher eine von der Art: ‚Selbst ist die Frau‘.“<sup>125</sup> Die „Frankfurter Allgemeine Zeitung“ sieht gar ein Matriarchat in der SPD aufziehen: „Herta Däubler-Gmelin ist die erste Nutznießerin des ‚Münsteraner Matriarchats‘ der SPD.“<sup>126</sup>

Doch auch im Jahrzehnt der Quotenbeschlüsse und neuen Gesichter überwiegen

<sup>122</sup> Stuttgarter Zeitung vom 25. 4. 1981.

<sup>123</sup> Die Zeit vom 13. 6. 1986. Süsmuth wurde 1985 Ministerin für Jugend, Familie, Gesundheit, 1986 auch für Frauen sowie Vorsitzende der Frauenuktion.

<sup>124</sup> Süddeutsche Zeitung vom 2. 9. 1988.

<sup>125</sup> Ebd.

<sup>126</sup> FAZ vom 2. 9. 1988.

herkömmliche Zuschreibungen. Verblichene Passepartouts werden zwar ausgewechselt, aber alte Klischees über die Untauglichkeit von Frauen für das Politische bleiben als Hintergrundfolie bestehen. Komplexe Sachfragen werden oft vereinfacht und besonders im Zusammenhang mit Politikerinnen der Grünen, die als „Quotenfrauen“ belächelt oder abqualifiziert werden, sekundär behandelt. Dem weiblichen Geschlecht haftet in der öffentlichen Wahrnehmung noch immer ein quasi von Natur aus gegebenes Defizit an, was die „Emma“ 1985 kritisch aufgreift: „Sie muss sich anstrengen und fleißig sein – oder durch Quoten in Ämter kommen –, denn: ‚Sie kann es nicht!‘ Und wenn sie es kann, dann ist sie eine Ausnahme oder wird als ‚karieregeil‘ stilisiert. Als eine bekannte CDU-Politikerin 1985 Familienministerin unter Helmut Kohl werden möchte, wird sie von der Union nahe stehenden Zeitungen als ‚Horror-Emanze‘ abgestempelt. Sie ‚wolle wohl selbst Ministerin werden‘, vermutete die Kölnische Rundschau und sprach damit den furchtbarsten Verdacht aus, den man in einer Männergesellschaft gegen eine Frau hegen kann: Ehrgeiz in eigener Sache.“<sup>127</sup>

## 1990er Jahre bis heute

Je zahlreicher Politikerinnen im Laufe 1990er Jahre in die Parlamente einziehen<sup>128</sup> und je lautstarker Forderungen nach Veränderungen in der Geschlechterhierarchie werden, desto seltener werden in dieser Zeit die offenen Feindseligkeiten oder Tendenzen zur Trivialisierung in der seriösen Presse. Die inflationäre Reproduktion von Geschlechterstereotypen ist ins Stocken geraten – oder wird zumindest nett verpackt. Eine vielfältigere Realität gibt die Vorlage ab für eine differenziertere Berichterstattung. Aber implizite Ignoranz, Häme, Besserwisserei und Amüsiertheit sind nicht völlig verschwunden, sondern prägen weiterhin viele Berichte über die zunehmende Präsenz und Erfolge von Politikerinnen. Der Trend zur symbolischen Akzeptanz zeigt sich aber zum Beispiel in der auffallend freundli-

<sup>127</sup> Emma, April 1985.

<sup>128</sup> Zwischen 1990 und 2000 stieg der Anteil weiblicher Bundestagsabgeordneter von 20 auf 30 Prozent. Unter Helmut Kohl gab es 1994–1998 drei Frauen unter 17 Ministern. Während der rot-grünen Koalition 1998–2005 waren rund ein Drittel der Bundestagsabgeordneten weiblich.

chen Berichterstattung über die erste weibliche Staatsministerin im Auswärtigen Amt, Ursula Seiler-Albring: „Sie weiß, was sie will!“<sup>29</sup> – „Die im politischen Management geübte Liberale hat sich mit vollem Engagement in das außenpolitische Geschäft geworfen“.<sup>30</sup>

Politikerinnen, die *keine* frauenpolitischen Forderungen erheben, werden durchweg positiver dargestellt als bekennende Feministinnen. Dieses gilt auch für die linksliberale Presse und betrifft auch CDU-Abgeordnete: „Für die Presse war ich das rote Tuch. Und in meiner Partei kann man sich mit keiner Politik so unbeliebt machen wie mit Frauenpolitik.“<sup>31</sup> Frauenbewusste Politikerinnen geraten damit in eine „Doppelfalle“: Zum einen, weil sie als Angehörige des „anderen“ Geschlechts den „Männerbund“ Politik ohnehin schon „stören“, zum anderen, weil sie es darüber hinaus auch noch „wagen“, Forderungen für ihr Geschlecht zu erheben.

Die 1990er Jahre sind die „Gründerzeit“ der Frauenministerien und Gleichstellungsstellen in Bund, Ländern und Kommunen. Politikerinnen kommen in Ämter, in denen sie die Rolle „der Ersten“ bzw. der Pionierin spielen.<sup>32</sup> Selbst unkonventionelle Politikerinnen, wie zum Beispiel die ehemalige Bundestagsabgeordnete der Grünen, Jutta Oesterle-Schwerin, die als Jüdin und bekennende Homosexuelle nach ihrem Parteiaustritt eine feministische Partei gründet, oder Heidi Wiecek-Zeul (SPD) bekommen in den Medien eher lobende Aufmerksamkeit und Zuspruch als Kritik: „Durchsetzungsfähig, zielstrebig, kalkulierend – das ist die Ex-68erin noch immer, auch weicht sie politischem Zoff nicht aus.“<sup>33</sup> Aber die Fokussierung auf Spitzenpolitikerinnen kristallisiert sich in diesen Jahren bereits deutlich heraus.

<sup>29</sup> FAZ vom 4. 4. 1991.

<sup>30</sup> Die Welt vom 22. 4. 1991.

<sup>31</sup> So Renate Hellwig (CDU), zit. in: B. Meyer (Anm. 8), S. 105.

<sup>32</sup> So wurde Rita Süßmuth 1988 die erste Bundestagspräsidentin der Union, Sabine Leutheusser-Schnarrenberger 1992 Justizministerin, Renate Schmidt 1991 die erste Landesvorsitzende der SPD und Angela Merkel 2001 die erste Bundesvorsitzende der CDU.

<sup>33</sup> Der Spiegel vom 10. 5. 1993, S. 24f. über Wiecek-Zeul.

Erst mit der Kanzlerkandidatur einer Frau wird die hegemoniale Männlichkeit der Politik in einem bisher unbekanntem Ausmaß öffentlich thematisiert. Anhand von „Kohls Mädchen aus dem Osten“ kann man einen allmählichen aber doch grundsätzlichen Wandel in der Presseberichterstattung, vor allem in der Zeit zwischen 2001 und 2005, nachvollziehen. Die Gründe dieses Wandels sind vielschichtig. Sie hängen unter anderem mit vier Faktoren zusammen: Erstens ist die *Zeitspanne* offenbar groß genug gewesen, so dass sich Medien und Öffentlichkeit an Angela Merkels Machtanspruch gewöhnen konnten. Zweitens haben die *innerparteilichen Krisen* in der CDU eine Rolle gespielt, auch im Hinblick auf unverbrauchte Kandidaten für die Nachfolge Kohls. Drittens ist *Merkel selbst* ein Faktor: ihre uneitle Selbstpräsentation und ihr kluges Fädenziehen hinter den Kulissen, ihr unaufdringlicher, gleichwohl zäher Machtwille und ihre Fähigkeit, geduldig abzuwarten und bei passender Gelegenheit zuzugreifen. Schließlich ist auch das Phänomen *Macht* ein wichtiges Moment dieser Entwicklung gewesen.

Denn hinter dem Wandel von einer überwiegend spöttischen, herablassenden, besserwisserischen und oft auch hämischen Berichterstattung – zum Beispiel über Merkels Kleidung, Frisur, Mundwinkel oder ihre (wirtschafts)politische Kompetenz und der ständigen Frage: „Kann sie das?“ – zu einer sachlicheren Tonart und mitunter sogar Bewunderung, könnte man den Respekt der Medien vor der Macht vermuten. Noch im Januar 2002 fordert „Die Zeit“ Angela Merkel unverblümt auf, die Kanzlerkandidatur an Edmund Stoiber abzugeben. Sie zeige „Ehrgeiz, Machtbewusstsein, Realitätsferne und keinerlei ökonomische Kompetenz“.<sup>34</sup> Sie wird eine Zeit lang medial regelrecht „gejagt“.<sup>35</sup> Heute respektiert nicht nur die Wochenzeitung den neuen Stil und das neue Gesicht Deutschlands in der Welt.<sup>36</sup> Hier deutet

<sup>34</sup> Die Zeit vom 10. 1. 2002.

<sup>35</sup> Man denke an die Art, mit der Moderator Reinhold Beckmann sie am 10. 1. 2005 befragte. Vgl. Birgit Kienzle, Isss ja guut, Frau Merkel!, in: Emma, März/April 2005.

<sup>36</sup> Vgl. Die Meistersängerin. Angela Merkel hat ihren Führungsstil gefunden, in: Die Zeit vom 26. 7. 2007.

sich eine Statusbezogenheit in der Perspektivenverschiebung an.

Das bislang vorherrschende Stereotyp von Politikerinnen als Ausnahmefrauen ist ebenfalls aufgeweicht. Sie werden langsam – vor allem sobald sie in Führungspositionen aufgestiegen sind – als Mitspielerinnen im Spiel um Dominanz und Einfluss ernst genommen.<sup>137</sup> Insbesondere Berichte über die Ministerinnen Ursula von der Leyen, Ulla Schmidt, Annette Schavan oder über die zweimalige Kandidatin für das Bundespräsidentenamt Gesine Schwan haben die Rezeption von Politikerinnen in der Presse nachhaltig verändert. Nicht nur dass sie als höchst unterschiedliche Persönlichkeiten in Bezug auf regionale Herkunft, Religion, Familienstand, Kinderzahl, Berufsausbildung und innerparteiliche Verankerung kommentiert werden, was zu einer differenzierteren Sicht beigetragen hat. Darüber hinaus ist auch eine größere Konzentration auf politische Inhalte, Sachthemen und Schwerpunkte festzustellen. Kleidung, Familienstand oder Kompetenz werden zwar noch vereinzelt kommentiert, fallen aber in der Gesamtbewertung kaum negativ ins Gewicht.

## Fazit

Bis zum Ende des 20. Jahrhunderts findet sich in der Presse eine unterproportionale, verkürzende oder verfälschende Berichterstattung über Politikerinnen. So ignoriert die Presse sie in der Nachkriegszeit noch überwiegend oder stilisiert sie als „gute Mütter“. Auch in den 1970er Jahren werden sie marginalisiert, trivialisiert oder als Ausnahmefrauen charakterisiert. Erst in den 1980er Jahren werden sie verstärkt zur Kenntnis genommen und in politischer Verantwortung zunächst symbolisch akzeptiert. Ab der Jahrtausendwende schließlich werden sie sachlicher und differenzierter dargestellt und – sobald sie Machtpositionen inne haben – auch geschont, oft sogar hofiert. Dieses gilt insbesondere für die Kanzlerin, die bereits nach kurzer Amtszeit auch in Deutschland anerkennend und sachlich porträtiert wird.

Dennoch stellt die Presse auch heute noch Politikerinnen nicht ohne Bezug auf Rollen-

<sup>137</sup> Vgl. Birgitta Stauber-Klein, Politikerinnen in den Medien: Erfahrungen aus dem Journalismus, in: H. Holtz-Bacha/N. König-Reiling (Anm. 3), S. 124–132.

stereotype dar. Es gibt neben einer *quantitativen* Unausgewogenheit vor allem *qualitative* Besonderheiten, wie eine geschlechtsbezogene Sicht auf weibliche Politiker und andere Zuschreibungen und Erwartungen an sie. Gleichwohl wurde eine Versachlichung festgestellt im Sinne einer weniger auf traditionelle Rollenzuschreibungen zentrierten und stärker an der Praxis des politischen Entscheidungsprozesses orientierten Berichterstattung. Es gibt eine größere Varianz bei Themen, Problemerkörnerungen und Personen. Bemerkenswert ist auch, dass sich seit etwa 15 Jahren Journalistinnen und Journalisten zunehmend differenziert und kritisch mit der eigenen Zunft auseinandersetzen und sich mit klischeehaften und stereotypen Darstellungen von Politikerinnen nicht zufriedengeben.<sup>138</sup>

Interessanterweise ist die beschriebene Versachlichung in der Presse just in dem Moment zu konstatieren, in dem die Bedeutung von seriösen (gedruckten) Tages- und Wochenzeitungen für die politische Informationsvermittlung abzunehmen scheint. Die Auflagenverluste der Qualitätspresse sind nicht nur in Deutschland eklatant. Ferner sind es vor allem junge Leserinnen und Leser, die von konventionellen und zugleich anspruchsvollen (Print)Medien nicht mehr erreicht werden. Umfragen zufolge nutzt nur noch etwa jeder dritte Jugendliche regelmäßig eine konventionelle Tageszeitung, um sich zu informieren. Privatfernsehen und Internet haben Printmedien insbesondere bei jungen Menschen verdrängt. Deshalb lautet meine pessimistische Prognose: In dem Maße, in dem die trivialisierte Mediennutzung steigt, könnten traditionelle Rollenzuschreibungen und Vorurteile gegenüber Politikerinnen möglicherweise wieder an Bedeutung gewinnen. Eine solche Retraditionalisierung von Geschlechterarrangements in der Presse könnte einer Abwertung von Frauen in der Politik eventuell den Weg bahnen.

<sup>138</sup> Vgl. Bettina Schausten, Sind die Politikerinnen reif für die Medien – sind die Medien reif für die Frauen?, in: C. Holtz-Bacha/N. König-Reiling (Anm. 3), S. 204–212.

# Frauen in den Parteien

Nach Angaben des Statistischen Bundesamtes gehören in Deutschland 1,6 Millionen Bürger einer Partei an.<sup>1</sup> Das sind knapp 2,7 Prozent der wahlberechtigten Bevölkerung. Geht man davon aus, dass insgesamt knapp 30 Prozent der Parteimitglieder weiblich sind, entspricht das rund 530 000 Frauen in Deutschland bzw. 1,6 Prozent der weiblichen Wahlberechtigten. Einer ALLBUS-Umfrage zufolge geben fast doppelt so viele Männer wie Frauen an, schon einmal in einer Partei mitgearbeitet zu haben (15 Prozent bzw. 8 Prozent).<sup>2</sup>

## Isabelle Kürschner

Dr. phil., geb. 1978; Referentin an der Akademie für Politik und Zeitgeschehen der Hanns-Seidel-Stiftung e.V., Lazarettstraße 33, 80636 München.  
kuerschner@hss.de  
www.hss.de

Obwohl eine umfassende Untersuchung dieses Phänomens in der Partizipationsforschung bisher fehlt, wird davon ausgegangen, dass parteiübergreifend vor allem die männlich geprägten Organisationsstrukturen sowie die Formen der parteipolitischen Arbeit Frauen vom Engagement abhalten. Dabei muss berücksichtigt werden, dass es den Parteien in sehr unterschiedlichem Maße gelingt, weibliche Mitglieder zu gewinnen. Dies wiederum zeigt, dass die Zurückhaltung von Frauen, in Parteien einzutreten, vielfältige Ursachen hat und dass die Angebote der Parteien zur Mitarbeit und Identifikation für Frauen unterschiedlich attraktiv sind.

Die Frage, warum Frauen in eine Partei eintreten und auf welche Art und Weise sie mitarbeiten, ist bislang kaum erforscht worden. Nach wie vor „wartet die Parteienforschung auf eine große empirische Untersuchung über Frauen in Parteien.“<sup>3</sup> Diese Forschungslücke zumindest ein Stück weit zu schließen, war das Ziel meiner Arbeit „Den Männern überlassen wir's nicht! Erfolgreiche Frauen in der CSU“.<sup>4</sup> Die Ergebnisse beleuchten sowohl das Partizipationsverhalten

weiblicher Parteimitglieder als auch die innerparteilichen Mechanismen, die sich auf die Mitarbeit von Frauen auswirken. Im Folgenden soll die Situation von Frauen in mehreren Parteien dargestellt werden.

## Parteibeitritt und Erfahrungen in der Partei

Die Motive, Anreize und Aktivitäten von Parteimitgliedern sind nur selten Gegenstand empirischer Studien.<sup>5</sup> Dies mag erstaunen angesichts der Tatsache, dass in der Parteienforschung durchaus zur Kenntnis genommen wird, dass es sich bei Parteien um männlich geprägte Organisationsformen handelt und dass Frauen, die in diesem patriarchalisch organisierten und definierten politischen System reüssieren wollen, sich nach wie vor männlichen Gesetzen und Regeln unterwerfen müssen.<sup>6</sup> Somit stellt sich vor dem Hintergrund der noch immer geringeren Anteile an weiblichen Parteimitgliedern die Frage, welche Frauen „überhaupt bereit und willens sind, sich in die vorgegebenen, traditionellen Politikstrukturen und Handlungszusammenhänge einzupassen“.<sup>7</sup>

Laut Beate Hoecker<sup>8</sup> überwiegt bei den Männern die Selbstrekrutierung, während Frauen mehrheitlich einer Aufforderung folgen, Parteimitglied zu werden. Das stärkste Beitrittsmotiv bei Frauen ist der Wunsch

<sup>1</sup> Bisher bieten die statistischen Daten keinerlei Differenzierung zwischen männlichen und weiblichen Parteimitgliedern in Deutschland.

<sup>2</sup> Vgl. Waltraud Cornelißen (Hrsg.), Gender Datenreport. 1. Datenreport zur Gleichstellung von Frauen und Männern in der Bundesrepublik Deutschland, 2. Fassung, München 2005.

<sup>3</sup> Oskar Niedermayer/Richard Stöss (Hrsg.), Stand und Perspektiven der Parteienforschung in Deutschland, Opladen 1993, S. 18.

<sup>4</sup> Vgl. Isabelle Kürschner, Den Männern überlassen wir's nicht! Erfolgreiche Frauen in der CSU, Baden-Baden 2009.

<sup>5</sup> Zu den wenigen Studien, die zwischen Männern und Frauen unterscheiden, gehört: Beate Hoecker, Frauen in der Politik. Eine soziologische Studie, Opladen 1987. Hoecker befragte 1982 in Bremen 363 männliche und 197 weibliche Parteimitglieder aus SPD, CDU und FDP. Aktuellere Untersuchungen liegen leider nicht vor.

<sup>6</sup> Vgl. Oskar Niedermayer, Innerparteiliche Partizipation, Opladen 1989.

<sup>7</sup> Ebd., S. 77 f.

<sup>8</sup> Vgl. B. Hoecker (Anm. 5).



nach der Zugehörigkeit zu einer Partei, während für Männer der Wille, politische Ziele umzusetzen, im Vordergrund steht. Der Einfluss der Familie auf einen Parteeintritt ist bei Frauen deutlich stärker ausgeprägt als bei Männern. Niedrige Werte bei beiden Geschlechtern erhalten dagegen die ergebnisorientierten Motive nach gesellschaftlichen und beruflichen Vorteilen sowie das Streben nach einem politischen Amt. Dennoch ist letzteres bei Männern fast doppelt so häufig der Fall wie bei Frauen. Zusammengefasst basiert der Parteeintritt von Frauen stärker auf solidarischen Motiven, während Männer überwiegend instrumentell und am zwischenparteilichen Wettbewerb orientiert sind.

Die Bereitschaft zur Übernahme eines Amtes ist bei Männern und Frauen, die bereits Mitglied einer Partei sind, nahezu gleichermaßen vorhanden. Unter den passiven Mitgliedern befinden sich sogar mehr Frauen als Männer, die sich bereit erklären, ein Amt zu übernehmen. Somit bergen gerade die nicht-aktiven weiblichen Parteimitglieder noch Potenzial. Genau wie beim Parteieintritt überwiegt als Auslöser für Kandidaturen bei Frauen die Fremdrekrutierung gegenüber der Selbstrekrutierung. Gerade am Beginn der politischen Laufbahn geben Aufforderung und Ermunterung durch Dritte – in erster Linie lokale Verbände und Funktionsträger – häufig erst den Ausschlag für eine Kandidatur. Da vor allem in Parteien mit Quotenregelungen Frauen ermuntert werden, sich sowohl für innerparteiliche Posten als auch für kommunale Mandate aufstellen zu lassen, bewertet Brigitte Geißel die Ermutigung zur Kandidatur als „effektives Mittel zur Erhöhung der politischen Beteiligung von parlamentarisch wenig vertretenen Gruppen“.<sup>9</sup>

Betrachtet man weiterhin, *wann* Frauen überwiegend die Aussicht auf eine erfolgreiche innerparteiliche Kandidatur eingeräumt wird, bestätigt sich folgendes Muster: Die besten Chancen bestehen grundsätzlich dann, wenn die Partei oder deren Funktionäre ausdrücklich eine Frau für eine bestimmte Position in Betracht ziehen. Dies ist insbesondere der Fall, wenn einer Kandidatin bei der Bewerbung um ein Amt bessere Chancen einge-

räumt werden als einem männlichen Bewerber, wenn öffentliche Erwartungen den Einsatz einer „Alibi-Frau“ erfordern oder wenn kein anderer Bewerber zur Verfügung steht, weil die Kandidatur von vornherein als wenig aussichtsreich gilt.

Insgesamt zeigt sich, dass die größte Hürde für Frauen im innerparteilichen Nominierungsprozess besteht. So gibt es zahlreiche Beispiele von Politikerinnen, denen nach Bekanntgabe ihrer eigenen Kandidatur unerwartet ein männlicher Gegenbewerber präsentiert wurde, der mitunter auch die Unterstützung der Parteikollegen erhielt. Konnten Kandidatinnen sich jedoch gegen diesen erfolgreich durchsetzen, wurden sie meist mit guten Wahlergebnissen für ihre Durchsetzungskraft belohnt und mit noch besseren Wiederwahlergebnissen in ihrer Arbeit bestätigt.

## Parteistrukturen

Viele Politikerinnen sind der Meinung, dass die traditionell männlich geprägten Strukturen im Parteienbetrieb kaum veränderbar sind und sich auch durch die zunehmende Präsenz von Frauen nur schwer verändern lassen. Auffällig ist, dass Frauen bei der Frage nach Parteistrukturen in erster Linie an die Versammlungspraxis zu denken scheinen, denn immer wieder wird zuallererst auf das für Frauen bestehende Zeitproblem aufgrund ihrer Mehrfachbelastung durch Familienaufgaben hingewiesen. Empirische Studien belegen, dass gerade unsichtbare Hürden, wie die mangelhafte Einbindung in informelle Entscheidungs- und Machtstrukturen und subtile Diskriminierung, die man unter Umständen beim Abstimmungs- und Nominierungsverhalten der Männer beobachten kann, als Karrierebremsen für Frauen gelten.<sup>10</sup>

Dennoch trauen sich viele Politikerinnen aus Sorge vor persönlichen Nachteilen nicht, an den bestehenden Strukturen und Ritualen Kritik zu üben. Sie halten es vielmehr für unerlässlich, sich mit den Abläufen, Spielregeln und Gepflogenheiten des politischen Tagesge-

<sup>10</sup> Vgl. Helga Lukoschat, Austausch und Vernetzung: Maßnahmen zur Stärkung von Frauen in der Politik, in: Helga Foster/Helga Lukoschat/Barbara Schaeffer-Hegel (Hrsg.), Die ganze Demokratie. Zur Professionalisierung von Frauen für die Politik, Pfaffenweiler 1998, S. 120–196.

<sup>9</sup> Brigitte Geißel, Politikerinnen, Politisierung und Partizipation auf lokaler Ebene, Opladen 1999, S. 126.

schäftes vertraut zu machen und handeln nach dem „pragmatisch ausgerichtete(n) Defizitansatz“;<sup>11</sup> das heißt, sie kompensieren die sich aus ihrem Geschlecht ergebenden Nachteile durch große Motivation und Bereitschaft zur Anpassung. Damit akzeptieren sie allerdings eine einseitige Verengung des Problems zulasten der Frauen und geben den Etablierten keinen Anlass, die Auswirkungen der bestehenden Partizipationsformen und -strukturen auf weibliche Mitglieder zu überdenken. Frauen müssen sich also die offiziellen und inoffiziellen Spielregeln des parteipolitischen Alltags zu eigen machen. Dazu gehören neben den Kenntnissen der formellen Strukturen und Hierarchien des Parteien- und Verwaltungsapparates auch jene der informellen Machtverhältnisse und Netzwerke. Die Geschäftsordnung genau zu kennen, ist für den Einfluss auf die Willensbildung ebenso bedeutsam, wie mit den gängigen Diskussions- und Versammlungsbräuchen des jeweiligen Verbandes vertraut zu sein.

Ein weiteres großes Defizit besteht bei der ungenügenden Vernetzung von Frauen, sowohl untereinander als auch mit ihren männlichen Kollegen. Während viele Frauen erst nach der Familienphase politisch aktiv werden, sind Männer auch aufgrund ihres früheren Parteibeitritts und ihrer langjährigen Mitgliedschaft besser vernetzt und folglich mit den Gepflogenheiten des politischen Geschäfts besser vertraut.<sup>12</sup> Viele politisch erfolgreiche Frauen erwähnen Zusammenkünfte in Hinterzimmern und das gemeinsame Biertrinken als unabdingbare Voraussetzungen für politische Zugehörigkeit und verweisen gleichzeitig auf die Schwierigkeiten, die Frauen diese Art der Zusammenkunft häufig bereitet. Hier werden – meist zu fortgeschrittener Stunde und bei erhöhtem Alkoholkonsum – die wichtigsten Entscheidungen vorbesprochen oder bereits festgelegt. Frauen, die eine politische Beteiligung anstreben, müssen sich in die Versammlungsrituale einfügen, obgleich die spezifische Atmosphäre und die Kommunikationsformen im Gasthaus eine wirksame öffentlich-politische Beteiligung von Frauen deutlich erschweren. Obwohl es sich bei den

politischen Versammlungsritualen parteiübergreifend um für Frauen befremdliche Strukturen zu handeln scheint, müssen sich weibliche Parteimitglieder damit arrangieren.<sup>13</sup> Denn häufig erfährt man bzw. Frau erst nach Ende der offiziellen Veranstaltung und bei zunehmendem Alkoholgenuss, „wer wann was gemacht, unterlassen, gesagt, angekündigt hat oder haben soll“<sup>14</sup> und wie die einzelnen Mitglieder zueinander stehen.

## Parteien im Vergleich

Der verfassungsrechtliche Auftrag der Parteien ist, die aktive Teilnahme der Bürgerinnen und Bürger am politischen Leben zu fördern sowie zur Übernahme öffentlicher Verantwortung befähigte Bürger heranzubilden.<sup>15</sup> Somit gehören selbstverständlich auch die Ansprache von Frauen und die entsprechende Förderung weiblicher Kandidatinnen bis hin zur Übernahme politischer Ämter und Mandate zu den Aufgaben, die eine Parteiorganisation zu erfüllen hat. Obwohl sich alle Parteien über das Ziel einer angemessenen Vertretung der weiblichen Bevölkerung einig sind, ergreifen sie unterschiedliche Maßnahmen, um es zu erreichen.

Als erste Partei beschlossen die Grünen bereits bei ihrer Gründung 1979 eine Frauenquote, nach der mindestens die Hälfte aller Ämter und Mandate weiblich und Wahllisten alternierend mit Männern und Frauen zu besetzen sind. Die SPD beschloss 1988 eine Frauenquote von 40 Prozent für alle Ämter und Mandate. Die CDU plante im Dezember 1994 eine Quote mit einem Anteil von einem Drittel einzuführen, was bei der Abstimmung zunächst scheiterte. Stattdessen führte sie 1996 ein sogenanntes Frauenquorum ein, demzufolge Frauen und Männer zu mindestens einem Drittel an Parteiämtern und öffentlichen Mandaten beteiligt sein sollen.<sup>16</sup> Die Linke verpflichtete

<sup>11</sup> B. Hoecker (Anm. 5), S. 135.

<sup>12</sup> In der CSU sind (laut CSU-Mitgliederverwaltung) beispielsweise 55 Prozent der männlichen Mitglieder beim Parteibeitritt unter 40 Jahre alt, von den Frauen sind dies nur 43 Prozent.

<sup>13</sup> Vgl. Cathrin Kahlweit, *Damenwahl. Politikerinnen in Deutschland*, München 1994; Silvana Koch-Mehrin, *Gemeinsam an die Macht: Männer und Frauen in Zeiten der Globalisierung*, in: Maybrit Illner (Hrsg.), *Frauen an der Macht. 21 einflussreiche Frauen berichten aus der Wirklichkeit*, München 2005.

<sup>14</sup> Eckhard Colberg/Ursula Männle, *Zur Geschäftsordnung. Die Praxis der Willensbildung*, München 1973, S. 23.

<sup>15</sup> Vgl. Gesetz über die politischen Parteien (Parteiengesetz).

<sup>16</sup> Diese Vorgabe kann jedoch in einem zweiten Wahlgang umgangen werden. Siehe *Tabelle 1*.

sich, Vorstände, Kommissionen, Arbeitsgremien und Delegationen mindestens zur Hälfte mit Frauen zu besetzen.<sup>17</sup> FDP und CSU haben sich bis heute gegen die Einführung einer festen Frauenquote ausgesprochen. Beide Parteien setzen auf unverbindliche Empfehlungen, wonach die FDP eine „gleichwertige Repräsentanz von Frauen und Männern in allen Gremien der Gesellschaft“<sup>18</sup> anstrebt, und die CSU fordert, Frauen „bei allen Wahlen (. . .) zu berücksichtigen“.<sup>19</sup>

An den Frauenanteilen in den entsprechenden Gremien der Parteien ist zu sehen: Je verbindlicher die Quotenforderungen sind, desto höher ist die Beteiligung und die konkrete Machtverschiebung zugunsten von Frauen in der jeweiligen Partei auf allen Ebenen – von innerparteilichen Ämtern bis hin zu den Parlamentsabgeordneten. Aufgrund der Notwendigkeit, immer ausreichend Kandidaturen von Frauen für quotierte Wahlen zu haben, werden in jenen Parteien vermehrt Frauen angesprochen und zu Kandidaturen ermuntert. Berücksichtigt man das Partizipationsverhalten von Frauen, die häufiger als Männer erst durch gezielte Ansprache politisch aktiv werden, kann die Verpflichtung zur Aufforderung von Frauen unter Umständen eine sinnvolle Maßnahme darstellen.

Auf der anderen Seite halten Quotengegner und -gegnerinnen diese Art der Unterstützung von Minderheiten für undemokratisch und diskriminierend. Derlei Mittel und Instrumente zur Erlangung der Gleichheit werden als ungerecht, unwirksam und den Interessen der Frauen geradezu entgegengesetzt empfunden.<sup>20</sup> Tatsächlich kommen auch Studien über Politikerinnen zu dem Ergebnis, dass die Organisationsweisen, Strukturen und Kommunikationsstile in allen Parteien, ganz gleich ob mit oder ohne Quote, bislang nicht an den Interessen und Bedürfnissen der Frauen ausgerichtet sind. Somit führt das Nebeneinander „von frauenfreundlicher Rekrutierung und männerfreundlichen Stilen und Strukturen zu einer ambivalenten Si-

tuation“.<sup>21</sup> Frauen erfahren gleichzeitig Förderung und strukturelle Behinderung. Hier stoßen Gleichstellungsmaßnahmen in Form von Quoten offensichtlich an ihre Grenzen.

## Grundsatzprogramme

Ein vergleichender Blick auf die Grundsatzprogramme der Parteien verdeutlicht, dass den Frauen- und Gleichstellungsbelangen unterschiedliche Ideologien zugrunde liegen.

**Grundsatzprogramm der CDU:** Die CDU hat in ihrem aktuellen Grundsatzprogramm von 2007 auf ein eigenes Frauen- und Gleichstellungskapitel verzichtet. Dennoch wird das Thema Gleichstellung im Kapitel „Freie Entfaltung der Person“ angesprochen, mit dem Ziel, „für Frauen und Männer, Mädchen und Jungen gleiche Chancen zu schaffen und Benachteiligungen in allen Bereichen abzubauen“. Darüber hinaus spricht sich die CDU für eine „nachhaltige Mitwirkung von Frauen“ auf allen Ebenen aus, ohne dabei jedoch präzise Forderungen zu nennen. Wie auch die CSU tritt die CDU für die „Aufwertung der Familienarbeit“ ein und zwar noch vor der Forderung nach „Vereinbarkeit von Familie und Beruf“. Nichtsdestotrotz verlangen sie die „partnerschaftliche Aufteilung von Erziehungsarbeit“.<sup>22</sup>

**Grundsatzprogramm der CSU:** Auch die CSU hat in ihrem aktuellen Grundsatzprogramm von 2007 auf ein Frauenkapitel verzichtet, in der Annahme, dass die Gleichberechtigung so weit fortgeschritten sei, dass sich ein gesonderter Blick auf Männer und Frauen als weder notwendig noch angemessen erweise.<sup>23</sup> Lediglich im Familienteil des Programms wird immer wieder auf „junge Frauen und Männer“ eingegangen. Dabei bleibt die CSU zwar ihrer Forderung nach Anerkennung von Familien- und Betreuungsarbeit treu, bezieht sich dabei jedoch erstmals nicht mehr ausschließlich auf Frauen. Damit orientiert sich die CSU mehr als je zuvor an der Lebenswirklichkeit junger Menschen,

<sup>17</sup> Vgl. Programm von Die Linke (Programmatische Eckpunkte) von 2007, § 10 Geschlechterdemokratie.

<sup>18</sup> Grundsatzprogramm der FDP von 1997.

<sup>19</sup> Satzung der CSU von 2006, 5. Abschnitt Verfahrensordnung, § 53 Verfahren für alle Wahlen.

<sup>20</sup> Vgl. Beate Hoecker, Politische Partizipation von Frauen – Kontinuität und Wandel des Geschlechterverhältnisses in der Politik, Opladen 1995, S. 104.

<sup>21</sup> B. Geißel (Anm. 9), S. 151.

<sup>22</sup> Zitate: Grundsatzprogramm der CDU von 2007, S. 11 ff.

<sup>23</sup> Vgl. hierzu die Aussage eines Mitglieds der CSU-Grundsatzkommission: „Ich bin froh, dass wir uns entschlossen haben, im Grundsatzprogramm keinen eigenen Teil Frauenpolitik zu machen, weil dann genau diese Sondersicht wieder verstärkt worden wäre.“ Zit. in: I. Kürschner (Anm. 4), S. 90.

Tabelle 1: Auswirkung der Quotenregelungen in den Parteien

Partei	Quotenregelung	Frauenanteile		
		Mitglieder (Januar 2009)	Bundestag (17. Wahlperiode)	Partei-vorstand (Oktober 2009)
CDU	„Frauen sollen an Parteiämtern in der CDU und an öffentlichen Mandaten mindestens zu einem Drittel beteiligt sein. (...) Wahlgremien können Kandidatenvorschläge zurückweisen, die Frauen nur unzureichend berücksichtigen. Wird bei Gruppenwahlen zu Parteiämtern von der Kreisverbandsebene an aufwärts in einem ersten Wahlgang das Frauenquorum von einem Drittel nicht erreicht, ist dieser Wahlgang ungültig. Es ist ein zweiter Wahlgang vorzunehmen, zu dem weitere Vorschläge gemacht werden können. Dessen Ergebnis ist unabhängig von dem dann erreichten Frauenanteil gültig.“	25 %	18 %	25 %
CSU	„Bei allen Wahlen sind Frauen zu berücksichtigen.“	18 %	13 %	29 %
SPD	„Wahlvorschläge müssen die satzungsmäßigen Voraussetzungen erfüllen. Die Personalvorschläge der Vorstände müssen Frauen und Männer mindestens zu je 40 % berücksichtigen. (...) Um zu erreichen, dass Männer und Frauen zu mindestens je 40 % in den Parlamenten und kommunalen Vertretungskörperschaften vertreten sind, werden auf allen Organisationsebenen satzungsmäßige Vorkehrungen getroffen.“	30 %	38 %	40 %
FDP	In der Satzung findet sich keine Erwähnung. Im Grundsatzprogramm heißt es: „Die gleichgewichtige Repräsentanz von Männern und Frauen in allen Gremien der Gesellschaft ist anzustreben.“	23 %	25 %	19 %
Grüne	„Wahllisten sind grundsätzlich alternierend mit Frauen und Männern zu besetzen, wobei den Frauen die ungeraden Plätze zur Verfügung stehen (Mindestparität). Frauen können auch auf den geraden Plätzen kandidieren. Reine Frauenlisten sind möglich. Sollte keine Frau für einen Frauen zustehenden Platz kandidieren bzw. gewählt werden, entscheidet die Wahlversammlung über das weitere Verfahren. Die Frauen der Wahlversammlung haben diesbezüglich ein Vetorecht.“	37 %	53 %	56 %
Die Linke	„Bei Wahlen von Vorständen, Kommissionen, Arbeitsgremien und Delegierten sind grundsätzlich mindestens zur Hälfte Frauen zu wählen. Ist dies nicht möglich, bleiben die den Frauen vorbehaltenen Mandate unbesetzt, eine Nachwahl ist jederzeit möglich. Kreis- und Ortsverbände, deren Frauenanteil bei weniger als einem Viertel liegt, können im Einzelfall Ausnahmen beschließen.“	45 %	53 %	45 %

Quellen: Satzung der CDU von 2007, Satzung der CSU von 2006, Grundsatzprogramm der FDP von 1997, Satzung von Bündnis 90/Die Grünen (o. J.), Programm von Die Linke von 2007. Eigene Berechnungen nach Angaben auf den Internetseiten der Parteien und der Fraktionen im Deutschen Bundestag.

lässt aber viele Bereiche, die als reale Hindernisse bei der Gleichberechtigung betrachtet werden – wie zum Beispiel das Ehegattensplitting – unangetastet.<sup>124</sup>

**Grundsatzprogramm der SPD:** Die SPD schlägt in ihrem neuen Grundsatzprogramm von 2007 deutlich moderatere Töne an als in dem vorausgegangenen Programm von 1989. Forderte sie vor 20 Jahren noch ausdrücklich eine Gesellschaft, in „in der nicht mehr eine Hälfte der Menschen dazu erzogen wird, über die andere zu dominieren, die andere dazu, sich unterzuordnen“ und bezeichnete

<sup>124</sup> Vgl. Grundsatzprogramm der CSU von 2007, S. 75: „Die Ehe ist ein Wert für zwei Menschen, die auf Dauer füreinander eintreten wollen. Dieses Füreinandereintreten ist Grundlage jeder sozialen Gesellschaft. Dieser hohe Wert der Ehe kommt auch im Ehegattensplitting zum Ausdruck.“

die „herrschende Kultur (als) männlich geprägt“, so beschränkte sie sich 2007 auf die Forderung nach Frauenförderung und *gender mainstreaming*, welches „jede politische Entscheidung auf ihre Auswirkungen auf das Leben von Frauen und Männern, Mädchen und Jungen überprüft und wo nötig verändert“. Nachdrücklicher als die Unionsparteien, die in erster Linie die Wahlfreiheit zwischen Familien- und Erwerbsarbeit fordern, verlangt die SPD die Vereinbarkeit von Familie und Beruf durch einen „flächendeckenden und bedarfsgerechten Ausbau von Betreuungseinrichtungen für Kinder“ sowie eine Umgestaltung des Steuerrechts in dem Sinne, „dass es für Frauen keine Hürde darstellt, erwerbstätig zu werden“.<sup>125</sup>

<sup>125</sup> Grundsatzprogramm der SPD von 2007, Zitate: S. 40 f.

Grundsatzprogramm der FDP: Fortentwickelt hat sich auch die FDP, allerdings im Gegensatz zur SPD von eher allgemein gehaltenen Aussagen in den „Wiesbadener Grundsätzen“, dem Grundsatzprogramm der FDP von 1997, zu ihrem „Deutschlandprogramm“ von 2009. Die Ansprüche von 1997 waren sehr unpräzise und eher phrasenhaft und beschränkten sich auf allgemein gültige Forderungen. Wie die Unionsparteien widmen auch die Freien Demokraten in ihrem aktuellen Programm dem Thema Frauen und Frauenpolitik zwar kein eigenes Kapitel, kommen aber an verschiedenen Stellen wie dem Steuerrecht, den Menschenrechten, der Arbeitsmarktpolitik und bei der Familienpolitik immer wieder auf die Belange der Frauen zu sprechen. Dabei berufen sie sich wie die SPD auf das *gender mainstreaming* und plädieren für eine umfassendere und bedarfsgerechte Kinderbetreuung von der Krippe bis zur Ganztagschule und die Vereinbarkeit von Familie und Beruf, um Frauen gleiche Chancen auf den Zugang zum Arbeitsmarkt zu bieten und ihre Potenziale für Wirtschaft und Gesellschaft optimal zu nutzen.

Grundsatzprogramm der Grünen: Bei den Grünen nimmt das Kapitel „Aufbruch in eine geschlechtergerechte Gesellschaft“ zehn Seiten des Grundsatzprogramms von 2002 ein. Gleich zu Beginn wird dabei auf die Frauenbewegung als „wesentliche Quelle bündnisgrüner Politik“ verwiesen. Die Grünen wollen „das Verhältnis zwischen Mann und Frau grundlegend neu bestimm(en)“ und fordern zu diesem Zweck staatliche Eingriffe zur Durchsetzung der Geschlechterpolitik. Sie „treten dafür ein, auch die Wirtschafts- und Finanzpolitik auf ihre Auswirkungen auf das Geschlechterverhältnis hin zu prüfen“.<sup>126</sup> Der Veränderung des klassischen Familienmodells soll durch Veränderungen in der Sozialversicherungs- und Steuergesetzgebung Rechnung getragen werden.

Grundsatzprogramm der Linken: Die Linke verfügt über kein Grundsatzprogramm, stellt aber auf ihrer Homepage programmatische Eckpunkte dar. Im Kapitel „Geschlechtergerechtigkeit: Anerkennung vielfältiger Formen des Zusammenlebens anstatt Privilegierung der Ehe“ wird eine „femi-

nistische Lesart ökonomischer und gesellschaftlicher Prozesse und eine entsprechende politische Gestaltung“ gefordert. Die Partei tritt für eine staatliche Lenkung der Gleichstellung in der Privatwirtschaft, der Kinderbetreuung sowie im Sozial- und Steuerrecht ein, die Forderungen sind dabei aber weniger präzise als bei FDP, SPD oder Grünen.

## Ausblick: Es gibt noch viel zu tun

Der schmalen Forschungslage ist es geschuldet, dass die Kenntnisse über Frauen in den deutschen Parteien eher dürftig sind und auf veraltete Daten zurückgegriffen werden muss. Da die aktuellen Studien über die Situation von Frauen fast ausschließlich auf qualitative Untersuchungsmethoden zurückgreifen, können sie keinen Anspruch auf Repräsentativität oder Verallgemeinerbarkeit der Aussagen erheben, sondern dienen lediglich als explorative Untersuchungen, um Hypothesen formulieren zu können. Ihre Ergebnisse weisen in erster Linie auf Tendenzen hin, die in breiter angelegten Parteimitgliederbefragungen einer quantitativen Überprüfung unterzogen werden müssten.

Um die tatsächliche Lage von Frauen in der Politik und den Parteien einschätzen und verbessern zu können, bedarf es eines abgesicherten, breiten Fundaments, welches bisher noch auf sich warten lässt. Bis es soweit ist, lässt sich nur mit Gewissheit sagen, dass Frauen in allen Parteien mit einer „politikimmanenten Männerorientierung“<sup>127</sup> konfrontiert werden, ganz gleich, wie unterschiedlich die Ideologien und Instrumente zur Frauenförderung innerhalb der einzelnen Organisationen auch sein mögen. Parteiübergreifend bedarf es eines besonders hohen Maßes an Anpassung vonseiten der Frauen, um sich im jahrhundertlang männlich geprägten Politikgeschäft zu behaupten.

<sup>126</sup> Grundsatzprogramm der Grünen von 2002, Zitate: S. 132–139.

<sup>127</sup> B. Geißel (Anm. 9), S. 152.

Uta Kletzing

# Engagiert vor Ort: Wege und Erfahrungen von Kommunal- politikerinnen

Mit einer Bundeskanzlerin an der Spitze der Regierung und zahlreichen Frauen in herausragenden Positionen sind Frauen in

der Politik selbstverständlicher geworden. 90 Jahre nachdem Frauen das aktive und passive Wahlrecht errungen haben, und 60 Jahre nach Verankerung des Gleichstellungsartikels im Grundgesetz ist somit viel erreicht.

**Uta Kletzing**

Dipl.-Psych., MPP, geb. 1975;  
Leiterin des Bereichs  
Politik und Verwaltung der EAF –  
Europäische Akademie für  
Frauen in Politik und Wirtschaft  
Berlin e. V., Schumannstraße 5,  
10117 Berlin.  
kletzing@eaf-berlin.de

Doch gerät mit diesen öffentlich sichtbaren und erfolgreichen Frauen bisweilen aus dem Blickfeld, dass im politischen Alltag nach wie vor Vieles zu tun bleibt – gerade im *kommunalpolitischen* Alltag. Nach den Aufbruchzeiten der 1980er und frühen 1990er Jahre, wo mit Einführung der Quotenregelungen erstmals die Zehnprozenthürde in den Parlamenten überschritten wurde, stagniert der Frauenanteil in Bund und Ländern seit über einem Jahrzehnt auf einem Niveau von etwa 30 Prozent.<sup>1</sup> In den Kommunalparlamenten liegt der Frauenanteil durchschnittlich sogar bei lediglich 25 Prozent.<sup>2</sup> „Durchschnittlich“ heißt auch, dass es immer noch Stadt-, Gemeinde- und Kreisräte gibt, in denen keine einzige Frau vertreten ist. Der Blick auf die kommunalen Spitzenpositionen zeigt zudem, dass nur vier Prozent der hauptamtlichen (Ober-)Bürgermeister<sup>3</sup> und weniger als zehn Prozent der Landräte<sup>4</sup> Frauen sind.

Was muss passieren, damit sich diese Anteile erhöhen? Um Antworten auf diese Frage zu finden, hat die EAF – Europäische Akademie für Frauen in Politik und Wirtschaft im Auftrag des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) etwa 1100 ehrenamtliche und hauptamtliche Kommunalpolitikerinnen aus über 500 repräsentativ ausgewählten Kommunen mit mehr als 10 000 Einwohnerinnen und Einwohnern befragt.<sup>5</sup> Den Schwerpunkt bildete die Fragebogen-Untersuchung von 1036 ehrenamtlichen Stadt- und Gemeinderätinnen; zur Ergänzung und Vertiefung wurden zudem Intensivinterviews mit 24 ehren- und hauptamtlichen Kommunalpolitikerinnen geführt.<sup>6</sup>

Mit der Studie „Engagiert vor Ort – Wege und Erfahrungen von Kommunalpolitikerinnen“ liegt die bisher umfangreichste Untersuchung über kommunalpolitisch aktive Frauen sowie die förderlichen und hinderlichen Faktoren für ihren Einstieg und Aufstieg vor. Wer sind sie, welche Motive haben sie, wer und was hat sie auf ihrem Weg in die Kommunalpolitik unterstützt? Welche Erfahrungen haben sie gesammelt und wo sehen sie Handlungsbedarf?

<sup>1</sup> Vgl. Beate Hoecker, 50 Jahre Frauen in der Politik – Späte Erfolge, aber nicht am Ziel, in: APuZ, (2008) 24–25, S. 10–18.

<sup>2</sup> Der Durchschnittswert von 25 Prozent ist das Ergebnis eigener Berechnungen, die auf einer Erhebung des Deutschen Städtetages basieren: Deutscher Städtetag, Ratsmitglieder der Gemeinden mit 10 000 und mehr Einwohnern, in: Statistisches Jahrbuch Deutscher Gemeinden, 93 (2006), S. 102–136.

<sup>3</sup> Vgl. Bertelsmann Stiftung/Deutscher Städtetag/Deutscher Städte- und Gemeindebund (Hrsg.), Beruf Bürgermeister/in – Eine Bestandsaufnahme für Deutschland, Gütersloh 2008, online: [www.bertelsmann-stiftung.de/cps/rde/xbcr/SID-08FC6F7B-C8A-EB645/bst/xcms\\_bst\\_dms\\_23926\\_23927\\_2.pdf](http://www.bertelsmann-stiftung.de/cps/rde/xbcr/SID-08FC6F7B-C8A-EB645/bst/xcms_bst_dms_23926_23927_2.pdf) (31. 7. 2009).

<sup>4</sup> Im Rahmen der Studie wurden alle amtierenden Landrätinnen recherchiert (Stand: August 2008).

<sup>5</sup> Vgl. Uta Kletzing/Helga Lukoschat, Engagiert vor Ort – Wege und Erfahrungen von Kommunalpolitikerinnen, Baden-Baden 2009 (i. E.); im vorliegenden Beitrag werden ausgewählte Ergebnisse dargestellt.

<sup>6</sup> Bei der Auswahl der Befragten für die quantitative und qualitative Untersuchung wurden die regionale Verteilung, die Größe der Gemeinden sowie die Parteizugehörigkeit der Kommunalpolitikerinnen nach Quoten berücksichtigt.

## Soziodemographische und zeitliche Ressourcen

Ehrenamtliche Kommunalpolitikerinnen sind Frauen mit hoher Lebens- und Berufserfahrung. Sie sind zu 89 Prozent über 40 Jahre alt und überdurchschnittlich hoch gebildet. Fast jede zweite Kommunalpolitikerin ist Akademikerin. Familiäre Aufgaben und Berufstätigkeit mit dem politischen Ehrenamt zu vereinbaren, ist gegenwärtig vorwiegend nur im zeitlichen Nacheinander möglich. Die Hälfte der Befragten verbringt mindestens zehn und teilweise sogar mehr als 20 Stunden wöchentlich mit Kommunalpolitik; die andere Hälfte weniger als zehn Stunden pro Woche. Die zeitlichen Spielräume für das ehrenamtliche Engagement werden wesentlich von den Fürsorgepflichtungen für Kinder oder andere Familienangehörige einerseits und von der Erwerbssituation andererseits bestimmt.

71 Prozent der befragten Stadt- und Gemeinderätinnen sind Mütter, allerdings sind die Kinder mehrheitlich „aus dem Größten raus.“ Nur etwa ein Drittel hat Kinder unter 16 Jahren im Haushalt, und nur ein sehr geringer Prozentsatz von sieben Prozent hat Kinder bis zu fünf Jahren zu versorgen. 64 Prozent der befragten Stadt- und Gemeinderätinnen sind erwerbstätig, davon die eine Hälfte in Vollzeit und die andere in Teilzeit. Der größte Teil der Nicht-Erwerbstätigen sind Ruheständlerinnen. Neben dem Mandat in Vollzeit erwerbstätig zu sein, gelingt in der Regel nur, wenn das Arbeitsmodell zumindest anteilig flexibel gehandhabt werden kann oder Unterstützung durch den Arbeitgeber vorhanden ist. Ein Viertel der ehrenamtlichen Kommunalpolitikerinnen – und damit die größte Gruppe – hat weder Kinder im Haushalt noch eine Erwerbstätigkeit. Immerhin 15 Prozent der Ratsfrauen haben jedoch beides: Kinder im Haushalt und eine Vollzeit-Erwerbstätigkeit.

Ein wesentlicher Erfolgsfaktor ist die Unterstützung des Lebenspartners. 82 Prozent der Stadt- und Gemeinderätinnen leben in einer festen Partnerschaft. 80 Prozent der ehrenamtlichen Kommunalpolitikerinnen fühlen sich von ihrem Partner bzw. Partnerinnen sehr gut unterstützt. Das Mindestmaß der Unterstützung besteht darin, dass die Kommunalpolitikerinnen seitens ihrer Partner bzw. Partnerinnen nicht vom kommunalpolitischen

Engagement abgehalten werden – der Partner sie also „gewähren“ lässt und Verständnis zeigt. Aktiv unterstützende Partner beteiligen sich darüber hinaus in einem vergleichsweise hohen Maße an Familien- und Hausarbeit oder stellen sich als Zuhörer und Feedback-Geber zur Verfügung. Die Partnerschaftsmodelle sind also „klassisch“ und partnerschaftlich zugleich dahingehend, dass die Partner überwiegend einer Vollzeittätigkeit nachgehen, jedoch gleichzeitig ihren Beitrag zum kommunalpolitischen Engagement der Partnerinnen leisten.

## Motivation und Motivatoren

Die zivilgesellschaftlich engagierten Frauen von heute sind die Kommunalpolitikerinnen von morgen. In der Regel haben sich die Kommunalpolitikerinnen seit Kindheit und Jugend „über den eigenen Tellerrand hinaus“ für etwas engagiert. Der Wunsch, sich für allgemeine Interessen einzusetzen, drückt sich im Laufe des Lebens in verschiedenen Formen des Engagements aus: 86 Prozent der Befragten waren unmittelbar vor der Übernahme des kommunalpolitischen Mandates ehrenamtlich in bürgerschaftlichen Zusammenhängen, Parteien oder kommunalpolitischen Gremien tätig.

Zivilgesellschaftliches Engagement und kommunalpolitisches Mandat sind aus Sicht der befragten Ratsfrauen eng miteinander verwoben: Kommunale Vereine, Verbände oder Initiativen verfolgen aus ihrer Sicht ähnliche Themen wie der Stadt- und Gemeinderat bzw. der Kreistag, jedoch auf unterschiedlichen Ebenen und mit unterschiedlicher politischer Schlagkraft. Mit dem Schritt ins kommunalpolitische Mandat verband sich für die befragten Frauen der Wunsch, das Engagement „für die Sache“ mit mehr Informationen, Kontakten und Entscheidungsbefugnissen zu verbinden und so effektiver zu machen. Die im zivilgesellschaftlichen Engagement begonnene Einflussnahme auf „die Welt im Kleinen“, nämlich das unmittelbare Lebensumfeld, setzt sich somit in der Kommunalpolitik fort.

Die Idee, in die Kommunalpolitik zu gehen, kam jedoch den wenigsten ganz allein. Immerhin 30 Prozent sind in die Kommunalpolitik „einfach so hineingerutscht“. Die Studie zeigt sehr eindrücklich, wie viel die Ansprache von außen bewegen kann und wie notwendig diese ist, um das vorhandene Po-

tenzial engagierter Frauen in Richtung Kommunalpolitik zu mobilisieren. Die Parteien müssen auf die potenziellen Mandatsträgerinnen zugehen und ihnen Entwicklungsmöglichkeiten bieten. 62 Prozent der Stadt- und Gemeinderätinnen bekamen den entscheidenden Anstoß von außen: davon 65 Prozent von Personen mit politischem Bezug (Partei, Ratsmitglieder etc.), 25 Prozent von Personen aus dem Umfeld (Freunde, Kollegen etc.) und zehn Prozent aus der eigenen Familie.

## Kommunalpolitischer Alltag

Die Erfahrungen, die die Kommunalpolitikerinnen machen, decken sich erfreulicherweise mit ihren ursprünglichen Beweggründen für die Kommunalpolitik. Der Wunsch, sich für das Gemeinwohl zu engagieren, wird in 87 Prozent der Fälle befriedigt. Aber die Befragten wollen mit ihrer Tätigkeit nicht nur etwas für andere, sondern auch etwas für sich selbst tun. 56 Prozent wollen sich persönlich weiterentwickeln und 37 Prozent suchen eine neue Herausforderung. Immerhin ein Drittel der Stadt- und Gemeinderätinnen äußert, mit dem kommunalpolitischen Engagement auch tatsächlich etwas für die eigene Weiterentwicklung tun zu können: Kommunalpolitik sei ein interessantes Lernfeld und gebe dem Selbstbewusstsein einen Schub.

Sind Frauen erst einmal in der Kommunalpolitik engagiert, wollen sie auch dabei bleiben. Ihr kommunales Mandat üben sie in der Regel über mehrere Legislaturperioden aus. 76 Prozent der Befragten wollen bei der nächsten Kommunalwahl wieder kandidieren. Dennoch werden die politische Kultur und die institutionellen Rahmenbedingungen als stark verbesserungswürdig empfunden. Unsere Untersuchung zeigt sehr deutlich, dass sowohl die politischen Umgangsformen als auch die institutionellen Rahmenbedingungen von den in der Kommunalpolitik tätigen Frauen zum Teil sehr kritisch gesehen werden. Die häufigsten Antworten auf die offene Frage „Was gefällt Ihnen nicht an Ihrer kommunalpolitischen Tätigkeit?“ lassen sich mit 52 Prozent unter der Kategorie „politische Kultur“ subsumieren, gefolgt von 39 Prozent Nennungen zum Thema „institutionelle Rahmenbedingungen“.

Hinsichtlich der politischen Kultur bemängeln die befragten Frauen, dass zu häufig par-

teipolitische Orientierungen und persönliche Eitelkeiten die Sachorientierung bei politischen Entscheidungen überlagerten. Sie wünschen sich ein angenehmeres Arbeitsklima und eine kooperativere Arbeitsweise und mahnen mehr Effizienz in der Sitzungs- und Redekultur an (zum Beispiel ein Ende der „ewigen Endlosdiskussionen“).

Was die institutionellen Rahmenbedingungen kommunalpolitischer Tätigkeit betrifft, ist ein knappes Viertel über die Schwerfälligkeit der Bürokratie und den daraus resultierenden immensen Zeitbedarf des kommunalpolitischen Engagements frustriert. Etwa jede achte Kommunalpolitikerin beklagt, dass ihr durch fehlende rechtliche Befugnisse oder finanzielle Mittel teilweise die Hände gebunden sind. Ferner bedauern zehn Prozent der ehrenamtlichen Kommunalpolitikerinnen die Politikverdrossenheit der Bevölkerung; 13 Prozent wünschen sich mehr Anerkennung und Wertschätzung der kommunalpolitischen Tätigkeit seitens ihres Umfeldes sowie in der medialen Berichterstattung.

## Handlungsbedarf

Was muss passieren, damit es mehr Frauen in der Kommunalpolitik gibt? Die Wege und Erfahrungen der befragten Politikerinnen zeigen, dass *eine* Perspektive allein ganz sicher nicht ausreicht, um den anstehenden Herausforderungen gerecht zu werden. Vielmehr bedarf es eines übergreifenden Ansatzes, der sowohl Parteien und Zivilgesellschaft als auch gesellschaftliche Rahmenbedingungen in den Blick nimmt.<sup>17</sup>

**Parteien und Zivilgesellschaft:** Nach Hinderungsgründen für das kommunalpolitische Engagement bei anderen Frauen gefragt, äußert ein Drittel der Ratsfrauen, dass das politische Umfeld die Frauen nicht genügend unterstützen würde. Die Ortsvereine und Kreisverbände der Parteien und Wählergemeinschaften, insbesondere die örtlichen Parteivorsitzenden und Führungszirkel, spielen eine entscheidende Rolle bei der Aufstellung der Listen für die Kommunalwahlen. Vor allem in kleineren Gemeinden und ländlichen Regionen müssen Quoten und Quoren in den Parteien konsequenter umgesetzt wer-

<sup>17</sup> Vgl. ausführlich und mit konkreten Handlungsempfehlungen dazu: H. Lukoschat/U. Kletzig (Anm. 5).



den. Dass die entsprechende Besetzung von aussichtsreichen Listenplätzen mit Frauen in den Kommunen gelingt, hängt ganz entscheidend von dem Willen und der Entschlossenheit ab, Frauen gezielt anzusprechen bzw. zu werben und ihnen politische Gestaltungsmöglichkeiten und persönliche Entwicklungschancen zu bieten. Dazu gehört auch die Bereitschaft, die eigene Organisationskultur zu hinterfragen und den Interessen und Erwartungen von Frauen – die längst nicht mehr frauenspezifisch sind, sondern dem generellen Modernisierungsbedarf im ehrenamtlichen Engagement entsprechen<sup>18</sup> – anzupassen.

Es geht aber nicht nur um parteiinterne Nachwuchs- und Frauenförderung, sondern auch um neue Bündnisse der Zusammenarbeit im kommunalen Raum. Die Untersuchung zeigt eindrucksvoll, dass kommunalpolitisch engagierte Frauen vor dem Mandat in hohem Maße anderweitig ehrenamtlich engagiert waren. Zivilgesellschaftliche Organisationen sind *die* Sozialisationsinstanzen für bürgerschaftliches Engagement<sup>19</sup> und das wichtigste Reservoir für künftige kommunale Mandatsträgerinnen. Deshalb sollten Orts- und Kreisverbände der Parteien und lokale zivilgesellschaftliche Initiativen und Vereine, gegebenenfalls unter Einbezug der kommunalen Gleichstellungsbeauftragten, auch in personalpolitischen Fragen den gegenseitigen Kontakt pflegen und engmaschiger zusammenarbeiten. Die Kampagne „Frauen Macht Kommune“ hat diesbezüglich erste Möglichkeiten aufgezeigt.<sup>10</sup>

Nicht nur, aber auch wegen ihrer zentralen Rolle als kommunalpolitisches „Personal-Reservoir“, sollten sich vor allem die großen Verbände der Herausforderung einer gezielten internen Nachwuchs- und Frauenförde-

<sup>18</sup> Vgl. Serge Embacher/Susanne Lang, *Lern- und Arbeitsbuch Bürgergesellschaft*, Bonn 2008.

<sup>19</sup> Vgl. Rudolf Speth, *Bürgergesellschaft und kommunale Politik – Herausforderungen für eine neue Aufgaben- und Verantwortungsteilung*, Vortrag auf dem Fachforum „Engagiert vor Ort – Strategien für mehr Frauen in der Kommunalpolitik!“ der EAF am 18. 2. 2009, unveröffentlichtes Manuskript.

<sup>10</sup> Die Kampagne (online: [www.frauen-macht-kommune.de](http://www.frauen-macht-kommune.de)) lief auf Initiative des BMFSFJ in Zusammenarbeit mit der EAF – Europäische Akademie für Frauen in Politik und Wirtschaft Berlin e. V. bundesweit von November 2008 bis Juni 2009.

lung und den damit verbundenen Veränderungen der Organisationskultur stellen.<sup>11</sup> Denn auch die zivilgesellschaftlichen Organisationen verschenken aufgrund teilweise verkrusteter Strukturen wertvolles Potenzial. Die Geschlechterverhältnisse im zivilgesellschaftlichen Engagement ähneln der horizontalen und vertikalen geschlechtsspezifischen Segregation des Arbeitsmarktes: Zum einen sind Frauen überwiegend in anderen Engagementfeldern als Männer tätig; zum anderen ist nur etwa ein Drittel der ehrenamtlichen Leitungspositionen von Frauen besetzt.<sup>12</sup> Hier kann gezielte Personal- und Organisationsentwicklung Abhilfe schaffen.

**Moderne und vereinbarkeitsfreundliche Strukturen:** Damit mehr zivilgesellschaftlich engagierte Frauen den Weg in die Politik einschlagen, gilt es, die Kommunalpolitik attraktiv und zeitgemäß zu gestalten und sie mit mehr gesellschaftlicher Aufmerksamkeit und Anerkennung zu versehen. Dafür muss sie jedoch aus einem Dunstkreis von Vorurteilen herausgeholt werden, die sie vorrangig mit „Kungelei“, „Hinterzimmertreffen“ und männlich dominiertem „Platzhirschgehabe“ in Verbindung bringen. Hier sind die Parteien und ihre Ratsfraktionen gefragt, aber auch der kommunale Rat und die kommunale Verwaltung mit ihren eigens aufgestellten „Spielregeln“, um das Image- und Attraktivitätsproblem der Kommunalpolitik zu lösen.

Angesichts der steigenden Anzahl von Frauen *und* Männern, deren Lebensentwürfe Beruf und Familie vorsehen, muss Kommu-

<sup>11</sup> In einer Studie über die zur Zeit noch besonders stark männlich dominierten Freiwilligen Feuerwehren zeigen Angelika Wetterer und Margot Poppenhusen, wie sich im Rahmen von Maßnahmen zur Organisationsentwicklung konkrete Angebote für Frauen mit Reflexionsprozessen über das Selbstverständnis und über notwendige Veränderungen der Organisation als Ganze verbinden lassen. Vgl. Angelika Wetterer/Margot Poppenhusen, *Mädchen und Frauen bei der Feuerwehr. Empirische Ergebnisse – praktische Maßnahmen*, Baden-Baden 2008.

<sup>12</sup> Vgl. Thomas Gensicke/Sibylle Picot/Sabine Geiss, *Freiwilliges Engagement in Deutschland 1999–2004*, hrsgg. vom BMFSFJ, Wiesbaden 2006, online: [www.bmfsfj.de/bmfsfj/generator/RedaktionBMFSFJ/Engagementpolitik/Pdf-Anlagen/freiwilligen-survey-langfassung,property=pdf,bereich=bmfsfj,sprache=de,rwb=true.pdf](http://www.bmfsfj.de/bmfsfj/generator/RedaktionBMFSFJ/Engagementpolitik/Pdf-Anlagen/freiwilligen-survey-langfassung,property=pdf,bereich=bmfsfj,sprache=de,rwb=true.pdf) (4. 11. 2009); Annette Zimmer/Holger Krimmer, *Does gender matter? Haupt- und ehrenamtliche Führungskräfte gemeinnütziger Organisationen*, in: *Femina Politica*, (2007) 2, S. 62–72.

nalpolitik so gestaltet werden, dass sie mit beidem zu vereinbaren ist. Unnötig langwierige Prozeduren und zeitlich schlecht planbare Verpflichtungen erschweren den Mandatsträgerinnen, ihren Familien und Arbeitgebern die Vereinbarkeit. Es müssen Formen für das kommunalpolitische Engagement gefunden werden, die den vielfältigen Lebenssituationen und Zeitbudgets unterschiedlicher Bevölkerungsgruppen gerecht werden. Um Familie, Beruf und politisches Ehrenamt besser miteinander vereinbaren zu können, bedarf es aber auch Veränderungen in der Familienpolitik und in der Arbeitswelt. Denn heute vollziehen die Frauen einen „Spagat hoch drei“<sup>13</sup> oder verlagern ihr politisches Engagement auf eine Zeit, in der die Kinder bereits Jugendliche oder junge Erwachsene sind bzw. nehmen Teilzeit-Erwerbstätigkeit und damit oftmals die Einschränkung beruflicher Karriereoptionen und geringere Altersbezüge in Kauf.

Die Untersuchungsergebnisse belegen, welche bedeutsame Rolle die moralische und praktische Unterstützung durch den Partner für die Ausübung des kommunalpolitischen Mandates spielt. Die Förderung partnerschaftlicher Lebens- und Familienmodelle sowie Angebote in Form von Infrastruktur, Zeit und finanzieller Entlastung,<sup>14</sup> um Frauen und Männer bei der Fürsorgearbeit zu unterstützen, weisen hier den Weg. Schließlich ist zur Frage der Vereinbarkeit von Kommunalpolitik mit anderen Lebensbereichen eine engagementfreundliche Unternehmenspolitik zu nennen. Ähnlich wie bei den Rahmenbedingungen einer familienfreundlichen Arbeitsorganisation sind auch hier neben der grundsätzlichen Unterstützungsbereitschaft des Arbeitgebers vor allem zeitlich und örtlich flexible Arbeitsmodelle entscheidend. Flexible Arbeitsmodelle können sich auch für

<sup>13</sup> Karin Beher/Holger Krimmer/Thomas Rauschenbach/Annette Zimmer, Die vergessene Elite. Führungskräfte in gemeinnützigen Organisationen, Weinheim 2008.

<sup>14</sup> Dieser Dreiklang war das Ergebnis eines Gutachtens für das BMFSFJ von Hans Bertram/Wiebke Roesler/Nancy Ehlert, Nachhaltige Familienpolitik Zukunftssicherung durch einen Dreiklang von Zeitpolitik, finanzieller Transferpolitik und Infrastruktur. Gutachten für das BMFSFJ, Berlin 2005, online: [www.bmfsfj.de/bmfsfj/generator/RedaktionBMFSFJ/Broschuerenstelle/Pdf-Anlagen/Bertram-Gutachten-Nachhaltige-Familienpolitik,property=pdf,bereich=bmfsfj,sprache=de,rwb=true.pdf](http://www.bmfsfj.de/bmfsfj/generator/RedaktionBMFSFJ/Broschuerenstelle/Pdf-Anlagen/Bertram-Gutachten-Nachhaltige-Familienpolitik,property=pdf,bereich=bmfsfj,sprache=de,rwb=true.pdf) (31. 7. 2009).

den Arbeitgeber positiv auswirken, da dadurch gegebenenfalls der Freistellungs- bzw. Arbeitszeitreduktionsbedarf ihrer kommunalpolitisch tätigen Beschäftigten gesenkt werden kann.

**Daten- und Gesetzesgrundlagen:** Um gezielt gegen die Unterrepräsentanz von Frauen in der Kommunalpolitik vorgehen zu können, bedarf es einer differenzierten statistischen Wissensgrundlage, die einen regelmäßigen und schnellen Überblick zu Frauenanteilen an kommunalpolitischen Mandaten und Ämtern ermöglicht. Die im Rahmen des Forschungsprojektes vorgenommene Sichtung der statistischen Datengrundlage zu Frauen in der Kommunalpolitik hat ergeben, dass diese unübersichtlich und unzulänglich ist und hier dringender Handlungsbedarf besteht.<sup>15</sup>

Der „Atlas zur Gleichstellung von Frauen und Männern in Deutschland“<sup>16</sup> vom BMFSFJ ist diesbezüglich ein Anfang. Für die Frauenfrage in der Kommunalpolitik eröffnen die Daten des Unterindikators „kommunale Partizipation“<sup>17</sup> die Chance für ein länderübergreifendes regelmäßiges Daten-Monitoring. Die Daten sollten zum Anlass genommen werden, die Förderung von Kommunalpolitikerinnen auf die Agenden einschlägiger kommunaler Akteure zu setzen (wie z. B. Deutscher Städtetag, Deutscher

<sup>15</sup> Lars Holtkamp und Elke Wiechmann haben etwa zeitgleich zur vorliegenden Studie eine wissenschaftliche Datenrecherche mit ähnlichem Ziel vorgenommen und kamen, was die unterentwickelte Situation von statistischen Daten zu ehren- und hauptamtlichen Kommunalpolitikerinnen betrifft, zu denselben Ergebnissen.

<sup>16</sup> Online: [www.bmfsfj.de/bmfsfj/generator/RedaktionBMFSFJ/Broschuerenstelle/Pdf-Anlagen/atlas-gleichstellung-deutschland,property=pdf,bereich=bmfsfj,sprache=de,rwb=true.pdf](http://www.bmfsfj.de/bmfsfj/generator/RedaktionBMFSFJ/Broschuerenstelle/Pdf-Anlagen/atlas-gleichstellung-deutschland,property=pdf,bereich=bmfsfj,sprache=de,rwb=true.pdf) (4. 11. 2009).

<sup>17</sup> Der Unterindikator „kommunale Partizipation“ ist Teil des Indikators „Partizipation“ und setzt sich zusammen aus den Frauenanteilen an den Mandaten in den Kreistagen der Landkreise und in den Gemeinderäten der Stadtkreise/kreisfreien Städte für die Flächenstaaten sowie aus den Frauenanteilen an den Mandaten in den Bezirksparlamenten der Stadtstaaten bzw. in der Stadtbürgerschaft Bremen/SVV Bremerhaven. Vgl. Beschluss der 18. Gleichstellungs- und Frauenministerkonferenz vom 23. Oktober 2008 in Karlsruhe, Ländereinheitliche Gender Indikatoren, online: [www.sozialministerium-bw.de/fm7/1442/TOP%205.4%2018.%20GFMK%20Gender%20Indikator%20Anlage.pdf](http://www.sozialministerium-bw.de/fm7/1442/TOP%205.4%2018.%20GFMK%20Gender%20Indikator%20Anlage.pdf) (18. 9. 2009).

Städte- und Gemeindebund und Deutscher Landkreistag) und flächendeckend kommunale Entscheidungsträger zu sensibilisieren. Neben der aktiven politischen „Vermarktung“ der Daten zur kommunalen Partizipation ist jedoch auch ihre kontinuierliche Fortschreibung und wissenschaftliche Vertiefung wichtig.

Auch die Frage gesetzlicher Vorgaben stellt sich wieder verstärkt, seit das 2001 in Frankreich eingeführte „Parité-Gesetz“ vor allem auf der kommunalen Ebene deutliche Wirkungen zeigt und die Debatte neu belebt.<sup>18</sup> Es schreibt für die verschiedenen politischen Ebenen in Frankreich – von Kommunen über die Kantone bis hin zur Nationalversammlung – die gleiche Anzahl von Frauen und Männern auf einer Wahlliste vor. Die Sinnhaftigkeit und Machbarkeit eines Gesetzes für die Listenaufstellung auf kommunaler Ebene sollte auch für den deutschen Kontext geprüft werden.

**Empowerment und Vernetzung:** Solange die bislang empfohlenen mittel- und langfristigen strukturellen Veränderungen, um Kommunalpolitik für Frauen zugänglicher, attraktiver und zeitlich besser möglich zu machen, nicht umgesetzt sind, bedarf es unter dem Stichwort *empowerment* unverändert der Maßnahmen, welche die strukturellen Benachteiligungen gewissermaßen auffangen bzw. kompensieren. Frauen müssen zum einen durch Ansprache und Ermutigung gezielt für die Kommunalpolitik gewonnen werden. Zum anderen muss den bereits in der Kommunalpolitik aktiven Frauen der „Rücken gestärkt“ werden. Die Maßnahmen müssen sich somit an potenzielle Nachwuchskommunalpolitikerinnen, an bereits tätige Kommunalpolitikerinnen und an Multiplikatoren wenden. Die Kampagne „Frauen Macht Kommune“ hat hier erste Ansatzpunkte aufgezeigt. Auch der Helene Weber Preis des BMFSFJ ist ein Beispiel, wie Aufmerksamkeit und Anerkennung für das kommunalpolitische Engagement von Frauen ge-

<sup>18</sup> Vgl. Yves Sintomer, La Loi sur la parité – Erfahrungen mit der Parität im Gleichstellungsgesetz in Frankreich, Vortrag auf der Fachtagung „Gleiche Teilhabe für alle? – Politische Beteiligung aus Gleichstellungsperspektive“ des Genderkompetenzzentrums an der Humboldt-Universität zu Berlin am 24. 6. 2009, online: [www.genderkompetenz.info/w/files/gkompz.pdf/sintomer\\_paritygesetz.pdf](http://www.genderkompetenz.info/w/files/gkompz.pdf/sintomer_paritygesetz.pdf) (19. 9. 2009).

schaffen und mit gezielten Unterstützungs- und Vernetzungsangeboten verknüpft werden können.

Der innerparteilichen und parteiübergreifenden Vernetzung von Kommunalpolitikerinnen kommt eine entscheidende Bedeutung zu, da gleichstellungspolitische Normen eher dort unterlaufen werden, wo aktive und machtvolle Frauennetzwerke fehlen. Quoten bzw. Quoren allein sind also noch kein Allheilmittel, sondern sie werden vor allem dann wirksam, wenn sie durch öffentlichen Druck eingefordert und durch eine innerparteilich gefestigte und selbstverständliche Gleichstellungskultur getragen werden. Die Bereitschaft der Frauen selbst und ihres Umfeldes, sich diesen Prozessen zu stellen, entsteht nur, wenn sie sich gegenseitig unterstützen. Wenn Frauen ihren politischen Einfluss quantitativ und qualitativ vergrößern wollen, steht außer Frage, dass sie Bündnisse untereinander eingehen müssen. Frauennetzwerke sollten dann aber nicht nur „ein weiteres Treff“ von Frauen sein, sondern sich – inhaltlich wie personell – bestimmten strategischen Zielen verschreiben.<sup>19</sup>

## Mehr Frauen in die Kommunalpolitik!

Die angemahnten strukturellen Veränderungen sind längst keine „Frauenfrage“ mehr: Weder sind es nur die Frauen, die von den Veränderungen profitieren würden, noch sind es in Zeiten enger Zeitbudgets und verbreiteter Parteien- und Politikverdrossenheit nur die Frauen, die diese Veränderungen einfordern. Die Forschungsergebnisse verstehen sich folglich nicht nur als Hinweise für eine frauenfreundlichere Kommunalpolitik, sondern vielmehr als Impulse für eine *zukunfts-fähigere* Politik.

Denn auf Dauer kann sich kein demokratisches Gemeinwesen damit zufriedengeben, dass die Hälfte der Bevölkerung nicht angemessen repräsentiert ist. Quantitativ gesehen, wird Kommunalpolitik ihr Nachwuchs- und Repräsentativitätsproblem nur lösen, wenn

<sup>19</sup> Vgl. Helga Lukoschat, Austausch und Vernetzung – Maßnahmen zur Stärkung von Frauen in der Politik, in: Helga Foster/Helga Lukoschat/Barbara Schaeffer-Hegel, Die ganze Demokratie. Zur Professionalisierung von Frauen für die Politik, Herbolzheim 2000, S. 120–195.

künftig mehr Frauen in kommunalpolitische Mandate und Ämter gelangen. Qualitativ gesehen, sind Frauen zwar nicht per se die besseren Politiker. Aber um die Qualität und Nachhaltigkeit politischer Entscheidungen zu sichern, ist es wichtig, dass unterschiedliche Sichtweisen miteinander ein produktives Ganzes bilden. Kompetente politische Entscheidungen zu treffen, bedeutet vor allem, die unmittelbaren und mittelbaren Auswirkungen auf die unterschiedlichen Zielgruppen politischer Maßnahmen differenziert abzuschätzen und dadurch Benachteiligungen zu verhindern. Das gelingt am besten, wenn die Betroffenen – Frauen und Männer unterschiedlicher Alters- und Berufsgruppen sowie Familien- und Lebenssituationen – von vornherein mit am Tisch sitzen und bei Entscheidungen mitwirken.

Katja Glaesner

# Angela Merkel – mit „Soft Skills“ zum Erfolg?

Nach meiner Auffassung ist jeder Führungsstil sehr persönlich geprägt“, erklärt Angela Merkel. „Wie ich Menschen begegne, hat mit meiner Persönlichkeit zu tun, (...) sicher auch damit, dass ich eine Frau und eine Naturwissenschaftlerin bin.“<sup>1</sup> Ob diese Einschätzung über ihre Art zu führen zutrifft, wird hier näher untersucht. Ferner stellt sich die Frage, ob Angela Merkel die politische Landschaft mit einem „weiblichen“ Führungsstil prägt. Die klare Antwort hierauf ist ein zweideutiges Jein. Denn sicherlich prägt die Kanzlerin mit ihrer Art zu führen die bundesdeutsche Politik, aber nicht mit einem „typisch“ weiblichen Führungsstil. So zumindest meine These.

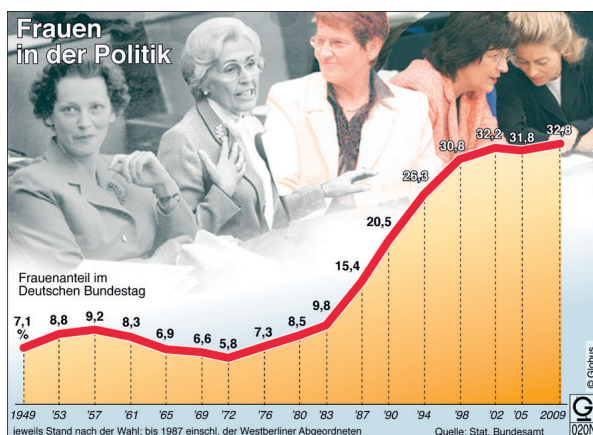
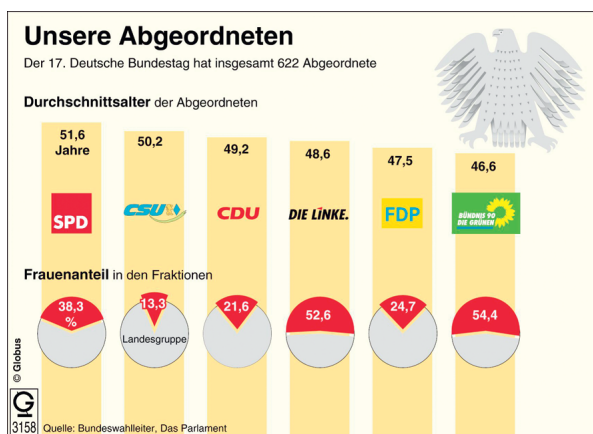
## Katja Glaesner

M. A., geb. 1980; gibt Seminare zu Führung und Persönlichkeit in Wirtschaft, Staat und Kultur; Doktorandin bei Professor Olaf-Axel Burow (Universität Kassel) zum Thema „Innere Bilder von Führungskräften“; lebt in Hamburg.  
kglaesner@yahoo.com

Hierzu gilt zunächst festzuhalten, dass mit dem Begriff Führungsstil die Art und Weise definiert wird, wie sich eine Interaktion zwischen beteiligten Personen gestaltet. Die Verhaltensweise einer Führungskraft gegenüber Kollegen oder Untergebenen steht dabei im Fokus. Somit sind nicht politische Projekte oder die strategische Stoßrichtung der Regierungschefin von Interesse, sondern ihre persönlichen Kompetenzen im Bereich der viel diskutierten *soft skills*.

Es ist wichtig, gleich zu Beginn festzuhalten, dass ein explizit weiblicher Führungsstil – bestehend aus einer bestimmten Kombination von *soft skills* – nicht existiert. Einen ersten Hinweis hierauf liefert die Tatsache, dass

<sup>1</sup> Angela Merkel im Interview mit Sheryl Pitzen u. a. in: Hamburger Abendblatt vom 16. 9. 2009.



es in der Forschung zwei sich widersprechende Definitionen des weiblichen Führungsstils gibt. Zum einen herrscht die Idee vor, dass Frauen in Führungspositionen härter führten als ihre männlichen Pendanten, da sie sich stets beweisen müssten. Diese Strenge und Autorität des harten weiblichen Führungsstils zeigt sich bei Angela Merkel vor allem in ihrem Ruf als sogenannte Männermörderin. Nach dem „Sturz“ Helmut Kohls (infolge der 1999 aufgedeckten CDU-Spendenaffäre), der Standhaftigkeit gegenüber dem damaligen CDU-Vorsitzenden Wolfgang Schäuble oder dem Verdrängen des parteiinternen Konkurrenten Friedrich Merz, scheint es sich herumgesprochen zu haben, dass sie nicht zu unterschätzen ist.<sup>12</sup>

Konträr zu diesem von Härte und Kälte gekennzeichneten Bild existiert zum anderen die Annahme, weibliche Führung sei grundsätzlich weich. Schließlich sei dieser Stil vor allem von sozialer und kommunikativer Kompetenz, Empathie sowie Vertrauen in die Mitarbeiter geprägt. Frauen besitzen demgemäß diese achtsamen Fähigkeiten aufgrund ihres Geschlechts, wohingegen Männer von Natur aus nicht mit ihnen ausgestattet seien. Gerade diese *soft skills* entsprechen teilweise den gegenwärtig als renommiert geltenden Kriterien modernen Managements. Daher qualifizierten sich Frauen durch diesen weiblichen Führungsstil als das neue Geheimrezept für die Führungsetage.<sup>13</sup> Über diesen hohen Stellenwert verfügen weiche Kompetenzen aber nicht seit jeher, denn noch vor 30 Jahren galt ein autokratischer Stil als anerkannt und effektiv. Auch in der Politik lassen

<sup>12</sup> Da die hier erwähnten Episoden aus Angela Merkels Politikalltag allgemein bekannt sind, wird auf detaillierte Quellenangaben verzichtet. Einige relevante Titel sind u. a.: Margaret Heckel, So regiert die Kanzlerin. Eine Reportage, München 2009<sup>3</sup>; Dirk Kurbjuweit, Angela Merkel. Die Kanzlerin für alle?, München 2009; Michael Schlieben, Angela Merkel – die Königin der Seiteneinsteiger, in: Robert Lorenz/Matthias Micus (Hrsg.), Seiteneinsteiger. Unkonventionelle Politiker-Karrieren in der Parteiendemokratie, Wiesbaden 2009; Nicole Schley, Angela Merkel. Deutschlands Zukunft ist weiblich, München 2005.

<sup>13</sup> Vgl. Katja Glaesner, Geheimrezept weibliche Führung? Hintergründe, Mythen und Konzepte zum weiblichen Führungsstil, Kassel 2007, S. 72 ff.; Gertraude Krell, Vorteile eines neuen weiblichen Führungsstils. Ideologiekritik und Diskursanalyse; in: dies. (Hrsg.), Chancengleichheit durch Personalpolitik, Wiesbaden 2008<sup>5</sup>.

sich einige erfolgreiche Beispiele für autokratische Führung finden – so waren Helmut Kohls und Gerhard Schröders Regierungszeiten von vergleichsweise herrischem Umgang gekennzeichnet. Kanzlerin Merkel kommentierte dies einmal mit den Worten: „Mein Prinzip ist nicht ‚Basta‘, sondern mein Prinzip ist Nachdenken, Beraten und dann Entscheiden.“<sup>14</sup> Von autokratischen Vorgehensweisen weg, fand seit den 1990er Jahren eine sukzessive Entwicklung hin zu einem immer mehr kooperativen Führungsstil statt.

Im Folgenden werden sieben Kriterien dieser Führungskompetenzen näher beleuchtet, um zu eruieren, inwiefern Angela Merkel diesen Bildern weiblicher und moderner Führung entspricht.

## Kommunikationsfähigkeit

Kommunikationsfähigkeit zeigt sich darin, dass eine Führungskraft Botschaften klar und deutlich formuliert. Sie wird von ihren Zuhörern verstanden und baut dadurch Nähe auf. Außerdem hört sie zu und interpretiert die Aussagen anderer adäquat. Kommunikationsfähigkeit beinhaltet ebenfalls, sich gerne mitzuteilen und die Bereitschaft, auf Menschen zuzugehen. Bei Angela Merkel wird Kommunikationsfähigkeit in ihrem Kontakt zu ausländischen Kollegen immer wieder sichtbar. Denn sie sucht gerne das Gespräch mit ihnen per Videokonferenz und wenn möglich, bevorzugt sie es, andere Regierungschefs persönlich zu treffen. So kommt es immer wieder zu Besuchen privat anmutender Natur, wie im Sommer 2006, als sie den damaligen US-Präsidenten George W. Bush zum Wildschweingrillen lud oder im Jahr 2008, als der schwedische Ministerpräsident Fredrik Reinfeldt die Kanzlerin eigenhändig über den See zu seinem Landsitz ruderte. Auf diese persönliche und menschliche Weise vertieft und festigt Kanzlerin Merkel ihre Arbeitsbeziehungen.

Betrachten wir allerdings ihre Kommunikation mit der Bevölkerung während der Finanzkrise, könnte ihr der Vorwurf gemacht werden, sich nicht deutlich genug ausgedrückt zu haben. Denn sie ist dem Volk nicht sehr weit entgegengekommen, um das Konjunk-

<sup>14</sup> Angela Merkel im Gespräch mit Maybrit Illner im ZDF am 28. 9. 2006.

turpaket zu erläutern und mögliche Auswege aufzuzeigen, sondern zog es vor – sogar in der Krise – als Mensch distanziert und rätselhaft zu bleiben. Vor dem Hintergrund dieses Widerspruchs bleibt die Frage bestehen, wie Angela Merkel tatsächlich tickt. Trotz ihrer Medienpräsenz scheint es ihr nicht zu gelingen, Nähe zur Bevölkerung aufzubauen.<sup>15</sup> Demnach blieb auch im jüngst erlebten Bundestagswahlkampf „alles ein bisschen im vornehmen Nebel“, wie Kommunikationspsychologe Friedemann Schulz von Thun die fehlende Profilierung bezeichnete.<sup>16</sup>

## Vertrauen

Beim Thema Vertrauen rückt die Beziehung zu Kollegen und Untergebenen in den Fokus. Hierbei ist es von Bedeutung, dass sich Führungskraft und Mitarbeiter gegenseitig aufeinander verlassen können. Infolgedessen kann eine von Respekt und Loyalität geprägte Atmosphäre entstehen. Hierbei spielt auch Teamfähigkeit eine Rolle. Denn alle Beteiligten sollten die Gelegenheit bekommen, ihren Standpunkt darzulegen. In einem solchen vertrauensvollen Klima, können dann neue Ideen entwickelt und Probleme gelöst werden. Als Angela Merkel 1999 Helmut Kohls Entmachtung mit vorantrieb, war dies zwar notwendig, aber als sein „Mädchen“ gewann sie durch dieses Vorgehen – von Vielen als „Vatermord“ bezeichnet –, sicherlich nicht an Vertrauen innerhalb der eigenen Partei.

Ganz im Gegensatz dazu drückt sich in ihrer jetzigen Position als Kanzlerin in der fast täglich angesetzten „Morgenlage“ Vertrauen aus. Bei diesem Treffen enger Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, darunter auch stets Angela Merkels langjährige Vertraute und Büroleiterin Beate Baumann, werden aktuelle Themen offen diskutiert. Für eine halbe Stunde igeln sich die Beteiligten ein, und nichts des Besprochenen dringt an die Öffentlichkeit. Eine solche Diskretion schafft eine robuste und belastbare Führungssituation.

<sup>15</sup> Vgl. D. Kurbjuweit (Anm. 2), S. 53 ff.

<sup>16</sup> Friedemann Schulz von Thun im Interview mit Nea Matzen, in: tagesschau.de am 1. 9. 2009 (22. 10. 2009).

Die nächste zu diskutierende Führungskompetenz konzentriert sich auf die Mentalität einer Führungskraft. In der sich immer rascher wandelnden Welt ist es äußerst wichtig, mit Neuerungen kontinuierlich Schritt zu halten. Besonders ein Bundeskanzler muss sich ohnehin schnell in unbekannte Themengebiete einarbeiten können. Es ist bemerkenswert, wie Führungskräfte sich dabei nicht entmutigen lassen und der Wille dazuzulernen, sie regelrecht antreibt.

Die Lernbereitschaft betreffend, kann Angela Merkel geradezu als Musterbeispiel gelten. Vor allem ihr Werdegang von der Bundesministerin für Frauen und Jugend zur Kanzlerin dient hier als ein gutes Beispiel. Wurde sie früher noch als „Angela ahnungslos“ verspottet oder kamen ihr im Jahr 1995 nach Kritik von Helmut Kohl einmal die Tränen, gilt sie heute als knallharte Politikerin und weltgewandte Persönlichkeit. Ebenso beachtlich ist der Wandel ihres Auftretens in der Öffentlichkeit und den Medien. Sie scheint erkannt zu haben, dass sie mit adretten Haaren, kleidenden Jacketts sowie einem gelegentlichen Lächeln ihr Image verbessern kann. Somit kontrolliert sie inzwischen auch genau, wie sie von Fotografen abgelichtet wird. Dieses Bewusstsein zeugt von einer hohen und kontinuierlichen Lernbereitschaft.

## Eine Vision verfolgen

Wenn eine Führungskraft eine Vision verfolgt, bedeutet dies, dass sie mit klaren Zielen führt. Sie präzisiert, wofür sie eintritt und gibt eine generelle Richtung vor. Visionen sind oftmals langfristige Ziele oder Zukunftsbilder, die begeistern sollen. Diese geben Anhängern Orientierung und stabilisieren die Führungssituation. Ein solches Potenzial scheint Angela Merkel durch ihre pragmatische Art zu führen, nicht aufzuweisen. Die bisherige Realisierung der gesetzten Klimaschutzziele etwa verläuft desillusionierend und kann als Beispiel für ihre Visionslosigkeit gelten. Dabei schien es beim G-8-Gipfel 2007 in Heiligendamm noch, als sei ein Durchbruch gelungen. Denn Angela Merkel erreichte, dass das Thema Klimaschutz ganz oben auf die Agenda gesetzt wurde. Selbst den damaligen US-Präsidenten George W. Bush konnte sie über-

zeugen, das Abschlusspapier zu unterzeichnen, was ihr den schmeichelhaften Titel „Klima-Kanzlerin“ einbrachte.

Ein Jahr später, bei einem Treffen der EU-Staats- und Regierungschefs in Brüssel, ruderte sie jedoch aufgrund der Wirtschaftskrise von den Klimazielen zurück. So sprach sie sich beispielsweise gegen eine CO<sub>2</sub>-Grenze für deutsche Autos aus. Ihre Auszeichnung als Klima-Kanzlerin musste Angela Merkel somit längst einbüßen, und wir dürfen gespannt sein, was der Kopenhagener Weltklimagipfel (7.–18. Dezember 2009) für Ergebnisse erzielt. Generell wirkt ihre „Politik der kleinen Schritte“ also eher zermürend, und es steht der Vorwurf im Raum, Angela Merkel lasse keine klare politische Linie erkennen.

### Motivation

Eine weitere Anforderung an Führungskräfte ist ihr Wille, Leistung zu erbringen: die Motivation. Sie beschreibt den ganz individuellen Anreiz, zu handeln. Im beruflichen Kontext bedeutet dies, Interesse am Tätigkeitsfeld zu haben und von innen heraus bestimmte Ziele erreichen zu wollen. Dieser Antrieb ist mit positiven Emotionen verbunden. Denn nur wer intrinsisch motiviert ist, kann seine Arbeit dauerhaft gut verrichten.

Dieser Motor eines Menschen lässt sich bei Angela Merkel in ihrem Machtwillen erkennen. Nach diversen parteiinternen Machtkämpfen schaffte sie es bis an die Spitze der Regierung der Bundesrepublik und hält sich dort. Sie betont dabei des Öfteren, dass ihre Arbeit sie begeistert: „Es macht Freude, Dinge durchsetzen zu können, die (...) wichtig sind“,<sup>17</sup> und: „Ich mache meine Arbeit mit Leidenschaft.“<sup>18</sup> In der Rolle der Führungskraft muss eine Person auch versuchen, ein Umfeld zu schaffen, das ihre Mitarbeiter motiviert. Neben einem adäquaten Umfeld werden Mitarbeiter auch oft von der Begeisterung der Kollegen und Vorgesetzten „angesteckt“. Ob Angela Merkel mit ihrem Verhalten auch andere – wie den Kreis ihrer Vertrauten – motiviert und mitreißt, darüber ist wenig bekannt. Ihr eigener Leistungswille scheint jedenfalls ungebremst zu sein.

<sup>17</sup> Angela Merkel im Interview mit Alice Schwarzer, in: Emma vom 27. 8. 2009.

<sup>18</sup> Angela Merkel im Interview mit Sabine Hoffmann und Natascha Zeljko, in: Myself vom 13. 8. 2009.

Bei der allgemeinen Diskussion um typisch weibliche Fähigkeiten nimmt die emotionale Intelligenz eine zentrale Stellung ein. Gerade durch sie sollen Frauen angeblich die Führungswelten veredeln. Hierbei handelt es sich aber vielmehr um eine ernst zu nehmende Führungskompetenz. Denn emotionale Intelligenz beschreibt die Handhabung eigener und fremder Gefühle. Über Einfühlungsvermögen hinaus, vermag eine Führungskraft dadurch, für einen respektvollen sozialen Umgang zu sorgen. In der Politik ist dies vor allem relevant, weil für die unterschiedlichsten Kommunikationspartner verschiedene Töne angeschlagen werden müssen. Es gilt stets, zwischen verschiedenen politischen Lagern zu taktieren.

Die Kanzlerin muss sich zum Beispiel in CSU-Chef Horst Seehofer genauso hinein-denken können wie in Oskar Lafontaine von Die Linke. Bei Angela Merkel spiegelt sich emotionale Intelligenz durchaus anschaulich in ihrem Verhalten gegenüber der Presse im August 2008 wider: beim Besuch des damaligen Präsidenten der Republik Ghana, John Kufuor. Dieser wurde nach allen Regeln des diplomatischen Protokolls in Deutschland empfangen, während parallel der russisch-georgische Krieg im Kaukasus ausbrach. Als auf der Pressekonferenz eine Fülle an Journalisten Fragen zum Konflikt um Südossetien stellten, anstatt die deutsch-ghanaischen-Beziehungen zu thematisieren, reagierte Merkel abweisend, denn sie wollte Präsident Kufuor nicht durch Ignoranz herabsetzen oder kränken.<sup>19</sup> Dies erweckt den Eindruck, dass ihr Verhalten von Achtsamkeit und Rücksichtnahme geprägt sein könnte.

### „Biss“

Zusätzlich zu den genannten sechs eher weichen Führungskompetenzen spielen aber auch Tatendrang und Ehrgeiz für Führungserfolg eine Rolle. Dieser „Biss“ einer Führungskraft drückt sich in ihrer Energie und ihrem Durchsetzungsvermögen aus. Gerade in der Politik ist die Forderung nach Stärke und einem hohen Grad an geistiger Wachheit

<sup>19</sup> Vgl. Margaret Heckel, Wie tickt Angela Merkel?, in: www.welt.de, 1. 9. 2008 (8. 9. 2009).

nachvollziehbar. In den vergangenen Monaten wurde der Kanzlerin regelmäßig Führungsschwäche vorgeworfen. Immer wieder wurden Stimmen laut, sie müsse härter durchgreifen. Obwohl sie früher das Renommee einer „Männermörderin“ hatte, herrscht heute eher die Befürchtung vor, sie würde sich zu viel gefallen lassen. Dieser Eindruck nahm bereits in der sogenannten Elefantenrunde 2005 beim Schlagabtausch mit dem Bundeskanzler Gerhard Schröder seinen Anfang. Seinen aufbrausenden Äußerungen begegnete Angela Merkel vor allem fassungslos und in keiner Weise kämpferisch.

Aber vielleicht stimmt es ja, dass sie eher zu gegebener Zeit die Konsequenzen aus einer Auseinandersetzung zieht und sich dann behauptet. So zahlte sie es Gerhard Schröder anlässlich der Feier zur Enthüllung seines Porträts im Kanzleramt heim: Sie lobte die fällige Anbringung des Bildes, weil sie nun die Frage vieler Besucher nicht mehr beantworten müsse, „wann der Schröder endlich aufgehängt“ würde. Falls Angela Merkel es also vermag, ihre Kontrahenten eher später zurechtzuweisen und dies vielleicht sogar mit einem gewissen Scharfsinn, dann nimmt die Allgemeinheit davon in der Regel jedoch nur am Rande Notiz oder weiß das Verhalten der Kanzlerin nicht einzuordnen. Kanzlerin Merks Biss wird auf rhetorischer Ebene folglich selten direkt spürbar.

## Folgerungen und Fragen

Der erforderliche „Biss“ sowie Kommunikationsfähigkeit, Vertrauen, Lernbereitschaft, eine Vision verfolgen, Motivation und emotionale Intelligenz bilden die hier beleuchteten sieben Kriterien moderner Führungskompetenz. Die Beispiele aus Angela Merks Politikalltag zeigen auf, dass sie vielerorts angesiedelt werden könnte: Ihr könnte demnach der harte weibliche Führungsstil attestiert werden, denn ihr Ruf als „Männer“- und „Vatermörderin“ zeugt von der Fähigkeit, sich zu beweisen. Auch die menschliche Unnahbarkeit der Regierungschefin demonstriert diese Härte. Dennoch könnte ihr ebenfalls der eher weiche weibliche Führungsstil – der den derzeit als modern geltenden Führungskriterien entspricht – zugestanden werden, wenn wir beispielsweise die vertrauensvolle Atmosphäre der Morgenlage bedenken.

Diese widersprüchlichen Tatsachen im Fall Angela Merkel deuten auf eines hin: Ein weiblicher Führungsstil ist eine Illusion. Denn Führungserfolg ist schlichtweg nicht geschlechtsspezifisch prädestiniert.

Es sprechen noch weitere Argumente gegen die Definition eines typisch weiblichen Führungsstils. Wissenschaftliche Studien belegen, dass Unterschiede im Führungsstil nicht auf das Geschlecht einer Führungskraft zurückzuführen sind. Es gilt hierbei ferner zu beachten, dass Frauen untereinander keine homogene Gruppe bilden. Eine Frau, die zum Beispiel aus einer bildungsfernen Schicht stammt, ist gänzlich anders geprägt, als eine Frau aus einer Unternehmerfamilie, was sich auf ihre Lebenschancen und persönlichen Kompetenzen auswirkt. Überdies ist die Bipolarität der Begriffe männlich und weiblich mit Schwierigkeiten verbunden. Denn eine Führungskraft kann unabhängig von ihrem Geschlecht die sieben oben genannten *soft skills* besitzen oder erwerben. Darüber hinaus definiert sich eine Person schließlich durch viel mehr als lediglich ihr Geschlecht oder damit verknüpfte Stereotypen. So kann die Herkunft, die Erziehung, die Sozialisation, die politische Überzeugung, die Fachrichtung oder auch die Interpretation gemachter Erfahrungen und Vieles mehr eine Rolle spielen.

Diese Dekonstruktion eines weiblichen Führungsstils beantwortet allerdings nicht die Frage, warum Frauen – obwohl bestens qualifiziert – in Führungspositionen allgemein unterrepräsentiert sind. Für diesen Umstand werden gewisse Karriererestriktionen verantwortlich gemacht, wie unter anderem ein *token status*, Männerbünde oder auch das „*think manager – think male*“-Phänomen. Auf alle drei Phänomene werde ich im Folgenden kurz eingehen.

In vielen Führungspositionen sind Frauen immer noch die Ausnahme und besitzen daher einen Minderheitenstatus. Dieser sogenannte *token status* beschreibt ihre Rolle als „Vorzeigefrau“, in der eine weibliche Führungskraft vorsichtig wie eine exotische Orchidee betrachtet und jedes Verhalten beurteilt wird. Es kann Vor- und Nachteile bergen, derart aus der Menge herauszustechen. Deutlich wird dieser Status auch bei der Kanzlerin, wenn wir uns beispielsweise die Fotos des G-8-Gipfels 2007 in Heiligendamm



in Erinnerung rufen. Dort war sie in ihrem grünen Jackett im Strandkorb zwischen den dunklen Anzügen der männlichen Kollegen ein wahrer Blickfang. Bei anderen Zusammenkünften auf globalem Parkett ist Angela Merkel allerdings nicht mehr die einzige Politikerin. Dort trifft sie unter vielen anderen auf Pratibha Patil (Staatspräsidentin Indiens), auf Cristina Kirchner (Präsidentin Argentiniens) oder auf Michelle Bachelet (Präsidentin Chiles). Eine weitere Karriererestriktion stellen Männerbünde bzw. seilschaftenähnliche Zusammenschlüsse langjähriger Mitstreiter dar. So sollen sich beispielsweise 1979 ein Dutzend Mitglieder der Jungen Union auf einem Flug nach Caracas/Venezuela dazu verabreden haben, ihre Karrieren gegenseitig zu unterstützen – im sogenannten Andenpakt. Über solch einflussreiche Männerbünde hinaus, gilt das „*think manager – think male*“-Phänomen als weiterer Erklärungsversuch für die Unterrepräsentanz von Frauen in Führungspositionen. Hierbei geht es darum, dass eine Vorstellung vorherrscht, die den Mann als Archetyp einer Führungskraft oder auch eines Staatsoberhauptes auffasst. Ein solches Idealbild kann das Emporstreben einer Frau an die Spitze erschweren, was vor allem aus ökonomischer Perspektive bedauerlich ist, da Ressourcen vergeudet werden. Die vorherigen Ausführungen über die Bundeskanzlerin und weitere Regierungschefinnen lassen allerdings vermuten, dass genau diese Restriktionen vielleicht derzeit im Umbruch begriffen sind.

Es stellt sich daher die Frage, wie es zu einer solchen positiven Entwicklung kam und wie diese sich weiter fördern lässt. Zunächst gilt es, sie durch strukturelle Veränderungen zu unterstützen. Der Staat, Unternehmen, der öffentliche Dienst und auch Parteien müssen Strukturen schaffen, in denen von aufgestülpten Maßnahmen wie Quotenregelungen abgesehen werden kann und Chancengleichheit sowie die Vereinbarkeit von Familie und Beruf unterstützt werden.

Darauf aufbauend stehen Frauen in der Pflicht, selbst aktiv zu werden. Anstatt beispielsweise Männerbünde moralisch zu verurteilen, könnten sie selbst die Vorteile von Netzwerken nutzen. Angela Merkel hat es vorge-macht – trotz ihres relativ späten Seiteneinstiegs in die CDU im Alter von 36 Jahren. Zum einen besitzt sie einen Kreis enger politischer Vertrau-

ter, der zeitweise als „Girls’ Camp“ betitelt wurde: vorneweg ihre loyale Begleiterin Beate Baumann, ihre Beraterin Eva Christiansen und die Bundesministerin für Bildung und Forschung Annette Schavan.<sup>10</sup> Zum anderen stehen im Zentrum ihres *braintrust* bürgerliche Damen eines postfeministisch-konservativen Lagers. Durch die Gefolgschaft der Verlegerinnen Friede Springer und Liz Mohn, der Fernsehmoderatorin Sabine Christiansen oder der Chefredakteurin der „Bunte“ Patricia Riekel, verfügt Angela Merkel über ein beachtliches publizistisches Potenzial.<sup>11</sup>

Neben diesem cleveren Engagement der Frauen ist es von größter Bedeutung, die früheren Idealbilder von Führung durch ein neues Bewusstsein abzulösen. Dies kann beispielsweise geleistet werden, indem es immer mehr weibliche Vorbilder gibt. Über Angela Merkel und die bereits erwähnten politischen Kolleginnen hinaus, seien hier zwei weitere Frauen genannt, die sich hinter Kanzlerin Merkel in die Liste des US-Magazins „Forbes“ der mächtigsten Frauen der Welt einreihen: Sheila Bair, die Vorsitzende der staatlichen Einlagenfonds der US-Banken (FDIC) und Indra Nooyi, die Chefin von PepsiCo, Inc. Somit lässt sich auch das „*think manager – think male*“-Phänomen immer mehr abschwächen, und es löst sich eher in einem „*think politician – think male, female, black, white, privileged, deprived*“-Phänomen auf. Denn es gilt zu beachten, dass die meisten Führungspersonen zwar männlich, aber in den meisten Fällen auch eine weiße Hautfarbe haben und einer Oberschicht zugehörig sind. Das heißt, dass neben Frauen andere hochqualifizierte Gruppen ebenfalls in Führungspositionen unterrepräsentiert sind. Demnach müssen auch Personen mit Migrationshintergrund, mit Behinderungen oder beispielsweise aus einer bildungsfernen Schicht gegen die genannten Karriererestriktionen ankämpfen.

Eine Überwindung dieser Unterrepräsentanz ist aber nicht nur aus Gründen der Chancengleichheit erstrebenswert, sondern

<sup>10</sup> Dieser Kreis lässt sich allerdings um einige männliche Kollegen wie etwa Planungschef Matthias Graf von Kielmansegg oder den heutigen Umweltminister Norbert Röttgen erweitern, weswegen die Bezeichnung „Girls’ Camp“ die Tatsachen verzerrt.

<sup>11</sup> Vgl. Hajo Schumacher, Die zwölf Gesetze der Macht. Angela Merkels Erfolgsgeheimnisse, München 2006, S. 83 ff.

vor allem aus ökonomischer Sicht. Die Potenziale diverser Menschen zu nutzen, ist zum einen wichtig, weil jeder Einzelne über die oben diskutierten Kompetenzen verfügen kann. Zum anderen können gerade in Gruppen mit unterschiedlichen Teilnehmern Synergien freigesetzt werden: Vor allem eine Mischung an Persönlichkeiten lässt somit Kreativität entstehen.<sup>12</sup> Dies scheint auch Angela Merkel zu unterstützen, wenn sie sagt, dass wir „mehr gemischte Teams aus Frauen und Männern, Älteren und Jüngeren (brauchen). Die Mischung aus Erfahrung und Jugend, aus weiblich und männlich macht’s.“<sup>13</sup> Eine Gesellschaft oder auch Unternehmen und politische Parteien müssen folglich versuchen, alles verfügbare geistige Potenzial zu fördern und zu nutzen. So ist es für eine zukunftsfähige Partei unablässig, von dem Ideenreichtum aller ihrer aktiven Mitglieder, unabhängig von deren Geschlecht oder Herkunft, Gebrauch zu machen. Durch das Ausbremsen bestimmter Personengruppen verschleudert unsere Gesellschaft sonst viel Leistungsstärke.

Wenn wir uns vergegenwärtigen, dass mit Barack Obama erstmals ein Schwarzer US-Präsident und mit Angela Merkel erstmals eine Frau Bundeskanzlerin ist, scheint die Gesellschaft im Hinblick auf Stereotypisierung und Schubladendenken bei Führungskompetenzen an einem Wendepunkt zu stehen. Die Anerkennung dieser Politiker deutet auf moderne Strukturen und ein neues Bewusstsein in der Führungskultur hin. Insofern können wir Angela Merkels Eingangszitat beipflichten, dass jeder Führungsstil *persönlich* geprägt ist. Eine Person oder ein Führungsstil lässt sich also nicht auf eine Eigenschaft reduzieren. Angela Merkel ist zwar die erste Frau im Bundeskanzleramt, sie ist allerdings ebenfalls die erste Naturwissenschaftlerin, die erste Ostdeutsche und mit 51 Jahren bei Amtseintritt auch die Jüngste, die dieses Amt bekleidet. Folglich wirkt sich ihr facettenreicher Führungsstil auf die politische Landschaft aus, aber nicht primär weil sie eine Frau ist. Die Bundeskanzlerin führt hingegen mit ihrem ganz persönlichen „Merkel-Stil“.

<sup>12</sup> Vgl. Olaf-Axel Burow, *Ich bin gut – wir sind besser. Erfolgsmodelle kreativer Gruppen*, Stuttgart 2000, S. 71 ff.

<sup>13</sup> Angela Merkel (Anm. 8).

Reinhard Mohr

# Moderieren ist alles: Frauen im Polittalk

## Essay

**F**rüher, in den 1950er und 1960er Jahren, war es noch ganz einfach. Am Sonntagmorgen ging man in die Kirche, zum Fußball oder spazieren, während zu Hause der eingelegte Sauerbraten schon darauf wartete, in die Röhre geschoben zu werden. Kurz vor zwölf stellte Vater den Fernsehapparat an, während Mutter in der Küche mit den Töpfen klapperte. Und da es sowieso nur zwei Programme gab, war auch für die Kinder klar: Jetzt kam der „Internationale Frühschoppen“ – mit Werner Höfer und „sechs Journalisten aus fünf Ländern“. Zahlreiche Funkhäuser waren „angeschlossen“, und so war die Fernseh-Diskussionsrunde nahezu von Beginn an eine Institution der frühen Bundesrepublik. Sie hielt sich eine kleine Ewigkeit: von August 1953 bis Ende 1987, über 34 Jahre lang. Höfer fehlte an keinem einzigen Sonntag. Er machte nie länger als eine Woche Urlaub. Nur ein einziges Mal musste er sich wegen einer Sturmflut, die ihn am Übersetzen aufs Festland hinderte, telefonisch aus Sylt zuschalten lassen. Erst als unangenehme Einzelheiten aus Höfers Vergangenheit in der Nazi-Zeit publik wurden, musste er aufgeben.

**Reinhard Mohr**

Geb. 1955; Autor und freier Journalist, unter anderem Rezensent von Fernsehtalkshows auf Spiegel Online. reinhard.mohr@berlin.de

Er war ein aktiver Mitläufer (und NSDAP-Mitglied seit 1933) gewesen wie so viele, aber seine journalistische Arbeit nach 1945 bleibt bis heute legendär. Seine politische Sachkenntnis war so beeindruckend wie sein Arbeitspensum, darunter die regelmäßige Lektüre von zwei Dutzend Tageszeitungen. In grammatikalisch oft kompliziert konstruierten, gleichwohl präzise formulierten Fragen, die auch den ein oder anderen ironisch-sar-

kastischen Einschub vertragen, versuchte er, die jeweils aktuelle Weltlage zu entziffern, besser: seinen Gesprächspartnern deren möglichst plausible Interpretation zu entlocken.

Trotz aller nüchternen Lakonie und ausgleichender Fairness war ein Glutkern politischer Leidenschaft deutlich spürbar, eine Art geschichtsphilosophischer Emphase. Mit seiner eigenen Meinung hielt er in der Regel nicht hinter dem Berge. Selbstverständlich waren fast immer ein sowjetischer und ein amerikanischer Kollege mit von der Partie, und zuweilen wehte ein Eishauch des Kalten Krieges durchs Kölner Studio, etwa, wenn der sowjetische Kollege mit rollendem R und finsterner Miene den „unverrückbaren Friedensstandpunkt“ des Kreml beteuerte.

Natürlich saßen, von ganz seltenen Ausnahmen wie Marion Gräfin Dönhoff und Julia Dingwort-Nusseck abgesehen, nur Herren in der illustren Runde, und es durfte selbstverständlich geraucht werden – auch Zigarillos. Die einzige Frau im Raum huschte immer wieder mit gestreifter Schürze kurz durchs Bild, wenn sie den „Maikämmerer Heiligenberg Riesling Spätlese“ nachschenkte. Denn selbstverständlich durfte während des Debattierens auch getrunken werden. Alles andere, etwa ein Glas Selterswasser, hätten sich die Herren auch strengstens verboten. Schon diese kleine Reminiszenz offenbart die dramatischen Veränderungen in den vergangenen Jahrzehnten.

## Feminisierung und Triumph des Infotainments

Heute dürfen Frauen nicht nur über alles mitreden, nein: Sie leiten und dirigieren inzwischen die wichtigsten politischen Talkshows im deutschen Fernsehen, während im Gegenzug vor allem Männer wie Reinhold Beckmann, Johannes B. Kerner und Markus Lanz für den bunten Softtalk zwischen Boris Becker und Gräfin Gloria zu Thurn und Taxis zuständig sind. Es ist also viel komplizierter als früher, manchmal auch verwirrend und ziemlich unübersichtlich.

Wurde 1973, immerhin fünf Jahre nach der Revolte von 1968 und kurz vor Erscheinen von Alice Schwarzers „Der kleine Unterschied und seine großen Folgen“, noch als

Sensation gefeiert, dass eine Frau – Carmen Thomas – erstmals das „Aktuelle Sportstudio“ des ZDF moderierte, auch wenn sie mit „Schalke 05“ einen legendären Fauxpas landete (so nannte sie versehentlich den Fußballverein Schalke 04), so ist es anno 2009 völlig selbstverständlich, dass mit Anne Will, Maybrit Illner und Sandra Maischberger gleich drei Frauen an vorderster Front fürs große politische Theater zuständig sind. Daneben stehen noch Marietta Slomka, Caren Miosga, Bettina Schausten, Susanne Holst, Petra Gerster und einige andere in der ersten Reihe der politischen Fernsehmoderation. Den entscheidenden Durchbruch freilich hatte Sabine Christiansen errungen, die 1998 als erste Frau in die Fußstapfen von Männern wie Werner Höfer, Johannes Gross, Günter Gaus, Erich Böhme, Claus-Hinrich Casdorff und Hanns Joachim Friedrichs trat, nachdem sie schon jahrelang das Gesicht der ARD-„Tagesthemen“ gewesen war.

Ist es schon keineswegs übertrieben, von einer Feminisierung des Fernsehens insgesamt zu sprechen, so kann man mit Fug und Recht eine deutliche Verweiblichung der televisionären Politik-Vermittlung konstatieren. Wer sich hier und da noch einmal einen Blick ins Fernseharchiv gönnt und – schwarzweiß oder in Farbe – all die rasiermesserscharf gescheitelten Herrenköpfe betrachtet, die schon ästhetisch und körpersprachlich jenseits allen Zweifels verkündeten, dass Politik Männersache sei, der staunt doch immer wieder, wie heutzutage Anne Will im frechen Minirock oder Maybrit Illner im weißen Hosenanzug ihre Fragen an Ministerpräsidenten und Kanzlerkandidaten richten, als hätte es Friedrich Nowotny und Ernst-Dieter Lueg nie gegeben.

Jenseits der Frage, was damit womöglich besser und was schlechter geworden sei als früher, fällt ein struktureller Unterschied zu den „guten“ alten Zeiten ins Auge: Der politische Streit, soweit er im Fernsehen stattfindet, hat sich, vor allem als Folge der Privatisierung und Kommerzialisierung der Massenmedien seit den frühen 1990er Jahren, sehr weitgehend als Teil des Unterhaltungsprogramms etabliert. Auch wenn es bei den öffentlich-rechtlichen Sendern ARD und ZDF samt ihren Programmablegern gern bestritten wird: Selbst die Präsentation von „Deutschlandtrend“ und „Politbarometer“, eigentlich

eine Angelegenheit für Politik-affine Freunde der Statistik, liefert eher die emotionalen Ingredienzien von Sport, Spiel, Spannung als die seriöse Grundlage einer Debatte über die richtige Politik der Zukunft. So avanciert etwa der sagenhafte Aufstieg von Karl-Theodor Freiherr zu Gutenberg fast schon zur bunten Society-Story, während der atemberaubende Abstieg der SPD einem süffigen Melodram ähnelt, das man mit wohliger Gänsehaut konsumiert.

Auch jenseits einer populären Kultur- und Medienkritik ist unabweisbar, dass sich das Infotainment als medialer Megatrend flächendeckend durchgesetzt hat: Information ist zum Entertainment geworden – auch optisch, wie zuletzt das neue, virtuell-digitale Nachrichtenstudio des ZDF offenbart hat. Personalisierung und Skandalisierung sind die Eckpfeiler der politischen Berichterstattung – fast so wie im originären Reich der Unterhaltung, wo es um Dieter Bohlen, Shakira und Paris Hiltons Unterwäsche geht. Hätte Frank-Walter Steinmeier, Ex-Kanzlerkandidat der SPD, auch nur die Hälfte des Glamours von Schauspieler Til Schweiger, wäre er umstandslos zum deutschen Obama ausgerufen worden.

In diesem Umfeld, zu dem auch die ungeheure Informationsbeschleunigung durch das Internet und seine millionenfachen Blog-Blasen gehören, haben die politischen Talkshows eine ganz andere Funktion als der „Internationale Frühschoppen“. Wurde damals eine kleine, allenfalls nach Hunderttausenden zählende Elite mit Information und Meinung aus erster Hand versorgt, so geht es bei dem abendlichen Talkshow-Publikum, das bis zu sechs Millionen Zuschauer umfasst, um eine Mischung aus psychosozialer Selbstvergewisserung der Gesellschaft und einer mentalen Zerstreuung, die am Ende Beruhigung und Entspannung auslösen soll. Unabdingbar ist dabei allerdings eine Erregungskurve, die mit einer hysterischen Alarmmeldung beginnt, zum Schluss aber wieder in einen fast therapeutischen Konsens mündet.

Ob „Anne Will“ am Sonntag-, „Maischberger“ am Dienstag- oder „Maybrit Illner“ am Donnerstagabend – genau dies war das Ablaufschema der Polittalks während der einjährigen Finanz- und Wirtschaftskrise 2008/2009, in der sich die alarmistischen Themenformulierungen von „Abgrund“, „Zusam-

menbruch“ und „Untergang“ gegenseitig den Rang abzulaufen versuchten. Kein negativer Superlativ war so stark, dass er nicht noch hätte überboten werden können: „Banken in Staatshand – Kapitalismus am Ende?“ hieß es da oder „Krise ohne Ende – Jobs und Wohlstand in Gefahr“. Fast schon dadaistische Gaga-Qualität hatte ein Talkshow-Titel von Sandra Maischberger im November 2008. Das Thema der Sendung lautete: „Marx hatte Recht! Gebt uns den Sozialismus zurück!“

Zuweilen bewährte sich jedoch die weiblich geführte Krisen-Talkshow tatsächlich als „Kraftwerk der Gefühle“, frei nach Alexander Kluges Diktum über das Wesen der Oper, in dem sich letztlich ein kathartischer Prozess vollzieht: Die teils selbstinszenierte Aufregung wurde in einem Wellen- und Wechselbad aus Dramatisierung und Entdramatisierung gleichsam aufgelöst, ohne dass dazu eine grundstürzend neue Erkenntnis oder auch nur ein noch nicht gehörtes, originelles Argument nötig gewesen wäre.

Das Geheimnis dieser oft zu Recht kritisierten Rede-Shows mit den ewig gleichen Protagonisten ist ihre Funktion als virtuelles Kaminfeuer einer Gesellschaft, die sich immer mehr in verschiedene Schichten, Interessengruppen, Milieus und Netzwerke ausdifferenziert. Gerade unter dem Schock der so plötzlich ausgebrochenen Finanzkrise versammelten sich viele Zuschauer, die im wahren Leben nicht viel miteinander zu tun hätten, vor dem Bildschirm, um die Identifizierungsangebote eines kollektiv betroffenen *Wir* anzunehmen. Wenn auf gierige Investmentbanker und unverantwortliche Bankberater geschimpft wurde, fanden sich alle wieder, und sei es nur in der Bestätigung von Ängsten und Befürchtungen, Wut und Empörung.

Anne Wills weißes „Betroffenensofa“ – man stelle sich ein derart feminines Möbelstück in Werner Höfers weinselig paffender Herrenrunde vor! – repräsentiert symbolhaft die neue Funktion der Talkshows: Sie sind Mess- und Auffangstationen des sozialen Grundrauschens, Seismographen des gesellschaftlichen Selbstgesprächs und Sprachrohr diffuser Stimmungen. Mehr denn je erscheint hier der Bürger vor allem als bedauernswertes Opfer gesellschaftlicher Verhältnisse – als unzufriedener Verbraucher oder Kunde, der von

der Regierung und ihren (nicht gehaltenen) Versprechungen schwer enttäuscht ist. Vor allem deshalb – und weil es nebenher noch der Einschaltquote in einer alternden Gesellschaft förderlich ist – dominieren die Themenkomplexe Rente, Pflege und Gesundheit gegenüber globalpolitischen Fragen wie Krieg und Frieden in Afghanistan oder Sinn und Unsinn staatlicher Entwicklungshilfe in der „Dritten Welt“.

Der auf seine Republik stolze Citoyen, der flammende Reden ans Volk halten würde, ist eine aussterbende Gattung – ebenso wie der rasonierende Intellektuelle, der im tiefsten Innern darauf brennt, endlich einmal wieder selbst politisch aktiv werden zu können. Eine subtile Entkernung des Politischen ist also unverkennbar, zumal markante und streitlustige Persönlichkeiten jenseits des üblichen Showgehabs immer seltener werden. Auch deshalb herrscht in den Talkshows so oft ein pubertärer, zuweilen gar infantil quäkender Jammerton, in dessen Vorstellungswelt immer alle anderen – im Zweifel „die Gesellschaft“ oder „die Globalisierung“ – schuld am vermeintlichen Elend sind, nur man selbst nicht.

Um dieses emotional belastende Klima gegenseitiger Beschuldigungen rhapsodisch aufzulockern, erfinden die Talk-Redaktionen immer neue Gags und Gimmicks. Längst etabliert ist der berüchtigte „Einspieler“, in dem in 30 oder 60 Sekunden noch mal erklärt wird, worum es eigentlich geht. Gerne werden auch „Experten“ als *sidekicks* eingeladen, hier und da ein frohsinniger „Comedian“ oder ein ehemaliger Fußball- oder Tennistar; dazu gibt es Chats, interaktive Youtube-Zuspielungen und die allseits beliebten Straßenumfragen. Am Ende wird stets die entscheidende Botschaft ausgesandt: Wir tun was gegen die Krise, wir kümmern uns. So sehr man sonst die politische Klasse kritisiert, ja verachtet – in Gefahr und höchster Not geht es um den psychosozialen Zusammenhalt. Auf diese Weise wird die Talkshow zum gesellschaftlichen Integrations-Anker in unruhiger See. Das Motto der virtuellen Gesprächstherapie: Gut, dass man wenigstens mal wieder drüber gesprochen hat – bis zum nächsten Mal.

Zugleich passt sich die Talkshow perfekt ins restliche Programmschema ein. Der be-

rüchtigte *audience-flow* etwa, das dringend erwünschte Dranbleiben der Zuschauer, funktioniert reibungslos: Nach „Maybrit Illner“ am Donnerstagabend war man stets reif für Johannes B. Kerner – und ist es nun für Markus Lanz, dieses allerletzte Abklingbecken für Körper, Geist und Seele. Danach folgt nur noch die Bettruhe.

## Verständnis für alle

Auch ohne in die Untiefen einer geschlechter-spezifischen Psychologisierung zu geraten, scheint offensichtlich, dass unter diesen Bedingungen nicht mehr knorrige alte Herren wie Werner Höfer gefragt sind, sondern hochflexible Moderatorinnen, denen die Rolle der Supervisorin ebenso wie der mal energischen, mal sanften, mal gar ironisch reagierenden Dompteuse näher liegt als die Figur eines Überzeugungstäters mit einem unverrückbaren weltanschaulichen Standpunkt, der noch im undurchdringlichsten Zigarrenqualm erkennbar bleibt.

Es ist unbeschadet sonstiger persönlicher Gründe kein Zufall, dass ein leidenschaftlicher „Meinungsberserker“ wie Michel Friedman, auch wenn er heute ganz neu die Szene beträte, keine Chance hätte. Andersherum formuliert: Dass Günther Jauch, Deutschlands TV-Liebling Nummer 1, vor Jahr und Tag das Angebot erhielt, die große Sonntaga-bendtalkshow zu leiten, war nur logisch und konsequent. Seine durchaus „weiblich“ eingefärbte Allrounder-Kommunikationsfähigkeit hatte ihn prädestiniert. Was genau er inhaltlich anders gemacht hätte, weiß freilich niemand.

Doch gerade dieses Ausmaß an Durchlässigkeit und sprechfertiger Ausdrucksfähigkeit, Variabilität und Elastizität ist charakteristisch fürs moderne Anforderungsprofil beim Polittalk. Welcher Fernsehzuschauer etwa wüsste zu sagen, ob Anne Will, Sandra Maischberger oder Maybrit Illner überhaupt irgendeiner, und wenn ja: welcher politischen Partei oder Gruppierung nahe stehen – zu schweigen davon, wie ihre persönliche Haltung zum Krieg in Afghanistan und Hartz IV, zur Integration von muslimischen Migranten und zur Atomenergie aussähe. In Zeiten, da über den alten ideologischen Schützengräben zunehmend biologisch dynamisches Gras

wächst, ist es naheliegend, dass die Moderatorinnen sich als interaktive Partnerinnen von Zuschauern und Gästen verstehen und nicht als Kombattanten in einem strengen Diskurs über Wirklichkeit und Wahrheit. Selbst bei Frank Plasberg, dem einzigen männlichen Mitglied im Kleeblatt der großen Talk-Moderator(inn)en, trifft Politik eben nicht allein auf „Wirklichkeit“, wie es im Werbetrailer seiner Sendung „hart aber fair“ heißt, sondern sehr oft auch auf Inszenierung und Klamauf. Dann wird aus einem Journalisten schon mal ein Journalistendarsteller.

Doch als es nach Günther Jauchs überraschender Absage darum ging, ob Plasberg statt Anne Will den politischen Wochenend-Talk am Sonntagabend leiten solle, schälte sich neben anderen Gründen wieder ein weiches, aber sehr wichtiges Motiv heraus, ihn doch lieber auf den Mittwochabend zu schieben: Männer, selbst so unterhaltsame (und selbstverliebte) Burschen wie Plasberg, übertragen zu viel männliches Gehabe – einschließlich dem notorisch präpotenten Knöpfchendrücken – auf die Fernsehcouch vor den heimischen Flachbildschirmen. Kurz: „hart aber fair“ ist kein zuträgliches Motto für den niveaull-gemütlichen Wochenendausklang gleich nach dem „Tatort“. Denn es kommt auf die richtige Mischung aus Aufregung und Zerstreuung an – auf den politischen Sandmännchen-Effekt für leidgeprüfte Erwachsene, die eine schwere Arbeitswoche vor sich haben.

Zum Beispiel so, wie am 18. Oktober 2009 bei Anne Will. Den Anlass zum boulevardesk-bildhaften Titel der Sendung „Keine Chance für Ali und Ayse – Gemüse verkaufen statt Karriere machen?“ hatte das wochenlang skandalisierte „Kopftuchmädchen“-Interview von Thilo Sarrazin in „Lettre International“ geboten. Es war eine typische, eine repräsentative Sendung. Irgendwie wurden fast alle wichtigen Fragen zum Thema „Integration“ formuliert, aber sie wurden gleichsam chronologisch – eine nach der anderen – abgehandelt und nebeneinander gestellt und eben nicht kritisch-dialogisch aufeinander bezogen. Jeder Gast durfte seine ideologische Position darstellen, wobei man sich gegenseitig gern auch einmal ins Wort fiel – doch der präzise, punktgenaue Streit um Argumente, um ihre Plausibilität und die Hierarchie ihres Geltungsanspruchs blieb wieder einmal aus.

Stattdessen wurden Einzelschicksale oder extreme Einzelbeispiele präsentiert, von denen niemand wissen konnte, wie repräsentativ sie waren.

Wie üblich gab es keinen Versuch, die sehr unterschiedlichen und teils völlig inkompatiblen Argumente zu gewichten, gleichsam ihren Platz im Diskursraum zu bestimmen. So war das Ganze tatsächlich eher die Zurschaustellung eines Gesprächs und nicht das Gespräch selbst – eine *Talkshow* eben, in der die prinzipielle Gleichberechtigung aller Positionen dazu führt, dass vom klassischen Wahrheitsanspruch kaum etwas übrig bleibt. Aber gewiss: Man hatte wieder einmal darüber gesprochen, in der Fernsehsprache: das Thema *gecovert*.

Doch vielleicht entspricht der Haltung, für praktisch jede Auffassung ein gewisses Verständnis zu haben oder zeigen zu müssen, nicht unbedingt eine immanente Charakter- oder Persönlichkeitsprägung weiblicher TV-Moderatoren, sondern eine offenbar unerlässliche mediale Funktion, die Will & Co. sehr professionell – und womöglich besser als Männer – erfüllen. Im persönlichen Gespräch nämlich zeigen sich Maybrit Illner und Anne Will durchaus meinungsfreudig, gedankenschnell und selbstironisch. *Last but not least*: Sie sehen deutlich besser aus als Werner Höfer mit Hornbrille und Einstecktuch.

Aber das tut natürlich nichts zur Sache.



# APuZ

Nächste Ausgabe 51/2009 · 14. Dezember 2009

## Bundestagswahl 2009

*Tissy Bruns*

Mehr Optionen, gesunkene Erwartungen

*Peter Lösche*

Ende der Volksparteien

*Matthias Jung · Yvonne Schroth · Andrea Wolf*

Regierungswechsel ohne Wechselstimmung

*Frank Decker*

Koalitionsaussagen und Koalitionsbildung

*Axel Murswieck*

Angela Merkel als Regierungschefin und Kanzlerkandidatin

*Hagen Albers*

Onlinewahlkampf

Herausgegeben von  
der Bundeszentrale  
für politische Bildung  
Adenauerallee 86  
53113 Bonn.



### Redaktion

Dr. Hans-Georg Golz  
Asiye Öztürk  
Johannes Piepenbrink  
(verantwortlich für diese Ausgabe)  
Manuel Halbauer (Volontär)  
Telefon: (02 28) 9 95 15-0

### Internet

[www.bpb.de/apuz](http://www.bpb.de/apuz)  
[apuz@bpb.de](mailto:apuz@bpb.de)

### Druck

Frankfurter Societäts-  
Druckerei GmbH  
Frankenallee 71–81  
60327 Frankfurt am Main.

### Vertrieb und Leserservice

- Nachbestellungen der Zeitschrift  
*Aus Politik und Zeitgeschichte*
- Abonnementsbestellungen der  
Wochenzeitung einschließlich  
*APuZ* zum Preis von Euro 19,15  
halbjährlich, Jahresvorzugspreis  
Euro 34,90 einschließlich  
Mehrwertsteuer; Kündigung  
drei Wochen vor Ablauf  
des Berechnungszeitraumes

Vertriebsabteilung der  
Wochenzeitung **Das Parlament**  
Frankenallee 71–81  
60327 Frankfurt am Main.  
Telefon (0 69) 75 01-42 53  
Telefax (0 69) 75 01-45 02  
[parlament@fsd.de](mailto:parlament@fsd.de)

Die Veröffentlichungen  
in *Aus Politik und Zeitgeschichte*  
stellen keine Meinungsäußerung  
der Herausgeberin dar; sie dienen  
der Unterrichtung und Urteilsbildung.

Für Unterrichtszwecke dürfen  
Kopien in Klassensatzstärke herge-  
stellt werden.

ISSN 0479-611 X

# Frauen in Politik und Medien *APuZ* 50/2009

*Christina Holtz-Bacha*

## 3-8 **Politikerinnen-Bilder im internationalen Vergleich**

Frauen, die sich in die Politik begeben, müssen sich nicht nur gegen ihre männlichen Konkurrenten durchsetzen, sondern sie kämpfen auch gegen gesellschaftliche Stereotype. Internationale Beispiele zeigen, dass in der medialen Berichterstattung über Politikerinnen noch immer bestimmte Geschlechterbilder dominieren.

*Birgit Meyer*

## 9-15 **„Nachts, wenn der Generalsekretär weint“**

Der Beitrag behandelt die Muster medialer Darstellung von deutschen Politikerinnen in den vergangenen sechs Jahrzehnten. Trotz der Tendenz hin zu mehr Sachlichkeit und weniger geschlechterbezogener Berichterstattung überwiegen nach wie vor traditionelle Rollenzuschreibungen.

*Isabelle Kürschner*

## 16-21 **Frauen in den Parteien**

Es wird dargestellt, worin sich das Partizipationsverhalten weiblicher Parteimitglieder von männlichen unterscheidet, welche Mechanismen sich auf die Mitarbeit von Frauen auswirken und warum es den einzelnen Parteien in so unterschiedlichem Maße gelingt, Frauen als Mitglieder zu gewinnen.

*Uta Kletzing*

## 22-28 **Wege und Erfahrungen von Kommunalpolitikerinnen**

In den Kommunalparlamenten liegt der Frauenanteil durchschnittlich bei nur 25 Prozent. Damit er sich erhöht, müssen die Ortsvereine und Kreisverbände der Parteien das Engagement von Frauen entschlossen fördern; die Politikerinnen selbst sollten sich noch besser miteinander vernetzen.

*Katja Glaesner*

## 28-34 **Angela Merkel – mit „Soft Skills“ zum Erfolg?**

„Mein Prinzip ist nicht ‚Basta‘, sondern Nachdenken, Beraten und dann Entscheiden“, erklärt Angela Merkel. Dies scheint einer typisch weiblichen Herangehensweise zu entsprechen. Konkrete Beispiele aus dem Politikalltag zeigen aber, was Kanzlerin Merkels Führungsstil wirklich charakterisiert.

*Reinhard Mohr*

## 34-38 **Moderieren ist alles: Frauen im Polittalk**

Früher dominierten knorrige alte Herren die politischen Talkshows im deutschen Fernsehen, Frauen waren die Ausnahme. Heute dürfen Frauen nicht nur über alles mitreden, nein: Sie leiten inzwischen die wichtigsten Sendungen, während viele ihrer männlichen Kollegen inzwischen für bunten Softtalk zuständig sind.