



universität  
wien

# MAGISTERARBEIT

Titel der Magisterarbeit

**„Mutter-Bilder in österreichischen  
Frauenzeitschriften aus den Jahren 1974 und 2014.  
Eine Bildanalyse.“**

Verfasserin

Meike-Barbara Kolck-Thudt, Bakk. phil.

angestrebter akademischer Grad

Magistra der Philosophie (Mag. Phil.)

Wien, März 2015

Studienkennzahl lt. Studienblatt: A 066 841

Studienrichtung lt. Studienblatt: Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Betreuer: Ao. Univ.-Prof. Dr. Friedrich Hausjell



***Danksagung:*** Ich danke meinem Betreuer Prof. Dr. Fritz Hausjell für seine Unterstützung, und im Allgemeinen seinen Einsatz für Diversität in den Medien.

Meinen Eltern danke ich für bedingungslosen Rückhalt und Ge(du)ld - sie haben mir dadurch unter anderem mein Studium ermöglicht. Meiner Mutter möchte ich außerdem für ihre Rechtschreib- und Grammatikkenntnisse danken. Meiner Schwester, meinen Freundinnen und Freunden danke ich dafür, dass ich beim Schreiben meiner Magisterarbeit motiviert geblieben und nicht zur Stubenhockerin geworden bin.

Meinem Freund danke ich dafür, dass er seit vielen schönen Jahren für mich da ist und ich mir in den letzten arbeitsintensiven Monaten seiner Unterstützung wie immer sicher sein konnte – sei es durch inspirierende Gespräche oder das richtige Essen zur richtigen Zeit.



# INHALTSVERZEICHNIS

<b>1 Einleitung</b> .....	<b>7</b>
1.1 Problemstellung und Forschungsfragen.....	8
1.2 Wie kam diese Arbeit zustande?.....	9
1.2.1 <i>Von Sorgen und widerlegten wissenschaftlichen Annahmen</i> .....	9
1.3 Aufbau der Arbeit.....	10
<b>I.FORSCHUNGSSTAND UND THEORIE</b> .....	<b>11</b>
<b>2 Die Frau und Mutter in der Gesellschaft</b> .....	<b>11</b>
2.1 Geschlechterforschung in der Kommunikationswissenschaft.....	11
2.1.1 <i>Medien und Geschlecht: Drei Paradigmen</i> .....	12
2.2 Definition des Begriffes „Mutter“.....	13
2.3 Rolle der Frau und Mutter in der Gesellschaft.....	15
2.3.1 <i>15. Jahrhundert bis Anfang des 18. Jahrhunderts: Familie als Arbeitsgemeinschaft</i> .....	15
2.3.2 <i>Ab Mitte des 18. Jahrhunderts: Die bürgerliche Familie</i> .....	17
2.3.3 <i>1930er – 1980er: Vom Mutterkreuz bis zur Frauenbewegung</i> .....	19
2.3.4 <i>1990er bis heute: Das Ende der bürgerlichen Familie?</i> .....	22
2.3.5 <i>Rollenfindung der Frau</i> .....	23
2.3.6 <i>Zur gleichen Zeit, an einem anderen Ort: Der französische Weg</i> .....	25
<b>3 Gattung „Frauenzeitschrift“</b> .....	<b>26</b>
3.1 Definition des Begriffes „Zeitschrift“.....	26
3.2 Definition des Begriffes „Frauenzeitschrift“.....	27
3.2.1 <i>Merkmale von Frauenzeitschriften</i> .....	29
3.3 Arten von Frauenzeitschriften.....	29
3.3.1 <i>Typologisierung nach inhaltlichen Aspekten</i> .....	29
3.3.2 <i>Typologisierung nach LeserInnen</i> .....	31
3.3.3 <i>Typologisierung nach wirtschaftlichen Aspekten</i> .....	31
3.4 Das Publikum von Frauenzeitschriften.....	32
3.4.1 <i>Frauenzeitschriften: Von Frauen über Frauen für Frauen?</i> .....	33
3.5 Kritik an Frauenzeitschriften.....	34

3.6 Funktionen von Frauenzeitschriften.....	36
3.6.1 Soziale Funktionen.....	37
3.6.2 Politische Funktionen.....	38
3.6.3 Ökonomische Funktionen.....	39
3.6.4 Informationsfunktion.....	40
3.7 Ratgeberjournalismus.....	41
3.7.1 Bedarf an Ratgeberjournalismus.....	42
3.8 Geschichte der Frauenzeitschriften.....	43
<b>4 Mütter und Medien.....</b>	<b>47</b>
4.1 Stereotype.....	47
4.1.1 Geschlechterstereotype.....	48
4.2 Darstellung von Frauen und insbesondere Müttern in den Medien.....	49
4.2.1 Die „Kinderbuchmutter“.....	50
4.2.2 Die „Werbemutter“.....	51
4.2.3 Die „Schulbuchmutter“.....	53
4.2.4 Die „Frauenzeitschriftmutter“.....	53
4.3 Bildliche Darstellungen von Frauen in den Medien.....	54
<b>II.EMPIRISCHER TEIL.....</b>	<b>58</b>
<b>5 Methode.....</b>	<b>58</b>
5.1 Definition des Begriffes „Bild“.....	58
5.2 Warum Bilder analysieren?.....	59
5.3 Warum Bildanalyse?.....	60
5.4 Visuelle Kommunikationsforschung – Theorie.....	61
5.5 Visuelle Kommunikationsforschung – Umsetzung für die vorliegende Arbeit... 62	
5.5.1 Panofskys ikonographisch-ikonologische Methode.....	63
5.6 Medienbilder und Multimodalität.....	65
<b>6 Untersuchungsobjekt.....</b>	<b>66</b>
6.1 Österreichische Frauenzeitschriften.....	66
6.1.1 WELT DER FRAU (1974 und 2014).....	67
6.1.2 DIE FRAU (1974).....	70
6.1.3 WOMAN (2014).....	72
6.1.4 Online-Auftritte von Frauenzeitschriften.....	74

<b>7 Definition der Stichprobe.....</b>	<b>75</b>
7.1 Untersuchungszeitraum.....	75
7.2 Analyseeinheit und Bildauswahl.....	75
7.3 Stichprobe.....	76
<b>8 Analyse.....</b>	<b>78</b>
8.1 Mutter-Bilder aus dem Jahr 1974.....	79
8.1.1 „Die Frau hinter dem Mann“.....	79
8.1.2 „Die Hausfrau“.....	80
8.1.3 „Die prominente Mutter“.....	82
8.1.4 „Die gepflegte, junge Mutter“.....	84
8.1.5 „Die Mutter und die (vermeintliche) Familienidylle“.....	86
8.1.6 „Die Mutter und die Kinderbetreuung“.....	88
8.1.7 „Die Mutter und Witwe“.....	90
8.1.8 „Die Adoptivmutter“.....	91
8.1.9 „Mutter mit körperlicher Beeinträchtigung“.....	93
8.2 Mutter-Bilder aus dem Jahr 2014.....	94
8.2.1 „Die Karriere-Mutter im Stress“.....	94
8.2.2 „Mama am Land“.....	95
8.2.3 „Die Mutter und ihr Kind mit der geistigen Beeinträchtigung“.....	97
8.2.4 „Die Mutter in einer unsicheren Lebenssituation“.....	98
8.2.5 „Mutter-Sein in einem anderen Land“.....	100
8.2.6 „Die Mutter bei der Geburt“.....	101
8.2.7 „Die prominente Mutter“.....	103
8.2.8 „Mutter mit körperlicher Beeinträchtigung“.....	105
8.2.9 „Mutter mit jüngerem Partner“.....	106
8.2.10 „Die Mutter und die Kindespflege“.....	108
8.2.11 „Mutter durch Eizellspende“.....	109
8.2.12 „Mutter eines Promis“.....	111
8.2.13 „Mutter und geschieden“.....	112
<b>9 Ergebnisse.....</b>	<b>114</b>
9.1 Zusammenfassung der Ergebnisse.....	114
9.1.1 Die Rolle und Aufgaben der Mütter.....	114
9.1.2 Lebensrealitäten der Mütter.....	116

9.2 Resümee und Ausblick.....	117
<b>10 Quellenverzeichnis.....</b>	<b>119</b>
10.1 Internetquellen.....	126
10.2 Abbildungsnachweis.....	130

## Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: WELT DER FRAU. Titelseite aus 1974.....	67
Abb. 2: WELT DER FRAU. Titelseite aus 2014.....	68
Abb. 3: DIE FRAU. Titelseite aus 1974.....	70
Abb. 4: WOMAN. Titelseite aus 2014.....	72
Abb. 5: DIE FRAU, 1974 Heft 5, S. 5.....	79
Abb. 6: DIE FRAU, 1974. Heft 39, S. 3.....	80
Abb. 7: DIE FRAU, 1974. Heft 39, S. 7 (Foto: Swistelnicki).....	82
Abb. 8: DIE FRAU, 1974. Heft 6, S. 24.....	84
Abb. 9: WELT DER FRAU, 1974. Heft 1, S. 20 f.....	86
Abb. 10: WELT DER FRAU, 1974. Heft 2, S. 9.....	88
Abb. 11: WELT DER FRAU, 1974. Heft 9, S. 10.....	90
Abb. 12: WELT DER FRAU, 1974. Heft 10, S. 17.....	91
Abb. 13: WELT DER FRAU, 1974. Heft 12, S. 12.....	93
Abb. 14: WELT DER FRAU, 2014. Heft 1, S. 12f. (Foto: Philipp Horak).....	94
Abb. 15: WELT DER FRAU, 2014. Heft 2, S. 26 (Foto: Nicola Hackl-Haslinger).....	96
Abb. 16: WELT DER FRAU, 2014. Heft 7/8, S. 31.....	97
Abb. 17: WELT DER FRAU, 2014. Heft 7/8. S.60.....	98
Abb. 18: WELT DER FRAU, 2014. Heft 2, S. 58 (Foto: Bianca Gusenbauer) .....	100
Abb. 19: WELT DER FRAU, 2014. Heft 12 , S. 36 (Foto: Alexandra Grill).....	101
Abb. 20: WOMAN, 2014. Heft 1, S. 120 (Foto: Roland Unger).....	103
Abb. 21: WOMAN, 2014. Heft 3, S. 36 (Foto: Iren Sarwa).....	105
Abb. 22: WOMAN, 2014. Heft 14, S. 25 (Foto: Gerry Mayer-Rohrmoser).....	106
Abb. 23: WOMAN, 2014. Heft 21, S. 142.....	108
Abb. 24: WOMAN, 2014. Heft 14, S. 34 (Foto: Ernst Kainerstorfer).....	109
Abb. 25: WOMAN, 2014. Heft 5, S. 144 (Foto: DPA Picture-Alliance/Kai-Uwe Warner, Jungmann, Getty Images).....	111
Abb. 26: WOMAN, 2014. Heft 16, S. 31 (Foto: Roland Unger).....	113



## 1 Einleitung

Hier eine Frau, die in Stöckelschuhen Fenster putzt, da eine Frau, die ein Baby an sich drückt, dort eine lachende Frau mit rotem Umhang. Ihre Gemeinsamkeit: sie sind Mütter und in den beschriebenen Szenarien in Frauenzeitschriften abgebildet. Und: Die Gesellschaft erwartet, dass sie, weil sie Mütter sind, bestimmte Aufgaben übernehmen. Diese Erwartungen sehen zu verschiedenen Zeiten, an verschiedenen Orten unterschiedlich aus. Zusammen formen sie ein Idealbild, das nicht nur unerreichbar ist, sondern auch seit jeher die Rolle der Frau in der Gesellschaft beeinflusst. Die Annahme, dass Frauen, weil sie Kinder gebären können, emotionaler und fürsorglicher sind, sorgte zum Beispiel lange Zeit für ihre Verbannung in den häuslichen Bereich. Auch wenn diese biologische Argumentation längst entkräftet wurde, sind noch immer viele Menschen der Meinung, dass Mütter nach der Geburt – zum Wohl des Kindes – zumindest über mehrere Jahre zu Hause bleiben sollten. Der Mann, der aufgrund anderer tief verankerter Ungerechtigkeiten meist mehr verdient, kann die Familie ernähren und darf sich um seine Karriere kümmern, ohne als egoistisch zu gelten.

In der vorliegenden Arbeit geht es darum, den medialen Ausdruck dieser Mutterbilder zu untersuchen: Welches Bild von Müttern begegnet den RezipientInnen von Massenmedien? In welcher Form finden sich Mütter in den Medien wieder? Dazu wurde das Untersuchungsobjekt auf Frauenzeitschriften eingegrenzt und damit eine sehr spezifische Mediengattung fokussiert: Es handelt sich um Zeitschriften, die sich vor allem an Frauen richten und in gewisser Hinsicht auch eine Ratgeberfunktion für ihre LeserInnen erfüllen.

Im historischen Vergleich soll einerseits analysiert werden, ob es bezüglich der Rollen und Aufgaben Veränderungen in der Darstellung von Müttern gibt. Andererseits soll geprüft werden, ob es zum Beispiel auch für alleinerziehende oder lesbische Mütter Identifikations- oder Orientierungspotenzial gibt, oder ob sie in dieser Art von Medium



*Hin- und hergerissen.*



*Bedeutungs-  
schwanger.*



*Richtungsweisend.*



*Tragweite.*



*Wagen.*



*Erwartungs-  
haltung.*

unsichtbar bleiben.

Parallel zur Entstehung der vorliegenden Arbeit lief ein kleines Experiment. Die Aufgabe, die verschiedenen Menschen gestellt wurde, lautete: „Zeichne eine Mutter.“. Eigentlich würden die so entstandenen Zeichnungen eine eigene, ausführliche Analyse verdienen, statt nur als Dekoration für diese Einleitung zu dienen<sup>1</sup>. Was man an ihnen aber schon auf den ersten Blick erkennen kann, ist, dass Mutter-Sein in unserer Gesellschaft mehr bedeutet, als ein Kind auf die Welt zu bringen. Dies ist nur eine von vielen „Aufgaben“, die Müttern zugeschrieben werden. Ruth Wodak äußerte sich zu diesem Umstand wie folgt:

*„Kaum eine weibliche Rolle ist von sozialen Bewertungen und Geboten derart belastet wie die Rolle der Mutter.“<sup>2</sup>*

Wenn also in der vorliegenden Arbeit Bilder von Müttern untersucht werden, wird darauf geachtet, inwiefern die Tatsache, Mutter zu sein, Einfluss auf die Darstellung einer Frau hat. Im Hintergrund spielt dabei auch ein bisschen der Gedanke mit, wie Mütter in einer Gesellschaft dargestellt würden, in der eine Mutter tatsächlich einfach die Person wäre, die das Kind auf die Welt bringt, während die nachfolgende Kindererziehung zu gleichen Teilen auf die PartnerInnen aufgeteilt wird.

## **1.1 Problemstellung und Forschungsfragen**

Die beiden forschungsleitenden Fragen beziehen sich auf Bilder in österreichischen Frauenzeitschriften aus den Jahren 1974 und 2014 – in diesem Fall auf Ausgaben der Zeitschriften DIE FRAU, WELT DER FRAU und WOMAN. Im Fokus steht der historische Vergleich der Bilder.

**Forschungsfrage 1:** Welche Rollen und Aufgaben werden den abgebildeten Müttern zugeschrieben?

**Forschungsfrage 2:** Inwiefern werden in den Bildern unterschiedliche Lebensrealitäten von Müttern eingefangen?

Die erste Frage bezieht sich auf das Rollenbild der Frau und Mutter: Ziel ist herauszufinden, ob Mütter nur im Zusammenhang mit Haushalt und Kindespflege, oder auch im Zusammenhang mit Themen wie Erwerbsarbeit oder Freizeit dargestellt werden.

---

1 Die Zeichnerinnen und Zeichner wollten anonym bleiben.

2 Wodak, Ruth: *Hilflose Nähe? Mütter und Töchter erzählen. Eine psycho- und soziolinguistische Untersuchung.* Wien: Franz Deuticke, 1984. S. 37

Die zweite Frage beschäftigt sich mit der Vielfalt der Lebensrealitäten von Müttern. Werden unterschiedliche Biografien, Schicksale, oder Lebensziele vorgestellt, oder entsteht das Bild, dass Mütter eine einheitliche Personengruppe darstellen?

## **1.2 Wie kam diese Arbeit zustande?**

Ursprünglich sollte das Mutterbild in Frauenzeitschriften auf andere Weise Gegenstand der vorliegenden Arbeit werden. Geplant war ein historischer Vergleich zwischen den Artikeln, also den Textinhalten, als Methode war eine quantitative Inhaltsanalyse angedacht.

Bei der ersten Sichtung des Untersuchungsmaterials fiel allerdings auf, dass die zu den Artikeln gehörenden Bilder sofort ins Auge stachen und oft die Seite dominierten – das führte zur Überlegung, den Bildern zumindest ein eigenes Kapitel zu widmen. Zusätzlich zur Inhaltsanalyse der Texte auch die Bilder zu analysieren, hätte allerdings den Rahmen der Arbeit gesprengt, weswegen eine Entscheidung gefällt werden musste. Warum schließlich die Bildanalyse gewählt wurde, wird in an späterer Stelle argumentiert.

### **1.2.1 Von Sorgen und widerlegten wissenschaftlichen Annahmen**

Die vorliegende Arbeit beschäftigt sich ausdrücklich nicht mit der Wirkung von Mutterbildern in Frauenzeitschriften, sondern nur mit dem Medieninhalt an sich, also den Bildern von Müttern. Trotzdem soll hier erwähnt werden, dass diese Arbeit auch deswegen entstanden ist, weil im Hintergrund die Frage schwebte, was denn die Darstellungen von Müttern (in Frauenzeitschriften) beim Publikum bewirken. Zugegebenermaßen spielte sogar mehr mit, als eine harmlose Frage; nämlich die Annahme, dass die Mutterbilder etwas Bestimmtes bewirken und Einfluss auf das Leben von Frauen und Müttern haben. Damit einher ging der Gedanke bzw. die Sorge, dass Frauenzeitschriften möglicherweise noch immer traditionelle, einseitige Mutterbilder transportieren, die von den LeserInnen dadurch als „normal“ oder erstrebenswert angesehen werden könnten. Wie dem auch sei, für die Beantwortung der Forschungsfrage soll diese Annahme keine Rolle spielen, zumal es über die eigentliche Forschungsfrage hinausgeht und man abgesehen davon das Publikum viel genauer untersuchen müsste, weil man nicht von einer homogenen Gruppe der Frauenzeitschriften-LeserInnen ausgehen kann. Vor allem aber fußt diese Annahme nicht auf modernen wissenschaftlichen Erkenntnissen, sondern auf der längst widerlegten Annahme, dass Massenmedien durch ihre manipulative Art im Stande

wären, die ganze Gesellschaft zu lenken (Stimulus-Response-Theorie).<sup>3</sup> Unbewusst oder bewusst nahmen viele ForscherInnen trotzdem ähnliche Annahmen zum Anlass, sich auf wissenschaftlicher Ebene mit Frauenzeitschriften zu befassen.<sup>4</sup>

### **1.3 Aufbau der Arbeit**

Im Anschluss an diese Einleitung wird die Arbeit in einen theoretischen und einen empirischen Teil gegliedert.

In ersterem wird zunächst der Faktor Geschlecht in der wissenschaftlichen Forschung beleuchtet. Der darauffolgende historische Abriss über die Rolle der Frau und Mutter in der Gesellschaft wird von einer Definition des Begriffes „Mutter“ eingeleitet. Das nächste Kapitel beschäftigt sich mit der Gattung „Frauenzeitschriften“: Der Begriff wird zu Beginn eingegrenzt, um die nachfolgenden Typologisierungen der Zeitschriften nachvollziehbar zu machen. Jeweils ein Unterkapitel setzt sich schließlich auch mit der Geschichte und der Kritik an Frauenzeitschriften auseinander. Der darauffolgende Themenkomplex befasst sich mit der bildlichen und textlichen Darstellung von Frauen und Müttern in den Medien. Dazu widmet sich ein Unterkapitel der Entstehung von Stereotypen.

Im empirischen Teil wird zunächst die gewählte Methode, die ikonographisch-ikonologische Bildanalyse, als Teil der visuellen Kommunikationsforschung vorgestellt. Im Folgenden Kapitel wird der Forschungsgegenstand beschrieben: zu diesem Zweck werden die drei ausgewählten Frauenzeitschriften präsentiert. Anschließend wird die Stichprobe beschrieben. Im darauffolgenden Kapitel finden sich die untersuchten Bilder und die Analyse, die schließlich im letzten Kapitel zusammenfassend dargestellt wird. Zuletzt folgt das Resümee und ein Ausblick.

---

3 vgl. Brosius, Hans-Bernd/Esser, Frank: Mythen in der Wirkungsforschung: Auf der Suche nach dem Stimulus-Response-Modell. In: Publizistik, 1998 (4). S. 351

4 vgl. Röser, Jutta: Frauenzeitschriften und weiblicher Lebenszusammenhang. Themen, Konzepte und Leitbilder im sozialen Wandel. Opladen: Westdeutscher Verlag, 1992. S. 13

# I. FORSCHUNGSSTAND UND THEORIE

## 2 Die Frau und Mutter in der Gesellschaft

### 2.1 Geschlechterforschung in der Kommunikationswissenschaft

Seit den 1970er Jahren taucht der Themenkomplex „Geschlecht und Medien“ verstärkt in der wissenschaftlichen Forschung auf, wobei Rollenbilder, die Präsenz von Frauen in Medien (auf Produktions- und Inhaltsseite) und die Vermarktung des weiblichen Körpers im Fokus stehen.<sup>5</sup> Große Aufmerksamkeit erregte in der Medien – bzw. Kommunikationswissenschaft vor allem die Küchenhoff-Studie<sup>6</sup>, die als erste große Studie der Frauenforschung heute den Status eines Klassikers hat. Die Studien, die sich damals etabliert haben, mussten lange Zeit (und teilweise bis heute) als einzige Grundlage der Frauen- bzw. Genderforschung herhalten. Auch für die vorliegende Arbeit wurden viele „alte“ Untersuchungen zu Rate gezogen. Der Grund dafür ist leider nicht ausschließlich ihr Informationswert, sondern auch, dass die Forschung in diesem Bereich etwas nachhinkt und es daher nur wenige aktuellere Untersuchungen gibt. Röser kritisiert dies und weist gleichzeitig auf die sogenannte Graue Literatur (unveröffentlichte Forschung, etwa Diplomarbeiten) hin, da es zumindest in dieser Form aktuellere Studien gibt – mit dem Nachteil, dass diese nicht immer leicht zugänglich sind.<sup>7</sup> Um Orientierungshilfe zu schaffen, hat Röser deshalb eine kommentierte Bibliographie herausgegeben, in der sie sich vor allem der Grauen Literatur im Zusammenhang mit Frauen und Medien widmet.<sup>8</sup> Die Veröffentlichung dieser Bibliographie liegt allerdings auch schon über zwanzig Jahre zurück – eine Fortsetzung lieferte Klaus in der Neuauflage ihres Buches „Kommunikationswissenschaftliche Geschlechterforschung. Zur Bedeutung der Frauen in den Massenmedien und im Journalismus“.<sup>9</sup>

---

5 vgl. Röser, Jutta: Frauen-Medien-Forschung. Graue Literatur 1980-1992: eine kommentierte Bibliographie. Münster: agenda Verlag, 1993. S. 9

6 Erich Küchenhoff untersuchte 1975 die Repräsentanz von Frauen im Fernsehen. Siehe: Küchenhoff, Erich u.a.: Die Darstellung der Frau und die Behandlung von Frauenfragen im Fernsehen. Stuttgart/Berlin/Köln/Mainz: 1975.

7 vgl. Röser, 1993. S. 10ff.

8 Röser, Jutta: Frauen-Medien-Forschung. Graue Literatur 1980-1992: eine kommentierte Bibliographie. Münster: agenda Verlag, 1993.

9 Klaus, Elisabeth: Kommunikationswissenschaftliche Geschlechterforschung. Zur Bedeutung der Frauen in den Massenmedien und im Journalismus. Wien: Lit Verlag, 2005 (aktualisierte und korrigierte Neuauflage).

### 2.1.1 Medien und Geschlecht: Drei Paradigmen

Diesen kommunikationswissenschaftlichen Forschungen (sowie auch anderen Forschungen) liegen unbewusst oder bewusst unterschiedliche Verständnisse von „Geschlecht“ zugrunde. Klaus fasst sie als drei wissenschaftliche Paradigmen zusammen: Gleichheitsansatz, Differenzansatz und (De-)Konstruktivismus. Sie basieren auf verschiedenen theoretischen Positionen und unterscheiden sich in ihrem Subjekt- und Machtverständnis. Zwar ist von Gleichheitsansatz bis zum (De-)Konstruktivismus eine Weiterentwicklung zu erkennen, doch findet Klaus, dass durch ihr gleichzeitiges Bestehen eine gegenseitige Kontrollinstanz gegeben ist. Auch zeigen sie in der Forschung unterschiedliche Perspektiven auf. Im Folgenden sollen die drei Paradigmen vorgestellt werden<sup>10</sup>:

Der Gleichheitsansatz, der sich auf den Liberalismus bezieht, sieht das Individuum als autonomes Wesen, dem Machtinstitutionen verschiedene Rollen zuteilen und dadurch die Möglichkeit nehmen, in Freiheit und Gleichheit zu leben. Im Fokus steht die Gleichberechtigung der Geschlechterrollen „Mann“ und „Frau“. Durch die Thematisierung soll Diskriminierung von Frauen bewusst gemacht und in einem weiteren Schritt beseitigt werden. Ein Forschungsansatz wäre zum Beispiel, zu untersuchen, welchen Erschwernissen Journalistinnen in ihrem traditionell männlich dominierten Berufsfeld begegnen. Die Frau wird also als Opfer der patriarchalen Gesellschaft gesehen.<sup>11</sup>

Der Differenzansatz, der je nach Ausrichtung auf Strukturtheorien oder dem Ökofeminismus beruht, sieht das Individuum durch eine von außen einwirkende Macht unterdrückt. Demnach liegt das Hauptaugenmerk auf den gesellschaftlichen Strukturen. Der Differenzansatz beschäftigt sich – wie der Name schon verrät – mit Differenzen zwischen den Geschlechtern. In der Medienforschung bedeutet dies beispielsweise eine Auseinandersetzung mit den verschiedenen Kommunikationsstilen von Männern und Frauen.<sup>12</sup>

Im (De-)Konstruktivismus, der sich in der Tradition machttheoretischer (De-)Konstruktivistischer Ansätze sieht, wird davon ausgegangen, dass Macht nicht nur von außen wirkt, sondern auch von Subjekten ausgeht. Anders als die beiden oben genannten Ansätze unterscheidet der (De-)Konstruktivismus nicht zwischen biologischem (sex) und kulturellem Geschlecht (gender)<sup>13</sup>, sondern sieht die „Zweigeschlechtlichkeit als kulturelle Konstruktion, die die Ausdrucksform der Subjekte – ihre Gefühle, ihren Verstand, ihre Körper

---

10 vgl. Klaus, 2005. S. 14

11 vgl. Klaus, 2005. S. 14 ff.

12 vgl. Klaus, 2005. S. 14 ff.

13 vgl. Klaus, 2005. S. 15 ff.

– prägt“<sup>14</sup>. Gegenstand der Forschungen sind zum Beispiel Genderingprozesse in den Medien. Dabei wird (de-)konstruktivistische Geschlechterforschung „zum selbstreflexiven Moment einer Forschung, die jene Kategorien zum Ausgangspunkt ihrer Analyse nimmt, deren Natürlichkeit sie zugleich bestreitet und deren gesellschaftliche Relevanz sie auflösen will“<sup>15</sup>.

Angesichts dieser Ansätze zeigt sich, dass Geschlechterforschung in die Medien- und Kommunikationswissenschaft eingebunden werden muss und nicht an einen abgegrenzten Ort verwiesen werden darf.<sup>16</sup> So wie die Kategorie „Geschlecht“ ein Teil der Gesellschaft ist, muss sie auch ein Teil des journalistischen Systems sein und als solcher untersucht werden.<sup>17</sup>

Die vorliegende Arbeit beschäftigt sich mit „Mutterschaft“ - einem sehr speziellen Aspekt, wenn es um Geschlechter geht: Chodorow stellt fest, dass „weibliche Mütterlichkeit ein zentrales und bestimmendes Merkmal der Organisation der Geschlechter ist und daß [!] auch die männliche Dominanz durch sie erzeugt und reproduziert wird.“<sup>18</sup> Dies dient wiederum als Rechtfertigung der Teilung des Lebens in öffentlich (Mann: Beruf, Gesellschaft) und privat (Frau: Pflege, Haushalt). Da das öffentliche Leben dem privaten kulturell und politisch übergeordnet ist, dominiert der Mann folglich auch die Frau. Wenn Chodorow daraus schließt, dass „Mutterschaft [...] also mehr als das Austragen eines Kindes [ist]“, meint sie, dass mit Mutterschaft bestimmte Eigenschaften und gesellschaftliche Vorstellungen einhergehen, die das Leben von Frauen bestimmen.<sup>19</sup>

Vor dem Hintergrund dieser Beobachtungen soll die vorliegende Arbeit untersuchen, wie Mutterschaft in Frauenzeitschriften aus den Jahren 1974 und 2014 dargestellt wird und welche Identifikationsangebote gemacht werden.

## **2.2 Definition des Begriffes „Mutter“**

Im Zuge einer Arbeit, in der Mutterbilder den Untersuchungsgegenstand darstellen, muss selbstverständlich die Frage nach der Definition des Begriffes „Mutter“ gestellt und eine Antwort gesucht werden. In diesem Kapitel sollen deshalb zwei unterschiedliche Definitionen betrachtet werden, um schließlich für die Untersuchung Anhaltspunkte zu haben:

---

14 Klaus, 2005. S. 15 f.

15 Klaus, 2005. S. 19

16 vgl. Klaus, 2005. S. 28

17 vgl. Klaus, 2005. S. 362 ff.

18 vgl. Chodorow, Nancy: Das Erbe der Mütter. Psychoanalyse und Soziologie der Geschlechter. München:

Verlag Frauenoffensive, 1985 (deutsche Übersetzung der Erstauflage aus 1978: Gitta Mühlen-Achs). S. 18

19 vgl. Chodorow, 1985. S. 18 ff.

Der Begriff „Mutter“ kommt aus dem Lateinischen („mater“) und bedeutet laut Duden einerseits „Frau, die ein oder mehrere Kinder geboren hat“<sup>20</sup> und andererseits „Frau, die in der Rolle einer Mutter ein oder mehrere Kinder versorgt, erzieht“<sup>21</sup>.

Damit ist natürlich noch längst nicht alles gesagt. Schlägt man im „Weiberlexikon“ nach, einer kritischen Publikation, die etwa Frauengeschichte, den Alltag von Frauen und die Frauenbewegung beleuchtet und in ein Lexikon zusammenfasst, findet man eine mehrseitige Abhandlung zu dem Begriff, der durch folgende Aussage eingeleitet wird:

*„Es gibt kaum einen Begriff, der so unklar und falsch definiert wird, wie der der M. [Mutter], auch wenn jede/r bestimmte Vorstellungen über die Funktion und Rolle der M. hat. Über M. und Mutterschaft geschrieben und schreiben, diskutierten und diskutieren Männer, Theologen, Anthropologen, Ärzte, Psychologen, Moralisten, Juristen, Staatsmänner, Pädagogen ...“<sup>22</sup>*

Anschließend wird in Frage gestellt, was man nun tatsächlich als Mutter definieren könne: Ist zum Beispiel eine Frau, die nach der Geburt ihr Kind weggibt, eine Mutter? Oder ist es die, die das Kind nicht selbst geboren hat, es aber liebevoll aufnimmt und aufzieht? Oder sind beide Mütter? Zwar wird auf diese Frage keine Antwort gegeben, doch kann ein Muster festgestellt werden: Mutterschaft scheint an drei Faktoren festgemacht werden zu können: erstens an den Ansprüchen der Frau gegenüber dem Kind, zweitens an der Beziehung zum Kind und drittens an der Beziehung zum Vater. Wie sich diese Faktoren gestalten, hängt immer davon ab, welche Rolle(n) die Gesellschaft für die Frau beziehungsweise Mutter vorsieht und kann sowohl regional, als auch zeitlich unterschiedlich sein. Während es zum Beispiel in Österreich in den 1950ern normal war, dass das Leben der Frau durch Mutterschaft geprägt ist, so haben heute Frauen bedeutend mehr Freiheiten.<sup>23</sup>

Die Frage ist nun, wie diese Definitionen nun für die vorliegende Untersuchung Anwendung finden können. Dabei ist es für die Zwecke der geplanten Bildanalyse zum Beispiel irrelevant, ob die abgebildete Frau tatsächlich ein Kind geboren oder adoptiert hat – es geht nur darum, ob sie eine Frau darstellen soll, die dies getan hat. Darüber hinaus muss man für die Bildauswahl weitere Kriterien festlegen, die allerdings nicht unbedingt mit der Definition einer Mutter übereinstimmen müssen. Die für diese Untersuchung festgemachten Kriterien

---

20 Duden.de: Mutter. In: [http://www.duden.de/rechtschreibung/Mutter\\_Frau\\_Kinder\\_Natur](http://www.duden.de/rechtschreibung/Mutter_Frau_Kinder_Natur) (18.1.2015)

21 Duden.de: Mutter. In: [http://www.duden.de/rechtschreibung/Mutter\\_Frau\\_Kinder\\_Natur](http://www.duden.de/rechtschreibung/Mutter_Frau_Kinder_Natur) (18.1.2015)

22 Hervé, Florence: Mutter. In: Hervé, Florence/Steinmann, Elly/ Wurms, Renate (Hrsg.): Das Weiberlexikon. Köln: PapyRossa. 1994. S. 361

23 vgl. Hervé, 1994. S. 361 ff.

finden sich im Kapitel 7.2: Analyseeinheit und Bildauswahl.

### **2.3 Rolle der Frau und Mutter in der Gesellschaft**

Bolognese-Leuchtenmüller sieht die Familie als „Spiegelbild allgemeiner Rollenkonflikte, widersprüchlicher Wertmuster und Erwartungshaltungen“<sup>24</sup>. So wie in der Gesellschaft, wird der Frau auch innerhalb des kleinen Kreises der Familie eher eine soziale Rolle zugeschrieben, während der Mann zum Beispiel eher als rational eingestuft wird. Edmund Dahlström begründet dieses Phänomen insgesamt damit, dass sich die Familienmitglieder entsprechend dem gesellschaftlich bzw. politisch vorgegebenen Rahmen verhalten.<sup>25</sup> Folgt man diesem Argument, kommt man zu dem Schluss, dass sich die Mutterrolle ständig verändern muss – so wie sich auch die Gesellschaft auch stets verändert. Gleichzeitig muss man aber auch einräumen, dass diese Veränderungen selten groß sind oder schnell vonstattengehen, und auch nicht immer einen Fortschritt im Sinne der Gleichberechtigung bedeuten.

Um zu veranschaulichen, was sich verändert hat und was die Ursachen für die Veränderungen waren, wird in den folgenden Kapiteln die historische Entwicklung der Mutterrolle skizziert.

Die Betrachtung beginnt im späten Mittelalter, um auch die Rolle der Frau vor der Industrialisierung (Mitte 18. Jahrhundert) aufzuzeigen und sie in einen Vergleich mit der Situation der Frau in anderen Phasen (bürgerliche Familie, Frauenbewegung usw.) zu stellen.

Prinzipiell liegt der Fokus im Folgenden auf der Rolle der Mütter, und damit auf Aspekten wie der Beziehung zu den Kindern oder der Aufgabenteilung innerhalb der Familie. Trotzdem wird auch die Situation der Frau im Allgemeinen angesprochen, da diese natürlich die Rahmenbedingungen für Mütter mitbestimmt.

#### **2.3.1 15. Jahrhundert bis Anfang des 18. Jahrhunderts: Familie als Arbeitsgemeinschaft**

Der Großteil der Bevölkerung lebte weit über das Mittelalter hinaus in großen Haushalten, zu denen fast selbstverständlich die Großeltern oder andere Verwandten gehörten, aber auch

---

24 vgl. Bolognese-Leuchtenmüller, Birgit: Zwischen Anforderung, Anpassung und Alternativen – Überlegungen zur gegenwärtigen Rollenteilung in der Familie. In: Autorinnengruppe Uni Wien: Das ewige Klischee. Wien, Köln, Graz: Hermann Böhlau Nachf. 1981. S. 132

25 vgl. Dahlström, Edmund: Familie und Arbeit der Ehefrau. In: Simitis, Spiros/Zenz, Gisela (Hrsg.): Seminar: Familie und Familienrecht. Band 1. Frankfurt/Main: Suhrkamp, 1975. S. 214

Knechte und Mägde. Zu den unterschiedlichen anfallenden Arbeiten trugen alle – Frauen, Männer und Kinder – ihren Teil bei, um die Existenz dieser Gemeinschaft zu sichern.<sup>26</sup>

Im Mittelalter hatten Frauen vor allem eine Zuständigkeit: die Organisation des Haushaltes. Die damit verbundenen Aufgaben hatten nicht viel mit dem zu tun, was heute unter Hausarbeit verstanden wird. Während man heute elektrische Geräte zu Hilfe nehmen kann, fielen damals oft schwere körperliche Arbeiten an. Diese Zuständigkeit für den Haushalt galt für alle Frauen – egal welcher Schicht sie angehörten – allerdings hatten die Adelsfrauen Mägde, die ihnen viele Arbeiten abnahmen. Einige wenige Frauen betrieben zusätzlich Gastwirtschaften oder arbeiteten im Wein- und Käsehandel.<sup>27</sup>

Daneben blieb für die üblicherweise zahlreichen Kinder nicht viel Aufmerksamkeit.<sup>28</sup> Sie wurden in diesen Zeiten vor allem als Notwendigkeit (Arbeitskraft, Altersvorsorge) gesehen und Mädchen zusätzlich, wegen der später zu leistenden Mitgift, mitunter auch als Last.<sup>29</sup>

Die Kinderpflege wurde – genauso wie die Arbeit am Hof der Familie – aufgeteilt: Die Aufgabe des Vaters war die Kindererziehung, was im Großen und Ganzen bedeutete, die Kinder zu Moral, Glaube und Gehorsam anzuhalten.<sup>30</sup> Die Beaufsichtigung der Kinder war nicht zwingend Teil des Erziehungsprogramms: in kleineren Wirtschaften, in denen niemand Zeit hatte, dieser Aufgabe nachzugehen, wurden sie entweder sich selbst überlassen, oder über längere Zeit (auch jahrelang) in die Obhut einer Amme gegeben. Die Mutter konnte so ihren Arbeiten in Haus und Hof ungestört nachgehen.<sup>31</sup> Die übrige Versorgung der Kinder (Ernährung, Bekleidung, Körperpflege, usw.) war prinzipiell zwar Sache der Mutter – allerdings mangelte es oft an medizinischen Versorgungsmöglichkeiten und Wissen betreffend Hygiene oder Pädagogik.<sup>32</sup> Abgesehen von diesen schwierigen Bedingungen, war die Säuglings- und Kindersterblichkeitsrate sehr hoch und es war lange Zeit normal, dass in einer Familie nicht alle Kinder überlebten.

Diese Umstände führten dazu, dass in der Forschung meist davon ausgegangen wird, dass im Mittelalter – und bis ins 18. Jahrhundert<sup>33</sup> – gefühlskalte Eltern-Kind-Beziehungen üblich waren. Trotz alledem weist Ennen darauf hin, dass in diesem Punkt nicht verallgemeinert

---

26 vgl. Beck-Gernsheim, Elisabeth: Frauen zwischen Kinderwunsch und Unabhängigkeit. München: Verlag C.H. Beck, 1997 (3., durchgesehene und erweiterte Auflage) S. 25

27 vgl. Ennen, Edith: Frauen im Mittelalter. München: Beck, 1994. (5., überarbeitete und erweiterte Auflage). S. 230

28 vgl. Ennen, 1994. S. 230

29 vgl. Beck-Gernsheim, 1997. S. 27

30 vgl. Beck-Gernsheim, 1997. S. 28 f.

31 vgl. Beck-Gernsheim, 1997. S. 28 f.

32 vgl. Bolognese-Leuchtenmüller, 1981. S. 142 f.

33 vgl. Beck-Gernsheim, 1997. S. 27

werden sollte und dass man sich die Eltern-Kind-Beziehungen auch schon im Mittelalter durchaus liebevoll vorstellen könne.<sup>34</sup>

Was die Bildung angeht, so waren Frauen eindeutig im Nachteil: nur Mädchen gehobenerer Schichten hatten Zugang dazu. Die Mädchenschulen, die etwa Martin Luther im 15. Jahrhundert initiierte, waren nach dem Dreißigjährigen Krieg (1618-1648) alle verschwunden. Auch weitere Versuche, allgemein zugängliche Schulen aufzubauen scheiterten.<sup>35</sup> Erst 1774 führte Kaiserin Maria Theresia eine Bildungsreform durch, im Zuge deren aus kirchlichen Schulen öffentliche gemacht wurden. Dies bedeutete einen großen Schritt in Richtung allgemeine Schulbildung bedeutete – vor allem auch für Mädchen.<sup>36</sup>

### **2.3.2 Ab Mitte des 18. Jahrhunderts: Die bürgerliche Familie**

Mit beginnender Industrialisierung tauchte ein neues Modell der Familie auf: Der Mann ging nun immer häufiger einer außerhäuslichen Erwerbsarbeit nach und verließ dazu den Haushalt, der nun ganz der Frau zugeordnet wurde. Statt mitverantwortlich für die Existenzsicherung der Familie zu sein<sup>37</sup>, wurde die Frau in der neuen, bürgerlichen Familie erstmals ausschließlich als Hausfrau gesehen und gänzlich in den häuslichen, unsichtbaren Bereich verdrängt. Die ihr zugeordneten Aufgaben waren Kindererziehung – gemäß den neuesten Erkenntnissen der Kinderpsychologie – und Hausarbeit. Argumentiert wurde dies mit der angeblichen Prädestinierung der Frau für Pflege, Erziehung und „einfache Arbeiten“, was jedenfalls ihren „Charakter“ vom „Charakter“ des Mannes unterscheiden würde. Becker-Schmidt ortet in dieser Zeit einen Höhepunkt der Frauenfeindlichkeit, der nicht so schnell überwunden wird: die Folgen für Frauen sind noch lange spürbar. Die genannten Charakterzuschreibungen werden (mindestens) bis ins 19. und 20. Jahrhundert als selbstverständlich angesehen und haben in weiterer Folge auch Einfluss auf die Berufe, die Frauen zugestanden werden, als der Arbeitsmarkt für sie leichter zugänglich wird.<sup>38</sup>

Weil der Mann sich also in der „harten Arbeitswelt“ herumschlug, um seine Familie zu ernähren, sollte sein Heim ein angenehmer Ort der Ruhe und Geborgenheit sein. Dafür hatte nun vor allem seine Ehefrau zu sorgen – mit oberster Priorität. Gleichzeitig sollte sie sich in

---

34 vgl. Ennen, 1994. S. 230

35 vgl. Krainer, Larissa: Österreichische Frauenzeitschriften. Zwischen Kommerz- und Alternativmedien. Klagenfurt: Drava, 1995. S. 43

36 vgl. Krainer, 1995. S. 44

37 vgl. Beck-Gernsheim, 1997. S. 30

38 vgl. Becker-Schmidt, Regina/Knapp, Gudrun-Axeli: Feministische Theorien zur Einführung. Hamburg: Junius Verlag, 2000. S. 26

Bescheidenheit üben und unauffällig bleiben. Dabei handelte es sich allerdings nicht um Unverbindlichkeiten: die Vorstellung von der ausschließlich auf das Wohl der Anderen bedachten Frau setzte sich in der (Erziehungs-)Praxis durch und wurde konsequent auch durch Gesetze festgeschrieben. Je nach Schicht erhielten Mädchen eine andere (oft oberflächliche oder einseitige) Ausbildung, die in keinem Fall auf eine mögliche Selbstständigkeit ausgerichtet war.<sup>39</sup>

Die beschriebene Mutterrolle mit allen ihren Facetten war jedoch den bürgerlichen Familien vorbehalten. Für die Mütter aus der ArbeiterInnenschicht, auf deren Arbeitskraft man nicht verzichten konnte und wollte, war ein entgegengesetztes Rollenbild vorgesehen. Viele von ihnen mussten ihre Kleinkinder in die Fabriken mitnehmen, wo sie sich ihnen kaum widmen konnten, oder die Älteren unbeaufsichtigt zu Hause lassen.<sup>40</sup> In den Städten wurden – natürlich nicht in ausreichendem Maß – Kinderbetreuungsplätze zur Verfügung gestellt, um den Frauen das Ausüben einer Lohnarbeit zu erleichtern.<sup>41</sup> Die arbeitende Mutter war trotzdem mehrfach belastet – einmal davon abgesehen, dass sie nicht auch noch während der Arbeit ihre Kinder beaufsichtigen musste, wurde ihr nichts abgenommen. Dadurch wird die für die Arbeiterin unerreichbare, bürgerliche Familienordnung und das bürgerliche Mutterbild zum ersehnten Vorbild – die Auswirkungen sind heute noch erkennbar:<sup>42</sup> So sieht Bolognese-Leuchtenmüller in den 1980er Jahren Arbeiterfamilien als den „Ort [...], in dem die patriarchalisch-hierarchische Ordnung am vollständigsten verinnerlicht und realisiert ist“<sup>43</sup>. Gleichzeitig waren es die Arbeiterinnen, die mit ihren Forderungen den Grundstein für die Rechte von arbeitenden Frauen und Müttern legten: 1884/85 wurden zum Beispiel erstmals Schutzbestimmungen für schwer arbeitende Mütter umgesetzt.<sup>44</sup> Die österreichischen Arbeiterinnen organisierten sich ab 1. Jänner 1892 unter anderem mit Hilfe einer eigenen Zeitung, der ARBEITERINNEN-ZEITUNG, die das Pendant zu der 1889 gegründeten ARBEITER ZEITUNG darstellte.<sup>45</sup> Die Sozialdemokratin Adelheid Popp erklärte das Datum

---

39 vgl. Beck-Gernsheim, 1997. S. 31 ff.

40 vgl. Dörfler, Maria: Mütter und Mutterbilder. In: Vavra, Elisabeth (Hrsg.): Familie: Ideal und Realität. Niederösterreichische Landesausstellung '93, Barockschloß Riegersburg. Horn: Berger, 1993. S. 41

41 vgl. Bolognese-Leuchtenmüller, Birgit: Unterversorgung und mangelnde Betreuung der Kleinkinder in den Unterschichtenfamilien als soziales Problem des 19. Jahrhunderts. In: Knittler, Herbert (Hrsg.): Wirtschafts- und sozialhistorische Beiträge. Festschrift für Alfred Hoffmann. Wien: Verlag für Geschichte und Politik, 1979. S. 411 f.

42 vgl. Bolognese-Leuchtenmüller, 1981. S. 142 f., sowie Caesar, Beatrice: Autorität in der Familie. Ein Beitrag zum Problem schichtenspezifischer Sozialisation. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt, 1972. S. 42

43 Bolognese-Leuchtenmüller, 1981. S. 143

44 vgl. Dörfler, 1993. S. 42

45 vgl. Die-frau.info: Die Zeitschrift "Die Frau" 1945-1987. Geschichte. In: [http://www.die-frau.info/diefrau\\_geschichte](http://www.die-frau.info/diefrau_geschichte) (05.02.2015)

zur „Geburtsstunde der Arbeiterinnen-Bewegung in Österreich“<sup>46</sup>.

Auch in anderen Bereichen kämpften Frauen für ihre Rechte: Verhütungsmittel waren in dieser Zeit in den unteren sozialen Schichten noch nicht sehr verbreitet. Stattdessen mussten sich die Frauen mit Abtreibungen als Geburtenkontrolle behelfen – der Grund für diese illegale Maßnahme war meist ein wirtschaftlicher. Dementsprechend wurde der Kampf für die Abschaffung des § 144, in dem die Bestrafung für Abtreibung geregelt war, von den Frauen der unteren Schichten angeführt – die reicheren Frauen konnten sich entweder Verhütungsmittel leisten, oder im Notfall mithilfe von Bestechungsgeld eine relativ ungefährliche Abtreibung vornehmen lassen.<sup>47</sup>

### **2.3.3 1930er – 1980er: Vom Mutterkreuz bis zur Frauenbewegung**

In der Zeit des Nationalsozialismus wurde das Leben der Frau stark auf die Rolle als Mutter reduziert. Durch Rassenhygiene und Eugenik war darüber hinaus geregelt, wer als Partner (bewusst nicht gegendert) in Frage kommt und welche Nachkommen leben dürfen. Argumentiert und gerechtfertigt wurden diese Maßnahmen mit staatlichen Leistungen wie dem Mutterschutzgesetz, oder dem Ehestandsdarlehen, aber auch damit, dass dies „natürlich“ und „artgemäß“ sei. Die Aufwertung der Mutterschaft hatte außerdem den Preis, dass Frauen vom politischen und gesellschaftlichen Leben weitgehend ausgeschlossen wurden.<sup>48</sup>

An die „Fähigkeit“ der Mutter waren bestimmte Leistungen und Belohnungen geknüpft. Die Organisation „Kraft durch Freude“ ermöglichte zum Beispiel bedürftigen Frauen, sofern diese zahlreiche Kinder vorweisen konnten, Theaterbesuche: So wurden 1943 am Muttertag in Wien 2000 sogenannte Mutterkreuze<sup>49</sup> und jeweils zwei Theaterkarten vergeben.<sup>50</sup> Im Theater wiederum sollte die Frau und Mutter die gesellschaftliche Ordnung verinnerlichen und dadurch ideologisch gefestigt werden. Dort begegneten ihr Figuren wie die verlachte, kinderlose und berufstätige Frau, die junge, zukünftige und arische Mutter, oder die Kindsmörderin, deren Tat als notwendige Säuberungsmaßnahme dargestellt wurde.<sup>51</sup>

---

46 Die-frau.info: Die Zeitschrift "Die Frau" 1945-1987. Geschichte. In: [http://www.die-frau.info/diefrau\\_geschichte](http://www.die-frau.info/diefrau_geschichte) (05.02.2015)

47 vgl. Dörfler, 1993. S. 43 ff.

48 vgl. Deutsch-Schreiner, Evelyn: Blonde Mütter für das Reich? Zum Bild der Mutter auf dem NS-Theater. In: Möhrmann, Renate: Verklärt, verkitscht, vergessen. Die Mutter als ästhetische Figur. Stuttgart, Weimar: Metzler, 1996. S. 242

49 Frauen mit 4-5 Kindern erhielten das bronzene, Frauen mit 6-7 Kindern das silberne und Frauen mit 8+ Kindern das goldene „Ehrenkreuz“. Eingeführt wurde diese Auszeichnung 1938. vgl. Dörfler, 1992. S. 45

50 vgl. Völkischer Beobachter, Wiener Ausgabe: (ohne Titel). 17.5.1943. Zitiert nach: Deutsch-Schreiner, 1996. S. 243

51 vgl. Deutsch-Schreiner, 1996. S. 244 f.

Im späteren Kriegsverlauf, wo Frauen als Arbeitskräfte gebraucht wurden und dadurch die Geburtenzahlen unerwünschterweise wieder zurückgingen, wurden zusätzliche Vorteile für Mütter geschaffen (Erholungsaktionen, Kindertagesstätten, Beihilfen), sowie steuerliche Nachteile für Kinderlose eingeführt.<sup>52</sup>

In Frauenzeitschriften dominierte das Bild der gesunden, fleißigen und kinderreichen Mutter, die sich nicht davor scheut, die Arbeit des Mannes zu übernehmen, der Kriegsdienste leistet. Die Themen Ehe und sexuelle Erfüllung wurden in dieser Zeit in den Zeitschriften als zweitrangig eingestuft.<sup>53</sup>

Nach dem Ende des Zweiten Weltkrieges und des Nationalsozialismus wurden nach und nach Verbesserungen im Bereich der Gesetze, die Frauen und Mütter besonders betreffen, beziehungsweise schützen sollen, erkämpft. So wurde zum Beispiel 1957 beschlossen, dass Mütter ab der sechsten Woche vor der Geburt nicht mehr arbeiten dürfen und nach der Geburt frühestens nach zwölf Monaten wieder ihre Arbeit aufnehmen dürfen. Auch wurden in- und ausländische Arbeitnehmerinnen gleichgestellt. Weiters wurde der Karenzurlaub eingeführt, nach dessen Ablauf die Frau wieder an ihrem alten Arbeitsplatz eingestellt werden muss.<sup>54</sup>

Spätestens in den 60ern und 70ern kam die Diskussion um Gleichberechtigung und Emanzipation (wieder<sup>55</sup>) auf: Frauen kämpfen vor allem für ihre berufliche und sexuelle Selbstbestimmung – eine Forderung, die stark mit ihrer Rolle als Mutter zusammenhängt. Selbst zu entscheiden, ob man Mutter wird oder als Ehefrau arbeiten darf, ist bis dahin keine Selbstverständlichkeit:<sup>56</sup> Erst die Familienrechtsreformen in den 70ern brachten Verbesserungen für die Persönlichkeitsrechte. Durch den §89 (Allgemeines Bürgerliches Gesetzbuch) wird festgehalten, dass EhepartnerInnen gleichberechtigt sind – was unter anderem bedeutet, dass Ehemänner ihren Ehefrauen nicht mehr verbieten konnten, einer Erwerbsarbeit nachzugehen.<sup>57</sup>

Im Gleichbehandlungsgesetz wurde 1979 die vom Geschlecht unabhängige Gleichberechtigung auch für die Arbeitswelt festgehalten. Zumindest theoretisch sollen

---

52 vgl. Dörfler, 1992. S. 1996. S. 45

53 vgl. Deutsch-Schreiner, 1996. S. 243 ff.

54 vgl. Neyer, Gerda: Familialisierungsstrategien: Mutterschaft als Gegenstand staatlicher Politik. In: Appelt, Erna/Lösch, Andrea/Prost, Edith (Hrsg.): Stille Reserve. Erwerbslose Frauen in Österreich. Wien: Verlag für Gesellschaftskritik, 1987. S. 97. S. 89-106

55 Frauenbewegungen gab es auch schon davor, etwa zur Jahrhundertwende von 19. zum 20. Jahrhundert.

56 vgl. Schenk, Herrad: Wie viel Mutter braucht der Mensch. Der Mythos der guten Mutter. Hamburg: Rohwohlt, 1998. S. 202

57 vgl. Bundesgesetzblatt für die Republik Österreich. 31.07.1975. In: [https://www.ris.bka.gv.at/Dokumente/BgblPdf/1975\\_412\\_0/1975\\_412\\_0.pdf](https://www.ris.bka.gv.at/Dokumente/BgblPdf/1975_412_0/1975_412_0.pdf) (18.02.2015)

Frauen seither bei der Bezahlung nicht mehr benachteiligt werden können.<sup>58</sup> Der Equal Pay Day erinnert jedoch zweimal jährlich daran, dass die Realität bis heute anders aussieht: auf Basis des Rechnungshofberichtes wird einerseits berechnet, „wie viele Tage Frauen zusätzlich arbeiten müssen, um jenen Betrag zu verdienen, den Männer bereits am Ende des Vorjahres in der Tasche hatten“<sup>59</sup> und andererseits der Tag ermittelt, ab dem Frauen sozusagen gratis arbeiten. In Österreich verdienen Frauen momentan noch immer rund 24 Prozent weniger als Männer, was bedeutet, dass sie um 24 Prozent (das sind über 60 Tage) länger arbeiten.<sup>60</sup>

In den 70ern gab es auch heftige Diskussionen über die bisher illegale Abtreibung. Trotz Protesten seitens der Österreichischen Volkspartei (ÖVP), der Freiheitlichen Partei Österreichs (FPÖ) und einem Volksbegehren der „Aktion Leben“ konnte die Sozialdemokratische Partei Österreichs (SPÖ) im Sinne der BefürworterInnen (z.B. organisiert als das „Aktionskomitee zur Abschaffung des § 144“) 1975 die Fristenregelung durchsetzen.<sup>61</sup> Diese sieht vor, dass Frauen innerhalb der ersten drei Monate nach dem Beginn der Schwangerschaft eine Abtreibung vornehmen dürfen (§ 97 Strafgesetzbuch).<sup>62</sup>

Johanna Dohnal, die sich als Feministin und Politikerin der SPÖ auch für diese und andere frauenpolitische Anliegen einsetzte, trat schließlich 1990 das Amt der ersten österreichischen Frauenministerin an.<sup>63</sup>

Im Alltag sind Mütter oft weiterhin mit einer Mehrfachbelastung konfrontiert, die oft „nur“ als Doppelbelastung abgetan wird: einerseits der Beruf, andererseits Hausarbeit und Kinderbetreuung.<sup>64</sup> Die letztgenannten Aufgaben bleiben auch in vielen modernen Familien noch immer ausschließlich an der Frau hängen. Kinderbetreuungsplätze sind einerseits nicht ausreichend verfügbar und andererseits nicht mit dem herrschenden Bild der „guten Mutter“ vereinbar, weswegen viele Frauen selbst für ihre Kinder sorgen möchten.

---

58 vgl. Bundeskanzleramt Rechtsinformationssystem. In: <https://www.ris.bka.gv.at/GeltendeFassung.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Gesetzesnummer=20003395> (18.02.2015)

59 Equalpayday.at. In: <http://www.equalpayday.at/equal-pay-day/wissen> (18.02.2015)

60 vgl. Equalpayday.at. In: <http://www.equalpayday.at/equal-pay-day/die-berechnung> (18.02.2015)

61 vgl. Historisch.apa.at: Die Fristenlösung. In: [http://www.historisch.apa.at/cms/apa-historisch/dossier.html?dossierID=AHD\\_19750101\\_AHD0001](http://www.historisch.apa.at/cms/apa-historisch/dossier.html?dossierID=AHD_19750101_AHD0001) (18.02.2015)

62 vgl. Bundeskanzleramt Rechtsinformationssystem. In: <https://www.ris.bka.gv.at/Dokument.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Dokumentnummer=NOR12029640> (18.02.2015)

63 vgl. Nimmervoll, Lisa: Johanna Dohnal: 1939-2010. 21.02.2010. In: <http://derstandard.at/1266541106571/Nachruf-Johanna-Dohnal-1939-2010> (18.02.2015)

64 vgl. Bolognese-Leuchtenmüller, 1981. S. 134

### 2.3.4 1990er bis heute: Das Ende der bürgerlichen Familie?

Dörfler spricht in Anbetracht dieser historischen Entwicklung von Bruchstellen, an denen es zur Neu-Definition der Mutterrolle kommt und wähnt uns zum Beispiel 1993 (Jahr der Veröffentlichung ihres Beitrages) in der Vorstufe zu einem Bruch: das veraltete Modell der bürgerlichen Familie scheint von einem neuen abgelöst zu werden. Zumindest ist es nicht mehr selbstverständlich, dass die Familie in einen privaten Bereich – den Bereich der Frau – und einen öffentlichen Bereich – den Bereich des Mannes – eingeteilt wird.<sup>65</sup>

Das idealisierte bürgerliche Mutterbild hat allerdings weiterhin Bestand: Oechsle und Geissler haben in ihrer Studie Mitte der 90er festgestellt, dass zwar ein weiteres Leitbild vorhanden ist – das der „selbstständigen Frau“. Trotzdem bedeutet eine „gute Mutter“ zu sein, für den Großteil der Frauen immer noch, für mehrere Jahre auf die Ausübung ihres Berufes zu verzichten, während die Berufstätigkeit des Mannes kaum in Frage gestellt wird. Viele Frauen haben dies so bei ihren eigenen Müttern erlebt. Und genau diese Erfahrungswerte sind der Unterschied zum Leitbild der „selbstständigen Frau“: die meisten Mütter haben nur solange ein materiell und sozial unabhängiges Leben geführt, solange sie noch keine Kinder hatten. Heute wie damals versuchen viele Frauen, diese beiden Leitbilder zu vereinen.<sup>66</sup>

Dass bürgerlichen Familien trotzdem längst nicht mehr die „Normalität“ darstellen, zeigt sich etwa darin, dass heute ganz selbstverständlich von „Patchwork-Familien“ gesprochen wird, in denen ein/e PartnerIn mindestens ein Kind in eine neue Partnerschaft mitnimmt<sup>67</sup>. Patchwork-Familien können sehr unterschiedlich aussehen, gehören jedenfalls als „Phänomen“ schon längst zum Alltag. Dass in so verflochtenen Konstellationen die traditionelle Rollenaufteilung keine Anwendung mehr finden kann, ist klar.

Konservative sehen noch eine weitere Bedrohung des traditionellen Familienbildes: Die Diskussion über gleichgeschlechtliche Ehen und die Adoptionen durch gleichgeschlechtliche (Ehe-)Paare ist längst auch in Österreich angekommen. Während in anderen Ländern (z.B. Großbritannien<sup>68</sup>) die gleichgeschlechtliche Ehe bereits legal ist, konnte sie in Österreich allerdings noch immer nicht durchgesetzt werden. Momentan ist nur die Verpartnerung möglich – das Adoptionsgesetz wird gerade einer Novellierung unterzogen, nach der dann

---

65 vgl. Dörfler, 1993. S. 32 ff.

66 vgl. Oechsle, Mechtild: Ungelöste Widersprüche: Leitbilder für die Lebensführung junger Frauen. In: Oechsle, Mechtild/Geissler, Birgit (Hrsg.): Die ungleiche Gleichheit. Junge Frauen und der Wandel im Geschlechterverhältnis. Opladen: Leske + Budrich, 1998. S. 190 ff.

67 vgl. kindaktuell.at: Patchworkfamilien – Was ist das genau? 26.4.2010. In: <http://www.kindaktuell.at/schule-co/patchworkfamilien-was-ist-das-genau.html> (6.2.2015)

68 vgl. Legislation.gov.uk: Marriage (Same Sex Couples) Act 2013. In: <http://www.legislation.gov.uk/ukpga/2013/30/contents> (6.2.2015)

auch gleichgeschlechtlichen Paaren die gleichen Adoptionsrechte zustehen sollen.<sup>69</sup>

Auch wenn die „bürgerliche Familie“ heute noch besteht, sieht man an den genannten Beispielen, dass es Alternativen gibt, die mitbedacht werden müssen. Dörfler hatte mit ihrer Prognose also durchaus recht.

Für alle Familien gilt jedenfalls, dass es auch Fortschritte bezüglich Kinderbetreuung gibt: 1989 wurde etwa die Väterkarenz eingeführt, außerdem gibt es verschiedene Modelle der geteilten Karenz.<sup>70</sup> Auch ist es nicht mehr ungewöhnlich, Kleinkinder in Kinderkrippen betreuen zu lassen – wenn auch der wachsende Bedarf nach Betreuungsplätzen noch immer nicht vollständig gedeckt werden kann.

Während langsam aber stetig immer weitere Schritte gesetzt werden, um die Gleichberechtigung der Frau auch praktisch besser zu ermöglichen, verstummen die konservativen Stimmen noch lange nicht. Vielmehr finden sie auch bei jungen Menschen Gehör, die angesichts einer unsicheren Zukunft wieder vermehrt traditionelle Werte hochhalten und sich auch mit der Rolle der Frau als Hausfrau und Mutter anfreunden können.<sup>71</sup>

### **2.3.5 Rollenfindung der Frau**

Kann man die Mutterrolle als „ideologische Überhöhung einer gesellschaftlichen Funktion“ bezeichnen, so liegt dies laut Bolognese-Leuchtenmüller vor allem daran, dass aus männlicher Sicht nur zwei Rollen für Frauen existieren: Zum einen die Rolle der desexualisierte Mutter, und zum anderen das Sexualobjekt. Um die gewohnte (Familien-)Ordnung beibehalten zu können, ist die Gesellschaft gar nicht daran interessiert, eine weitere Rolle für Frauen zu schaffen. Deswegen wird von konservativer Seite immer noch betont, wie wichtig die Institution Ehe für Frauen sei, obwohl es für Frauen schon genug Möglichkeiten gibt, unabhängig von (Ehe-)männern zu leben. Wenn darüber gesprochen wird, Hausarbeit zur Lohnarbeit zu machen, erkennt Bolognese-Leuchtenmüller auch dahinter den Wunsch, alles beim „Alten“ zu belassen, und damit Frauen weiterhin die Arbeit mit Haushalt und Kindern zuzuweisen.<sup>72</sup> Auch Becker-Schmidt beobachtet eine Angst davor, dass Frauen erwerbstätig

---

69 vgl. Matzenberger, Michael: Schwule und Lesben sollen auch fremde Kinder adoptieren dürfen. 14.1.2015.

In: <http://derstandard.at/2000010361671/Schwule-und-Lesben-bekommen-Adoptionsrecht> (6.2.2015)

70 vgl. Arbeiterkammer. In: <http://wien.arbeiterkammer.at/beratung/berufundfamilie/karenz/index.html> (18.02.2015)

71 vgl. Mayr, Lisa: Was Abstiegsangst mit Menschen macht. 5.1.2015. In:

<http://derstandard.at/2000009905128/Was-Abstiegsangst-mit-Menschen-macht> (6.2.2015)

72 vgl. Bolognese-Leuchtenmüller, 1981. S. 145 ff.

werden – einerseits weil gefürchtet wird, dass sich niemand mehr um das Wohl der Kinder, der Männer bzw. um den Haushalt kümmern würde, und andererseits, weil sie am Arbeitsmarkt eine Konkurrenz darstellen könnten.<sup>73</sup>

Die Entscheidung zur Unabhängigkeit liegt jedenfalls nicht unbedingt an der Frau alleine – es kommt immer auch darauf an, wie sich ihr Umfeld verhält: ob unterstützend, stur auf konservativen Normen pochend, oder kompromissbereit. Dabei ist mit dem Begriff Umfeld nicht nur die Kernfamilie gemeint, sondern auch FreundInnen, andere Verwandtschaft und die Medien. Wie es der Frau schlussendlich bei ihrer Rollenfindung ergeht, wird laut Dahlström von vier Faktoren beeinflusst:<sup>74</sup>

- 1) internalisierte Rollennormen: Wie sieht die Vorstellung der Frau von ihrem eigenen Rollenbild aus?
- 2) Wie geht sie mit den Rollenbildern um, die von der Familie (oder anderem nahen Umfeld) auf sie projiziert werden?
- 3) Vermittelte Rollenideale: Hat die Frau die Möglichkeit, andere, verschiedene Rollen kennenzulernen?
- 4) Was sind die Anforderungen von Seiten ihres Umfeldes und was die Steine, die ihr in den Weg gelegt werden, wenn es um alternative Rollenbilder geht?<sup>75</sup>

Und dann bleibt nur noch die Frage, wie deckungsgleich oder verschieden die Ansprüche von außen mit dem internalisierten Rollenbild der betreffenden Frau sind. Natürlich kommt es vor, dass diese Vorstellungen zusammenpassen; je weniger dies jedoch der Fall ist, desto höher und unangenehmer kann der Druck von außen sein. Besonders, was die Kindererziehung betrifft, gab es lange Zeit eine deutliche Meinung innerhalb der Gesellschaft – gestützt durch die Fachmeinung von ÄrztInnen, PsychologInnen und PsychiaterInnen. So hieß es, dass eine gute Mutter sich vollständig auf die Erziehung des Kindes zu konzentrieren hätte und auf Erwerbsarbeit verzichten sollte, da sonst mit Verhaltensstörungen des Kindes zu rechnen sei.<sup>76</sup> Von dieser Ansicht sind die meisten ExpertInnen inzwischen abgerückt – immerhin wird es nicht mehr als radikal bezeichnet, wenn man meint, eine Mutter könne einer Arbeit nachgehen, auch wenn das Kind noch in den Kindergarten oder die Schule geht. Außerdem stehen heute – zumindest vergleichsweise – mehr Angebote für die Kinderbetreuung zur

---

73 vgl. Becker-Schmidt/Knapp, 2000. S. 25

74 vgl. Dahlström, 1975. S. 215 f.

75 Aufzählung vgl. Dahlström, 1975. S. 215 f.

76 vgl. Dahlström, 1975. S. 216 f.

Verfügung. Diese Angebote sind allerdings noch lange nicht ausreichend: besonders in ländlicheren Gebieten hat sich nicht viel verändert. So stehen Mütter mancherorts noch immer „fast unüberwindlichen Hindernissen“<sup>77</sup> gegenüber, wenn sie einer Erwerbsarbeit nachgehen wollen, ganz so, wie es Dahlström in den 70er-Jahren beschreibt.<sup>78</sup>

### **2.3.6 Zur gleichen Zeit, an einem anderen Ort: Der französische Weg**

Bis jetzt wurde nur die historische Entwicklung der Mutterrolle betrachtet - was Badinter über die Mutterrolle in Frankreich berichtet zeigt aber, dass sich der Platz der Mutter in der Gesellschaft auch regional unterscheidet. In Frankreich tauschen Frauen nicht ihr ganzes Frau-Sein gegen die Mutterrolle ein, sondern tun eher das, was ihnen in Deutschland (und bestimmt auch in Österreich) vielerorts noch die Nachrede „Rabenmutter“ einbringen würde. Der maßgebliche Unterschied: In Frankreich gibt es eine lange Tradition, Kleinkinder von fremden Personen beaufsichtigen zu lassen, da Mutterschaft nicht als einzige Aufgabe der Frauen gesehen wird. Die im Gegensatz zu Deutschland relativ hohe Geburtenrate ist für Badinter ein gutes Argument für das französische Modell.<sup>79</sup>

Die Tatsache, dass sich Mutterbilder verändern, ist für Badinter außerdem ein Beweis dafür, dass Mütterlichkeit „weniger ‚natürlich‘ ist, als man glauben will, und weitgehend von Ideologien und unserem gesellschaftlichen, ökonomischen und kulturellen Umfeld abhängt“.<sup>80</sup> Doch auch lange Zeit funktionierende Modelle sind vor Veränderungen nicht gefeit: So scheint sich in Frankreich auf einmal ein umgekehrter Trend bemerkbar zu machen: Frauen entscheiden sich dazu, ein paar Jahre nicht arbeiten zu gehen, und stattdessen ihre Zeit in die Kindererziehung zu stecken, um „gute“ Mütter zu sein. Und das, während in Deutschland die Forderung nach einem größeren Angebot an Kinderbetreuungsplätzen gerade immer lauter wird. Badinter sieht den Grund dafür unter anderem in der aktuellen Wirtschaftskrise, infolge derer viele Frauen gezwungenermaßen (durch Verlust des Arbeitsplatzes) zur Hausarbeit zurückfanden. Mit einer Art Gehalt (einem wirklich schlechten Gehalt übrigens) in Form von Erziehungsgeld wurde versucht, ihnen diese Arbeit schmackhaft zu machen.<sup>81</sup>

---

77 Dahlström, 1975. S. 223

78 Vgl. Dahlström, 1975. S. 223 f.

79 vgl. Badinter, Elisabeth: Der Konflikt. Die Frau und die Mutter. München: Deutscher Taschenbuch Verlag, 2012. S. 9 ff.

80 Badinter, 2012. S. 11

81 vgl. Badinter, 2012. S. 12 ff.

### 3 Gattung „Frauenzeitschrift“

#### 3.1 Definition des Begriffes „Zeitschrift“

An dieser Stelle soll kurz der Begriff „Zeitschrift“ erläutert werden, da es sich beim Untersuchungsgegenstand der vorliegenden Arbeit um Frauenzeitschriften, also eine besondere Form der Zeitschrift handelt.

Dovifat betont, dass die Definition von Zeitschriften keine eindeutige ist, versucht aber trotzdem eine Eingrenzung des Begriffs: so beschreibt er Zeitschriften als periodisch erscheinende Druckwerke, die dort ansetzen, wo die Zeitung aufhört: sie spezialisieren sich auf bestimmte, abgegrenzte Themenbereiche (Aufgabenbereiche) und haben dadurch die Möglichkeit, tiefer in die Materie einzutauchen. So kann man jedenfalls den Großteil der Zeitschriften umschreiben – der andere Teil der Zeitschriften arbeitet nicht mit einem speziellen Aufgabenbereich<sup>82</sup>:

Dovifat charakterisiert Zeitschriften deshalb auch nach ihren verschiedenen Darbietungsformen. Die übergeordnete Unterscheidung trifft er zwischen Sachbeziehungsweise Fachzeitschriften mit „umgrenzter Aufgabe“ und gesonderten Darbietungsarten ohne „umgrenzte Aufgabe“ (zum Beispiel Illustrierte oder Unterhaltungszeitschriften). Er merkt aber an, dass auch Publikumszeitschriften zu den Fachzeitschriften gehören, wenn sie sich auf ein Thema spezialisieren und einen entsprechenden Publikum bedienen. Zu dieser Gruppe zählt Dovifat im Übrigen auch die großen Frauenzeitschriften.<sup>83</sup>

Auch Heinrich weist auf die Vielfalt der Publikationen in der Kategorie „Zeitschrift“ und die unzähligen vergeblichen Versuche einer abschließenden Definition des Begriffes hin. Trotzdem fasst er – sich auf die Pressestatistik Deutschlands und die Beschreibungen der Publizistikwissenschaft berufend – ein paar grobe Merkmale zusammen<sup>84</sup>:

- Periodizität: Zeitschriften erscheinen mindestens viermal jährlich
- Publizität: Zeitschriften wenden sich an die Öffentlichkeit
- keine Tagesaktualität (Zeitschriften werden seltener als zwei mal pro Woche

---

82 vgl. Dovifat, Emil (Hrsg.): Handbuch der Publizistik. Band 1, Allgemeine Publizistik. Berlin, Walter de Gruyter & Co, 1968. S. 174 ff.

83 vgl. Dovifat, 1968. S. 275 ff.

84 vgl. Heinrich, Jürgen: Medienökonomie. Band 1: Mediensystem, Zeitung, Zeitschrift, Anzeigenblatt. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 2001. (2., überarbeitete und aktualisierte Auflage) S. 303 f.

herausgegeben)

- Kontinuität (Zeitschriften verfolgen eine Blattlinie/geistige Haltung – im Gegensatz zu Verlagsreihen oder Ähnlichem)<sup>85</sup>

Schließlich stellt er auch verschiedene Einteilungen der Zeitschriften nach diversen Kriterien zusammen (oder zitiert sie) – hier sei allerdings nur die Einteilung nach der primären ökonomischen Funktion von Zeitschriften angeführt:

- „politische Zeitschriften“: für ein großes, politisch interessiertes Publikum
- „Special-Interest-Zeitschriften“: widmen sich einem speziellen Thema/Bereich
- „Fachzeitschriften“: widmen sich einem speziellen Fachbereich; dadurch zum Beispiel für bestimmte Berufe interessant
- „PR-Zeitschriften“: aus Eigeninteresse des Herausgebers herausgegeben<sup>86</sup>

Nach dieser Kategorisierung wären Frauenzeitschriften wohl eher den Special-Interest-Zeitschriften zuzuordnen. Bis heute hat sich allerdings keine einheitliche Einordnung durchgesetzt. Prinzipiell werden die Publikationen je nach Interesse der Institution/Person, die die Einteilung macht, in Gruppen eingeteilt. So werden Frauenzeitschriften in der Media Analyse zum Beispiel in einer eigenen Kategorie angeführt<sup>87</sup>, während Männermagazine anderen Kategorien zugerechnet werden (häufig: Special Interest, Monatsmagazine oder Ähnliches). Die Österreichische Auflagenkontrolle (ÖAK) dagegen unterscheidet Zeitschriften anhand ihrer Erscheinungsintervalle und nach dem Kriterium Kauf/Gratis. Zwischen Frauen-, Männer-, Special-Interest oder politischen Zeitschriften wird nicht differenziert.<sup>88</sup>

### 3.2 Definition des Begriffes „Frauenzeitschrift“

*„Women’s magazines are defined as those magazines whose content and advertising is aimed primarily at a female audience and at female areas of concern and competence, as customarily defined within culture.“<sup>89</sup>*

85 Aufzählung vgl. Heinrich, 2001. S. 303

86 Aufzählung vgl. Heinrich, 2001. S. 306 f.

87 vgl. Media Analyse. In: <http://www.media-analyse.at/studienPublicPresse.do?year=2013&selGroup=Presse> (letzter Zugriff: 23.01.2015)

88 vgl. Österreichische Auflagenkontrolle: Auflagenliste JS/2013. In: <https://www.oeak.at/> (letzter Zugriff: 23.01.2015)

89 Tuchman, Gaye: The Symbolic Annihilation of Women by Mass Media. In: Tuchman, Gaye/Daniels, Arlene

Wie alle anderen Zeitschriften haben Frauenzeitschriften also eine bestimmten Zielgruppe definiert und richten ihre Inhalte nach dieser aus. Wie der Name schon sagt, heißt die Zielgruppe „Frauen“, wobei das allein natürlich noch keine ausreichende Definition ist. Röser zeigt allerdings anhand der Frauenzeitschrift BRIGITTE, dass es bis in die 1980er durchaus üblich war, die Zielgruppe ausschließlich durch das Merkmal „Frau“ zu definieren. Bald darauf war dies aber nicht mehr ausreichend: weitere Differenzierungen wurden notwendig, da es nicht mehr als selbstverständlich angesehen wurde, dass Frauen ausschließlich Hausfrauen und Mütter waren.<sup>90</sup> So dienen soziale Schicht, Alter, oder Berufstätigkeit, Interessen, „Grad der Emanzipation“, usw. als weitere Möglichkeiten, die Zielgruppe einzugrenzen. Dadurch ergeben sich unterschiedliche Zeitschriften, die aber noch immer gemeinsam haben, dass sie sich Themen widmen, von denen vermutet wird, dass sie für die große Masse der Frauen interessant sind. Dementsprechend sei hier noch eine zweite Definition genannt:

*„In verschiedensten Sparten der gesellschaftlichen Interessensvielfalt angesiedelt, repräsentieren Frauenzeitschriften Versuche von RedakteurInnen und HerausgeberInnen, die angenommenen ‚Bedürfnisse‘ von Frauen aller gesellschaftlicher Klassen und Schulabschlußformen [!] in optimaler Weise zu befriedigen, sie als KonsumentInnen anzusprechen oder für politische Inhalte zu gewinnen.“<sup>91</sup>*

An dieser Stelle stellt sich also die Frage, warum Menschen noch immer überzeugt davon sind, bestimmen zu können, was Frauen interessiert – und gleichzeitig, was sie nicht interessiert? Warum werden gewisse Themen wie Politik oder Wissenschaft (zumindest) in den großen, kommerziellen Frauenzeitschriften großzügig umgangen, als gingen sie Frauen keines Alters/Berufes/usw. etwas an? Laut Röser liegt das tatsächlich daran, dass sich in den „Themen und Leitbildern [der Frauenzeitschriften] Facetten gesellschaftlicher Strukturen und Ausschnitte gesellschaftlichen Bewußtseins [!] spiegeln“<sup>92</sup>. Dass feministische Frauenzeitschriften verhältnismäßig wenig nachgefragt sind, ist wohl auch auf diesen Umstand zurückzuführen.

---

Kaplan/Benet, James (Hrsg.): *Hearth and Home. Images of Women in the Mass Media*. New York: Oxford University Press, 1978. S. 97 *zitiert nach*: Röser, Jutta: *Frauenzeitschriften und weiblicher Lebenszusammenhang. Themen, Konzepte und Leitbilder im sozialen Wandel*. Opladen: Westdeutscher Verlag, 1992. S. 22

<sup>90</sup> vgl. Röser, 1992. S. 305

<sup>91</sup> Krainer, Larissa: *Österreichische Frauenzeitschriften: zwischen Kommerz- und Alternativmedien*. Klagenfurt: Drava-Verlag, 1995. S. 13 f.

<sup>92</sup> Röser, 1992. S. 14

### **3.2.1 Merkmale von Frauenzeitschriften**

Zuerst seien aber noch die Merkmale von Frauenzeitschriften zusammengefasst, um festzuhalten, welche Publikationen man überhaupt zu den Frauenzeitschriften zählen kann und welche nicht. Jede Statistik orientiert sich an anderen Definitionen und kommt so auf andere Ergebnisse, was etwa die Zahl der Frauenzeitschriften angeht. In der vorliegenden Arbeit sollen die Kriterien von Lindgens als Orientierung gelten:

- Eigenbezeichnung der Zeitschrift (Titel, Untertitel) beziehungsweise ihre deklarierte Zielgruppe
- Publikum: entscheidend ist der Anteil der Frauen an den Leserschaft (Lindgens empfiehlt die Orientierung an den Ergebnissen von Institutionen wie die Media Analyse – Röser schließt sich an und meint, ein Leserinnen-Anteil von 70% sollte die Grenze darstellen<sup>93</sup>)
- redaktionelles Angebot: dafür schlägt Lindgens Inhaltsanalysen vor, durch die untersucht werden soll, ob die betreffenden Zeitschriften ein Angebot bringen, das den Themen entspricht, die man zuvor als frauenspezifische Themen deklariert hat.<sup>94</sup>

### **3.3 Arten von Frauenzeitschriften**

Im Laufe der Zeit wurden verschiedene Systeme entwickelt, wie man Frauenzeitschriften typologisieren kann. Je nach Interesse wurden sie nach verschiedenen Aspekten eingeordnet – die so entwickelten Typologisierungen werden im Folgenden vorgestellt.

#### **3.3.1 Typologisierung nach inhaltlichen Aspekten**

Um endgültig Klarheit in den unübersichtlichen Markt der Frauenzeitschriften zu bringen, entschließt sich Lindgens Anfang der 1980er Jahre dazu, eine Bestandsaufnahme zu machen.<sup>95</sup> Zwar führt sie diese in der Bundesrepublik durch, doch sind bestimmte Ergebnisse, insbesondere die Einteilung der Frauenzeitschriften in verschiedene Arten, auch für die Betrachtung des österreichischen Marktes interessant und hilfreich.

---

93 vgl. Röser, 1992. S. 82

94 Aufzählung vgl. Lindgens, Monika: Der Markt der Frauenzeitschriften in der Bundesrepublik: Eine Bestandsaufnahme und Analyse der Entwicklungstendenzen. In: Media Perspektiven, 1982 (5). S. 337

95 vgl. Lindgens, Monika: Der Markt der Frauenzeitschriften in der Bundesrepublik: Eine Bestandsaufnahme und Analyse der Entwicklungstendenzen. In: Media Perspektiven, 1982 (5). S. 336-348

Folgende Typologisierung innerhalb der Frauenzeitschriften stellt Lindgens also auf und zeigt damit, welche unterschiedlichen inhaltlichen Ausrichtungen es gibt. Bei einzelnen Gruppen wird genauer erklärt, wie sich der Inhalt gestaltet, bei anderen ist der Name selbsterklärend. In Klammern befinden sich außerdem bekannte Beispiele, die auch Lindgens in einer Tabelle dementsprechend zugeordnet hat:

- **Klassische Frauenzeitschriften**
  - Beratende Frauenzeitschriften (z.B.: BRIGITTE, COSMOPOLITAN): Beratung und Information zu „typisch weiblichen“ Themengebieten (Mode, Haushalt, Gesundheit)
  - Beratende/unterhaltende Frauenzeitschriften (z.B: TINA): neben Beratung liegt der Schwerpunkt auf Unterhaltung (Geschichten, Rätsel usw.)
  - Gesellschaftszeitschriften für Frauen (z.B. MADAME, VOGUE): richten sich an wohlhabendere LeserInnen
- **Spezialzeitschriften für Frauen:** ein bestimmtes, „typisch weibliches“ Thema wird behandelt (Handarbeit, Erziehung oder Ähnliches)
  - Handarbeits- und Modezeitschriften (z.B. BURDA MODERN)
  - Haushalts-/Rezeptzeitschriften
  - Familien-/Elternzeitschriften (z.B. ELTERN)
- **Unterhaltende Frauenzeitschriften**
  - Unterhaltende Wochenzeitschriften (z.B. NEUE POST – FÜR DIE FRAU): Trivialunterhaltung: Klatsch und Tratsch über Stars und Adel, unterhaltsame Geschichten, Rätsel, Witze, Ratschläge, ...
  - Erlebnismagazine
- **Feministische Frauenzeitschriften:** (z.B. EMMA) kritisch; Themen sind nicht „typisch weiblich“<sup>96</sup>

Dieses Modell von Lindgens ist eine Weiterentwicklung der Idee, zwischen beratenden und unterhaltenden Frauenzeitschriften zu unterscheiden. Damit ihr Modell möglichst genau nachvollziehbar ist, bezieht sie bei der Gliederung in Untergruppen Faktoren wie

---

96 Gesamte Aufzählung inkl. Beispiele: vgl. Lindgens, 1982. S. 337 ff.

Erscheinungsweise und Zielgruppe mit ein.<sup>97</sup>

Schon zehn Jahre später hält Röser diese Einteilung für überholt, da sich einige der vielen Neugründungen schon nicht mehr in diese Typologisierung einordnen lassen.<sup>98</sup> Für einen groben Überblick und für die Zwecke der vorliegenden Arbeit lässt sich diese Einteilung allerdings gut verwenden.

### **3.3.2 Typologisierung nach LeserInnen**

Eine andere Art, zwischen den Frauenzeitschriften zu unterscheiden, ist, sie nach dem Sozialstatus der LeserInnen einzuordnen. Für Duske lassen sich nach diesem Modell alle Zeitschriften eindeutig zuordnen. Die Einteilung erfolgt nach Inhalt (mithilfe einer Inhaltsanalyse untersucht), Preis und Erscheinungsweise<sup>99</sup>:

- Oberschichtzeitschriften (z.B. COSMOPOLITAN, MADAME)
- Mittelschichtzeitschriften (z.B. BRIGITTE, FREUNDIN)
- Unterschichtzeitschriften<sup>100</sup> (z.B. FRAU IM SPIEGEL, FRAU AKTUELL)<sup>101</sup>

Betrachtet man den sozialen Status der LeserInnen, kann man erkennen, dass Frauen mit niedrigem Sozialstatus „triviale Unterhaltung“ (Klatsch und Tratsch über Stars, etc.) bevorzugen beziehungsweise angeboten bekommen, während die Mittelschicht in Frauenzeitschriften vor allem Beratung sucht/findet und auch an Themen wie Beruf oder Gleichberechtigung interessiert ist. Die Zeitschriften für die Oberschicht präsentieren ein „modernes“ Frauenbild.<sup>102</sup>

### **3.3.3 Typologisierung nach wirtschaftlichen Aspekten**

Mit den genannten Unterscheidungen ist natürlich noch lange nicht alles gesagt: unklar ist etwa, in welche Kategorie konfessionelle Frauenzeitschriften einzuordnen sind. Sollte ihnen wie den feministischen Frauenzeitschriften eine eigene Kategorie gewidmet werden? Oder sollten sie je nach inhaltlicher Aufbereitung beziehungsweise LeserInnen (je nach Modell) den

---

97 vgl. Lindgens, 1982. S. 338

98 vgl. Röser, 1992. S. 84 f.

99 vgl. Duske, Dagmar: Gegen Markt-Gesetz und Männer-Ordnung. Emma behauptet sich. In: medium, 1977 (7). S. 17

100 Aufzählung: Duske, 1977. S. 17

101 Beispiele: Duske, 1985. S. 104

102 vgl. Röser, 1992. S. 91 f.

anderen Kategorien zugeordnet werden? Möglicherweise ist aber Wakonigs Zuordnung am sinnvollsten, bei der konfessionelle Zeitschriften zu den klassischen Frauenzeitschriften gezählt werden und Lindgens Modell außerdem durch zwei weitere Kategorien („politische Frauenzeitschriften“ und „Verbands- und Clubzeitschriften für Frauen“) ergänzt wird.<sup>103</sup>

Krainer entscheidet sich für eine ganz andere Lösung: sie trifft, bevor sie in weitere Untergruppen differenziert, zuallererst eine Unterscheidung zwischen kommerziellen und nichtkommerziellen Zeitschriften. Letztere sind Zeitschriften, die (partei)politisch, konfessionell oder feministisch orientiert sind, und das jeweilige Bewusstsein der LeserInnen wecken wollen. Finanziert und herausgegeben werden diese Zeitschriften von Vereinen, Parteien oder Organisationen.<sup>104</sup> Dass sie sich nicht durch Werbung finanzieren, liegt einerseits daran, dass viele dieser Zeitschriften unabhängig agieren wollen und dies durch ihre „GeldgeberInnen“ auch können, und andererseits daran, dass viele dieser Zeitschriften für die Werbewirtschaft uninteressant sind, weil sie mit ihren Themen eine zu kleine Zielgruppe ansprechen.<sup>105</sup>

Der große Unterschied laut Krainer: kommerzielle Frauenzeitschriften „sind nicht im Namen der Frauen(bewegung) verfaßt [!]“<sup>106</sup>, sondern verpflichten sich der Werbewirtschaft und dem patriarchalen System. Die Inhalte sind zwar moderner und die Klischees weniger geworden, doch bewegen diese Zeitschriften sich brav innerhalb der Ordnung, die innerhalb dieser beiden Systeme vorgegeben wird.<sup>107</sup>

### **3.4 Das Publikum von Frauenzeitschriften**

Wie bei allen Zeitschriften ist es auch für Frauenzeitschriften sehr wichtig, die LeserInnen und ihre Interessen zu kennen – nicht nur, um den Geschmack möglichst vieler (potentieller) LeserInnen zu treffen, sondern auch, um bestmöglich mit InserentInnen zusammenarbeiten zu können.<sup>108</sup>

Für die ausgehenden 60er und beginnenden 70er Jahre des 20. Jahrhunderts stellt Langer-El

---

103 vgl. Wakonig, Jutta: Frauenzeitschriften und Frauenbilder. Eine inhaltsanalytische Untersuchung zur Darstellung von Frauen in den Frauenzeitschriften „Stimme der Frau“, „Welt der Frau“, und „Wienerin“. Mit einer Bestandsanalyse des österreichischen Frauenzeitschriftenmarktes unter Miteinbeziehung der deutschen Overflowmedien. Wien: Diplomarbeit (kein Verlag), 1993. S. 17 f.

104 vgl. Krainer, 1995. S. 14 f.

105 vgl. Krainer, 1995. S. 134

106 Krainer, 1995. S. 16

107 vgl. Krainer, 1995. S. 17

108 vgl. Langer-El Sayed, 1971. S. 18

Sayed jedenfalls fest, dass „jüngere Frauen, Berufstätige und finanziell besser gestellte Frauen [...] in der Leserschaft von Frauenzeitschriften überrepräsentiert [sind].“<sup>109</sup> (im Vergleich zu ihrem Anteil an der weiblichen Gesamtbevölkerung). Sie weist auch darauf hin, dass dies trotzdem nicht zwingend das „typische“ Publikum von Frauenzeitschriften ist, da auch ältere, finanziell schlechter gestellte (Haus-)Frauen einen großen Anteil der LeserInnen ausmachen.<sup>110</sup> Auch heute werden regelmäßig LeserInnendaten erfasst, um zu wissen, wie sich das Publikum zusammensetzt (und um diese Informationen verwenden zu können, um zum Beispiel AnzeigenkundInnen zu finden): So kann etwa die meistgelesene Frauenzeitschrift Österreichs, WOMAN, aus der Erhebung der Media-Analyse entnehmen, dass ihre wichtigste Zielgruppe Frauen zwischen 20 und 50 Jahren ausmachen.<sup>111</sup> Weiterführende Informationen erhalten Frauenzeitschriften durch eigens initiierte LeserInnen-Befragungen.

Dass hier nicht nur von Leserinnen gesprochen wird, hat den Grund, dass Frauenzeitschriften nicht nur von Frauen gelesen werden. Der Anteil der Leser variiert je nach Frauenzeitschrift, zur Veranschaulichung kann wieder die Zeitschrift WOMAN herangezogen werden, die laut Media-Analyse-Messung 2013/2014 von immerhin 52.000 Männern (bei einer Gesamtzahl von 462.000 LeserInnen) gelesen wird. An dieser Stelle sei allerdings daran erinnert, dass die Media-Analyse Reichweitenmessungen vornimmt und sich die Zahlen nicht etwa auf Abonnements oder Verkäufe beziehen. Auch alle anderen Frauenzeitschriften, die von der Media-Analyse erfasst wurden, haben jedenfalls sowohl Leserinnen, als auch Leser.<sup>112</sup>

### **3.4.1 Frauenzeitschriften: Von Frauen über Frauen für Frauen?**

Aber nicht nur das (fast) ausschließlich weibliche Publikum von Frauenzeitschriften ist eine Besonderheit dieses Medienproduktes: Die Inhalte werden überwiegend von Frauen erstellt und im „Normalfall“ haben Frauenzeitschriften heute ChefredakteurInnen. Das war nicht immer selbstverständlich. Um diese Tatsache zu veranschaulichen, muss man in der Geschichte gar nicht so weit zurückgehen. 1995 kritisiert Krainer, dass erstens die beliebtesten kommerziellen Frauenzeitschriften Österreichs von Männern herausgegeben werden und es

---

109 Langer-El Sayed, 1971. S. 24

110 vgl. Langer-El Sayed, 1971. S. 24 f.

111 vgl. Media-Analyse: MA 13/14 - Frauenmagazine. In: <http://www.media-analyse.at/studienPublicPresseFrauenmagazineAlterBis39.do?year=13/14&title=Tageszeitungen&subtitle=Alter&subsubtitle=bis39> (15.02.2015)

112 vgl. Media-Analyse: MA 13/14 – Frauenmagazine Männer. In: <http://www.media-analyse.at/studienPublicPresseFrauenmagazineGeschlecht.do?year=13/14&title=Frauenmagazine&subtitle=Geschlecht> (15.02.2015)

zweitens in nur zwei Fällen Chefredakteurinnen gibt (DIVA und TIROLERIN).<sup>113</sup> Derka stellt fest, dass Frauen zwar durchaus hohen Positionen haben können, jedoch nur in den zwei genannten Fällen die alleinige Verantwortung für den Inhalt tragen.<sup>114</sup> Diese liegt also meist bei Männern, während die Frauen als Lohnabhängige sozusagen im Hintergrund agieren.<sup>115</sup> Bei nichtkommerziellen, besonders bei feministischen Frauenzeitschriften sehen die Eigentumsverhältnisse sowie die Besetzung der verantwortungsvollen Positionen meist anders aus<sup>116</sup> – oft besteht das ganze Redaktionsteam aus Frauen.<sup>117</sup>

Was die Medieninhalte betrifft, muss Röser in den 1990er Jahren feststellen, dass Frauen in Medien allgemein noch immer stark unterrepräsentiert sind und stereotyp dargestellt werden. Zumindest was die Unterrepräsentanz betrifft, sind also Frauenzeitschriften die Ausnahme.<sup>118</sup> Und das bleiben sie in diesem Punkt weiterhin – auch wenn heute zum Beispiel Themen wie Genderpolitik oder Einkommensunterschiede zwischen Frauen und Männern schon in den großen Tageszeitungen diskutiert werden. Denn das bedeutet noch lange nicht, dass Frauen in Medien nicht mehr unterrepräsentiert sind, alle Klischees überwunden sind – oder, dass in angemessener Qualität und Seriosität über frauenpolitische Themen berichtet wird.

### 3.5 Kritik an Frauenzeitschriften

Diäten, Mode, Schönheit – soweit einige der immer wiederkehrenden Inhalte der populären Frauenzeitschriften. In zahlreichen Publikationen beschäftigen sich ForscherInnen mit der Frage, warum Frauenzeitschriften für ihre LeserInnen so interessant sind, wo doch (zumindest scheinbar) stets die gleichen Themen wiedergekaut werden. Duske hat etwa über einen Zeitraum von dreißig Jahren „mittelschichtorientierte“ Frauenzeitschriften untersucht (1953-1983) und folgende Beobachtung gemacht:

*„Wer eine Ausgabe kennt, kennt sie alle. Die Themen werden vom Kreislauf des Jahres bestimmt. Auf Frühjahrs- und Sommermode folgen Herbst- und Wintermode. [...] Dem Kreislauf des Jahres folgen auch die Feste, an denen gebacken, gekocht, gebastelt oder gekauft werden kann. [...] Auf so viel Feiern und Feste folgt dann das Fasten.“*

---

113 vgl. Krainer, 1995. S. 121 f.

114 vgl. Derka, Hedwig: Österreichische Frauenzeitschriften. Eine Kommunikationswissenschaftliche Analyse der Forschungslage mit einer empirischen Erhebung des Bestandes. Wien: Diplomarbeit (kein Verlag), 1991. S. 114

115 vgl. Krainer, 1995. S. 121 f.

116 vgl. Krainer, 1995. S. 145

117 vgl. Derka, 1991. S. 116

118 vgl. Röser, 1992. S. 22

*[...] Hinzu kommen eigentlich nur noch die Themenbereiche Wohnen/Gastlichkeit und Reisen. [...] Es mag angereichert werden durch Beratungsseiten, Erzählungen, Reportagen oder aktuelle Diskussionsbeiträge, das vertraute Gerüst hält sie alle zusammen“.*<sup>119</sup>

Langer-El Sayed sieht die Inhalte von Frauenzeitschriften Anfang der 70er Jahre ebenso kritisch:

*„Sie [Frauenzeitschriften] nehmen für sich in Anspruch, eine umfassende Unterrichtung für Frauen zu bieten und beziehen sich dann offensichtlich nur auf den engen Raum der Interessen, den die traditionelle Geschlechterrolle der Frau in Heim und Familie schon immer zugebilligt hat. Frauenzeitschriften werden also als Indiz für die Diskrepanz von Verfassungsgrundsatz und gesellschaftlicher Wirklichkeit zum Ärgernis.“*<sup>120</sup>

Auch 20 Jahre später beobachtet Röser noch ähnliche Tendenzen, räumt jedoch ein, dass Kinderpflege und Hausarbeit nicht mehr die Essenz der modernen Frauenzeitschriften darstellen (siehe dazu auch: Kapitel „Die Frauenzeitschriftmutter“).<sup>121</sup>

Gleichzeitig distanzieren sich beide Autorinnen – ohne Frauenzeitschriften in Schutz nehmen zu wollen oder sie auch nur ansatzweise emanzipatorisch zu bezeichnen – von der allgemeinen Verurteilung von Frauenzeitschriften.<sup>122</sup> Einerseits verändere sich die Situation trotzdem nicht und andererseits werde Frauen dadurch im gleichen Atemzug unterstellt, hilflose Opfer persuasiver Medien zu sein.<sup>123</sup> Dies ist vor allem deswegen bedenklich, weil wissenschaftliche Untersuchungen schon lange bewiesen haben, dass Medien nicht die Macht haben, die Einstellungen der Menschen zu manipulieren oder ihnen gar Meinungen einzupflanzen. Warum sollte man also ausgerechnet davon ausgehen, dass Frauen (als Gruppe) der Beeinflussung durch Frauenzeitschriften sozusagen hilflos ausgeliefert sind? Diese Argumentation wäre ganz im Sinne der Stimulus-Response-Theorie, die eigentlich seit mindestens ein paar Jahrzehnten für Rezipienten *und* Rezipientinnen von Massenmedien als ungültig betrachtet wird.<sup>124</sup>

---

119 Duske, 1985. S. 104 f.

120 Langer-El Sayed, Ingrid: Frau und Illustrierte im Kapitalismus. Die Inhaltsstruktur von illustrierten Frauenzeitschriften und ihr Bezug zur gesellschaftlichen Wirklichkeit. Köln: Pahl-Rugenstein Verlag, 1971. S. 29

121 vgl. Röser, 1992. S. 14

122 vgl. Röser, 1992. S. 13 f. Und Langer-El Sayed, 1971. S. 30

123 vgl. Langer-El Sayed, 1971. S. 29 ff. *Langer-El Sayed bezieht sich dabei auf die gesetzlich vorgeschriebene Gleichberechtigung von Männern und Frauen.*

124 vgl. Brosius, Hans-Bernd/Escher, Frank: Mythen in der Wirkungsforschung: Auf der Suche nach dem Stimulus-Response-Modell. In: Publizistik, 1998 (4). S. 351

Doch das Ausgehen von einem einseitigen Wirkungsmodell ist nicht der einzige Fehler, der immer wieder vorkommt: Langer-El Sayed sieht es weiters als problematisch an, dass viele Kritikerinnen von Frauenzeitschriften diese losgelöst vom Gesamtsystem der Massen- und Konsumgesellschaft betrachten und existierende Zusammenhänge ignorieren.<sup>125</sup> Auch Röser merkt an, dass etwa das Schönheitsideal, das durch Frauenzeitschriften transportiert wird, nur deswegen Frauen „beeinflusst“, weil es sich „in ein ganzes Geflecht von gesellschaftlich vermittelten Orientierungen [einfügt]“.<sup>126</sup> Die Inhalte wurden also häufig an einem „Anspruch gemessen [...] und nicht an der Realität, die von seiner Verwirklichung gleich weit entfernt ist, wie die Zeitschriften“<sup>127</sup>. Langer-El Sayed zieht daraus den Schluss, dass Frauenzeitschriften sich dadurch als optimaler „Gradmesser dieser Diskrepanz“<sup>128</sup> eignen. Wer also das Bild von Müttern in Frauenzeitschriften betrachtet, darf nicht vergessen, dass es – egal wie es aussieht – nur „wirken“ kann, wenn (bzw. weil) in der Gesellschaft ein ähnliches Bild vorherrscht.

Frauenzeitschriften können also nicht beschuldigt werden, den LeserInnen gegen ihren Willen traditionelle Frauenbilder „einzupflanzen“, oder gegen die „fortschrittliche“ Gesellschaft zu arbeiten – denn in Wahrheit ist das Problem eben genau in der Gesellschaft verankert. Aber man kann zumindest davon ausgehen, dass die Frauenbilder, die in der Bevölkerung überwiegen, durch Frauenzeitschriften bestärkt und verstärkt werden und deshalb als „normal“ gelten.<sup>129</sup>

### **3.6 Funktionen von Frauenzeitschriften**

Dass Frauenzeitschriften trotz scheinbar immer wiederkehrender und sich wiederholender Inhalte gekauft und gelesen werden, ist damit erklärbar, dass sie wie alle anderen Massenmedien bestimmte Funktionen für ihre RezipientInnen erfüllen. Diese Funktionen sind „Leistungen der Massenmedien, die diese im Hinblick auf die gesellschaftliche Umwelt“<sup>130</sup> als soziales, politisches oder ökonomisches System erbringen (sollen). Darüber hinaus erbringen sie auch eine – mit allen anderen Funktionen verwobene – Informationsfunktion.<sup>131</sup>

---

125 vgl. Langer-El Sayed, 1971. S. 31

126 Röser, 1992. S. 19

127 Langer-El Sayed, 1971. S. 270

128 Langer-El Sayed, 1971. S. 270

129 vgl. Langer-El Sayed, 1971. S. 270

130 Burkart, Roland: Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft. Wien/Köln/Weimar: Böhlau Verlag, 2002. (4., überarbeitete und aktualisierte Auflage) S. 383

131 vgl. Burkart, 2002. S. 383 ff.

### 3.6.1 Soziale Funktionen

Es wird zwischen vier sozialen Funktionen unterschieden.

Unter der *Sozialisationsfunktion* versteht man jene Funktion, die in unserer industrialisierten, komplexen Gesellschaftsform nicht mehr vollständig von der (Groß)familie erfüllbar ist: das Erlernen bestimmter Rollen, Normen oder Umgangsformen.<sup>132</sup> Vermittelt wird uns dies durch verschiedene „Sozialisatoren“, zum Beispiel durch die Redaktion des jeweiligen Mediums, die Kontinuität bietet, durch Personen (zum Beispiel KolumnistInnen, SprecherInnen), die uns das Gefühl geben, an einer persönlichen Kommunikation teilzunehmen, oder durch literarische Symbolfiguren, die uns als Leitbilder dienen.<sup>133</sup>

Doch nicht nur Normen und Rollen lernen wir über die Massenmedien kennen. Weil unsere Umwelt und Gesellschaft immer komplexer wird und wir gleichzeitigen unmöglich alles durch primäre Erfahrungen erkunden/lernen/überschauen können, spielen Massenmedien außerdem eine wichtige Rolle bei der *sozialen Orientierung*.<sup>134</sup> Auch die *Integration*, die für Gesellschaften unabdingbar ist, um sie zusammenzuhalten, kann in der heutigen Zeit nur unter Mithilfe der Massenkommunikation bewältigt werden.<sup>135</sup> Integration beginnt dabei schon damit, dass man an Gesprächen teilnehmen kann, weil man eine bestimmte Sendung gesehen/gehört beziehungsweise Artikel gelesen hat. Auf KommunikatorInnen-Seite bedeutet Integration etwa auch, Probleme von Minderheiten zu thematisieren und im Sinne der Pluralität verschiedene Meinungen, Lebensentwürfe usw. vorkommen zu lassen.<sup>136</sup>

Zu guter Letzt kann man von einer „Rekreativfunktion“<sup>137</sup> der Massenmedien sprechen: Fernseher, Zeitschriften und Co dienen oft dazu, um vom Alltag „abzuschalten“ und sich zu unterhalten oder zu entspannen („Eskapismus“).<sup>138</sup>

Im Folgenden seien einige „Strategien“ von Frauenzeitschriften genannt, die zum einen LeserInnen an die Zeitschriften binden sollen. Zum anderen treffen diese Strategien auch auf bestimmte Bedürfnisse der LeserInnen und erfüllen dadurch in gewisser Hinsicht Funktionen für die LeserInnen. Nicht alle dieser Funktionen kann man eindeutig zu einer der genannten

---

132 vgl. Hess, Henner: Ein soziologischer Bezugsrahmen für die Massenkommunikationsforschung. In: Publizistik, 1969 (3). S. 284

133 vgl. Ronneberger, Franz: Sozialisation durch Massenkommunikation. In: Ronneberger, Franz (Hrsg.): Sozialisation durch Massenkommunikation. Stuttgart: Enke, 1971. S. 56 ff.

134 vgl. Ronneberger, 1971. S. 50

135 vgl. Burkart, 2002. S. 387

136 vgl. Maletzke, Gerhard: Bausteine zur Kommunikationswissenschaft. 1949-1984. Berlin: Volker Spiess, 1984. S. 140 f.

137 Ronneberger, 1971. S. 50

138 vgl. Burkart, 2002. S. 387

sozialen Funktionen zuordnen, da manche Aspekte nicht allgemein für Massenmedien, sondern eben speziell für Frauenzeitschriften gelten:

Duskes Beobachtung, dass die Inhalte in klassischen Frauenzeitschriften sich wiederholen, bringt sie zu der Schlussfolgerung, dass dies gleichzeitig der Grund sein muss, warum diese Zeitschriften so beliebt sind: die Suggestion von Stabilität. Die treuen LeserInnen werden regelmäßig und verlässlich mit den immer gleichen Inhalten versorgt und bekommen dadurch ein *Gefühl von Sicherheit und Vertrautheit* – mitten in einer komplexen Umwelt.<sup>139</sup>

Zusätzlich wird den LeserInnen eine Art Lebenshilfe geboten, die ihnen *Hoffnung auf Vollkommenheit* gibt. Scheinbar leicht erreichbare Ziele, wie „ein neuer Look“ oder die „neue 7-Tage-Diät“ sollen zur Steigerung des Lebensgefühls verhelfen. Doch das gute Gefühl muss nur bis zur nächsten Ausgabe halten, denn diese wartet bereits mit neuen Ratschlägen auf. Duske kritisiert an diesem Punkt vor allem, dass die sogenannte Lebenshilfe statt der gesellschaftlichen Situation der Frau nur den Bereich des Privaten, Oberflächlichen betrifft und daher nicht nachhaltig sein kann.<sup>140</sup>

Zu guter Letzt vermitteln klassische Frauenzeitschriften den LeserInnen das *Gefühl, etwas Besonderes zu sein*. Sie geben Ratschläge, die dazu verhelfen sollen, in allen Lebensbereichen Kreativität und Individualität zu zeigen und täuschen darüber hinweg, dass sie das Prinzip der Kreativität und Individualität eigentlich ad absurdum führen, weil die gleichen Ratschläge auch von Tausenden anderer LeserInnen gelesen und befolgt werden.<sup>141</sup>

### 3.6.2 Politische Funktionen

Eine besonders wichtige Leistung, die Medien im Sinne demokratischer Gesellschaften erbringen, ist das *Herstellen von Öffentlichkeit* beziehungsweise das Ermöglichen von Öffentlichkeit.<sup>142</sup> Erst dadurch kann zwischen (politischen) Parteien und der Bevölkerung eine Art von Kommunikation oder Diskussion entstehen.<sup>143</sup> Für eine funktionierende Demokratie ist weiters wichtig, dass verschiedene Meinungen und Interessen durch die Medien zu Öffentlichkeit und Aufmerksamkeit gelangen: dies wird als *Artikulationsfunktion* der Medien

---

139 vgl. Duske, Dagmar: ...Und ewig lockt das Gleiche. Strategien und Inhalte kommerzieller Frauenzeitschriften. In: Schmerl, Christiane: In die Presse geraten. Darstellung von Frauen in der Presse und Frauenarbeit in den Medien. Köln/Wien: Böhlau, 1985. S. 106

140 vgl. Duske, 1985. S. 106 f.

141 vgl. Duske, 1985. S. 17 f.

142 vgl. Ronneberger, Franz: Die politischen Funktionen der Massenkommunikation. In: Langenbucher, Wolfgang R. (Hrsg.): Zur Theorie der politischen Kommunikation. München: Piper, 1974. S. 199

143 vgl. Ronneberger, 1974. S. 200

bezeichnet.<sup>144</sup> Da auch das politische System immer unüberschaubarer und komplexer wird, leisten Medien außerdem eine *politische Sozialisationsfunktion*, um der Bevölkerung etwa Möglichkeiten der politischen Partizipation verständlich zu machen.<sup>145</sup> Dazu gehört auch die *politische Bildungsfunktion*: wird diese Funktion erfüllt, kann sich die Bevölkerung nicht nur informieren/bilden, sondern kann auch eine eigene Meinung zu diesen Informationen entwickeln.<sup>146</sup> Damit hängt wiederum die *Kritik- und Kontrollfunktion* zusammen, die dadurch erfüllt wird, dass Massenmedien gewissermaßen eine Plattform für Kritik an Politik und anderen MachthaberInnen zur Verfügung stellen.<sup>147</sup> Dies ist allerdings nur dann möglich, wenn ihre (politische, wirtschaftliche, usw.) Unabhängigkeit gegeben ist.<sup>148</sup>

### 3.6.3 Ökonomische Funktionen

Die ökonomischen Funktionen beziehen sich ausschließlich auf ein privatwirtschaftliches, d.h. kapitalistisches System. Als grundlegende ökonomische Funktion kann die *Zirkulationsfunktion*<sup>149</sup> betrachtet werden: Massenmedien sind dadurch, so Burkarts Bezeichnung, ein „Motor des kapitalistischen Wirtschaftskreislaufes“<sup>150</sup>, weil sie ihn in zweifacher Hinsicht unterstützen: einerseits durch Werbung und andererseits durch die Vermittlung der kapitalistischen Ordnung in diversen Medieninhalten.<sup>151</sup> Beides tun die Medien auch, indem sie bestimmte Bedürfnisse der Bevölkerung stillen: Wissensvermittlung, Sozialtherapie und Legitimationshilfe.<sup>152</sup> Und weil die Massenmedien diese Bedürfnisse stillen und weitere Funktionen erfüllen (*regenerative Funktion*), ist es den Rezipienten wiederum möglich, „erfrischt“ neue Leistungen für das kapitalistische System zu erbringen.<sup>153</sup>

Für kommerzielle Frauenzeitschriften ist die ökonomische Funktion natürlich entscheidend. Um als Ware am Markt erfolgreich zu sein, müssen sie ein größtmögliches Publikum erreichen. Und eine hohe Anzahl an LeserInnen ist wiederum wichtig, um für AnzeigenkundInnen attraktiv zu sein<sup>154</sup> – der Anzeigenverkauf bringt bei kommerziellen

---

144 vgl. Starkulla, Heinz: Publizistik und Kommunikation. Ein Beitrag zur wissenschaftlichen Erkenntnis der kommunikativen Wirklichkeit. In: Publizistik, 1963 (5). S. 562 ff.

145 vgl. Ronneberger, 1971. S. 50

146 vgl. Ronneberger, 1974. S. 204

147 vgl. Burkart, 2002. S. 395

148 vgl. Ronneberger, 1974. S. 203

149 vgl. Holzer, Horst: Kommunikationssoziologie. Hamburg: Rowohlt, 1973. S. 131

150 Burkart, 2002. S. 398

151 vgl. Burkart, 2002. S. 399

152 vgl. Holzer, 1973. S. 156

153 vgl. Burkart, 2002. S. 401 f.

154 vgl. Röser, 1992. S. 16

Zeitschriften immerhin 70% der Erlöse ein.<sup>155</sup> Bis zu 70% kann laut Krainer im Übrigen auch der Werbeanteil in der Zeitschrift selbst ausmachen (verdeckte und nicht verdeckte Werbung).<sup>156</sup> Frauenzeitschriften müssen also, um ihre ökonomische Funktion zu erfüllen, verschiedene Bedürfnisse und Interessen miteinander vereinbaren: die der LeserInnen, die des Verlags, die der AnzeigenkundInnen, sowie die der RedakteurInnen. Abgesehen davon werden durch gewisse Rahmenbedingungen (Technik, Umfang, usw.) auch Grenzen gesteckt.<sup>157</sup>

Besonders wichtig ist es deshalb, die Bedürfnisse der LeserInnen beziehungsweise der KundInnen zu kennen: diese wählen nämlich lieber Titel, die ihrer eigenen Einstellung und Meinung entsprechen.<sup>158</sup> Röser sieht das als Beweis dafür, dass „sich im Inhalt von Frauenzeitschriften Ausschnitte der Bedürfnisse, Sichtweisen, Meinungen und Lebensweisen der Leserinnen spiegeln“<sup>159</sup> und dadurch auch Veränderungen derselben wahrnehmbar sein müssten.<sup>160</sup> Ferner führt sie aus, dass nicht von einem 1:1-Abbild der Realität die Rede ist, und auch, dass Frauen gar nicht auf der Suche nach einem solchen sind. Als Beispiel führt sie an, dass Frauen, obwohl sie in unserer Gesellschaft benachteiligt werden, nicht automatisch ein Interesse an feministischer Lektüre haben. Auch gäbe die Berufstätigkeit von Frauen keinen Hinweis darauf, in welchem Ausmaß sie sich damit beschäftigen wollen. Um es sozusagen allen LeserInnen recht zu machen und dadurch möglichst erfolgreich zu sein, werden umstrittene Themen also einfach vermieden.<sup>161</sup>

#### **3.6.4 Informationsfunktion**

Die Informationsfunktion wird deshalb als eigener Punkt angeführt, da sie Leistungen sowohl für das soziale, als auch das politische und ökonomische System erfüllt.<sup>162</sup> Die Informationen, die wir über Massenmedien erhalten, bekommen wir im Zuge einer Sekundärerfahrung. Das bedeutet, dass wir durch Kommunikation (in diesem Fall Massenkommunikation) über eine bestimmte Sache erfahren, ohne in direkter Interaktion mit ihr gestanden zu sein (wenn dies der Fall wäre, würde es sich um eine Primärerfahrung handeln). Einerseits können wir viele Dinge nur durch Sekundärerfahrungen kennenlernen (zum Beispiel: der Weltraum, geschichtliche Ereignisse), andererseits ersetzen heute viele Sekundärerfahrungen wie

---

155 vgl. Duske, 1985. S. 101

156 vgl. Krainer, 1995. S. 123

157 vgl. Röser, 1992. S. 18

158 vgl. Langer-El Sayed, 1971. S. 40

159 Röser, 1992. S. 17

160 vgl. Röser, 1992. S. 17

161 vgl. Röser, 1992. S. 17 f.

162 vgl. Burkart, 2002. S. 402

selbstverständlich Erfahrungen, die man auch direkt (Primärerfahrung) hätte machen können.<sup>163</sup> Hinzu kommt, dass Sekundärerfahrungen heute mehr Vertrauen entgegengebracht wird, unter anderem, weil viele Erfahrungen ohne Massenmedien erst gar nicht gemacht werden könnten.<sup>164</sup>

### 3.7 Ratgeberjournalismus

Viele Menschen wenden sich heute zur Orientierung oder bei Problemen nicht mehr an Verwandte, FreundInnen oder SeelsorgerInnen, sondern an Massenmedien. Manche Medien sind sogar direkt darauf angelegt, Ratschläge zu erteilen und in schwierigen Situationen helfend zur Seite zu stehen – man denke nur an die zahlreichen Selbsthilfebücher oder -filme.<sup>165</sup> Im Internet, mit seinen unzähligen Foren, findet man Beistand von anonymen UserInnen. Aber auch Frauenzeitschriften haben eine lange Geschichte als Ratgeberinnen. Schon die Vorgängermodelle der Frauenzeitschriften, die „Moralischen Wochenschriften“, enthielten Ratschläge<sup>166</sup> und in den ersten „echten“ Frauenzeitschriften fanden sich von Beginn an Erziehungstipps oder Anweisungen, wie man den Haushalt zu führen, oder sich dem Ehemann gegenüber zu verhalten hat.

Die „mediale Lebensberatung“ besteht einerseits aus Ratschlägen von ExpertInnen, bietet aber auch – sozusagen auf Augenhöhe – Unterstützung und Orientierung im Alltag. Diese sind nicht unbedingt in ausgewiesenen Ratgeberkolumnen zu finden, sondern auch in beiläufigen Sätzen eines Artikels.

Hömberg und Neuberger nennen fünf Merkmale des Ratgeberjournalismus:

- **Vermittlung von Wissen:** Durch das Lesen von Ratschlägen werden den RezipientInnen Problemlösungsstrategien geliefert, die sie bei ihren eigenen Problemen anwenden können.
- **Relevanz für ein großes Publikum:** Probleme, die nur einzelne Personen betreffen und dem Großteil der RezipientInnen fremd sind, werden nicht behandelt.
- **Problemlösung für Laien:** Die diskutierten Probleme sind weder wissenschaftlicher

---

163 vgl. Schulz, Winfried: Bedeutungsvermittlung durch Massenkommunikation. In: Publizistik, 1974 (2). S. 156

164 vgl. Ronneberger, 1971. S. 83

165 vgl. Berger, Peter L./Luckmann, Thomas: Modernität, Pluralismus und Sinnkrise. Die Orientierung des modernen Menschen. Gütersloh: Bertelsmann, 1995. S. 56 f.

166 vgl. Hömberger, Walter/Weber, Thomas: „Ich bin immer für Sie da“. Lebenshilfe in Publikumszeitschriften. Eichstätt: (ohne Verlag), 1998. S. 8

oder fachlicher Natur, noch werden sie anhand wissenschaftlicher Methoden oder Qualitätsstandards behandelt.

- **Selbsthilfe:** Die RezipientInnen erhalten Hilfe zur Selbsthilfe.
- **Verstehensfunktion:** Ratgeberjournalismus versucht, RezipientInnen Probleme verständlich zu erklären – dadurch wird gleichzeitig eine Wertung abgegeben.<sup>167</sup>

Die schon relativ alten Untersuchungsergebnisse von Ulze<sup>168</sup>, Langer El-Sayed<sup>169</sup>, oder Lindgens<sup>170</sup>, aus denen hervorgeht, dass Frauenzeitschriften zu einem großen Teil aus praktischen Ratschlägen bestehen, sind heute noch genauso aktuell. Die RedakteurInnen sind sich dieser Verantwortung im Allgemeinen auch bewusst und haben teils klare Positionen dazu. Dies zeigt Stemmer im Rahmen ihrer Diplomarbeit „Ratgeberjournalismus in österreichischen Frauenzeitschriften“, für die sie Interviews mit (Chef-)Redakteurinnen bekannter österreichischer Frauenzeitschriften führte. Sabine Jahn zum Beispiel, damals Chefredakteurin von MAXIMA, spricht lieber von Lebensmanagement als von Lebenshilfe und sieht ihre Funktion darin, Unterstützung bei Lebensfragen zu bieten.<sup>171</sup> Ursula Krebs und Sylvia Wasshuber-Cermak, beide freie Journalistinnen, distanzieren sich dagegen von jeglicher Absicht, Beratung zu bieten. Sie meinen stattdessen, Anregungen zu geben, und sehen ihre Arbeit als Vorstufe zur Beratung.<sup>172</sup> Ganz im Gegenteil dazu sieht Veronika Pelikan, zur Zeit des Interviews Chefredakteurin der WIENERIN, Lebensberatung als wichtigen Aspekt und als Stärke ihrer Zeitschrift – nicht zuletzt sei dies auch ein Grund, warum die WIENERIN gekauft werde.<sup>173</sup>

### 3.7.1 Bedarf an Ratgeberjournalismus

Tatsächlich ist es nicht so weit hergeholt, dass Frauen in den letzten Jahrzehnten eine große Sehnsucht nach Orientierung hatten. Ihre Lebenszusammenhänge haben sich stark verändert

---

167 vgl. Hömberg, Walter/Neuberger, Christoph: Experten des Alltags. Ratgeberjournalismus und Rechercheanzeigen. Eichstätt: Katholische Universität Eichstätt, Diplom-Studiengang Journalistik, 1995. S. 10ff.

168 vgl. Ulze, Harald: Frauenzeitschrift und Frauenrolle. Eine aussagenanalytische Untersuchung der Frauenzeitschriften BRIGITTE, FREUNDIN, FÜR SIE und PETRA. Berlin: Spiess, 1977.

169 vgl. Langer El-Sayed, 1971. S. 251

170 vgl. Lindgens, 1982. S. 341

171 vgl. Interview mit Sabine Jahn, In: Stemmer, Martina: Ratgeberjournalismus in österreichischen Frauenzeitschriften. Wien: Diplomarbeit (kein Verlag), 2004. S. 80 f.

172 vgl. Interviews mit Ursula Krebs und Sylvia Wasserhuber-Cermak, In: Stemmer, 2004. S. 81

173 vgl. Interview mit Veronika Pelikan, In: Stemmer, 2004. S. 82

– das Leben der eigenen Mütter reicht als Richtlinie nicht mehr aus, da diese oft unter ganz anderen Umständen gelebt haben.<sup>174</sup> Die erkämpften Freiheiten und die Möglichkeit, eine gleichwertige Ausbildung wie Männer zu bekommen, oder Führungspositionen zu bekleiden, haben mangels Orientierungsmöglichkeiten immer auch neue Konflikte und Unsicherheiten mit sich gebracht.<sup>175</sup> Bei der Suche nach Lösungen und Sicherheit sind alle Sozialisationsinstanzen gefragt – unter anderem also die Medien. Dass Frauenzeitschriften oder Medien generell diese Aufgabe gut erfüllen, ist damit noch nicht gesagt: Ratgeberjournalismus wird von vielen Seiten kritisiert. Schmid ist etwa der Meinung, dass die mediale Thematisierung persönlicher Probleme nicht nur helfen, sondern auch zu einem regelrechten Problemstau führen kann.<sup>176</sup> Abgesehen davon können JournalistInnen nicht in jedem Bereich ExpertInnen sein – und selbst, wenn sie es wären, müssten sie vage Ferndiagnosen abgeben. Hilfreiche Antworten sind dadurch in manchen Fällen gar nicht möglich.<sup>177</sup>

Andererseits ergeben sich auch einige Vorteile für LeserInnen, die sich direkt mit ihren Sorgen und Problemen an die RatgeberInnen von Frauenzeitschriften oder an andere Medien wenden: die Fragen können schriftlich formulieren werden, was weniger Überwindung kostet, als ein persönliches Gespräch zu initiieren. Die Beratung ist darüber hinaus preisgünstiger, unverbindlicher, sowie leichter verständlich und besser zugänglich als etwa bei PsychotherapeutInnen.<sup>178</sup>

Für die übrigen LeserInnen ist es wiederum interessant zu sehen, dass andere Menschen auch (ähnliche) Probleme haben. Abgesehen davon kann auf diesem Wege ein durchaus menschliches Bedürfnis nach Tratsch, aber auch (Schaden-)Freude angesichts der Probleme anderer Menschen erfüllt werden.<sup>179</sup>

### **3.8 Geschichte der Frauenzeitschriften**

Frauen waren in der Öffentlichkeit und auch in der Medienwelt lange Zeit so gut wie unsichtbar. Bis Frauen so wie heute als Chefredakteurinnen oder überhaupt als

---

174 Beck-Gernsheim, Elisabeth: Vom „Dasein für andere“ zum Anspruch auf ein Stück „eigenes Leben“: Individualisierungsprozesse im weiblichen Lebenszusammenhang. In: Soziale Welt, 1983(3). S. 323

175 vgl. Röser, 1992. S. S. 50

176 vgl. Schmid, Gilbert: Lebensberatung durch Publikumszeitschriften – Konkurrenz oder Chance für kirchliche Pastoral? Frankfurt/Main: Haag+Herchen, 1979. S. 424

177 vgl. Hömberg/Neuberger, 1995. S. 13 f.

178 vgl. Hömberg, 1998. S. 16 ff.

179 vgl. Hömberg, 1998. S. 16 ff.

Redakteurinnen arbeiten konnten, musste lange dafür gekämpft werden. Selbst als Leserinnen waren Frauen lange unerwünscht: Bis ins 17. Jahrhundert war das Lesen von Zeitungen und Zeitschriften im Großen und Ganzen den Männern vorbehalten<sup>180</sup>. Aber so wie die Stellung der Frau, hat sich auch ihre Rolle in der Medienwelt verändert.

Im Folgenden wird auf Geschichte der deutschsprachigen Frauenzeitschriften eingegangen, da diese nicht zuletzt aufgrund politischer Gemeinsamkeiten mit der Geschichte des heutigen österreichischen Marktes verwoben ist.

Die Frauenzeitschriften von heute haben ihren Ursprung wohl in einem Phänomen vom Anfang des 18. Jahrhunderts – den sogenannten Moralischen Wochenblättern.<sup>181</sup> Von England ausgehend breiteten sich diese Zeitschriften<sup>182</sup> über den deutschsprachigen Raum bis nach Polen aus und waren die erfolgreichsten Presseprodukte ihrer Zeit.<sup>183</sup> Sie boten Unterhaltung und Information für Familien, fanden ihr Publikum aber besonders bei den bürgerlichen Frauen.<sup>184</sup> Auch waren sie die erste Zeitschriftengattung, in denen (vereinzelt) Frauen als Autorinnen auftraten.<sup>185</sup> Die Moralischen Wochenblätter versuchten, die oft fehlenden Bildungsmöglichkeiten für Frauen zu ersetzen – auch wenn sie diesem Anspruch nicht wirklich gerecht wurden. Auch war es ganz selbstverständlich, dass die Inhalte eher die Absicht hatten, ihren Leserinnen zu zeigen, welchen Platz ihnen die Gesellschaft zugedacht hatte: den Haushalt.<sup>186</sup>

Aus der Masse der Wochenblätter stachen die VERNÜNFTIGEN TADLERINNEN und die BRIEFE AN EINE ANGESEHENE WITWE heraus, die sich mit kritischen und im zweiten Fall politischen Inhalten explizit an Frauen wandten.<sup>187</sup> Am Beispiel der VERNÜNFTIGEN TADLERINNEN kann ein damals übliches Vorgehen gezeigt werden: Hinter den drei Autorinnen, die darin abwechselnd Texte verfassten, verbarg sich ein Mann: Johann Christoph Gottsched.<sup>188</sup> Erst später begann seine Frau, Luise Adelgunde Gottsched, mitzuarbeiten.<sup>189</sup>

180 vgl. Kehle, Herta: Die Frauenzeitschrift. Ihre Anfänge und ihre Entwicklung in Österreich. Wien: Dissertation (kein Verlag), S. 10

181 vgl. Bär, Maria: Zeitschriften für die Ware Leserin. In: Medium, 1978 (12), S. 12

182 vgl. Ulze, Harald: Frauenzeitschrift und Frauenrolle. Eine aussagenanalytische Untersuchung der Frauenzeitschriften BRIGITTE, FREUNDIN, FÜR SIE und PETRA. Berlin: Spiess, 1977. S. 9

183 vgl. Mixa, Franz: Die ersten Wiener Frauenzeitschriften des 18. Jahrhunderts als Zeitdokumente. Wien: Dissertation (kein Verlag), 1969. S. 18

184 vgl. Bär, 1978. S. 12

185 vgl. Wischermann, Ulla: Interaktion von Öffentlichkeiten. Zur Geschichte der Frauenpresse im 18. und 19. Jahrhundert. In: Klaus, Elisabeth/Röser, Jutta/Wischermann, Ulla (Hrsg.): Kommunikationswissenschaft und Gender Studies. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 2002. S. 218

186 vgl. Bär, 1978. S. 12

187 vgl. Bär, 1978. S. 12

188 vgl. Martens, Wolfgang: Die Botschaft der Tugend. Die Aufklärung im Spiegel der deutschen moralischen Wochenschriften. Stuttgart: J.B. Metzlersche Verlagsbuchhandlung, 1968. S. 53

189 vgl. Haacke, Wilmont: Die Zeitschrift – Schrift der Zeit. Essen: Stamm, 1961. S. 47

In Österreich wurden erst ab Mitte des 18. Jahrhunderts vergleichbare Frauenzeitschriften gegründet – Herausgeber waren zum Beispiel Joseph von Sonnenfels (THERESE UND ELEONORE) oder Johann Rautenstrauch (MEINUNGEN DER BABETTE).<sup>190</sup>

Ende des 18. Jahrhunderts beziehungsweise im 19. Jahrhundert war das an Frauen gerichtete Zeitschriftenangebot schon differenzierter: gegründet wurden neben unterhaltenden Publikationen auch die ersten Modezeitschriften, Familienblätter, sowie politische und literarische Zeitschriften. Beachtenswert sind besonders die letzteren beiden: sie beriefen sich auf die Idee der Gleichheit aus der Französischen Revolution. Eine der ersten Zeitschriften dieser Art war der FRAUEN-SPIEGEL, der 1840 von Louise Marezoll gegründet wurde. Nach Beginn der Frauenbewegung 1865, aber auch schon davor, wurden viele ähnliche Zeitschriften herausgegeben. In diesen meist von Frauen gegründeten Zeitschriften schrieben Frauen für Frauen auf kämpferische oder/und unterhaltsame Art über die Gleichberechtigung, Emanzipation und Frauenrechte.<sup>191</sup> Die Öffentlichkeit, die dadurch hergestellt werden konnte, wurde bewusst im Sinne der Frauenbewegung genutzt: Als Sprachrohre der verschiedenen Organisationen sorgten diese Zeitschriften dafür, dass feministische Themen auf breiter Basis in der Bevölkerung diskutiert wurden und die Hauptakteurinnen der Frauenbewegung auch außerhalb der Organisationen Bekanntheit erreichten.<sup>192</sup>

Ein Beispiel aus Österreich ist die sozialistische, 1892 gegründete ARBEITERINNEN-ZEITUNG, die von Adelheid Popp (geborene Dworschak) redigiert wurde und unter verschiedenen Namen (vorläufig) bis 1934 Bestand hatte.<sup>193</sup>

Die Familienblätter des 19. Jahrhunderts schlugen einen anderen Weg ein und beschränkten sich – unterhaltend und belehrend – auf das Familienleben.<sup>194</sup> Politische Inhalte wurden bewusst ausgespart.<sup>195</sup> Ein erfolgreicher Weg, wie sich zeigte: Die 1853 von Ernst Keil gegründete GARTENLAUBE hatte zu Spitzenzeiten 270.000 LeserInnen. Das Konzept wurde bis nach dem Ersten Weltkrieg fortgeführt: In die Inhalte der Familienblätter mischten sich nun aber auch Seiten über Mode.<sup>196</sup> In diesen Zeitschriften ist es auch – ganz entgegen der Bestrebungen der kritisch-feministischen Blätter aus der gleichen Zeit – üblich, dass Autorinnen unter männlichen Pseudonymen Artikel verfassen, weil sie fürchten, von den

---

190 vgl. Kehle, 1952. S. 42 ff.

191 vgl. Bär, 1978. S. 12

192 vgl. Wischermann, 2002. S. 224 ff.

193 vgl. Die-frau.info: Geschichte. In: [http://www.die-frau.info/diefrau\\_geschichte](http://www.die-frau.info/diefrau_geschichte) (19.02.2015)

194 vgl. Bär, 1978. S. 13

195 vgl. Haacke, 1961. S. 80

196 vgl. Bär, 1978. S. 13

LeserInnen andernfalls nicht ernst genommen zu werden.<sup>197</sup>

Noch vor dem Austrofaschismus bzw. Nationalsozialismus kommt hinzu, dass gleichzeitig mit den verschiedenen politischen Parteien auch die dazugehörigen politisch ausgerichteten Frauenzeitschriften verboten wurden: In Österreich waren zum Beispiel DIE FRAU und DIE UNZUFRIEDENE betroffen, wobei letztere ihre Inhalte veränderte und so trotzdem – unter einem anderen Namen – weiterhin erschien.<sup>198</sup>

Im Nationalsozialismus wurden Frauenzeitschriften schließlich – wie auch die anderen Medien, zu propagandistischen Zwecken genutzt. Die Frau wird in ihrer Rolle als Mutter angesprochen und mit nationalsozialistischen Richtlinien für die Erziehung und Familie ausgestattet. Auch die übrige nationalsozialistische Ideologie (Rassentheorien, Überlegenheit des deutschen Volkes, usw.) wird über die Frauenzeitschriften verbreitet. Neben diesen stark politischen Zeitschriften erscheinen auch zahlreiche reine Modezeitschriften.<sup>199</sup>

Nach Ende des Zweiten Weltkrieges entstanden in Österreich die ersten Frauenzeitschriften im Umfeld der politischen Parteien. Von Seiten der „Rechten“ gründete zum Beispiel der Österreichische Frauenbund die ÖSTERREICHERIN, von Seiten der „Linken“ erschien etwa DIE FRAU – beide ab Herbst 1945. Auch ein paar Mode- und Familienzeitschriften wurden bereits ab 1945 (wieder) herausgegeben. Ab dem Jahr 1946 folgen weiters konfessionelle Zeitschriften, wie die WELT DER FRAU und ab 1949 auch Kundenzeitschriften.<sup>200</sup>

Erst im Zuge der Frauenbewegung der 70er Jahre wurden kritische Frauenzeitschriften wieder wirklich salonfähig. Neben diesen existieren beziehungsweise florieren weiterhin die sogenannten klassischen Frauenzeitschriften, deren Inhalt häufig mit den drei K's umschrieben wurde: Kleider, Kosmetik und Kochen.<sup>201</sup> Die Liste der K's wird in diversen Publikationen über Frauenzeitschriften durch Kinder, Konsum, Küche, Kirche oder Klatsch ergänzt. Das „K“ für Karriere hält erst nach und nach Einzug in die großen Frauenzeitschriften.

---

197 vgl. Wischermann, 2002. S. 224

198 vgl. Die-frau.info: Geschichte. In: [http://www.die-frau.info/diefrau\\_geschichte](http://www.die-frau.info/diefrau_geschichte) (19.02.2015)

199 vgl. Kehle, 1952. S. 100 f.

200 vgl. Kehle, 1952. S. 102 ff.

201 vgl. Bär, 1978. S. 13 f.

## 4 Mütter und Medien

### 4.1 Stereotype

Medien wird häufig vorgeworfen, dass sie stereotype Vorstellungen über Menschen verbreiten – unter anderem über Frauen<sup>202</sup>. Um diesem Vorwurf auf den Grund zu gehen, sollen im Folgenden Stereotype, ihre Funktionen und ihre Auswirkungen näher beleuchtet werden.

Als Grundlage soll die Definition von Alfermann dienen:

*„Stereotype stellen verbreitete und allgemeine Annahmen über die relevanten Eigenschaften einer Personengruppe dar. Sie werden als kognitive Wissensbestände im Laufe der Sozialisation erworben (z.B. durch eigene Beobachtungen, Aussagen anderer Personen oder über Medien [...]). Die Stereotype werden kognitiv [...] in strukturierter Weise, insbesondere in Form von Clustern (oder Dimensionen), wie z.B. Stärke/Schwäche, Aktivität/Passivität, die einen Satz dazugehöriger, ähnlicher Eigenschaften beinhalten. [...] Grundlage von Stereotypen ist ein Kategorienprozeß [!], indem Menschen in Kategorien von Personen eingeteilt werden.“<sup>203</sup>*

Wir teilen unsere Mitmenschen also anhand von äußerlichen Merkmalen (biologisches Geschlecht, Körpergröße, usw.) und besonderen Eigenschaften in Kategorien ein und empfinden dann, dass die Unterschiede innerhalb der Kategorien besonders klein, und die Unterschiede zwischen verschiedenen Kategorien besonders groß sind.<sup>204</sup>

Manz bestimmt vier miteinander in Wechselwirkung stehende Aspekte, die Stereotype ausmachen:

- Stereotype als kulturelle Objektivationen (Beschreibung von Gruppen durch angeblich typische Eigenschaften)
- Stereotype als individuelle Annahmen und Erwartungen
- Stereotyp der Gruppe (individuelle Annahmen ergeben kollektives Stereotyp)
- Stereotype als kognitive Schemata (Beeinflussung von Wahrnehmung und Verhalten)<sup>205</sup>

---

202 zum Beispiel: Luca, Renate: Medien und weibliche Identitätsbildung. Körper, Sexualität und Begehren in Selbst- und Fremdbildern junger Frauen. Frankfurt/New York: Campus Verlag, 1998.

203 Alfermann, Dorothee: Geschlechterrollen und geschlechtstypisches Verhalten. Stuttgart/Berlin/Köln: Kohlhammer, 1996. S. 9 f.

204 vgl. Alfermann, 1996. S. 10

205 vgl. Manz, Wolfgang: Das Stereotyp. Zur Operationalisierung eines sozialwissenschaftlichen Begriffs.

Auch Quasthoff sieht Stereotype als kollektive Bewusstseinsinhalte, doch findet sie es problematisch, eine Grenze zwischen dem zu ziehen, was ein Stereotyp ist und was nicht. Reicht es zum Beispiel, wenn in einer Gruppe von 50 Personen zehn meinen, Frauen seien einfühlsamer als Männer – oder handelt es sich dabei um vereinzelt Zuschreibungen von Eigenschaften?<sup>206</sup>

Stereotype haben jedenfalls eine wichtige Funktion: In einer komplexen Welt ist der Mensch immer auf der Suche nach Sicherheit, Eindeutigkeit und Vereinfachung – durch Stereotype ist er fähig, seine Umwelt in Kategorien einzuordnen und sich einen Überblick zu verschaffen und sich schnell orientieren zu können.<sup>207</sup>

Zusätzlich erfüllen Stereotype auch motivationale Funktionen – dadurch wird etwa die gesellschaftliche Rangordnung gerechtfertigt.<sup>208</sup>

#### 4.1.1 Geschlechterstereotype

Geschlechterstereotype sind als spezielle Form von Stereotypen nicht angeboren, sondern sind „Bestandteil des Alltagswissens in jeder Kultur und werden schon früh in der kindlichen Entwicklung erworben“.<sup>209</sup>

Quasthoff spricht von Rollenstereotypen, „wenn mit bestimmten Funktionen, die Menschen im sozialen Gefüge ausüben, fälschlicherweise verallgemeinernde Wesensmerkmale verbunden werden.“<sup>210</sup> Das wäre zum Beispiel der Fall, wenn man davon ausgeht, Mütter seien sanft und fürsorglich, weil in unserer Gesellschaft meistens die Mütter für die Kindespflege zuständig sind.<sup>211</sup> Diese Rollenbilder erlernen wir bereits in der Primärsozialisation (Familie und enges Umfeld), gefestigt werden sie dann aber unter anderem durch die Massenmedien (sekundäre Sozialisation) – und zwar nicht nur auf sprachlichem, sondern auch optischem Weg.<sup>212</sup>

Quasthoff geht davon aus, dass durch diese stetige Wiederholung der stereotypen Rollenbilder

---

Meisenheim am Glan: Verlag Anton Hain, 1968. S.30 f.

206 vgl. Quasthoff, Uta: Soziales Vorurteil und Kommunikation – Eine sprachwissenschaftliche Analyse des Stereotyps. Ein interdisziplinärer Versuch im Bereich von Linguistik, Sozialwissenschaft und Psychologie. Frankfurt am Main: Fischer, 1973. S. 28 f.

207 vgl. Noelle-Neumann, Elisabeth: Kumulation, Konsonanz und Öffentlichkeitseffekt. Ein neuer Ansatz zur Analyse der Wirkung der Massenmedien. In: Gottschlich, Maximilian: Massenkommunikationsforschung. Theorienentwicklung und Problemperspektiven. Wien: Braumüller, 1987. S. 161

208 vgl. Alfermann, 1996. S. 10

209 Alfermann, 1996. S. 12

210 Quasthoff, 1973. S. 144

211 vgl. Quasthoff, 1973. S. 144

212 vgl. Quasthoff, 1973. S. 145

die gesellschaftliche Veränderung erschwert wird. Auch meint sie, dahinter zusätzlich eine Absicht zu erkennen: erst wenn die Wirtschaft veränderte Stereotype braucht, weil zum Beispiel zu wenig Arbeitskräfte vorhanden sind, wird in den Massenmedien (durch Werbung und redaktionelle Inhalte – Massenmedien sind immerhin von der Wirtschaft abhängig) ein neues Rollenbild propagiert – etwa das der arbeitenden Frau.<sup>213</sup> Von emanzipatorischen Absichten kann also bei kommerziellen Medien nicht ausgegangen werden. Ob Absicht oder nicht: man darf bei diesem Punkt nicht vergessen, dass die LeserInnen den Frauenzeitschriften (und allgemein den Medien) gegenüber nicht hilflos ausgeliefert oder ihnen hörig sind: Wenn in Frauenzeitschriften auch arbeitende Frauen vorkommen, heißt das nicht, dass dadurch Frauen zu arbeiten anfangen. Man kann davon ausgehen, dass Frauenzeitschriften Frauenbilder vermitteln, die in der Bevölkerung überwiegen – die „Leistung“ der Frauenzeitschriften ist es, dass diese Bilder „normal“ wirken.<sup>214</sup>

Um beim Bild der arbeitenden Frau zu bleiben: kündigt ihr häufigeres Vorkommen in den Medien eine Veränderung der Stereotype über Frauen an? Möglich. Becker-Schmidt gibt aber zu bedenken, dass „Geschlechterstereotype [...] sich gewandelt [haben], [...] in sich widersprüchlicher geworden [sind] und darum eher Zweifel hervor[rufen]“<sup>215</sup>, jedoch „ihre Produktion [...] nicht versiegt [ist]. Sie dienen nach wie vor dazu, Trennlinien und Rangordnungen zwischen den Geschlechtern im Bewusstsein der Menschen zu plausibilisieren.“<sup>216</sup>

## **4.2 Darstellung von Frauen und insbesondere Müttern in den Medien**

Woher kommen unsere Vorstellungen von Mutterrollen? Wie alle anderen Rollen auch, lernen wir sie teils zu Hause, aber auch in der Schule und in den Medien kennen. Um also eine Vorstellung davon zu bekommen, wie die Mutterfiguren aussehen, die uns in den Medien begegnen, seien hier ein paar Beispiele für Untersuchungen angegeben, die genau diesen Aspekt in unterschiedlichen Medien untersuchen. Dabei muss man beachten, dass es sich bei den im Folgenden geschilderten Analysen von Mutterbildern nicht um die Analyse von Bildern im Sinne von (foto)grafischen Bildern handelt, sondern um die Untersuchung von Rollenbildern. Die Bilder, die in einigen Fällen dazugehören, wurden zwar in die Analysen

---

213 vgl. Quasthoff, 1973. S. 146

214 vgl. Langer-El Sayed, 1971. S. 270

215 Becker-Schmidt, Regina/Knapp, Gudrun-Axeli: Feministische Theorien zur Einführung. Hamburg: Junius Verlag, 2000. S. 21

216 Becker-Schmidt, Regina/Knapp, Gudrun-Axeli, 2000. S. 21

nicht direkt mit einbezogen; dennoch sind die Erkenntnisse dieser Untersuchungen für die vorliegende Arbeit interessant, da die Veränderungen in der allgemeinen Darstellung der Mutterfiguren nachgezeichnet werden. Außerdem soll dadurch verdeutlicht werden, mit welchen Vorstellungen von Müttern bzw. Frauen wir aufwachsen.

#### 4.2.1 Die „Kinderbuchmutter“

Anita Schilcher untersuchte 2001 insgesamt 82 Kinderbücher aus den 1990er Jahren, die für Kinder von circa acht bis zwölf Jahren gedacht waren. Unter anderem richtete sie dabei einen Fokus auf die vorkommenden Mutterfiguren, wobei sie dafür nur die aktuellsten der von ihr ausgewählten Bücher berücksichtigte (historische Kinderbücher ließ sie für diesen Aspekt bewusst außer Acht).<sup>217</sup>

Schilcher kam zu dem Ergebnis, dass tatsächlich 2/3 der dargestellten Mutterfiguren berufstätig waren. Die Hälfte der nicht-berufstätigen Mütter hatte wiederum Kleinkinder oder Säuglinge – und damit zumindest gemäß den Vorstellungen der Gesellschaft einen „guten Grund“ zu Hause zu bleiben, die andere Hälfte war sozusagen „einfach so“ Hausfrau.<sup>218</sup> Das Bemerkenswerte an diesen Zahlen ist, dass laut Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (Deutschland) im Jahr 1995, also in der Zeit, aus der die Kinderbücher stammten, nur rund 57% der Frauen mit Kindern berufstätig waren.<sup>219</sup> Heute haben wir die Kinderbuch-Realität von damals erreicht: in Deutschland<sup>220</sup> und Österreich sind inzwischen knapp über 66,7% der Mütter (deren jüngstes Kind unter 15 Jahre alt ist) erwerbstätig. In Österreich sind davon 47,0% Teilzeit und nur 19,7% Vollzeit beschäftigt – aber diese Zahlen nur am Rande.<sup>221</sup>

Zurück zur Analyse: Schilcher stellte außerdem fest, dass einerseits viele der nicht-berufstätigen Frauen klischeehaft charakterisiert werden (achten z.B. auf Sauberkeit, Höflichkeit und wollen unauffällig bleiben), andererseits aber die traditionellen Rollenbilder

---

217 vgl. Schilcher, Anita: Geschlechtsrollen, Familie, Freundschaft und Liebe in der Kinderliteratur der 90er Jahre. Studien zum Verhältnis von Normativität und Normalität im Kinderbuch und zur Methodik der Werteerziehung. Frankfurt am Main: Peter Lang, 2001. S. 65ff.

218 vgl. Schilcher, 2001. S. 66

219 vgl. Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (Hrsg.): Die Familie im Spiegel der amtlichen Statistik. Bonn: (kein Verlag), 1997. (keine Seitenangabe) Zitiert nach: Schilcher, 2001. S. 66

220 vgl. [derspiegel.de](http://www.spiegel.de): Zwei von drei Müttern haben einen Job. 26.2.2013 In:

<http://www.spiegel.de/karriere/berufsleben/familie-und-job-zwei-von-drei-muettern-sind-berufstaetig-a-885700.html> (19.9.2014)

221 vgl. Statistik Austria: Vereinbarkeit von Beruf und Familie. In:

[http://www.statistik.at/web\\_de/statistiken/soziales/gender-statistik/vereinbarkeit\\_von\\_beruf\\_und\\_familie/](http://www.statistik.at/web_de/statistiken/soziales/gender-statistik/vereinbarkeit_von_beruf_und_familie/) (19.9.2014)

in vielen Fällen kritisch beleuchtet werden: so wird etwa das Thema Hausmann angesprochen und ein Teil der dargestellten Hausfrauen als unzufrieden beschrieben (weil sie ihre Karriere aufgegeben haben). Insgesamt kommt Schilcher zu dem Schluss, dass die Schilderungen von Hausfrauen nicht gerade dazu einladen, Hausfrau zu werden.<sup>222</sup>

Das war nicht immer so: Hilde Menzel beobachtete einen eindeutigen Wandel der Kinderbuchmutter: erst seit den 70ern tauchte demnach die berufstätige Mutter vermehrt auf, doch wurde dieser eine zu starke Fokussierung auf ihren Beruf und keine gute Beziehung zu ihren Kindern zugeschrieben. In den 80er Jahren schlossen sich Berufstätigkeit und die gute Beziehung zu Kindern nicht mehr aus.<sup>223</sup>

Ebenfalls überrepräsentiert sind die alleinerziehenden Mütter: Hier stehen 18% Alleinerziehende (bzw. 23%, weil sich in den Handlungsverläufen ein paar Eltern scheiden lassen) aus den Kinderbüchern rund 15% Alleinerziehenden der Realität gegenüber<sup>224</sup>. Auch hier gilt: heute stimmt dieser Prozentsatz in der Realität. In Deutschland ist jede fünfte Familie eine sogenannte Ein-Eltern-Familie.<sup>225</sup> Zum Vergleich – in Österreich sind diese Werte deutlich niedriger: laut Statistiken aus dem Jahr 2013 bestehen 12,5 % der Familien aus nur einem Elternteil und Kind(ern), wobei in diesen Zahlen auch Kinder enthalten sind, die z.B. 45 Jahre alt sind und zu Hause wohnen<sup>226</sup>.

Schilcher beschreibt die typische Kinderbuchmutter zusammenfassend als berufstätig und gleichzeitig als „attraktiver“ als jene Mütter, die „nur“ Hausfrauen sind. Sie hat eine gute Beziehung zu ihrem Kind/ihren Kindern, und obwohl sie nicht in einer „heilen Welt“ lebt, kann sie mit auftauchenden Problemen gut umgehen.<sup>227</sup>

#### 4.2.2 Die „Werbemutter“

Sabine Gottgetreu widmete sich in ihrer Untersuchung der Darstellung von Müttern in der

---

222 vgl. Schilcher, 2001. S. 66 ff.

223 vgl. Menzel, Hilde E.: Kein Kuß [sic!] (mehr) für Mutter?: vom Wandel eines Rollenbildes im Kinderbuch. In: Raecke, Renate u.a. (Hrsg.): Zwischen Bullerbü und Schewenborn. Auf Spurensuche in 40 Jahren deutschsprachiger Kinder- und Jugendliteratur. München: Arbeitskreis für Jugendliteratur, 1995. S. 125. Zitiert nach: Schilcher, 2001. S. 80

224 Schilcher beruft sich auf wieder Zahlen aus folgender Quelle: Bundesministeriums für Familie, Senioren und Frauen (Hrsg.): Die Familie im Spiegel der amtlichen Statistik. Bonn: (kein Verlag), 1997. (keine Seitenangabe) Zitiert nach: Schilcher, 2001. S. 75. Die Zahlen besagen, dass 13,3% Alleinerziehend sind.

225 vgl. sueddeutsche.de: Hartz IV, Mutter, Kind (10.3.2014). In: <http://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/studie-zu-alleinerziehenden-hartz-iv-mutter-kind-1.1908169> (30.9.2014)

226 vgl. Statistik Austria: Familien. In: [http://www.statistik.at/web\\_de/statistiken/bevoelkerung/haushalte\\_familien\\_lebensformen/familien/](http://www.statistik.at/web_de/statistiken/bevoelkerung/haushalte_familien_lebensformen/familien/) (30.9.2014)

227 vgl. Schilcher, 2001. S. 80f.

Werbung. Am Beispiel der Nivea-Werbung der vergangenen Jahrzehnte versucht sie etwa, Stereotype und Veränderungen im Bezug auf das Mutterbild (in Wort und Bild) festzustellen. Gleich zu Beginn ihrer Ausführungen gibt sie zu bedenken, dass Werbung Realität vortäuscht und dass – auch wenn Werbung von den SeherInnen als solche durchschaut wird – doch Werte und Informationen in das kollektive Wissen über Geschlechterrollen übergehen.<sup>228</sup>

Allgemein beobachtet Gottgetreu in der Werbung, dass Mütter typischerweise als gutmütige, abgeklärte, schöne und in einigen Fällen naive Frauen dargestellt werden, die aber genau wissen, was ihre Familie braucht.<sup>229</sup> Die Mütter in der Nivea-Werbung haben gemeinsam, dass sie einzig auf das Wohl ihrer Kinder fokussiert sind und sich ganz der Mutterrolle hingeben – so als gäbe es keine anderen Aspekte im Leben einer Frau. Arbeitende Mütter sind dementsprechend selten in der Nivea-Werbung anzutreffen (mit Ausnahme der Jahre 1936 bis 1942, in denen häufiger berufstätige Frauen auftreten). Ihre wichtigste Aufgabe ist schließlich, dem Kind das Beste (Liebe, Zuneigung, Pflege) zu bieten, um ihm eine gute Zukunft zu ermöglichen. Tun sie das nicht, droht ihnen die Werbung sogar mit sozialen Sanktionen. Väter sind übrigens bis zum Zweiten Weltkrieg – zumindest in der Nivea-Werbung – von dieser verantwortungsvollen Pflicht befreit: sie tauchen in der Werbung gar nicht auf.<sup>230</sup>

Seit den späten 1950ern werden in der Werbung schließlich Familien, also inklusive Vater, gezeigt: die Rollenverteilung bleibt allerdings die gleiche. Die Mutter kümmert sich um das Kind, während der Vater sich zurückhält und vor allem seit den 70ern selbst auf die liebevolle Pflege durch die (Ehe-)Frau angewiesen ist.<sup>231</sup>

In den 60ern werden Mütter erstmals differenzierter charakterisiert: einerseits wird die erfahrene, selbstbewusste Mutter eingesetzt, die genau weiß, warum sie Nivea verwendet und andererseits die unerfahrene, junge, überforderte Mutter, die auf Ratschläge angewiesen ist.<sup>232</sup>

In den 70ern kann es sich Nivea – angesichts der fortschreitenden Emanzipierung der Frau – nicht mehr leisten, Mütter so darzustellen, als hätten sie nur die Pflege ihrer Kinder im Sinn. Stattdessen werden nun die Eltern (also auch der Vater) angesprochen oder die Bedürfnisse der Kinder hervorgehoben. Trotzdem – und zwar bis in die 90er (die Studie reicht nur bis dahin) – bleibt in der Nivea-Welt die Verantwortlichkeit für Kinder und Haushalt bei den

---

228 vgl. Gottgetreu, Sabine: Traum-Mütter und Mütter-Träume. Das Beispiel der Nivea-Werbung. S. 275-294 In: Möhrmann, Renate: Verklärt, verkitscht, vergessen. Die Mutter als ästhetische Figur. Stuttgart (u.a.): Metzler, 1996. S. 277 ff.

229 vgl. Gottgetreu, 1996. S. 277 f.

230 vgl. Gottgetreu, 1996. S. 279 ff.

231 vgl. Gottgetreu, 1996. S. 288 ff.

232 vgl. Gottgetreu, 1996. S. 291

Müttern. Was sie in ihrer Freizeit tun, wird allerdings nicht erwähnt. Genauso ist die Berufstätigkeit von Müttern weiterhin kein Thema.<sup>233</sup>

#### **4.2.3 Die „Schulbuchmutter“**

Inge Prónay untersuchte Schulbücher aus den späten 70er Jahren, vor allem Lesebücher für die fünfte bis neunte Schulstufe bzw. für AHS Oberstufen. Ihr Ziel war – ohne (Be-)Wertung – zu prüfen, was für ein Frauenbild durch Schulbücher transportiert wird. Immerhin wurden in den Jahren davor Schritte in Richtung Gleichberechtigung von Mann und Frau gesetzt und auch gesetzlich festgeschrieben. Prónay stellt fest, dass Frau-Sein in Schulbüchern noch immer mit Mutter-Sein gleichgesetzt wird - ohne dass Raum zur Infragestellung dieser Rolle bliebe. Die Frau und Mutter wird auf den privaten Bereich reduziert, während ihr die Öffentlichkeit maximal durch ihren Mann zugänglich wird.<sup>234</sup>

Darüber hinaus wird kaum angedeutet, dass Frauen auch in anderen Aufgaben Selbstverwirklichung oder Erfüllung finden könnten als in der Mutterschaft. Während also die Aufgaben nach wie vor größtenteils die gleichen sind und unhinterfragt bleiben, sieht Prónay die einzige Weiterentwicklung im Sprechverhalten der Frauen. Des Weiteren fehlen Darstellungen von alleinstehenden oder geschiedenen Frauen.<sup>235</sup>

#### **4.2.4 Die „Frauenzeitschriftmutter“**

Der Umgang mit dem Thema Mutterschaft wird in Frauenzeitschriften nicht dem Zufall überlassen, sondern folgt gewissermaßen der Zielgruppe, Blattlinie und Ausrichtung der Zeitschrift. Im Zuge der Anfang der 1990er Jahre veröffentlichten Studie „Frauenzeitschriften und weiblicher Lebenszusammenhang“ untersuchte Röser auch die Darstellung von Müttern in verschiedenen Frauenzeitschriften (Deutschland). Sie bezieht sich dabei auf Ausgaben aus den 80er Jahren: Zwei der von ihr untersuchten Publikationen befassten sich nur sehr wenig mit dem Thema Mutterschaft (ELLE und BRIGITTE)<sup>236</sup>, um so „den Stellenwert von Kindern im weiblichen Lebenszusammenhang“<sup>237</sup> offenzulassen. In der „Unterschichtzeitschrift“ TINA

---

233 vgl. Gottgetreu, 1996. S. 292 ff.

234 vgl. Prónay, Inge: Denk- und Merkwürdigkeiten zum Bild der Frau in österreichischen Schulbüchern. In: Autorinnengruppe Uni Wien: Das ewige Klischee. Zum Rollenbild und Selbstverständnis bei Männern und Frauen. Wien/Köln/Graz: Hermann Böhlau Nachf., 1981. S.276 ff.

235 vgl. Prónay, 1981. S.287 ff.

236 vgl. Röser, 1992. S. 299

237 Röser, 1992. S. 299

wird Mutterschaft dagegen als selbstverständlich angesehen. Die Leserin und Mutter wird mit dementsprechenden Ratschlägen und Tipps versorgt. In der „Oberschichtzeitschrift“ COSMOPOLITAN wird wiederum davon ausgegangen, dass das Thema Mutterschaft für Frauen auch immer Probleme und schwere Entscheidungen mit sich bringt: Möchte man überhaupt ein Kind bzw. mehrere Kinder? Wie sind Kinder mit dem Beruf vereinbar? Wie geht eine Frau bzw. Mutter mit den Erwartungen und Vorurteilen der Gesellschaft um? Ohne darauf Antworten zu geben (Privat- und Berufsleben werden strikt getrennt voneinander behandelt), stellt COSMOPOLITAN diese Fragen und Zweifel als selbstverständlichen Teil des weiblichen Lebens dar.<sup>238</sup>

Allgemein stellt Röser fest, dass, sich das Frauenbild in Frauenzeitschriften der 1980er im Vergleich zu dem der 1960er und 70er zumindest leicht modernisiert hat, wobei es von Zeitschrift zu Zeitschrift Unterschiede gibt: für TINA ist die Mutterrolle beispielsweise noch immer selbstverständlich. Die Frau wird jedenfalls nicht mehr nur auf ihre Rolle als Mutter und Ehefrau reduziert (das war in der BRIGITTE in den 70er Jahren noch so). Es kommen auch Frauen vor, die nicht verheiratet und/oder kinderlos sind. Auch die Berufstätigkeit ist immer selbstverständlicher bzw. akzeptierter. Damit geht einher, dass Frauen endlich auch Charaktereigenschaften wie „selbstbewusst“ und „aktiv“ zugestanden werden.<sup>239</sup>

Interessant ist etwa auch, dass in der Zeitschrift BRIGITTE Frauen, die Mütter sind (oder werden wollen) und ohne Ehepartner leben (wollen), in den 1970ern vorschnell eine psychische Erkrankung unterstellt wird. Diese Einstellung gegenüber unverheirateten Müttern verschwindet in den folgenden Jahren und weicht langsam, aber doch, der Akzeptanz. Auch beim Thema Mutterliebe wird BRIGITTE moderner: in einem Kommentar schreibt eine Journalistin, dass Mutterliebe nicht angeboren ist und dass derartige Behauptungen Mütter unter Druck setzen würden. Das Wohl der Frau und ihre Interessen werden also beginnend mit Mitte der 1970er (zaghafte und mit Rückschlägen) immer mehr in den Vordergrund gerückt.<sup>240</sup>

### **4.3 Bildliche Darstellungen von Frauen in den Medien**

Goffman untersuchte in den 1970ern mehrere hundert Reklamebilder in Zeitschriften. Im Bewusstsein, dass diese Bilder inszeniert sind, beschreibt er sie als Übertreibung der in

---

238 vgl. Röser, 1992. S. 299 ff.

239 vgl. Röser, 1992. S. 302 f.

240 vgl. Röser, 1992. S. 164 ff.

unserer Gesellschaft bestehenden Stereotype.<sup>241</sup> Bei seinen Untersuchungen macht er folgende Beobachtungen hinsichtlich der bildlichen Darstellung von Frauen (im Gegensatz zu Männern):

- **Größe:** Aufgrund der allgemeinen Annahme, dass Größe und Macht zusammenhängen, wird Körpergröße eingesetzt, um eine Machtposition zu verdeutlichen: die überlegene Person wird körperlich größer dargestellt oder so platziert, dass sie die anderen Personen unabhängig von ihrer Körpergröße überragt. Goffman beobachtet, dass Frauen in gemeinsamen Darstellungen mit Männern in den allermeisten Fällen kleiner sind, oder auf eine tiefere Ebene „herabgesetzt“ wurden, indem sie zum Beispiel eine kniende Position einnehmen. In einigen Beispielen, wo Frauen größer als Männer sind, handelt es sich um Männer, die einer erkennbar niederen soziale Schicht angehören.<sup>242</sup>
- **Berührungen:** Anders als Männerhände werden Frauenhände oft sanft und liebkosend dargestellt, indem sie Gegenstände oder Menschen zart berühren oder umschmeicheln. Dadurch wird an Frauen eine sensible und fürsorgliche Seite betont.<sup>243</sup>
- **Rangordnung:** Frauen werden helfende Männer zur Seite gestellt: Seien es Vorgesetzte im Beruf oder hilfreiche bzw. beratende Verwandte oder Lehrer. Die Frau schenkt dem Mann dabei ihre ganze Aufmerksamkeit und hält sich bescheiden im Hintergrund. Auch Frauen werden unterstützend dargestellt – jedoch hauptsächlich im häuslichen Bereich, wo sie etwa den „ahnungslosen“ und verzweifelten Mann in die Kunst der Haushaltsführung oder der Kinderpflege einweihen.<sup>244</sup>
- **Familie:** Bei Darstellungen der Familie wird oft – zum Beispiel durch optische Nähe – eine besondere Bindung zwischen Vater und Sohn, sowie Mutter und Tochter suggeriert. In anderen Bildern fällt zwischen dem Vater und dem Rest der Familie ein größerer Abstand auf. Im Bild wird also die Trennung des häuslichen Bereiches (Frau und Kinder) vom öffentlichen Bereich (Mann, der arbeiten geht, ernährt und beschützt) betont.<sup>245</sup>
- **Unterordnung:** Verbeugungen oder eine aufrechte Haltung lassen auf einen Blick

---

241 vgl. Goffman, Erving: *Geschlecht und Werbung*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1981. (Originaltitel: *Gender Advertisements*; aus dem Amerikanischen: Thomas Lindquist) S. 116 ff.

242 vgl. Goffman, 1981. S. 120 ff.

243 vgl. Goffman, 1981. S. 125 ff.

244 vgl. Goffman, 1981. S. 134 ff.

245 vgl. Goffman, 1981. S. 154 ff.

erkennen, wer auf dem Bild die überlegene Person darstellen soll: Auffällig oft werden Frauen in liegender Position (Sofa, Bett, Boden) abgebildet – wodurch sie Unterwürfigkeit und gleichzeitig Verfügbarkeit suggerieren, während der Mann Dominanz zeigt. Ebenfalls typisch sind ein verträumter oder lächelnder Gesichtsausdruck bei Frauen – beides wirkt unbedrohlich und beschwichtigend. Auch ein leicht zur Seite geneigter Kopf signalisiert Unterwerfung. Der Mann kann hingegen durch Gesten, wie eine auf die Frau gelegte Hand, scheinbar seinen „Besitz“ markieren. Auch der eingehakte Arm ist ein Symbol für die angebliche Schutzbedürftigkeit der Frau gegenüber dem Mann.<sup>246</sup>

- **Zulässiges Ausweichen:** Goffman beobachtet bei der Inszenierung von Frauen besonders häufig, dass diese orientierungslos (und dadurch hilflos) dargestellt werden. Die dabei zum Ausdruck kommenden Emotionen sind zum Beispiel Furcht, Schüchternheit, Reue oder Belustigung.<sup>247</sup>

Auch Mühlen Achs untersuchte Werbebilder, die sie aber im Gegensatz zu Goffman bewusst auswählte, um bestimmte Merkmale in der Darstellung von Frauen und Männern zu veranschaulichen. Sie bezeichnet Körpersprache als „ideales Instrument der Ritualisierung von Geschlecht“<sup>248</sup>, wobei die ritualisierten Darstellungen von Weiblichkeit bereits genannte Eigenschaften und Verhaltensweisen umfassen: Sensibilität, Emotionalität, Hilfsbedürftigkeit, usw.<sup>249</sup> Einige dieser Beobachtungen, die weitgehend mit denen Goffmans übereinstimmen, seien an dieser Stelle noch angeführt:

So wirkt die Haltung von Frauen, weil sie elegant und „damenhaft“ auftreten sollen, häufig instabil – anders als bei Männern, die meist sicher mit beiden Beinen am Boden verankert sind. Damenhaft bedeutet in diesem Zusammenhang unter anderem, dass die eingenommene Pose möglichst wenig Platz beansprucht. Auch im Allgemeinen nehmen Frauen meist ungemütlichere, weniger entspannte Positionen ein, als Männer. Was den Gesichtsausdruck betrifft, blicken Männer dominant, ernst oder undurchschaubar in die Ferne, während Frauen gerne lächelnd, verführerisch oder naiv und unbesorgt dargestellt werden.<sup>250</sup>

Auch wenn in diesen beiden Untersuchungen Werbebilder, d.h. in starkem Ausmaß inszenierte Bilder analysiert wurden, können die Beobachtungen für die vorliegende Arbeit als

---

246 vgl. Goffman, 1981. S. 165 ff.

247 vgl. Goffman, 1981. S. 224 ff.

248 Mühlen Achs, Gitta: Geschlecht bewusst gemacht. Körpersprachliche Inszenierungen. Ein Bilder- und Arbeitsbuch. München: Verlag Frauenoffensive, 1998. S. 41

249 vgl. Mühlen Achs, 1998. S. 40 ff.

250 vgl. Mühlen Achs, 1998. S. 45 ff.

Anhaltspunkte genutzt werden: Bei der Analyse der Pressebilder soll neben anderen Aspekten auch die Körpersprache der dargestellten Mütter untersucht werden.

## II. EMPIRISCHER TEIL

### 5 Methode

In der vorliegenden Arbeit sollen nicht Texte analysiert werden, wie so oft in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, sondern Bilder. Genauer gesagt werden Printbilder, das heißt unbewegte Bilder (anders als etwa bei Filmen), untersucht. Um zunächst die Begrifflichkeiten zu klären, findet sich im Folgenden eine kurze Abhandlung zu Bildern, sowie eine Begründung für die Auswahl der Bildanalyse, die innerhalb der Sozialwissenschaften noch ein relativ junges Instrument ist.

#### 5.1 Definition des Begriffes „Bild“

Bilder bringen gleich mehrere Definitionsschwierigkeiten mit sich: Zum einen sieht jede/r bei der Betrachtung eines Bildes etwas anderes, weil die Interpretation von zeitlichen, kulturellen, sozialen und individuellen Faktoren abhängig ist. Zum anderen gibt es mehrere Verständnisse davon, was ein Bild überhaupt ist.<sup>251</sup>

Eine Möglichkeit, Klarheit zu bringen, ist, Bilder nach Mitchell in unterschiedliche Kategorien zu unterteilen: grafische (Gemälde, Zeichnungen, Statuen), optische (Spiegel, Projektionen), perzeptuelle (Sinnesdaten und Erscheinungen), geistige (Träume, Erinnerungen, Ideen) und sprachliche Bilder (Metaphern, Beschreibungen).<sup>252</sup> Ob letztere drei Kategorien Teil der visuellen Kommunikationsforschung sind, ist an dieser Stelle noch fraglich.<sup>253</sup>

Des weiteren unterscheidet Mitchell zwischen natürlichem, mimetischen und dem künstlichen, expressiven Bild. Bei ersterem sieht das Abgebildete so aus, wie das, was es darstellt, während bei zweiterem das Abgebildete gegenüber der Vorlage verfremdet ist.<sup>254</sup>

Doelker, der sich auch auf Mitchell bezieht, sieht ein Bild als

*„eine zum Zweck der Betrachtung oder Verständigung hergestellte visuelle*

---

251 vgl. Müller, Marion G.: Grundlagen der visuellen Kommunikation. Theorieansätze und Analysemethoden. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft, 2003. S. 18

252 vgl. Mitchell, W.J.T.: Was ist ein Bild? In: Volker, Bohn (Hrsg.): Bildlichkeit: Internationale Beiträge zur Poetik. Frankfurt/Main: Suhrkamp, 1990. S. 20

253 vgl. Müller, 2003. S. 18

254 vgl. Mitchell, 1990. S. 56

*Konfiguration. In diese Definition sind die Kriterien der Begrenztheit, der Transferierbarkeit und der Reproduzierbarkeit eingeschlossen. Eine optisch anregende Konstellation aus großer Höhe betrachtet ist noch kein Bild; erst die fotografische Aufnahme, die die Bedingung 'Herstellung' erfüllt [...], und die Darbietung vor Betrachtern macht die Konfiguration zum Bild“<sup>255</sup>.*

Müller versucht diese Definition (in Anlehnung an den Kulturwissenschaftler und Kunsthistoriker Aby Warburg) noch stärker einzuschränken und spricht vom Abbildcharakter und dem Denkbildcharakter von Bildern: Abbilder produzieren Denkbilder, Denkbilder jedoch werden nicht automatisch auch zu Abbildern. An diesem Punkt lässt sich der Objektbereich der visuellen Kommunikationsforschung festmachen: Sie beschäftigt sich mit den materialisierten Abbildern, die im Gegensatz zu geistigen Bildern (zum Beispiel Träumen) vergegenständlicht sind und dadurch eine Quelle für kommunikationswissenschaftliche Untersuchungen darstellen können – dennoch ist sowohl Materielles, als auch Nichtmaterielles Teil der visuellen Kommunikationsforschung.<sup>256</sup>

## **5.2 Warum Bilder analysieren?**

Obwohl Bilder fast selbstverständlich zu jedem Pressebericht gehören wird ihnen in Untersuchungen und viel zu oft auch im Journalismus im Gegensatz zu den Textelementen kaum Aufmerksamkeit geschenkt. Dabei bestätigte eine Eyetracking-Studie des Poynter Institutes schon Anfang der 1990er Jahren, dass es die Bilder sind, die den Blick der LeserInnen zuerst einfangen, wenn diese etwa eine Zeitungsseite aufschlagen. Erst im zweiten Schritt wird die Überschrift wahrgenommen – wenn nicht zuerst noch ein weiteres Bild die Aufmerksamkeit auf sich zieht.<sup>257</sup> Das Poynter-Institut untersuchte im Übrigen auch zweimal (zuletzt 2003/04) das Online-Leseverhalten und kam zu dem Ergebnis, dass LeserInnen in Onlinemedien zuerst den Text betrachten<sup>258</sup> – die folgenden Aussagen beziehen sich also nur auf Printmedien.

Die Funktion als Blickfang ist nicht die einzige, die Bilder für Printmedien erfüllen können. Je nach Motiv und Einsatz können sie auch den Text zu dem sie gehören veranschaulichen,

<sup>255</sup> Doelker, Christian: Ein Bild ist mehr als ein Bild. Visuelle Kompetenz in der Multimedia-Gesellschaft. Stuttgart: Klett-Cotta, 2002. (3., durchgesehene Auflage). S. 187

<sup>256</sup> vgl. Müller, 2003. S. 20

<sup>257</sup> vgl. Blum, Joachim/Bucher, Hans-Jürgen: Die Zeitung: Ein Multimedium. Textdesign – ein Gestaltungskonzept für Text, Bild und Grafik. Konstanz: UVK Medien, 1998. S. 66 UND: Poynter Institut: Previous Studies. In: <http://www.poynter.org/extra/Eyetrack/previous.html> (18.02.2015)

<sup>258</sup> vgl. Poynter Institut: Previous Studies. In: <http://www.poynter.org/extra/Eyetrack/previous.html> (18.02.2015)

Sachverhalte, die im Text thematisiert werden, symbolisieren oder schlicht dokumentieren. Mithilfe eines Bildes können aber auch Zusammenhänge, oder komplizierte Inhalte, die im Text vorkommen, sozusagen auf einen Blick erläutert werden.<sup>259</sup> Bilder werden also schneller als Texte aufgenommen und haben dadurch quasi die Kontrolle über den Lektüreprozess – darüber hinaus sind Bilder sehr einprägsam.<sup>260</sup>

Ein Grund dafür ist, dass Bilder zum einen Emotionen einfangen und abbilden und zum anderen Emotionen bei den BetrachterInnen auslösen. Dadurch bestimmen die Bilder wiederum die Stimmung, in der wir uns befinden, wenn wir uns dem zugehörigen Text widmen und beeinflussen unsere Meinung und Einstellung.<sup>261</sup>

### 5.3 Warum Bildanalyse?

Auch als Quellen werden Bilder in den Sozialwissenschaften im Allgemeinen unterschätzt. Müller kritisiert diesen Zustand, da „der eigenständige Informationswert von Bildern [...] dabei verkannt [wird].“<sup>262</sup>

Vor allem ist es notwendig, Bilder mithilfe anderer Analysemethoden zu untersuchen als Texte, da sie besondere Eigenschaften vorweisen: so verankern sie sich beispielsweise tiefer im kollektiven Gedächtnis als Worte und vermitteln bei den BetrachterInnen das Gefühl von Authentizität und Augenzeugenschaft.<sup>263</sup> Die Meinung Mertens, die bewährte Methode der Inhaltsanalyse ließe sich nicht nur auf Texte, sondern auch auf andere Zeichen (also auch auf Bilder) anwenden<sup>264</sup>, wird von Wilking nicht akzeptiert: dieser ortet „erhebliche methodische Probleme“<sup>265</sup>. Auch Grittmann kritisiert viele der bisher unternommenen Versuche der Bildanalyse bei Pressefotografien als unvollständig oder unpräzise.<sup>266</sup>

Müller fordert aus diesem Grund, dass die Bildwissenschaft, die in der Tradition Warburgs

---

259 Blum/Bucher, 1998. S. 64 f.

260 vgl. Lobinger, Katharina: Welche Rolle spielen Bilder in der Medienberichterstattung. In: Schäfer, Mike S./Schlichting, Inga (Red.): 50 Fragen, 50 Antworten, 50 Jahre DGPK. Eichstätt (u.a.): Hofmann, 2013. S. 18 f.

261 Lobinger, 2013. S. 19

262 Müller, 2003. S. 80

263 vgl. Müller, 2003. S. 88

264 vgl. Merten, Klaus: Einführung in die Theorie, Methode und Praxis. Opladen: Westdeutscher Verlag, 1995. (2., verbesserte Auflage) S. 49

265 Wilking, Thomas: Strukturen lokaler Nachrichten: eine empirische Untersuchung von Text- und Bildberichterstattung. München/New York/London/Paris: Saur, 1990. S. 32

266 vgl. Grittmann, Elke: Fotojournalismus und Ikonographie. Zur Inhaltsanalyse von Pressefotos. In: Wirth, Werner/Lauf, Edmund (Hrsg.): Inhaltsanalyse: Perspektiven, Probleme, Potentiale. Köln: Halem, 2001. S. 264 ff.

steht, sich den Sozialwissenschaften öffnet:

*„Die Bildwissenschaft könnte auch eine sozialwissenschaftliche Methode sein, wenn sie um die Problemdimension bereichert würde. Bildinterpretation würde dann nicht um des Bildes willen, sondern in Absicht einer Problemerkörterung und Problemerkklärung erfolgen.“<sup>267</sup>*

In diesem Sinne stützt sich die vorliegende Arbeit bei der Lösung des Forschungsproblems auf die visuelle Kommunikationsforschung. In den folgenden Kapiteln findet sich eine theoretische und praktische Einführung in die visuelle Kommunikation, sowie in das dreistufige Analysemodell von Panofsky, das unter Berücksichtigung der Ausführungen von Müller die gewählte Untersuchungsmethode darstellt.

#### **5.4 Visuelle Kommunikationsforschung – Theorie**

Auch wenn wir ein Bild nur flüchtig wahrnehmen, können wir uns den Eindrücken nicht entziehen – ganz anders sieht die Wahrnehmung einer Textfläche aus. Der Grund dafür ist, dass Bilder von unserem Gedächtnis anders verarbeitet und gespeichert werden. Visuelle Kommunikationsforschung hat es sich zur Aufgabe gemacht, die besonderen Vorgänge bei der visuellen Wahrnehmung zu untersuchen und nachvollziehbar zu machen – gerade in diesem Zeitalter, das von unterschiedlichsten visuellen Kommunikationsmedien geprägt ist. Zum Forschungsgegenstand gehören „visuelle Phänomene“, die einerseits unbewegte Bilder (zum Beispiel Tafelbilder, Fotos, Grafiken) und andererseits bewegte Bilder (zum Beispiel Filme und Fernsehen), zusätzlich aber auch dreidimensionale Objekte (zum Beispiel Skulpturen) umfassen. Anders als in der Kunstgeschichte ist es dabei nur wichtig, dass die Merkmale „Bildlichkeit“ und „Materialisierung“ zutreffen: Ästhetik ist dabei keine zu beachtende Kategorie.<sup>268</sup>

Üblicherweise wird bei der visuellen Kommunikationsforschung eine Bildbeschreibung vorgenommen und dann der Fokus auf eine der folgenden drei Ebenen gelegt. Normalerweise enthalten Analysen aber Elemente aus allen drei Ebenen.<sup>269</sup>

- **Produktionsanalyse:** Fragt nach den Produktionsbedingungen:  
Wann/Wie/Warum/Unter welchen Umständen ist das Bild entstanden?

---

267 Müller, 2003. S. 260

268 vgl. Müller, 2003. S. 13

269 vgl. Müller, 2003. S. 17

- **Produktanalyse:** Hier ist eine genauere Bildbeschreibung gefragt (Form, Größe, Produktionstechnik, Materialität und Motiv): Was ist auf dem Bild wie abgebildet? Gibt es „Vorbilder“, oder Stereotype, auf die sich der/die ProduzentIn/GestalterIn bewusst oder unbewusst bezogen haben könnten?
- **Wirkungs- und Rezeptionsforschung:** Im Mittelpunkt steht die Frage: Wie wirkt das Bild auf RezipientInnen und wie wird das Bild rezipiert?<sup>270</sup>

## 5.5 Visuelle Kommunikationsforschung – Umsetzung für die vorliegende Arbeit

In der vorliegenden Untersuchung zu Mutterbildern wird also in erster Linie eine Produktanalyse vorgenommen. Für diese Art von Analyse empfiehlt Müller zeichentheoretische, psychologische, oder kunsthistorische Ansätze<sup>271</sup>, wobei die strikte Trennung der Ansätze nicht notwendigerweise eingehalten muss: in der Praxis können die Disziplinen von den jeweils anderen Ansätzen profitieren.<sup>272</sup>

Das Produkt, also die Bilder, die untersucht werden sollen, können noch genauer bestimmt werden: Es handelt sich in diesem Fall um materielle Abbilder, in Gestalt von Fotografien – andere Formen wären zum Beispiel Architektur, Grafik, Film usw.<sup>273</sup> Bei Fotografien ist zu beachten, dass Stil und Komposition ausschlaggebend für die Art ihrer Wahrnehmung sind. Wie die/der BetrachterIn das Bild wahrnimmt, hängt außerdem von der Motivgeschichte ab – und davon, in welches Umfeld das Bild eingebettet ist: Gibt es einen Untertitel? Ist die Fotografie von anderen Fotografien umgeben?<sup>274</sup>

Die Produktion ist eine journalistische – im Gegensatz zur künstlerischen, kommerziellen oder wissenschaftlichen. In Frauenzeitschriften kann man zwar Bilder aller Produktionsformen finden, jedoch werden diese Bilder (auch wenn auf ihnen eine Mutter dargestellt sein sollte) nicht in die Untersuchung eingebunden. Von den LeserInnen rezipiert werden die betreffenden Bilder in den meisten Fällen wohl ebenfalls journalistisch (wobei sie ebenso künstlerisch, kommerziell oder wissenschaftlich rezipiert werden können).<sup>275</sup>

Da das Ziel der Arbeit ein historischer Vergleich zwischen Bildern ist, sollen an dieser Stelle

---

270 vgl. Müller, 2003. S. 15 ff.

271 vgl. Müller, 2003. S. 16

272 vgl. Müller, 2003. S. 123

273 vgl. Müller, 2003. S. 22

274 vgl. Müller, 2003. S. 83

275 vgl. Müller, 2003. S. 22

außerdem die Funktionen historischer Bilder erläutert werden: Zum einen konservieren Bilder Vergangenes – und, die Weise, in der das Vergangene von der/dem jeweiligen BetrachterIn gesehen wurde. Zum anderen vergegenwärtigen sie das Vergangene und können so die visuell wahrgenommene Wirklichkeit verzerren oder verklären und deuten so die Vergangenheit.<sup>276</sup>

### 5.5.1 Panofskys ikonographisch-ikonologische Methode

Von den von Müller empfohlenen Ansätzen erscheint der kunsthistorische Zugang für die vorliegende Untersuchung am sinnvollsten, da sich das entsprechende Instrumentarium am besten auf Fotografien anwenden lässt. Zeichentheoretische Ansätze würden sich zum Beispiel eher für Bilder eignen, in denen auch verbale und auditive Elemente eine Rolle spielen (Filme), während psychologische Ansätze häufig für nicht materialisierte Bilder angewendet werden (zum Beispiel Traumdeutung).<sup>277</sup> Die ikonographisch-ikonologische Methode, die aus der kunsthistorischen Forschung stammt, lässt sich dagegen auf verschiedene Disziplinen umlegen – Müller bezeichnet sie als „die transdisziplinär anschlussfähigste [Richtung]“<sup>278</sup> – selbst Erfinder der ikonographisch-ikonologischen Methode, Erwin Panofsky, hat diese auf verschiedene Arten von Bildern angewendet (etwa auf Filme).<sup>279</sup>

Die Ikonologie hat ihre Wurzeln im 20. Jahrhundert, beim Kunst- und Kulturwissenschaftler Aby M. Warburg und der von ihm gegründeten Kunstwissenschaftlichen Bibliothek Warburg. Warburg baute auf die Lehre der Ikonographie auf und sah das Bild als „komplexe Symbiose aus Denk- und Abbild“. Ausschlaggebend war nicht mehr die künstlerische Qualität, sondern das Motiv und welche Aussage sich dahinter verbirgt. Aus dieser Tradition kommt auch der Kunsthistoriker Panofsky. Da die Ikonographie an sich nur die Bedeutungsebene von Kunstwerken untersucht, entwickelte Panofsky – inspiriert von Warburg, sowie von der Soziologie und Philosophie – seine ikonologische Methode.<sup>280</sup>

Sein Ziel war, die verschiedenen Bedeutungsschichten von Kunstwerken erfassen zu können – also schlug er in den 1930er Jahren eine Analyse auf drei Ebenen vor:

- Phänomensinn: Unsere praktische Erfahrung bzw. vitale Daseinserfahrung (subjektiv) und die Stil- bzw. Gestaltungsgeschichte (objektiv) dienen zu Beginn als Quellen für die „vor-ikonographische Beschreibung“.

---

276 vgl. Pandel, Hans-Jürgen: Bildlichkeit und Geschichte. In: Geschichte lernen, 1988 (5). S. 16

277 vgl. Müller, 2003. S. 163 ff.

278 Müller, 2003. S. 243

279 vgl. Müller, 2003. S. 259

280 Müller, 2003. S. 244 ff.

- Bedeutungssinn: Unser literarisches Wissen (subjektiv) und die allgemeine Typengeschichte (objektiv) werden als Quellen verwendet, um eine „ikonographische Analyse“ bzw. Bedeutungsanalyse vornehmen zu können.
- Dokumentsinn: Als Quellen für die „ikonologische Interpretation“ dienen schließlich unser weltanschauliches, politisches, soziales Verhalten und Wissen (subjektiv), sowie die Kenntnis über die allgemeine politische Geschichte, Sozial-, Wirtschafts- und Geistesgeschichte.<sup>281</sup>

Bei der Umsetzung müssen die unterschiedlichen Ebenen und Quellen (subjektiv/objektiv) allerdings nicht als voneinander getrennte Bereiche betrachtet werden<sup>282</sup>. Im Laufe der Bildanalyse sollten folgende Arbeitsschritte durchlaufen werden:

Auf der Phänomenebene erfolgt zunächst die Bildbeschreibung: Dazu wird anhand von Kategorien wie Format, Motiv, Komposition, Farben, Technik, Qualität, Textgestaltung usw. das Bild genau beschrieben. Dabei werden alle Deutungsmöglichkeiten noch offen gelassen – die Interpretation erfolgt erst im dritten Schritt.<sup>283</sup>

Auf Bedeutungsebene finden Bedeutungszuweisungen statt. Wichtige Fragen bei der Analyse sind: Was ist die zentrale Aussage des Bildes? Wodurch zeichnet sich das Bild aus? Wer sind die dargestellten Personen (biographische Daten) und wie kam es zu dem Bild (Entstehungsgeschichte)?<sup>284</sup>

Auf Dokumentenebene widmet man sich schließlich der Interpretation. Dieser Punkt ist besonders für Untersuchungen im Bereich der Wirkungsanalyse wichtig. Das Bild wird in einen sozio-kulturellen Kontext gestellt und analysiert. Für die Produktanalyse ist es wichtig, die Gestaltungs-, Typen- und Motivgeschichte miteinzubeziehen und zu untersuchen, ob es für das analysierte Bild Vor- oder Gegenbilder gibt. Auch die Zielgruppe und die Absichten hinter dem Bild sollten thematisiert werden.<sup>285</sup>

---

281 Gesamte Aufzählung: vgl. Panofsky, Erwin: Zum Problem der Beschreibung und Inhaltsdeutung von Werken der bildenden Kunst. In: Kaemmerling, Ekkehard (Hrsg.): Ikonographie und Ikonologie. Theorien – Entwicklung – Probleme. Bildende Kunst als Zeichensystem. (Band 1). Köln: DuMont, 1991. S. 203 (bereits veröffentlicht: 1932/1964)

.....UND: vgl. Panofsky, Erwin: Ikonographie und Ikonologie. In: Kaemmerling, Ekkehard (Hrsg.): Ikonographie und Ikonologie. Theorien – Entwicklung – Probleme. Bildende Kunst als Zeichensystem. (Band 1). Köln: DuMont, 1991. S. 223 (bereits veröffentlicht: 1939/1955), sowie Müller, 2003. S. 29 ff.

282 vgl. Panofsky, 1991. S. 203

283 vgl. Müller, 2003. S. 33 ff. Sowie 281 f.

284 vgl. Müller, 2003. S. 42 ff. sowie 282

285 vgl. Müller, 2003. S. 54 ff. sowie 282

## 5.6 Medienbilder und Multimodalität

Medienbilder (sowie andere Bilder auch) stehen nie alleine da: in Printmedien werden sie immer von Texten (Artikel, Bildunterschrift, Headline oder Ähnlichem), im Internet zum Beispiel auch von Musik begleitet und in einen Kontext gestellt. Betrachten wir also ein Bild in einer Zeitschrift oder einem Onlinemagazin, werden gleichzeitig mehrere Wahrnehmungssysteme angesprochen. Unsere Wahrnehmung von Bildern wird also zum Beispiel durch Musik oder Textelemente beeinflusst.<sup>286</sup>

In diesem Zusammenhang kann man zwischen multicodalen und multimodalen Botschaften differenzieren: Erstere bestehen aus verschiedenen Symbolsystemen, also etwa aus einem Bild und einem begleitenden Text, während zweitere aus verschiedenen Sinnesmodalitäten, also etwa Hören und Sehen bestehen.<sup>287</sup> Demnach wäre eine Text-Bild Kombination als multicodal einzustufen – in der Praxis ist trotzdem häufig auch in diesem Fall von Multimodalität die Rede.<sup>288</sup>

Für multicodale und multimodale Botschaften gilt jedenfalls gleichermaßen, dass die einzelnen Elemente bei der Analyse nicht getrennt voneinander betrachtet werden können. Analysiert man ein Bild in einer Zeitschrift, muss also der dazugehörige Text miteinbezogen werden, da zwischen beiden Elementen ein Zusammenhang beziehungsweise eine Beeinflussung besteht. Immerhin wird auch bei der Rezeption des entsprechenden Inhaltes nicht das Bild vom Text getrennt wahrgenommen.<sup>289</sup>

Text und Bild hängen insofern zusammen, als dass sie sich gegenseitig bei der Vermittlung einer Bedeutung unterstützen. Ein Element erfüllt für das jeweils andere bestimmte Funktionen, zum Beispiel kann ein Bildtext die Mehrdeutigkeit eines Bildes einschränken, während das Bild etwa einen komplizierten im Text beschriebenen Sachverhalt einfach veranschaulichen kann, oder die Aufmerksamkeit auf den Text lenkt.<sup>290</sup>

---

286 vgl. Duncum, Paul: Visual Culture Isn't Just Visual: Multiliteracy, Multimodality and Meaning. In: *Studies in Art Education*, 2004 (3). S. 252 ff.

287 vgl. Weidenmann, Bernd: Multicodierung und Multimodalität im Lernprozess. In: Issing, Ludwig J./Klimsa, Paul (Hrsg.): *Information und Lernen mit Multimedia und Internet. Lehrbuch für Studium und Praxis*. Weinheim: Beltz/PVU, 2002. (3., vollständig überarbeitete Auflage) S. 47

288 vgl. Lobinger, Katharina: *Visuelle Kommunikationsforschung*. Wiesbaden: Springer, 2012. S. 71

289 vgl. Lobinger, 2012. S. 72

290 vgl. Lobinger, 2012. S. 54 f.

## 6 Untersuchungsobjekt

### 6.1 Österreichische Frauenzeitschriften

Da im Zuge dieser Arbeit unmöglich alle Ausgaben der in den Jahren 1974 und 2014 erschienenen Frauenzeitschriften untersucht werden können, musste eine Auswahl getroffen werden. Dazu musste zuerst ein Blick auf den entsprechenden Markt geworfen werden:

Zunächst fällt auf, dass in Österreich viele deutsche, aber auch andere ausländische Titel erhältlich sind (BRIGITTE, BURDA, usw.) – teilweise sogar mit eigenen Österreich-Ausgaben. Um die Zahl der Titel in einem ersten Schritt einzuschränken, fiel die Wahl auf österreichische Zeitschriften. Dies hat auch den Grund, dass man so erfährt, welches Mutterbild von RedakteurInnen in Österreich gewählt und präsentiert wird – immerhin müssen sich diese direkt mit dem österreichischen Markt bzw. den Lebensumständen der LeserInnen und deren Bedürfnissen auseinandersetzen.

Um weiter einzuschränken mussten aber noch zusätzliche Auswahlkriterien aufgestellt werden – ohne dafür eine Bestandsaufnahme der österreichischen Frauenzeitschriften vornehmen zu müssen, oder sämtliche österreichische Frauenzeitschriften in strikte Kategorien einteilen zu müssen. Der Grund dafür ist vor allem, dass dies den Zeitrahmen gesprengt hätte (Derka füllte mit so einer Bestandsaufnahme 1991 immerhin fast eine ganze Diplomarbeit<sup>291</sup>). Zwar wurden die bestehenden Typologisierungen bei der Auswahl miteinbezogen, aber nur insofern, als die für die Untersuchung ausgewählten Zeitschriften durch sie genauer beschrieben werden konnten.

Für die Auswahl war vielmehr der Faktor Reichweite ausschlaggebend: Durch die Untersuchung reichweitenstarker Zeitschriften kann man sich am besten ein Bild davon machen, welches Mutterbild in Österreich durch Frauenzeitschriften eine große Verbreitung findet beziehungsweise fand. Zusätzlich wurde, um nicht grundlegend verschiedene Zeitschriften zu untersuchen, eine inhaltliche Einschränkung getroffen: Um diese zu beschreiben, soll die Typologisierung von Lindgens<sup>292</sup> herangezogen werden – auch wenn sich nicht alle österreichischen Frauenzeitschriften eindeutig in das Schema einordnen lassen<sup>293</sup>. Von Beginn an stand fest, dass keine „Spezialzeitschriften“ (etwa Handarbeitszeitschriften)

---

291 Derka, Hedwig: Österreichische Frauenzeitschriften. Eine Kommunikationswissenschaftliche Analyse der Forschungslage mit einer empirischen Erhebung des Bestandes. Wien: (kein Verlag), 1991.

292 vgl. Lindgens, 1982. S. 336 ff.

293 vgl. Derka, 1991. S. 94

oder „Unterhaltenden Frauenzeitschriften“ (etwa Zeitschriften, die sich auf Berichterstattung über Adel und Prominenz beschränken) in die Untersuchung miteinbezogen werden. Also schien es naheliegend, den Fokus – wie in den meisten Untersuchungen zu Frauenzeitschriften – auf „klassische Frauenzeitschriften“ zu legen. Diese Definition entpuppte sich allerdings als nicht ausreichend, da für das Jahr 1974 keine klassische Frauenzeitschrift aufzufinden war, zumindest keine, die eine höhere Auflage gehabt hätte (siehe zum Beispiel: Bestandsverzeichnis der Nationalbibliothek<sup>294</sup>). Also wurden in die Analyse zusätzlich auch Zeitschriften mit einbezogen, die zwar im eigentlichen Sinn (nach Lindgens) keine klassischen Frauenzeitschriften sind, aber deren inhaltliche Orientierung ebensolchen ähnlich ist. Dadurch, dass auf diesem Wege eine politische und eine konfessionelle Frauenzeitschrift (beide mit relativ hoher Auflage) in die Analyse miteinbezogen wurden, kann auch ein breiteres Bild davon gezeichnet werden, wie Mütter in Frauenzeitschriften dargestellt werden beziehungsweise wurden.

Die ausgewählten Frauenzeitschriften werden im Folgenden kurz beschrieben.

### 6.1.1 WELT DER FRAU (1974 und 2014)

Die Frauenzeitschrift WELT DER FRAU erschien erstmals im Jahre 1946, unter dem Titel LICHT DES LEBENS – der Name wurde erst 1964 geändert.<sup>295</sup> Damit ist sie die einzige „große“ österreichische Frauenzeitschrift, die seit so langer Zeit durchgehend erscheint – der direkte Vergleich zwischen 1974 und 2014 ist also ausschließlich bei ihr möglich.

Herausgeberin ist von Beginn an das Katholischen Frauenwerk Österreichs mit Sitz in Wien, der Redaktionssitz liegt seit 1950 aber in Linz. LICHT DES LEBENS und später WELT DER FRAU hat zwar eine deutlich religiös-christliche Ausrichtung, wendet sich aber an ein allgemeines (an religiösen Themen interessiertes) Publikum und wird, anders als andere konfessionelle Druckwerke, nicht nur an Kirchenmitglieder oder MitarbeiterInnen ausgeschickt. Das Erscheinungsintervall ist monatlich, wobei es in den

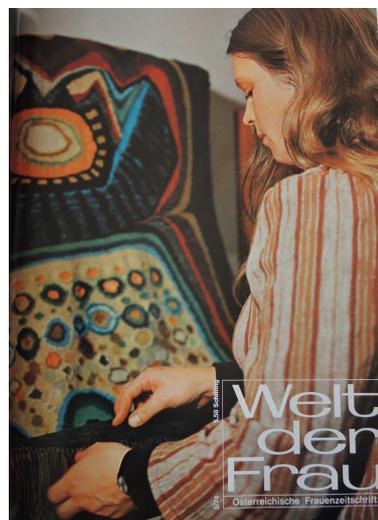


Abb. 1: WELT DER FRAU.  
Titelseite aus 1974.

294 Österreichische Nationalbibliothek: Bestandsverzeichnis (ab 1945). In: [http://www.onb.ac.at/ariadne/frauenzeitschriften\\_bestandsverzeichnis\\_nach\\_1945.htm](http://www.onb.ac.at/ariadne/frauenzeitschriften_bestandsverzeichnis_nach_1945.htm) (17.02.2015)

295 vgl. Welt der Frau: Magazin. In: <http://www.welt-der-frau.at/magazin/> (17.02.2015)

Sommermonaten Juli und August insgesamt nur eine Doppelausgabe gibt.<sup>296</sup>

### **Erster Untersuchungszeitraum: 1974**

Im ersten Untersuchungszeitraum ist Dr<sup>in</sup>. Friederike Lenzeder bereits seit 16 Jahren Chefredakteurin. Der Umfang der Zeitschrift hat sich gerade auf 40 Seiten eingependelt (bei einem Preis von 5,50 österreichischen Schilling) und der Inhalt scheint gut anzukommen: 1972 setzen 72.689 AbonnentInnen auf die vielfältige Mischung aus politischen und religiösen Themen.<sup>297</sup>

Erkennbar ist dabei schon, dass die religiöse Perspektive nicht mehr im Mittelpunkt steht, sondern Themen vermehrt auch aus pädagogischer oder psychologischer Sicht behandelt werden. In den folgenden Jahren verändert und vergrößert sich das Themenspektrum weiter: Haushaltsfragen weichen immer öfter Artikeln über Gesundheit, Schönheit, Selbstverwirklichung, oder die Rolle der Frau.<sup>298</sup> In jeder Ausgabe finden sich außer den Artikeln Rezepte, Bastelanleitungen, literarische Beiträge, sowie ein „Ehefragenkasten“ und ein „Erziehungsfragenkasten“.

Die Zeitschrift ist – bis auf den farbigen Umschlag – schwarz-weiß.

### **Zweiter Untersuchungszeitraum: 2014**

2014 ist Dr<sup>in</sup>. Christine Haiden Chefredakteurin und arbeitet mit einem fixen Redaktionsteam zusammen, dass sich nur aus Frauen zusammensetzt. Auch das Verlagsteam besteht nur aus Mitarbeiterinnen.

Auch wenn die Reichweite in den letzten Jahren zurückgegangen ist, hat WELT DER FRAU für eine österreichische Frauenzeitschrift noch immer eine relativ gute Marktposition. War sie 2001 (vor dem Erscheinen von WOMAN) mit einer Reichweite von 278.000 LeserInnen noch Zweitplatzierte unter den Frauenzeitschriften<sup>299</sup>, so steht sie 2013/14 mit einer Reichweite von 217.000



Abb. 2: WELT DER FRAU.  
Titelseite aus 2014

296 vgl. <http://www.welt-der-frau.at/magazin/> und Derka, 1991. S. 181 f.

297 vgl. Derka, 1991. S. 181 f.

298 vgl. Derka, 1991. S. 183

299 vgl. Media-Analyse: MA 2001 – Frauenmagazine Total. In: <http://www.media->

LeserInnen<sup>300</sup> immerhin noch am vierten Platz – bei einer Druckauflage von 56.289<sup>301</sup>. Das Publikum besteht zu drei Vierteln aus Frauen und einem Viertel aus Männern.<sup>302</sup>

Der Vertrieb findet nach wie vor hauptsächlich über Abonnements (Jahresabo: € 39,-) statt, inzwischen können die Ausgaben aber (zusätzlich zum Verkauf am Kiosk) im Internet bestellt werden (pro Ausgabe: € 3,25).<sup>303</sup>

Die inhaltliche Ausrichtung wird folgendermaßen beschrieben:

*„'Welt der Frau' ist ein Magazin, das vielfältige Beziehungen und Bezüge von Frauen beschreibt, reflektiert und aus einer christlichen Sichtweise bewertet. 'Welt der Frau' sieht sich dabei als Inspirationsquelle für mehr persönliche Lebensqualität.“<sup>304</sup>*

Die Redaktion positioniert sich als kritisch und weltoffen – die Artikel in der WELT DER FRAU sind außerdem durchgehend gegendert.

Die Themen umfassen zum Beispiel Familie, Reisen, Wirtschaft und Literatur. Fixer Bestandteile der Zeitschrift sind zum Beispiel Karikaturen, Rezepte und eine Ratgeberkolumne, bei der ein Erziehungsberater, eine Trainerin und eine Paartherapeutin auf Fragen der LeserInnen antworten.

Auffällig ist außerdem, dass im Heft damals wie heute relativ wenig Werbung zu finden ist. In einer zufällig gewählten Ausgabe aus dem Jahr 2014 (Jänner) findet man etwa auf 66 Seiten insgesamt 8 Seiten Werbung, wobei die Hälfte davon Eigenwerbung ist. Und das, obwohl WELT DER FRAU weder Subventionen von der Kirche, noch eine staatliche Presseförderung erhält: abgesehen von den wenigen Werbeanzeigen finanziert sie sich ausschließlich über Abonnements und den Verkauf.<sup>305</sup>

Dies, sowie die christliche Grundhaltung unterscheidet WELT DER FRAU zwar von

---

analyse.at/studienPublicPresseFrauenmagazineTotal.do?year=2001&title=Frauenmagazine&subtitle=Total (17.02.2015)

300 vgl. Media-Analyse: MA 13/14 – Frauenmagazine Total. In: <http://www.media-analyse.at/studienPublicPresseFrauenmagazineTotal.do?year=13/14&title=Frauenmagazine&subtitle=Total> (17.02.2015)

301 vgl. Österreichische Auflagenkontrolle: Auflagenliste 1. Halbjahr 2014. In: [https://www.oeak.at/content/intern/Auflagenlisten/Auflagenliste%201%20%20HJ%202014\\_KORR.pdf](https://www.oeak.at/content/intern/Auflagenlisten/Auflagenliste%201%20%20HJ%202014_KORR.pdf) (17.02.2015)

302 vgl. Media-Analyse: MA 13/14 – Frauenmagazine Männer. In: <http://www.media-analyse.at/studienPublicPresseFrauenmagazineGeschlecht.do?year=13/14&title=Frauenmagazine&subtitle=Geschlecht> (17.02.2015)

303 vgl. Welt der Frau: Magazin. In: <http://www.welt-der-frau.at/magazin/> (17.02.2015)

304 vgl. Welt der Frau: Magazin. In: <http://www.welt-der-frau.at/magazin/> (17.02.2015)

305 vgl. VKB Bank: Dr. Christine Haiden: „Führungskraft“ von Kindesbeinen an! In: [http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:OuHEOu1e5DcJ:www.vkb-bank.at/redx\\_tools/mb\\_download.php/mid.048051081072085114107104086055119061/Dr.\\_Christine\\_Haiden\\_F\\_hrungskraft\\_\\_von\\_Kindesbei.pdf+&cd=1&hl=de&ct=clnk&gl=at](http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:OuHEOu1e5DcJ:www.vkb-bank.at/redx_tools/mb_download.php/mid.048051081072085114107104086055119061/Dr._Christine_Haiden_F_hrungskraft__von_Kindesbei.pdf+&cd=1&hl=de&ct=clnk&gl=at) (17.02.2015)

kommerziellen, klassischen Frauenzeitschriften, aufgrund der ähnlichen Themen und der großen Reichweite wird sie trotzdem in die Untersuchung miteinbezogen. Im Übrigen ordnet Wakonig in ihrer eigenen Typologisierung (angelehnt an Lindgens Modell) konfessionelle Frauenzeitschriften den klassischen zu.<sup>306</sup>

Ausschlaggebend für die Auswahl dieser Zeitschrift war jedenfalls die direkte Vergleichbarkeit zwischen den Jahren 1974 und 2014.

### 6.1.2 DIE FRAU (1974)

DIE FRAU erschien zwischen 1945 und 1987 in Wien als wöchentliche Zeitschrift der Sozialistischen Frauen Österreichs. Ihre Vorgängerinnen waren zum einen die ARBEITERINNENZEITUNG (1892-1924), die die Interessen der Arbeiterinnen vertreten und Frauen – die bis 1918 eigentlich nicht politisch aktiv sein durften – ins politische Geschehen miteinbeziehen wollte. 1924 wurde die Zeitschrift erstmals in DIE FRAU umbenannt, um nicht nur Arbeiterinnen, sondern Frauen aller Schichten und Berufe anzusprechen. Als 1934 DIE FRAU eingestellt wurde, teilte sie dieses Schicksal mit allen anderen sozialdemokratischen Medien, darunter auch eine weitere Vorläuferin: die seit 1923 erscheinende DIE UNZUFRIEDENE. Nach dem Ende des Krieges und des Nationalsozialismus erschienen die beiden Zeitschriften gemeinsam als DIE FRAU (darauf wurde auch mit dem Untertitel „vereinigt mit: Die Unzufriedene“ hingewiesen). Herausgegeben wurde sie vom sozialistischen Vorwärts-Verlag, Eigentümerinnen waren die Sozialistischen Frauenorganisationen.<sup>307</sup>

Als Parteizeitung orientierte sie sich zwar grundsätzlich an der Sozialistischen Partei Österreich (SPÖ; heute: Sozialdemokratische Partei Österreich) und unterstützte diese vor allem in den Anfangsjahren auch im Wahlkampf<sup>308</sup>, richtete sich aber nicht nur an Parteimitglieder und Funktionärinnen. DIE FRAU wurde über Abonnements und in Trafiken verkauft und hatte zu Spitzenzeiten (Ende der 50er bis Mitte der 60er) eine beachtliche



Abb. 3: DIE FRAU. Titelseite aus 1974

<sup>306</sup> vgl. Wakonig, 1993. S. 17 f.

<sup>307</sup> vgl. Die-frau.info: Geschichte. In: [http://www.die-frau.info/diefrau\\_geschichte](http://www.die-frau.info/diefrau_geschichte) (17.02.2015)

<sup>308</sup> vgl. Österreichische Nationalbibliothek: Die Frau. Gestaltung. In: [http://www.onb.ac.at/oe-literaturzeitschriften/Frau/Frau\\_gestaltung.htm](http://www.onb.ac.at/oe-literaturzeitschriften/Frau/Frau_gestaltung.htm) (17.02.2015)

Auflage von 200.000 Stück. Als die Konkurrenz durch andere Frauenzeitschriften immer größer wurde, die SPÖ lange nicht in die Modernisierung investierte und schließlich die Verluste nicht decken wollte, wurde DIE FRAU (zu dem Zeitpunkt unter dem Titel NEUE FRAU) im Jahr 1987 eingestellt. Die Zahl der regelmäßigen LeserInnen betrug zu diesem Zeitpunkt noch über 100.000.<sup>309</sup>

### **Untersuchungszeitraum: 1974**

DIE FRAU war zwar immer mit der SPÖ verbunden, wurde jedoch „spätestens in den 70er Jahren [...] zu einem normalen Frauenmagazin; die politische Ausrichtung war ihr kaum mehr anzumerken“.<sup>310</sup> Auf den Titelseiten finden sich Hinweise auf Artikel über Kindererziehung, Kochen oder Mode neben Ankündigungen von Artikeln über Frauen in Politik und Beruf. Was die Themenwahl und Gestaltung betrifft wirkt die DIE FRAU also tatsächlich wie eine „normale“ klassische Frauenzeitschrift mit leicht feministischem Einschlag.<sup>311</sup> Erst in den 80ern wird die Zeitschrift wieder gesellschaftskritischer und feministischer.<sup>312</sup> Neben den Artikeln finden sich in jeder Ausgabe ein Fernsehprogramm, Rätsel, Prosa (zum Beispiel von Marlen Haushofer), Bastelanleitungen und die Ratgeberkolumne „Schreiben Sie Frau Pluskal“. Auffällig ist – zumindest aus heutiger Sicht – die Witz-Seite, auf der sehr häufig sexistische Witze zu finden sind.

Die Seitenzahl beträgt im Untersuchungszeitraum (30. Jahrgang) – bis auf eine Ausnahme – 34 Seiten. Die Seiten sind bis auf die Titel- und Rückseite schwarz-weiß, wobei innerhalb der Zeitschrift vereinzelt farbige Elemente benutzt werden (Umrahmungen) und in einigen Ausgaben bunte Werbeseiten eingefügt sind. Der Preis für die Zeitschrift beträgt im Jahr 1974 4 Österreichische Schilling.

Im Untersuchungszeitraum war offiziell Anneliese Albrecht Chefredakteurin, 1974 übernahm allerdings Dr<sup>in</sup>. Susanne Feigl die Funktion als geschäftsführende Chefredakteurin und war verantwortlich für Redaktionsgeschäfte, sowie für die journalistische Gestaltung.<sup>313</sup>

---

309 vgl. Die-frau.info: Geschichte. In: [http://www.die-frau.info/diefrau\\_geschichte](http://www.die-frau.info/diefrau_geschichte) (17.02.2015)

310 Österreichische Nationalbibliothek: Die Frau. Gestaltung. In: [http://www.onb.ac.at/oe-literaturzeitschriften/Frau/Frau\\_gestaltung.htm](http://www.onb.ac.at/oe-literaturzeitschriften/Frau/Frau_gestaltung.htm) (17.02.2015)

311 vgl. Die-frau.info: 128 ausgewählte Titelseiten. In: [http://www.die-frau.info/diefrau\\_titel](http://www.die-frau.info/diefrau_titel) (17.02.2015)

312 vgl. Österreichische Nationalbibliothek: Die Frau. Gestaltung. In: [http://www.onb.ac.at/oe-literaturzeitschriften/Frau/Frau\\_gestaltung.htm](http://www.onb.ac.at/oe-literaturzeitschriften/Frau/Frau_gestaltung.htm) (17.02.2015)

313 vgl. Die-frau.info. Redaktion. In: [http://www.die-frau.info/diefrau\\_chefredakteurinnen](http://www.die-frau.info/diefrau_chefredakteurinnen) (17.02.2015)

### 6.1.3 WOMAN (2014)

Seit ihrem Erscheinen am österreichischen Markt im Jahr 2001, hält die Frauenzeitschrift WOMAN unangefochten den ersten Platz bei Auflage und Reichweite der österreichischen Frauenzeitschriften: im Jahr 2002 hatte sie bei einer Auflage von 206.732 Stück<sup>314</sup> eine Reichweite von 555.000 und überholte damit die WIENERIN<sup>315</sup>.

WOMAN ist Teil der Verlagsgruppe NEWS, zu der auch andere auflagenstarke Magazine wie TV MEDIA, NEWS oder PROFIL gehören. An der Verlagsgruppe ist wiederum zu 63,75 % die G+J Holding GmbH und zu 11,25 % die Gruner + Jahr GmbH & Co KG (11,25 %) beteiligt, wobei erstere eine 100% Tochter von zweiterer ist.<sup>316</sup> Gruner + Jahr, die mit hunderten (bekannten) Titeln RezipientInnen in über 30 Ländern erreichen<sup>317</sup>, wurden 2014 vollständig von Bertelsmann übernommen<sup>318</sup>, die ihrerseits seit dem Zusammenschluss 2013 gemeinsam mit Random House und Penguin den größten Publikumsverlag der Welt bilden.<sup>319</sup>

Man erkennt also bereits den Unterschied zu den zwei zuvor vorgestellten Frauenzeitschriften, die mit kleinen Verlagen zusammenarbeiten/zusammenarbeiteten. WOMAN ist im Gegensatz zu ihnen außerdem als typische klassische, kommerzielle Frauenzeitschrift einzustufen. Dies äußert sich schon in der grundlegenden Richtung:

*„WOMAN und WOMAN-VIVA sind Österreichs Frauen- und Lifestyle-Magazine. WOMAN und WOMAN-VIVA berichten unabhängig von Parteien und politischen Gruppen über aktuelle Frauenthemen. Weiters berichten WOMAN und WOMAN-VIVA über Lifestyle- und Mode-Themen. WOMAN und WOMAN-VIVA sind bei ihrer Berichterstattung ausdrücklich den Interessen ihrer*



Abb. 4: WOMAN. Titelseite aus 2014

314 vgl. Fokus: ÖAK, 4. Quartal 2002: Rückblick auf Auflagenentwicklung. 24.02.2003. In: <http://www.horizont.at/home/detail/oeak-4-quartal-2002-rueckblick-auf-auflagenentwicklung.html?chHash=7af9cffa667d4947a06cfd114309b8b9> (17.02.2014)

315 vgl. Media-Analyse. In: <http://www.media-analyse.at/studies.do> (17.02.2015)

316 vgl. Vgn.at: Impressum - VGN Verlagsgruppe News. In: <http://www.vgn.at/impressum> (17.02.2015)

317 vgl. Guj.de: Unternehmerisches Denken und Handeln. In: <http://www.guj.de/unternehmen/> (17.02.2015)

318 vgl. Bertelsmann.de: Bertelsmann übernimmt Gruner + Jahr vollständig. 06.10.2014. In: <http://www.bertelsmann.de/news-und-media/nachrichten/bertelsmann-uebernimmt-gruner-jahr-vollstaendig.jsp> (17.02.2015)

319 vgl. Welt.de: Fusion schafft größten Buchverlag der Welt. 01.07.2013. In: <http://www.welt.de/wirtschaft/article117615966/Fusion-schafft-groessten-Buchverlag-der-Welt.html> (17.02.2014)

*Leserinnen verpflichtet und wollen Frauenanliegen mehr Stellenwert verschaffen.*<sup>320</sup>

Die in der Beschreibung angeführte WOMAN-VIVA ist eine Neuerscheinung (2014) des Verlages, die als Ergänzung der 14-tägig erscheinenden WOMAN vorerst zehn Mal pro Jahr erscheinen soll und ausführlichere Hintergrundreportagen bietet.<sup>321</sup> Sie wird allerdings nicht Teil der Untersuchung sein.

Auch an den verschiedenen Rubriken erkennt man die Ausrichtung: In den Ressorts „Trends“ und „Fashion“, die einen großen Teil der Zeitschrift einnehmen und stets zahlreich bebildert sind, findet man „alles, was derzeit angesagt ist“. Andere Themen sind Reisen, Kultur, Spiritualität, Gesundheit, oder Geschichten über Prominente. In der Rubrik „Report“ finden sich Interviews und „brandheiße“ Reportagen – oft über Menschen die einen „Schicksalsschlag“ erlitten haben.<sup>322</sup>

#### **Untersuchungszeitraum: 2014**

Seit 2006 ist Euke Frank Chefredakteurin und mittlerweile (seit 2015) auch Herausgeberin von WOMAN. Im Jahr 2014 hatte die Zeitschrift eine Druckauflage von 172.377 Stück<sup>323</sup> - man kann also erkennen, dass die Zahlen der Anfangsjahre nicht gehalten werden konnten. Auch die Reichweite ist im Vergleich zurückgegangen und macht nun 462.000 LeserInnen aus. Davon ist etwas weniger als ein Neuntel männlich.<sup>324</sup> Der Großteil der LeserInnen ist zwischen 20 und 60 Jahre alt.<sup>325</sup>

Charakteristisch für WOMAN ist nach wie vor, dass das Heft viel Werbung enthält: in einer zufällig aus dem Untersuchungszeitraum ausgewählten Ausgabe (Dezember 2014) finden sich bei einer Gesamtseitenzahl von 140 Seiten insgesamt rund 39 Seiten Werbung. Wenn man bedenkt, dass auf der Rückseite und auf der Innenseite des Titelblattes auch Werbeanzeigen prangen, kann man von einem durchschnittlichen Werbeanteil von circa einem Drittel

---

320 vgl. Woman.at: Impressum. In: <http://www.woman.at/impressum> (17.02.2014)

321 vgl. Standard.at: Verlagsgruppe News startet „Woman Viva“. 14.02.2014. In: <http://derstandard.at/1389860424816/Verlagsgruppe-News-launcht-Woman-Viva> (18.02.2014)

322 vgl. Vgn.at: WOMAN. In: <http://www.vgn.at/magazine/alle-magazine/woman> (18.02.2015)

323 vgl. Österreichische Auflagenkontrolle: Auflagenliste 1. Halbjahr 2014. In: [https://www.oek.at/content/intern/Auflagenlisten/Auflagenliste%201%20%20HJ%202014\\_KORR.pdf](https://www.oek.at/content/intern/Auflagenlisten/Auflagenliste%201%20%20HJ%202014_KORR.pdf) (17.02.2015)

324 vgl. Media-Analyse: MA 13/14 – Frauenmagazine Männer. In: <http://www.media-analyse.at/studienPublicPresseFrauenmagazineGeschlecht.do?year=13/14&title=Frauenmagazine&subtitle=Geschlecht> (17.02.2015)

325 vgl. Media-Analyse: MA 13/14 – Frauenmagazine. In: <http://www.media-analyse.at/studienPublicPresseFrauenmagazineAlterBis39.do?year=13/14&title=Tageszeitungen&subtitle=Alter&subsubtitle=bis39> (18.02.2015)

ausgehen.

Der Vertrieb der Zeitschrift findet zum Teil über den Verkauf in Kiosken und anderen Verkaufsstellen statt, ungefähr doppelt so viele Ausgaben werden über Abonnements vertrieben.<sup>326</sup> Aktuell kostet eine Ausgabe € 3,-. Die Jahresabos sind für € 55,90 erhältlich, wobei die KundInnen bei der Bestellung mit einem Geschenk nach Wahl (zum Beispiel einer „stylischen“ Tasche im 50ies-Look) bedacht werden. Es gibt auch die Möglichkeit, das Zusatzangebot zu wählen: In diesem Fall erhält man ein Jahresabo inklusive Jahresvignette um € 123,60.<sup>327</sup>

#### **6.1.4 Online-Auftritte von Frauenzeitschriften**

In den letzten Jahren wurde das Angebot von Frauenzeitschriften durch Online-Auftritte erweitert – wie bei den meisten anderen Printmedien auch. Dadurch haben LeserInnen die Möglichkeit, ohne großen (Zeit- und Kosten-) Aufwand Inhalte verschiedener Frauenzeitschriften zu rezipieren – auch zum Beispiel von Zeitschriften, die in Österreich nicht in jeder (oder in gar keiner) Trafik erhältlich sind. Der Frage nach der Gestaltung und Nutzung der Homepages soll hier aber gar nicht weiter nachgegangen werden, da die Online-Auftritte der ausgewählten Zeitschriften in der vorliegenden Arbeit bewusst außer Acht gelassen wurden. Ein weiterer Grund für die Nicht-Berücksichtigung ist, dass das Ziel der Arbeit ein historischer Vergleich zwischen den Jahren 1974 und 2014 ist, und dass es in den 1970er noch keine Online-Auftritte von Zeitschriften gab. Es geht also um die optimale Vergleichbarkeit – und die ist nur gegeben, wenn man ausschließlich die gedruckten Ausgaben miteinander vergleicht.

Das hat zum einen den Grund, dass sich bei vielen Frauenzeitschriften, auch bei den hier untersuchten, die Online- und Printausgabe relativ stark voneinander unterscheiden (zum Beispiel durch die vielen interaktiven Angebote) und dass die Rezeptionssituation verschieden aussieht. Außerdem – immerhin handelt es sich um eine Bildanalyse – muss man beachten, dass es in Onlinemedien die (oft genutzte) Möglichkeit gibt, Bildergalerien zu erstellen. Dadurch sieht die Bilderauswahl natürlich anders aus als in den Printausgaben, wo sich die RedakteurInnen oft für ein einziges Bild entscheiden müssen.

---

326 vgl. Vgn.at: WOMAN. In: <http://www.vgn.at/magazine/alle-magazine/woman> (18.02.2015)

327 vgl. Woman.at (ohne Titel). In: <http://www.woman.at/abo/> (18.02.2015)

## 7 Definition der Stichprobe

### 7.1 Untersuchungszeitraum

Untersuchungszeitraum der vorliegenden Arbeit bezieht sich auf Jahre 1974 und 2014. Aus den Zeitschriften DIE FRAU und WELT DER FRAU wurden Ausgaben aus dem Jahr 1974 herangezogen und aus WELT DER FRAU und WOMAN Ausgaben aus dem Jahr 2014.

### 7.2 Analyseeinheit und Bildauswahl

Eine Analyseeinheit ist jeweils ein Bild und gegebenenfalls der dazugehörige Bildtext – in Form einer Bildunterschrift oder einer dazugehörigen Überschrift.

Damit die Bildauswahl nachvollziehbar und wiederholbar ist, wird im Folgenden ein Kriterienkatalog festgelegt:

- **Art der Abbildung:** Im Sinne der Vergleichbarkeit werden nur Pressefotos (keine Grafiken, Karikaturen, Gemälde, oder Ähnliches) berücksichtigt – Reklamebilder werden außer Acht gelassen. Diese zu untersuchen wäre zwar interessant, würde aber eine separate Analyse erfordern.
- **Motiv:** Untersucht werden nur Pressebilder, die eindeutig eine Mutter darstellen. Das bedeutet, dass aus dem Kontext hervorgehen muss, dass die abgebildete Person eine Mutter ist – also mindestens ein Kind geboren oder aufgenommen hat. Hinweise darauf können neben dem Bild selbst die Bildunterschrift, der dazugehörige Artikel, oder die Artikelüberschrift geben. Das Kind bzw. die Kinder (egal ob leiblich oder nicht leiblich) müssen nicht auf dem Foto abgebildet sein. Dadurch soll vermieden werden, dass nur Bilder analysiert werden, auf denen zum Beispiel eine Mutter mit Kindern zu sehen ist. Dementsprechend ist auch eine Frau, die ein Kind geboren hat, es aber zum Beispiel gleich nach der Geburt weggegeben hat, eine Mutter.

Andererseits muss darauf hingewiesen werden, dass Bilder, die eine Person zeigen, die zufällig auch Mutter ist, deren Mutterschaft aber nicht thematisiert oder abgebildet ist, nicht in die Untersuchung miteinbezogen werden.

Großmütter werden in diese Untersuchung nicht mit einbezogen, auch wenn diese im eigentlichen Sinn natürlich Mütter darstellen. Bilder von Großmüttern stellen aber

einen eigenen Diskurs dar, der in dieser Arbeit nicht behandelt werden soll. Das gleiche gilt für Schwangere, die davor noch keine Kinder geboren haben.

- **Aktualität:** Es werden nur Bilder analysiert, die (ungefähr) aus dem jeweiligen Untersuchungszeitraum stammen, da nur diese ein aktuelles Mutterbild darstellen. (Zum Beispiel werden manchmal alte Fotos aus Familienalben oder Archiven abgedruckt – diese sind nicht Gegenstand der Untersuchung, da sie das Mutterbild einer anderen Zeit dokumentieren.)

### 7.3 Stichprobe

Um Bilder zu finden, auf denen Mütter dargestellt werden, wurden alle Ausgaben aus den entsprechenden Jahren sorgfältig durchsucht. Dabei wurden alle entdeckten Darstellungen von Müttern, das heißt über 100 Bilder, abfotografiert. Da für die Beantwortung der Forschungsfrage nicht jedes einzelne Bild analysiert werden muss, wurden aus beiden Jahrgängen möglichst repräsentative Bilder ausgewählt. Anhand dieser soll die Vielfalt der Mutterdarstellungen untersucht werden. Die Motive der Bilder, die vernachlässigt wurden, finden sich also in gewisser Weise in der Stichprobe wieder. Insgesamt ergab dies eine Stichprobengröße von 22 Bildern – neun davon aus dem Jahr 1974 und 13 aus dem Jahr 2014.

Die Zahlen ergeben sich dadurch, dass zum Beispiel aus dem Jahr 2014 nicht fünf Bilder von prominenten Müttern, die ihre Kinder umarmen, analysiert werden, sondern nur eines. Gibt es im Jahr 1974 auch Bilder von Promi-Müttern, so wird auch aus diesem Jahr ein beispielhaftes Bild analysiert.

An dieser Stelle sollte daran erinnert werden, dass im Jahr 2014 eine Wochenzeitschrift (WOMAN) und eine Monatszeitschrift (WELT DER FRAU) untersucht wurden, und 1974 eine 14-tägige Zeitschrift (DIE FRAU) und eine Monatszeitschrift (WELT DER FRAU). Die Grundgesamtheit der Bilder war also 2014 eine größere, was auch daran liegt, dass WOMAN extrem bildlastig ist und eine um ein Vielfaches höhere Seitenzahl aufweist. Andererseits wurde in einem großen Teil der WOMAN-Ausgaben das Thema Mutterschaft bildlich gar nicht dargestellt.

Diese kleine Stichprobe reicht aus, da das Ziel der Arbeit war, allgemein festzustellen, welche bildlichen Darstellungen von Mütter zu welchen Zeiten von einem großen Publikum wahrgenommen wurden beziehungsweise „salonfähig“ waren/sind. Andere Fragestellungen,

etwa ob eine Veränderung innerhalb der einzelnen Frauenzeitschriften stattgefunden hat, würden einer anderen Herangehensweise bedürfen. In dieser Untersuchung wird jedenfalls kein Anspruch auf empirische Repräsentativität gestellt. Aussagen über die Grundgesamtheit der Mutterdarstellungen in den untersuchten Zeitschriften sind somit nicht zulässig.

## 8 Analyse

Gemäß Panofskys ikonographisch-ikonologischer Methode werden die Bilder auf drei Ebenen untersucht. In der folgenden Darstellung werden die Analyseschritte an die vorliegende Arbeit angepasst, damit eindeutig ist, was in welchem Schritt besonders beachtet werden muss, damit die Forschungsfrage der vorliegenden Arbeit beantwortet werden kann.

- Phänomenebene: In diesem Schritt gilt es, anhand der für Fotografien relevanten Kategorien genau zu beschreiben: Format, Motiv, Farben und Qualität. Dazugehörige Texte (Bildunterschrift oder Ähnliches) werden ebenfalls dokumentiert.
- Bedeutungsebene: Die Aussage und der Kontext des Bildes wird aus dem dazugehörigen Artikel und gegebenenfalls durch zusätzliche Recherchen erschlossen. Befinden sich auf dem Bild bekannte Persönlichkeiten, werden auch biographische Daten gesammelt.
- Dokumentebene: Auf dieser Ebene wird das Dargestellte vor einem sozio-kulturellen, historischen Hintergrund interpretiert. Besondere Aufmerksamkeit wird zum Beispiel auch der Deutung der Körpersprache oder der Anordnung der abgebildeten Personen gewidmet. Wurde das Motiv mit einer bestimmten Absicht oder in Bezug auf ein Vorbild so präsentiert? An wen richtet sich das Bild?

Im Folgenden werden zunächst jene Bilder aus dem Jahr 1974 und dann jene aus dem Jahr 2014 untersucht. Die Bilder werden stellvertretend für weitere Bilder mit ähnlichen Motiven analysiert.

In den meisten Fällen wurde in den Zeitschriften keine Angaben zu Fotografinnen gemacht. Bei diesen Bildern wird nur die Zeitschrift als Bildquelle angegeben.

Um die Bilder auf Bedeutungsebene zu analysieren werden Informationen unter anderem aus den dazugehörigen Artikeln gewonnen. Dies wird am Ende der Ausführungen durch eine Fußnote und die entsprechende Quellenangabe gekennzeichnet.

Wenn bei der Beschreibung des Motivs generell die Angaben „links“ und „rechts“ gemacht werden, ist damit jeweils die Perspektive der BetrachterInnen gemeint. Wenn aber zum Beispiel von der linken oder rechten Hand der abgebildeten Person gesprochen wird, so meint dies tatsächlich die linke oder rechte Hand der Person.

## 8.1 Mutter-Bilder aus dem Jahr 1974

### 8.1.1 „Die Frau hinter dem Mann“

*Phänomenebene:* Es handelt sich um eine Schwarzweißfotografie im Hochformat. Links auf dem Bild ist eine erwachsene Frau zu sehen, die sich stehend an einen Pfeiler einer Wendeltreppe lehnt. Ihr Blick ist auf zwei lächelnde Kinder (Mädchen) gerichtet, von denen das offensichtlich ältere zu ihren Füßen auf einer unteren Stufe und das andere, jüngere, ein paar Stufen weiter oben sitzt. Über ihren Köpfen ist das Geländer für die Wendeltreppe an der Wand angebracht. Die Frau trägt eine Hochsteckfrisur und ein dunkles, bodenlanges Kleid mit langen Ärmeln und einem verschnörkeltem Muster. Das ältere Mädchen hat lange Haare und trägt – ebenso wie das jüngere, kurzhaarige Mädchen, ein helles Polohemd und ein dunkles, kurzes Unterteil (Rock oder Hose). Alle drei Personen halten jeweils einen Schuh und ein Putzutensil in der Hand. Die Bildunterschrift lautet „Schuhputz – Ilse Blecha und Töchter“.



Abb. 5: DIE FRAU, 1974 Heft 5, S. 5

*Bedeutungsebene:* Bei der abgebildeten Frau handelt es sich um Ilse Blecha, Hausfrau und Mutter der zwei abgebildeten Mädchen. Bevor sie Mutter wurde, ging sie einer Arbeit nach und war auch politisch im Jugendbetriebsrat und der Sozialistischen Jugend tätig. Momentan bleibt abgesehen von der Arbeit zu Hause nur Zeit für ihr Engagement bei den Kinderfreunden (einer Vorfeldorganisation der SPÖ, die Dienstleistungen für Kinder anbietet) und dem Mütterklub. Ihr Plan ist, wieder arbeiten zu gehen, wenn ihre zwei Töchter (acht und sechseinhalb Jahre alt) die Volksschule abgeschlossen haben.<sup>328</sup> Ilse Blecha wird in ihrer „Funktion“ als Frau des SPÖ-Politikers Karl Blecha (geb. 1933) porträtiert. Im Artikel, zu dem das Bild gehört, werden neben ihr auch zwei andere Frauen bekannter SPÖ-Politiker vorgestellt. Ihr Mann, Karl Blecha, war zu jener Zeit Abgeordneter zum Nationalrat und Direktor des Institut für empirische Sozialforschung (IFES).<sup>329</sup>

<sup>328</sup> vgl. Keller, Ilse: Die Frauen der Erfolgreichen. In: DIE FRAU, 1974 (5). S. 5

<sup>329</sup> vgl. Parlament.gv.at: Karl Blecha. In: [http://www.parlament.gv.at/WWER/PAD\\_00127/#tab-Ueberblick](http://www.parlament.gv.at/WWER/PAD_00127/#tab-Ueberblick) (20.02.2015)

*Dokumentenebene:* Bezeichnend ist, dass der Artikel sich nach dem Motto „hinter jedem Mann steht eine starke Frau“ drei Ehefrauen von bekannten männlichen Persönlichkeiten widmet. Auf dem Bild und dem dazugehörigen Text wird Ilse Blechas Funktion in der Familie klar beschrieben. Als Frau eines erfolgreichen Mannes verzichtet sie auf die Ausübung ihres Berufes und weitgehend auch auf ihre politischen Aktivitäten, um sich zu Hause um die Kinder zu kümmern. Wenn der Mann zu Hause ist, ist es ihre Aufgabe, ihm nach dem anstrengenden Tag die Kinder vom Leib zu halten, damit er sich ausruhen kann. Auf der Fotografie wird diese Rollenaufteilung eingefangen, indem Ilse Blecha bei der Hausarbeit (Schuhputz) und der gleichzeitigen Beaufsichtigung ihrer Kinder – die ebenfalls Schuhe putzen – abgebildet wird. Während ihre Töchter lachend in die Kamera blicken, ist ihr Blick von der Kamera abgewendet und ruht beobachtend auf den zwei Kindern. Auch ihre Position auf dem Bild definiert sie als beschützend und beaufsichtigend: Die Mädchen sitzen räumlich weiter hinten als ihre Mutter – deren Körper ist ihnen seitlich zugewendet. Zusätzlich hat sie das den BetrachterInnen nähere Bein auf der ersten Stufe abgestützt und bildet so eine Mauer vor den Kindern. Der Eindruck wird durch das bodenlange Kleid noch unterstützt. Der Ehemann und Vater, der eigentliche Grund für die Berichterstattung über die Frau und Mutter ist, ist auf dem Bild, wie meist auch bei der Kindererziehung, nicht anwesend.

Das von Ilse und Karl Blecha verkörperte Rollenbild entspricht der damals üblichen Aufteilung der Zuständigkeiten – mit der Besonderheit, dass sie beide in einer Partei aktiv waren, die in den 70er Jahren wichtige Maßnahmen für die Gleichberechtigung der Frau durchgesetzt hat.

### 8.1.2 „Die Hausfrau“

*Phänomenebene:* Auf der hochformatigen Schwarzweißfotografie ist in der Mitte eine Frau zu sehen, die in der Ecke eines Zimmers auf einer Konstruktion aus einem Beistelltischchen und einem kleineren Hocker steht. Sie ist von der Kamera weg-, hin zu einem großen Fenster gewandt, vor dem an der Vorhangleiste ein bodenlanger, transparenter Vorhang hängt, der allerdings nicht zur Gänze an der Leiste befestigt ist. Ihre linke, ausgestreckte Hand hält das linke



Abb. 6: DIE FRAU, 1974. Heft 39, S. 3

Ende des Vorhanges fest, während ihre rechte Hand den herabhängenden Stoff auf der anderen Seite hält. Am Boden, rechts von der Frau steht ein junges Mädchen, das ebenfalls ein Stück des herabhängenden Stoffes hält und in Richtung Fenster blickt. Vor ihm steht ein heller Bottich, in dem sich der Rest des Stoffes befindet. In der linken Hälfte des Bildes steht ein dunkler Eimer am Boden, dessen Inhalt – falls vorhanden – nicht erkennbar ist. An die Wand mit dem Fenster grenzt eine Wand, wobei man nicht sieht, ob sich an dieser ein weiteres Fenster, oder eine Terrassen- oder Balkontür befindet. Die Frau hat ihre Haare zu einem Zopf gebunden und trägt eine Bluse mit hellem Kragen (oder eine Bluse und darunter ein helles Hemd, dessen Ärmel und Kragen man sieht) und einen kurzen, dunklen Rock, sowie Sandalen mit einem leichten Absatz. Das Mädchen hat schulterlange Haare und trägt eine Weste, einen kurzen Faltenrock, Kniestrümpfe und geschlossene Schuhe. Über dem Bild steht in großen Buchstaben die Überschrift „Hausfrauen leben gefährlich“. Auf beiden Seiten des Bildes befindet sich eine Textspalte, in der beschrieben wird, dass viele Unfälle im Haushalt passieren und wie diese vermieden werden können.

*Bedeutungsebene:* Das Bild zeigt die Hausfrau und Mutter des danebenstehenden Kindes in einer gefährlichen Situation. Die übereinandergestapelten Möbel und die Stöckelschuhe der Frau wirken nicht wie ein geeignetes Podest. Auch die Haltung der Frau sieht nicht sehr stabil aus, da sie ihr Gewicht hauptsächlich auf ihr weiter vorne stehendes linkes Bein verlagert und mit weit auseinandergestreckten Händen versucht, den Vorhang in der Leiste zu bewegen. Die Tochter beobachtet eher abwesend die Handgriffe der Mutter und scheint nicht zu wissen, dass dieser leicht etwas zustoßen könnte. Dieses Bild soll, unterstützt durch den dazugehörigen Text, Hausfrauen warnen und zur Vorsicht bei Hausarbeiten anhalten.<sup>330</sup> Dass die Tochter auch abgebildet ist, könnte den Grund haben, dass dadurch verdeutlicht wird, was passiert, wenn eine Hausfrau verunglückt oder sich verletzt. Das junge Mädchen wäre (vorübergehend) auf sich allein gestellt, oder müsste ihre Mutter pflegen. In jedem Fall aber wird dadurch an Hausfrauen appelliert, ihre Vorbildwirkung ernst zu nehmen.

*Dokumentebene:* In der Überschrift, die durch die Nähe zum Bild wie eine Bildbeschreibung wirkt, ist nicht rein zufällig nur von Hausfrauen die Rede. Zwar ist im Vorspann des Artikels von „Menschen“ – also von Männern und Frauen – die Rede, die sich im Haushalt verletzen, die Rede. Doch wird dies relativiert, indem im restlichen Artikel – ebenso wie in der Überschrift – nur über gefährdete Hausfrauen berichtet wird. Auch das Bild zeigt zwei Frauen und schreibt die

---

330 vgl. DIE FRAU (keine AutorIn): Hausfrauen leben gefährlich. In: DIE FRAU, 1974 (39). S. 3

Zuständigkeit für den Haushalt somit ausschließlich ihnen zu. Die Tatsache, dass eine Mutter bei der Hausarbeit und eine helfende Tochter dargestellt werden, impliziert, dass Zweitere „angelernt“ wird, um später die Nachfolge anzutreten und in der eigenen Familie die gleichen Aufgaben zu übernehmen. Anfang der 70er Jahren war es durchaus nicht abwegig, davon auszugehen, dass die Tochter später auch für den Haushalt zuständig sein wird, da die Frauenbewegung noch in den Startlöchern steckte und viele Frauen keine Alternativen zur Hausarbeit kannten.

### 8.1.3 „Die prominente Mutter“

*Phänomenebene:* Es handelt sich um eine hochformatige Schwarzweißfotografie, die eine Szene im Freien darstellt. Im Hintergrund ist die Fassade eines Hauses und eine kleine Terrasse zu sehen. Auf der Terrasse stehen eine zur Seite gekippte Sonnenliege und (zumindest) zwei geflochtene Sitzmöbel. Auf einem der Sessel sitzt ein Mann der – zur Kamera gerichtet – das Geschehen vor sich betrachtet. Er lehnt sich leicht zurück, während sein rechter Arm auf der Sessellehne ruht und seine linke Hand seinen Kopf abstützt. Er trägt ein helles Hemd und helle Hosen, dazu dunkle, hochgezogene Strümpfe und polierte Schuhe. Vor der Terrasse befindet sich ein Rasenstück, auf dem eine Frau mit ihrer linken Hand einen kleinen Buben hochhebt. Dabei stützt sie ihn mit ihrem linken, hochgezogenen und angewinkelten Bein. In der rechten Hand hält sie einen der zwei von oben herabhängenden Turn-Ringe. Die Frau hat kurze, lockige Haare und trägt eine Brille und ein gemustertes, kurzes Sommerkleid. Der Junge trägt ein gestreiftes T-Shirt und eine kurze Hose. Sein linkes Bein streckt er bis zum Knie durch einen der beiden Turn-Ringe, das andere Bein ist angewinkelt, wobei sich die Fußspitze im Ring befindet. Mit seiner linken Hand hält er das Seil des anderen Ringes fest. Im Vordergrund steht ein Mädchen, das einen dunklen Badeanzug trägt, barfuß auf einem Gegenstand aus Holz. Sein Oberkörper ist nach links gebeugt, mit der linken Hand streicht es sich seine schulterlangen Haare aus dem Gesicht. Was es mit seiner rechten Hand macht, ist nicht erkennbar, da diese ausgestreckt ist und aus dem Bild hinausragt. In das Bild hinein ragen wiederum die Äste und Blätter eines Baumes oder

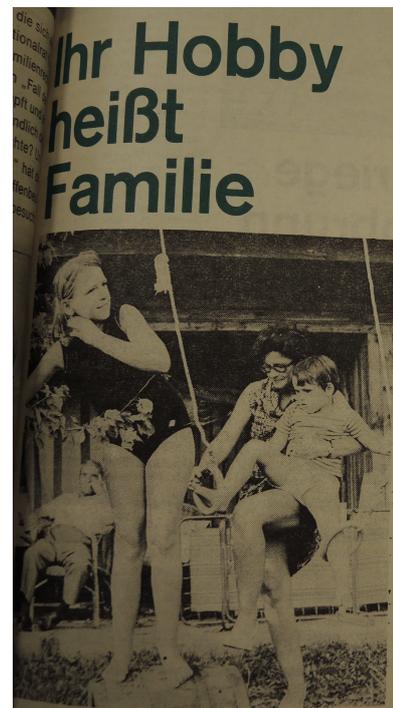


Abb. 7: DIE FRAU, 1974. Heft 39, S. 7 (Foto: Swistelnicki)

Strauches. Direkt über dem Bild prangt die Überschrift „Ihr Hobby heißt Familie“.

*Bedeutungsebene:* Bei der abgebildeten Frau handelt es sich um Jolanda Offenbeck, promovierte Juristin und SPÖ-Politikerin, die zur Zeit der Aufnahme bereits ein Jahr Abgeordnete zum Nationalrat war. Auch davor hatte die 1930 geborene Grazerin politische Ämter inne, zum Beispiel war sie Mitglied des Bundesrates der SPÖ und Frauenvorsitzende der SPÖ Graz. In diesen und in ihren vielen späteren Funktionen setzte sie sich erfolgreich für Frauenrechte (Fristenregelung, Frauenquote, Scheidungsrecht, usw.) ein. Jolanda Offenbeck verstarb im Jahr 2000.<sup>331</sup>

Offenbeck und ihr Mann (selbstständiger Baumeister), der ebenfalls am Foto abgebildet ist teilen sich laut Artikel die Erziehungsarbeit gerecht auf. Mitunter verbringt Herr Offenbeck sogar mehr Zeit mit den Kindern, da sein Beruf dies besser zulässt als der seiner Frau. Die Kinder, also Tochter und Sohn, die auch auf dem Bild zu sehen sind, werden hin und wieder auch von der Omi (nicht am Bild) betreut, zur Unterstützung im Haushalt ist außerdem eine Haushaltshilfe angestellt. Auch die Überschrift sagt deutlich, dass für Jolanda Offenbeck die Familie kein Beruf ist. Die Bilder, die den dazugehörigen Artikel illustrieren, zeigen idyllische Familienszenen – beim gemeinsamen Essen und Spielen. Die Aussage: dies ist *trotzdem* eine ganz normale Familie. Auch im Artikel wird betont, es sei eine „unkonventionelle, aber recht harmonische Gemeinschaft“<sup>332</sup>.

*Dokumentebene:* Darauf, dass die Rollenaufteilung in der Familie Offenbeck für die frühen 1970er nicht selbstverständlich ist, wird im Artikel Bezug genommen; vergleicht man aber die Aussagen der Bilder mit der des Artikels, fällt folgendes auf: Auf dem analysierten Bild hilft Offenbeck ihrem Kind auf ein Spielgerüst, während der Mann im Hintergrund das Geschehen beobachtet. Auf einem anderen Bild, das an dieser Stelle nicht analysiert wird, sieht man sie, wie sie am gedeckten Tisch steht und ihrer Familie das Essen serviert. Die Aussage der Bilder: Die Frau kümmert sich um ihre Familie. Es wirkt fast so, als ob die im Artikel getätigten Aussagen über ihre Berufstätigkeit und die fair aufgeteilte Haus- und Erziehungsarbeit durch die Bilder abgeschwächt werden, damit die engagierte Frau nicht als schlechte Mutter präsentiert wird. Natürlich muss man dazu sagen, dass auch einer engagierten, karrierebewussten Frau diese Tätigkeiten zustehen und sie nicht weniger emanzipiert ist, weil

---

331 vgl. [Parlament.gv.at: Dr. Jolanda Offenbeck](http://www.parlament.gv.at/Dr. Jolanda Offenbeck). In: [http://www.parlament.gv.at/WWER/PAD\\_01100/](http://www.parlament.gv.at/WWER/PAD_01100/) (20.02.2015) und vgl. [Rotbewegt.at](https://rotbewegt.at/#/epoche/1983-1986/artikel/jolanda-offenbeck). In: <https://rotbewegt.at/#/epoche/1983-1986/artikel/jolanda-offenbeck> (20.02.2015)

332 DIE FRAU: (ohne AutorIn) Ihr Hobby heißt Familie. In: DIE FRAU, 1974 (39). S. 7

sie mit ihren Kindern spielt. Tatsächlich wurden aber Frauen, die in den 70ern einem Beruf nachgingen und deren Männer große Teile der Kindererziehung übernahmen, stärker als heute mit dem Vorwurf, eine „Rabenmutter“ zu sein, konfrontiert. Dieser gesellschaftlich aufgebaute Druck erschwerte Frauen die Entscheidung für eine Karriere erheblich. Aus gutem Grund ist es also vorstellbar, dass Jolanda Offenbeck auf den Fotos absichtlich der gesellschaftlich gutgeheißenen Rolle einer Frau gerecht wird – auch wenn dies in ihrem Privatleben eigentlich nicht der Fall ist. So wird ihre Einstellung betont – nämlich, dass eine Frau unbedingt ihren beruflichen Zielen nachgehen soll, und dass dies nicht automatisch auf Kosten einer (nach zeitgemäßer Vorstellung) intakten, glücklichen Familie gehen muss.

Interessant ist auch der Einsatz, den Jolanda Offenbeck auf dem „etwas anderen“ Familienfoto zeigt. Statt eine für Frauen damals übliche, bescheidene, wenig Raum beanspruchende und „damenhafte“ Pose einzunehmen, zeigt sie sich aktiv, stark und beschäftigt: Sie hebt ihren (nicht mehr besonders leicht wirkenden) Sohn in Turn-Ringe und setzt dabei Arme und Beine ein.

#### 8.1.4 „Die gepflegte, junge Mutter“

*Phänomenebene:* Die querformatige Schwarzweißfotografie zeigt die Seitenansicht einer jungen Frau, die ein Baby in den Händen hält. Es handelt sich um eine Nahaufnahme vom Kopf der Frau (links), und dem Kopf des Babys (rechts, etwas weiter unten), der von der linken Hand der Frau gestützt wird. Der Blick der Frau ist leicht schräg hinunter auf das Gesicht des



Abb. 8: DIE FRAU, 1974. Heft 6, S. 24

Babys gerichtet, ihre Nase berührt die des Kindes. Das Baby blickt ebenfalls auf die Frau und runzelt dabei die Stirn, da es aufwärts sehen muss. Sein Mund ist geöffnet, da es die Finger der rechten Hand hineingesteckt hat. Es trägt weite Babykleidung oder ist in eine Decke eingewickelt. Die Frau ist geschminkt, hat dunkle, kurze Haare, eine Haarsträhne fällt ihr ins Gesicht. Am Ringfinger ihrer linken Hand trägt sie einen Ring.

*Bedeutungsebene:* Diese Abbildung einer Mutter mit ihrem Baby stellt eine harmonische

Situation dar: Die Mutter ist gänzlich vertieft in die zärtliche Interaktion mit ihrem Kind – die beiden scheinen in ihrer eigenen Welt zu sein. Durch den Ring an ihrem Finger ist auch ihr Ehemann im idyllischen Bild repräsentiert – ohne selbst anwesend zu sein. Aus der Kombination mit dem dazugehörigen Artikel und der Überschrift „Kosmetik für junge Mütter“ geht hervor, dass Frauen während der Schwangerschaft nicht auf sich selbst vergessen dürfen, da ihr Körper während der Schwangerschaft beansprucht wird und auf besondere Pflege angewiesen ist. Die im Artikel enthaltenen Ratschläge stammen von einer gewissen „Frau Doktor“ Lauda. Die abgebildete Frau steht für eine Mutter, die diese Ratschläge befolgt hat: sie hat ihr Baby bereits entbunden und sieht weiterhin frisch und gepflegt aus: sie ist stark geschminkt und trägt einen modischen Kurzhaarschnitt. Eine weitere Aussage des Bildes ist, dass die Frau auch bei der Pflege des Kindes, wenn dieses auf der Welt ist, sich selbst nicht vernachlässigen soll.<sup>333</sup>

*Dokumentebene:* Dass (werdende) Mütter selbstlos handeln und ausschließlich auf das Kind konzentriert sind, gehört zum Bild der „guten Mutter“. Nicht ohne Folgen: diese einseitige Perspektive macht es einer „guten“ Mutter schwer, sich zu erlauben, auch ihre eigenen Bedürfnisse wahrzunehmen. Dies gilt ebenso für die Zeit während, als auch nach der Schwangerschaft. Es war also durchaus wichtig, Frauen darin zu bestärken, die eigenen Bedürfnisse nicht aus dem Fokus zu verlieren, auch wenn ein Neugeborenes auf Pflege angewiesen ist. Verstärkend kommt hinzu, dass eine „Frau Doktor“ ausdrücklich dazu rät – was gleichzeitig bedeutet, dass es gesellschaftlich akzeptiert wird.

Perspektive hat in diesem Zusammenhang noch eine andere Bedeutung: Die abgebildete Mutter betrachtet ihr Baby nicht nur völlig selbstvergessen, sondern hält es auch so knapp vor ihr Gesicht, dass nicht nur die BetrachterInnen (durch den knapp gewählten Bildausschnitt) nichts Anderes als das Baby wahrnehmen können: Auch sie selbst scheint dadurch vom übrigen Geschehen in mehrfacher Hinsicht abgeschnitten zu sein. Dass sie geschminkt ist und einen modischen Haarschnitt trägt, kann ein Symbol dafür sein, dass die erste Wahrnehmung nur ein Schein ist und die abgebildete Mutter ihre eigenen Bedürfnisse wichtig nimmt. Dass die Frau auch gleichzeitig einem gängigen Schönheitsideal entspricht, ist ein anderer Aspekt der Abbildung von Frauen in Medien.

Dass ausgerechnet die Hand im Bild ist, auf der sich der Ehering befindet, dürfte kein Zufall sein. Fraglich ist jedoch, was die Rolle des Vaters im Kontext der Pflege von Mutter und Kind

---

333 vgl. I.N.: Kosmetik für junge Mütter. In: DIE FRAU, 1974 (6). S. 24

sein könnte, da er ausschließlich in Form des Ringes ins Spiel kommt. Auch im Artikel findet man keinen Hinweis auf die etwaigen Aufgaben des Partners.

### 8.1.5 „Die Mutter und die (vermeintliche) Familienidylle“

*Phänomenebene:* Auf dieser quadratischen Schwarzweißfotografie ist ein Zimmer abgebildet, in dem sich vier Personen befinden. Links sitzt eine Frau an einem Tisch und arbeitet an einer Nähmaschine, auf der die Aufschrift „Singer“ zu lesen ist. Der Kopf der Frau und ihr Blick sind auf die Nadel hinabgesenkt, in ihren Händen hält sie ein Stück Stoff. Sie hat kurze, lockige Haare und trägt eine Baumwolljacke und darunter eine helle Bluse. Mitten im Zimmer sitzt ein Mann in Hemd, Krawatte, Hosen mit Bügelfalte, sowie Socken und Hausschuhen, in einem Lehnstuhl und liest. Er trägt eine Brille und hält das Buch mit beiden Händen fest, wobei er in seiner rechten Hand gleichzeitig eine Tabakpfeife hält. Sein rechtes Bein hat er über sein linkes geschlagen.

Zu seinen Füßen kniet ein Mädchen am Boden und wendet den BetrachterInnen den Rücken zu. Das Mädchen beugt sich über den Boden und ist mit einem Gegenstand, der vor ihm liegt, beschäftigt. Es hat kurze Haare und trägt eine helle Bluse, einen Faltenrock, Strumpfhosen und Schuhe. Teils kniet sie auf einem der beiden gemusterten Teppiche, die sich längs über den Boden erstrecken, teils kniet sie am Parkettboden, der zwischen den beiden Teppichen zu sehen ist. Im

Hintergrund auf der rechten Bildhälfte liegt

ein Junge bäuchlings und mit den Füßen zu den anderen Personen gerichtet, auf einem Ecksofa. Er liest ein Magazin, dass auf einem Polster vor ihm liegt. Mit seinen Händen stützt er sein Gesicht, während seine Beine abgeknickt sind und angewinkelt in die Luft stehen. Dabei berühren sie den Polster, der an dem Ende des Sofas in der Ecke liegt. Der Junge hat kurze Haare und trägt dunkle Kleidung, sowie Socken. An der Wand hängt jeweils hinter der Mutter und hinter dem Jungen ein Bild, auch stehen mehrere Blumenvasen im Zimmer verteilt. Hinter dem Sessel, auf dem der Mann sitzt, ist ein Fenster erkennbar, vor dem ein durchsichtiger Vorhang angebracht ist. Schräg links hinter dem Sessel steht auf einem kleinen



Abb. 9: WELT DER FRAU, 1974. Heft 1, S. 20 f.

Tischen ein Portrait mit einem breiten, dunklen Rahmen. Diese Szene ist mit der Überschrift „Wohlbehagen oder Spannung?“ betitelt.

*Bedeutungsebene:* Die auf dem Bild abgebildete Familie besteht aus Mutter, Vater, Tochter und Sohn. Es soll eine alltägliche Situation dargestellt werden, die den LeserInnen bekannt ist. Weiters sollen sie durch die Überschrift „Wohlbehagen oder Spannung?“ dazu angeregt werden, über die eigene Familie nachzudenken. Ist die Familienidylle nur Schein? Gibt es unverarbeitete Probleme, über die man sprechen sollte? Woran erkennt man das – wenn doch von außen alles so „normal“ wirkt? Im dazugehörigen Text geht es um unterdrückte Gefühle, die das harmonische Familienleben beeinträchtigen können. Hängt der Haussegen einmal aufgrund diverser Kommunikationsschwierigkeiten schief, so könnte es etwa passieren, dass der Ehepartner oder die Ehepartnerin Zuneigung bei einer oder einem Geliebten sucht. Die Verantwortung für das Klima in der Familie wird dabei weder der Frau noch dem Mann alleine zugeschoben.<sup>334</sup>

*Dokumentebene:* Auch wenn im Text Ehemann und Ehefrau gleichermaßen in die Verantwortung genommen werden, spricht das Bild eine andere Sprache: Es wird nicht nur irgendeine, sondern eine nach damaligen Vorstellungen typische, oder vielmehr ideale Familie dargestellt – bestehend aus Mutter, Vater und zwei Kindern, in dem Fall Tochter und Sohn. Auch viele andere Dinge sind typisch oder eifern einem damals gerade erst aufbrechenden Ideal nach: Während Vater und Sohn, sprich die Männer, gemütliche Positionen (Sofa, Lehnstuhl) einnehmen und einer „intellektuellen“ Freizeitbeschäftigung nachgehen (lesen), ist die Mutter an der Nähmaschine mit Hausarbeiten beschäftigt, während die Tochter – zumindest soweit erkennbar – am Boden mit einer Puppe spielt. Einerseits wird sie dadurch in einen Bereich verwiesen, der für Frauen auf Medienbildern typisch ist – den Boden bzw. Teppich – wodurch sie keine „Gefahr“ für dominante Männer darstellen.<sup>335</sup> Andererseits „übt“ sie durch das Spielen mit der Puppe bereits ihre zukünftige Rolle als Mutter und Ehefrau.

Auch ist bei der Bekleidung der Mutter und des Vaters eine Diskrepanz zu erkennen: Während der Vater elegant gekleidet ist und jederzeit etwa an einer Bürobesprechung teilnehmen könnte, trägt die Mutter gemütliche Alltagskleidung. So wird anhand der Kleidung die Teilung der Familie in einen privaten, häuslichen Bereich (Frau) und einen öffentlichen, beruflichen

---

334 vgl. WELT DER FRAU (keine AutorIn): Wohlbehagen oder Spannung. In: WELT DER FRAU, 1974 (1). S. 21

335 vgl. Goffman, 1981. S. 165 ff.

Bereich (Mann) verdeutlicht.<sup>336</sup>

### 8.1.6 „Die Mutter und die Kinderbetreuung“

*Phänomenebene:* Diese hochformatige Schwarzweißfotografie zeigt vier Personen Drei davon stehen im Vorraum einer Wohnung:

Am rechten Bildrand steht eine ältere Frau mit dem Rücken zu der Fotografin oder dem Fotografen. Sie hat kurzes, lockiges Haar und trägt einen dunklen langen Mantel. Sie hält ein kleines Mädchen in den Armen, von dem nur der Kopf und helle Haare, sowie ein Arm erkennbar ist. Es blickt am Oberarm der Frau vorbei und direkt in die Kamera. Links von der Frau steht

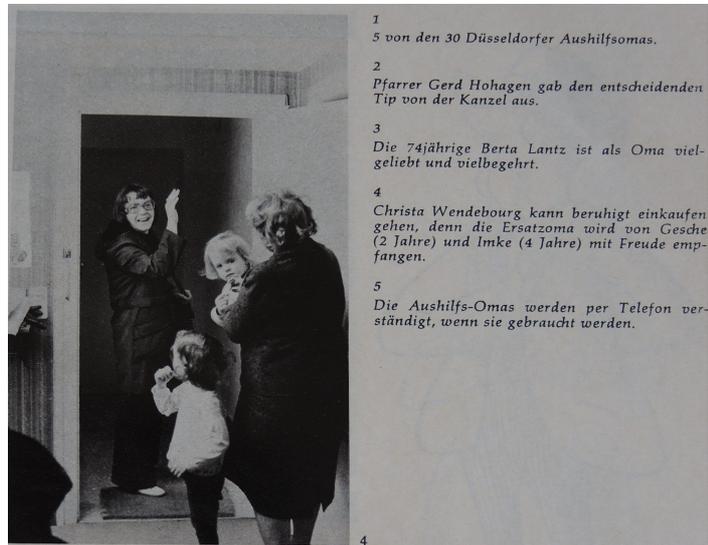


Abb. 10: WELT DER FRAU, 1974. Heft 2, S. 9

ein weiteres Kleinkind. Es trägt eher kurze Haare, einen hellen Pullover und dunkle Hosen. Seine rechte Hand hat es zum Gesicht geführt, während die andere angewinkelt und leicht angehoben ist. Es steht mit dem Rücken zu der Frau im Mantel gewandt, während der Kopf weg von der Kamera, hin zu einer Frau gerichtet ist, die in der weit geöffneten Wohnungstür steht. Diese Frau hebt ihre rechte Hand und winkt, während ihre linke Hand auf ihrer Umhängetasche ruht. Die Frau hat dunkle Haare und einen Kurzhaarschnitt, sie trägt eine Brille, einen dunklen Mantel mit Kapuze, eine dunkle Hose und helle Schuhe. Ihr rechter Fuß steht auf der Fußmatte, die vor der Eingangstür liegt. Der Vorraum der Wohnung ist mit einer gemusterten Tapete ausgekleidet. Auf der rechten Seite im Raum ist in Hüfthöhe eine Ablage erkennbar, darüber hängt ein Bild oder ein Papier. Im Vordergrund rechts sieht man einen undefinierbaren Schatten. Die dazugehörige Bildunterschrift lautet: „Christa Wendebourg kann beruhigt einkaufen gehen, denn die Ersatzoma wird von Gesche (2 Jahre) und Imke (4 Jahre) mit Freude empfangen.“

*Bedeutungsebene:* Am Bild wird folgende Szene aus Düsseldorf (Deutschland) Situation dargestellt: Die Mutter (Christa Wendebourg) möchte – ohne ihre zwei kleinen Mädchen

<sup>336</sup> vgl. Goffman, 1981. S. 154 ff.

(Gesche, 2, und Imke, 4 Jahre alt) einkaufen gehen und hat deswegen die 74-jährige „Ersatz-Oma“ Berta Lantz gebeten, auf die Beiden aufzupassen. Berta Lantz gehört zu einer Gruppe von 30 „Leih-Omas“, die auf Wunsch für ein paar Stunden die Kinderbetreuung übernehmen. Den Anstoß für dieses Projekt gab ein Düsseldorfer Pfarrer. Seither werden Omas an Familien vermittelt – eine Leistung, die offensichtlich allen Beteiligten Freude bereitet. Das Angebot ist an „Ehepaare oder alleinstehende Mütter“ gerichtet, die für ein paar Stunden oder einen Abend Zeit für sich selbst haben wollen. Interessant ist zunächst, die Wahl des Wortes „Ehepaare“, da man auch nur „Paare“ hätte schreiben können – so scheint es, als gäbe es in der Welt dieser katholischen Frauenzeitschrift nur zwei Möglichkeiten, Kinder zu haben: entweder für alleinerziehende Mütter oder verheiratet Paare. An einer anderen Stelle im Text, werden schließlich die Vorteile „für die Mütter“, aber auch für die Kinder hervorgehoben. Von Vätern ist nicht die Rede. Bei dem Bild handelt es sich um die Demonstration eines funktionierenden Projektes, das vor allem Frauen ermöglicht, sich Zeit für sich selbst zu nehmen und gleichzeitig älteren Frauen Beschäftigung und Kindern Versorgung und Unterhaltung bietet.<sup>337</sup>

*Dokumentebene:* Warum nur von Frauen und Kindern die Rede ist, denen die Leih-Omas Vorteile bringen, ist klar: Mitte der 70er kommt es nicht besonders häufig vor, dass Männer sich um die Kinderbetreuung kümmern. Wohl aus dem gleichen Grund nehmen an dem Projekt gleich 30 „Omas“, aber kein einziger „Opa“ teil – auch wenn älteren Herren der Umgang mit Kindern ebenso Freude bereiten könnte, wie den Kindern die Betreuung durch einen „Leih-Opa“. Der fortschrittliche Moment in diesem Bild liegt darin, dass hier eine Mutter gezeigt wird, die sich lächelnd und bedenkenlos für ein paar Stunden von ihren Kleinkindern verabschiedet und sie in der Obhut einer anderen Person lässt. Zusätzlich passiert dies im Rahmen positiver Berichterstattung über das entsprechende Projekt. Dass sich diese Mutter nur für die Zeit eines Einkaufes von ihren Kindern verabschiedet und nicht, um arbeiten zu gehen, ist einerseits der Lebensrealität der 70er zuzuschreiben und andererseits der Ausrichtung des Projektes, das vermutlich eher nicht für regelmäßige Halb- oder Ganztagsbetreuung gedacht ist.

---

337 vgl. WELT DER FRAU (ohne AutorIn): Leih-Omas. In: WELT DER FRAU, 1974 (9). S. 8 f.

### 8.1.7 „Die Mutter und Witwe“

*Phänomenebene:* Die stark längliche Schwarzweißfotografie im Querformat zeigt eine Gruppe von Menschen, die in einem Zimmer sitzen. Rund um einen niedrigen Couchtisch, auf dem in der Mitte eine mehrfarbige Kerze auf einem flachen Kerzenhalter steht,



Abb. 11: WELT DER FRAU, 1974. Heft 9, S. 10

haben sie auf einem Sofa bzw. auf Fauteuils Platz genommen. Links im Bild sitzen zwei Kinder, von denen eines helle, mittellange Haare hat und einen hellen Pullover trägt und das andere dunkle, mittellange Haare hat und einen dunklen Pullover trägt. Zweites blickt direkt in die Kamera und ist die einzige Person, auf dem Bild, die nicht lächelt. Alle anderen Personen blicken lächelnd auf einen Punkt außerhalb des Bildes. In der rechten Bildhälfte sitzen ebenfalls zwei Kinder, die ebenfalls mittellange, dunkle Haare haben, auf dem Sofa. Das Kind, das zuerst sitzt, trägt einen gemusterten Rollkragenpullover, das andere eine Baumwolljacke mit Reißverschluss. In der Ecke des Zimmers und des Sofas sitzt eine Frau mit hellen, kurzen Haaren, die einen weißen Rollkragenpullover und einen knielangen Rock anhat. Auf dem Schoß des Kindes, das rechts neben der Frau sitzt, liegt ein kleiner Hund, den das Kind mit beiden Händen seitlich berührt. Zwischen den zwei Personen, die links sitzen, und den drei Personen, die rechts sitzen, ist eine größere Lücke.

*Bedeutungsebene:* Das Bild zeigt Herta Novak, eine 50-jährige Mutter und vier ihrer sechs Kinder. Ihr Mann ist zehn Jahre zuvor plötzlich an einem Herzinfarkt verstorben. Die Frau hat dadurch nicht nur ihren geliebten Partner, sondern auch ihren Arbeitskollegen verloren: Sie hatte ihn, den praktischen Arzt tatkräftig in der Ordination und bei Visiten unterstützt. Novak berichtet, dass sie seit dem Tod ihres Mannes viel mehr Zeit mit der Familie verbringt und Trost in der Pfarrgemeinde gefunden hat. Auch fühle sie sich dadurch, dass sie nun eine alleinstehende Frau ist, gesellschaftlich nicht benachteiligt. Diese Stimmung wird auch auf dem Bild deutlich: Das Leid und die Trauer, die der Tod des Mannes, beziehungsweise des Vaters der Kinder, mit sich gebracht hat, konnte diese Frau dank der familiären und kirchlichen Gemeinschaft gut verarbeiten. Heute steht sie mit beiden Beinen im Leben und hat

eine gute Beziehung zu ihren teilweise schon erwachsenen Kindern.<sup>338</sup>

*Dokumentebene:* Was bedeutet es, in den 1970ern, den Ehemann (und den Vater der Kinder), beziehungsweise, aus gesellschaftlicher Sicht, das Familienoberhaupt zu verlieren? Zunächst bedeutet es natürlich, ein geliebtes Familienmitglied zu verlieren und den schmerzhaften Verlust verarbeiten zu müssen. Allerdings bedeutet es in vielen Fällen auch, auf finanzielle Unterstützung von außen (also durch den Staat oder/und Angehörige) angewiesen zu sein, da der Vater Alleinverdiener war. Die Mutter steht zusätzlich unter dem Druck, einen Ersatz-Vater finden zu müssen, da die Meinung vorherrschte, dass Kinder einerseits einer liebevollen Mutter und andererseits einer strengen Vaterfigur bedürfen. Diese Meinung existiert bis heute noch in einer ähnlichen Form. Die abgebildete Mutter scheint diese Hürden überwunden zu haben und macht so anderen Witwen Mut und gibt ihnen Hoffnung, dass auch sie den Verlust eines Tages überwinden werden und ein selbstständiges Leben meistern werden können. Die Lücke, die durch die Platzierung der Sitzmöbel zwischen ihr und einem ihrer Kinder entsteht, kann ein Hinweis auf die fehlende Person sein: den Vater, der trotzdem noch einen Platz in der Familie hat.

### 8.1.8 „Die Adoptivmutter“

*Phänomenebene:* Auf der querformatigen Schwarzweißfotografie sind drei Menschen vor einer Wiese oder einem Gebüsch zu sehen. Dabei zeigt der Bildausschnitt jeweils nur ihren Kopf und ihre Schultern bzw. einen Teil ihres Oberkörpers. In der linken Bildhälfte befindet sich eine

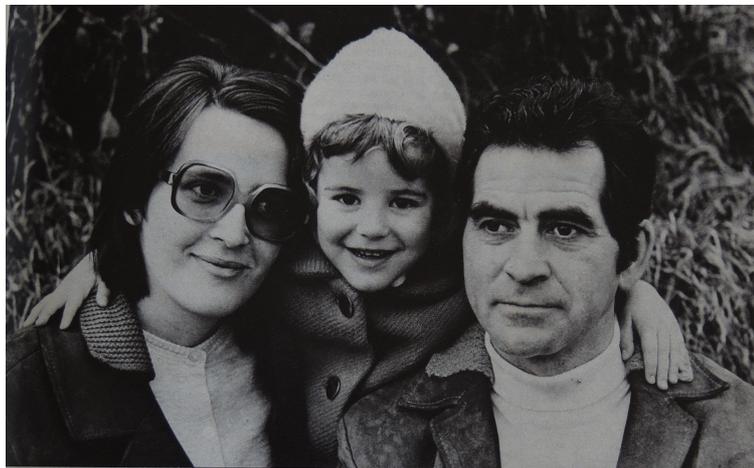


Abb. 12: WELT DER FRAU, 1974. Heft 10, S. 17

Frau mit kinnlangen Haaren, die eine große, getönte Brille, eine dunkle Jacke und eine bis oben hin zugeknöpfte, helle Bluse trägt. Sie lächelt und blickt dabei auf einen unbestimmten Punkt, der sich aus ihrer Sicht schräg links vor ihr befindet. In der rechten Bildhälfte befindet sich ein Mann mit dunklen Haaren, der einen hellen Rollkragenpullover und eine Lederjacke

<sup>338</sup> vgl. WELT DER FRAU (ohne AutorIn): Plötzlich allein. In: WELT DER FRAU, 1974 (9). S. 10 ff.

trägt. Er hat einen ernsteren Gesichtsausdruck und blickt ebenfalls auf einen unbestimmten Punkt in der Ferne – allerdings aus seiner Sicht schräg rechts vorne. Dazwischen befindet sich ein junges Mädchen, das seine Arme jeweils um die Schultern der beiden Personen legt. Es trägt einen Wintermantel und eine Haube und lächelt direkt in die Kamera. Die Bildunterschrift, die sich nicht in unmittelbarer Nähe des Bildes befindet, lautet „Elisabeth mit ihren Pflegeeltern“. Die Überschrift des dazugehörigen Artikels, die viel näher bei dem Bild steht, lautet „Ein Kind mit zwei Müttern“.

*Bedeutungsebene:* Die Familie auf dem Bild scheint glücklich und ganz „normal“ zu sein. Der Artikel klärt schließlich auf, dass es sich um ein etwa sechsjähriges Mädchen namens Elisabeth und ihre Adoptiveltern, Gudrun (29) und Karl Bilgeri (44). Außer Elisabeth haben sie noch drei andere Kinder. Durch die Überschrift wird noch eine weitere Mutter ins Spiel gebracht: die leibliche Mutter des Kindes, Rosa Höfler (37), die das uneheliche Kind in einem kleinen Dorf in Tirol zur Welt gebracht hat. Sie hatte das Mädchen gleich nach der Geburt verstoßen und bereut heute ihren damaligen Entschluss. In den letzten Jahren hat sie eine Ausbildung zur Krankenschwester gemacht.<sup>339</sup>

*Dokumentenebene:* In den 70er Jahren bedeutet ein uneheliches Kind, wie Elisabeth es ist, nicht nur in kleinen Dörfern in Tirol eine große Schande – dazu kommt, dass der Mann, der es mit Rosa zeugte, verheiratet und sie außerdem „nur“ eine seiner Mägde war. Möglicherweise hat der Mann auch seine Machtposition ausgenutzt und Rosa vergewaltigt. Als Rosa in einem ersten, verzweifelten Impuls beschloss, ihr frisch geborenes, unerwünschtes Kind umzubringen, müssen ihr jedenfalls viele Dinge durch den Kopf gegangen sein. Vielleicht hat sie zuvor auch mit dem Gedanken an einen illegalen Schwangerschaftsabbruch gespielt und diesen aufgrund des gesundheitlichen Risikos oder der fehlenden (finanziellen) Möglichkeiten verworfen.

Anzumerken ist, dass beiden Frauen durch die Überschrift der Status „Mutter“ zugestanden wird – obwohl sie beide nicht das klassische Bild einer Mutter erfüllen: Gudrun nicht, weil sie das Mädchen nicht selbst zur Welt gebracht hat und Rosa nicht, weil sie ihre leibliche Tochter in ihrer Verzweiflung und Hilflosigkeit verstoßen hat und aufgrund dessen auch nicht das Sorgerecht für ihre Tochter bekommen konnte. Stattdessen wird Gudrun durch ihre Aufnahme und Erziehung eines Pflegekindes als Mutter definiert und Rosa durch die Geburt eines

---

339 vgl. WELT DER FRAU (ohne AutorIn): Ein Kind mit zwei Müttern. In: WELT DER FRAU, 1974 (10). S.

Kindes und ihre liebevollen Gefühle gegenüber Kindern, denen sie in ihrem neuen Beruf begegnet. Nicht zuletzt wird auch betont, dass sie ihre leibliche Tochter aus eigener Initiative regelmäßig trifft.

### 8.1.9 „Mutter mit körperlicher Beeinträchtigung“

*Phänomenebene:* Die beinahe quadratische Schwarzweißfotografie zeigt zwei Personen, die auf einem Sofa hinter einem Tisch sitzen. Vorne rechts im Bild sieht man eine Frau mit kurzen, dunklen und gewellten Haaren. Sie trägt eine helle Perlenkette und eine Bluse mit kurzen Ärmeln. Ihr Körper ist seitlich von den BetrachterInnen abgewendet und ihr Blick ruht auf einem Papier, das der Junge, der dicht neben ihr sitzt, mit beiden Händen festhält. Dieser hat kurze Haare und trägt ein Hemd, sowie an der linken Hand eine Armbanduhr. Er blickt konzentriert auf das Papier, das er in den Händen hält. Über den Köpfen der beiden Personen ist der Rahmen eines dort hängenden Bildes erkennbar. In der Bildunterschrift ist zu lesen: „Der 13-jährige Alfred liest der Mutter die Post vor“.



Abb. 13: WELT DER FRAU, 1974. Heft 12, S. 12

*Bedeutungsebene:* Die abgebildete Frau, Berta Strasser, lässt sich von ihrem 13-jährigen Sohn Alfred die Post vorlesen, weil sie von Kindheit an blind ist. Sie ist alleinerziehende Mutter und finanziert mit ihrer Arbeit als Telefonistin die gemeinsame Wohnung und die Schule für ihren Sohn. Die Hausarbeit verrichtet sie selbst, bei diversen Tätigkeiten (wie eben dem Lesen der Post) unterstützt Alfred sie.

Davor lebte sie – zunächst aus finanziellen Gründen – lange bei ihren Eltern, obwohl sie die Schwangerschaft vor dem strengen Vater geheim halten musste. Als das Kind da war, besserte sich die Stimmung zu Hause aber schnell. Ein paar Jahre nach der Geburt machte sie eine Ausbildung und fand ihren Job, durch den sie sich die Selbstständigkeit, die sie heute genießt, erarbeiten konnte.<sup>340</sup>

<sup>340</sup> vgl. Doppler, Renate: Eine Frau wie jede andere. In: WELT DER FRAU, 1974 (12). S. 10 ff.

*Dokumentenebene:* Blind zu sein bedeutete damals in vielen Fällen, besonders in ländlichen Gegenden, nicht in die Gesellschaft eingebunden zu werden. Dieses Schicksal bleibt Berta Strasser erspart: Sie zeigt, ganz im Gegenteil, dass man erstens als Frau und zweitens mit körperlicher Beeinträchtigung sehr wohl ein selbstständiges Leben führen kann und dass man nicht auf die Hilfe eines „starken Mannes“ angewiesen ist. Drittens wird durch dieses Bild bzw. durch den Artikel ein gesellschaftliches Tabu angesprochen, das bis heute noch nicht ganz beseitigt ist: dass man als körperlich beeinträchtigte Frau ein Sexualleben haben kann und selbstverständlich auch Mutter werden – und sein – kann.

## 8.2 Mutter-Bilder aus dem Jahr 2014

### 8.2.1 „Die Karriere-Mutter im Stress“

*Phänomenebene:* Diese querformatige Farbfotografie füllt zwei A4 Seiten aus, wobei das eigentliche Motiv sich auf der rechten Bildhälfte befindet. Es handelt sich dabei um eine Frau, die vor einem großen, hellen Hintergrund steht. Sie hat der Kamera den Rücken zugewandt, blickt aber über ihre rechte Schulter zurück und sieht dadurch die



Abb. 14: WELT DER FRAU, 2014, Heft 1, S. 12f. (Foto: Philipp Horak)

BetrachterInnen direkt an. Die Frau hat kurze, braune Haare mit blonden Strähnen und ist geschminkt. Sie lächelt, während sie den langen roten Umhang, den sie über ihren Schultern hängen hat, mit ihrer rechten, ausgestreckten Hand bewegt – dies erkennt man daran, dass das Stoffende, dort wo sie es festhält, leicht verschwommen ist. Auf den Rücken des roten Umhangs ist mit schwarzem Garn ein gelbes „S“, mit einem fünfeckigen Rahmen rundherum, gestickt. Unter dem Umhang trägt sie eine schwarze Hose. Links neben dem Bild steht in großen Buchstaben „Supermama, leicht gestresst“, die dazugehörige Bildunterschrift lautet: „Mütter müssen heutzutage alles ‚schupfen und schaukeln‘, kritisiert die Journalistin Veronika Stampfl-Slupetzky. Vielen Frauen mit Kindern wird das zu viel.“

*Bedeutungsebene:* Die Frau auf dem Bild, Mag.<sup>a</sup> Veronika Stampfl-Slupetzky (geboren 1979) war unter anderem Sportmoderatorin beim Österreichischen Rundfunk (ORF) und hat mit ihrem Mann einen Sohn und eine Tochter. Heute ist sie als freie Journalistin und gleichzeitig als psychologische Beraterin für (unter anderem) Schwangere und Familien tätig. Der Umhang, den sie trägt, ist demjenigen des Superhelden „Superman“ nachempfunden und zeigt, dass sie, wie Superman, quasi ein Doppelleben führt: Sie ist nicht nur Mutter zweier Kinder, sondern geht auch mehreren Berufen nach.<sup>341</sup> In dem dazugehörigen Artikel äußert sie die Meinung, dass Mütter zu stark unter Druck gesetzt werden, wenn sie sich entscheiden, wann sie in den Beruf zurückkehren wollen. Sie habe die Erfahrung gemacht, dass Mütter dadurch oft wieder zu arbeiten beginnen, ohne wirklich dafür bereit zu sein.<sup>342</sup>

*Dokumentebene:* Der Umhang symbolisiert aber auch die Rolle, die ihr von der Gesellschaft „übergeworfen“ wird: Sie soll eine perfekte Mutter und gleichzeitig erfolgreich im Beruf sein – und beides wie eine Superheldin mit Leichtigkeit meistern. Das Bild der guten Mutter hat sich also etwas verändert. Zwar muss die gute Mutter noch immer – liebevoll und geduldig – für ihre Kinder da sein, doch wird es inzwischen als normal angesehen, dass sie arbeiten geht. Das Idealbild ist, wie gesagt, keinen der beiden Bereiche zu vernachlässigen und stattdessen in Beruf und Kindererziehung Höchstleistungen zu vollbringen. Was sich nicht verändert hat, ist, dass ein gesellschaftlicher Druck auf den Müttern lastet und alle meinen, über ExpertInnenwissen bezüglich Mutterschaft zu verfügen – außer den Müttern selbst, deren eigene Bedürfnisse und Vorstellungen zwischen den verschiedenen, teilweise entgegengesetzten Meinungen meist untergehen.

## 8.2.2 „Mama am Land“

*Phänomenebene:* Das quadratische Farbfoto zeigt eine Szene auf einem grünen Feld. Im Vordergrund links steht eine Frau, die lächelnd und direkt in die Kamera blickt. Sie trägt eine gestreifte Mütze, eine Brille und einen rosa Schal, dessen eines Ende weit über den grauen Mantel hängt, den sie anhat. Die rechte Bildhälfte zeigt einen Mann, der, seitlich abgewandt, im Hintergrund steht und mit ausgestreckten Händen ein kleines Kind in die Luft hebt. Er trägt ebenfalls eine bunte Mütze und eine Brille, sowie eine schwarze Jacke, Jeans und leuchtend grüne Handschuhe. Sein Blick ist auf das Kind über sich gerichtet, das Arme und Beine von

---

341 vgl. Kundendienst.orf.at: Mag. Veronika Slupetzky. In: <http://kundendienst.orf.at/orfstars/slupetzky.html> (21.02.2014) und vgl. Bindungsanalyse.at (ohne Titel) In:

<http://www.bindungsanalyse.at/kontaktadressen/mag-veronika-stampfl-slupetzky/> (21.02.2014)

342 vgl. Bogensberger, Regine: Supermama, leicht gestresst. In: WELT DER FRAU, 1974 (1). S. 19

sich streckt. Es trägt eine gestreifte Mütze, eine graue Jacke, Jeans und Schuhe. Seine Hände sind nicht gut zu sehen. Unter dem Bild steht die Beschriftung „Kerstin & Marco: pro Land“.

*Bedeutungsebene:* Dieses Bild zeigt eine Familie – Mutter, Vater und Tochter – in der ländlichen Umgebung, in die sie vor ein paar Jahren gezogen sind. Kerstin und Marco haben sich für ein Leben am Land entschieden, da sie nach mehreren Jahren Stadtleben mit ihrem Kind im Grünen wohnen wollten. Auch ihr eigenes Grafikbüro haben sie einfach mit aufs Land übersiedelt, damit sie nicht täglich pendeln müssen. Auch für Kinderbetreuung ist gesorgt. Wenn die dreijährige Tochter nicht im Kindergarten sein kann und trotzdem betreut werden soll, stehen wahlweise eine Babysitterin oder Familienmitglieder, von denen einige in näherer Umgebung wohnen, zur Verfügung.<sup>343</sup>



Abb. 15: *WELT DER FRAU*, 2014. Heft 2, S. 26  
(Foto: Nicola Hackl-Haslinger)

*Dokumentebene:* Kerstin und Marco sind in einer privilegierten Situation: Sie konnten frei zwischen dem Leben am Land oder in der Stadt wählen und müssen nun vom Land nicht einmal in die Stadt pendeln, weil sie Selbstständige sind. Nicht viele junge Familien können sich dies aussuchen. Das weitläufige Feld, das kein Ende zu haben scheint, symbolisiert die Freiheit, die sie genießen. Und Vater und Tochter zeigen beim ausgelassenen gemeinsamen Spiel, bei dem der Vater die Tochter in die Luft wirft, dass die Freiheit auch nach oben hin keine Grenze kennt. Weil das Paar im eigenen Büro arbeitet, stellte sich für sie beim Umzug außerdem nicht die Frage, ob ein/e PartnerIn sich der/m anderen anpassen muss und auf zum Beispiel auf einen Job verzichten, oder lange Pendelwege auf sich nehmen muss. Auch die Kinderbetreuung und die weitere Ausbildung ist trotz ländlicher Lage kein Problem.

---

343 vgl. Sigl, Maria: Stadt oder Land? In: *WELT DER FRAU*, 2014 (2). S. 26

### 8.2.3 „Die Mutter und ihr Kind mit der geistigen Beeinträchtigung“

*Phänomenebene:* Auf der querformatigen Farbfotografie sieht man vier Personen vor einem orangefarbenen Hintergrund. Darauf steht rechts, über den Köpfen der Personen, die Bildbeschreibung: „Can (mit seiner Mama und den Schwestern Asude und Tuana) im flauschigen Angry-Bird-Pyjama. Kratzige Stoffe hasst er.“ Im Vordergrund sitzen drei Kinder: links lehnt ein Mädchen mit langen braunen



Abb. 16: WELT DER FRAU, 2014. Heft 7/8, S. 31

Haaren, einem Haarreifen, und einem rosa-violett-gestreiften Pullover mit einer Aufschrift. Es hält den Kopf schief, blickt direkt in die Kamera und lächelt. In der Mitte – und am nächsten zur Kamera – sitzt ein Junge mit braunen kurzen Haaren und einem roten Pullover, auf dem ein böses Gesicht zu sehen ist. Er blickt neugierig die BetrachterInnen an und greift mit seiner rechten Hand an sein rechtes Ohr. Rechts davon sitzt ein größeres Mädchen, das ihn lächelnd aus den Augenwinkeln beobachtet und seinen linken Arm auf einem Möbelstück abstützt. Es hat schulterlange Haare und trägt einen rosafarbenen Kapuzenpullover, auf den verschiedene Wörter gestickt sind. Im Hintergrund sitzt eine in die Kamera lächelnde Frau mit dunklen Haaren. Sie trägt Ohringe, einen dunkelblauen, gemusterten Schal und ein helles Oberteil. Bis auf ihren Kopf und die Schulterpartie ist ihr Körper durch die vor ihr sitzenden Kinder verdeckt.

*Bedeutungsebene:* Das Bild zeigt die alleinerziehende Mutter Tugba Acar (30 Jahre alt) mit ihren drei Kindern. Der Bub, der in der Mitte sitzt, ist fünf Jahre alt und hat das Asperger-Syndrom. Diese Entwicklungsstörung äußert sich bei ihm zum Beispiel dadurch, dass er nicht spricht bzw. nicht sprechen kann, launisch ist, und meist kein Interesse an seinen Mitmenschen zeigt. Bestimmte Dinge faszinieren ihn dafür umso mehr – zum Beispiel Zahlen, Buchstaben, oder Angry Birds. Letztere sind runde, böse blickende, vogelähnliche Charaktere aus einem Computerspiel. Eine dieser Figuren ist auf dem Pyjama zu sehen, den er auf dem Foto trägt. Alleinerziehend ist Tugba Acar deswegen, weil sie und ihr Mann sich scheiden ließen. Er sei mit der außergewöhnlichen Situation „überfordert“ gewesen (die Anführungszeichen wurden aus dem Artikel übernommen). Auch die Mutter berichtet, dass es

nicht immer leicht mit Can ist. Mit seiner großen Schwester, die auf dem Foto in seine Richtung lacht, statt in die Kamera zu schauen, scheint er sich aber besonders gut zu verstehen – mit ihr hüpfert er, wenn Musik gehört wird, mitunter sogar am Bett herum.<sup>344</sup>

*Dokumentenebene:* In dieser Familie dreht sich viel um den 5-jährigen Can – dies ist auch durch die Anordnung der Personen am Bild ersichtlich. Er sitzt in der Mitte, umgeben von seinen Schwestern, von denen die ältere ihn wohl nicht nur am Bild in den Augen behält. Hinter ihm sitzt die Mutter, die auch im wahrsten Sinne des Wortes hinter ihm steht und beweist, dass sie das Familienleben mit einem Kind mit besonderen Bedürfnissen ganz gut meistert.

#### 8.2.4 „Die Mutter in einer unsicheren Lebenssituation“

*Phänomenebene:* Auf der querformatigen Schwarzweißfotografie ist in der rechten Bildhälfte eine Frau abgebildet, die in einer Ecke auf einem Sessel sitzt und ein Kind in den Armen hält. Die Frau hat dunkle lange Haare und blickt auf eine Person, die nahe an der Kamera steht und von der man nur einen Abschnitt des Rückens und einen Ellenbogen sieht. Die Person trägt



Abb. 17: WELT DER FRAU, 2014. Heft 7/8. S.60

ein helles Hemd oder T-Shirt mit kurzen Ärmeln. Die sitzende Frau trägt Jeans, ein Hemd und darunter ein T-Shirt. Sie trägt eine Umhängetasche, die auf der Seite herunterhängt, die den BetrachterInnen nicht zugewandt ist. Das Kind hält sie mit beiden Händen an ihrer linken Körperseite. Sein Körper ist zu ihr gerichtet, das Gesicht wendet es allerdings dem Fotografen oder der Fotografin zu. Es trägt einen weißen Hut mit weißer, nach oben gebogener Krempe, ein weißes Hemd, eine dunkle Hose und weiße Schuhe. Von hinten dringt durch ein Fenster Licht in das Zimmer. In der linken Bildhälfte steht in großen Buchstaben die Überschrift des dazugehörigen Artikels: „Irgendwo mein Leben“.

*Bedeutungsebene:* Die abgebildete Frau heißt Zsuzsanna Hortobagyi und wohnt mit ihrem Kind zur Zeit im VinziRast, einer Sozialeinrichtung in Wien. Dort gibt es mehrere Projekte:

---

344 vgl. WELT DER FRAU (ohne AutorIn): Can ist anders. In: WELT DER FRAU, 2014 (7/8). S. 31

Eine Notschlafstelle, ein Übergangswohnhaus, in dem Menschen wohnen können, die einmal obdachlos waren, eine Wohngemeinschaft für trockene AlkoholikerInnen und ein Wohnprojekt für ehemalige Obdachlose und Studierende.<sup>345</sup> Aus dem Text geht nicht hervor, wie Zsuzsanna Hortobagyi, die von Budapest nach Wien gekommen ist, dort eine Unterkunft gefunden hat. Obwohl sie in ihrem kurzen Leben vermutlich schon einiges durchgemacht hat, gibt sie nicht viel über sich preis: Sie sagt nur, dass sie lieber ein freies Leben führt, und sich nicht an vorgegebene Zwänge halten kann und möchte. Die Verantwortung für ihr Kind macht ihr, angesichts ihres eher chaotischen Lebensstils manchmal Angst und schenkt gleichzeitig Freude, da sie das Mutter-Sein als erfüllend und als positive Herausforderung empfindet.<sup>346</sup>

*Dokumentebene:* Das Bild wirkt sehr bedeutungsträchtig: Eine junge Frau, die auf sich selbst gestellt gestellt ist und in ihrem Leben schon viel durchgemacht hat, sitzt im dunklen Eck eines Zimmers und hält ihr Kind in den Armen. Ihr Gesicht wird allerdings durch die Sonne, die durch ein nahes Fenster dringt, erleuchtet. Symbolisiert dies die Hoffnung, die sie vorantreibt, dem harten Leben (so nennt sie es selbst) zu trotzen und mit ihrem Kind ein glückliches Leben zu führen?

Die Überschrift verortet ihr Leben im „Irgendwo“ – also an einem unbestimmten Ort. Das entspricht ihrem von ihr selbst als chaotisch bezeichneten Leben, das als Fixpunkt momentan vor allem das Baby kennt. Umgangssprachlich könnte man das „irgendwo“ auch als „egal an welchem Ort“ verstehen – „Irgendwo mein Leben“ bekäme dadurch einen selbstbestimmten Klang. Die Person, der diese Phrase zugeschrieben wird, führt ihr Leben, so wie sie es will – egal wo. Auch diese Aussage würde auf die junge Frau passen.

Das Bild spricht aber auch die Thematik der Frauen bzw. Mütter mit unsicherer Wohnsituation an. Zahlen belegen, dass Frauen ebenso wie Männer von Obdachlosigkeit betroffen sind, erstere aber weniger sichtbar sind, da sie sich öfter durch das Eingehen von Beziehungen vorübergehend von der Straße in Wohngelegenheiten retten. Dass sie in diesen Beziehungen häufig (sexueller) Gewalt ausgeliefert sind oder anderen Problemen begegnen, nehmen sie oft in Kauf. Allgemein wenden sich auch weniger Frauen an Organisationen, die Obdachlosen Hilfe anbieten.<sup>347</sup> Dass Zsuzsanna Hortobagyi die Unterstützung von VinziRast in Anspruch nimmt, ist also nicht selbstverständlich.

---

345 vgl. Vinzirast.at: (ohne Titel). In: <http://www.vinzirast.at/> (21.02.2015)

346 vgl. WELT DER FRAU (ohne AutorIn): Irgendwo mein Leben. In: WELT DER FRAU, 2014 (7/8). S. 60

347 vgl. Neunerhaus.at: Wohnungslose Frauen in Österreich. In: <http://www.neunerhaus.at/wohnen/frauenspez-arbeit/> (21.02.2015)

## 8.2.5 „Mutter-Sein in einem anderen Land“

*Phänomenebene:* Auf diesem querformatigen Farbfoto sieht man fünf Frauen, die rund um einen gedeckten Tisch sitzen und ihre Ess-Stäbchen in mit verschiedenen Speisen gefüllte Schüsseln halten. Vor jeder Frau stehen weiters zwei kleine, blau-weiß gemusterte Schüsseln – in einer befindet sich jeweils ein Porzellan-Löffel. Außerdem steht vor jeder Frau ein Becher aus Glas oder Keramik. Insgesamt befinden sich neun



Abb. 18: WELT DER FRAU, 2014. Heft 2, S. 58 (Foto: Bianca Gusenbauer)

verschiedenartige, mit Essen gefüllte Schüsseln am Tisch. Die Frau, die ganz im Vordergrund links im Bild sitzt, trägt dunkle kurze Haare und einen dunklen Pullover und blickt, wie auch die anderen vier Frauen, in die Richtung jener Schüssel, über die sie ihre rechte Hand mit dem Essbesteck hält. Die zweite Frau von links hat dunkle, lange Haare und trägt ein helles Sakko und darunter eine rote Bluse. Die dritte Frau, die sich am weitesten über den Tisch beugt, hat ihre dunklen Haare zu einem Zopf zusammengebundenen und trägt ein kariertes Hemd, sowie darunter eine violette Bluse. Zwischen den Frauen auf der linken Seite und den Frauen auf der rechten Seite ist die Querseite des Tisches freigelassen. Dadurch wird der Blick auf eine Glastür frei, auf deren Seiten ein aufgezogener, heller Vorhang erkennbar ist. Zu beiden Seiten steht eine Topfpflanze, rechts sind außerdem einige bunte Plastikbehälter gestapelt. Die Frau, die vorne rechts sitzt, hat mittellange dunkle Haare und trägt eine Brille, ein dunkles Sakko und darunter einen hellen Kapuzenpullover mit roter Aufschrift. Mit ihrer freien Hand hält sie eine der kleinen Schüsseln, die vor ihr stehen, fest. Die Frau neben ihr hat lange, dunkle Haare und trägt eine Brille, sowie ein helles Sakko und eine rot-weiße Bluse. In einer ihrer Schüsseln befinden sich bereits ein paar Speisen. Neben ihr am Tisch steht eine grüne Plastikflasche.

*Bedeutungsebene:* Die Frauen, die rund um den Tisch sitzen, befinden sich in Shanghai und sind Teilnehmerinnen des Frauennetzwerkes „Xiao Shu Di“. Sie treffen sich regelmäßig und unterstützen andere Frauen und sich gegenseitig bei der Umsetzung ihres – für chinesische Frauen ungewöhnlichen Lebensentwurfes. Anders als vom Staat vorgesehen, möchten sie für längere Zeit Vollzeit-Mütter sein und nicht vier Monate nach der Geburt wieder an ihre Arbeitsstelle zurückkehren. Motiviert sind sie zum Beispiel aufgrund negativer

Erfahrungen aus ihrer eigenen Kindheit. Eine der Frauen etwa hat als Kind ihre arbeitende Mutter nur ein paar Mal im Jahr gesehen und musste früh deren Aufgaben im Haushalt übernehmen. Anlass für das Foto ist ein Treffen mit der „Speisereisenden“ Bianca Gusenbauer, die in verschiedenen Ländern Menschen verschiedener Kulturen trifft, um mit ihnen zu kochen und zu essen. Die Speisen, die in den Schüsseln auf dem Tisch stehen, wurden von den abgebildeten Frauen zubereitet.<sup>348</sup>

*Dokumentebene:* Anders als in China müssen in Österreich erst Kinderbetreuungsplätze in angemessener Form und Zahl geschaffen werden, damit kein Elternteil gezwungen ist, länger beim Kind zu bleiben. Da dieser Elternteil aus verschiedenen Gründen noch immer meistens die Mutter ist, soll dadurch ein Ungleichgewicht behoben werden. In China, wo es Standard ist, nach der Geburt schnell wieder auf den Arbeitsplatz zurückzukehren, sieht es eher umgekehrt aus: Statt sich zu organisieren, um Kinderbetreuungsplätze zu schaffen und arbeiten gehen zu können, organisieren sich diese Frauen, um leichter eine längere Auszeit zu nehmen, und später wieder den Einstieg in die Arbeitswelt zu schaffen. Ähnliche Tendenzen beobachtet Elisabeth Badinter in Frankreich, wo ebenfalls eine schnelle Rückkehr zur Arbeit üblich ist.<sup>349</sup> Entscheidend ist bei dieser Diskussion immer, ob die Entscheidung zu Hause zu bleiben, auf einem gesellschaftlichen Druck basiert, der für Frauen definiert, was eine „gute Mutter“ ausmacht.

### 8.2.6 „Die Mutter bei der Geburt“

*Phänomenebene:* Dieses querformatige Farbfoto zeigt eine blonde, in die Kamera lächelnde Frau, die in einem Bett liegt. Auf ihrem nackten Oberkörper liegt wiederum ein zugedecktes Baby, das eine weiße Haube auf dem Kopf trägt. Über die Frau gebeugt, und seine linke Hand auf ihrer linken Brust lagernd, steht ein Mann an der Seite ihres Bettes. Er trägt ein graues Oberteil und eine dunkle Hose, sein Kopfhaar ist kürzer rasiert als sein Bart und Schnurrbart. Seine rechte



Am 9. Juli, um 21.18 Uhr, kommt Finn auf die Welt. Die Eltern sind überglücklich und überrascht, „dass es so schnell gegangen ist“.

Abb. 19: WELT DER FRAU, 2014. Heft 12, S. 36  
(Foto: Alexandra Grill)

348 vgl. Gusenbauer, Bianca: Feminismus auf Chinesisch. In: WELT DER FRAU, 2014 (2). S. 58 f.

349 vgl. Badinter, 2012. S. 12 ff.

Hand lagert auf seinem linken Unterarm, während sein Blick auf das von ihm abgewendete Baby gerichtet ist. Die Frau stützt ihren Kopf auf einen rosafarbenen Polster. Ihre Arme, mit denen sie das liegende Baby umfasst, sind, so wie ihr Körper, teilweise mit Decken bedeckt. Im Hintergrund sieht man diverse, undefinierbare Gegenstände und eine geöffnete Tür, die Wand des Zimmers ist gelb gestrichen. Unter dem Bild kann man folgende Bildunterschrift lesen: „Am 9. Juli, um 21:18 Uhr, kommt Finn auf die Welt. Die Eltern sind überglücklich und überrascht, 'dass es so schnell gegangen ist'.“.

*Bedeutungsebene:* Mutter, Vater und das neugeborene Baby befinden sich in einem Zimmer des Entbindungsheimes Kuchl. Diese kleine Hebammenpraxis wird von der Hebamme Eva Egger geleitet und ist eine besondere Einrichtung: Die Krankenkasse übernimmt die Aufenthaltskosten vollständig, die Frauen dürfen bis zu sechs Tage bleiben. Egger übernimmt dabei alle anfallenden Aufgaben von Betreuung der Familien, bis zum Putzen der Praxis und achtet dabei besonders auf ein angenehmes Umfeld und eine „Wohnzimmeratmosphäre“. Die abgebildete Familie macht einen glücklichen Eindruck, die Geburt ist gut und problemlos verlaufen.<sup>350</sup>

*Dokumentebene:* Eine Geburt ist ein besonderes Erlebnis für alle Involvierten, aber besonders für die gebärende Frau: Viele Frauen machen sich schon monatelang davor Gedanken, wie sie ihr Kind zur Welt bringen möchten. Tatsächlich gibt es viele Möglichkeiten: Krankenhaus, Geburtshaus, oder Hausgeburt? Mit Betäubung oder ohne? Wassergeburt? Welche Hebamme? Je nach Geschmack fällt die Entscheidung auf eine traditionellere oder modernere Geburt. Über die Vor- und Nachteile und die Sicherheit der einzelnen Methoden gibt es unterschiedliche Meinungen – viele wählen mit dem Geburtshaus eine Art Kompromiss zwischen Krankenhaus und Hausgeburt. Das analysierte Bild und der dazugehörige Artikel informieren Interessierte bzw. werdende Müttern über eine weitere Alternative – die „Geburts-WG“ von Eva Egger. Dadurch werden die vielfältigen Geburtseinrichtung vorgestellt und die Möglichkeit gegeben, gut informiert zwischen ihnen zu wählen.

Dass auf dem Bild (bzw. den weiteren zum Artikel gehörenden Bildern) auch der Vater des Neugeborenen zu sehen ist, wäre vor 40 Jahren nicht selbstverständlich gewesen. Damals war der Aufenthalt im Kreißsaal der Gebärenden und dem Personal vorbehalten – heute sind Männer bzw. zukünftige Väter sehr häufig bei der Geburt dabei. Inzwischen wird auch dies wieder hinterfragt: beugen sich viele Männer nur einem gesellschaftlichen Druck, da transportiert wird, dass man nur ein guter Vater ist, wenn man die Geburt miterlebt hat? Tun

---

350 vgl. Langeneder, Julia: Eva und ihre Geburts-WG. In: WELT DER FRAU, 2014 (12). S.34 ff.

sie das obwohl sie sich eigentlich vor dem Vorgang fürchten und möglicherweise traumatisiert werden? Tatsächlich kann letzteres passieren – aber was für Gründe hat dies? Werden sie schlechter auf die Geburt vorbereitet? Oder ist es vielleicht für die Gebärende doch angenehmer, keinen (nervösen) Mann an ihrer Seite zu haben, weil dieser für sie im Moment keine Funktion erfüllt?<sup>351</sup> Das analysierte Bild zeigt zwar nicht unmittelbar die Geburt – die Anwesenheit des Vaters signalisiert aber, dass eine Geburt nicht nur für eine Mutter, sondern auch für einen Vater ein bewegendes Ereignis ist.

### 8.2.7 „Die prominente Mutter“

*Phänomenebene:* Auf der hochformatigen Farbfotografie ist eine Frau abgebildet, die eine dunkle Babytrage vor die Brust geschnallt hat. Sie sitzt an einem Tisch, so dass man nur ihren Oberkörper sieht, und hebt beide Unterarme mit zu sich gerichteten Handflächen nach oben. Ihr Blick ist auf einen Punkt schräg links vor ihr gerichtet, sie lächelt leicht. Die Frau hat einen starken Seitenscheitel und kinnlange, braune Haare mit blonden Strähnen und trägt ein Karo-Hemd. Aus der Trage sieht man den zur Frau gerichteten Kopf des Babys hinausstehen und unten, rechts und links, seine Füße, die in roten Strümpfen stecken. Auf dem Tisch vor den beiden liegen bedruckte Papiere, ein Glas Wasser und einige andere undefinierbare Gegenstände. Im Hintergrund ist eine weiße Wand und ein Fenster mit zugezogenen Jalousien erkennbar. Darunter steht, rot hinterlegt, ein Satz in Anführungszeichen: „Meinen Freund hat es schon mitgenommen, die Geburt mitanzusehen, weil ich so geschrien habe. Das fand er sehr heftig.“, und danach: „Mari Lang, 33“, „ORF-Moderatorin“.



Abb. 20: WOMAN, 2014. Heft 1, S. 120 (Foto: Roland Unger)

*Bedeutungsebene:* Die auf dem Foto abgebildete Frau ist Mari Lang und zu diesem Zeitpunkt 33 Jahre alt. Sie wird im Zuge einer Interviewrunde mit zwei weiteren Frauen über ihr Kind, ihre Beziehung und ihre Karriere befragt. Mari Lang ist, wie auch die anderen beiden Frauen (Corinna Milborn und Dani Linzer) in der Medienbranche tätig und vor kurzer Zeit Mutter

<sup>351</sup> vgl. Simon, Anne-Catherine: Väter im Kreißsaal: Beistand oder Belastung? 06.02.2010. In: [http://diepresse.com/home/bildung/erziehung/538012/Vaeter-im-Kreissaal\\_Beistand-oder-Belastung](http://diepresse.com/home/bildung/erziehung/538012/Vaeter-im-Kreissaal_Beistand-oder-Belastung) (23.02.2015)

geworden. Sie arbeitet zum Beispiel beim Radiosender FM4 und präsentierte im ORF ihr eigenes Reportagenformat („Mein Leben - Die Reportage mit Mari Lang“), das allerdings noch bevor sie das Baby bekam, eingestellt wurde.<sup>352</sup> Heute, 2015, moderiert sie die Sportnachrichten im ORF.<sup>353</sup> Das Zitat von Lang, dass unter dem analysierten Bild steht, wurde vermutlich nicht im gleichen Augenblick ausgesprochen, als das Foto gemacht wurde, deswegen wird es im Folgenden auch nicht in einen direkten Zusammenhang mit der Körpersprache gebracht.

*Dokumentebene:* Die Babytrage, die sich Mari Lang um den Oberkörper geschnallt hat, kann einerseits als eine empfohlene Transportmöglichkeit für Babys gesehen werden. Manche ExpertInnen sind der Meinung, dass Babys diese Körpernähe brauchen und so außerdem eine ideale Körperhaltung einnehmen.<sup>354</sup> Andererseits genießt die Person, die eine Babytrage umgeschnallt hat – wie man auf dem Foto sieht – auch eine gewisse Bewegungsfreiheit: Die Hände sind für diverse Tätigkeiten frei. Obwohl das Baby ständig präsent ist und direkt am Körper getragen wird, dominiert es nicht die Situation und stellt es nur bedingt eine Behinderung dar. Auch auf eine dritte Art kann man es im Zusammenhang mit dem Inhalt des Gespräches sehen: Als Lang darauf angesprochen wird, ob sie als in der Öffentlichkeit stehende Frau darauf geachtet hat, schnell wieder ihr ursprüngliches Körpergewicht zurückzugewinnen, antwortet sie mit einer Gegenfrage. Sie möchte wissen, warum dieser Aspekt überhaupt interessant ist und warum Frauenkörper immer wie Objekte behandelt werden.<sup>355</sup> In diesem Zusammenhang kann man die Babytrage auch als Schutzschild gegen die Bewertung des weiblichen Körpers nach einer Schwangerschaft interpretieren. Tatsächlich wird auf Mütter ein großer Druck ausgeübt, was die Figur nach einer Geburt betrifft – nach dem Motto: „Die alte Traumfigur so schnell wie möglich wieder herstellen!“. Unterstützt wird dies unter anderem durch diverse Medienbilder von Hollywood-Stars, die auch noch nach drei Geburten unter hautengen Abendkleidern einen scheinbar unveränderten Körper präsentieren. In einem dritten Sinn verschmelzen Baby und Mutter durch die Babytrage zu einer Einheit – damit ist die Mutter in gewisser Weise an das Baby und die dazugehörigen Aufgaben gefesselt. Dass die Babytrage wie ein Teil bzw. wie ein Kleidungsstück der Mutter wirkt, kann in diesem Zusammenhang auch als enge und natürliche Verbindung interpretiert werden. Das erinnert wiederum an die Annahme, dass Mütter und Kinder eine besondere, biologisch

---

352 vgl. Kundendienst.orf.at: Mari Lang. In: <http://kundendienst.orf.at/orfstars/lang.html> (23.02.2015)

353 vgl. Derstandard.at (ohne AutorIn): Mari Lang präsentiert ORF-Sportnachrichten. In: <http://derstandard.at/2000010439947/Mari-Lang-praesentiert-ORF-Sportnachrichten> (23.02.2015)

354 vgl. Jankl, Eva: Richtiges Tragen von Babys. 07.05.2014. In: <http://www.gesund.at/a/babytrage> (23.02.2014)

355 vgl. WOMAN: „Schlaf ist zum Luxus geworden!“ 2014. In: WOMAN, 2014 (1). S. 118 ff.

begründete Beziehung verbinde.

### 8.2.8 „Mutter mit körperlicher Beeinträchtigung“

*Phänomenebene:* Auf der querformatigen Farbfotografie sind vier Personen nebeneinander vor einem weißen Hintergrund zu sehen. Links im Bild ist ein Junge abgebildet, der kurze braune Haare hat, ein braunes T-Shirt mit farbigem Aufdruck trägt und direkt in die Kamera blickt. Rechts hinter ihm sieht man einen Mann, mit kurzen braunen Haaren und einem dunklen T-Shirt. Er lächelt in die Kamera, sein rechter Arm ist dabei über den Oberkörper des Jungen gelegt. Zeigefinger und Mittelfinger der Hand sind ausgestreckt und zeigen in Richtung der dritten Person. Die dritte Person ist eine Frau mit

blondem, schulterlangen Haar. Sie trägt eine rosafarbene Bluse und blickt in die Ferne. Rechts daneben, im Gegensatz zu den anderen Personen in einer leicht erhobenen Position, ist ein Mädchen abgebildet. Es hat lange, braune Haare, trägt ein weißes T-Shirt und hält den Kopf leicht schief, während es in die Kamera lächelt. Über den Köpfen der Personen ist folgender Text zu lesen: „Liebevoll. Diese Familie hält zusammen: Beslim Miftari, 35, mit Frau Remzie, 39, Tochter Fitore, 11, und Sohn Arnis, 9..“ Darunter steht in großen, roten Buchstaben: „Eine besondere Familie“.

*Bedeutungsebene:* Die abgebildeten Personen sind eine Familie, bestehend aus der 39-jährigen Mutter Remzie Miftari, dem 35-jährigen Vater Beslim Miftari, sowie der elfjährigen Tochter Fitore und dem neunjährigen Sohn Arnis. Die in der Überschrift des dazugehörigen Artikels attestierte „Besonderheit“ dieser Familie liegt darin, dass Remzie Miftari seit ihrer Kindheit hör- und sehbehindert ist und Beslim Miftari Down-Syndrom hat. Sie stammen beide aus dem Kosovo, sind allerdings aufgrund der dortigen Diskriminierung nach Innsbruck gezogen, wo sie als Teil der Gesellschaft akzeptiert werden. Remzie Miftari arbeitet in einer Wäscherei, ihr Mann in einer Tischlerwerkstatt. Bei Kinderbetreuung und Hausarbeiten arbeiten sie zusammen und werden von der Großmutter unterstützt.<sup>356</sup>



Abb. 21: WOMAN, 2014, Heft 3, S. 36 (Foto: Iren Sarwa)

356 Domiter, Katharina: Eine besondere Familie. In: WOMAN, 2014 (3). S. 36 f.

*Dokumentebene:* Nach dem Bild sticht sofort die Überschrift des Artikels ins Auge: „Eine besondere Familie“: Was für manche LeserInnen vielleicht im ersten Moment wie eine positive Auszeichnung klingt, hat spätestens auf den zweiten Blick einen chauvinistischen Beigeschmack. Das gilt auch für andere im Text verwendete Formulierungen, zum Beispiel lautet das Stichwort, das neben der Ressort-Angabe „Report“ steht, „berührend“ - in fetten Lettern. Denkt man an den Bericht aus der Frauenzeitschrift DIE FRAU aus dem Jahre 1974, in dem eine blinde Frau und Mutter mit dem Untertitel „Eine ganz normale Frau“ porträtiert wird, erkennt man deutlich einen Unterschied. Trotzdem muss man auch diesem Artikel zugute halten, dass er das tabuisierte Thema Behinderung und Sexualität bzw. Behinderung und Beziehungen anspricht. Auch werden die Hindernisse, denen die Familie begegnet ist, thematisiert – zum Beispiel wurde Beslim Miftari bei vielen Ärzten ein Fruchtbarkeitstest verweigert. Gleichzeitig wird am Beispiel dieser Familie gezeigt, dass auch diese Hindernisse nicht unüberwindbar sind.

### 8.2.9 „Mutter mit jüngerem Partner“

*Phänomenebene:* Auf dieser hochformatigen Farbfotografie sind drei Personen abgebildet. Sie stehen vor einem blauen Hintergrund, auf dem Spielzeugregale und zwei beschriftete, ovale Plaketten angebracht sind. Die Regale sind mit Spielzeug und bunten Stofftieren gefüllt. Links im Bild steht ein junger Mann mit braunen kurzen Haaren, einem blauen Polo-Hemd, und einer dunklen Hose. Er steht seitlich zur Bildmitte gewendet und blickt direkt in die Kamera. In seinen Armen hält er ein kleines Mädchen, dessen dunkelbraune Haare zu einem Zopf gebunden sind. Es trägt eine Latzhose und darunter ein weiß-rosa-gestreiftes T-Shirt. In seinen Händen hält es ein Stofftier, das so groß wie ihr Oberkörper ist, blau, gelb und schwarz gefärbt ist und kleine Ärmchen, sowie große, abstehende Augen hat. Das Mädchen blickt auf einen Punkt schräg rechts über ihm. Rechts im Bild steht eine geschminkte Frau mit dunklen, kinnlangen Haaren, von denen ihre eine Strähne ins Gesicht fällt. Sie trägt eine lange Kette, ein schwarzes Top und einen gemusterten Rock. Sie lacht in die Kamera und hält mit beiden Händen einen

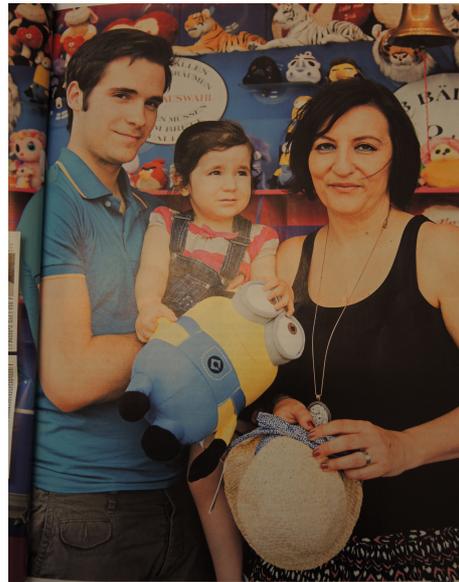


Abb. 22: WOMAN, 2014. Heft 14, S. 25  
(Foto: Gerry Mayer-Rohrmoser)

Strohhut – mit einem weiß-blau-gemusterten Band – fest. An ihrem linken Ringfinger trägt sie einen Ring.

*Bedeutungsebene:* Das porträtierte Paar ist der Öffentlichkeit nicht unbekannt: Die Frau, Renata Szabos (ehemals Juras) ist 45 Jahre alt und kam 2010 in die Medien, als sie wegen „sexuellem Missbrauch eines Minderjährigen“ angeklagt wurde. Der Minderjährige, Ervin, war damals 13 Jahre alt und ihr Handballschüler – sie gingen zu jener Zeit eine Beziehung ein und sind heute verheiratet. Das abgebildete zweijährige Mädchen Noemi ist ihre Tochter. In den Medien tauchten immer wieder Berichte über den viel diskutierten Fall auf. Die Öffentlichkeit wurde nicht nur über die Gerichtsverhandlung, sondern auch über den aktuellen Stand ihrer Beziehung auf dem Laufenden gehalten: auch in der Zeitschrift WOMAN, aus der das analysierte Bild stammt, wurde über die Familie bereits zweimal im Zuge einer Reportage berichtet. Zum Zeitpunkt dieser dritten Reportage besucht Ervin Szabos, nun 18, noch die Schule, Renata Szabos geht nach ihrer Schwangerschaft wieder einer Arbeit nach und bestreitet so den Großteil des Lebensunterhaltes der Familie. Im Artikel werden die beiden zu ihrem Beziehungsalltag und der Aufgabenverteilung im Haushalt befragt.<sup>357</sup>

*Dokumentebene:* Wenn Paare einen großem Altersunterschied aufweisen, wird geredet. Das beobachtet man in Klatschblättern und im Privatleben gleichermaßen. Ältere Frauen mit jüngeren Partnern sind die seltenere Konstellation und wirken dadurch noch „exotischer“, selbst wenn der Altersunterschied nur wenige Jahre ausmacht. Es wird über den Körper der Frau diskutiert, und spekuliert, ob der jüngere Mann zusätzlich eine Affäre mit einer jüngeren Frau hat, oder gar unter einem Mutterkomplex leidet. Zudem wird der Mann häufig als „Toy Boy“ bezeichnet – eine ernsthafte Beziehung wird dem Paar damit abgesprochen. Wenn ein älterer Mann eine junge Partnerin hat, kann man Ähnliches beobachten, wobei ein Altersunterschied bis zu zehn Jahren als „normal“ akzeptiert wird und gar nicht thematisiert wird. Das am Foto abgebildete Paar weist einen besonders großen Altersunterschied auf, wenn man bedenkt, dass der Ervin beim Kennenlernen 13 Jahre alt und Renata Juras Schüler war und die Beziehung dadurch in mehrfacher Hinsicht strafbar war (§ 207b. Sexueller Missbrauch von Jugendlichen und §212. Missbrauch eines Autoritätsverhältnisses). Dem üblichen Tratsch – und in diesem Fall auch dem Gesetz – haben sie aber getrotzt und zeigen seit fünf Jahren, in denen sie auch eine Tochter bekommen haben, dass sie eine ernstzunehmende Beziehung führen.

---

357 Kuba, Katrin: „Noch ein Kind..Wäre schön!“. In: WOMAN, 2014 (14). S. 24 f.

## 8.2.10 „Die Mutter und die Kindespflege“

*Phänomenebene:* Auf dieser querformatigen Farbfotografie, die in eher hellen Farben gehalten ist, sind eine Frau und ein Baby abgebildet. Von der Frau sieht man nur ihren Kopf und ihre Schulterpartie – man kann außerdem erahnen, dass sie eine dunkle Bluse trägt. Die Frau hat blonde, lange Haare und wendet ihr Gesicht dem Baby zu. Sie lächelt und blickt auf die Hände des Babys. Dieses sitzt in einem Babystuhl aus hellem Holz, auf dessen Tischchen ein hellblauer Teller mit



Abb. 23: WOMAN, 2014. Heft 21, S. 142

Tischchen ein hellblauer Teller mit geschnittenen Erdbeeren und anderen Früchten liegt. Das Baby trägt ein helles Hemd mit roten und grauen Längsstreifen und hat noch kaum Haare. Seine rechte Hand liegt auf dem Tischchen, während die linke über dem Teller mit den Früchten schwebt. Sein Blick ist auf den Teller gerichtet. Der Hintergrund des Bildes ist verschwommen, im Vordergrund ragt einerseits die Überschrift „Von Anfang an richtig essen!“ in das Bild und steht andererseits die Bildbeschreibung: „Vielfalt. Je mehr unterschiedliche Geschmäcker ein Kind kennenlernt, desto vielseitiger wird später seine Ernährung sein.“

*Bedeutungsebene:* Das analysierte Bild stellt ein Symbolbild für den dazugehörigen Artikel dar. In diesem schildert ein Ernährungsexperte, wie die Ernährung von Kleinkindern idealerweise aussehen soll und wie sich diese auf die spätere Gesundheit des Kindes auswirkt. Seine Tipps richten sich an Eltern und Schwangere. Die abgebildete Frau soll eine Mutter darstellen, die mit gutem Beispiel voran geht und genau auf die Ernährung ihrer Kindes achtet – auf dem Teller, der vor dem Baby steht, befindet sich eine bunte Mischung aus kleingeschnittenen Früchten.

*Dokumentenebene:* Die Art, wie die Mutter das Baby beim Essen beobachtet, betont, wie wichtig ihr die Ernährung ihres Kindes ist. Es wirkt, also ob sie jede Bewegung und jeden Bissen überwachen wollte. Während Ernährung während der Schwangerschaft Sache der schwangeren Frau ist, richten sich die Tipps für die Ernährung von Kleinkindern an beide Elternteile. Die Frage ist also, warum hier ausgerechnet nur eine Frau abgebildet ist, die sich um das Essen des Kindes kümmert. Immerhin gibt es auch viele Väter, die ihre Kinder füttern,

die Gestaltung des „Menüplanes“ des Kindes inne haben, oder zumindest mitbestimmen.<sup>358</sup>

Interessanterweise hat dieses Baby, obwohl es eigenständig isst, sehr saubere Hände, keinen verschmierten Mund, kein Lätzchen um den Hals und kein Stückchen Obst neben den Teller fallen gelassen. Ohne ihm die Fähigkeit zur sauberen, eigenständigen Nahrungsaufnahme absprechen zu wollen, wirkt es doch so, als ob hier ein Baby dargestellt werden sollte, bei dem alles „richtig“ gemacht wurde. Die ausgewogene, gesunde Ernährung, die durch das Obst symbolisiert wird, macht es zu einem Vorzeigebaby, an dessen Erziehung bzw. Ernährung sich Eltern ein Beispiel nehmen können.

### 8.2.11 „Mutter durch Eizellspende“

*Phänomenebene:* Das querformatige Farbfoto zeigt drei Personen vor einem grünen Hintergrund. Links im Bild liegt eine Frau, bäuchlings und in die Kamera lachend, am gemähten Rasen. Sie stützt sich auf ihre Ellenbogen, während ihre Unterarme am Gras liegen. Auch ihre nackten Beine liegen überkreuzt in der Wiese. Sie hat braune kurze Haare, trägt ein hellblaues ärmelloses Kleid mit Blumenmuster, eine Armbanduhr an ihrer linken Hand und an beiden Ringfingern einen Ring. Rechts neben ihr liegt ein Mann, ebenfalls am Bauch, seine Unterarme auf die Wiese stützend. Die Frau hat ihre rechte Hand über seine linke Hand gelegt, während er seinen Kopf an ihren lehnt – den Blick lächelnd zur Kamera gewendet. Er trägt ein dunkelblaues Polohemd und einen Ring an seinem rechten Ringfinger. Auf seinem Rücken liegt ein ebenfalls in die Kamera lächelnder Bub, der sich an seinen Schultern festhält. Er hat blonde Haare und trägt ein oranges T-Shirt. Links im Bild steht folgender Text: „Am Ziel. Doris Müller, 37, hat Nico zwar geboren, ist aber nicht mit ihm verwandt. Die genetische Mutter, aus deren Eizelle Nico anonym entstand, hat sich optisch jedoch nicht durchgesetzt. Nico sieht aus wie sein Vater Bernhard, 40. Ein Geschwisterkind ist in Vorbereitung.“



Abb. 24: WOMAN, 2014. Heft 14, S. 34 (Foto: Ernst Kainerstorfer)

358 vgl. WOMAN (ohne AutorIn): Von Anfang an richtig essen!. In: WOMAN , 2014 (21). S. 142 ff.

*Bedeutungsebene:* Das Foto zeigt eine idyllische Familienszene: Doris, 37, Bernhard, 40 und ihr gemeinsamer Sohn Nico, 2 ½, liegen in ihrem Garten und demonstrieren Glück und Zusammenhalt. Ihren Sohn haben die beiden nicht auf „natürlichem“ Wege bekommen, sondern mithilfe einer anonymen Eizellspende aus Tschechien, da Doris, nachdem ihre Krebserkrankung erfolgreich geheilt wurde, unfruchtbar war. Sie zogen diese Alternative der Adoption eines Kindes vor, da auf diesem Wege Bernhard der genetische Vater sein und Doris eine Schwangerschaft erleben konnte. Die optische Ähnlichkeit zum Vater wird im dazugehörigen Artikel besonders betont.

*Dokumentebene:* Wie auch in dem Artikel über die Familie, die ein Mädchen aufgenommen hat, das von seiner Mutter verstoßen wurde („Ein Kind mit zwei Müttern“, WELT DER FRAU), wird unter dem „ganz normalen“ Familienfoto in großer Schrift betont, dass das Kind zwei Mütter hat. In diesem Fall wird einerseits die Frau, die die Eizelle spendete, und andererseits die Frau, die das Kind ausgetragen hat und nun mit ihrem Mann großzieht, als Mutter bezeichnet. Die Definition des Begriffes „Mutter“ wird dabei weiter gefasst, als im Duden, laut dem eine Frau, um Mutter zu sein, entweder ein Kind geboren, oder aufgenommen und aufgezogen haben muss.<sup>359</sup> Interessant ist aber, dass trotzdem in der Bildunterschrift betont wird, dass sich die Gene des Vaters im Gegensatz zu denen der Eizellspenderin stärker durchgesetzt haben und sich dies in der besonderen optischen Ähnlichkeit äußern würde. Tatsache ist allerdings, dass die Familie weder die Spenderin noch ihr genaues Aussehen kennt. Auch durch das Foto lässt sich keine außerordentliche Ähnlichkeit belegen – auf den ersten Blick fällt auf, dass der Sohn im Gegensatz zum Vater blonde Haare hat. Es stellt sich die Frage, ob die Familie die Eizellspenderin auch als „zweite Mutter“ bezeichnen würde.<sup>360</sup>

Eizellspende ist in Österreich noch immer ein Tabu-Thema dar und ist hierzulande außerdem verboten, was es nicht leichter macht, das Tabu aus dem Weg zu räumen. Frauen umgingen das Verbot bisher, indem sie zum Beispiel – wie Doris Müller – ins Nachbarland Tschechien führen, um den Eingriff dort vorzunehmen. Es wird allerdings auch in Österreich bereits über eine Legalisierung diskutiert – ein Gesetzesentwurf liegt vor.<sup>361</sup>

Zuletzt sei noch der Zusammenhang von Fruchtbarkeit und Identität angesprochen: Zu

---

359 vgl. Duden.de: Mutter, die. In: [http://www.duden.de/rechtschreibung/Mutter\\_Frau\\_Kinder\\_Natur](http://www.duden.de/rechtschreibung/Mutter_Frau_Kinder_Natur) (18.01.2015)

360 vgl. Tauscher, Christiane: Vater, Mütter, Kind. In: WOMAN, 2014 (14). S. 34 f.

361 vgl. Mauritz, Ernst: Fortpflanzung: Wenig Lust, viel Streit. 01.12.2014. In: <http://kurier.at/lebensart/gesundheit/streit-um-das-fortpflanzungsmedizingesetz-um-eizellspende-und-embryotests/99.987.613> (23.02.2015)

erfahren, dass man keine Kinder bekommen kann, ist für die allermeisten Betroffenen (egal ob Mann oder Frau) ein schwerer Schlag. Besonders problematisch ist, wenn diese Menschen dann fürchten müssen, von der Gesellschaft nicht als „ganze Frau“ oder „ganzer Mann“ wahrgenommen zu werden. Dadurch kann eine doppelte Belastung entstehen – unabhängig davon, ob die Person in ihrer Lebensplanung überhaupt Kinder vorgesehen hatte, oder nicht.

### 8.2.12 „Mutter eines Promis“

*Phänomenebene:* Diese Farbfotografie im Hochformat zeigt drei Personen, wobei eine sich so stark im Hintergrund befindet, dass außer ihrer blonden Haarfarbe kaum etwas auszumachen ist. Im Vordergrund steht rechts ein junger Mann, der direkt in die Kamera blickt und lacht. Seine kurzen, braunen Haare sind auf die linke Seite gekämmt, er trägt einen blauen Kapuzenpullover mit nicht lesbaren Schriftzeichen auf der linken Seite und darunter ein weißes Sweatshirt. Um seinen Hals hängen ein grünes und ein blaues Band, wobei an beiden ein foliertes Kärtchen hängt. Auch um den Hals der Frau, die sich links an ihn lehnt, hängen diese Bänder. Sie hat blonde, kurze Haare, und trägt außerdem Ohrringe, einen gemusterten Schal und eine graue Baumwolljacke über einer weißen Bluse. Sie lacht ebenfalls in die Kamera und hat ihre rechte Hand auf den Bauch des Mannes gelegt. An dieser Hand trägt sie ein silbernes Armband und einen Ring am Ringfinger – dessen Nagel rot-weiß-rot lackiert ist. Der Mann legt seinen linken Arm um ihre Schulter. Im Bild rechts steht die Bildunterschrift „Dreamteam. Gregor holt sich oft Rat von Mama Angelika. Zusammen sind sie Aushängeschild der 'Danke Mama'-Kampagne von 'P&G'. Ihren Ringfinger ließ sich Angelika Schlierenzauer vor Ort rot-weiß-rot lackieren.“. Ebenfalls ins Bild ragt die Überschrift des dazugehörigen Artikels: „Wir lassen uns nicht verbiegen!“.

*Bedeutungsebene:* Die abgebildeten Personen sind der erfolgreiche österreichische Skispringer Gregor Schlierenzauer und seine Mutter, Angelika Schlierenzauer, 52. Sie befinden sich in Sotschi, dem Austragungsort der Olympischen Winterspiele. Das Foto wurde



Abb. 25: WOMAN, 2014. Heft 5, S. 144  
(Foto: DPA Picture-Alliance/Kai-Uwe Wörner, Jungmann, Getty Images)

vor dem Skisprung-Bewerb aufgenommen, bei dem er als Favorit gewertet wurde. Dies drückt sich auch in dem erwartungsvoll-freudigen Gesichtsausdruck bei ihm und seiner Mutter aus. Dass der tatsächliche Ausgang des Wettkampfs für ihn enttäuschend sein wird, wissen sie noch nicht.<sup>362</sup> Die Mutter begleitet ihren Sohn zu den meisten Bewerben – sie kann ihren Stolz kaum verbergen: Sie hat sich den Nagel ihre Ringfingers, auf dem auch ihr Ehering steckt, in den Farben der österreichischen Flagge, rot-weiß-rot, lackieren lassen.<sup>363</sup>

*Dokumentebene:* Die Geste von Angelika Schlierenzauer wirkt einerseits – nach dem Moto: „Mamas ganzer Stolz“ - siegessicher und stolz. Ihre Hand, die sie auf seinen Bauch gelegt hat, markiert ihren „Besitz“: Der junge Mann, den alle so bewundern, ist *ihr* Sohn, den sie erzogen hat und in seinen Zielen unterstützt hat. Gleichzeitig signalisiert ihre Haltung auch, dass sie ihn beschützen will – und sei es nur vor zu vielen neugierigen Blicken. Sie steht ein paar Zentimeter vor ihm und stellt sich dadurch zwischen ihn und die BetrachterInnen. Ihre Schulter ist ebenfalls den BetrachterInnen zugewendet.

Das Foto zeigt die Mutter „*hinter*“ dem erfolgreichen Star – in ähnlicher Weise, wie man es von Darstellungen von der Frau *hinter* dem erfolgreichen Mann kennt: Sie werden als stille Förderinnen, Unterstützerinnen porträtiert, die im Hintergrund agieren und den Mann zu „dem machten, was er heute ist“. Der Vater von Gregor Schlierenzauer ist zum Beispiel nicht im Bild, obwohl er im Artikel als mindestens genauso eifriger Unterstützer beschrieben wird.

### 8.2.13 „Mutter und geschieden“

*Phänomenebene:* Diese hochformatige Farbfotografie zeigt eine Frau und ein Mädchen vor grünen Büschen. Die Frau steht seitlich von der Kamera abgewendet in der Mitte des Bildes und hebt das Mädchen mit ihrem rechten Arm hoch, während sie dessen Bein mit der linken Hand festhält. Ihre langen blonden Haare sind mit einer Spange zurückgesteckt, sie trägt ein blaues, kurzärmeliges Kleid mit Kragen, eine rote Kette und eine Armbanduhr. Sie hebt den Kopf leicht an und lacht in Richtung des Mädchens. Dieses ist blond und hat die Haare zu einem Zopf zusammengebunden. Es trägt ein buntes kurzes Kleid, eine Kette und eine Zahnsperre. Es lacht und hält seine Arme über seinem Kopf in die Luft. Seine nackten Füße hängen hinunter beziehungsweise werden von der Frau gehalten.

---

362 vgl. Datler, Markku: Schlierenzauer: „ÖSV-Material ist nicht up to date“. 16.02.2014. In: [http://diepresse.com/home/sport/olympia/1563464/Schlierenzauer\\_OSVMaterial-ist-nicht-up-to-date](http://diepresse.com/home/sport/olympia/1563464/Schlierenzauer_OSVMaterial-ist-nicht-up-to-date) (23.02.2015)

363 vgl. WOMAN (ohne AutorIn): „Wir lassen uns nicht verbiegen!“. In: WOMAN, 2014 (5). S. 144 ff.

*Bedeutungsebene:* Bei den zwei abgebildeten Personen handelt es sich um Karin Mayer, 43, und ihre achtjährige Tochter Nelina. Die beiden werden im Zuge einer Reportage über Frühchen, also Kinder, die vor ihrem errechneten Geburtstermin zur Welt kommen, porträtiert. Nelina wurde drei Monate zu früh geboren und verbrachte die Zeit bis zu ihrem eigentlichen Geburtstermin im Brutkasten – ihre Mutter wusste nicht, ob ihr Kind bleibende gesundheitliche Schäden davontragen, oder überhaupt überleben würde. Das Leben des Mädchens war jahrelang stark von den diversen Therapien geprägt, die sie wöchentlich machen musste, nun sind diese vorerst abgeschlossen. Karin Mayer ist geschieden.<sup>364</sup>



Abb. 26: WOMAN, 2014, Heft 16, S. 31 (Foto: Roland Unger)

*Dokumentebene:* Das Bild zeigt ein lebensfrohes Mädchen und seine starke Mutter – im wahrsten Sinne des Wortes. Karin Mayer zeigt ihre Stärke auch, indem sie ihre Tochter, scheinbar mit Leichtigkeit, in die Luft hebt und dabei lacht. Auch im übertragenen Sinn musste sie ihre Tochter manchmal durchs Leben tragen, etwa während der langen Therapiezeit, die für das Kind bestimmt nicht immereinfach war.

Karin Mayer wird wohlgermerkt als geschiedene Frau vorgestellt. Ihr Familienstand steht, wie bei den anderen porträtierten Frauen, direkt unter ihrem Namen. Sie verkörpert eine selbstständige, selbstbewusste und starke Frau – die Gründe für ihre Scheidung werden auch nicht weiter thematisiert. Scheidungen sind in Österreich seit Jahrzehnten nichts mehr Außergewöhnliches: In den 80ern und 90ern wurden pro Jahr 16.000 bis 18.000 Ehen geschieden, 2013 waren es ebenfalls rund 16.000 (dazwischen waren die Werte auch schon höher).<sup>365</sup> Warum der Familienstand überhaupt so explizit erwähnt wird, ist eine andere Frage, da für die Gespräche ohnehin nur die Mütter und ihr Frühchen getroffen wurden. Auch werden in den meisten Gesprächen keine PartnerInnen erwähnt.

364 vgl. Domiter, Katharina: Sooo groß sind wir schon. In: WOMAN, 2014 (16). S. 29 ff.

365 vgl. Statistik.at: Ehescheidungen. In: [http://www.statistik.at/web\\_de/statistiken/bevoelkerung/scheidungen/](http://www.statistik.at/web_de/statistiken/bevoelkerung/scheidungen/) (23.02.2015)

## 9 Ergebnisse

### 9.1 Zusammenfassung der Ergebnisse

Im Hinblick auf die beiden Forschungsfragen werden nun die Ergebnisse der ikonographisch-ikonologischen Analyse zusammengefasst und in einen Zusammenhang mit dem aktuellen Forschungsstand gebracht.

#### 9.1.1 Die Rolle und Aufgaben der Mütter

In den Beispieluntersuchungen von Mutterbildern in anderen Medien (Werbung, Kinderbücher, usw.) konnte man sehen, dass die Frau als Mutter in den 70er Jahren stark klischeehaft dargestellt wurde<sup>366</sup>: Ihre oberste Priorität war die Mutterschaft, sowie die Pflege ihrer Kinder und ihres Mannes. Mütter, die einer Erwerbsarbeit nachgingen, wurden großteils als überforderte, schlechte Mütter dargestellt, die sich in eine Sphäre vorgewagt haben, die nicht für sie geeignet ist. Von dem aktuellen Kampf der Frau für gerechtere Rahmenbedingungen und Selbstbestimmung gibt es kaum eine Spur. Röser stellt dies auch in der deutschen (klassischen) Frauenzeitschriften BRIGITTE bzw. in TINA auch noch in den 80er Jahren fest. Was die Rolle der Mutter betrifft, kann dies auch anhand der analysierten Bilder aus österreichischen Frauenzeitschriften aus dem Jahr 1974 bestätigt werden: Der Großteil der Mütter auf den untersuchten Bildern sind mit der Hausarbeit, ihren Kindern, oder beidem gleichzeitig beschäftigt. Letzteres trifft zum Beispiel auf Frau Blecha (DIE FRAU) zu, die mit ihren zwei Töchtern Schuhe putzt, aber in gewisser Weise auch auf Frau Wendebourg (WELT DER FRAU), die einkaufen geht, und aus diesem Grund eine Beaufsichtigung für ihre Kinder organisieren musste.

Zwar wird die Mutter nicht komplett in die häusliche Sphäre verbannt, doch muss man Hinweise auf emanzipierte Mütter manchmal direkt suchen: in zwei Fällen werden die Artikel mit mehreren Bildern illustriert, von denen dann auch eines die Mutter bei der Ausübung einer Erwerbsarbeit zeigt – allerdings nie ohne das obligatorische Bild mit den Kindern. Das ist zum Beispiel bei der Nationalratsabgeordneten Offenbeck (DIE FRAU), oder Frau Strasser (WELT DER FRAU) der Fall. In anderen Beispielen liefern erst die Texte zusätzliche Information, etwa, dass die abgebildete Mutter politisch aktiv ist/war (Frau Blecha, DIE FRAU).

---

<sup>366</sup> Zur Erinnerung: diese Untersuchungen beziehen sich nicht auf Mutterbilder im Sinne von Fotografien oder anderen bildlichen Darstellungen, sondern auf Mutterbilder, die auf Textebene transportiert werden.

Frau Strasser und Frau Blecha stellen aber die zwei Sonderfälle dar: nur bei ihnen wird auf zusätzlichen Bildern und im Text explizit gezeigt, dass sie arbeiten gehen. Beide werden trotzdem als „gute Mütter“ beschrieben: Bewiesen wird dies durch die harmonischen Abbildungen, die sie mit ihren Kindern zeigen. Die Tatsache, dass sie nicht rund um die Uhr bei ihren Kindern sind, wird ihnen nicht vorgeworfen.

Interessant ist dabei, dass die WELT DER FRAU, als Organ der katholischen Frauenbewegung, und DIE FRAU, als Organ der sozialistischen Frauenbewegung, zumindest auf Bildebene relativ ähnliche Rollenbilder und Aufgabenbereiche transportieren.

Vierzig Jahre später finden sich auf den analysierten Bildern keine Spuren von Hausarbeit mehr. Keine der abgebildeten Mütter putzt, kocht, oder geht einkaufen – zumindest nicht am Bild selbst (in den dazugehörigen Artikeln ist durchaus ab und zu von diversen Hausarbeiten die Rede).

Auf zwei der untersuchten Fotografien sind sogar Mütter ohne Kinder abgebildet: in beiden Fällen wird die Rolle der Frau als Mutter kritisch hinterfragt: am Beispiel der „gestressten Supermama“ Stampfl-Slupetzky wird die Doppelbelastung und die Erwartung von Perfektion in beiden Rollen thematisiert. Im zweiten Fall (chinesisches Frauennetzwerk) ist der dazugehörige Bericht zwar ein Plädoyer für Vollzeitmutterschaft, aber unter anderen Voraussetzungen als in Österreich. Beide Beispiele stammen aus WELT DER FRAU.

Die restlichen Bilder sind Darstellungen von Familien oder Müttern mit Kindern. Es gibt aber auffällige Unterschiede im Gegensatz zu vergleichbaren Motiven aus dem Jahr 1974. Zum Beispiel agiert in mehreren Fällen auch – oder nur – der Vater mit dem Kind: Indem er es aufhebt, wie etwa Marco (WELT DER FRAU), oder umarmt, wie Beslim Miftari (WOMAN). Außerdem wird in mehr Fällen als 1974 das Thema Arbeit angesprochen – allerdings nur in textlicher Form. Auf den analysierten Bildern finden sich keine Hinweis auf eine Erwerbsarbeit von Müttern. Bis auf eine Ausnahme: auf einem Bild wird symbolisch angesprochen, was Mütter alles leisten müssen. Das Bild der „gestressten Supermama“ (WELT DER FRAU) soll vermitteln, dass die porträtierte Frau viele Aufgaben erfüllt: dazu gehört auch, arbeiten zu gehen.

Auf Symbolfotos für Artikel, die über die Gesundheit oder die Pflege von Kindern berichten, sind in allen beobachteten Fällen nur Mütter zu sehen. Diese Bilder wurden wohlgermerkt alle in Ausgaben aus dem Jahr 2014 gefunden. Als Beispiel wurde ein Bild analysiert, bei dem es um die gesunde Ernährung von Kindern geht. Das Interessante ist, dass es sich dabei nicht um

Artikel handelt, die das Wohl der Mutter thematisieren (wie es etwa im Falle des Bildes in DIE FRAU ist), sondern das Wohl des Kindes. Es könnte also genauso gut ein Mann oder ein Paar bei der Pflege, dem Füttern, oder dem Liebkosen eines Babys dargestellt werden.

### 9.1.2 Lebensrealitäten der Mütter

Mit Lebensrealität kann selbstverständlich nur das gemeint sein, was auf dem Bild oder durch einen Zusammenhang erkennbar ist. Ist eine abgebildete Mutter zum Beispiel als Demonstrantin sehr aktiv, ohne dass sie dafür in der Öffentlichkeit bekannt ist und ohne dass dies am Bild oder im dazugehörigen Text thematisiert wird, erfahren dies weder die LeserInnen der Frauenzeitschrift, noch die Person, die das Bild analysiert.

In diesem Sinne begegnet man auf den Bildern aus dem Jahr 1974 folgenden Lebensrealitäten: Zum einen gibt es die Mutter, die über die Pflege ihrer Kinder und/oder Hausarbeit charakterisiert wird. Diese tritt alleine auf den analysierten Bildern vier Mal in Erscheinung. Eine dieser Mütter (Ilse Blecha) wird übrigens aufgrund ihrer „Funktion“ als Frau eines prominenten Mannes vorgestellt.

Die genannten sind nicht die einzigen Bilder, auf denen Hausarbeit oder Kinderpflege thematisiert wird, jedoch stehen in den anderen Fällen andere Themen im Vordergrund. Zum Beispiel wird mit Frau Offenbeck (DIE FRAU) eine berufstätige, emanzipierte, politisch aktive und prominente Frau porträtiert. In WELT DER FRAU wird außerdem eine Mutter dargestellt, seit mehreren Jahren Witwe ist und alleine für ihre sechs Kinder sorgt. Mit Gudrun Bilgeri (WELT DER FRAU) lernen die LeserInnen eine Adoptivmutter kennen, die mit ihrem Mann ein Kind aufgenommen hat, das von seiner biologischen Mutter verstoßen wurde. Berta Strasser (WELT DER FRAU) gibt schließlich Einblick in den Alltag einer blinden Mutter.

In WELT DER FRAU lernen die LeserInnen zumindest fünf ganz individuell präsentierte Mütter kennen: Da gibt es die Mutter, die zwischen Arbeit, Kindererziehung und Haushalt nur wenig Zeit für sich selbst hat, oder jene Mutter, die berufstätig ist und sich für das Leben am Land entschieden hat. Außerdem sind da die geschiedene Mutter, deren Kind das Asperger-Syndrom hat, die Mutter, die sich in einer unsicheren Wohnsituation befindet, sowie die Mütter, die in China dafür kämpfen, Vollzeitmütter sein zu dürfen. In der Zeitschrift WOMAN kommen noch einige dazu: Die prominente Mutter<sup>367</sup>, die Mutter, die seit ihrer Kindheit hör- und sehbehindert ist, die Frau, die in einem relativ hohen Alter Mutter geworden ist und einen

---

<sup>367</sup> Insgesamt fiel war in der WOMAN die große Zahl an prominenten Müttern besonders auffällig.

gerade erst volljährigen Ehemann hat, die Frau die unfruchtbar ist und dank einer Eizellspende Mutter werden konnte, oder die geschiedene Mutter, die lange Zeit um die Gesundheit ihres Kindes bangen musste.

Daneben gibt es auch, wie im Jahr 1974 die Mutter, die nur durch die Fürsorge für ihr Kind charakterisiert wird (WOMAN), sowie die Frau, die in ihrer „Funktion“ als Mutter eines prominenten Mannes vorgestellt wird.

Manche der Darstellungen, auf denen nur Frauen mit Kindern zu sehen sind, thematisieren, dass bzw. warum kein Mann abgebildet ist. In den Zeitschriften aus dem Jahr 2014 wird dies etwa durch die Scheidung begründet (teilweise inklusive Scheidungsgrund). In einem anderen Fall wird der Vater als „nicht der Rede wert“<sup>368</sup> bezeichnet. 1974 wird die Abwesenheit des Mannes durch seinen Arbeitsplatz oder seinen Tod begründet – Scheidungen oder Trennungen werden nicht erwähnt. Dies könnte zum Beispiel daran liegen, dass Scheidungen, weil sie 1974 noch nicht so akzeptiert waren wie heute, einfach nicht erwähnt wurden, um die Frau nicht in die Situation zu bringen, sich dafür rechtfertigen zu müssen. Abgesehen davon, dass sich eigentlich niemand dafür rechtfertigen sollen muss, gerade in keiner Beziehung zu leben.

Was im Vergleich zwischen den Untersuchungszeiträumen sofort auffällt, ist, dass 2014 vielfältigere Lebensrealitäten von Müttern dargestellt werden als 1974. Mit beinahe jedem der 13 analysierten Bilder wird eine andere Geschichte erzählt.

Anzumerken ist auch, dass sich unter den porträtierten Müttern nur im Jahr 2014 Migrantinnen befanden – dafür gleich mehrere. Themen wie Homosexualität oder Transgender dagegen werden im Zusammenhang mit Mutterschaft 1974 und 2014 nicht einmal angedeutet.

Insgesamt kann man sagen, dass Mutterschaft in den allermeisten Fällen im Zusammenhang mit besonderen „Schicksalen“ oder Prominenz thematisiert wird. Seltener sind Artikel und Bilder, bei denen es vorrangig um Erziehungsratschläge oder die Reflexion der gesellschaftlichen Rolle von Müttern im Allgemeinen.

## **9.2 Resümee und Ausblick**

Die vorliegende Arbeit zeigt, dass sich die bildliche Darstellung von Müttern in den untersuchten Frauenzeitschriften zwischen 1974 und 2014 verändert hat: Während zum

---

<sup>368</sup> vgl. Karin Steger im Gespräch: WOMAN (ohne AutorIn): „Karriere & Kind geht sich nicht aus!“ In: WOMAN, 2014 (18). S. 34 (das dazugehörige Bild wurde nicht analysiert)

Beispiel das Motiv „Mutter bei der Hausarbeit“ auf den analysierten Bildern des Jahres 1974 ein selbstverständliches war, findet man solche Darstellungen im Jahr 2014 nicht mehr. Auch in der Realität gab es diesbezüglich Fortschritte – allerdings kleinere, als man denken könnte: Bis heute erledigen Frauen in gemeinsamen Haushalten den Großteil der Hausarbeiten und opfern mehr Zeit dafür auf – unabhängig davon, ob sie einer Erwerbsarbeit nachgehen oder nicht.<sup>369</sup>

Weiters wird Mutterschaft im Jahr 2014 verstärkt im Zusammenhang mit einer bestimmten Geschichte thematisiert: Dadurch wird vor allem gezeigt, dass Mutter nicht gleich Mutter ist und sich nicht nur durch die Erziehung ihres Kindes auszeichnet. Wie alle anderen Menschen haben auch Mütter Wünsche, Überzeugungen, individuelle Stärken und Schwächen, Vorlieben, Hobbies und Berufe. Sie können genauso Schicksalsschläge erleiden oder besondere Erfolge erzielen. Der einzige Unterschied: sie haben ein Kind zur Welt gebracht, oder aufgenommen und aufgezogen.

Mutterschaft kann und soll thematisiert werden und natürlich wird es dabei immer auch um Kinder gehen, weil der Begriff „Mutter“ dies impliziert. Die Frage ist nur, wie die Präsentation aussieht. Dass es möglich ist, Mutterschaft abzubilden, ohne, dass diese automatisch im Zentrum steht, zeigt folgendes Beispiel: Auf den untersuchten Bildern aus dem Jahr 2014 werden auf den Mutter-Bildern zum Beispiel vermehrt auch Männer bzw. Väter gezeigt, die Kinder tragen oder umarmen, während auf den Fotos aus dem Jahr 1974 nur sehr wenige und „zaghaftere“ Berührungen beobachtet werden konnten (etwa das Halten der Hand). Auf ähnliche Weise sollte auch mit der noch immer vorhandenen Sonderstellung der Mutter im Bereich der Kinderpflege umgegangen werden. An dieser Stelle sind JournalistInnen, HerausgeberInnen, aber auch kritische LeserInnen gefragt.

Dieser Punkt wäre auch für eine Forschungsarbeit im Bereich der Wirkungsforschung interessant: Dazu könnte man zum Beispiel Männer und Frauen mit (Medien-)Bildern von Müttern – oder auch Vätern – konfrontieren und untersuchen, was sie mit diesen Darstellungen assoziieren.

---

<sup>369</sup> vgl. Koschnitzke, Lukas: Haushalt bleibt Frauensache. 10.03.2015. In: <http://www.zeit.de/karriere/2014-03/hausarbeit-frauen-international-vergleich> (21.03.2015) Unter diesem Link werden einige aktuelle Studien zusammengefasst. Die Zahlen wurden zwar für Deutschland erhoben, die Verhältnisse entsprechen aber ungefähr jenen in Österreich.

## 10 Quellenverzeichnis

Alfermann, Dorothee: Geschlechterrollen und geschlechtstypisches Verhalten. Stuttgart/Berlin/Köln: Kohlhammer, 1996.

Angerer, Marie-Luise/Dorer, Johanna (Hrsg.): Gender und Medien. Theoretische Ansätze, empirische Befunde und Praxis der Massenkommunikation. Ein Textbuch zur Einführung. Wien: Braumüller Universitäts-Verlag, 1994.

Appelt, Erna/Lösch, Andrea/Prost, Edith (Hrsg.): Stille Reserve. Erwerbslose Frauen in Österreich. Wien: Verlag für Gesellschaftskritik, 1987.

Autorinnengruppe Uni Wien: Das ewige Klischee. Zum Rollenbild und Selbstverständnis bei Männern und Frauen. Wien/Köln/Graz: Hermann Böhlau Nachf., 1981.

Badinter, Elisabeth: Der Konflikt. Die Frau und die Mutter. München: Deutscher Taschenbuch Verlag, 2012. (aus dem Französischen von Ursula Held und Stephanie Singh)

Bär, Maria: Zeitschriften für die Ware Leserin. In: Medium, 1978 (12), S. 12-16.

Beck-Gernsheim, Elisabeth: Frauen zwischen Kinderwunsch und Unabhängigkeit. München: Verlag C.H. Beck, 1997 (3., durchgesehene und erweiterte Auflage)

Beck-Gernsheim, Elisabeth: Vom „Dasein für andere“ zum Anspruch auf ein Stück „eigenes Leben“: Individualisierungsprozesse im weiblichen Lebenszusammenhang. In: Soziale Welt, 1983(3). S. 307-340

Becker-Schmidt, Regina/Knapp, Gudrun-Axeli: Feministische Theorien zur Einführung. Hamburg: Junius Verlag, 2000.

Berger, Peter L./Luckmann, Thomas: Modernität, Pluralismus und Sinnkrise. Die Orientierung des modernen Menschen. Gütersloh: Bertelsmann, 1995.

Blum, Joachim/Bucher, Hans-Jürgen: Die Zeitung: Ein Multimedium. Textdesign – ein Gestaltungskonzept für Text, Bild und Grafik. Konstanz: UVK Medien, 1998.

Bogensberger, Regine: Supermama, leicht gestresst. In: WELT DER FRAU, 1974 (1). S. 12-19

Bolognese-Leuchtenmüller, Birgit: Unterversorgung und mangelnde Betreuung der Kleinkinder in den Unterschichtenfamilien als soziales Problem des 19. Jahrhunderts. In: Knittler, Herbert (Hrsg.): Wirtschafts- und sozialhistorische Beiträge. Festschrift für Alfred Hoffmann. Wien: Verlag für Geschichte und Politik, 1979.

Bolognese-Leuchtenmüller, Birgit: Zwischen Anforderung, Anpassung und Alternativen – Überlegungen zur gegenwärtigen Rollenteilung in der Familie. In: Autorinnengruppe Uni Wien: Das ewige Klischee. Wien, Köln, Graz: Hermann Böhlau Nachf., 1981. S. 132-154

Brosius, Hans-Bernd/Esser, Frank: Mythen in der Wirkungsforschung: Auf der Suche nach

dem Stimulus-Response-Modell. In: Publizistik, 1998 (4). S. 341-361

Burkart, Roland: Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft. Wien/Köln/Weimar: Böhlau Verlag, 2002. (4., überarbeitete und aktualisierte Auflage)

Caesar, Beatrice: Autorität in der Familie. Ein Beitrag zum Problem schichtenspezifischer Sozialisation. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt, 1972.

Chodorow, Nancy: Das Erbe der Mütter. Psychoanalyse und Soziologie der Geschlechter. München: Verlag Frauenoffensive, 1985. (deutsche Übersetzung der Erstauflage aus 1978: Gitta Mühlen-Achs)

Cornelißen, Waltraud: Die geschlechtsspezifische Rezeption von Männer- und Frauenbildern im deutschen Fernsehen. In: Angerer, Marie-Luise/Dorer, Johanna (Hrsg.): Gender und Medien. Theoretische Ansätze, empirische Befunde und Praxis der Massenkommunikation. Ein Textbuch zur Einführung. Wien: Braumüller Universitäts-Verlag, 1994. S. 181-185

Dahlström, Edmund: Familie und Arbeit der Ehefrau. In: Simitis, Spiros/Zenz, Gisela (Hrsg.): Seminar: Familie und Familienrecht. Band 1. Frankfurt/Main: Suhrkamp, 1975. S. 212-229

Derka, Hedwig: Österreichische Frauenzeitschriften. Eine Kommunikationswissenschaftliche Analyse der Forschungslage mit einer empirischen Erhebung des Bestandes. Wien: Diplomarbeit (kein Verlag), 1991.

Deutsch-Schreiner, Evelyn: Blonde Mütter für das Reich? Zum Bild der Mutter auf dem NS-Theater. In: Möhrmann, Renate: Verklärt, verkitscht, vergessen. Die Mutter als ästhetische Figur. Stuttgart, Weimar: Metzler, 1996. S. 242-259

DIE FRAU (keine AutorIn): Hausfrauen leben gefährlich. In: DIE FRAU, 1974 (39).

DIE FRAU (ohne AutorIn): Ihr Hobby heißt Familie. In: DIE FRAU, 1974 (39).

Doelker, Christian: Ein Bild ist mehr als ein Bild. Visuelle Kompetenz in der Multimedia-Gesellschaft. Stuttgart: Klett-Cotta, 2002. (3., durchgesehene Auflage)

Domiter, Katharina: Eine besondere Familie. In: WOMAN, 2014 (3).

Doppler, Renate: Eine Frau wie jede andere. In: WELT DER FRAU, 1974 (12). S. 10 ff.

Dörfler, Maria: Mütter und Mutterbilder. In: Vavra, Elisabeth (Hrsg.): Familie: Ideal und Realität. Niederösterreichische Landesausstellung '93, Barockschloß Riegersburg. Horn: Berger, 1993. S. 32-47

Dovifat, Emil (Hrsg.): Handbuch der Publizistik. Band 1, Allgemeine Publizistik. Berlin, Walter de Gruyter & Co, 1968.

Duncum, Paul: Visual Culture Isn't Just Visual: Multiliteracy, Multimodality and Meaning. In: Studies in Art Education, 2004 (3). S. 252-264

Duske, Dagmar: ...Und ewig lockt das Gleiche. Strategien und Inhalte kommerzieller Frauenzeitschriften. In: Schmerl, Christiane: In die Presse geraten. Darstellung von Frauen in der Presse und Frauenarbeit in den Medien. Köln/Wien: Böhlau, 1985. S. 101-118.

Duske, Dagmar: Gegen Markt-Gesetz und Männer-Ordnung. Emma behauptet sich. In: medium, 1977 (7). S. 16-19

Ennen, Edith: Frauen im Mittelalter. München: Beck, 1994. (5., überarbeitete und erweiterte Auflage)

Goffman, Erving: Geschlecht und Werbung. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1981. (Originaltitel: Gender Advertisements; aus dem Amerikanischen: Thomas Lindquist)

Gottgetreu, Sabine: Traum-Mütter und Mütter-Träume. Das Beispiel der Nivea-Werbung. In: Möhrmann, Renate: Verklärt, verkitscht, vergessen. Die Mutter als ästhetische Figur. Stuttgart (u.a.): Metzler, 1996. S. 275-294

Gottschlich, Maximilian: Massenkommunikationsforschung. Theorienentwicklung und Problemperspektiven. Wien: Braumüller, 1987.

Grittmann, Elke: Fotojournalismus und Ikonographie. Zur Inhaltsanalyse von Pressefotos. In: Wirth, Werner/Lauf, Edmund (Hrsg.): Inhaltsanalyse: Perspektiven, Probleme, Potentiale. Köln: Halem, 2001. S. 262-279

Gusenbauer, Bianca: Feminismus auf Chinesisch. In: WELT DER FRAU, 2014 (2).

Haacke, Wilmont: Die Zeitschrift – Schrift der Zeit. Essen: Stamm, 1961.

Heinrich, Jürgen: Medienökonomie. Band 1: Mediensystem, Zeitung, Zeitschrift, Anzeigenblatt. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 2001. (2., überarbeitete und aktualisierte Auflage)

Hervé, Florence: Mutter. In: Hervé, Florence/Steinmann, Elly/ Wurms, Renate (Hrsg.): Das Weiberlexikon. Köln: PapyRossa. 1994. S. 361-364

Hervé, Florence/Steinmann, Elly/ Wurms, Renate (Hrsg.): Das Weiberlexikon. Köln: PapyRossa. 1994.

Hess, Henner: Ein soziologischer Bezugsrahmen für die Massenkommunikationsforschung. In: Publizistik, 1969 (3). S. 277-286

Holzer, Horst: Kommunikationssoziologie. Hamburg: Rowohlt, 1973.

Hömberg, Walter/Neuberger, Christoph: Experten des Alltags. Ratgeberjournalismus und Rechercheanzeigen. Eichstätt: Katholische Universität Eichstätt, Diplom-Studiengang Journalistik, 1995.

Hömberger, Walter/Weber, Thomas: „Ich bin immer für Sie da“. Lebenshilfe in Publikumszeitschriften. Eichstätt: (kein Verlag), 1998.

Howe, Florence: Sexual Stereotypes Start Early. In: Saturday Review, 1971(42), S. 76-82.

I.N.: Kosmetik für junge Mütter. In: DIE FRAU, 1974 (6).

Issing, Ludwig J./Klimsa, Paul (Hrsg.): Information und Lernen mit Multimedia und Internet. Lehrbuch für Studium und Praxis. Weinheim: Beltz/PVU, 2002. (3., vollständig überarbeitete Auflage)

Kaemmerling, Ekkehard (Hrsg.): Ikonographie und Ikonologie. Theorien – Entwicklung – Probleme. Bildende Kunst als Zeichensystem. (Band 1). Köln: DuMont, 1991.

Kaiser, Marion: Die „modernen“ Frauenzeitschriften und ihre Leserinnen. Wien: Diplomarbeit (kein Verlag), 1998.

Kehle, Herta: Die Frauenzeitschrift. Ihre Anfänge und ihre Entwicklung in Österreich. Wien: Dissertation (kein Verlag), 1952.

Keller, Ilse: Die Frauen der Erfolgreichen. In: DIE FRAU, 1974 (5).

Klaus, Elisabeth: Kommunikationswissenschaftliche Geschlechterforschung. Zur Bedeutung der Frauen in den Massenmedien und im Journalismus. Wien: Lit Verlag, 2005 (aktualisierte und korrigierte Neuauflage).

Knittler, Herbert (Hrsg.): Wirtschafts- und sozialhistorische Beiträge. Festschrift für Alfred Hoffmann. Wien: Verlag für Geschichte und Politik, 1979.

Krainer, Larissa: Österreichische Frauenzeitschriften: zwischen Kommerz- und Alternativmedien. Klagenfurt: Drava-Verlag, 1995.

Kuba, Katrin: „Noch ein Kind..Wäre schön!“. In: WOMAN, 2014 (14).

Langenbucher, Wolfgang R. (Hrsg.): Zur Theorie der politischen Kommunikation. München: Piper, 1974.

Langer-El Sayed, Ingrid: Frau und Illustrierte im Kapitalismus. Die Inhaltsstruktur von illustrierten Frauenzeitschriften und ihr Bezug zur gesellschaftlichen Wirklichkeit. Köln: Pahl-Rugenstein Verlag, 1971.

Lindgens, Monika: Der Markt der Frauenzeitschriften in der Bundesrepublik: Eine Bestandsaufnahme und Analyse der Entwicklungstendenzen. In: Media Perspektiven, 1982 (5). S. 336-348.

Lobinger, Katharina: Visuelle Kommunikationsforschung. Wiesbaden: Springer, 2012.

Lobinger, Katharina: Welche Rolle spielen Bilder in der Medienberichterstattung. In: Schäfer, Mike S./Schlichting, Inga (Red.): 50 Fragen, 50 Antworten, 50 Jahre DGPK. Eichstätt (u.a.): Hofmann, 2013. S. 18-19

Luca, Renate: Medien und weibliche Identitätsbildung. Körper, Sexualität und Begehren in Selbst- und Fremdbildern junger Frauen. Frankfurt/New York: Campus Verlag, 1998.

- Manz, Wolfgang: Das Stereotyp. Zur Operationalisierung eines sozialwissenschaftlichen Begriffs. Meisenheim am Glan: Verlag Anton Hain, 1968.
- Maletzke, Gerhard: Bausteine zur Kommunikationswissenschaft. 1949-1984. Berlin: Volker Spiess, 1984.
- Martens, Wolfgang: Die Botschaft der Tugend. Die Aufklärung im Spiegel der deutschen moralischen Wochenschriften. Stuttgart: J.B. Metzlersche Verlagsbuchhandlung, 1968.
- Merten, Klaus: Einführung in die Theorie, Methode und Praxis. Opladen: Westdeutscher Verlag, 1995. (2., verbesserte Auflage)
- Mitchell, W.J.T: Was ist ein Bild? In: Volker, Bohn (Hrsg.): Bildlichkeit: Internationale Beiträge zur Poetik. Frankfurt/Main: Suhrkamp, 1990. S. 17-68
- Mixa, Franz: Die ersten Wiener Frauenzeitschriften des 18. Jahrhunderts als Zeitdokumente. Wien: Dissertation (kein Verlag), 1969.
- Mühlen Achs, Gitta: Geschlecht bewusst gemacht. Körpersprachliche Inszenierungen. Ein Bilder- und Arbeitsbuch. München: Verlag Frauenoffensive, 1998.
- Müller, Marion G.: Grundlagen der visuellen Kommunikation. Theorieansätze und Analysemethoden. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft, 2003.
- Möhrmann, Renate: Verklärt, verkitscht, vergessen. Die Mutter als ästhetische Figur. Stuttgart, Weimar: Metzler, 1996.
- Neyer, Gerda: Familialisierungsstrategien: Mutterschaft als Gegenstand staatlicher Politik. In: Appelt, Erna/Lösch, Andrea/Prost, Edith (Hrsg.): Stille Reserve. Erwerbslose Frauen in Österreich. Wien: Verlag für Gesellschaftskritik, 1987. S. 89-106
- Noelle-Neumann, Elisabeth: Kumulation, Konsonanz und Öffentlichkeitseffekt. Ein neuer Ansatz zur Analyse der Wirkung der Massenmedien. In: Gottschlich, Maximilian: Massenkommunikationsforschung. Theorienentwicklung und Problemperspektiven. Wien: Braumüller, 1987. S. 155-181
- Oechsle, Mechtild/Geissler, Birgit (Hrsg.): Die ungleiche Gleichheit. Junge Frauen und der Wandel im Geschlechterverhältnis. Opladen: Leske + Budrich, 1998.
- Oechsle, Mechtild: Ungelöste Widersprüche: Leitbilder für die Lebensführung junger Frauen. In: Oechsle, Mechtild/Geissler, Birgit (Hrsg.): Die ungleiche Gleichheit. Junge Frauen und der Wandel im Geschlechterverhältnis. Opladen: Leske + Budrich, 1998. S. 185-200
- Pandel, Hans-Jürgen: Bildlichkeit und Geschichte. In: Geschichte lernen, 1988 (5). S. 10-18
- Panofsky, Erwin: Ikonographie und Ikonologie. In: Kaemmerling, Ekkehard (Hrsg.): Ikonographie und Ikonologie. Theorien – Entwicklung – Probleme. Bildende Kunst als Zeichensystem. (Band 1). Köln: DuMont, 1991. S. 207-225 (bereits veröffentlicht: 1939/1955)

- Panofsky, Erwin: Zum Problem der Beschreibung und Inhaltsdeutung von Werken der bildenden Kunst. In: Kaemmerling, Ekkehard (Hrsg.): Ikonographie und Ikonologie. Theorien – Entwicklung – Probleme. Bildende Kunst als Zeichensystem. (Band 1). Köln: DuMont, 1991. S. 185-206 (bereits veröffentlicht: 1932/1964)
- Prónay, Inge: Denk- und Merkwürdigkeiten zum Bild der Frau in österreichischen Schulbüchern. In: Autorinnengruppe Uni Wien: Das ewige Klischee. Zum Rollenbild und Selbstverständnis bei Männern und Frauen. Wien/Köln/Graz: Hermann Böhlaus Nachf., 1981. S. 276-304
- Quasthoff, Uta: Soziales Vorurteil und Kommunikation – Eine sprachwissenschaftliche Analyse des Stereotyps. Ein interdisziplinärer Versuch im Bereich von Linguistik, Sozialwissenschaft und Psychologie. Frankfurt am Main: Fischer, 1973.
- Ronneberger, Franz (Hrsg.): Sozialisation durch Massenkommunikation. Stuttgart: Enke, 1971.
- Ronneberger, Franz: Sozialisation durch Massenkommunikation. In: Ronneberger, Franz (Hrsg.): Sozialisation durch Massenkommunikation. Stuttgart: Enke, 1971. S. 32-101
- Ronneberger, Franz: Die politischen Funktionen der Massenkommunikation. In: Langenbucher, Wolfgang R. (Hrsg.): Zur Theorie der politischen Kommunikation. München: Piper, 1974. S. 193-205.
- Röser, Jutta: Frauen-Medien-Forschung. Graue Literatur 1980-1992: eine kommentierte Bibliographie. Münster: agenda Verlag, 1993.
- Röser, Jutta: Frauenzeitschriften und weiblicher Lebenszusammenhang. Themen, Konzepte und Leitbilder im sozialen Wandel. Opladen: Westdeutscher Verlag, 1992.
- Schäfer, Mike S./Schlichting, Inga (Red.): 50 Fragen, 50 Antworten, 50 Jahre DGPK. Eichstätt (u.a.): Hofmann, 2013.
- Schenk, Herrad: Wie viel Mutter braucht der Mensch. Der Mythos der guten Mutter. Hamburg: Rohwohlt, 1998.
- Schilcher, Anita: Geschlechtsrollen, Familie, Freundschaft und Liebe in der Kinderliteratur der 90er Jahre. Studien zum Verhältnis von Normativität und Normalität im Kinderbuch und zur Methodik der Werteerziehung. Frankfurt am Main: Peter Lang, 2001.
- Schmerl, Christiane: In die Presse geraten. Darstellung von Frauen in der Presse und Frauenarbeit in den Medien. Köln/Wien: Böhlau, 1985.
- Schmid, Gilbert: Lebensberatung durch Publikumszeitschriften – Konkurrenz oder Chance für kirchliche Pastoral? Frankfurt/Main: Haag+Herchen, 1979.
- Schulz, Winfried: Bedeutungsvermittlung durch Massenkommunikation. In: Publizistik, 1974 (2). S. 148-164
- Sigl, Maria: Stadt oder Land? In: WELT DER FRAU, 2014 (2).

Simitis, Spiros/Zenz, Gisela (Hrsg.): Seminar: Familie und Familienrecht. Band 1. Frankfurt/Main: Suhrkamp, 1975.

Starkulla, Heinz: Publizistik und Kommunikation. Ein Beitrag zur wissenschaftlichen Erkenntnis der kommunikativen Wirklichkeit. In: Publizistik, 1963 (5). S. 562-571

Stemmer, Martina: Ratgeberjournalismus in österreichischen Frauenzeitschriften. Wien: Diplomarbeit (kein Verlag), 2004.

Tauzher, Christiane: Vater, Mütter, Kind. In: WOMAN, 2014 (14).

Ulze, Harald: Frauenzeitschrift und Frauenrolle. Eine aussagenanalytische Untersuchung der Frauenzeitschriften BRIGITTE, FREUNDIN, FÜR SIE und PETRA. Berlin: Spiess, 1977.

Vavra, Elisabeth (Hrsg.): Familie: Ideal und Realität. Niederösterreichische Landesausstellung '93, Barockschloß Riegersburg. Horn: Berger, 1993.

Volker, Bohn (Hrsg.): Bildlichkeit: internationale Beiträge zur Poetik. Frankfurt/Main: Suhrkamp, 1990.

Wakonig, Jutta: Frauenzeitschriften und Frauenbilder. Eine inhaltsanalytische Untersuchung zur Darstellung von Frauen in den Frauenzeitschriften „Stimme der Frau“, „Welt der Frau“, und „Wienerin“. Mit einer Bestandsanalyse des österreichischen Frauenzeitschriftenmarktes unter Miteinbeziehung der deutschen Overflowmedien. Wien: Diplomarbeit (kein Verlag), 1993.

Weidenmann, Bernd: Multicodierung und Multimodalität im Lernprozess. In: Issing, Ludwig J./Klimsa, Paul (Hrsg.): Information und Lernen mit Multimedia und Internet. Lehrbuch für Studium und Praxis. Weinheim: Beltz/PVU, 2002. (3., vollständig überarbeitete Auflage) S. 45-64

WELT DER FRAU (ohne AutorIn): Can ist anders. In: WELT DER FRAU, 2014 (7/8).

WELT DER FRAU (ohne AutorIn): Ein Kind mit zwei Müttern. In: WELT DER FRAU, 1974 (10).

WELT DER FRAU (ohne AutorIn): Irgendwo mein Leben. In: WELT DER FRAU, 2014 (7/8).

WELT DER FRAU (ohne AutorIn): Leih-Omas. In: WELT DER FRAU, 1974 (9).

WELT DER FRAU (ohne AutorIn): Plötzlich allein. In: WELT DER FRAU, 1974 (9).

WELT DER FRAU (keine AutorIn): Wohlbehagen oder Spannung. In: WELT DER FRAU, 1974 (1).

Wiling, Thomas: Strukturen lokaler Nachrichten: eine empirische Untersuchung von Text- und Bildberichterstattung. München/New York/London/Paris: Saur, 1990.

Wischermann, Ulla: Interaktion von Öffentlichkeiten. Zur Geschichte der Frauenpresse im 18.

und 19. Jahrhundert. In: Klaus, Elisabeth/Röser, Jutta/Wischermann, Ulla (Hrsg.): Kommunikationswissenschaft und Gender Studies. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 2002. S. 212-240.

WOMAN (ohne AutorIn): „Schlaf ist zum Luxus geworden!“. 2014. In: WOMAN, 2014 (1).

WOMAN (ohne AutorIn): „Karriere & Kind geht sich nicht aus!“. In: WOMAN, 2014 (18).

WOMAN (ohne AutorIn): „Wir lassen uns nicht verbiegen!“. In: WOMAN, 2014 (5).

WOMAN (ohne AutorIn): Von Anfang an richtig essen!. In: WOMAN, 2014 (21).

## 10.1 Internetquellen

Arbeiterkammer. In:  
<http://wien.arbeiterkammer.at/beratung/berufundfamilie/karenz/index.html> (18.02.2015)

Bertelsmann.de: Bertelsmann übernimmt Gruner + Jahr vollständig. 06.10.2014. In:  
<http://www.bertelsmann.de/news-und-media/nachrichten/bertelsmann-uebernimmt-gruner-jahr-vollstaendig.jsp> (17.02.2015)

Bindungsanalyse.at (ohne Titel) In: <http://www.bindungsanalyse.at/kontaktadressen/mag-veronika-stampfl-slupetzky/> (21.02.2014)

Bundesgesetzblatt für die Republik Österreich. 31.07.1975. In:  
[https://www.ris.bka.gv.at/Dokumente/BgblPdf/1975\\_412\\_0/1975\\_412\\_0.pdf](https://www.ris.bka.gv.at/Dokumente/BgblPdf/1975_412_0/1975_412_0.pdf) (18.02.2015)

Bundeskanzleramt Rechtsinformationssystem. In: <https://www.ris.bka.gv.at/Dokument.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Dokumentnummer=NOR12029640> (18.02.2015)

Bundeskanzleramt Rechtsinformationssystem. In:  
<https://www.ris.bka.gv.at/GeltendeFassung.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Gesetzesnummer=20003395> (18.02.2015)

Datler, Markku: Schlierenzauer: „ÖSV-Material ist nicht up to date“. 16.02.2014. In:  
[http://diepresse.com/home/sport/olympia/1563464/Schlierenzauer\\_OSVMaterial-ist-nicht-up-to-date](http://diepresse.com/home/sport/olympia/1563464/Schlierenzauer_OSVMaterial-ist-nicht-up-to-date) (23.02.2015)

Derspiegel.de: Zwei von drei Müttern haben einen Job. 26.02.2013. In:  
<http://www.spiegel.de/karriere/berufsleben/familie-und-job-zwei-von-drei-muettern-sind-berufstaetig-a-885700.html> (19.09.2014)

Derstandard.at: Mari Lang präsentiert ORF-Sportnachrichten. In:  
<http://derstandard.at/2000010439947/Mari-Lang-praesentiert-ORF-Sportnachrichten> (23.02.2015)

Derstandard.at: Verlagsgruppe News startet „Woman Viva“. 14.02.2014. In:  
<http://derstandard.at/1389860424816/Verlagsgruppe-News-launcht-Woman-Viva> (18.02.2014)

Die-frau.info: 128 ausgewählte Titelseiten. In: [http://www.die-frau.info/diefrau\\_titel](http://www.die-frau.info/diefrau_titel) (17.02.2015)

Die-frau.info: Geschichte. In: [http://www.die-frau.info/diefrau\\_geschichte](http://www.die-frau.info/diefrau_geschichte) (17.02.2015)

Die-frau.inof. Redaktion. In: [http://www.die-frau.info/diefrau\\_chefredakteurinnen](http://www.die-frau.info/diefrau_chefredakteurinnen) (17.02.2015)

Duden.de: Mutter, die. In: [http://www.duden.de/rechtschreibung/Mutter\\_Frau\\_Kinder\\_Natur](http://www.duden.de/rechtschreibung/Mutter_Frau_Kinder_Natur) (18.01.2015)

Equalpayday.at. In: <http://www.equalpayday.at/equal-pay-day/die-berechnung> (18.02.2015)

Equalpayday.at. In: <http://www.equalpayday.at/equal-pay-day/wissen> (18.02.2015)

Fokus: ÖAK, 4. Quartal 2002: Rückblick auf Auflagenentwicklung. 24.02.2003. In: <http://www.horizont.at/home/detail/oeak-4-quartal-2002-rueckblick-auf-auflagenentwicklung.html?cHash=7af9cffa667d4947a06cfd114309b8b9> (17.02.2014)

Guj.de: Unternehmerisches Denken und Handeln. In: <http://www.guj.de/unternehmen/> (17.02.2015)

Historisch.apa.at: Die Fristenlösung. In: [http://www.historisch.apa.at/cms/apa-historisch/dossier.html?dossierID=AHD\\_19750101\\_AHD0001](http://www.historisch.apa.at/cms/apa-historisch/dossier.html?dossierID=AHD_19750101_AHD0001) (18.02.2015)

Jankl, Eva: Richtiges Tragen von Babys. 07.05.2014. In: <http://www.gesund.at/a/babytrage> (23.02.2014)

Kindaktuell.at: Patchworkfamilien – Was ist das genau? 26.04.2010. In: <http://www.kindaktuell.at/schule-co/patchworkfamilien-was-ist-das-genau.html> (06.02.2015)

Kundendienst.orf.at: Mag. Veronika Slupetzky. In: <http://kundendienst.orf.at/orfstars/slupetzky.html> (21.02.2014)

Kundendienst.orf.at: Mari Lang. In: <http://kundendienst.orf.at/orfstars/lang.html> (23.02.2015)

Legislation.gov.uk: Marriage (Same Sex Couples) Act 2013. In: <http://www.legislation.gov.uk/ukpga/2013/30/contents> (06.02.2015)

Mauritz, Ernst: Fortpflanzung: Wenig Lust, viel Streit. 01.12.2014. In: <http://kurier.at/lebensart/gesundheit/streit-um-das-fortpflanzungsmedizingesetz-um-eizellspende-und-embryotests/99.987.613> (23.02.2015)

Mayr, Lisa: Was Abstiegsangst mit Menschen macht. 05.01.2015. In: <http://derstandard.at/2000009905128/Was-Abstiegsangst-mit-Menschen-macht> (06.02.2015)

Media-Analyse. In: <http://www.media-analyse.at/studienPublicPresse.do?year=2013&selGroup=Presse> (23.01.2015)

Media-Analyse: MA 13/14 - Frauenmagazine. In: <http://www.media-analyse.at/studienPublicPresseFrauenmagazineAlterBis39.do?year=13/14&title=Tageszeitungen&subtitle=Alter&subsubtitle=bis39> (15.02.2015)

Media-Analyse: MA 13/14 - Frauenmagazine Männer. In: <http://www.media-analyse.at/studienPublicPresseFrauenmagazineGeschlecht.do?year=13/14&title=Frauenmagazine&subtitle=Geschlecht> (15.02.2015)

Media-Analyse: MA 13/14 - Frauenmagazine Total. In: <http://www.media-analyse.at/studienPublicPresseFrauenmagazineTotal.do?year=13/14&title=Frauenmagazine&subtitle=Total> (17.02.2015)

Media-Analyse: MA 2001 - Frauenmagazine Total. In: <http://www.media-analyse.at/studienPublicPresseFrauenmagazineTotal.do?year=2001&title=Frauenmagazine&subtitle=Total> (17.02.2015)

Matzenberger, Michael: Schwule und Lesben sollen auch fremde Kinder adoptieren dürfen. 14.1.2015. In: <http://derstandard.at/2000010361671/Schwule-und-Lesben-bekommen-Adoptionsrecht> (06.02.2015)

Neunerhaus.at: Wohnungslose Frauen in Österreich. In: <http://www.neunerhaus.at/wohnen/frauenspez-arbeit/> (21.02.2015)

Nimmervoll, Lisa: Johanna Dohnal: 1939-2010. 21.02.2010. In: <http://derstandard.at/1266541106571/Nachruf-Johanna-Dohnal-1939-2010> (18.02.2015)

Österreichische Auflagenkontrolle: Auflagenliste 1. Halbjahr 2014. In: [https://www.oek.at/content/intern/Auflagenlisten/Auflagenliste%201%20%20HJ%202014\\_KORR.pdf](https://www.oek.at/content/intern/Auflagenlisten/Auflagenliste%201%20%20HJ%202014_KORR.pdf) (17.02.2015)

Österreichische Auflagenkontrolle: Auflagenliste JS/2013. In: <https://www.oek.at/> (23.01.2015)

Österreichische Nationalbibliothek: Bestandsverzeichnis (ab 1945). In: [http://www.onb.ac.at/ariadne/frauenzeitschriften\\_bestandsverzeichnis\\_nach\\_1945.htm](http://www.onb.ac.at/ariadne/frauenzeitschriften_bestandsverzeichnis_nach_1945.htm) (17.02.2015)

Österreichische Nationalbibliothek: Die Frau. Gestaltung. In: [http://www.onb.ac.at/oe-literaturzeitschriften/Frau/Frau\\_gestaltung.htm](http://www.onb.ac.at/oe-literaturzeitschriften/Frau/Frau_gestaltung.htm) (17.02.2015)

Parlament.gv.at: Dr. Jolanda Offenbeck. In: [http://www.parlament.gv.at/WWER/PAD\\_01100/](http://www.parlament.gv.at/WWER/PAD_01100/) (20.02.2015)

Parlament.gv.at: Karl Blecha. In: [http://www.parlament.gv.at/WWER/PAD\\_00127/#tab-Ueberblick](http://www.parlament.gv.at/WWER/PAD_00127/#tab-Ueberblick) (20.02.2015)

Poynter Institut: Previous Studies. In: <http://www.poynter.org/extra/Eyetrack/previous.html> (18.02.2015)

Rotbewegt.at. In: <https://rotbewegt.at/#/epoche/1983-1986/artikel/jolanda-offenbeck>

(20.02.2015)

Simon, Anne-Catherine: Väter im Kreißsaal: Beistand oder Belastung? 06.02.2010. In: [http://diepresse.com/home/bildung/erziehung/538012/Vaeter-im-Kreissaal\\_Beistand-oder-Belastung](http://diepresse.com/home/bildung/erziehung/538012/Vaeter-im-Kreissaal_Beistand-oder-Belastung) (23.02.2015)

Statistik Austria: Ehescheidungen. In: [http://www.statistik.at/web\\_de/statistiken/bevoelkerung/scheidungen/](http://www.statistik.at/web_de/statistiken/bevoelkerung/scheidungen/) (23.02.2015)

Statistik Austria: Familien. In: [http://www.statistik.at/web\\_de/statistiken/bevoelkerung/haushalte\\_familien\\_lebensformen/familien/](http://www.statistik.at/web_de/statistiken/bevoelkerung/haushalte_familien_lebensformen/familien/) (30.9.2014)

Statistik Austria: Vereinbarkeit von Beruf und Familie. In: [http://www.statistik.at/web\\_de/statistiken/soziales/gender-statistik/vereinbarkeit\\_von\\_beruf\\_und\\_familie/](http://www.statistik.at/web_de/statistiken/soziales/gender-statistik/vereinbarkeit_von_beruf_und_familie/) (19.09.2014)

Sueddeutsche.de: Hartz IV, Mutter, Kind. 10.03.2014. In: <http://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/studie-zu-alleinerziehenden-hartz-iv-mutter-kind-1.1908169> (30.09.2014)

Vgn.at: Impressum - VGN Verlagsgruppe News. In: <http://www.vgn.at/impressum> (17.02.2015)

Vgn.at: WOMAN. In: <http://www.vgn.at/magazine/alle-magazine/woman> (18.02.2015)

Vinzirast.at: (ohne Titel). In: <http://www.vinzirast.at/> (21.02.2015)

VKB Bank: Dr. Christine Haiden: „Führungskraft“ von Kindesbeinen an! In: [http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:OuHEOu1e5DcJ:www.vkb-bank.at/redx\\_tools/mb\\_download.php/mid.048051081072085114107104086055119061/Dr.\\_Christine\\_Haiden\\_\\_F\\_hrungskraft\\_\\_von\\_Kindesbei.pdf+&cd=1&hl=de&ct=clnk&gl=at](http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:OuHEOu1e5DcJ:www.vkb-bank.at/redx_tools/mb_download.php/mid.048051081072085114107104086055119061/Dr._Christine_Haiden__F_hrungskraft__von_Kindesbei.pdf+&cd=1&hl=de&ct=clnk&gl=at) (17.02.2015)

Welt.de: Fusion schafft größten Buchverlag der Welt. 01.07.2013. In: <http://www.welt.de/wirtschaft/article117615966/Fusion-schafft-groessten-Buchverlag-der-Welt.html> (17.02.2014)

Welt der Frau: Magazin. In: <http://www.welt-der-frau.at/magazin/> (17.02.2015)

Woman.at (ohne Titel). In: <http://www.woman.at/abo/> (18.02.2015)

Woman.at: Impressum. In: <http://www.woman.at/impressum> (17.02.2014)

## 10.2 Abbildungsnachweis

Abb. 1: WELT DER FRAU. Titelseite aus 1974.....	67
Abb. 2: WELT DER FRAU. Titelseite aus 2014.....	68
Abb. 3: DIE FRAU. Titelseite aus 1974.....	70
Abb. 4: WOMAN. Titelseite aus 2014.....	72
Abb. 5: DIE FRAU, 1974 Heft 5, S. 5.....	79
Abb. 6: DIE FRAU, 1974. Heft 39, S. 3.....	80
Abb. 7: DIE FRAU, 1974. Heft 39, S. 7 (Foto: Swistelnicki).....	82
Abb. 8: DIE FRAU, 1974. Heft 6, S. 24.....	84
Abb. 9: WELT DER FRAU, 1974. Heft 1, S. 20 f.....	86
Abb. 10: WELT DER FRAU, 1974. Heft 2, S. 9.....	88
Abb. 11: WELT DER FRAU, 1974. Heft 9, S. 10.....	90
Abb. 12: WELT DER FRAU, 1974. Heft 10, S. 17.....	91
Abb. 13: WELT DER FRAU, 1974. Heft 12, S. 12.....	93
Abb. 14: WELT DER FRAU, 2014. Heft 1, S. 12f. (Foto: Philipp Horak).....	94
Abb. 15: WELT DER FRAU, 2014. Heft 2, S. 26 (Foto: Nicola Hackl-Haslinger).....	96
Abb. 16: WELT DER FRAU, 2014. Heft 7/8, S. 31.....	97
Abb. 17: WELT DER FRAU, 2014. Heft 7/8. S.60.....	98
Abb. 18: WELT DER FRAU, 2014. Heft 2, S. 58 (Foto: Bianca Gusenbauer) .....	100
Abb. 19: WELT DER FRAU, 2014. Heft 12 , S. 36 (Foto: Alexandra Grill).....	101
Abb. 20: WOMAN, 2014. Heft 1, S. 120 (Foto: Roland Unger).....	103
Abb. 21: WOMAN, 2014. Heft 3, S. 36 (Foto: Iren Sarwa).....	105
Abb. 22: WOMAN, 2014. Heft 14, S. 25 (Foto: Gerry Mayer-Rohrmoser).....	106
Abb. 23: WOMAN, 2014. Heft 21, S. 142.....	108
Abb. 24: WOMAN, 2014. Heft 14, S. 34 (Foto: Ernst Kainerstorfer).....	109
Abb. 25: WOMAN, 2014. Heft 5, S. 144 (Foto: DPA Picture-Alliance/Kai-Uwe Warner, Jungmann, Getty Images).....	111
Abb. 26: WOMAN, 2014. Heft 16, S. 31 (Foto: Roland Unger).....	113

*Ich habe mich bemuhrt, alle InhaberInnen der Bildrechte auszumachen. Sollte dennoch eine Urheberrechtsverletzung bekannt werden, bitte ich um Meldung bei mir.*

# Lebenslauf

Meike-Barbara Kolck-Thudt

## Zur Person

Geburtsdaten 23.09.1989  
in Jimbolia (Rumänien)  
Staatsbürgerschaft österreichisch  
Kontakt meike.kolck-thudt@gmx.at

## Ausbildung

seit Oktober 2012 Magisterstudium Publizistik- und  
Kommunikationswissenschaft (Universität Wien)  
seit Okt. 2012 Masterstudium Deutsche Philologie (Universität Wien)  
Okt. 2008 - Juni 2012 Bakkalaureatsstudium Publizistik- und  
Kommunikationswissenschaft (Universität Wien)  
2000 - 2008 Besuch des Gymnasiums in Amstetten (AHS Matura)

## Praktika (Auswahl)

Mai - Juli 2014 Praktikum beim VORmagazin (Wien)  
März 2014 Praktikum beim Online-Magazin Mosaik (Wien)  
Nov. 2013 - Feb. 2014 Redakteurin beim Online-Magazin stadt-wien.at (Wien)  
Feb. 2011 Praktikum bei der Siebenbürgischen Zeitung (München)

## Sonstige Kenntnisse

Deutsch (Muttersprache)  
Englisch (Fließend in Wort und Schrift)  
Französisch (Gute Kenntnisse)  
Spanisch (Grundkenntnisse)  
Bosnisch/Kroatisch/Serbisch (Grundkenntnisse)  
Gute EDV Kenntnisse (Microsoft Office)  
CMS Kenntnisse (TYPO3, Joomla)

## **Abstract**

Was ist eine Mutter? Laut Definition ist sie eine Frau, die ein Kind geboren oder aufgenommen hat. In der Realität wird von Müttern aber noch viel mehr erwartet. Zwar wird die klassische Rollenaufteilung zwischen Frau und Mann heute kritisiert und nicht mehr in dem Ausmaß praktiziert, wie noch vor wenigen Jahrzehnten. Trotzdem beweisen Statistiken, dass Frauen, besonders, wenn sie Mutter geworden sind, noch immer das Gros der Hausarbeiten und der Kinderbetreuung übernehmen. Der Grund dafür ist die tief verankerte Vorstellung von der idealen Mutter.

Die vorliegende Magisterarbeit untersucht, ob und wie sich diese Vorstellungen in Frauenzeitschriften wiederfinden: Anhand einer ikonographisch-ikonologischen Bildanalyse nach Panofsky werden Mutter-Bilder aus den Jahren 1974 und 2014 analysiert und verglichen. Dazu werden die österreichischen Frauenzeitschriften WELT DER FRAU, DIE FRAU und WOMAN herangezogen. Der Fokus liegt auf den Rollen und Aufgaben, die Müttern zugeschrieben werden, sowie auf den Lebensrealitäten der Mütter. Werden Mütter nur in ihrer Rolle als Mutter und Hausfrau abgebildet, oder werden sie auch im Zusammenhang mit anderen Themen dargestellt? Der theoretische Teil liefert das Fundament für die Analyse und beschäftigt sich dazu mit drei Themenblöcken: „Die Frau und Mutter in der Gesellschaft“, „Gattung 'Frauenzeitschrift'“, sowie „Mütter und Medien“.

Die Bildanalyse zeigt, dass sich seit 1974 einiges geändert hat, aber dennoch Handlungsbedarf besteht: zwar kommt auf den aktuellen Bildern die Rolle „Hausfrau“ gar nicht mehr vor, doch wird noch immer ausschließlich die Mutter als „Pflegerin“ des Kindes dargestellt. Andererseits werden Mütter heute in sehr unterschiedlichen Zusammenhängen abgebildet. Mutterschaft scheint heute eher eines von vielen Merkmalen zu sein, durch das eine Frau beschrieben werden *kann*, statt der Grund dafür zu sein, dass die Frau überhaupt beschrieben wird.

## **Abstract**

What does being a mother mean? According to the definition, it means being a woman who has given birth to a child or adopted one. But reality shows that the society expects much more from a mother. Even though the traditional roles performed by men and women are being criticized today, statistics show, that women, especially after becoming a mother, still tend to do the majority of chores and childcare. The reason for that is the still existing idea of an ideal mother.

The present master's thesis examines if and how these ideas are represented in women's magazines. By the use of Panofsky's iconographical-iconological image analysis, pictures of mothers of the years 1974 and 2014 will be analysed and compared. The pictures were taken from the Austrian women's magazines WELT DER FRAU, DIE FRAU and WOMAN. The focus is on the roles and tasks of mothers and on the context in which the mothers are presented. Are mothers depicted only as mothers and housewives or are they depicted in different living environments, too? The theoretical part of this master's thesis consists of three parts: „Women and Mothers in Society“, „Women's Magazines as a Genre“ and „Mothers and Media“.

The image analysis shows that there have been some changes since 1974. But still, there is a call for action: Even though in 2014 the typical „mother and housewife“ is not being shown on pictures anymore, it is still only the mother who is being depicted as the child's carer. On the other hand, mothers are being depicted in very different contexts. Today, motherhood seems to be one of the features that *can* describe women, instead of being the reason why women who are mothers are being described at all.