

Fachbereich Kommunikation und Medien
Studiengang Journalistik/Medienmanagement

Bachelorarbeit

Schnittmenge: Feminismus?

**Eine vergleichende Untersuchung der feministischen Zeitschriften EMMA und
Missy Magazine**

Vorgelegt von: Marthe Judith Wolter

Matrikelnummer: 2011 2541

Vorgelegt am: 15.07.2014

Erstprüfer: Dr. Uwe Breitenborn

Zweitprüfer: Dr. Berthold Petzinna

Danksagung

Herzlichen Dank an meine Familie für ihre Unterstützung und an Florian, der die eine oder andere Krise auf dem Weg zur fertigen Arbeit abfing.

An die fleißigen Korrekturleserinnen, die mir mit Lob und Kritik zur Seite standen, ebenfalls ein großes Dankeschön.

Gewidmet ist die vorliegende Arbeit jedoch Sophia Thomalla, weil sie bei *Hart aber Fair* im Februar eindrucksvoll bewies, wie nötig Feminismus auch im Jahr 2015 noch ist. Danke dafür!

Inhaltsverzeichnis

Danksagung.....	1
Inhaltsverzeichnis.....	2
Anmerkungen.....	4
1. Einleitung.....	5
1.1 Die feministische Zeitschrift EMMA.....	6
1.2 Das popfeministische MISSY MAGAZINE.....	7
1.3 Begriffsdefinitionen.....	8
2. Feminismen der Zweiten und Dritten Welle.....	10
2.1 Betty Friedans „Der Weiblichkeitswahn“: Ursprung de <i>second wave feminism</i>	10
2.2 Die Neue Frauenbewegung in der Bundesrepublik.....	12
2.3 „Der ‚kleine Unterschied‘ und seine großen Folgen“: Frauen und Männer in der Zweiten Frauenbewegung.....	14
2.4 Zusammenfassung: Die Zweite Frauenbewegung.....	15
2.5 Naomi Wolfs: „Die Stärke der Frauen“: <i>third wave feminism</i>	16
2.6 Charakteristika des <i>third wave</i>	18
2.7 Popkultur und <i>third wave</i> : Von den <i>Riot Grrrls</i> zum Popfeminismus.....	19
2.8 Popfeminismus in der Praxis: „Neue deutsche Mädchen“ von Jana Hensel und Elisabeth Raether.....	21
2.9 Quo vadis, Feminismus? Zusammenfassung der Dritten Welle.....	22
3. Analysierender Vergleich von EMMA und Missy Magazine.....	24
3.1 Methodik: Inhaltsanalyse nach Mayring.....	24
3.1.1 Wahl der Methodik.....	24
3.1.2 Allgemeiner Ablauf der Inhaltsanalyse.....	25
3.1.3 Durchführung der Analyseschritte.....	27

3.2 EMMA und Missy Magazine im Vergleich.....	31
3.2.1 Kategorie Gendered Marketing.....	31
3.2.2 Kategorie Prostitution/Sexarbeit.....	35
3.2.3 Kategorie Handarbeit.....	42
3.2.4 Kategorie Mode.....	44
4. Schlussbetrachtung.....	47
Quellen- und Literaturverzeichnis.....	49
Literatur.....	49
Zeitschriften.....	51
Internetquellen.....	52
Anhang 1: Vollständige Übersicht aller Fundstellen im Datensample.....	53
Selbstständigkeitserklärung.....	57

Anmerkungen

Geschlechtsbezogene Schreibweise

Die vorliegende Arbeit ist im weitesten Sinne dem Bereich der Geschlechterstudien zuzuordnen. Auf geschlechtersensible Schreibweise wurde daher besonderen Wert gelegt. Begriffe, die klassisch in der männlichen Form verwendet werden, sind in dieser Arbeit mit einem Unterstrich versehen (beispielsweise Leser_innen). Dieses sogenannte Gender Gap schließt, im Unterschied zum großen Binnen-I (beispielsweise LeserInnen), Geschlechteridentitäten außerhalb der Dualität männlich-weiblich ebenfalls ein.

Zitate

Längere Zitate mit einem Umfang von drei Zeilen oder mehr, wurden vom Fließtext abgesetzt und eine Schriftgröße kleiner formatiert. Dies gilt nicht für kürzere Zitate, die direkt im Fließtext eingepasst wurden.

1. Einleitung

Frauenquote, Betreuungsgeld, Aufschrei, „Genderwahnsinn“ - aktuell ist Feminismus schier omnipräsent. *Hart Aber Fair* widmete im Februar eine ganze Sendung der Ampelfrau, Ronja von Rönne erklärt der *Welt*, wieso Feminismus sie „anezelt“¹; Margarete Stokowski hält in der *taz* dagegen². Die aktuelle Diskussion in den großen Tageszeitungen und im öffentlich-rechtlichen Rundfunk wird kontrovers geführt, parallel dazu existieren jedoch explizit feministische Medien. Zwei dieser Medien will die vorliegende Arbeit vergleichend untersuchen.

Zum einen wird die feministische Zeitschrift EMMA analysiert. Sie ist vielleicht die prominenteste Vertreterin feministischer Medien in Deutschland und dürfte auch Leser_innen vertraut sein, die sich nicht näher mit Feminismus in den Medien beschäftigt haben. EMMA, gegründet als „Alternativpresse aus der Neuen Frauenbewegung der 70er Jahre“³, erschien das erste Mal am 26. Januar 1977. Zum anderen wird das Missy Magazine Gegenstand der Untersuchung sein. Das Missy Magazine ist im Vergleich die deutlich jüngere Publikation, sie erschien das erste Mal am 20. Oktober 2008 und verbindet nach eigener Aussage „die Berichterstattung über Popkultur, Politik und Style mit einer feministischen Haltung“⁴.

Beide Publikationen sind in das Spektrum feministischer Medien einzuordnen, was jedoch mitnichten bedeutet, dass sie deshalb gleiche Ansichten vertreten, wie in dieser Arbeit noch untersucht werden wird. Vorrangig wird der Annahme nachgegangen, dass die verschiedenen sogenannten Wellen der Frauenbewegung beziehungsweise des Feminismus und die dazugehörigen Ansätze ihre jeweiligen Medien entsprechend prägen. Emma wird dabei als Vertreterin der Zweiten Frauenbewegung beziehungsweise der Zweiten Welle des Feminismus eingeordnet und Missy Magazine als Beispiel für die Dritte Welle, aufgrund der starken Prägung aus dem angloamerikanischen Raum auch *third wave feminism* genannt, aufgeführt. Zunächst werden beide Zeitschriften kurz vorgestellt⁵ sowie grundlegende Begriffe definiert. Dann erfolgt ein Überblick über den historischen Ablauf sowie ausgewählte feministische Theorien der Zweiten und Dritten Welle. Anschließend erfolgt ein direkter Vergleich der Zeitschriften in Form einer qualitativen Inhaltsanalyse, der zeigen wird, ob die beiden Publikationen aufgrund ihrer Prägung durch verschiedene Phasen des Feminismus unterschiedlich mit gleichen Themen umgehen.

¹ <http://www.welt.de/kultur/article139269797/Warum-mich-der-Feminismus-anezelt.html> [13.07.2015]

² <http://www.taz.de/!5009228/> [13.07.2015]

³ Kütke (2005), S. 119

⁴ <http://missy-magazine.de/about-2/> [13.07.2015]

⁵ Diese Arbeit bezieht sich ausschließlich auf die Printversionen beider Publikationen. Die Webauftritte der Zeitschriften, die diese ergänzen und weiterführen, sind nicht Bestandteil der Untersuchung.

1.1 Die feministische Zeitschrift EMMA

EMMA wurde 1976 von Alice Schwarzer, „damals bereits prominente Vertreterin der Neuen Frauenbewegung“⁶ gegründet und erschien das erste Mal im Januar 1977 (siehe oben). Die Zeitschrift wird seitdem im Eigenverlag über die EMMA-Frauenverlags GmbH vertrieben. Schwarzer ist seit der ersten Ausgabe Chefredakteurin und Herausgeberin. Zunächst erschien EMMA einmal monatlich, seit 1993 jedoch zweimonatlich und zwischen 2012 und 2013 dreimonatlich. Seit der Ausgabe 1/2003 trägt sie den Untertitel „Das politische Magazin von Frauen“. Die Zeitschrift hat eine verkaufte Auflage von knapp 40.000⁷. Eine EMMA kostet am Kiosk 7,50 Euro.

„Inhaltlich befasst sich EMMA [...] aus feministischer und kritischer Sichtweise vorrangig mit den Themen Frauen in Politik, Gesellschaft und Kultur - national wie auch international“⁸. Es gibt Rubriken, die regelmäßig erscheinen. Dazu gehören das „Editorial“, in dem Alice Schwarzer zu einem gesellschaftlichen oder politischen aktuellen Thema Stellung bezieht, die Rubrik „Pascha des Monats“, „die [...] Männer [mitunter auch Frauen, M.W.] von gestern aufspießt“⁹, das „Magazin“ mit aktuellen Meldungen und Veranstaltungen, die Sparte „Menschen“ porträtiert unterschiedliche Frauen und in jeder Ausgabe erscheint ein Cartoon. Ebenfalls fester Bestandteil von EMMA sind die Leser_innenbriefe und Stimmen anderer Journalist_innen über EMMA beziehungsweise über Alice Schwarzer sowie die Rubrik „Werber und Frauen“, in der Werbeanzeigen zu sehen sind, die von Leser_innen eingeschickt wurden, weil sie Gleichberechtigung besonders gut oder besonders schlecht umsetzen. In jeder Ausgabe von EMMA wird einem Schwerpunktthema ein ausführliches Dossier gewidmet, das mehrere Artikel verschiedener journalistischer Darstellungsformen vereint. Die anderen inhaltlich bedeutenden Beiträge sind keinem bestimmten Thema zuzuordnen, stets wird jedoch der Fokus auf die Lebensrealitäten von Frauen gelegt.

EMMA verfügt in Deutschland „über einen recht hohen Bekanntheitsgrad, der bei Frauen 61% und bei Männern 49%“¹⁰ beträgt. Gleichzeitig ist EMMA sehr eng mit der Herausgeberin Alice Schwarzer verbunden und daher „in der öffentlichen Meinung damals wie heute vielfach umstritten“¹¹. Ob und wie die Zeitschrift einen Rückzug Schwarzers verkräften würde, bleibt abzuwarten.

⁶ Kütke (2005), S. 119

⁷ Genauer: 38.295 laut http://www.emma.de/sites/default/files/emma-mediadaten_2015.pdf [13.07.2015]

⁸ Kütke (2005), S. 123

⁹ Dünnebieber, von Paczensky (1999), S. 121

¹⁰ Kütke (2005), S. 124

¹¹ Ebd.

Der Vorwurf, sie lege die „klassisch männliche Einstellung eines Familienpatriarchen an den Tag, der die Früchte seines Lebenswerks opfert, nur um sie keinem Jüngeren zu überlassen“¹² und mit ihrem Ende sei daher nicht nur EMMA, sondern die gesamte Neue Frauenbewegung vorbei¹³, wird von Kritiker_innen häufig bemüht. Inwiefern er zutreffend ist, muss sich noch zeigen.

1.2 Das popfeministische MISSY MAGAZINE

Das Missy Magazine, gegründet von Sonja Eismann, Chris Köver und Stefanie Lohaus, erscheint vierteljährlich seit 2008. Laut den Gründerinnen waren Anlässe für die Magazingründung vor allem das Fehlen von „weiblichen Lebensrealitäten [...] in den gängigen Popkritikformaten“¹⁴ und das Ziel „die Ermächtigungsbotschaften des Dritte Welle Feminismus in aktuellen Journalismus zu übersetzen“¹⁵. Das Missy Magazine erscheint im Eigenverlag bei der Missy Magazine UG & Co. KG. Die gedruckte Auflage beträgt 25.000 Stück¹⁶ und der Einzelheftpreis liegt bei 5,50 Euro. Bis 2012 trug die Zeitschrift den Untertitel „Popkultur für Frauen“.

Der Inhalt des Missy Magazine setzt sich ebenfalls aus festen Rubriken sowie Artikeln zu inhaltlich variierenden Themen zusammen. In jeder Ausgabe erklärt das „Editorial“, wie und wieso einige Artikel der aktuellen Ausgabe zustande gekommen sind, werden unter „Lieblingsstreberin“ Charaktere aus Film, Fernsehen, Comics oder Computerspielen vorgestellt und widmet sich die Satirerubrik „Duales System“ Produkten, die die Geschlechter ohne erkennbaren Anlass voneinander abgrenzen. In „Now & Then“ äußert sich eine Künstlerin stets über eine andere Künstlerin, die starken Einfluss auf ihr kreatives Schaffen hatte und im „Eltern ABC“ widmen die Autor_innen sich in kurzen Texten Problemen von Familien. In „Das andere Geschlecht“ wird stets ein Mann beziehungsweise eine Gruppe von Männern porträtiert, in den übrigen Rubriken ausschließlich Frauen. Allen vorgestellten Personen ist gemein, dass „die Herausgeberinnen [ihnen] einen besonderen Beitrag für die Emanzipation von Frauen beimessen“¹⁷. Im Missy Magazine erscheint, wie in der EMMA auch, stets ein thematisches Dossier, das sich mit einem aktuellen Thema in mehreren unterschiedlichen Darstellungsformen auseinandersetzt. Das übrige Magazin gliedert sich in folgende Bereiche auf: Kultur (neue Filme, Bücher, Musik, Theaterstücke und Performances, aber auch Computerspiele werden vorgestellt), Politik mit dem Fokus auf (internationale) Geschehnisse in der Frauenpolitik, Do It Yourself, Sex sowie *Edutainment*, das sich in

¹² Gebhardt (2012), S. 187

¹³ Ebd.

¹⁴ Eismann, Köver, Lohaus (2012), S. 39

¹⁵ Ebd.

¹⁶ http://missy-magazine.de/wp-content/uploads/Mediadaten/MissyMag_Mediadaten2015.pdf

[13.07.2015]

¹⁷ Trommer (2013), S. 78

kurzen Porträts und Rezensionen weiter mit Popkultur beschäftigt. Abgesehen vom Dossier variieren die Beiträge zu den verschiedenen Bereichen, ihnen allen ist jedoch ein Fokus auf Gleichberechtigung und Diversität eigen, so beispielsweise die Porträts von Plus-Size-Modebloggerinnen in 03/2014. Zudem ist im gesamten Magazin „nach einem ersten Durchblättern [...] der inhaltliche Schwerpunkt ‘Popkultur’ offensichtlich“¹⁸.

Bereits vor der ersten Ausgabe wurde das Konzept der Zeitschrift mit dem ersten Preis in der Kategorie „Urban Culture“ des Online-Portals www.hobnox.com ausgezeichnet¹⁹. Trotz der Krise, in der sich der Printjournalismus der großen Tageszeitungen befindet, hat das Missy Magazine seit seiner Gründung 2008 eine feste Leser_innenschaft etabliert.

1.3 Begriffsdefinitionen

Zum grundlegenden Verständnis der vorliegenden Arbeit müssen im Folgenden einige Begriffe allgemeingültig definiert werden. EMMA und Missy Magazine werden als Vertreterinnen feministischer Medien betrachtet. Feminismus wird hierbei verstanden als das „Aufbegehren von Frauen gegen ihre Unterdrückung, Marginalisierung, (soziale) Diskriminierung, (wirtschaftliche bzw. sexuelle) Ausbeutung [...] und ihr Bestreben nach einer Gleichstellung der Geschlechter in allen sozialen und kulturellen Bereichen“²⁰, wobei zu ergänzen ist, dass sowohl Männer als auch Frauen Feminist_innen sein können.

Die bereits angesprochenen verschiedenen Wellen des Feminismus definieren sich folgendermaßen: *first wave feminism* beziehungsweise Erste Frauenbewegung bezeichnet die erste Phase der Frauenbewegungen in den USA und Westeuropa im 19. und frühen 20. Jahrhundert, deren wichtigste Errungenschaft das Frauenwahlrecht ist²¹. „Den theoretischen Schlusspunkt des *F.W.F.* und einen Übergang zur Neuen Frauenbewegung bildet Simone de Beauvoirs *Le deuxième sexe* (1949; dt. *Das andere Geschlecht*, 1951)“²².

Der *second wave feminism*, Neue Frauenbewegung genannt, wird zeitlich hauptsächlich in den 1960er und 70er Jahren verortet, die Initialzündung in der Bundesrepublik fand während der 68er-Proteste statt²³. Die EMMA, gegründet im Zuge der Neuen Frauenbewegung und geprägt von Alice Schwarzer, Gallionsfigur eben dieser Bewegung in Deutschland, lässt sich daher dem *second wave feminism* zuordnen.

¹⁸ Ebd.

¹⁹ Ebd., S. 77

²⁰ Kroll (2002), S. 102

²¹ Ebd., S. 102 und 110

²² Ebd., S. 111

²³ Ebd., S. 118

Die Dritte Welle des Feminismus, *third wave feminism*, dagegen bezeichnet „eine Reihe zum Teil sehr unterschiedlicher Spielarten von feministischem Aktivismus und Denken [...], die sich im angloamerikanischen Sprachraum ab Anfang der 1990er Jahre“²⁴ entwickelten. Im Gegensatz zum Zweite Welle-Feminismus kritisiert die Dritte Welle die Vorstellung einer homogenen Identität von Frauen allein aufgrund ihrer Weiblichkeit und erobert unter dem Motto ‚Girlism‘ oder ‚Girl Culture‘ auch Symbole wie Lippenstift, Nagellack oder Handarbeit zurück, die von einer Mehrheit der Aktivist_innen der Neuen Frauenbewegung der 1970er Jahre noch als Ausdruck der Unterdrückung von Frauen gewertet wurden²⁵. Das Missy Magazine lässt sich nicht zuletzt aufgrund folgender Aussage ihrer Gründerinnen dem Dritte-Welle-Feminismus zuordnen: „Der bewusst offen gehaltene Terminus Popfeminismus, von dem in Deutschland im Zusammenhang mit [...] der Dritten Welle oft gesprochen wird und in dessen Kontext wir auch das Missy Magazine sehen [...] steht für den Versuch, feministische Strategien und Instrumentarien in das Feld der Popkultur hineinzutragen“²⁶.

Das Missy Magazine zeichnet sich durch eine starke Hinwendung zur Pop- beziehungsweise Populärkultur aus. Diese ist ein „Sammelbegriff für das Gefüge von Massen-, Konsum-, Medien- und Subkulturen, die seit den 1970er Jahren zum prominenten Bezugspunkt für Feminismus“²⁷ geworden sind und „beschäftigt sich mit den verschiedenen Produktions- und Lesarten unterschiedlicher Kulturformen“²⁸. Popfeminist_innen sind popkulturell sozialisierte Menschen, die bestrebt sind, „feministisches Bewusstsein und die eigene Weiblichkeitsvorstellung, die gesellschaftlich produziert wurde, in Einklang [zu] bringen, ohne dabei zwangsläufig alle weiblichen Performanzen ablehnen zu müssen“²⁹.

Immer wieder wurden feministische Bestrebungen bekämpft. Vor allem während der Ersten Frauenbewegung organisierten Männerbünde den sogenannten Antifeminismus. Seit den 1990er Jahren werden antifeministische Tendenzen mit dem Begriff *backlash* bezeichnet, der auf die US-amerikanische Feministin Susan Falludi zurückgeht.

Im zurückliegenden Kapitel wurde kurz in das Thema der Arbeit eingeführt sowie deutlich gemacht, wie EMMA und das Missy Magazine in den Kontext der Wellen des Feminismus einzuordnen sind. Im Folgenden soll nun näher auf die Zweite und Dritte Frauenbewegung sowie die Bewegungen prägende Literatur eingegangen werden.

²⁴ Eismann, Köver, Lohaus (2012), S. 40

²⁵ Ebd., S. 43

²⁶ Ebd., S. 44

²⁷ Kroll (2002), S. 310

²⁸ Trommer (2013), S. 70

²⁹ Kauer (2009), S. 138

2. Feminismen der Zweiten und Dritten Welle

Nachdem im Vorfeld der zeitliche Rahmen der verschiedenen Wellen der Frauenbewegung definiert worden ist, soll im Folgenden ein Schlaglicht auf einige Ansätze und Theorien der jeweiligen Bewegungen geworfen werden. Dabei ist anzumerken, dass es sich beim *second wave*, wie auch bereits für den *third wave* erwähnt, keinesfalls um eine homogene Bewegung handelt, sondern dass Feminist_innen auch der Neuen Frauenbewegung „ganz unterschiedliche, teilweise diametral entgegengesetzte Positionen“ vertraten³⁰. Der Vollständigkeit halber sei an dieser Stelle auch erwähnt, dass nicht nur während der historischen Wellen, gleichsam den Hochzeiten des Feminismus, Feminist_innen für Gleichberechtigung eintraten, sondern auch dazwischen. Diese Arbeit konzentriert sich jedoch auf die Hochphasen des Feminismus, da sie eine größere Sichtbarkeit innerhalb des öffentlichen Diskurses auszeichnet.

Der Ursprung des Feminismus als Massenbewegung, der *first wave feminism*, wird nicht Gegenstand der Untersuchung sein. Obwohl die nachfolgenden Wellen natürlich von dieser ersten Bewegung geprägt wurden, erfolgte eine Akademisierung der Bewegung und damit die Entwicklung feministischer Theorien zum größten Teil mit der Zweiten Welle³¹. Dass das vor allem an den Errungenschaften der Ersten Welle lag, zu denen ein breiterer Zugang von Frauen und Mädchen zu höherer Bildung gehörte, liegt auf der Hand. Eine intensive Auseinandersetzung mit der gesamten Geschichte des Feminismus seit dem ausgehenden 19. Jahrhundert würde jedoch den Rahmen dieser Arbeit sprengen³².

2.1 Betty Friedans „Der Weiblichkeitswahn“: Ursprung des *second wave feminism*

„Ich konnte die Wege verfolgen, auf denen sich ein überspitztes Denken rückwärts im Kreis bewegt hatte, um ein veraltetes Leitbild der Weiblichkeit zu verewigen; ich konnte sehen, wie sich dieses Leitbild mit Vorurteilen und falsch interpretierten Frustrationen verband, um den Frauen die Hohlheit von ‚Beruf: Hausfrau‘ zu verbergen.“³³

Die 1950er Jahre mit ihrer Hinwendung auf die Familie und der Verheißung von vollkommener Glückseligkeit für Frauen in Ehe und Mutterschaft drohten, die Errungenschaften der Ersten Welle des Feminismus im Sande verlaufen zu lassen. Ausgehend von der amerikanischen Mittelklassegesellschaft und dem typischen Bild der Hausfrau in einem amerikanischen Vorort, brach Betty Friedan daher mit der Veröffentlichung ihres feministischen Klassikers „*The Feminine Mystique*“ 1963

³⁰ Vollmond in Feminismus Seminar (2014), S. 187

³¹ Kroll (2002), S. 102

³² Leser_innen, die sich für die Geschichte der Ersten Frauenbewegung interessieren, sei die Lektüre von Karl, Michaela: ‚Wir fordern die Hälfte der Welt!‘ Der Kampf der Suffragetten um das Frauenstimmrecht. empfohlen.

³³ Friedan (1982), S. 140

(in Deutschland 1966 unter dem Titel „Der Weiblichkeitswahn“ veröffentlicht) gleichsam ein Tabu. Darin untersucht die Sozialwissenschaftlerin das „Problem ohne Namen“ zahlreicher von ihr interviewter Hausfrauen und Studentinnen: trotz der Verkündung durch die Werbeindustrie, Frauen würden als Ehefrauen und Mütter vollkommene Erfüllung finden, stellte diese versprochene Emotion sich nicht ein, die interviewten Frauen waren mitnichten alle vollständig glücklich mit der ihnen zugewiesenen häuslichen Rolle. Friedan geht dabei, was eindeutig zu kritisieren ist, ausschließlich von weißen Mittelschichtfrauen aus, die so gut wie alle eine Ausbildung am College genossen hatten beziehungsweise noch studierten, sich nach der Heirat aber gänzlich ins Private zurückzogen oder dies vorhatten. Auf dieser Grundlage untersucht sie Ursachen einer „diffusen, verdrängten Unzufriedenheit“³⁴ der (Haus-)Frauen und findet als Schuldige das falsche Leitbild, das die Frauenzeitschriften ihren Leserinnen vorgeben³⁵, das Versäumnis der ersten Frauenrechtler_innen, „zu zeigen, was aus einer Frau zu werden vermag, wenn sie unter anderen Bedingungen aufwächst, wenn sie nicht länger dem Manne untergeordnet ist“³⁶, die von Sigmund Freuds Thesen dominierte Sozialwissenschaft, die eine Selbstständigkeit der Frauen auf allen Ebenen negiert³⁷ sowie eine Erziehung, die den jungen Amerikanerinnen vor allem anderen einprägte, dass sie möglichst früh heiraten sollten, wenn sie „normal, glücklich, angepasst und weiblich sein“³⁸ wollten (Friedan nennt dies sexusgeleitete Erziehung). Diese Bestandteile setzt Friedan zum titelgebenden „Weiblichkeitswahn“ zusammen, dessen Ziel es ihr zufolge ist, die Frauen im Hause zu halten und sie damit zu besseren Konsumentinnen zu machen. Friedans These, die passive Unselbstständigkeit der Frauen mache sie zu perfekten Kundinnen, da sie die ihnen versprochene Erfüllung in ihrer Rolle vor allem in exzessivem Konsum zu finden suchen³⁹, baut auf diese Bestandteile auf und verdichtet sich im weiteren Verlauf des Buches zu einer Kritik an der amerikanischen Konsumgesellschaft der Nachkriegszeit. Friedan bleibt dabei jedoch streng individualistisch, äußert sich also nicht sozialistisch⁴⁰. Als Grundlage persönlicher Selbsterfüllung nennt Friedan schließlich die Erwerbstätigkeit der Frau.

„Betty Friedans ‚Weiblichkeitswahn‘ verkaufte sich millionenfach, jede feministisch interessierte Frau hatte es im Bücherschrank“⁴¹. Zeitlich ist dieser feministische Klassiker, „der wichtigste Text für die Erneuerung der globalen Frauenbewegung im 20. Jahrhundert“⁴², am Ursprung der Zweiten Frauenbewegung in den USA zu verorten und begründete die

³⁴ Ebd.

³⁵ Friedan (1982), S. 50

³⁶ Ebd., S. 70

³⁷ Ebd., S. 85

³⁸ Ebd., S. 109

³⁹ Ebd., S. 139-140

⁴⁰ Gebhardt (2012), S. 175

⁴¹ Ebd., S. 173

⁴² Ebd., S. 162

wichtige Forderung der Feminist_innen der Zweiten Welle nach Berufstätigkeit und damit einhergehender sozialer und ökonomischer Unabhängigkeit von Frauen mit.

Anzumerken ist dabei, dass Friedan, abgesehen von ihrer gesamtgesellschaftlich nicht repräsentativen Darstellung von Frauen, per se davon auszugehen scheint, dass jede Hausfrau um jeden Preis unzufrieden mit ihrem Leben ist. Trotz ihres individualistischen Ansatzes verallgemeinert die Autorin stark. Nichtsdestotrotz hat der ‚Weiblichkeitswahn‘ das Denken gegenüber der Hausfrauentätigkeit stark geprägt und wirkt in popkulturell erfolgreichen Bildern wie dem der *desperate housewife* bis heute nach.

Friedans Auseinandersetzung mit der Hausfrauenfrage war aktuell und sollte es noch lange bleiben: In Alice Schwarzers erstem Bestseller „Der ‚kleine Unterschied‘ und seine großen Folgen“ von 1975 widmet die Autorin ein ganzes Kapitel dem von Friedan bereits untersuchten „Hausfrauensyndrom“ und kommt später zu einem ähnlichen Schluss wie die Amerikanerin: „Berufstätigkeit ist also eine unerlässliche Voraussetzung für jeden Ansatz zur Emanzipation“⁴³. Der Erfolg des „Kleinen Unterschieds“ finanzierte die Gründung und erste Ausgabe der EMMA mit⁴⁴.

2.2 Die Neue Frauenbewegung in der Bundesrepublik⁴⁵

Wann genau der Funke des Feminismus aus dem angloamerikanischen Raum nach Europa und damit Deutschland übersprang, lässt sich nicht sagen. Einen klar definierten Startpunkt für die Zweite Frauenbewegung in Deutschland gibt es nicht⁴⁶. Fest steht, dass die deutsche Frauenbewegung mit der Studenten- und Jugendbewegung groß wurde⁴⁷.

Von Anfang an waren die verschiedenen Strömungen, die in der Frauenbewegung zusammen liefen, teilweise unvereinbar. Gerade zwischen autonomer und bürgerlicher Frauenbewegung fanden starke Auseinandersetzungen statt, die unter anderem 1976 deutlich wurden. Anlass war die Gründung der EMMA durch Alice Schwarzer sowie die Gründung einer weiteren feministischen Zeitschrift im selben Jahr: Courage. Aus der autonomen Bewegung wurde der EMMA vor allem eine Vermarktung der Sache vorgeworfen.

⁴³ Schwarzer (1997), S. 229

⁴⁴ Küthe (2005), S. 121

⁴⁵ Die Voraussetzungen für feministische Bewegungen in BRD und DDR waren grundverschieden. Da diese Arbeit sich mit der westdeutschen EMMA befasst, wird die Frauenbewegung der DDR nicht behandelt.

⁴⁶ Peter Hacke nennt in „Feminismus in historischer Perspektive“, Seite 193 ff. zwei ‚Startschüsse‘: die akademische Geschichtsschreibung benenne den Wurf einer Tomate auf das Podium des 23. Delegiertenkongresses des SDS (Sozialistischer Deutscher Studentenbund) im September 1968; die populäre Geschichtsschreibung die von Alice Schwarzer initiierte Kampagne gegen den „Abtreibungsparagrafen“ 1971 als Beginn der Neuen Deutschen Frauenbewegung.

⁴⁷ Gebhardt (2012), S. 133

Anlass zur Kritik bot auch die Tatsache, dass Alice Schwarzer Alleingesellschafterin der Zeitschrift war, im Gegensatz zur kollektivistisch organisierten Courage⁴⁸, außerdem befürchteten autonome Frauengruppen, die EMMA könnte aufgrund Schwarzers Popularität über die Bewegung hinaus und des populärwissenschaftlichen Tons in der öffentlichen Wahrnehmung zu einem „imaginierten weiblichen Ganzen“⁴⁹ führen und einen universellen Anspruch auf Feminismus stellen. Eine Furcht, die offensichtlich nicht unbegründet war: noch heute steht Alice Schwarzer für den deutschen Feminismus wie keine Andere und die EMMA ist noch heute ihr Sprachrohr. Die Courage hingegen wurde im Mai 1984 nach Konflikten innerhalb des Kollektivs sowie stark zurückgegangener Auflagen eingestellt⁵⁰.

EMMA (beziehungsweise Alice Schwarzer) und Courage stehen exemplarisch für zwei von mehreren verschiedenen feministischen Strömungen der 1970er Jahre. Der radikale Gleichheitsfeminismus, für den Schwarzer heute noch steht, entstand im Zuge der Kampagne gegen den Abtreibungsparagraphen 218, seine politischen Dimensionen wurzeln im Existenzialismus Simone de Beauvoirs, dem Sozialismus sowie der Gleichheit. Geprägt ist der radikale Gleichheitsfeminismus vom Gesellschaftsbild des Kapitalismus als Männerherrschaft, seine Ziele sind die Gleichheit der Geschlechter, die Integration sowie ein Ende von männlicher Gewalt gegen Frauen. Hingegen war die Courage ein Ausdruck des Libertären Sozialen Feminismus der Studentinnenbewegung und gründete auf Sozialismus, Kritischer Theorie sowie Antistalinismus. Sein Gesellschaftsbild ist das des Patriarchalen Kapitalismus, den es zu überwinden gilt, denn er zielt auf Systemveränderung, Frieden sowie Ökologie ab. Der radikale Gleichheitsfeminismus bleibt in seinem Horizont auf Deutschland beschränkt, während der Libertäre Soziale Feminismus global handelt⁵¹.

Für den Erfolg der EMMA und das Scheitern der Courage, gleichsam das Fortbestehen der bürgerlichen gegen das Ende der autonomen Frauenbewegung, lassen sich mehrere Gründe anführen. Mit Alice Schwarzer hat EMMA immer schon eine medienwirksame, in der Öffentlichkeit stehende Person an ihrer Spitze gehabt, die erfolgreicher Lobbyarbeit betreiben konnte als das Kollektiv vieler verschiedener Frauen der Courage. Hinzu kommt, dass EMMA sich am Markt orientiert, Anzeigen verkauft und wirtschaftet, während die Courage sich dem System Marktwirtschaft nicht verpflichtet fühlte. Die vom Libertären Sozialen Feminismus geforderte Überwindung des Kapitalismus trat in der Bundesrepublik nicht ein, worin ebenfalls ein Grund für das Scheitern der Zeitschrift gesehen werden kann.

⁴⁸ Kütke (2005), S. 120

⁴⁹ Hacke in Feminismus Seminar (2014), S. 214

⁵⁰ Notz in Horak, Rodigier, Sussemichel (2008), S. 37

⁵¹ Lenz (2008), S. 31

Die EMMA ist heute die einzige Publikation der Zweiten Welle, die immer noch erscheint. Courage, aber auch andere *second wave*-Zeitschriften wie die „Schwarze Botin“ oder „beiträge zur feministischen theorie und praxis“ mussten über Kurz oder Lang aufgegeben werden.

2.3 „Der ‚kleine Unterschied‘ und seine großen Folgen“: Frauen und Männer in der Zweiten Frauenbewegung

„Feminismus wird da konkret, wo zwei, drei Frauen zusammen reden und handeln! Wo Frauen beginnen, zu fragen, statt zu gehorchen, zu kämpfen, statt hinzunehmen.“⁵²

Eine wichtige, für den westdeutschen Feminismus der Zweiten Welle zweifellos prägende Schrift, ist Alice Schwarzers „Der ‚kleine Unterschied‘ und seine großen Folgen“, zuerst erschienen 1975. Ein wichtiges Anliegen der Zweiten Frauenbewegung war die sexuelle Selbstbestimmung, was sich im Widerstand gegen den Abtreibungsparagrafen genauso zeigte wie im Infrage stellen der herrschenden Sexualkultur. In diese Kritik reiht sich Schwarzers Buch ein.

„Der kleine Unterschied“ beginnt, nach einer Vorbemerkung durch die Autorin, mit 17 Protokollen, die Gespräche über Männerbeziehungen und Sexualität mit verschiedenen Frauen dokumentieren, jeweils gefolgt von einer Kommentierung durch Schwarzer. Anders als in „Der Weiblichkeitswahn“ werden Frauen in unterschiedlichen Lebenssituationen, aus verschiedenen sozialen Schichten und mit unterschiedlicher sexueller Orientierung befragt. Dennoch ist anzumerken, dass es sich bei den Gesprächspartnerinnen ausschließlich um Frauen aus dem Umfeld der Frauenbewegung handelt, die bereits in feministischen Ansätzen denken oder handeln⁵³. Aus den individuellen Erlebnissen der Frauen, die sich um sexuelle Probleme in Partnerschaft beziehungsweise Ehe bis hin zu Erfahrungen mit sexualisierter Gewalt drehen, leitet Schwarzer im zweiten Teil des Buches allgemeingültige Thesen ab. Frauen spielten Männern häufig Lust am Sex vor, um sie nicht zu verlieren oder sich ihre Liebe zu erkaufen⁵⁴, wodurch sie misogyne Unterdrückungsmuster verstärken und selbst verinnerlichen würden, bis sie diese letztlich gar nicht mehr in Frage stellten. Abgeleitet von den Protokollen wird resümiert, dass Mann-Frau-Beziehungen die gesellschaftliche Ungleichheit der Geschlechter spiegelten und die herrschende sexuelle Kultur „Instrument dieser Machtbeziehungen zwischen Mann und Frau“⁵⁵ sei. Im Anschluss daran geht es um das „Hausfrauensyndrom“, das bereits bei Betty Friedan untersucht wurde.

⁵² Schwarzer (1997), S. 237

⁵³ Gebhardt (2012), S. 236

⁵⁴ Schwarzer (1997), S. 184

⁵⁵ Ebd., Seite 210

Anders als im „Weiblichkeitswahn“ setzt der „Kleine Unterschied“ die psychischen Probleme der Frauen auch in den Kontext der sexuellen Frustration, kommt jedoch zum gleichen Schluss: die Erwerbstätigkeit der Frau heile das „Hausfrauensyndrom“ und gegen die sexuelle Unterdrückung durch den Mann sei aufzubegehren.

Problematisch an den Thesen Schwarzers ist, dass sie das Bild von Frauen in der Opferrolle gegenüber dem mächtigen Patriachat zementieren, das den „Feminismus in dieser Phase, vielleicht sogar überhaupt [...] Feminismus in Deutschland geprägt“⁵⁶ hat. Anlass zur Kritik gibt an diesem Frauenbild außerdem die Vorstellung des Mannes als ewiger potenzieller Gewalttäter und Unterdrücker.

Der Schlusssatz des „Kleinen Unterschiedes“ reiht sich dann auch in die Tradition der feministischen Theorie der 1970er Jahre, das Konzept ‚Weiblichkeit‘ als negativ anzusehen: „Wir nehmen uns das Recht, nicht länger weiblich zu sein, sondern menschlich.“⁵⁷. Es war für den damaligen Feminismus geradezu notwendig, gegen typisch weibliches Verhalten, das Stereotype bediente, zu rebellieren⁵⁸. Die geschlechtergetrennte Erziehung, die die Mädchen zu „weiblichem“ Verhalten großzog, wurde infrage gestellt und damit das Identitätskonzept Weiblichkeit an sich. Die feministische Theorienbildung der 1970er Jahre „verabschiedete sich bewusst von ‚Weiblichkeit‘, d.h. sie generierte die Vorstellung, dass Frauen, die sich ausdrücklich weiblich gebärden wollten, immer eine Form von Verrat am Feminismus begingen“⁵⁹. Die verschiedenen Konzepte von Weiblichkeit sowie der unterschiedliche Blick auf Sexualität machen einen Großteil der Unterschiede zwischen dem Feminismus der Zweiten Welle einer Alice Schwarzer und dem Dritte-Welle-, beziehungsweise Popfeminismus des Missy Magazines aus.

2.4 Zusammenfassung: Die Zweite Frauenbewegung

Die Zweite Welle des Feminismus ging abermals von den Vereinigten Staaten aus. Feminist_innen wie Betty Friedan gaben neue Denkanstöße und so wurde der Feminismus, genau wie das *civil rights movement* etwa zur selben Zeit, zur Bewegung. In der Bundesrepublik Deutschland entwickelt die Zweite Frauenbewegung sich im Zuge der Studentenrevolten und wird in der breiten Öffentlichkeit spätestens mit Alice Schwarzers Selbstbeziehungskampagne „Ich habe abgetrieben“ 1971 bekannt. Die wichtigsten Themen der Feminist_innen sind Diskriminierung im Berufsleben und die ungleiche Verteilung von häuslicher und erzieherischer Arbeit, aber auch bisherige Tabuthemen wie sexuelle Selbstbestimmung, Verhütung, Abtreibung und sexuelle Gewalt.

⁵⁶ Gebhardt (2012), S. 233

⁵⁷ Schwarzer (1997), S. 240

⁵⁸ Kauer (2009), S. 30

⁵⁹ Ebd., S. 31

Der Slogan „Das Private ist politisch“ bringt diese doch sehr persönlichen Themen und Erfahrungen auch in die Öffentlichkeit⁶⁰. Den Feminist_innen in den 1970er Jahren schien es notwendig, sich von den klassischen Zuschreibungen an das weibliche Geschlecht abzugrenzen, da sie das gesellschaftliche Klischee aufbrechen wollten.

Als Resultat des breiten Diskurses innerhalb der Gesellschaft setzt ab den 1980er Jahren eine zunehmende Institutionalisierung des Feminismus ein, die sich zum Beispiel in der Einrichtung von Gleichstellungsbeauftragten oder der sich etablierenden akademischen Geschlechterforschung zeigt.

2.5 Naomi Wolfs „Die Stärke der Frauen“: *third wave feminism*

„Wenn der Feminismus in einer Krise steckt, so liegt dies zu einem großen Teil an seinen Inhalten. Waren Frauen im Kampf um ihre Rechte zunächst lange Zeit mit undogmatischem Selbstbewusstsein aufgetreten [...], so erstarkte in den letzten zwanzig Jahren eine Strömung, die Frauen als wehrlose unschuldige Opfer begreift.“⁶¹

Die Zweite Welle des Feminismus hatte eine Vielzahl an wichtigen Errungenschaften hervorgebracht, die heute als selbstverständlich angesehen werden, damals jedoch hart erkämpft werden mussten. Nach dem Frauenwahlrecht, das die Erste Welle erstritten hatte, hatten Frauen von nun an die Möglichkeit, beispielsweise einer Arbeit nachzugehen, ohne dass sie dafür die Erlaubnis ihres Ehemannes brauchten, der breitere Zugang zu Verhütungsmitteln ermöglichte ihnen eine Lebensplanung die nicht länger von der Biologie bestimmt wurde und, was nicht hoch genug einzuschätzen ist, die Probleme und Hindernisse der Gleichstellung der Geschlechter waren überhaupt im Bewusstsein vieler Menschen angekommen.

Die 1990er Jahre prägten dennoch den Begriff des Postfeminismus: der Feminismus sei in eine tiefe Krise geraten, wenn nicht sogar ganz am Ende. Der Generationenwechsel von „der feministischen ‚Mutter‘ zur post- bzw. neofeministischen ‚Tochter‘ (vermarktet unter dem Stichwort *Girlie*)“⁶² kann als Ausdruck dieser Krise gewertet werden und tatsächlich ist die Girl Culture ein wichtiger Bezugspunkt der Dritten Welle, auf den in 2.7 noch eingegangen wird.

In diesem Kontext erschien 1993 Naomi Wolfs Buch „Die Stärke der Frauen. Gegen einen falsch verstandenen Feminismus“ (in Amerika bereits 1991 unter dem Titel „Fire with Fire“).

⁶⁰ Kroll (2002), S. 118

⁶¹ Wolf (1993), S. 185

⁶² Kroll (2002), S. 119

Die Autorin „führte mit ihrem Buch [...] die sogenannte ‚dritte Welle‘ im amerikanischen Feminismus an“⁶³ und macht den Versuch, die Ansichten der Zweiten Welle zum Teil umzukehren beziehungsweise als nicht mehr zeitgemäß darzustellen. Ausgehend von der These, der Feminismus sei auf politischer Ebene erfolgreich, aber habe aufgrund seines Image den Kontakt zur Bevölkerung verloren⁶⁴ untersucht Wolf die Ursachen für diese Entfremdung. Sie findet Faktoren, die die Abkehr vieler Menschen vom Feminismus erklären sollen, wobei einige der Ursachen innerhalb der Zweiten Frauenbewegung verortet werden und andere von außen kommen.

Als der Bewegung inhärente Gründe für eine Krise nennt Wolf ein inzwischen überholtes linksrevolutionäres Gedankengut der 1960er Jahre, eine ablehnende Haltung gegenüber den Massenmedien, die Tendenz, nur eigene Mitglieder anzusprechen, zu radikale feministische Theorien im Stile von „Alle Männer sind Tyrannen“, die in der breiten Bevölkerung als absurd empfunden würden, eine Rückverlagerung feministischer Theorienbildung an die Universitäten, wodurch sie nur noch einem elitären Kreis vermittelt würden, sowie einen exklusiv auf weiße Mittelschichtfrauen beschränkter Blickwinkel. Andererseits führt die Autorin Ursachen ins Feld, die von den Gegner_innen der Zweiten Frauenbewegung verwendet wurden, um diese zu diskreditieren. Dazu gehören das immer wieder verbreitete Vorurteil, alle Feministinnen seien Lesben, die Schwierigkeit, sich am Arbeitsplatz offen zum Feminismus zu bekennen und trotzdem Karriere machen zu können und ein bewusst verfälschendes Zerrbild, das die Medien vom Feminismus und seinen Akteur_innen zeichneten⁶⁵.

Die durch diese Ursachen hervorgerufene Krise des Feminismus führt Wolf schließlich auf zwei verschiedene Traditionen zurück, die sie Opfer-Feminismus und Power-Feminismus nennt. Während ersterer Frauen grundsätzlich aus der Perspektive der Schwächeren, weil Unterdrückten sieht und in seinem Bild von Frauen kollektivistisch ist, will letzterer die Individualität der Frauen hervorheben und fordert Macht für Frauen sowie den verantwortungsvollen Umgang mit dieser⁶⁶. Wolf führt die Imageprobleme des Feminismus‘ auf den Opfer-Feminismus zurück, der sich seit den 1970er Jahren im gesellschaftlichen Verständnis etabliert habe und der selbstbewussten Frauen nicht zur Identifikation genüge.

⁶³ Gebhardt (2012), S. 285

⁶⁴ Wolf (1993), S. 12

⁶⁵ Ebd., Seite 101 ff.

⁶⁶ Ebd., Seite 185

Schließlich plädiert Wolf dafür, die Frauen sollen sich ihrer Machtpositionen bewusst werden (im Gegensatz zur Ohnmachtsposition, von der der Opfer-Feminismus ausgeht) und „die Vorstellung aufgeben, daß der Kampf um Gleichberechtigung zwangsläufig eine furchtbare Sache sein muß“⁶⁷.

Wolf fordert im Grunde nichts als die Abkehr von einem Frauenbild, das nicht auf die individuellen Eigenschaften von Frauen eingeht, sondern die Gesamtheit der weiblichen Bevölkerung mit Attributen belegt, die überholt oder sogar im positiven Sinne diskriminierend sind. Die Aktualität dieser Forderung hat bis heute nicht nachgelassen. Im Zuge der weltweiten Finanzkrise 2011 beispielsweise wurde häufig die Behauptung aufgestellt, die Krise sei nie so enorm geworden, wären mehr Frauen Vorstandsvorsitzende der Banken, da sie einen weniger aggressiven, mütterlicheren Führungsstil hätten als Männer. Dieses Klischee, in Wolfs Sinne aus dem Frauenbild des Opfer-Feminismus übernommen, ist nichts weiter als positive Diskriminierung, da es das Bild des Mütterlichen, Sanften heraufbeschwört: typisch Frau eben.

2.6 Charakteristika des *third wave*

Wie in 1.3 bereits erwähnt, ist es schwierig, den einen Feminismus der Zweiten oder Dritten Welle unter den vielen verschiedenen Ansätzen und Ansichten festzulegen. Trotzdem lassen sich einige allgemeingültige Charakteristika der Dritten Welle ausmachen, die im Unterschied zum *second wave feminism* stehen.

Zum einen kritisieren Feminist_innen der Dritten Welle, wie Naomi Wolf in „Die Stärke der Frauen“, die „Vorstellung von einer gemeinsamen ‚weiblichen Identität‘ oder die essentialistische Kategorie ‚Frau‘ als Basis von Feminismus“⁶⁸, zum anderen sind sie der Meinung, dass nicht mehr die Dichotomie Mann-Frau im Fokus stehen sollte, weil Identität sich neben dem Geschlecht auch über viele andere Punkte, etwa Ethnizität oder soziale Herkunft, konstituiert. Damit reagieren sie auf die Kritik, Feminismus der Zweiten Welle würde sich nur an Weiße aus der Mittelschicht wenden. Ein drittes Merkmal des *third wave* ist die in 1.3 bereits erwähnte Wiederentdeckung weiblicher Symbole und Tätigkeiten wie Stricken, Make-up oder Mode. Die in 2.3 beschriebene Abkehr der Zweiten Welle vom als falsch angesehenen Rollenverständnis wird so in der Dritten Welle umgedreht und ‚Weiblichkeit‘ wieder positiv besetzt⁶⁹.

⁶⁷ Ebd., Seite 398

⁶⁸ Eismann, Köver, Lohaus (2012), Seite 42

⁶⁹ Ebd., Seite 43

Dadurch wird außerdem der Do-It-Yourself-Gedanke für die Dritte Welle wichtig, der zum Beispiel mit der Radical-Crafting-Bewegung „die Abwertung traditionell weiblich konnotierter Tätigkeiten wie Nähen [...] durch politische, öffentliche und kollektive Handarbeits-Aktionen konterkariert“⁷⁰.

Ein weiteres „auffälliges Merkmal der Dritten Welle ist ihre starke Hinwendung zur Popkultur“⁷¹ sowie die Annahme, die Produkte der Popkultur „beeinflussen die Muster, nach denen wir uns Weiblichkeit, Männlichkeit und andere Differenzkategorien vorstellen.“⁷²

Im Unterschied zum *second wave* ist der Dritte-Welle-Feminismus also interessiert an der Sichtbarmachung aller sozialen Schichten, Ethnizitäten etc., hat statt eines kollektivistischen ein individualistisches Frauenbild, spielt bewusst mit ‚weiblichen‘ Klischees und ist sich der Möglichkeit, eine breite Masse durch Produkte der Popkultur wie Filme, Fernsehen, Songtexte oder Musikvideos zu erreichen, bewusst.

2.7 Popkultur und *third wave*: Von den Riot Grrrls zum Popfeminismus

Eine der frühesten Ausdrücke der Vermischung von populärer Kultur und Feminismus im *third wave* ist die *Riot Grrrl*-Bewegung. Die *Riot Grrrls* entstanden als Subkultur innerhalb des Hardcore-Punks in den USA Anfang der 1990er Jahre als Reaktion auf die männliche Dominanz der Szene. Die *Riot Grrrls* wollten Frauen und Mädchen dazu ermutigen, selbst kreativ zu werden, gründeten Bands und Fanzines, organisierten Konzerte und Tourneen.

Die *Grrrls* waren dabei immer eine explizit feministische Bewegung: „Feminismus war maßgeblich für das Selbstverständnis der *Riot Grrrls*.“⁷³ Neben diesem Selbstverständnis finden sich in der *Riot Grrrls*-Subkultur außerdem viele der in 2.6 genannten Attribute des *third wave feminism* wieder. Schon der Name der Bewegung spiegelt die Rückeroberung und ironische Brechung von Klischees über Weiblichkeit wieder: ausgehend von *girl*, das eigentlich „eine unmündige und nicht ernstzunehmende kindliche und niedliche Heranwachsende bezeichnet“⁷⁴ kommt über die veränderte Schreibweise, die ein Knurren andeutet, sowie die Verknüpfung mit dem aggressiv aufgeladenen, offensiven *riot* ein Neologismus zustande, der zur „von Selbstbewusstsein und Eigensinn getragenen Eigenbezeichnung“⁷⁵ wird. Ähnliche Verfremdungsstrategien kommen zu tragen in Namen von Bands, die die Bewegung prägten, wie zum Beispiel *Bikini Kill* oder *Babes in Toyland*.

⁷⁰ Ebd.

⁷¹ Ebd.

⁷² Ebd., Seite 44

⁷³ Ginsbach in Feminismus Seminar (2014), S. 357

⁷⁴ Ebd.

⁷⁵ Ebd.

Auch der Look von Vertreterinnen der *Riot Grrrls* wie Courtney Love oder Kathleen Hanna spielte bewusst mit Stereotypen: indem sie Miniröcke und mädchenhafte Hängekleider mit zerrissener Kleidung oder schweren Stiefeln kombinierten, signalroten Lippenstift trugen und aggressiv-fordernd auftraten, brachen sie mit dem Schönheitsideal eines sexy-harmlosen Popstars ohne Ecken und Kanten: „Die Sexualisierung des *Riot Grrrl*-Stereotyps ist aber nicht völlig gängig, sondern hat eine aggressive Note.“⁷⁶ Wichtig war in der *Riot Grrrl*-Bewegung außerdem auch der Do-It-Yourself-Gedanke, vor allem vor „dem Hintergrund der Selbstermächtigung und Unabhängigkeit von kapitalistischen Verwertungsstrukturen“⁷⁷.

Die Selbstermächtigung der Frau, ein zentrales Thema der *Riot Grrrls*, hatte dabei keine Grenzen, die postulierte Unabhängigkeit konnte ganz individuell verschieden gestaltet werden. Den Aktivistinnen war dabei lediglich gemeinsam, dass sie sich „grundsätzlich vom konventionellen Mädchenbild“⁷⁸ unterschieden.

Nach der Hochphase der *Riot Grrrls* breiteten sich ab Mitte der 1990er Jahre in den Massenmedien abgeschwächte, leichter verdauliche Pop-Varianten der Bewegung aus, die zum Teil international sehr erfolgreich waren, wie zum Beispiel die britischen *Spice Girls* oder *Tic Tac Toe* in Deutschland⁷⁹ - das *Riot Grrrl* wurde zum *Girlie*.

Die *Girlies* der 1990er Jahre, denen „die Betonung des Mädchenhaften nicht als eine rückwärtsgerichtete sexuelle Neutrumswendung, sondern als eine Rebellion gegen die scheinbar angepasste Müttergeneration“⁸⁰ diene, können durchaus als Antwort auf den in 2.5 angesprochenen Generationenkonflikt der Feminist_innen gesehen werden. Das Phänomen *Girlie* war zwar in den 1990er Jahren ein durchaus bekanntes, wuchs sich aber nie zur tatsächlichen Bewegung aus wie die *Riot Grrrls*. Vorrangig drehte es sich um junge Frauen, die eine „positive, wenn auch ergreifend naive Selbstdefinition von Weiblichkeit“⁸¹ versuchten und die sich größtenteils als „vom männlichen Beobachter unabhängig erachteten“⁸². Das *Girlie*-Phänomen der 1990er ist, ganz im Unterschied zu den *Riot Grrrls*, kein ausgewiesenes feministisches Phänomen, sondern vielmehr eine Modeerscheinung mit emanzipatorischen Ansätzen. Es sei hier trotzdem erwähnt, da es als Bindeglied zwischen Popfeminismus und *Riot-Grrrl*-Bewegung gesehen werden kann⁸³.

⁷⁶ Kauer (2009), S. 15

⁷⁷ Eismann, Köver, Lohaus (2012), S. 46

⁷⁸ Volkmann (2011), S: 257

⁷⁹ Ginsbach in Feminismus Seminar (2014), S. 326

⁸⁰ Kauer (2009), S. 20

⁸¹ Ebd., S. 23

⁸² Ebd.

⁸³ Ebd., Seite 20

Popfeminismus schließlich ist eine der bereits erwähnten vielfältigen Kategorien des Dritte-Welle-Feminismus, die seit Mitte der 2000er Jahre popkulturelle Phänomene mit feministischem Ansatz, wie etwa Charlotte Roches Roman „Feuchtgebiete“ von 2008, bezeichnet. Wichtig ist dabei vor allem, dass feministische Kritik auf Popkultur-Produkte angewendet wird und so feministische Aspekte in Pop-Medien und Pop-Diskurse Eingang finden.

Dabei besteht zwischen Feminismus und Popkultur durchaus eine Symbiose: so wie der Popfeminismus die populäre Kultur um feministische Aspekte erweitert, erfährt gleichzeitig der Feminismus eine Bereicherung um pop-typische Charakteristika⁸⁴. Dadurch will Popfeminismus unter anderem das antifeministische Klischee der verbitterten Emanze widerlegen, indem er ihm ein popkulturell beeinflusstes „attraktiveres, ja sexy Feministinnenideal entgegenzuhalten“⁸⁵ versucht - unter Anknüpfung an bestimmte Aspekte der Girlkultur⁸⁶. Von Vertreter_innen des radikalen Gleichheitsfeminismus Alice Schwarzers wird diese Einstellung eher wenig toleriert, so beschreibt Vera Schroeder in EMMA 04/2008 Popfeminismus, den sie als direkte Weiterentwicklung der *Girlie*-Kultur sieht, als *Feminismus light*, der schlussendlich kaum dazu geeignet sein kann, Männern tatsächlich ihre Vormachtstellung streitig zu machen⁸⁷. Zum besseren Verständnis soll im folgenden Abschnitt ein popfeministisches Werk näher beleuchtet werden.

2.8 Popfeminismus in der Praxis: „Neue deutsche Mädchen“ von Jana Hensel und Elisabeth Raether

„Ich habe nicht die geringste Ambition, diese Art neudeutscher Mädchen zu vertreten.“⁸⁸

Die Textsammlung „Neue deutsche Mädchen“ von Jana Hensel und Elisabeth Raether ist kein programmatisches Buch und folgt, im Unterschied zu vorangegangenen Beispielen wie etwa „Der ‚kleine Unterschied‘ und seine großen Folgen“, keiner feministischen Agenda. Die Autorinnen schreiben darin abwechselnd über eigene Erlebnisse (wobei nicht klar ist, ob diese tatsächlich so stattgefunden haben oder fiktional überhöht wurden) wie beispielsweise Liebesbeziehungen oder die Arbeit in einem männerdominierten Berufsfeld wie dem Journalismus. Im Fokus stehen also traditionell weibliche Lebensbereiche und Erfahrungen, die reflektiert und feministisch aufbereitet werden.

⁸⁴ Trommer (2013), S. 77

⁸⁵ Kauer (2009), S. 8

⁸⁷ Schroeder (2008), S. 28 ff.

⁸⁸ Alice Schwarzer in ihrer Dankesrede zum Börne-Preis 2008
<http://www.aliceschwarzer.de/artikel/ludwig-boerne-preis-4-mai-2008-rede-von-alice-schwarzer-zur-boerne-preisverleihung-264886> [13.07.2015]

Dabei beziehen beide Autorinnen sich in ihren Einführungen auf Alice Schwarzer und ihre Auffassung von Feminismus, der ihnen weder zeitgemäß erscheint, noch in ihrem Interesse handeln würde⁸⁹.

Die Autorinnen schreiben ausschließlich von ihren eigenen, subjektiven Erfahrungen als emanzipierte Frauen. Vor allem geht es um die Tatsache, dass Frauen in puncto Gleichberechtigung weiter gekommen seien, aber auch um immer noch bestehende Ungerechtigkeiten wie beispielsweise auf dem Arbeitsmarkt. Dabei ist besonders die Reflexion der subjektiven Erlebnisse von feministischem Interesse, da sie „die eigene Sozialisation zum Spiegel für weibliche Identitätsfindung“⁹⁰ macht. Hensel und Raether gehen nicht von einem weiblichen Kollektiv aus, das ihre persönlichen Erfahrungen eins zu eins teilen kann, aber indem sie ausgehend von Allgemeinplätzen wie Mutterschaft oder Arbeit von ihren subjektiven Erlebnissen als Frauen berichten, machen sie eine Identifikation auf der individuellen Ebene durchaus möglich. Diese „Strategie [...] einer neuen und positiven weiblichen Identitätsbildung, die jedoch mehr durch die eigenen Erfahrungen gefiltert sein soll als durch eine ideologiestarke feministische Prägung“⁹¹ ist ganz im Sinne des *third wave feminism*, wie in 2.6 dargelegt wurde.

2.9 Quo vadis, Feminismus? Zusammenfassung der Dritten Welle

Je nach Lesart hält die Dritte Welle des Feminismus gegenwärtig noch an oder eine Vierte Welle wird bereits ausgerufen, die sich durch den starken Einsatz von Social Media und anderer Online-Werkzeuge auszeichnet⁹². Tatsächlich prägt aktuell der sogenannte Netzfeminismus den Diskurs, der in Deutschland am eindrucklichsten mit der *#Aufschrei*-Debatte auf Twitter⁹³ öffentlich wurde. Dabei hat der Netzfeminismus dieselben Charakteristika wie der *third wave feminism* und erweitert diesen lediglich um die Möglichkeiten, die das Internet bietet. Daher ist es an dieser Stelle durchaus logisch, ihn als eine Ausprägung der Dritten Welle zu sehen statt als den Beginn einer neuen Form des Feminismus.

Feminist_innen, egal ob Pop-, Netz- oder radikale Gleichheitsfeminist_innen, beschäftigen aktuell stets noch viele der Themen der Zweiten Welle, wenn auch in anderer Ausprägung. Während beispielsweise berufstätige Frauen die Norm geworden sind, ist vielfach immer noch der Ruf nach einer Umverteilung der Erziehungs- und Pflegearbeit zu hören.

⁸⁹ Hensel, Raether (2009), S. 14 und S. 25

⁹⁰ Kauer (2009), S. 100

⁹¹ Ebd. S. 104

⁹² Wizorek (2014), S. 245

⁹³ Im Jahr 2013 twitterten Frauen unter dem Hashtag ‚Aufschrei‘ über ihre Erfahrungen mit alltäglichem Sexismus und sexueller Gewalt und traten eine enorme Diskussion los. Interessierten sei die Lektüre von Anne Wizorek (2014): Weil ein #Aufschrei nicht reicht. Für einen Feminismus von heute. empfohlen

Diese liegt immer noch zum größten Teil bei Frauen⁹⁴. Auch die sexuelle Selbstbestimmung ist noch nicht von der Agenda verschwunden und äußert sich etwa in der Debatte um den rezeptfreien Zugang zur Notfall-Verhütung „Pille danach“⁹⁵. Feminist_innen beklagen zudem die vermehrte Geschlechtertrennung etwa in der Werbung und die sexualisierte und objektivierende Darstellung von Frauen ebenda⁹⁶.

Deutlich wird, dass viele der Themen und Forderungen der Zweiten Frauenbewegung noch immer aktuell beziehungsweise noch nicht erreicht wurden und deshalb in der Dritten Welle wiederkehren. Gewandelt hat sich jedoch das Frauenbild (von kollektivistisch hin zu individualistisch) sowie die Auffassung von ‚Weiblichkeit‘. Das vorliegende Kapitel hat gezeigt, wie die verschiedenen Wellen der Frauenbewegung entstanden sind und was ihre hauptsächlichsten Themenfelder und Forderungen waren. Es wurde eingegangen auf die Unterschiede zwischen der Zeiten und Dritten Welle, aber auch auf gemeinsame Themen und Forderungen. Die gesellschaftlichen Diskurse wurden ebenfalls deutlich gemacht. Im Folgenden soll nun anhand des Vergleichs zwischen EMMA und Missy Magazine beispielhaft die unterschiedliche Manifestation der Wellen in feministischen Medien gezeigt werden.

⁹⁴ Wizorek (2014), S. 133

⁹⁵ Ebd., S. 42

⁹⁶ Ebd., S. 73

3. Analysierender Vergleich von EMMA und Missy Magazine

3.1 Methodik: Inhaltsanalyse nach Mayring

Der folgende analysierende Vergleich der beiden feministischen Zeitschriften EMMA und Missy Magazine erfolgt nach den Prinzipien der qualitativen Inhaltsanalyse nach Philipp Mayring. Zum besseren Verständnis sowie zur Gewährleistung einer größtmöglichen Transparenz der Arbeit wird die Methode im Folgenden kurz dargestellt.

3.1.1 Wahl der Methodik

Die Wahl der Methodik erfolgte hauptsächlich anhand zweier Kriterien: zum einen muss durch die Methodik gesellschaftliche Realität darstellbar werden, da journalistische Produkte Teil der sozialen Kommunikation über eben diese Realität sind und zum anderen muss für beide Publikationen ein einheitlicher Analyserahmen gesetzt werden, um eine Vergleichbarkeit gewährleisten zu können. Anhand dieser Kriterien wurde sich für die qualitative Inhaltsanalyse nach Mayring entschieden.

Die qualitative Inhaltsanalyse ist eine Methode der Sozialforschung, die sich im Gegensatz zur quantitativen Analyse, „der sozialen Realität mit unstrukturierten Beobachtungen und offenen Befragungen [...] annähert“⁹⁷. Entscheidend für diese Arbeit hinzu kommt, dass in der feministischen Sozialwissenschaft qualitative Methodik aufgrund des Prinzips ‚Wissenschaft als Selbstfindung‘ generell eher bevorzugt wird⁹⁸, ein Prinzip, das in weit weniger wissenschaftlicher Form etwa in „Neue deutsche Mädchen“ zu finden ist, wie in 2.8 dargelegt. Die Inhaltsanalyse nach Mayring ist also die richtige Wahl, um sich sozialer und feministischer Diskurse mit offenen Fragestellungen zu nähern, womit das erste Kriterium erfüllt sei. Zudem stellt die Methode eine Vergleichbarkeit sicher, da sie sich streng an systematische Vorgaben hält. Die Systematik wird unter anderem gewährleistet durch die Einbettung des Materials in den Kommunikationszusammenhang; ein systematisches, regelgeleitetes Vorgehen anhand von vorab feststehenden Regeln; Kategorien im Zentrum der Analyse um eine Nachvollziehbarkeit für Dritte zu gewährleisten sowie einen Gegenstandsbezug des Materials statt der Anwendung übertragbarer Techniken⁹⁹. Vor allem durch das Interpretieren des Materials in seinem Kommunikationszusammenhang sowie die Kategoriegeleitetheit des Vorgehens wird eine Vergleichbarkeit von Artikeln zweier unterschiedlicher Zeitschriften möglich, womit auch das zweite Kriterium erfüllt sei.

⁹⁷ Mayring (2002), S.10

⁹⁸ Ebd. S. 11

⁹⁹ Mayring (2003), S. 42 ff.

3.1.2 Allgemeiner Ablauf der Inhaltsanalyse

Die qualitative Inhaltsanalyse ist in ein allgemeines Ablaufmodell gegliedert, an dessen Struktur sich im Folgenden gehalten wird¹⁰⁰.

1.: Festlegung des Materials

Die vorliegende Arbeit soll nach Unterschieden und Gemeinsamkeiten der zwei feministischen Zeitschriften EMMA und Missy Magazine suchen. Wie in 1.1 beschrieben, erscheint EMMA schon wesentlich länger. Um eine Vergleichbarkeit zu gewährleisten, gehören jedoch ausschließlich jene Ausgaben von EMMA, die seit Oktober 2008 veröffentlicht wurden, zum Datensample. Es wird folglich nur der Zeitraum untersucht, in dem beide Publikationen erschienen sind. Das bedeutet: sämtliche Ausgaben des Missy Magazine seit Oktober 2008 (27 Stück, Stand: Juni 2015) und sämtliche Ausgaben der EMMA seit Erscheinen des Missy Magazines (35 Hefte, Stand: Juni 2015). Das ganze Datensample umfasst damit 62 Zeitschriften.

2.: Analyse der Entstehungssituation

Obwohl es sich um zwei verschiedene Publikationen handelt, ist anzunehmen, dass die Entstehungssituation für das Material in vielen Punkten gleich sei. Beide Zeitschriften publizieren für ein feministisches Zielpublikum und sind darauf angewiesen, dass ihr Produkt gelesen und ihre Anzeigenplätze verkauft werden, um sich am Markt halten zu können. Beide sind sie dabei jedoch unabhängig von einem Verlag. Ebenfalls ist davon auszugehen, dass sämtliche Texte redigiert wurden, bevor die Zeitschriften in Druck gingen. Die Artikel, das Material für die folgende Untersuchung, sind also nicht spontan entstanden, sondern Ergebnis eines Prozesses, der mehrere journalistische Profis einbezieht. Artikel in Zeitschriften tragen immer auch eine Botschaft und oder eine Nachricht nach außen, was einen großen Reiz in der Analyse ausmachen kann: anders als beispielsweise Interviews, sind die Artikel auf einen bestimmten Zweck ausgerichtet, wollen unterhalten und informieren. Artikel in Zeitschriften präsentieren sich dem Rezipienten als abgeschlossene Texte, die keinen gegenseitigen Kommunikationsprozess mehr zulassen.

¹⁰⁰ Ablaufschritte nach Mayring (2003), S. 54

3. Formale Charakteristika des Materials

Beim vorliegenden Material handelt es sich ausschließlich um Artikel aus der EMMA beziehungsweise dem Missy Magazine, die in den Printversionen der Zeitungen erschienen sind. In die Analyse einbezogen werden können sowohl Fließtext als auch Überschriften und Schlagzeilen. Bebilderung und Bildunterschriften sind nicht Bestandteil der Untersuchung. Der Text liegt in schriftlicher Form vor.

4. Richtung der Analyse

Um eine klare Richtung der Analyse vorzugeben, empfiehlt Mayring die Einordnung des Textes „als Teil einer Kommunikationskette“¹⁰¹. Diese Untersuchung geht daher davon aus, dass es sich bei Artikeln aus EMMA und Missy Magazine um Mitteilungen handelt, die vom Sender (Journalist_in) kodiert, also geschrieben wurden, und während des Lesens vom Empfänger (Leser_in) dekodiert, also gelesen und interpretiert werden. Die Richtung der vorliegenden Analyse wird vor allem vom Dekodieren der Mitteilungen bestimmt, in welches Vorwissen, eigene Meinungen und Erfahrungen der Leser_innen mit einfließen. Die in 2. beschriebenen Grundlagen und historischen Prozesse bieten hierbei für jede_n die Möglichkeit, auf einen Wissenstand zu kommen, der das Verstehen der Artikel ermöglicht.

5. Theoretische Differenzierung der Fragestellung

Ziel des analysierenden Vergleichs zwischen EMMA und Missy Magazine ist es, herauszufinden, inwieweit beide Zeitschriften durch die in 2. beschriebenen Charakteristika und Theorien der Zweiten und Dritten Welle des Feminismus beeinflusst werden. Gerade die unterschiedlichen Perspektiven der verschiedenen Bewegungen auf etwa Konzepte von Weiblichkeit oder auch die Herangehensweise an Mann-Frau-Beziehungen sind in diesem Zusammenhang interessant. Daraus ergeben sich für das Material folgende Fragestellungen:

- Welche Auffassung von Feminismus steckt im zu analysierenden Artikel?
- Welcher Ausprägung lässt sich aus dieser Auffassung schließen?

Nach diesen ersten Vorbereitungen der Analyse soll im Folgenden zunächst auf die konkrete Analysetechnik eingegangen werden, bevor im Anschluss das Material ausgewertet wird.

¹⁰¹ Ebd., S.50

3.1.3 Durchführung der Analyseschritte

Die qualitative Inhaltsanalyse ist eine Methodik, die „keine völlig standardisierte Struktur aufweist“¹⁰² und die daher für jeden Forschungsgegenstand neu erläutert und erklärt werden muss. Um dies zu gewährleisten, folgt ein Überblick über die Durchführung der einzelnen Schritte der Analyse, wie in der vorliegenden Arbeit geschehen¹⁰³.

1. Schritt: Festlegung von Analysetechnik und -einheiten

Mayring unterteilt die qualitative Inhaltsanalyse in drei Grundformen des Interpretierens, die voneinander unabhängig angewendet werden können: Zusammenfassung (Reduktion des Materials auf wesentliche Inhalte zur Abbildung des Grundmaterials), Explikation (Auswahl von einzelnen Stellen im Material und Verständnis durch Herantragen von zusätzlichem Kontext) und Strukturierung (unter vorab festgelegten Kriterien eine Auswahl bestimmter Aspekte aus dem Material herausziehen)¹⁰⁴. Die Strukturierung ist hierbei die beste Möglichkeit, um herauszufinden, ob und wie EMMA und Missy Magazine theoretische Merkmale der zweiten oder dritten Welle in ihren Artikeln widerspiegeln, da sie das Herantragen theoriegeleiteter Kategorien an das Material erlaubt.

Die Strukturierung wird von Mayring wiederum in vier Formen unterteilt: formale Strukturierung (Herausfiltern der inneren Struktur des Textes); inhaltliche Strukturierung (Zusammenfassen von bestimmten Inhaltsbereichen); typisierende Strukturierung (Suchen von markanten Ausprägungen im Material anhand von Typisierungsdimensionen) und skalierende Strukturierung (Einschätzung des Materials aufgrund von Skalenpunkten)¹⁰⁵. Für den analysierenden Vergleich der EMMA und Missy Magazine und eine Untersuchung ihrer Ausprägung eignet sich die inhaltliche Strukturierung, da Artikel zu gleichen Inhalten aus beiden Zeitschriften gegenübergestellt werden sollen.

Um die Inhaltsanalyse präziser zu gestalten fordert Mayring im ersten Schritt zusätzlich das Festlegen von Analyseeinheiten. Die Kodiereinheit legt dabei den kleinsten Materialbestandteil, der analysiert werden kann, fest. Im Gegensatz dazu bestimmt die Kontexteinheit den größten Textteil, der unter eine Kategorie fallen kann. Die Auswertungseinheit schließlich definiert die Reihenfolge, in der das Material nacheinander ausgewertet werden soll¹⁰⁶.

¹⁰² Mayring, Gahleitner (2000), S. 295

¹⁰³ Unterteilung in 8 Schritte entnommen aus Mayring (2003), S. 84

¹⁰⁴ Mayring (2003), S. 58

¹⁰⁵ Ebd., S. 85

¹⁰⁶ Ebd., S. 53

Für die vorliegende Arbeit beträgt die Kodiereinheit immer mindestens ein Wort und die Kontexteinheit sei der gesamte herangezogene Artikel, bei themenbezogenen Dossiers maximal das gesamte Dossier. Das Material wird thematisch dem Aufbau von Teil 2 dieser Arbeit folgend ausgewertet.

2. Schritt: Theoriegeleitete Festlegung der Strukturierungsdimension

Ziel dieser Arbeit ist es, festzustellen, ob und wie EMMA und Missy Magazine durch die Theorien der zweiten und dritten Welle des Feminismus geprägt werden. Die Dimension der Strukturierung entspricht daher den ausgewählten theoretischen Grundlagen des *first* und *second wave feminism*, die im Kapitel 2 dargelegt wurden, genauer: der Theorie vom Verstärken des Konsums durch Geschlechterungleichheit aus Betty Friedans „Der Weiblichkeitswahn“, der Theorie vom Verstärken der Ungleichheit durch Mann-Frau-Beziehungen aus Alice Schwarzers „Der ‚kleine Unterschied‘ und seine großen Folgen“, der Theorie von Handarbeit als Befreiung aus patriarchischen Strukturen wie in der *radical crafting*-Bewegung sowie der Theorie vom Aufbrechen weiblicher Klischees durch ironische Brechung, wie sie etwa die Riot Grrrls betrieben.

3. Schritt: Theoriegeleitete Bestimmung der Ausprägungen und Zusammenstellung des Kategoriensystems

Aus den in Schritt zwei festgesteckten Dimensionen der Strukturierung wurden vier Themenbereiche abgeleitet, zu denen es sowohl in EMMA als auch in Missy Magazine Artikel beziehungsweise ganze Dossiers gibt. So wurden folgende Kategorien gebildet:

Gendered Marketing: Kategorie, die die anhaltende Segmentierung des Marktes nach Geschlecht aufgreift, um die Kaufkraft der Kund_innen zu erhalten, gleichsam die Verstärkung von Konsum durch Ungleichheit (theoretische Ausprägung: „Der Weiblichkeitswahn“)

Prostitution/Sexarbeit: Kategorie, die die Möglichkeit sowohl großer Ungleichheit als auch Selbstbestimmung in Mann-Frau-Beziehungen vereint (theoretische Ausprägung: „Der ‚kleine Unterschied‘ und seine großen Folgen“ und „Charakteristika des *third wave*“ - wichtig zu erwähnen ist an dieser Stelle, dass die theoretischen Ausprägungen Mann-Frau-Beziehungen thematisieren, nicht oder nicht nur explizit Prostitution. Die Kategorie dient in diesem Fall als Zuspitzung, in der Positionen deutlicher hervortreten.)

Handarbeit: Kategorie, die die unterschiedlichen Definitionen von ‚Weiblichkeit‘ und typisch weiblich konnotierten Tätigkeiten der Zweiten und Dritten Welle des Feminismus offenlegt (theoretische Ausprägung: in 2.6 beschriebene Charakteristika des *third wave*)

Mode bzw. Fashion: Kategorie, die die Kategorie ‚Handarbeit‘ und die verschiedenen Definitionen von Weiblichkeit um die ironische Brechung und das Spielen mit Klischees zB der Riot Grrrls erweitert (theoretische Ausprägung: Popkultur und *third wave*)

4. und 5. Schritt: Erster Materialdurchlauf und Fundstellenbezeichnung zur Formulierung von Definitionen, Kodierregeln und Ankerbeispielen

In Schritt 3 wurden Kategorien gebildet, die inhaltlich Artikeln aus beiden Zeitschriften zuzuordnen sind. Als unter die jeweiligen Kategorien fallend werden sämtliche Artikel definiert, die in EMMA und Missy Magazine aus dem Datensample diese Themengebiete zum Inhalt haben. Das Datensample wurde nun ein erstes Mal ausschnittsweise durchlaufen, um die festgelegten Kategorien auf ihre Wirksamkeit zu testen.

Bei Mayring dient der Kodierleitfaden zur Trennung zwischen Kategorien, „dort, wo Abgrenzungsprobleme bestehen [...] um eindeutige Zurordnungen zu ermöglichen“¹⁰⁷. Da die in dieser Arbeit gewählten Kategorien sich sehr klar voneinander unterscheiden, ist ein ausführlicher Kodierleitfaden nicht zwingend notwendig. Die Abgrenzung der einzelnen Kategorien voneinander passiert aufgrund der Artikelinhalte und ist daher auch für Außenstehende sehr leicht nachvollziehbar, in den meisten Fällen reicht schon die Überschrift, um einen Artikel einer Kategorie zuzuordnen.

Ankerbeispiele dienen als Belegexemplare für die einzelnen Kategorien, um zu zeigen, dass diese wirklich greifen. Da es sich bei den vorliegenden Kategorien um inhaltsbasierte handelt, sind viele Belege schon in den Schlagzeilen der Artikel zu finden, die diese kurz zusammenfassen. Gendered Marketing beispielsweise findet sich in folgenden Textstellen wieder: „Rosa Kleidchen, Spielzeug und jetzt das Überraschungsei für Mädchen: Die „Pinkifizierung“ greift um sich“¹⁰⁸ oder „Zum Wohle ihrer Profitraten vermüllt die Pink-Industrie kleinen Mädchen das Gehirn. Heraus kommen dämliche kleine Prinzessinnen, die nur noch eins im Kopf haben: Konsum, Konsum, Konsum.“¹⁰⁹. Die Kategorie Prostitution ist beispielhaft verankert in Textstellen wie „Gehört Prostitution abgeschafft?“¹¹⁰ oder „Auf europäischer Ebene forderten Parlament und Europarat im Februar/April mehr Hilfe für Frauen in der Prostitution.“¹¹¹ Bemerkenswert in der Kategorie Prostitution/Sexarbeit ist, dass die Ankerbeispiele aus Dossiers gezogen sind, die schon auf den Titelblättern beider Magazine mit exakt den Worten Prostitution (EMMA) und Sexarbeit (Missy Magazine) beworben werden.

¹⁰⁷ Mayring (2003), S. 83

¹⁰⁸ Grisard (2012), S. 50

¹⁰⁹ Müller (2012), S. 72

¹¹⁰ Köver, Lohaus (2014), S. 53

¹¹¹ EMMA (2014), S. 34

Für die Kategorie Handarbeit finden sich Anker in Texten wie „Wie radikal ist Handarbeit? [...] Was früher als stumpfe und dekorative „Frauenarbeit“ bei Feministinnen und Kunstkritikerinnen verpönt war, macht gerade als Crafting neue Karriere“¹¹² oder auch „Diese vier Guerilla-Strickerinnen der Gruppe ‚Incognito‘ verwandeln verhasste Hausarbeit in einen Mörderspaß“¹¹³. Die Kategorie Fashion schließlich findet sich in beispielhafter Form wieder bei „Wo Kleidung auf der einen Seite kreatives Mittel zur Selbstdarstellung ist, produziert sie auf der anderen Seite immer wieder Ausschlüsse. Menschen, die nicht als positive TrägerInnen von Markenimages taugen [...] werden modisch schlicht ignoriert“¹¹⁴ oder auch „Ich habe nie begriffen, warum man sich nicht für Feminismus und Mode gleichzeitig interessieren können soll.“¹¹⁵.

Erwähnenswert ist an dieser Stelle, dass der überwiegende Teil der Ankerbeispiele nicht aus dem Fließtext der Artikel entnommen wurde, sondern den Schlagzeilen vor dem eigentlichen Artikel entspringt. Dies verdeutlicht, dass die Kategorien inhaltlich basiert sind und die Zuordnung von Artikeln zu ihnen sehr leicht nachvollziehbar ist.

6. Schritt: Materialdurchlauf: Bearbeitung und Extraktion der Fundstellen

Das vollständige Material wurde durchlaufen. Einzelne Artikel, aber auch ganze Dossiers wurden den inhaltsbasierten Kategorien zugeordnet und notiert¹¹⁶. Für die ausführliche Analyse wurde stichprobenartig mindestens je ein Artikel pro Kategorie aus beiden Zeitschriften ausgewählt. Kriterium war hierbei, dass es sich um Artikel aus dem möglichst gleichen Zeitraum, zumindest jedoch aus demselben Jahr handeln musste, um eine Vergleichbarkeit möglich zu machen.

7. Schritt: Überarbeitung von Kategoriensystem und Kategoriendefinition

Während des vollständigen Materialdurchlaufs konnten die in Schritt 3 definierten Kategorien bestätigt und ihnen Textstellen in Form von Artikeln zugeordnet werden. Das Ziel der inhaltlichen Strukturierung, das Herausfiltern und Zusammenfassen bestimmter Themen, Aspekte oder Inhalte aus dem Material¹¹⁷ ist somit durch die Kategorien erreichbar. Textstellen (also Artikel), die sich nicht in einer der definierten Kategorien fassen lassen (also einem anderen Thema gewidmet sind), sollen nicht Teil der Untersuchung sein, um den Rahmen der Arbeit nicht zu sprengen.

¹¹² Eismann, Zobl (2010), S. 34

¹¹³ Rohlf (2010), S. 85

¹¹⁴ Missy Magazine 03/2012, S. 57

¹¹⁵ Weber (2012), S. 76

¹¹⁶ Eine vollständige Übersicht aller den Kategorien zugeordneten Artikel findet sich im Anhang.

¹¹⁷ Mayring (2003), S. 89

Eine in diesem Schritt gegebenenfalls nötige Revision der Kategorien ist in diesem Fall nicht nötig. Mit dem Vergleich konnte in einem erneuten vollständigen Materialdurchlauf begonnen werden.

8. Schritt: Ergebnisaufbereitung

Die Ergebnisse der Gegenüberstellung der Artikel von EMMA und Missy Magazine, die unter dieselbe Kategorie fallen, wurden zusammengefasst und verständlich aufbereitet.

3.2 EMMA und Missy Magazine im Vergleich

In 3.1 sowie den Unterpunkten wurde erläutert, wie die Analyse des Materials angegangen wurde. Ausgehend von den gewählten Kategorien ist das gesamte Datensample durchlaufen worden. Schließlich sind je mindestens zwei Artikel pro Kategorie zur stichprobenartigen Analyse ausgewählt worden. Im Folgenden wird die ausführliche Textanalyse dargestellt, aufgeteilt in die vier inhaltsbasierten Kategorien.

3.2.1 Kategorie Gendered Marketing

Gezogen wird der Vergleich anhand der Artikel „Die Cinderella Industrie“ von Franziska K. Müller aus EMMA 01/2012 und „Wem stinkt Pink?“, einem Interview mit *Pinkstinks*-Gründerin Stevie Schmiedel aus Missy Magazine 04/2012, geführt von Dominique Grisard. Das Kriterium, nach dem beide Artikel mindestens aus demselben Jahr stammen müssen, ist erfüllt.

Die beiden feministischen Zeitschriften nähern sich dem Thema Gendered Marketing mit verschiedenen Darstellungsformen an. „Die Cinderella Industrie“ ist ein Bericht: eine hauptsächlich informierende Darstellungsform, die aber reich an Hintergründen und Erklärungen ist¹¹⁸. Es kommen Experten in wörtlicher Rede zu Wort. „Wem stinkt Pink?“ hingegen ist ein Interview. Nach einem einleitenden Absatz und abgesehen von zwei Infokästen wird das Gespräch wiedergegeben, es handelt sich ergo um ein sogenanntes strenges Interview¹¹⁹. Interessanterweise kommen die Verfasserinnen beider Artikel aus der Schweiz. Ob es sich hierbei um einen Zufall handelt, oder ob in der Schweiz geschlechtergetrennte Märkte für Kinder ein größeres Thema als in Deutschland sind, soll an dieser Stelle nicht erörtert werden.

Nach der Überschrift beginnen beide Texte mit einer sogenannten Schlagzeile, die das Thema des Artikels vorstellt. In der EMMA steht:

¹¹⁸ Von La Roche (2010), S. 149

¹¹⁹ Ebd., S. 163

„Zum Wohle ihrer Profitraten vermüllt die Pink-Industrie den kleinen Mädchen das Gehirn. Heraus kommen dämliche kleine Prinzessinnen, die nur noch eins im Kopf haben: Konsum, Konsum, Konsum. Und sie kriegen noch nicht mal einen Prinzen!“¹²⁰

Das Missy Magazine überschreibt ihren Artikel folgendermaßen:

„Rosa Kleidchen, Spielzeug und jetzt das Überraschungsei für Mädchen: Die „Pinkifizierung“ greift um sich. Doch ist die Farbe wirklich das Problem? Stevie Schmiedel von Pinkstinks Germany hat ihr den Krieg angesagt.“¹²¹

Auffallend ist, dass beide Schlagzeilen die Farbe Pink aufgreifen, mit der in der Werbe- und Marketingindustrie vor allem Produkte für Mädchen gestaltet und beworben werden. Während die EMMA bereits in der Schlagzeile sehr kritisch mit dem Thema umgeht und durch Wörter wie „dämlich“ oder „vermüllen“ eine recht aggressive Konnotation bei der Leser_in hervorruft, stellt das Missy Magazine eine Frage in den Raum: „Ist die Farbe wirklich das Problem?“. Dennoch ist auch bei dieser Schlagzeile mit einem kritischen Artikel zu rechnen, denn es wird auch dort bereits ein Problem angesprochen. Zudem erfolgt durch den Neologismus „Pinkifizierung“, der Assoziationen zu Wörtern wie Infizierung hervorruft, ebenfalls eine negative Konnotation, wenn auch weniger aggressiv als in der EMMA.

Der Artikel von Franziska K. Müller wird eingeleitet mit einem Zitat von Disney-Manager Andy Mooney, der die Marke „Disney Princess“ ins Leben rief, unter der der Konzern seine beliebtesten Prinzessinnen gemeinsam vermarktet. Die Autorin schreibt von den enormen Profitraten, die Disney mit dem neuen Label erreiche und weist auf das globale Phänomen der Prinzessinnen-Vermarktung hin („Egal ob in New York, Hamburg oder Tokio: pinkfarbene Himmelbetten, verschnörkelte Mini-Frisierkommoden und höfische Garderoben sind heute unentbehrliche Bestandteile im Leben zahlreicher kleiner Mädchen“¹²²). Nach dieser Einleitung spricht die Autorin dann das Problem an, dass durch solche Spielsachen kleinen Mädchen nur ein wichtiger Wert eingetrichtert werde: Schönheit als das Maß aller Dinge. „Was vordergründig ein harmloser Spaß sein könnte, verbindet sich im Cinderella-Universum immer öfters [sic] mit Aktionen, die aus kleinen Mädchen potentielle Schönheitsköniginnen machen - und sonst gar nichts“¹²³, so Müller. Um die Vorliebe für Rosa zu erklären, wird der Begründer der Farbpsychologie, Max Lüscher, hinzugezogen, der sagt, Pink werde von Kindern in der Vorpupertät bevorzugt aufgrund seiner „leidenschaftslosen, spielerischen Erotik“¹²⁴.

¹²⁰ Müller (2012), S. 72

¹²¹ Grisard (2012), S. 50

¹²² Müller (2012), S. 73

¹²³ Ebd.

¹²⁴ Ebd.

Müller geht in ihrem Artikel im Weiteren auf die US-amerikanische Journalistin Peggy Orenstein ein, die aufgrund von Erfahrungen mit ihrer eigenen Tochter dem Cinderella-Phänomen ein ganzes Buch gewidmet hat.

Orensteins Position, die geschlechtergetrennte Spielzeug-Vermarktung mit dem Fokus „Prinzessin“ für die Mädchen schade deren Selbstwertgefühl nachhaltig, wird die Meinung entgegengesetzt, „das Ausleben exzessiver Rollenklischees im Vorschulalter sei normal, wenn es darum gehe, die eigene Geschlechteridentität zu festigen“¹²⁵. Daraufhin zitiert Müller jedoch sofort verschiedene Umfragen, nach denen junge Frauen mit sehr traditionellem Rollenverständnis eher zu Depressionen und Defiziten im Selbstbewusstsein neigen. Schließlich kommt die Autorin auf die Situation in Deutschland zu sprechen und stellt fest: die Botschaft vom makellosen Aussehen als Maß von Selbstwertgefühl und Beliebtheit sei bei den 9- bis 14-jährigen Mädchen komplett angekommen. Dies führe zu Konflikten zwischen Müttern und Töchtern sowie zur zunehmenden Passivität der Mädchen, so wird etwa die Frage in den Raum gestellt, „welchen Spielen Mädchen mit lackierten Fingernägeln und in bodenlangen Tüllkleidern nachgehen mögen“¹²⁶. Schließlich leitet Müller inhaltlich zurück zur enormen Auswahl an Spielsachen und dem verstärkten Konsum von Kindern, die nicht mehr als solche wahrgenommen werden, sondern bereits in jungen Jahren als Kund_innen verstanden werden. Es wird betont, dass verschiedene Expert_innen bereits ein Werbeverbot für Produkte fordern, die für Kinder unter 12 Jahren gedacht sind. Am Ende des Artikels wird noch einmal auf Disney-Manager Mooney eingegangen, der sich bereits weitere Märkte erschließt.

Das Interview im Missy Magazine beginnt mit einer Erläuterung des Themas. Anders als in der EMMA wird die Leserschaft schon im ersten Satz direkt mit Feststellungen bezüglich der in der Schlagzeile angesprochenen „Pinkifizierung“ konfrontiert: „Pinke Mode, Kosmetika und Spielsachen treiben Mädchen in Passivität und Anpassung“¹²⁷, es folgt ein kurzer Abriss über die durchaus politische Bedeutung der Farbe Rosa (von der gesonderten Kennzeichnung mit rosa Dreiecken von Homosexuellen über die Rückeroberung durch die Schwulen- und Lesbenbewegung in den 1970er Jahren) bis hin zur Gegenwart, in der die Geschlechter zwar rechtlich gleichgestellt seien, aber trotzdem könne „von einer Auflösung binärer Geschlechterdifferenz [kann] keine Rede sein, schon eher von einer Verlagerung der Schauplätze.“¹²⁸. Grisard stellt in der Einleitung fest, dass Jungen und Mädchen von Geburt an als unterschiedliche Konsument_innen angesprochen werden würden und dadurch sehr früh die bei Müller ebenfalls angesprochenen traditionellen Geschlechterrollen übernehmen.

¹²⁵ Ebd.

¹²⁶ Ebd, S. 74

¹²⁷ Grisard (2012), S. 50

¹²⁸ Ebd.

Einher mit diesem Geschlechterverständnis geht laut Grisard zudem eine „Abwertung des Femininen und Effeminierten“¹²⁹.

In einem Infokasten geht der Artikel im Missy Magazine außerdem darauf ein, dass die Geschlechterverteilung der Farben Rosa und Blau lange Zeit umgekehrt war: Rosa stand für Jungen und Blau für Mädchen, was an der christlichen Kultur lag: „In der christlichen Ikonografie trägt die Maria häufig einen hellblauen Mantel, während das Jesuskind in ein rosa Tuch gewickelt ist.“¹³⁰ Die ersten zwei Fragen des Interviews selbst zielen darauf ab, die Initiative *Pinkstinks Germany* vorzustellen sowie das Problem der „Pinkifizierung“ näher zu erläutern. Die Interviewpartnerin stellt etwa fest: „Mädchen wird überall suggeriert: Konzentriert euch auf euer Äußeres! Pink steht für modebewusst, niedlich und harmlos.“¹³¹, sie weist auch auf die Ziele ihrer Initiative hin, zu denen beispielsweise eine Petition gegen den Deutschen Werberat gehören. Im weiteren Verlauf des Interviews erklärt die Expertin außerdem, wieso kleine Mädchen von selbst zu Pink tendieren, obwohl sie im unendlichen Warenangebot auch Wahlmöglichkeiten hätten („Schon früh begegnen Kinder heute in Werbung, Fernsehen und Kinderliteratur klassischen Rollenbildern“) und dass dies aber nicht naturgegeben sei, sondern lediglich aus frühkindlicher Prägung durch das Umfeld resultiere. Zudem werden nach Auswirkungen von Make-up auf Mädchen gefragt und in der letzten Frage auch die sogenannten *Princess Boys* angesprochen: Jungen, die ebenfalls rosa Kleider und Tiaras tragen. Diese würden laut Schmiedel jedoch ebenfalls nur das traditionelle Bild bekräftigen und generell wachse auch der Schönheitszwang auf Männer, was ebenfalls nicht erstrebenswert sei.

Dass ein geschlechtergetrennter Markt vor allem der Wirtschaft nützt und die Ungleichheit zwischen den Geschlechtern verstärkt, stellte schon Betty Friedan im „Weiblichkeitswahn“ fest. Obwohl Friedan zunächst von Hausfrauen ohne eigene Erwerbsarbeit ausgeht, lassen ihre Thesen sich dennoch auf die Kategorie Gendered Marketing anwenden. So befand sie schon 1963:

„Das wahre Verbrechen, wie gewinnbringend es auch für die amerikanische Wirtschaft sein mag, ist, daß immer bedenkenloser der Rat der manipulierenden Werbepsychologen befolgt wird: „Schappt sie euch, solange sie jung sind“, [...] damit sie Dinge kaufen, ehe sie überhaupt richtige Frauen sind“¹³²

und kritisierte, dass bereits kleine Mädchen im Dienste der Absatzsteigerung zu Konsumentinnen von Produkten erzogen würden, die sie eigentlich nicht bräuchten¹³³.

¹²⁹ Ebd.

¹³⁰ Ebd.

¹³¹ Griesard (2012), S. 50

¹³² Friedan (1982), S. 152

¹³³ Ebd.

Die Autorin beschreibt damit das Problem des Gendered Marketing, welches in den dargestellten Artikeln anhand von Kinderprodukten dargestellt wird.

Im direkten Vergleich beider Artikel fällt vor allem auf, dass in der EMMA ausschließlich von den Auswirkungen des Gendered Marketings von Kinderprodukten auf Mädchen geschrieben wird, während im Missy Magazine auch auf männliche Perspektiven eingegangen wird. Es wird betont, dass die binäre Geschlechterordnung der Spielsachen auch Jungen in ihrer Freiheit einschränkt („Blumen, Herzchen, Tierchen - die dürfen Jungs nur von Weitem anschauen“¹³⁴). In der EMMA findet eine männliche Perspektive nicht statt. Der Fokus auf Frauen allein ist dabei klar als Merkmal der Zweiten Frauenbewegung zu erkennen, die Männer ausgeschlossen hatte, um freie Räume für die Entfaltung der Frauen zu ermöglichen. Diese Trennung wurde jedoch weitergeführt: „Schließlich wurde daraus ein Reformprogramm: Im Interesse einer neuen Wirklichkeit müssten zunächst die Repräsentanten der alten ausgeschlossen werden.“¹³⁵ In „Die Cinderella Industrie“ wird diese Auffassung fortgesetzt.

Beide Artikel vertreten im Grunde dieselbe Position: eine übertriebene Identifikation mit der Prinzessinnen-Welt mache kleine Mädchen passiv und bringe ihnen bei, sich primär über ihr Äußeres zu definieren. Die Spielzeugindustrie festige so die tradierten Geschlechterrollen und durch die Teilung in zwei Lager produziere sie Ausschlüsse, die den Kindern (laut EMMA den Mädchen) Möglichkeiten zur Entfaltung nehmen. Das Interview im Missy Magazine stellt dabei jedoch eine differenziertere Sichtweise dar, während in der EMMA der radikale Gleichheitsfeminismus Alice Schwarzers anklingt: die Wirtschaft im von Männern beherrschten Kapitalismus unterdrückt die Frauen und hindert sie an ihrer freien Entfaltung (siehe 2.2).

3.2.2 Kategorie Prostitution/Sexarbeit

Das Missy Magazine widmet dem Thema Sexarbeit ein ganzes Dossier in Ausgabe 01/2014, das unter dem Titel „Kein Beruf wie jeder andere“¹³⁶ auf 18 Seiten verschiedene Aspekte des Themas beleuchtet. So gibt es ein Gespräch mit drei Expertinnen (eine feministische Bloggerin, eine Soziologin und eine Sexarbeiterin), einen Kommentar über die übliche Darstellungsweise von Prostitution in den Medien, sieben Erfahrungsberichte von Männern und Frauen, die als Sexarbeiter_innen ihr Geld verdienen, ein Interview mit einer Wissenschaftlerin zum schwedischen Sexkaufverbot sowie eine Reportage über die Berliner Rotlichtszene.

¹³⁴ Griesard (2012), S. 50

¹³⁵ Gebhardt (2012), S. 152

¹³⁶ Missy Magazine 01/2014, S.53

Schon in der Schlagzeile, die das gesamte Dossier einleitet, wird im Missy Magazine auf die aktuelle Debatte um die Abschaffung von Prostitution hingewiesen und der Umstand genannt, dass in dieser Debatte die Sexarbeiter_innen selbst selten zu Wort kämen.

Die EMMA setzt sich bereits seit Jahren für ein Verbot der Prostitution in Deutschland ein und räumt dem Thema immer wieder viel Platz ein. Zum Vergleich wird in dieser Arbeit ein Dossier aus EMMA 03/2014 herangezogen, um das Kriterium der Gleichzeitigkeit zu erfüllen. In diesem finden sich Artikel zur momentanen gesetzlichen Lage von Prostitution in der EU, ein zusammenfassender Bericht über eine Informationsveranstaltung zum schwedischen Prostitutionsgesetz, eine Reportage über die Kleinstadt Puhlheim, in der es ein Billig-Bordell gibt und ein Interview mit einem Initiator von *Zerómacho*, der sich für die Abschaffung der Prostitution einsetzt, an das sich das Manifest von *Zerómacho* anschließt. Da aus Platzgründen nicht alle Beiträge aus beiden Dossiers verglichen werden können, konzentriert sich dieses Kapitel auf jeweils zwei Artikel, die inhaltlich sehr nah beieinander sind: „Schuss nach hinten“, das Interview mit Dr. Susanne Dodillet zum schwedischen Prostitutionsgesetz aus dem Missy Magazine wird verglichen mit „Der schwedische Weg“¹³⁷ aus der EMMA, zudem sollen die beiden Reportagen untersucht werden.

Das Interview mit Dr. Susanne Dodillet wurde geführt von Stefanie Lohaus und verkündet bereits in der Schlagzeile, dass die Interviewpartnerin das schwedische Modell kritisch angeht: „Das schwedische Sexkaufverbot gilt als Allheilmittel gegen Prostitution und Frauenhandel. Die Wissenschaftlerin Dr. Susanne Dodillet zweifelt die Erfolgsmeldungen der schwedischen Regierung stark an.“. Nach einer ersten einleitenden Frage zum Inhalt des schwedischen Gesetzes¹³⁸ wird das Gespräch schnell auf die Kritik an dieser Regelung gebracht. Dodillet antwortet, dass die Evaluation der Gesetzesauswirkungen „wissenschaftlich gesehen eine Katastrophe [...] durchzogen von Faktenfehlern, einseitigen Analysen und Darstellungen“¹³⁹ sei und nur dazu diene, das Gesetz zu stützen. Sie erläutert im Folgenden die problematische Grundlage der Evaluation (es wird sich zum Beispiel nur auf Straßenprostitution bezogen), dass sich durch die Gesetzgebung die Haltung in der Bevölkerung nicht grundlegend verändert habe und dass sie für Sexarbeiterinnen negative Konsequenzen bringe.

¹³⁷ Das schwedische „Gesetz zum Verbot des käuflichen Erwerbs sexueller Dienstleistungen“ sieht vor, dass das Anbieten und der Verkauf von Prostitution legal sind und lediglich der Kauf eine Straftat darstellt. Es trat 1999 in Kraft. Siehe:

<http://www.bmfsfj.de/doku/Publikationen/prostitutionsgesetz/050102.html> [13.07.2015]

¹³⁸ Lohaus (2014), S. 63

¹³⁹ Ebd.

Analog gibt es in der EMMA einen Artikel, der sich mit dem schwedischen Modell des Sexkaufverbots beschäftigt. „Der schwedische Weg“ von Chantal Louis berichtet von einer Informationsveranstaltung zu diesem Gesetz, initiiert von der schwedischen Botschaft und EMMA selbst. Der Artikel beginnt mit der Feststellung, über das Sexkaufverbot seien in Deutschland falsche Informationen und Vorstellungen in Umlauf, sodass eine Veranstaltung angeregt wurde, die Fakten entgegensetzen soll.

Sieben geladene Expert_innen aus Schweden und Deutschland diskutierten dabei das schwedische Gesetz und seine Anwendbarkeit auf Deutschland. Louis schreibt, dass sich in Schweden seit Einführung des Verbots die Haltung zur Prostitution stark gewandelt habe und dass für Schwed_innen mehrheitlich feststehe: „Prostitution ist ein Verstoß gegen die Menschenwürde“¹⁴⁰. Der Artikel berichtet, im Zuge des Gesetzes habe sich die Straßenprostitution markant verringert und beschreibt, wie Kriminalkommissar_innen das Verbot in der Praxis umsetzen. Es wird der Vergleich mit Deutschland gezogen, wo Prostitution sich „in einem vollständig unüberschaubaren Graubereich abspielt“¹⁴¹ und die Strafverfolgung etwa im Bereich Menschenhandel nahezu unmöglich sei. In Schweden hingegen habe das Gesetz dazu geführt, dass Freier sich abgeschreckt fühlen und dass das Land weniger attraktiv für Menschenhandel wurde. Louis beendet ihren Bericht mit einem kritischen Bezug auf die Berichterstattung über dieselbe Veranstaltung in der *taz*, die „Sexualität für eine Dienstleistung und Frauenkörper für verkäuflich hält“¹⁴² und dem Hinweis, dass sich auch in Deutschland immer mehr Männer und Frauen eine Gesellschaft nach schwedischem Vorbild wünschen würden.

Anhand dieser zwei Artikel lassen sich sehr gut verschiedene Positionen der beiden Zeitschriften herausarbeiten. Am auffälligsten ist zunächst die Wortwahl: wo die EMMA von Prostitution und Prostituierten schreibt, geht es im Missy Magazine um Sexarbeit und Sexarbeiter_innen, Begriffe die die EMMA klar ablehnt: „wer von Sexarbeiterinnen und Sexindustrie spricht, der ist wohl endgültig im Kapitalismus angekommen. Und in dem geht es eben nur noch ums Geschäft, ums Kaufen und Verkaufen“¹⁴³. Während die EMMA die schwedische Gesetzgebung durchweg positiv hervorhebt, passiert beim Missy Magazine das Gegenteil. Eine ausgewogene Berichterstattung, die Vor- und Nachteile benennt, ist in beiden Publikationen nicht zu finden. Das Missy Magazine bezieht sich im Gegensatz zur EMMA jedoch direkt auf Sexarbeiter_innen, wie der folgende Vergleich der beiden den Dossiers zugehörigen Reportagen zeigen wird.

¹⁴⁰ Louis (2014), S. 37

¹⁴¹ Ebd., S. 38 ff.

¹⁴² Ebd, S. 39

¹⁴³ Ebd.

Unter dem Titel „Ausflug in die Tabuzone“ schreibt im Missy Magazine Katrin Gottschalk über ihre Erfahrungen mit einer Sexarbeiterin aus Berlin, während in der EMMA Alexandra Eul mit ihrer Reportage „Zum Beispiel Puhlheim“ zu lesen ist.

Gottschalks Artikel wird überschrieben mit den Worten „Von Bordellen haben alle Bilder im Kopf. Doch wie sehen diese Orte aus, an denen Frauen Sex gegen Geld anbieten? Unterwegs im Berliner Rotlicht mit einer bulgarischen Sexarbeiterin“¹⁴⁴. Der Gegenpart in der EMMA dagegen hat keine Schlagzeile.

„Ausflug in die Tabuzone“ beginnt mit der Beschreibung eines Bordells in Berlin Wilmersdorf, wo die Autorin sich mit einer Sexarbeiterin namens Milena verabredet hat. Diese war in die Öffentlichkeit getreten, um bei einer Präsentation von Alice Schwarzers Buch „Prostitution - ein deutscher Skandal“ gegen die Darstellung von Prostituierten als Opfer zu protestieren. Milena wird in Bezug auf Alice Schwarzer zitiert mit den Worten: „Ich brauche niemanden, der für mich entscheidet - schon gar nicht diese Frau!“¹⁴⁵ Im Folgenden beschreibt die Reportage, wie die Bulgarin zur Sexarbeiterin wurde, entgegen den gängigen Klischees freiwillig und selbstbestimmt, und die geradezu herzliche Atmosphäre im Bordell. Gottschalk berichtet auch vom Engagement der Protagonistin für Tierschutz und von ihrem Vorhaben, Informationen für Sinti- und Romafrauen über Prostitution online verfügbar zu machen. Außerdem besucht die Autorin eine Sozialarbeiterin, die nach dem Prinzip „Aufklärung statt Stigmatisierung“¹⁴⁶ mit Sexarbeiter_innen arbeitet und die die „Vermischung von Zwangsprostitution mit Sexarbeit als unsachgemäß“¹⁴⁷ bezeichnet. Im weiteren Verlauf der Reportage wird darüber berichtet, dass Protagonistin Milena ihre Arbeit nicht als Unterdrückung, sondern als Emanzipation empfinde¹⁴⁸ und dass bei Polizeikontrollen nach Zwangsprostitution viele Beamte gar nicht wüssten, wonach und wo sie genau suchen müssten. Gottschalk betont jedoch, Orte wie Milenas Arbeitsplatz mit familiärer Atmosphäre und freiwilligen Arbeiter_innen seien nicht alles: „Diese Orte sind nur ein Ausschnitt und können nicht für die ganze Welt der Prostitution herhalten. Sie sind aber in jedem Fall eine Realität, die mit zunehmend lauter Stimme ihre Anerkennung fordert“¹⁴⁹ Die Reportage schließt mit der Feststellung, Milena fühle sich in ihrer Arbeitswelt sehr wohl.

Im Gegensatz dazu beschreibt Alexandra Eul in „Zum Beispiel Pulheim“ eine gänzlich andere Realität. Die Reportage beginnt mit einer Beschreibung der Stadt auf der Landkarte sowie mit allgemeinen Fakten über die Größe, Bevölkerung und politische Situation im

¹⁴⁴ Gottschalk (2014), S. 65

¹⁴⁵ Ebd., S. 67

¹⁴⁶ Ebd., S. 68

¹⁴⁷ Ebd.

¹⁴⁸ Ebd., S. 69

¹⁴⁹ Ebd., S. 70

Stadtrat, um dann auf die Existenz eines „Billig-Puffs“¹⁵⁰ im Industriegebiet der Stadt zu sprechen kommen.

Die Autorin beschreibt das Kleinstädtidyll, das im Industriegebiet jedoch ins Gegenteil verkehrt wird: „Am Ende der Straße steht ein umzäunter Klotz in Bonbonrosa, mit gusseisernem Tor inklusive Sichtschutz. An der Tür steht in Neonpink auf knallblauem Hintergrund „Pauschalclub Paradiso“. Das ist Pulheim, wie es sich nicht so gerne zeigt.“¹⁵¹ Danach kommt Eul wieder auf die Stadtmitte zu sprechen und berichtet etwa von Initiativen, die die Einkaufsstraße Pulheims durch Blumenbeete attraktiver machen soll. Über das gesellschaftliche Engagement wird übergeleitet zu dem für den Rhein-Kreis sehr wichtigen Karneval und die Karnevalsverbände der Stadt. Eul berichtet, wie 2013 der Karnevalsprinz Hermann Müller, Immobilienmanager des Großbordells *Pascha* in Köln, alle Vereinskumpanen in eine Tabledance-Bar einlud. Im Folgenden wird berichtet, wie sich in Internetforen die Freier über das Pulheimer Bordell austauschen und dass Lokalpolitiker angeblich nichts davon wüssten. Ohne genaue Zahlen zu kennen, wird die Vermutung aufgestellt, die Stadt nähme über das Grundstücksmanagement sowie die „Vergnügungsstättensteuer“ durch das Bordell ebenfalls Geld ein. Die Reportage schließt mit den Worten: „Fahren Sie mal in die nächste Kleinstadt. Halten sie diesmal ausnahmsweise an. Und gucken Sie nicht weg.“¹⁵²

Beide Publikationen haben in ihre Dossiers neben Interviews und Berichten jeweils eine Reportage einfließen lassen, die die präsentierten Fakten um beschreibende Elemente ergänzen. Durch den dramaturgischen Aufbau dieser Darstellungsform sind sie beide gut zu lesen und schildern Eindrücke, die die Dossiers um emotionale Bilder ergänzen. Anhand der gewählten Gegenstände lassen sich die Haltungen von EMMA und Missy Magazine zum kontroversen und komplexen Thema Prostitution/Sexarbeit sehr gut darstellen. Das Missy Magazine setzt auf das durchweg positive Beispiel einer selbstbestimmten Frau, die ihre Kolleginnen und auch Chefinnen definiert als „ist schließlich alles Familie“¹⁵³ und die ihre Arbeit genießt: „Die Männer sind alle unterschiedlich: Es gibt Lehrer, Politiker, Mechaniker. Es ist, als ob du verschiedene Bücher liest.“¹⁵⁴ Durch die ausführliche Beschreibung des oben erwähnten familiären Miteinanders im Bordell eröffnet die Reportage eine differenziertere Sichtweise auf die Sexarbeit und macht die Menschen dahinter sichtbar. Ganz im Gegensatz dazu steht „Zum Beispiel Pulheim“ für eine besonders kritische Auseinandersetzung mit dem Thema, bei der auf Zwangsprostitution und Ausbeutung der

¹⁵⁰ Eul (2014), S. 40

¹⁵¹ Ebd., S. 41 f.

¹⁵² Ebd., S. 45

¹⁵³ Gottschalk (2014), S. 69

¹⁵⁴ Ebd., S. 70

Frauen genauso aufmerksam gemacht wird wie auf die Verflechtungen des Bordells mit der lokalen Politik.

Durch das Gegenüberstellen von geregelter Kleinstadtleben mit dem Betreiben eines Billig-Bordells („Zwischen den Blumenbeeten [im Stadtzentrum, M.W.] und dem gusseisernen Tor vor dem Pauschalclub Paradiso liegen weniger als zwei Kilometer“¹⁵⁵) zeigt die Reportage die Dichotomie zwischen der als heile Welt dargestellten Bürgerlichkeit und dem Elend im Pauschalclub auf. Ein Elend, das jedoch von der Autorin automatisch vorausgesetzt wird, denn es kommen keine Prostituierten zu Wort, die selbst über ihre Situation berichten. Bis auf einen Anruf im Bordell, um sich nach Preisen zu erkundigen, bietet der Artikel nur eine externe Sicht auf die eigentlich Betroffenen, die Prostituierten. Während im Missy Magazine die titelgebende Tabuzone größtenteils sehr positiv, teilweise übertrieben anheimelnd beschrieben wird („Oft sind langjährige Kunden wie gute Freunde für sie, die mal mit dem Auto oder bei Rechtsfragen aushelfen. Milena bezeichnet dieses Netzwerk zwischen SexarbeiterInnen und KundInnen als eine große Familie.“¹⁵⁶), finden sich in der EMMA durchweg negative Beschreibungen. Bemerkenswert ist dabei, dass Gottschalk im Missy Magazine immerhin auf die Existenz anderer, negativer Realitäten im Gewerbe Prostitution hinweist, während in der EMMA ein Hinweis auf selbstbestimmte Sexarbeiter_innen und die wichtige Differenzierung von Ausbeutung, Zwangsprostitution und selbstbestimmter Arbeit fehlt.

In der Kategorie Prostitution/Sexarbeit zeigen sich bisher die größten Unterschiede zwischen den Zeitschriften. Beide versuchen, ihre jeweilige Agenda zu vertreten: die EMMA arbeitet auf ein Verbot des Sexkaufs nach schwedischem Modell hin, während das Missy Magazine vor allem versucht, das Bild von Sexarbeiter_innen auszudifferenzieren. So wird in „Der schwedische Weg“ eine Sozialarbeiterin mit den Worten „In Schweden sind die Frauen Opfer - in Deutschland sind sie Konsumartikel“¹⁵⁷ zitiert, was den Schluss ermöglicht, außerhalb dieser Zuordnung gäbe es nichts und man solle sich am schwedischen Modell orientieren - eine Definition von Frauen per se als Opfer, der nicht nur die Protagonistin von Katrin Gottschalks Reportage widerspricht sondern die auch den Ermächtigungsvorstellungen des *third wave feminism* oder den Thesen Naomi Wolfs diametral gegenübersteht (dargelegt in Kapitel 2.5 bis 2.8). Anhand der Berichterstattung über das schwedische Sexkaufverbot in den beiden Zeitschriften zeigt sich, dass nicht nur in der EMMA, sondern auch im Missy Magazine undifferenziert berichtet wird.

¹⁵⁵ Eul (2014), S. 42

¹⁵⁶ Gottschalk (2014), S. 67

¹⁵⁷ Louis (2014), S. 39

So thematisiert „Schuss nach hinten“ ausschließlich die negativen Auswirkungen des Gesetzes beziehungsweise die Bereiche, in denen es nicht greift, ohne die positiven Auswirkungen etwa auf Wohnungsprostitution zu beschreiben, wie es die EMMA tut.

Dort wird im Gegensatz das schwedische Modell nur positiv beschrieben, ohne auf negative Konsequenzen einzugehen. Beide Publikationen berichten in puncto Prostitutionsgesetz nicht objektiv.

Der radikale Gleichheitsfeminismus der Zweiten Welle ist in der EMMA auch in diesen zwei ausgewählten Artikeln zu finden. Die in „Zum Beispiel Pulheim“ dargelegte Haltung, Prostitution bedeute zwangsläufig Elend für Frauen, findet sich bereits in „Der ‚kleine Unterschied‘ und seine großen Folgen“: „Ihre größere soziale Verletzlichkeit prädestiniert die geächtete Prostituierte mehr noch als jede andere Frau für die wehrlose Ausbeutung und die zwanghafte Anpassung an die geltenden Normen.“¹⁵⁸ Ähnlich verhält es sich mit der Forderung nach einem Sexkaufverbot, da Prostitution als Verstoß gegen die Menschenwürde zu sehen sei (siehe oben), eine Haltung, die der „Kleine Unterschied“ ebenfalls vorwegnahm:

„Prostitution ist [...] auch der Ausdruck des Objektstatus aller Frauen: Männer sind so pervertiert, dass ihnen der Gedanke, sich das Recht auf einen menschlichen Körper kaufen zu können nicht einmal obszön zu sein scheint, sondern selbstverständlich.“¹⁵⁹

Diese These Schwarzers ist immer noch prägend für die gesamte Zeitschrift, zu diesem Schluss kommt auch die umfangreiche Untersuchung der Publikation durch die Medienwissenschaftlerin Kütthe: „Prostitution, Pornographie und Gewalt werden von EMMA als Machtmittel zur Unterdrückung von Frauen aufgefasst. Bei der Behandlung dieser Themen betont EMMA, dass Frauen die Opfer von Männern seien.“¹⁶⁰

Im Missy Magazine hingegen finden sich auch in der Kategorie Prostitution/Sexarbeit Charakteristika des Dritte Welle Feminismus. Dass die Zeitschrift „maßgeblich von sogenannten sexpositiven feministischen Ansätzen beeinflusst“¹⁶¹ ist, zeigt sich unter anderem in der positiv-emanzipatorischen Darstellung von Sexarbeit in der analysierten Reportage, die dem Grundsatz der Zeitschrift folgt, dass „jede Form von Sexualität [...] erlaubt und lustspendend ist - solange sie im Einverständnis aller Beteiligten stattfindet“¹⁶² Dies erklärt auch die in den analysierten Artikeln deutlich vorgenommene Unterscheidung zwischen freiwilliger Sexarbeit und Zwangsprostitution.

¹⁵⁸ Schwarzer (1997), S.93

¹⁵⁹ Ebd., S. 94

¹⁶⁰ Kütthe (2005), S. 272

¹⁶¹ Eismann, Köver, Lohaus (2012), S.53

¹⁶² Ebd.

Aus ihren jeweiligen feministischen Ansprüchen heraus entwickeln beide Publikationen in der untersuchten Kategorie zwei gänzlich verschiedene Haltungen.

3.2.3 Kategorie Handarbeit

EMMA und Missy Magazine werden in dieser Kategorie verglichen anhand von zwei Artikeln aus dem Jahr 2010, womit das Kriterium der Gleichzeitigkeit erfüllt sei. Es handelt sich um einen Bericht aus Missy 02/2010 von Sonja Eismann und Elke Zobl namens „Wie radikal ist Handarbeit?“ einer- und einen Artikel von Sabine Rohlf aus EMMA 04/2010 („An die Nadeln!“) andererseits. Der Artikel aus dem Missy Magazine ist Teil eines ganzen Dossiers über Do It Yourself aus dieser Ausgabe, das neben dem ausgewählten Bericht ein Interview mit Volkswirtin Friederike Habermann sowie Portraits und Anleitungen von verschiedenen Bastel-Zirkeln umfasst. Da es in der EMMA kein vergleichbares Dossier gibt, wurde sich anhand von Kriterien wie ähnliche Länge und möglichst ähnliche Darstellungsform für „Wie radikal ist Handarbeit?“ entschieden.

Eismann und Zobl beginnen ihren Artikel mit der Feststellung, dass kreative Handarbeit (englisch: *crafting*) in feministischen und politischen Gruppen wieder an Bedeutung gewonnen hätte, die damit einerseits sich selbst künstlerisch ausleben wollten, andererseits aber auch politischen Protest ausdrückten, „beispielsweise gegen Überproduktion und unmenschliche Arbeitsbedingungen“¹⁶³. Im weiteren Textverlauf wird darauf hingewiesen, dass schon während der Zweiten Welle Feminist_innen Handarbeitstechniken in etablierten Kunsträumen eingesetzt hätten, um auf Ungleichheit aufmerksam zu machen. Die Autorinnen beschreiben den Wandel, den die Produktion etwa von Kleidung durch Handarbeit durchlebt hat: während für frühere Generationen die Handarbeit noch ökonomisch wie gesellschaftlich vorgeschrieben war, ist „die Eigenproduktion von Kleidung [...] im Zeitalter globalisierter Massenproduktion fast immer teurer, als beim Discounter von der Stange zu kaufen“¹⁶⁴. Darauf folgt ein kurzer historischer Abriss über die Do It Yourself-Kultur von ihren Ursprüngen in gegenkulturellen Strömungen der 1960er Jahre über ein erneutes Aufleben in der *Riot Grrrl*-Bewegung bis zur Gegenwart, in der die sogenannten *Craftistas* „alternativ produzierte Mode, Literatur und Musik“¹⁶⁵ kommerziellen Gütern vorziehen.

¹⁶³ Eismann, Zobl (2010), S. 34

¹⁶⁴ Ebd.

¹⁶⁵ Ebd., S. 35

Dabei wird Handarbeit „nicht als individualistisches, dekoratives Hobby verstanden, sondern als Vernetzungswerkzeug, mit dem auf ungewöhnliche Weise (sozial-) politische Anliegen ausgedrückt und öffentlich verhandelt werden“¹⁶⁶.

Nach einigen positiven Beispielen gehen die Autorinnen jedoch auch kritisch mit der *Crafting*-Bewegung um und bemängeln etwa die oftmals schleichende Selbstausbeutung, um unabhängig vom Mainstream-Konsum zu bleiben, sowie dass dieses Sich-Unabhängig-Machen ohnehin ein Luxus sei, für den man Ressourcen wie Geld und Zeit benötige, auf die nicht jede_r zurückgreifen könne. Die Frage nach dem feministischen Potenzial der Handarbeit wird ambivalent beantwortet: einerseits sei es ermächtigend, andererseits wird bemängelt:

„Wo aber das Erzeugen von schnieken Häkelarmbändern mit Totenkopf-Motiven schon als revolutionär verstanden wird, muss man eher von einer inhaltsleeren Rhetorik eines handgemachten ‚Radical Chic‘ sprechen.“¹⁶⁷

„An die Nadeln!“ von Sabine Rohlf beschreibt, ausgehend von einem erfolgreichen Nähcafé in Berlin Kreuzberg, wie sich immer mehr Frauen aller Altersklassen wieder der Handarbeit zuwenden um unabhängig von der Massenproduktion zu sein, und geht auf daraus resultierende erfolgreiche Geschäftsmodelle wie das Nähcafé, Stoffläden oder auch die Münchner Zeitschrift „Cut“ ein. Sie lässt auch Hollywoodgrößen wie Madonna und Julia Roberts nicht unerwähnt, die sich dem Do It Yourself-Trend mittlerweile angeschlossen hätten. Ausgehend davon berichtet auch Rohlf von politisch motivierter Handarbeit aus dem angloamerikanischen Raum und geht auf die Prägung durch die *Riot Grrrls* ein. „An die Nadeln!“ sieht *Crafting* im deutschsprachigen Raum jedoch eher in der Nähe der Kunst, während die „dezidiert aktivistische Verschränkung von Handarbeit und Politik [...] im politischen und sozialen Klima der USA entstanden“¹⁶⁸ sei. Im weiteren Textverlauf schreibt die Autorin vom „DIY-Trend [...] als Einspruch gegen die globalisierte Massenproduktion“¹⁶⁹, aber auch davon, dass Handarbeit sich zurückverfolgen ließe zur Zweiten Frauenbewegung und noch weiter, beispielsweise zur Französischen Revolution. Dadurch kommt Rohlf zum Schluss, Handarbeiten seien zentral für das weibliche Selbstverständnis gewesen¹⁷⁰. Der Artikel schließt mit der Feststellung, Handarbeit als Widerstand gegen den Mainstream sei keineswegs neu, erlange aber durch billige Massenproduktion von Kleidung in den Sweatshops der Entwicklungsländer wieder an Aktualität.

¹⁶⁶ Ebd.

¹⁶⁷ Ebd., S. 36

¹⁶⁸ Rohlf (2010), S. 87

¹⁶⁹ Ebd.

¹⁷⁰ Ebd., S. 88

Oberflächlich betrachtet sind sich die beiden dargestellten Artikel ausgesprochen ähnlich, so stellen sie beide den historischen Bezug zur Zweiten Frauenbewegung her und erwähnen sogar die gleichen *Crafting*-Clubs wie die us-amerikanischen „*Knitters against Bush*“ oder das Kreuzberger Kollektiv „*Stitch'n'Bitch*“.

Während das Missy Magazine jedoch explizit die Frage nach dem feministischen Potenzial der Handarbeit stellt und die Hintergründe kritische beleuchtet („Alles ganz herrlich emanzipatorisch also? Leider nicht ganz.“¹⁷¹), berichtet die EMMA gänzlich unkritisch über das Phänomen. Bemerkenswert ist auch, dass im Missy Magazine erneut die männliche Beteiligung zumindest angesprochen wird:

„Ja, es gibt schon eine Handvoll männlicher Stricker [...]. Aber müssten die Freuden der emanzipatorischen, niederschweligen und politisch radikal einsetzbaren Kreativität jenseits von traditionellen Gender-Zuschreibungen nicht auch für alle Männer interessant sein? Wir denken schon.“¹⁷²

„An die Nadeln!“ handelt im Gegensatz dazu wieder ausschließlich von Frauen. Das angesprochene „weibliche Selbstverständnis“ der Handarbeit scheint die Männer, zumindest in der EMMA, immer noch auszuschließen. Anhand der dargestellten Artikel ist es dennoch nicht sehr eindeutig, beide Zeitschriften voneinander abzugrenzen. Das „Anliegen, sich eigene Räume und Ausdrucksweisen mittels des D.I.Y.-Prinzips zu verschaffen“¹⁷³ kommt in beiden Zeitschriften zum Tragen und lässt sich auch nicht klar der Zweiten oder Dritten Welle zuordnen, da es bereits der Zweiten Frauenbewegung ein Anliegen war, neue Räume für Aktivismus zu erschließen. Als einziges Distinktionsmerkmal lässt sich deshalb festhalten, dass das Missy Magazine erneut auch eine männliche Perspektive berücksichtigt und männliche Beteiligung geradezu fordert, während EMMA nur von Frauen und für Frauen schreibt, was für die Zweite Welle des Feminismus steht, wie in 3.2.1 dargelegt wurde.

3.2.4 Kategorie Mode

Der Vergleich von EMMA und Missy Magazine wird gezogen anhand zweier Artikel aus dem Jahr 2012: „Nie lächerlich, immer sexy!“ von Bettina Weber aus EMMA 01/2012 und „Fatkini Kill“ von Katja Peglow, erschienen in Missy Magazine 03/2012. Beim aus der EMMA gewählten Artikel handelt es sich um die erste von insgesamt vier Mode-Kolumnen, die Weber für die EMMA im Jahr 2012 schrieb.

¹⁷¹ Eismann, Zobl (2010), S. 36

¹⁷² Ebd.

¹⁷³ Ginsbach (2014), S. 356

„Fatkini Kill“ ist Teil eines Dossiers aus dem Missy Magazine, bei dem es um Menschen geht, „die in der westlichen Modeindustrie keinen Platz haben“¹⁷⁴. Es sind diese Texte ausgewählt worden, weil sie sich beide mit Körper- beziehungsweise Frauenbildern in der Modeindustrie befassen.

Weber beginnt ihre Kolumne mit der Aussage, für sie schließe entgegen der gängigen Klischees ein Interesse für Feminismus auf keinen Fall ein Interesse für Mode aus, denn: „Mode sagt viel über den Zeitgeist und damit auch über das herrschende Frauenbild.“¹⁷⁵ Nach dieser Feststellung leitet sie über zu den zweimal jährlich stattfindenden Prêt-à-porter-Schauen in Mailand und Paris, um einen erheblichen Unterschied zwischen beiden festzustellen. Während in Mailand Frauen auf Klischees reduziert würden („entweder Hure oder Heilige, Girlie oder Vamp, Rock Chic oder Gouvernante. [...] Und natürlich geht es immer darum, dass die Frauen irgendwie sexy sein müssen.“¹⁷⁶), was Weber auf die „Berlusconisierung“, eine rückwärtsgewandte Reduzierung und Sexualisierung von Frauen des Landes zurückführt, sei Frankreich in Bezug auf Mode deutlich subtiler. Weber verknüpft dies mit dem französischen Frauenbild und der Tatsache, dass Frankreich sowohl die höchste Geburtenrate als auch eine Quote von beinahe 100% berufstätiger Mütter in Europa hat: „Französische Modemacher müssen diesen Frauen etwas bieten.“¹⁷⁷ Im weiteren Textverlauf weist die Autorin darauf hin, dass dies auch damit zu tun habe, dass mittlerweile mehr Frauen bei großen Modemarken den Ton angäben. Als Beispiele werden im Anschluss Stella McCartney oder die Chefdesignerin des Labels *Céline*, Phoebe Philo, genannt sowie deren Entwürfe analysiert. Weber kommt zu dem Schluss, die minimalistische, feminine Mode dieser Designerinnen trage die Botschaft nach außen, „diese Frauen mögen Mode, mögen ihre Weiblichkeit, aber sie stehen mit beiden Beinen auf dem Boden“¹⁷⁸.

„Fatkini Kill“ aus dem Missy Magazine nähert sich dem Thema Frauen- und Körperbilder unter einem anderen Gesichtspunkt an: der Artikel kritisiert den von Medien propagierten Wahn nach einer perfekten „Bikinifigur“ und setzt positive Beispiele von selbstbewussten Plus-Size-Bloggerinnen dagegen, die sich gegen das Diktat wehren. Der Artikel beginnt mit der Feststellung, in Frauenzeit- und Boulevardzeitschriften werde die Bikinisaison als Großereignis des Jahres inszeniert. „Nirgendwo macht sich die Dressur des weiblichen Körpers in unserer Gesellschaft so bemerkbar, wie in der permanenten Beschwörung des Bikinifigur-Ideals.“¹⁷⁹, so Peglow.

¹⁷⁴ Missy Magazine 03/2012, S.57

¹⁷⁵ Weber (2012), S. 76

¹⁷⁶ Ebd.

¹⁷⁷ Ebd.

¹⁷⁸ Ebd., S. 77

¹⁷⁹ Peglow (2012), S. 66

Es folgt das positive Gegenbeispiel der US-amerikanischen Bloggerin Gabi Gregg, die trotz Übergröße ein Foto von sich im Bikini ins Netz stellte und damit ein enormes Medienecho auslöste:

„Die Öffentlichkeit wusste gar nicht, worüber sie sich zuerst aufregen sollte: über den Anblick von so viel unretouchiertem, nacktem Frauenfleisch (noch dazu in knappen Zweiteilern!) oder an der Tatsache [sic], dass sich auch Dicke modisch kleiden wollen“¹⁸⁰,

was den herrschenden Zeitgeist kritisch hinterfragt. Der Artikel nennt danach noch weitere Beispiele erfolgreicher Modeexpertinnen in großen Größen und stellt aber fest, dass Modebewusstsein in der Gesellschaft generell noch immer mit Dünn-Sein assoziiert werde.

„Nie lächerlich, immer sexy!“ greift interessanterweise die klassische ironische Brechung von Kleidercodes, die die *Riot Grrrls* berühmt gemacht haben und die auch in dieser Arbeit als typisches Merkmal des *third wave feminism* dargestellt wurde, auf:

„Sie [Phoebe Philo, M.W.] steckte die Frauen in hippiesk angehauchte Kleidchen, verspielt sah das aus und unbekümmert, dazu kombinierte sie aber Schuhe mit derben Sohlen oder Plateaus, und die Botschaft konnte durchaus so verstanden werden: Diese Frauen [...] brauchen keinen Beschützer“¹⁸¹

Folglich arbeitet die EMMA an dieser Stelle mit Elementen der Dritten Welle und bricht mit dem Klischee, Feminist_innen seien an Mode nicht interessiert oder hätten keinen Spaß daran.

In diesem Sinne agiert auch der untersuchte Artikel im Missy Magazine in der *Riot Grrrl*-Tradition, da das Posieren in Bademode von Plus-Size-Frauen ein Statement gegen den angesprochenen Bikinifigur-Wahn ist und zudem Raum für Frauen jenseits der Size-Zero-Grenze öffnet. Bloggerinnen wie Gabi Gregg brechen mit Rollenklischees ganz im Stil von *Grrrls* wie Courtney Love (siehe 2.7). Sowohl EMMA als auch Missy Magazine bedienen in den dargestellten Artikeln typische Charakteristika der Dritten Welle.

¹⁸⁰ Ebd.

¹⁸¹ Weber (2012), S.77

4. Schlussbetrachtung

In 1. und 2. wurde dargelegt, wie die Zweite und Dritte Welle des Feminismus entstanden und in den Kontext dieser Entstehungsgeschichte wurden die Gründungen der zwei feministischen Publikationen EMMA und Missy Magazine gesetzt. Es ist des Weiteren beschrieben worden, durch welche Theorien beide Zeitschriften beispielhaft beeinflusst sind. Mithilfe der Inhaltsanalyse nach Philipp Mayring wurden ausgewählte themengleicher Artikel beider Zeitschriften im Vergleich analysiert, die Inhalte zum Thema haben, welche mit der in 2. beschriebenen Entwicklungen des Feminismus korrelieren. Darauf aufbauend wird dieses Schlusskapitel ein Fazit der Arbeit ziehen sowie einen kritischen Ausblick geben.

EMMA und Missy Magazine vertreten aufgrund ihrer Orientierung an der Zweiten beziehungsweise Dritten Welle des Feminismus zu gleichen Themen verschiedene feministische Standpunkte, so die Ausgangsthese der vorliegenden Arbeit. Nach der durchgeführten Analyse lässt sich jedoch schlussfolgern: eine eindeutige Abgrenzung der beiden Zeitschriften voneinander anhand der Merkmale der Wellen lässt sich nur in der untersuchten Kategorie Prostitution/Sexarbeit feststellen. Während in der Kategorie Gendered Marketing der radikale Gleichheitsfeminismus der Zweiten Welle in der EMMA zwar anklingt und dadurch eine Unterscheidung, wenn auch weniger eindeutig als in Bezug auf Prostitution, möglich macht, ist in den Kategorien Handarbeit und Mode kaum eine Differenzierung anhand der angelegten Kriterien möglich. So finden sich in der EMMA im analysierten Artikel der Kategorie Mode sogar Charakteristika der Dritten Welle, genau wie im Missy Magazine. Einziges wiederkehrendes und zuverlässiges Distinktionsmerkmal ist die größere Differenzierung, die im Missy Magazine vorgenommen wird, während in der EMMA Artikel plakativer, weniger nuanciert sind. Zudem wird im Missy Magazine stets versucht, männliche Perspektiven aufzuzeigen, während in der EMMA im Stil der Zweiten Frauenbewegung nur die weibliche Perspektive beleuchtet wird.

Es kann daher festgehalten werden, dass sich einige Charakteristika der Zweiten und Dritten Welle in den ausgewählten Artikeln abzeichnen und die Zeitschriften so klar zuzuordnen sind, während in anderen die Merkmale verwischen oder auch von beiden Zeitschriften übernommen werden. Es muss sich natürlich vor Augen gehalten werden, dass die Zweite Welle des Feminismus gut vierzig Jahre zurückliegt und daher Charakteristika, die zu Beginn wichtig und nötig waren, mittlerweile in den Hintergrund getreten sein können und dass EMMA seit ihrer Gründung ebenso modernisiert wurde. Die Wellen lassen sich in der Theorie klar voneinander abgrenzen, doch gilt dies nicht zwangsläufig auch für die untersuchten Zeitschriften, welche im Rahmen ihrer Möglichkeiten mit der Zeit gehen.

Treffender als die Unterscheidung der Publikationen anhand der Wellen wäre wohl die Unterscheidung anhand des vorherrschenden Frauenbildes: während EMMA die Frauen tendenziell in der Position der Opfer sieht, versucht das Missy Magazine verstärkt, positive Beispiele entgegenzusetzen, etwa in den Kategorien Prostitution/Sexarbeit, Mode oder Gendered Marketing. Der Popfeminismus des Missy Magazine macht zudem auf Auswirkungen von Geschlechtertrennung auf Männer ebenfalls aufmerksam. Hier wäre eine qualitative Untersuchung der vorherrschenden Frauenbilder im Pop- und im Gleichheitsfeminismus sicher aufschlussreich. Ebenfalls interessant wäre eine quantifizierende Untersuchung beider Publikationen zur Ergänzung dieser Arbeit, um die stichprobenartig ausgewählten Beispielartikel zu unterstützen.

Die Unterteilung in Wellen der Bewegung ist, obwohl historisch sinnvoll, dennoch nicht immer ganz hilfreich. Von daher lässt sich auch in dieser Arbeit ein Widerspruch nicht vermeiden: es wurde versucht, die beiden Zeitschriften EMMA und Missy Magazine in das relativ starre Konstrukt der Zweiten beziehungsweise Dritten Welle einzupassen und teilweise passen die vertretenen Positionen sehr gut in dieses Gerüst. Trotzdem auftretende Überschneidungen und Ausbrüche lassen sich mit der schlichten Tatsache erklären, dass es „den Feminismus“ als solchen nicht wirklich gibt und auch nie gegeben hat, da stets auch innerhalb der Bewegung gegenläufige Positionen vertreten wurden. Somit gibt es auch „die“ Zweite oder Dritte Welle, trotz einiger allgemeingültiger Kriterien, nur bis zu einem gewissen Punkt und EMMA und Missy Magazine lassen sich ihnen nur bis zu einem gewissen Punkt zuordnen. Der Rest bleibt Ermessensspielraum.

Literatur- und Quellenverzeichnis

Literatur

Dünnebier, Anna; **von Paczensky**, Gert (1999): Das bewegte Leben der Alice Schwarzer. Die Biographie. München.

Eismann, Sonja; **Köver**, Chris; **Lohaus**, Stefanie (2012): 100 Seiten Popfeminismus. Das Missy Magazine als Dritte-Welle-Praxis. In: **Villa**, Paula-Irene et al. (2012): Banale Kämpfe. Perspektiven auf Populärkultur und Geschlecht. Wiesbaden, S. 39-55.

Friedan, Betty (1982): Der Weiblichkeitswahn oder: Die Selbstbefreiung der Frau. Ein Emanzipationskonzept. Reinbek bei Hamburg.

Gebhardt, Miriam (2012): Alice im Niemandsland. Wie die deutsche Frauenbewegung die Frauen verlor. München.

Ginsbach, Christian (2014): *Riot Grrrls*. Punk-Rock-Feminismus und D.I.Y.-Kultur. In: Feminismus Seminar (Hg.) 2014: Feminismus in historischer Perspektive. Eine Reaktualisierung. Bielefeld, S.341-365.

Hensel, Jana; **Raether**, Elisabeth (2009): Neue Deutsche Mädchen. Reinbek bei Hamburg.

Kauer, Katja (2009): Popfeminismus! Fragezeichen! Eine Einführung. Berlin.

Kroll, Renate (Hg.) 2002: Metzler Lexikon Gender Studies, Geschlechterforschung. Ansätze - Personen - Grundbegriffe. Stuttgart.

Küthe, Alexandra (2005): Das Frauenbild der feministischen Zeitschrift EMMA. Eine Untersuchung über die Darstellung von Frauen und die Behandlung frauenspezifischer Themen. Berlin.

Lenz, Ilse (Hg.) 2008: Die Neue Frauenbewegung in Deutschland. Abschied vom kleinen Unterschied. Wiesbaden.

Mayring, Philipp (5., überarbeitete und neu ausgestattete Auflage 2002): Einführung in die qualitative Sozialforschung. Eine Anleitung zum qualitativen Denken. Weinheim und Basel.

Mayring, Philipp (8. Auflage 2003): Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken. Weinheim und Basel.

Mayring, Philipp; **Gahleitner**, Silke Birgitta (2010): Qualitative Inhaltsanalyse. In: **Bock**, Karin; **Miethe**, Ingrid; **Ritter**, Bettina (Hg.) 2010: Handbuch qualitative Methoden in der sozialen Arbeit. Opladen, S. 295-304

Notz, Gisela (2008): Der ‚gefährliche Einfluss‘ der Frauenblätter. Feministische Medienkultur in Deutschland. In: **Horak**, Gabi, **Rudigier**, Saskya, **Susemichel**, Lea (Hg.) 2008: Feministische Medien. Öffentlichkeiten jenseits des Malestream. Königstein/Taunus, S. 32-42.

Schwarzer, Alice (1997): Der ‚kleine Unterschied‘ und seine großen Folgen. Frauen über sich. Beginn einer Befreiung. Frankfurt/Main.

Trommer, Melanie (2013): Feminismus ist ein Lebensgefühl, kein politisches Statement. Von Politik und Popkultur im *Missy Magazine*. In: **Loist**, Skadi; **Bleicher**, Joan Kristin (Hg.) 2013: Sexy Media? Gender/Queertheoretische Analysen in den Medien- und Kommunikationswissenschaften. Bielefeld, S. 69-85.

Volkmann, Maren (2011): Frauen und Popkultur. Feminismus, Cultural Studies, Gegenwartsliteratur. Bochum.

Vollmond, Nora (2014): Einführung Teil III: Bewegung & Identität. In: Feminismus Seminar (Hg.) 2014: Feminismus in historischer Perspektive. Eine Reaktualisierung. Bielefeld, S.187-191.

Von La Roche, Walther (18., aktualisierte und erweiterte Auflage 2010): Einführung in den praktischen Journalismus. Mit genauer Beschreibung aller Ausbildungswege Deutschland Österreich Schweiz. Berlin.

Wizorek, Anne (2014): Weil ein Aufschrei nicht reicht. Für einen Feminismus von heute. Frankfurt/Main.

Wolf, Naomi (1993): Die Stärke der Frauen. Gegen den falsch verstandenen Feminismus. München.

Zeitschriften

Eismann, Sonja; **Zobl**, Elke (2010): Wie radikal ist Handarbeit? In: Missy Magazine 02/2010, Berlin. S. 34-36

Eul, Alexandra (2014): Zum Beispiel Pulheim. In: EMMA 03/2014, Köln. S. 40-45

Grisard, Dominique (2012): Wem stinkt Pink? In: Missy Magazine 04/2012, Berlin. S. 50-52

Gottschalk, Katrin (2014): Ausflug in die Tabuzone. In: Missy Magazine 01/2014, Berlin. S. 65-71

Lohaus, Stefanie (2014): Schuss nach hinten. In: Missy Magazine 01/2014, Berlin. S.63-65

Louis, Chantal (2014): Der schwedische Weg. In: EMMA 03/2014, Köln. S. 36-39

Müller, Franziska K. (2012): Die Cinderella Industrie. In: EMMA 01/2012, Köln. S. 72-74

Peglow, Katja (2012): Fatkini Kill. In: Missy Magazine 03/2012, Berlin. S.66

Rohlf, Sabine (2010): An die Nadeln! In: EMMA 04/2010, Köln. S. 84-88

Schroeder, Vera (2008): Feminismus light. In: EMMA 04/2008, Köln. S. 28-29

Weber, Bettina (2012): Nie lächerlich, immer sexy! In: EMMA 01/2012, Köln. S. 76-77

Sämtliche Ausgaben der EMMA von 1977 bis 2014 sind online im „EMMA-Lesesaal“ archiviert und nach Installation des eRooms kostenlos abrufbar:
<http://www.emma.de/thema/der-emma-lesesaal-312593> [13.07.2015]

Internetquellen

Stokowski, Margarete: Kolumne Luft und Liebe: Patsch, patsch, patsch. taz online:
<http://www.taz.de/!5009228/> [13.07.2015]

Von Rönne, Ronja Larissa: Warum mich der Feminismus anekelt. Die Welt online:
<http://www.welt.de/kultur/article139269797/Warum-mich-der-Feminismus-anezelt.html>
[13.07.2015]

<http://missy-magazine.de/about-2/> [13.07.2015]: Informationen zum Missy Magazine

http://www.emma.de/sites/default/files/emma-mediadaten_2015.pdf [13.07.2015]: EMMA
Mediadaten Nr. 29, gültig ab dem 01.01.2015

http://missy-magazine.de/wp-content/uploads/Mediadaten/MissyMag_Mediadaten2015.pdf
[13.07.2015]: Missy Magazine Mediadaten 2015

<http://www.aliceschwarzer.de/artikel/ludwig-boerne-preis-4-mai-2008-rede-von-alice-schwarzer-zur-boerne-preisverleihung-264886> [13.07.03.2015]: Rede von Alice Schwarzer
zur Börne-Preisverleihung am 14.05.2008

<http://www.bmfsfj.de/doku/Publikationen/prostitutionsgesetz/050102.html> [13.07.2015]:
Informationen zum schwedischen Prostitutionsgesetz des Bundesministeriums für Familie,
Senioren, Frauen und Jugend

Anhang 1: Vollständige Übersicht aller Fundstellen im Datensample

Kategorie: Gendered Marketing

Missy Magazine

<i>Titel</i>	<i>Autor_innen</i>	<i>Zeitschrift</i>
Warum gibt es Herrenschokolade, aber keine Damenwurst?	Unbekannt	Missy Magazine 01/2011
Duales System: Vulkanausbruch im Supermarkt	Unbekannt	Missy Magazine 03/2012
Wem stinkt Pink?	Dominique Grisard	Missy Magazine 04/2012

EMMA

<i>Titel</i>	<i>Autor_innen</i>	<i>Zeitschrift</i>
Lebende Puppen	Natasha Walter	01/2011
Die Cinderella Industrie	Franziska K. Müller	01/2012
„Männer machen aus jeder Waschmaschine einen Porsche!“	Alexandra Eul, Uta Brandes	04/2013
Die Rosa-Hellblau-Falle	Almut Schnerring	04/2014

Kategorie: Prostitution/Sexarbeit

Missy Magazine

<i>Titel</i>	<i>Autor_innen</i>	<i>Zeitschrift</i>
Untenrum: Rosa Vibratoren und zehn Jahre Prostitutionsgesetz	Unbekannt	Missy Magazine 02/2012
Dossier: Ein Job wie jeder andere?	Verschiedene	Missy Magazine 01/2014

EMMA

<i>Titel</i>	<i>Autor_innen</i>	<i>Zeitschrift</i>
Eingeholt vom Schrecken	Christiane Kohl	04/2008
Das geile Leben der Studentinnen oder: Vom Grauen der Prostitution	Alice Schwarzer	06/2008
„Bumstest: Absolut abspritzwürdig“ Flatrate-Bordelle: In Deutschland werden Frauen verschachert wie Vieh	Unbekannt	05/2009
Scheinheiligkeit & Konsequenz	Mikael Krogerus	04/2010

Innenminister schlagen Alarm	Chantal Luois	01/2011
Dossier - Prostitution: „Es ist moderne Sklaverei“	Verschiedene	02/2011
Verstoß gegen Menschenwürde	Suzanne Krause	03/2011
„Wir wissen die Wahrheit. Die Kunden wissen sie auch.“	Chantal Louis	01/2012
Frau Ministerin, handeln Sie!	Unbekannt	02/2012
Dossier - Prostitution: „Kann Prostitution wirklich freiwillig sein?“	Verschiedene	04/2012
Dossier - Prostitution	Verschiedene	01/2013
Ich kann nicht länger schweigen!	Anonym	02/2013
Mandy Kopp überlebt	Chantal Louis, Bettina Flitner	03/2013
Europas Kampf gegen Prostitution	Unbekannt	03/2013
Offener Brief einer Prostituierten	Alice Viola	03/2013
Geplante Gesetzesänderung ein falsches Signal!	Unbekannt	05/2013
Eine Welt ohne Prostitution ist denkbar	Alice Schwarzer	06/2013
Streetworkerin Constabel	Chantal Louis	06/2013
Appell gegen Prostitution	Verschiedene	06/2013
Freiwillig? Es reicht	Alice Schwarzer	01/2014
Dossier - Prostitution: „Prostitution Pro und Kontra“	Verschiedene	01/2014
Dossier - Prostitution: „Prostitutionsgesetz auf dem Weg“	Verschiedene	02/2014
Dossier - Prostitution: „Paradigmenwechsel“	Verschiedene	03/2014
Liebe Befürworterinnen der freiwilligen Prostitution!	Alice Schwarzer	05/2014
Prostitution & Menschenhandel sind untrennbar	Manfred Paulus	05/2014

Kategorie: Handarbeit

Missy Magazine

<i>Titel</i>	<i>Autor_innen</i>	<i>Zeitschrift</i>
Den Finger in der Nase lassen	Nina Braun	Missy Magazine 01/2008
How To Knit Your Own Tierchen	Unbekannt	Missy Magazine 01/2008
Handarbeit mit Mösen	Unbekannt	Missy Magazine 01/2009

How To Make Bake Your Own Salzteig-Pussy	Unbekannt	Missy Magazine 01/2009
Hol dir die Straße ins Haus!	Unbekannt	Missy Magazine 03/2009
Basteln mit Georgina Criddle	Georgina Criddle	Missy Magazine 03/2009
Fette Kette	Elfi Spiessberger	Missy Magazine 04/2009
Phänomenal Dreidimensional	Unbekannt	Missy Magazine 01/2010
Dossier Do It Yourself	Verschiedene	Missy Magazine 02/2010
Bessere Hälften: Two-Tone-Cardigan zum Selbstnähen	Unbekannt	Missy Magazine 01/2011
Brüste häkeln mit Shannon Gerard	Shannon Gerard	Missy Magazine 02/2011
Last-Minute-Gaben: Fünf crazysexycoolpraktische Geschenke zum Basteln	Unbekannt	Missy Magazine 04/2011
„Crafting ist keine Subkultur mehr“	Unbekannt	Missy Magazine 01/2012
Polster-Action: Alten Sitzmöbeln ein neues Kleid verpassen	Unbekannt	Missy Magazine 02/2012
Beste Freundinnen: Diese Bändchen sehen auch an Handgelenken Ü-16 schick aus	Unbekannt	Missy Magazine 03/2013
Knallt! Diese DIY-Dekoideen sind die Bombe	Unbekannt	Missy Magazine 04/2013
Heiliger Bimbam: DIY-Festtagsdeko, die eure Gäste zum Kreischen bringt	Unbekannt	Missy Magazine 04/2013
Was mit Pflanzen: flott gebastelt, luftig gehängt	Daniela Burger, Hengameh Yaghoobifarah	Missy Magazine 01/2015

EMMA

<i>Titel</i>	<i>Autor_innen</i>	<i>Zeitschrift</i>
An die Nadeln!	Sabine Rohlf	EMMA 04/2010
Die Stricker	Monika Läufler	EMMA 01/2013

Kategorie: Mode

Missy Magazine

<i>Titel</i>	<i>Autor_innen</i>	<i>Zeitschrift</i>
Schlau angezogen	Unbekannt	Missy Magazine 01/2008
Grün Grün Grün sind alle meine Kleider	Unbekannt	Missy Magazine 01/2008
So schön war die Zeit		Missy Magazine 01/2009
Into the deep deep forest	Unbekannt	Missy Magazine 03/2009
Mein Freund, der Baum!	Unbekannt	Missy Magazine 03/2009
Writing Style	Judith Marthaler	Missy Magazine 03/2009
Writing Fashion	Gaby Gregg	Missy Magazine 04/2009
Let me out, let me in	Unbekannt	Missy Magazine 04/2009

Writing Fashion	Katie Mackay	Missy Magazine 01/2010
The Heart Is A Lonely Huntress	Unbekannt	Missy Magazine 03/2010
Writing Fashion	Julia Caron	Missy Magazine 03/2010
Die Vermessung des Po	Unbekannt	Missy Magazine 04/2010
Die wiederbelebte Hose	Unbekannt	Missy Magazine 04/2010
Bitte Blinker setzen: Eine schlaue Fahrradjacke für schlaue Fahrradfahrerinnen	Unbekannt	Missy Magazine 02/2011
Ein Kleid sagt mehr als 1000 Worte: Bunte Stoffe mit eingewebten Logos oder politischen Botschaften	Unbekannt	Missy Magazine 03/2011
Dossier: Fashion Freaks	Verschiedene	Missy Magazine 03/2012
R.I.P. Bra: Brennende BHs - jetzt aber echt	Unbekannt	Missy Magazine 03/2012
Tuttenseck: Textilforscherin Beatrix Nutz fand den ältesten BH der Welt	Unbekannt	Missy Magazine 04/2012
Old fashioned: Omis Schuhe sind die schönsten	Unbekannt	Missy Magazine 02/2013

EMMA

<i>Titel</i>	<i>Autor_innen</i>	<i>Zeitschrift</i>
Wie emanzipiert ist der Mini?	Katja Kullmann	05/2008
Dicker Schöner Stärker	Unbekannt	06/2009
Die Absatzfalle	Alexandra Eul	04/2010
Nie lächerlich, immer sexy	Bettina Weber	01/2012
Haben Sie schon Ihren Koffer gepackt?	Bettina Weber	02/2012
Die modische Frau will Männern nicht gefallen...	Bettina Weber	03/2012
Männer sollten keine Mode-Experimente machen	Bettina Weber	04/2012

Selbstständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Bachelorarbeit selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Die aus fremden Quellen direkt oder indirekt übernommenen Stellen sind als solche kenntlich gemacht.

Die Arbeit wurde bisher keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt und auch nicht veröffentlicht.



Marthe Judith Wolter

Magdeburg, 14.07.2015