

**EINE MULTIMODALE DISKURSANALYSE DER VOR-
STELLUNGEN VOM FRAUSEIN AUF AUSGEWÄHLTEN
WAHLPLAKATEN BEI DER WAHL ZUR NATIONALVER-
SAMMLUNG 1919 IN DER WEIMARER REPUBLIK**

Suvi Porkola
Masterarbeit
Deutsche Sprache und Kul-
tur
Institut für Sprach- und
Kommunikationswissen-
schaften
Universität Jyväskylä
Frühjahr 2024

JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

Tiedekunta Humanistis-yhteiskuntatieteellinen	Laitos Kieli- ja viestintätieteiden laitos
Tekijä Suvi Porkola	
Työn nimi Eine multimodale Diskursanalyse der Vorstellungen vom Frausein auf ausgewählten Wahlplakaten bei der Wahl zur Nationalversammlung 1919 in der Weimarer Republik	
Oppiaine Saksan kieli ja kulttuuri	Työn laji Maisterintutkielma
Aika Kevät 2024	Sivumäärä 48
Tiivistelmä Tässä maisterintutkielmassa tutkitaan multimodaalisen diskurssianalyysin keinoin Saksan historiaan kuuluvan Weimarin tasavallan alkuvaiheen vaalijulisteissa esiin tulevia käsityksiä naiseudesta. Tutkielman aineisto koostuu neljästä vaalijulisteesta, jotka edustavat vuoden 1919 vaalien kolmea suurinta voittajapuoluetta: Saksan sosiaalidemokraattista puoluetta (SPD), Saksan keskustapuoluetta (Zentrum) ja Saksan demokraattista puoluetta (DDP). Analyysin pääpainona ovat julisteiden visuaaliset ja kielelliset elementit, kuten ihmishahmot, värimaailma ja iskulauseet, sen selvittämiseksi, millaisia käsityksiä naiseudesta nämä puolueet rakentavat ja välittävät katsojalle. Analyysi paljasti erityisesti vaalien erityislaatuisuuden ja sen heijastumisen naiskäsityksiin; ensimmäinen maailmansota oli juuri loppunut vuonna 1918 Saksan tappioon ja jo sodan aikana perinteiset sukupuoliroolit olivat alkaneet murtua. Tämän lisäksi vaalijulisteissa ilmeni Weimarin tasavallassa vuonna 1918 voimaanastunut naisten äänioikeus siten, että naisia puhuteltiin suoraan ja esitettiin julisteissa, mutta myös esim. DDP näki naisen poliittisena toimijana ja kuvasi julisteissaan myös naisen voimaa. Erityisesti keskustapuolueen julisteessa ilmenivät perinteiset sukupuoliroolit siten, että siinä nainen kuvattiin eksplisiittisesti äitinä. Muuten materiaali edusti pääasiassa uudenlaisia käsityksiä naiseudesta, mikä haastoi aiemman tutkimuksen käsityksen naiseuden representaatioista äitiyden kautta. Toisaalta SPD:n vaalijuliste viesti siitä, että vaikka sukupuolten tasa-arvo sai tunnustusta Weimarin tasavallassa, eivät naiset olleet miesten kanssa kuitenkaan täysin tasa-arvoisia, vaan olivat julisteen naishahmon tavoin askeleen miehiä taaempana.	
Asiasanat multimodaalinen diskurssianalyysi, naiskäsitykset, naisten äänioikeus, Saksan historia, sukupuolihistoria, vaalimainonta, Weimarin tasavalta	
Säilytyspaikka Jyväskylän yliopisto	
Muita tietoja	

INHALTSVERZEICHNIS

1	EINLEITUNG.....	3
2	DIE FRAU, DAS FRAUSEIN UND DIE WEIBLICHKEIT.....	6
2.1	Die Frau	6
2.2	Das Frausein.....	7
2.3	Die Weiblichkeit	8
3	DIE GEBURT DER WEIMARER REPUBLIK.....	9
3.1	Die Ausrufung der Weimarer Republik	9
3.2	Die Revolution von 1918/1919.....	10
3.3	Die Wahl zur Nationalversammlung 1919.....	11
3.3.1	Die Deutsche Demokratische Partei (DDP)	11
3.3.2	Die Sozialdemokratische Partei Deutschlands (SPD)	12
3.3.3	Die Deutsche Zentrumspartei (Zentrum)	13
4	DAS FRAUENWAHLRECHT IN DEUTSCHLAND	14
4.1	Die Stellung der Frauen im Wandel.....	14
4.2	Die Einführung des Frauenwahlrechts	16
5	DISKURSFORSCHUNG	18
5.1	Zu den Begriffen <i>Diskurs</i> und <i>Kontext</i>	18
5.2	Multimodale Diskursanalyse	19
5.3	Wahlplakate als multimodales Genre	20
6	FORSCHUNGSMATERIAL UND METHODISCHE VORGEHENSWEISE	23
6.1	Forschungsmaterial.....	23
6.2	Methodische Vorgehensweise.....	24
7	ANALYSE UND ERGEBNISSE	27
7.1	„Das Frauenrecht ist ein Hauptziel der Deutschen Demokratischen Partei“	27
7.2	„Ruhe, Ordnung, Frieden, Freiheit will die Deutsche Demokratische Partei“	33
7.3	„Frauen! Gleiche Rechte - Gleiche Pflichten / Wählt sozialdemokratisch!“	39
7.4	„Wer rettet uns christlichen Müttern die Kinder? Die christliche Volkspartei (d. Zentrum)“	43
8	SCHLUSSBETRACHTUNG.....	48

LITERATURVERZEICHNIS	50
Primärliteratur	50
Sekundärliteratur.....	50

1 EINLEITUNG

In dieser Masterarbeit werden die Vorstellungen vom Frausein auf einer Auswahl von vier Wahlplakaten für die Wahl zur Nationalversammlung am 19. Januar 1919 in der Epoche der Weimarer Republik durch eine multimodale Diskursanalyse untersucht. Im Vorfeld der Wahl wurde mit Plakaten, Reden und Flugblättern besonders aktiv um Wählerinnen geworben, die kurz zuvor im November 1918 das Wahlrecht erhalten hatten (Jurczyk 16.1.2019). Das Besondere an dieser Wahl war ebenso, dass es sich um die erste Wahl nach dem Zusammenbruch des Kaiserreichs und der Geburt der ersten deutschen Demokratie, der Weimarer Republik, infolge der Niederlage im Ersten Weltkrieg handelte (Deutscher Bundestag 2006). Das Forschungsmaterial für diese Arbeit besteht aus Wahlplakaten von ideologisch unterschiedlichen Parteien: zwei der Plakate stammen von der linksliberalen Deutschen Demokratischen Partei (DDP), eines stammt von der Sozialdemokratischen Partei Deutschlands (SPD) und eines von der Deutschen Zentrumspartei (Zentrum), die bei dieser Wahl unter dem Namen *Die Christliche Volkspartei* antrat.

Im Rahmen dieser Arbeit wird analysiert, welche Vorstellungen vom Frausein durch die sprachlichen und visuellen Mittel der Wahlplakate konstruiert werden und wie dies erfolgt. Außerdem wird analysiert, wie die Ideologien der Parteien diese Vorstellungen vom Frausein reflektieren, aber auch konstruieren. Da die Wahlplakate verschiedene Modi, bzw. sowohl Text als auch Bild, enthalten, werden sie durch die Methode der multimodalen Diskursanalyse untersucht. Im Mittelpunkt der multimodalen Diskursanalyse steht die Vorstellung, dass nicht nur die geschriebene oder gesprochene Sprache Ideen und Werte vermittelt, sondern dass dies ebenfalls durch u. a. Töne, Bilder und Körperhaltungen geschehen kann (Ledin & Machin 2020, 1). Das heißt, dass in der multimodalen Diskursanalyse, wie in der Diskursforschung im Allgemeinen, die Sprache als eine umfassende soziale Handlung betrachtet wird und dass die Sprache die Macht hat, Bedeutungen und Realitäten zu schaffen (Pietikäinen & Mäntynen 2019, 14–15). Nach der Diskursforschung konstruiert die Sprache die Welt, aber die Sprache wird auch umgekehrt in der Welt konstruiert, weshalb der

Sprachgebrauch u. a. vom Kontext, Genre und Medium beeinflusst wird (ebd., 17, 33). Deswegen spielt der historische Kontext in der Analyse dieser Arbeit eine wesentliche Rolle.

Die Weimarer Republik gilt als die Blütezeit des Wahlplakats, weil es im Überfluss verwendet wurde (Witamwas 2016, 11). Die deutschen Städte „schwammen“ geradezu in Plakaten, die beispielsweise an Hausfassaden und Litfaßsäulen geklebt oder von Plakatträgern präsentiert wurden (ebd., 13). In der Weimarer Republik regten Plakate die politische Auseinandersetzung an und erhöhten oder verringerten die Unterstützung der Bevölkerung für die Republik (Artinger 2000, 20). Insbesondere vor dem Entstehen des Rundfunks als Massenmedium in den 1920er Jahren war das Plakat in der frühen Phase der Republik eine wichtige Form der Massenmedien und ein Mittel der Meinungsbildung, dessen Potenzial bereits im Ersten Weltkrieg in Gestalt der Kriegspropaganda erkannt worden war (ebd., 15, 19, 21). Bei der Wahl zur Nationalversammlung waren die Plakate speziell auf das neue Stimmenpotential ausgerichtet, da die Mehrheit der Wahlberechtigten Frauen waren (Amrehn-Rupp 2022, 129; Artinger & von Hegel 2000, 34).

Eine relevante und aktuelle frühere Forschungsarbeit, die mit dem Thema dieser Masterarbeit in Verbindung steht, ist Janina Amrehn-Rupps Beitrag *Visualisierte Politik? Frauen und das politische Plakat in der Weimarer Republik* (2022). Nach Amrehn-Rupp (2022, 130) konzentriert sich die frühere Forschung zum Thema „Frauenbild in der Weimarer Republik“ eher auf die Konsum- und Populärkultur der 1920er Jahre. Die in früheren Untersuchungen zum Frausein stark vertretene „neue Frau“, die in den 1920er Jahren entstand, brach die traditionellen Frauenrollen, z. B. in Bezug auf die Ablehnung der Mutterschaft und den Eintritt in das Erwerbsleben, was jedoch nicht im Widerspruch zu allen in der Republik existierenden Vorstellungen vom Frausein steht (ebd., 133–134). Diese Masterarbeit beschäftigt sich mit verschiedenen Vorstellungen vom Frausein, insbesondere aus der Zeit direkt nach dem Ende des Ersten Weltkriegs und vor dem eigentlichen Aufkommen der „neuen Frau“. Ein besonderer Aspekt, mit dem sich diese Arbeit befasst, sind die durch den Ersten Weltkrieg bewirkten Veränderungen in der Rolle der Frau und den Vorstellungen vom Frausein. Ziel dieser Arbeit ist es daher, die Forschungslücke zu schließen, da sich die frühere Forschung auf die Frauen der sog. goldenen Zwanziger konzentriert und weniger auf die Frauen der Anfangsphase der Weimarer Republik.

Amrehn-Rupps (2022, 130) These ist, dass in den Plakaten der gesamten Periode der Weimarer Republik, die sich speziell an Frauen richteten, das Motiv der Frau als Mutter und der Frau als Teil einer Familie dominant sei. Nach Amrehn-Rupp (ebd.) repräsentieren die Plakate der Republik trotz des Aufkommens der „neuen Frau“ vor allem eine eher traditionelle Vorstellung vom Frausein. Eines der Ziele dieser Arbeit ist zu überprüfen, inwieweit diese These bei der vorliegenden Auswahl von Plakaten verschiedener Parteien für die Wahl zur Nationalversammlung zutrifft. Die These dieser Arbeit ist demnach, dass sich der Wandel der Rolle der Frau durch den Ersten

Weltkrieg, das neu eingeführte Frauenwahlrecht und die demokratischen Werte der Weimarer Republik in den Plakaten widerspiegeln. Es wird argumentiert, dass sich neben der traditionellen Vorstellung vom Frausein durch Mutterschaft und Ehe diesen neueren Vorstellungen vom Frausein ebenso in den Plakaten manifestiert. Es kann auch davon ausgegangen werden, dass die DDP, die SPD und das Zentrum die Wählerinnen mit unterschiedlichen Vorstellungen vom Frausein ansprechen.

Diese Arbeit besteht aus acht Kapiteln. In Kapitel 2 werden die zentralen Begriffe dieser Arbeit, *Frau*, *Frausein* und *Weiblichkeit*, vorgestellt. In den Kapiteln 3 und 4 wird der historische Kontext dieser Arbeit mit der Ausrufung der Weimarer Republik, der Einführung des Frauenwahlrechts und der Wahl zur Nationalversammlung 1919 geschildert. In Kapitel 5 werden die Methode dieser Arbeit, die multimodale Diskursanalyse, und die damit verbundenen Begriffe *Diskurs*, *Kontext* und *Wahlplakat als Genre* definiert. In Kapitel 6 werden das Forschungsmaterial, die Forschungsfragen und das methodische Vorgehen beleuchtet und erklärt. Die ausgewählten Wahlplakate werden in Kapitel 7 nach der in Kapitel 6 vorgestellten methodischen Vorgehensweise analysiert. Zudem sind die Plakate als Teil von Kapitel 7 beigefügt. In Kapitel 8 folgt die Schlussbetrachtung.

2 DIE FRAU, DAS FRAUSEIN UND DIE WEIBLICHKEIT

Zu Beginn dieser Arbeit werden die Begriffe *Frau*, *Frausein* und *Weiblichkeit* definiert, die eine wesentliche Rolle in der Analyse dieser Arbeit spielen. In dieser Arbeit ist es auch notwendig, den Unterschied zwischen den Begriffen *Frausein* und *Weiblichkeit* zu klären, da sie oft verwechselt werden und beide in der Analyse dieser Arbeit eine wichtige Funktion haben. In diesem Kapitel steht ebenso die Frage „Was macht eine Frau eigentlich zu einer Frau?“ im Vordergrund. Im Alltag mögen die in diesem Kapitel vorgestellten Begriffe selbstverständlich erscheinen, doch bei näherer Betrachtung sind sie auf keinen Fall schwarz-weiß und einfach.

2.1 Die Frau

In der Geschlechterforschung wird zwischen zwei Hauptbegriffen im Zusammenhang mit dem Geschlecht unterschieden, *sex* und *gender* aus dem Englischen (Wiesner-Hanks 2011, 2). Der erste Begriff bezieht sich auf die biologische Dimension des Geschlechts und der zweite auf seine soziale Dimension, weswegen die Begriffe in dieser Arbeit als das biologische und das soziale Geschlecht bezeichnet werden (ebd., 3). Das biologische Geschlecht wird in der Regel z. B. anhand der Chromosomen und der Hormone oder der äußeren Genitalien definiert (ebd., 3). Das soziale Geschlecht ist dagegen grundlegend damit verknüpft, wie die Vorstellungen von Frau und Mann sowohl kulturell als auch zeitlich variieren (ebd., 4-5). Es handelt sich also nicht um unveränderliche Objekte, sondern um konzeptionelle und ständig veränderliche Kategorien (ebd., 5; Hedenborg-White & Sandhoff 2019, 10). Nach Gordon (2001, 11) ist die Frau eine Kategorie, in die man eingeordnet wird oder in die man sich selbst einordnet, und Gordon (ebd.) betont ihre Künstlichkeit.

Wenn man den Begriff *Frau* aus der Perspektive des sozialen Geschlechts definiert, wird man feststellen, dass er in der Regel von der Geschlechterdichotomie, d. h. der Gegenüberstellung von Mann und Frau auf der Grundlage scheinbarer Unterschiede, beeinflusst ist (Wiesner-Hanks 2011, 2). Wiesner-Hanks (ebd., 2-3) zufolge werden Geschlechterunterschiede in der Geschichte oft mit den biologischen Unterschieden zwischen Frauen und Männern begründet, obwohl die wahrgenommenen Unterschiede oft sozial konstruiert sind. Zu diesen Eigenschaften, die mit biologischen Unterschieden erklärt werden, zählt Wiesner-Hanks (ebd., 2) die Behauptung, dass Männer besser in Mathematik sind als Frauen, während Frauen als ruhiger gelten als Männer. Das Wesentliche an der Definition des Begriffs *Frau* ist jedoch, dass sie oft durch Männer geprägt ist, wobei der Mann als Subjekt und die Frau als Objekt fungiert (Gordon 2001, 16).

Neben der Dichotomie hat sich in den letzten Jahren in den westlichen Ländern zunehmend die Vorstellung von der subjektiven und komplexen Natur der Geschlechtsidentität und beispielsweise der nichtbinären Geschlechtsidentität und der Transgeschlechtlichkeit durchgesetzt (Wiesner-Hanks 2011, 5). Darüber hinaus haben viele Kulturen im Laufe der Geschichte neben dem männlichen und dem weiblichen Geschlecht auch andere Geschlechter anerkannt (ebd., 4).

2.2 Das Frausein

Das Frausein ist ein vielsichtiges und kulturell geprägtes Konzept, das die Erfahrungen, Rollen und Eigenschaften umfasst, die mit dem Sein und Wesen einer Frau verbunden sind (Gordon 2001, 12). Das Frausein stützt sich nicht nur auf biologische Faktoren, sondern ist eng mit kulturellen Vorstellungen, sozialen Konstrukten und historischen Kontexten verwoben (ebd.; Rendtorff & Langer 2018, 11). Bestimmte Aspekte des Frauseins sind in der Regel zeit- und kulturübergreifend, z. B. die Vorstellung von der Zärtlichkeit und der Mütterlichkeit einer Frau (Gordon 2001, 12-13). Das Frausein hängt somit mit dem Wesen der Frau zusammen, aber es wird auch durch Körperlichkeit und Stil konstruiert (ebd., 13). Zudem verdeutlicht Galpin (27.10.2023, 5), dass immer mehrere, dynamische und widersprüchliche Vorstellungen vom Frausein bzw. Mannsein vorhanden sind, was bedeutet, dass sich der Kontext darauf auswirkt, welche Vorstellungen dominant sind.

Die Vorstellungen vom Frausein sind durch verschiedene Veränderungen im Laufe der Geschichte in Frage gestellt worden (Rendtorff & Langer 2018, 11). Die Veränderungen hatten daher einen erheblichen Einfluss darauf, wie die Geschlechterrollen wahrgenommen wurden (ebd.). Ein für diese Arbeit relevanter historischer Wandel dieser Art ist der Erste Weltkrieg von 1914 bis 1918, in dem immer mehr Frauen in die Erwerbsarbeit eintraten und infolgedessen Frauen in der Gesellschaft immer sichtbarer und aktiver wurden (Heinsohn 27.4.2018). Dies war einer der Gründe dafür, dass Frauen nach dem Ersten Weltkrieg in vielen europäischen Ländern das Wahlrecht erhielten (Wiesner-Hanks 2011, 151). Rendtorff und Langer (2018, 11) führen weitere Beispiele für historische Veränderungen an, die die Vorstellungen vom Frausein beeinflusst haben, wie z. B. Bildungsreformen, die eine höhere Ausbildung und Erwerbsorientierung von Frauen ermöglichten, und die Erfindung der Antibabypille, die Frauen eine größere sexuelle Freiheit erlaubte. Dies verdeutlicht, dass die gesellschaftlichen Erwartungen an die Weiblichkeit von der Realität abweichen können, sich aber auch im Laufe der Zeit ändern können.

Heutzutage wird in der Geschlechterforschung auch der Einfluss anderer Faktoren als nur des Geschlechts, wie z. B. der sozialen Klasse, der Religion und der ethnischen Zugehörigkeit, auf die Identität betont (Wiesner-Hanks 2011, 5). Die Geschlechterforschung betont, dass Frauen mit unterschiedlichem Hintergrund aller

Wahrscheinlichkeit nach unterschiedliche Erfahrungen vom Frausein haben, was unter dem Begriff *Intersektionalität* zu verstehen ist (Walgenbach 2012, 81; Wiesner-Hanks 2011, 5). Das Konzept der Intersektionalität unterstreicht, dass in der Forschung die komplexe Vielfalt von Erfahrungen und Identitäten im Zusammenhang mit Phänomenen wie Diskriminierung, Ungerechtigkeit und Privilegien berücksichtigt werden sollte (Walgenbach 2012, 81).

2.3 Die Weiblichkeit

Weiblichkeit und Männlichkeit beziehen sich auf die performative Dimension des Geschlechts, auf den Stil und die Darstellung, die übernommen und erlernt werden (Gordon 2001, 14-16). Gordon (ebd. 14) stellt die Begriffe *Frau* und *weiblich* einander gegenüber und betont, dass Weiblichkeit eine bewusste Entscheidung ist. Sie basiert auf der Wahl oder der Vermeidung (ebd.). Laut Gordon (ebd., 15-16) muss eine Frau nicht feminin sein, um eine Frau zu sein, was bedeutet, dass man sich der Weiblichkeit bewusst entziehen kann. Andererseits kann sich eine Frau auch dafür entscheiden, weiblicher zu sein (ebd., 15). Während es bei den Begriffen *Frau* und *Frausein* eher um das Innere, die Individualität und die Subjektivität geht, handelt es sich bei *Weiblichkeit* eher um Stil und Darstellung - die Tatsache, dass Weiblichkeit bzw. Männlichkeit weitgehend performativ ist und auf kulturellen Erwartungen basiert (ebd., 14, 16; Rendtorff & Langer 2018, 7). Weiblichkeit ist mit anderen Worten eine erlernte Verhaltensweise, und die Wahrnehmung und Einstellung zur Weiblichkeit hängt von verschiedenen Faktoren wie Nationalität, ethnischer Zugehörigkeit und sozialer Schicht ab (ebd., 15-16). Bei der Weiblichkeit kann es sich daher um Kleidung und Aufmachung handeln, aber auch um Verhalten und die Erfüllung von Rollenerwartungen (ebd., 16).

Wie bereits erwähnt, kann Weiblichkeit als einschränkend oder ermöglichend - unterdrückend oder befähigend - angesehen werden und wird oft bewusst vermieden oder verstärkt (Gordon 2001, 15-16). Weiblichkeit kann als negativ konnotiert angesehen werden, was häufig der Grund dafür ist, dass die Weiblichkeit gemieden wird (ebd., 15). Gordon führt das Beispiel der Feministinnen an, die sich in der Geschichte traditionell eher maskulin gekleidet und verhalten haben (ebd., 16). Die Ursache dafür war die negative Konnotation von Weiblichkeit, die damit verbunden war, ein Objekt anstatt eines Subjekts zu sein (ebd.). Außerdem ist es zu betrachten, dass im Laufe der Geschichte Frauen keine andere Wahl hatten als weiblich zu sein und so das Handeln der Frauen weitgehend von den Normen, Rollen und Erwartungen der Gesellschaft geleitet und eingeschränkt wurde (Rendtorff & Langer 2018, 11; Sandhoff & Hedenborg-White 2019, 10).

3 DIE GEBURT DER WEIMARER REPUBLIK

In diesem Kapitel wird dargelegt, wie der zeitliche Kontext dieser Masterarbeit, die Weimarer Republik, aussah. Die Hintergründe der Entstehung der Weimarer Republik, ihre Ausrufung und ihre Anfangsphase, stehen im Vordergrund bei der Erklärung des zeitlichen Kontexts. In dem dritten Unterkapitel wird die Wahl zur Nationalversammlung 1919 vorgestellt, aus der das Material dieser Arbeit stammt. Darüber hinaus werden die Parteien, die Deutsche Demokratische Partei (DDP), die Sozialdemokratische Partei Deutschlands (SPD) und die Deutsche Zentrumspartei (Zentrum), vorgestellt, von denen die Plakate übernommen wurden, insbesondere im Hinblick auf ihre Vorstellungen vom Frausein.

3.1 Die Ausrufung der Weimarer Republik

Als *Weimarer Republik* wird die Zeitphase in der deutschen Geschichte zwischen dem Ende des Ersten Weltkrieges am 11. November 1918 und der Machtergreifung der Nationalsozialisten mit der Ernennung Adolf Hitlers zum Reichskanzler am 30. Januar 1933 bezeichnet (Scriba 6.9.2014). Die parlamentarische Demokratie der Weimarer Republik entstand aus den Ruinen des Deutschen Kaiserreichs, das den Ersten Weltkrieg verloren hatte, und sie war zwar eine Epoche der wissenschaftlichen Entwicklung und des kulturellen Wohlstands, aber sie war ebenso stark von politischer und wirtschaftlicher Instabilität geprägt (ebd.). Die Republik litt beispielsweise unter Putschversuchen, Wirtschaftskrisen, Massenarbeitslosigkeit, häufigem Wechsel der Regierungen, hohen Reparationsforderungen des Versailler Friedensvertrags infolge des Ersten Weltkriegs sowie dem Erstarken radikaler linker und rechter Gruppierungen (ebd.). Dennoch war die Weimarer Republik die erste demokratische Phase in der deutschen Geschichte, obwohl sie nicht sehr langlebig war, und wurde ab Ende der 1920er Jahre von Nationalsozialisten und anderen antidemokratischen Kräften zu Fall gebracht, die die Schwächen der Verfassung der Republik und die prekäre politische und wirtschaftliche Situation, die u. a. durch die Weltwirtschaftskrise 1929 entstanden war, ausnutzten (Dreier 12.4.2019; ebd.).

Der Grundstein für die Weimarer Republik wurde bereits mit dem Eintritt des Deutschen Kaiserreichs in den Ersten Weltkrieg 1914 gelegt (Scriba 8.9.2014). Kaiser Wilhelm II. versprach dem Volk einen sicheren Sieg, aber vier Jahre später hatte das Deutsche Reich schwere Verluste erlitten und von einem Sieg war nichts zu spüren (ebd.). An der Heimatfront herrschte eine enttäuschte und kriegsmüde Stimmung, denn die Bevölkerung hungerte (ebd.). Im Deutschen Reich hatte die Revolution ihren Ursprung bei den Soldaten, als sich die Kieler Matrosen am 3. November 1918 weigerten, in eine Schlacht zu ziehen, die nicht siegreich ausgehen konnte (Scriba

15.8.2015). Die revolutionäre Stimmung griff bald auf das übrige Reich über und die Deutschen protestierten (Scriba 15.8.2015). Schon bald unterzeichnete das Deutsche Reich am 11. November 1918 einen Waffenstillstand mit den verbündeten Mächten wie Frankreich und dem Vereinigten Königreich, was den Ersten Weltkrieg mit der Niederlage des Deutschen Reichs und seines Verbündeten Österreich-Ungarn beendete (Scriba 8.9.2014). In der Folge dankte Kaiser Wilhelm II. am 11. November 1918 nach der Forderung der revolutionären Räte ab und ging ins Exil, und die provisorische Regierung „Rat der Volksbeauftragten“ erklärte das Deutsche Reich zur Republik, die von einem vom Volk gewählten Reichspräsidenten anstelle eines Kaisers geführt würde (Scriba 15.8.2015).

3.2 Die Revolution von 1918/1919

Während der letzten Tage des Ersten Weltkriegs am 9. November 1918 forderte Reichskanzler Max von Baden die Abdankung von Kaiser Wilhelm II. und ernannte Friedrich Ebert, den Vorsitzenden der Sozialdemokratischen Partei Deutschlands (SPD), bzw. der größten Partei im Reichstag, zu seinem Nachfolger im Amt (Altmann 11.4.2000a). Als Kanzler stellte Ebert eine rein sozialdemokratische provisorische Reichsregierung zusammen, die sich „Rat der Volksbeauftragten“ nannte und am 9. November 1918 das Deutsche Reich zur Republik ausrief (ebd.). Die Ausrufung der Republik fand im Reichstagsgebäude in Berlin statt, als ein Politiker aus dem Rat der Volksbeauftragten, der spätere Reichskanzler Phillip Scheidemann von der SPD, inmitten einer Massendemonstration vor das Volk trat und das Deutsche Reich zur Republik erklärte und die Abdankung des Kaisers bestätigte (Scriba 15.8.2015).

Der Anfang der Revolution war friedlich und ohne Blutvergießen verlaufen, bis sie eine gewaltsame Wendung nahm, denn der Übergang zur Demokratie war die Antwort auf die Hoffnungen vieler Deutscher, aber nicht aller (Scriba 15.8.2015). Die Demokratie wurde am stärksten von linksradikalen Kräften wie dem kommunistischen Spartakusbund bekämpft, der den Wandel zu einer Rätediktatur nach dem Vorbild der neu gegründeten Sowjetunion forderte (ebd.). Im Gefolge der Revolution formierte sich der Spartakusbund in der Kommunistischen Partei Deutschlands (KPD), die mit gewaltsamen Aufständen die Wahl zur Nationalversammlung, die über die Verfassung der Republik entscheiden sollte, zu verhindern strebte (ebd.). Die Sozialdemokraten an der Spitze der Revolution waren bemüht, eine Eskalation der Situation in einen Bürgerkrieg zu vermeiden, was zur Ermordung der Begründer der KPD, Rosa Luxemburg und Karl Liebknecht, kurz vor der Wahl zur Nationalversammlung am 15. Januar 1919 führte (ebd.). Die Morde wurden von der paramilitärischen Organisation *Freikorps* begangen, die die sozialdemokratische Regierung unterstützte, was die Spaltung zwischen den Kommunisten und den Sozialdemokraten weiter vergrößerte (ebd.). Diese Spaltung zwischen pro- und antidemokratischen Gruppierungen trat

auch nach der Revolution Anfang der 1920er Jahre zutage und führte in extremen Fällen zu Attentaten, Putschversuchen und blutigen Aufständen (Scriba 6.9.2014).

3.3 Die Wahl zur Nationalversammlung 1919

Am 19. Januar 1919 wurde für die Nationalversammlung abgestimmt, die am 6. Februar desselben Jahrs in Weimar zusammentrat, um die Verfassung der neu gegründeten Republik zu beschließen (Altmann 11.4.2000b; Altmann & Schweinoch 2.8.2018). Die Verfassung wurde weit entfernt von den Unruhen der Hauptstadt Berlin ab 9. Februar 1919 in der thüringischen Kulturstadt Weimar ausgearbeitet, daher die Bezeichnung *Weimarer Republik* für die Geschichtsforschung (Altmann & Schweinoch 2.8.2018). Diese Wahl war die erste in der Weimarer Republik und wurde durch die Tatsache, dass Frauen gerade das Wahlrecht erhalten hatten und das Wahlalter von 25 auf 20 Jahre gesenkt worden war, sowie durch die revolutionäre Lage in der Republik zu einer Sondersituation (Altmann 11.4.2000b).

Mehr als 80 % der Wahlberechtigten nahmen an der Wahl teil, wobei die SPD, das Zentrum und die DDP den größten Wahlerfolg erzielten und gemeinsam die Regierung „die Weimarer Koalition“ bildeten, die die größte Entscheidungsgewalt über die Gestaltung der Verfassung der Republik hatte (Altmann 11.4.2000b; Altmann & Schweinoch 2.8.2018). Was die drei Parteien besonders verband, war, dass sie sich inmitten der politischen Unruhen auf die Verteidigung der Demokratie verständigten (Scriba 6.9.2014). Obwohl die KPD, eine der antidemokratischen Parteien der Weimarer Republik, nicht an der Wahl teilnahm, erhielt die Deutschnationale Volkspartei (DNVP), die die Wiedererrichtung der kaiserlichen Monarchie forderte, ein Zehntel aller Stimmen (Altmann 11.4.2000b). Da Frauen bei dieser Wahl ebenfalls kandidieren durften, wurden 37 weibliche Abgeordnete in die Nationalversammlung gewählt, d. h. rund 10 % aller Abgeordneten in der Nationalversammlung (Frevert 1989, 169). Die Hälfte von ihnen gehörte der SPD an, aber auch in anderen Parteien waren Politikerinnen in der Versammlung vertreten, darunter sowohl das Zentrum als auch die DDP (ebd.).

3.3.1 Die Deutsche Demokratische Partei (DDP)

Die Deutsche Demokratische Partei (DDP) war eine linksliberale bürgerliche Partei, die am 16. November 1918 kurz nach der Ausrufung der Weimarer Republik gegründet wurde (Asmuss 8.6.2011a). Die DDP war eine Partei, die nur während der Weimarer Republik existierte, und ihr Lebensweg endete, als die Nationalsozialisten an die Macht kamen und die Partei zwangsweise am 28. Juni 1933 aufgelöst wurde (ebd.). Die Partei setzte sich grundsätzlich für die Gleichberechtigung der Frauen ein und unterstützte Frauenrechte wie das Frauenwahlrecht und die Teilnahme von Frauen in

der Politik (ebd.; von Hindenburg 12.11.2018). Sie vertrat eine liberale Ideologie, darunter individuelle Freiheit und Gleichheit vor dem Gesetz, die auch die Rechte und Möglichkeiten von Frauen einschlossen (ebd.; von Hindenburg 12.11.2018). Zudem stand die Partei in Opposition zu extremen politischen Ideologien sowohl von links als auch von rechts und setzte sich für demokratische Werte, Rechtsstaatlichkeit und politische Stabilität ein (ebd.).

Nach Amrehn-Rupp (2022, 140) war die DDP die Partei in der Weimarer Republik mit den meisten Wahlplakaten, die sich direkt an Frauen richteten, und sie meint, dass die DDP das Bildmotiv der unabhängigen Frau besonders bei der Wahl zur Nationalversammlung instrumentalisierte. Amrehn-Rupp (ebd., 131) argumentiert, dass bereits im Jahr 1921 die DDP jedoch ein anderes Bildmotiv der Frau, nämlich Mutter-Kind-Darstellungen mit der schwarz-rot-goldenen Flagge der Republik, in ihren Plakaten verwendete.

3.3.2 Die Sozialdemokratische Partei Deutschlands (SPD)

Die Sozialdemokratische Partei Deutschlands (SPD) ist die am längsten noch bestehende Partei Deutschlands (Decker 2.6.2023). Die SPD spielte eine entscheidende Rolle bei der Gründung der Weimarer Republik und konnte ihre politische Bedeutung bis Ende der 1920er Jahre aufrechterhalten, als im Zuge der Weltwirtschaftskrise 1929 die Demokratie in der Weimarer Republik ins Wanken geriet und antidemokratische Parteien an Stärke gewannen (ebd.; Scriba 6.9.2014). Auf den ersten Blick vertrat die SPD eine neuere Vorstellung vom Frausein, aber Heinsohn (27.4.2018) führt als Argument an, dass die SPD dennoch in der Weimarer Republik hoffte, dass Frauen schließlich Mütter werden, auch wenn sie zuvor einer Erwerbstätigkeit nachgingen. Für die Parteien der Republik war nämlich die Unterstützung der Erwerbstätigkeit der Frauen oft eher eine Frage der wirtschaftlichen Notwendigkeit als der Ideologie (Amrehn-Rupp 2022, 137).

Bei der Wahl zur Nationalversammlung wurde erwartet, dass die SPD, die sich bereits im Kaiserreich für das Frauenwahlrecht eingesetzt hatte, von Frauen die meisten Stimmen erhalten würde (Amrehn-Rupp 2022, 131). Paradoxe Weise wählten die Frauen jedoch eher Parteien wie das Zentrum und die Deutschnationale Volkspartei (DNVP), die eine konservative und christliche Ideologie sowie traditionelle Vorstellungen vom Frausein vertraten (Artinger & von Hegel 2000, 34). Bemerkenswert ist auch, dass die Wahlpräferenzen der Frauen auch von der Region beeinflusst wurden; die SPD erhielt mehr Stimmen von Frauen in Städten mit einer starken Arbeiterbewegung, wie Berlin, Nürnberg und Leipzig (Frevert 1989, 172). Die konservativen Wahl Tendenzen der Frauen wurden jedoch mit den Herausforderungen erklärt, die sich aus dem Wandel der sozialen Strukturen ergaben, wie z. B. der Erwerbstätigkeit von Frauen, in Regionen, in denen die Industrialisierung noch nicht so weit fortgeschritten war (ebd., 173). Frevert (ebd.) zufolge wurde auch die konservative Tendenz der Frauen bei Wahlen durch die Bedeutung der Religion im Leben vieler Frauen und

durch die Tatsache beeinflusst, dass christliche Organisationen häufig Parteien wie die DNVP und das Zentrum unterstützten.

3.3.3 Die Deutsche Zentrumspartei (Zentrum)

Die Deutsche Zentrumspartei (Zentrum) wurde während der Gründungsphase des Deutschen Kaiserreichs 1870 gegründet und vertrat die deutsche katholische Kirche und ihre Anhänger in der Form von Verteidigung gegen den säkularen (Oppelland 9.9.2022). Die Partei war an der Bildung verschiedener Kabinette beteiligt und spielte eine Schlüsselrolle in der Reichspolitik der Weimarer Republik (ebd.). Im Laufe der Zeit entwickelte sich die Zentrumspartei nach Oppelland (ebd.) zu einer demokratischen Volkspartei, die alle Schichten der katholischen Bevölkerung repräsentierte und sich für Demokratie und Bürgerrechte unabhängig von der sozialen Herkunft einsetzte. Sie blieb bis zum Aufstieg der Nationalsozialisten 1933 politisch bedeutsam und nach dem Zweiten Weltkrieg halfen Vertreter der Partei bei der Gründung der Christlich Demokratischen Union Deutschlands (CDU), einer der größten Parteien in der heutigen Bundesrepublik (Asmuss 8.6.2011c).

Anzumerken ist, dass das Zentrum bei der Wahl zur Nationalversammlung unter dem Namen *Christliche Volkspartei* antrat, denn die Partei verwendete den Namen ebenso im ausgewählten Plakat für diese Arbeit (Asmuss 8.6.2011c). Es waren vor allem diese christlichen und in erster Linie katholischen Werte, die die Vorstellungen der Partei vom Frausein entscheidend prägten (Oppelland 9.9.2022). In der Weimarer Republik erhielt die Partei ihre meiste Unterstützung in katholischen Regionen wie dem Rheinland und Bayern und in diesen Gebieten gewann die Partei die Unterstützung sowohl von katholischen Frauen als auch von Männern (Frevort 1989, 172).

4 DAS FRAUENWAHLRECHT IN DEUTSCHLAND

Am 12. November 1918, dem Tag nach dem Ende des Ersten Weltkriegs, dem Sturz der kaiserlichen Monarchie und der Ausrufung des Deutschen Reichs zur parlamentarisch-demokratischen Republik, wurde den deutschen Frauen das aktive und passive Wahlrecht zuerkannt. Dies bedeutete, dass Frauen zum ersten Mal auf deutschem Boden nicht nur wählen, sondern auch gewählt werden durften. In diesem Kapitel wird näher beleuchtet, wie sich die Stellung der Frauen im Deutschen Reich ab dem 19. Jahrhundert veränderte und wie das Frauenwahlrecht schließlich 1918 durchgesetzt wurde.

4.1 Die Stellung der Frauen im Wandel

Im 18. und 19. Jahrhundert befanden sich die europäischen Länder im Umbruch, als Revolutionen über den Kontinent hinwegfegten (Wiesner-Hanks 2011, 155). Vorwiegend die Französische Revolution führte die Idee vom Recht auf Freiheit, Gleichheit und Brüderlichkeit ein, die die Vorstellung verstärkte, dass Frauen dieselben Grundrechte wie Männer haben sollten (Hauschildt 24.01.2018). Auf dem deutschen Boden begannen die Frauen insbesondere nach der Gründung des Deutschen Reichs 1871 ihre Gleichberechtigung zu fordern (Jurczyk 16.1.2019). Im Deutschen Reich vor dem Ersten Weltkrieg, das vom Kaiser geführt wurde, wurden aber die Forderungen der Frauen während der industriellen Revolution von Themen wie bessere Arbeitsbedingungen, Entlohnung sowie Mutterschutz überlagert (Beier de Haan & Scriba 12.8.2016). Im Weiteren genoss das Frauenwahlrecht, das bereits im 19. Jahrhundert unter anderem von den Sozialdemokraten im Reichstag verlangt wurde, keine kaiserliche Unterstützung (Dörr & Schneider 25.3.2019).

Der Erste Weltkrieg von 1914 bis 1918 war ein Wendepunkt in der deutschen und der Weltgeschichte; die Turbulenzen des Kriegs führten unter anderem zu Revolutionen und zur Gründung neuer Staaten (Scriba 8.9.2014). Das Ende des Weltkriegs bedeutete, dass sich Staaten wie das Deutsche Reich der Demokratie und demokratischen Werten zuwandten (Kurunmäki, Nevers & Velde 2018, 6; Scriba 8.9.2014). Infolgedessen wurde beispielsweise das Frauenwahlrecht als wichtiger Schritt auf dem Weg zu einer modernen Demokratie angesehen, auch wenn sich viele der jungen europäischen Demokratien in den folgenden zwei Jahrzehnten als schwach erwiesen (Jurczyk 16.1.2019; Kurunmäki, Nevers & Velde 2018, 6). Somit wurde das Frauenwahlrecht in den Nachkriegsjahren in Staaten wie dem Deutschen Reich 1918, Schweden 1921 und dem Vereinigten Königreich 1928 eingeführt (Dörr & Schneider 25.3.2019).

Die Stellung der Frauen in der Gesellschaft hatte sich bereits während des Ersten Weltkriegs grundlegend verändert, als die Männer an der Front kämpften (Downs

2010, 97). Den Frauen wurde mehr Verantwortung übertragen und sie leisteten immer mehr Lohnarbeit (ebd.). Obwohl das Ende des Weltkriegs für manche Frauen die Rückkehr zum Vorkriegsleben bedeutete, blieben manche Frauen weiterhin berufstätig, um den Mangel an männlichen Arbeitskräften auszugleichen, da viele Männer an der Front gefallen waren (ebd.). In Staaten wie dem Vereinigten Königreich wurde genau der Beitrag der Frauen an der Heimatfront als einer der Hauptgründe dafür angesehen, den Frauen das Wahlrecht zu gewähren (Wiesner-Hanks 2011, 151). Auf deutschem Boden war wiederum einer der Hauptgründe für die Einführung des Frauenwahlrechts der Zusammenbruch der kaiserlichen Monarchie und der Übergang zu einer parlamentarischen Demokratie unter der Führung der Sozialdemokraten, die das Frauenwahlrecht befürworteten (Jurczyk 16.1.2019).

Die Idee der Gleichstellung der Geschlechter wurde ebenfalls in die Verfassung der Weimarer Republik von 1919 aufgenommen (Artinger & von Hegel 2000, 34). Artikel 109, für dessen Einfügung in die Verfassung sich vor allem die weiblichen Abgeordneten einsetzten, lautet wie folgt: „Alle Deutschen sind vor dem Gesetze gleich. Männer und Frauen haben grundsätzlich dieselben staatsbürgerlichen Rechte und Pflichten.“ (ebd.). Es sei jedoch darauf hingewiesen, dass dieses Versprechen der Gleichheit in vielerlei Hinsicht nicht in Erfüllung ging und dass die Frauen in der Weimarer Republik in Bereichen wie der Entlohnung und dem sexuellen Selbstbestimmungsrecht nicht gleichgestellt waren (ebd.). Darüber hinaus blieben die meisten Frauen von ihren Ehemännern ökonomisch abhängig, obwohl das traditionelle Bild der Frau als Mutter und Ehefrau sich im Wandel befand (ebd., 34, 36). Überdies enthielt der Artikel 109 das Wort „grundsätzlich“, was bestimmte Einschränkungen der Gleichstellung zwischen den Geschlechtern zuließ, z. B., dass Frauen nicht alle Ämter bekleiden durften (ebd., 34; Deutscher Bundestag 2.6.2008, 4).

Zu erwähnen ist allerdings auch, dass in der Weimarer Republik der 1920er Jahre ein neues modernes Bild der Frau, die so genannte „neue Frau“ ähnlich zu der androgynen „garçonne“ in Frankreich entstand, das die Geschlechternormen z. B. in Bezug auf Kleidung, Sexualität und Rauschmittel brach (Downs 2010, 98). Junge Frauen, vor allem in den deutschen Großstädten, fügten sich in diese neue Lebensweise ein, indem sie sich beispielsweise weigerten, Mutter zu werden, und sich Freiheiten wie Sex, Sport und Rauchen gönnten, die früher nur den Männern vorbehalten waren (ebd.). Doch daneben blieb die traditionelle Vorstellung der Frau als Mutter präsent, die sich diesem so genannten „verfallenen Bild des Frauseins“ widersetzte (ebd.). Diejenigen, die sich gegen die neue Vorstellung vom Frausein aussprachen, argumentierten, dass der Lebensstil der „neuen Frau“ unnatürlich sei und dass die Mutterschaft eine natürliche Lebensaufgabe für Frauen darstelle (ebd.).

Auf seinem Höhepunkt erreichte das Zerbrechen der traditionellen Geschlechterrollen nach dem Ersten Weltkrieg eine Gegenreaktion, aus der eine antifeministische Bewegung hervorging, zu der auch paramilitaristische Bewegungen zwischen Männern gehörten, die durch die Verherrlichung von Kraft und Gewalt die

Hypermaskulinität betonten (Lamberg, Markkola, & Östman 2014, 228). Lamberg, Markkola und Östman (ebd.) heben hervor, dass zur Zeit des Ersten Weltkriegs die traditionelle Vorstellung vom Mann als Familienoberhaupt bereits erschüttert war und die Männer Zuflucht in diesen Bewegungen suchten, die ein starkes maskulines Ideal vertraten. Somit wurde die Grenze zwischen Männlichkeit und Weiblichkeit innerhalb der Bewegungen schärfer (ebd.). Beispielhaft spielte die paramilitärische Organisation Freikorps eine große Rolle während der Novemberrevolution, indem sie die provisorische Regierung der Republik, den Rat der Volksbeauftragten, unterstützte und gewaltsame Mittel einsetzte, um gegen die Republik gerichtete Unruhen zu bekämpfen (ebd.; Scriba 1.9.2014).

Obwohl die Vorstellung, dass Frauen heiraten und Mutter werden, in der Weimarer Republik größtenteils aufrechterhalten wurde, befand sich das Verständnis von den Rollen der Frauen aus vielerlei Gründen im Wandel (Artinger & von Hegel 2000, 36). Die Frauen im Deutschen Kaiserreich hatten praktisch keinen politischen oder gesellschaftlichen Einfluss, was sich allerdings während des Ersten Weltkriegs änderte (ebd., 34). Das Selbstbewusstsein der Frauen wurde gestärkt, als sie die Männer im öffentlichen und Wirtschaftsleben ersetzten (ebd.). Schließlich erlangten die Frauen das Wahlrecht in der Weimarer Republik und wurden damit zum ersten Mal zu politischen Subjekten (ebd.). Auf diese Weise existierten in der Weimarer Republik unterschiedliche Vorstellungen vom Frausein - traditionelle und neue - nebeneinander und erschütterten sich gegenseitig (ebd., 36).

4.2 Die Einführung des Frauenwahlrechts

Am 10. November 1918 verkündete der Rat der Volksbeauftragten, dass alle deutschen Frauen und Männer ab dem 20. Lebensjahr das aktive und passive Wahlrecht in der Republik besitzen (Dörr & Schneider 25.3.2019). Das neue Gesetz trat am 30. November 1918 in Kraft und die Wahl zur Nationalversammlung, bzw. die erste Wahl auf Reichsebene, bei der Frauen wählen und gewählt werden durften, fand am 19. Januar 1919 statt (ebd.). Das Frauenwahlrecht bedeutete zwar nicht die absolute Gleichstellung der Frauen in Familie und Gesellschaft, aber sie konnten erstmals politisch mitbestimmen (Altmann 11.4.2000b; Artinger & von Hegel 2000, 34).

Da zwischen der Durchsetzung des Frauenwahlrechts und der Wahl nur zwei Monate lagen, mussten die Parteien schnell die Zielgruppe der Wählerinnen erreichen, die als andere Hälfte der Bevölkerung ein erhebliches neues Stimmenpotenzial darstellten (Artinger & von Hegel 2000, 34; von Hindenburg 12.11.2018). Die Wählerinnen wurden im Besonderen durch politische Schriften, Wahlreden, Flugblätter und Plakate angesprochen (Jurczyk 16.1.2019). Auch wenn bei dieser Wahl sich die Werbung besonders stark an die Frauen richtete, wurden sie ebenfalls in den späteren Phasen der Weimarer Republik von der Wahlwerbung angesprochen (von Hindenburg

12.11.2018). Die größte Frage vor der Wahl zur Nationalversammlung war jedoch, ob Frauen politisch anders agieren würden als Männer, und ob sie daher in der Wahlwerbung anders angesprochen werden sollten (ebd.).

Am 19. Januar 1919 gaben schließlich 82 Prozent der wahlberechtigten Frauen ihre Stimme ab, was eine besonders hohe Wahlbeteiligung darstellte (von Hindenburg 12.11.2018). 37 Frauen wurden in die Nationalversammlung gewählt, was etwa ein Zehntel aller Abgeordneten bildete (Jurczyk 16.1.2019). In den folgenden Wahlen in der Weimarer Republik sank dieser Anteil jedoch ab (von Hindenburg 12.11.2018). Mehr als die Hälfte der weiblichen Abgeordneten in der Nationalversammlung gehörten der SPD an, obwohl Frauen aus allen Teilen des politischen Spektrums in die Nationalversammlung gewählt wurden (Frevert 1989, 169). Auch wenn die SPD das Wahlrecht für Frauen bereits im Kaiserreich gefordert hatte, stimmten die Wählerinnen paradoxerweise eher gemäßigt für christlich-konservative Parteien wie das katholische Zentrum und die monarchistische Deutschnationale Volkspartei (DNVP), die vor allem eine traditionelle Vorstellung vom Frausein vertraten (Artinger & von Hegel 2000, 34).

Die in die Nationalversammlung gewählten Frauen hatten großen Einfluss auf die Aufnahme von Artikel 109 in die Verfassung der Republik, in dem der Gedanke der Gleichberechtigung der Geschlechter, der bereits in der Anfangsphase der Republik bestanden hatte, verankert wurde (von Hindenburg 12.11.2018). In der Folgezeit engagierten sich die Parlamentarierinnen im Reichstag weiterhin über Parteigrenzen hinweg, beispielsweise in Form von sozialpolitischen Gesetzen (ebd.). Zu den sog. „Frauengesetzen“ gehörten Initiativen wie die Erweiterung des Mutterschutzes, die Zulassung von Frauen zu juristischen Berufen und die Regulierung der Sozialfürsorge für die Jugend (ebd.). Damit erhielten die deutschen Frauen erstmals politischen Einfluss, obwohl die Politik nach wie vor weitgehend als „Männersache“ angesehen wurde (Artinger & von Hegel 2000, 34-35). Dies spiegelte sich z. B. darin wider, dass Frauen von hohen politischen Ämtern ferngehalten wurden (Frevert 1989, 171). Deswegen waren die Frauen in der Weimarer Republik nur „grundsätzlich“, wie in der Weimarer Verfassung geschrieben war, gleichberechtigt (Heinsohn 27.4.2018).

5 DISKURSFORSCHUNG

In diesem Kapitel wird der theoretisch-methodologische Rahmen dieser Masterarbeit vorgestellt. Zunächst werden die zentralen Begriffe für diese Arbeit erklärt: *Diskurs* und *Kontext*. Die Kenntnis dieser Begriffe ist für das Verständnis der Analyse unerlässlich. Danach wird die multimodale Diskursanalyse thematisiert, die als Forschungsmethode für diese Arbeit dient. Abschließend werden Wahlplakate als Genre insbesondere unter dem Aspekt ihrer Multimodalität und ihres historischen Kontextes, bzw. der Weimarer Republik, erläutert.

5.1 Zu den Begriffen *Diskurs* und *Kontext*

Die Diskursforschung betrachtet den Gebrauch der Sprache in einem weiteren Sinne, nicht nur ihre Strukturen, wie z. B. die Grammatik, sondern die Sprache als soziale Handlung und die Art und Weise, wie sie Bedeutungen schafft (Pietikäinen & Mäntynen 2019, 14-15). Im Kern der Diskursforschung steht das Konzept des Diskurses (*discourse*), das sich auf die Vorstellung bezieht, dass Sprache in der Welt konstruiert wird, aber Sprache auch die Welt selbst konstruieren kann (ebd.). Blommaert (2005, 4) fügt hinzu, dass der Diskurs die Welt sozial und kulturell bedeutungsvoll macht, und dass sich diese Art der Sinnkonstruktion nicht in einem Vakuum entwickelt, sondern unter ziemlich strengen linguistischen und soziokulturellen Voraussetzungen. Der Sprachgebrauch entsteht mit anderen Worten in der Welt, in der er durch verschiedene Faktoren wie die Kommunikationssituation, die Textsorte und das Zielpublikum geprägt ist. Sie wird also in Abhängigkeit von diesen Faktoren konstruiert, aber gleichzeitig hat die Sprache die Macht, die Welt zu prägen und neue Bedeutungen zu schaffen (Pietikäinen & Mäntynen 2019, 13). Der Diskurs ist somit eine Einheit des Sprachgebrauchs, die über den Satz hinausgeht; er ist eine Form der Sprache, die Bedeutungen über Realitäten und Ereignisse schafft (ebd., 15-16, 29). Deshalb, wie Ledin und Machin (2018, 40) erklären, ist Sprache kein transparentes Kommunikationsmittel, sondern sie konstruiert soziale Realität.

Der Sprachgebrauch ist nicht zufällig, sondern wird sowohl durch Sprachstrukturen als auch durch den Kontext beeinflusst und reguliert (Pietikäinen & Mäntynen 2019, 38). Kontext bedeutet somit, dass die Produktion und Rezeption, bzw. Interpretation des Sprachgebrauchs immer vom Kontext, d. h. einer bestimmten Kommunikationssituation, abhängig ist (ebd., 14). Eng mit dem Begriff verbunden ist die Vorstellung, dass Sprache dynamisch und nicht unveränderlich ist und dass die Variation der Sprache z. B. von einer bestimmten Situation, der Zeit, dem Ort, der Zielgruppe, den eigenen Entscheidungen des Sprachbenutzers sowie von gesellschaftlichen Normen und Werten beeinflusst wird (ebd., 15). Sprache ist also gleichzeitig dynamisch

und variabel, organisiert und normativ (ebd., 15). Der Diskurs ist mit anderen Worten nie von der sozialen, historischen, politischen oder kulturellen Dimension der Sprache trennbar (Blommaert 2005, 4).

Außerdem ist der Kontext ein mehrdimensionales und vielschichtiges Konzept, dessen verschiedene Ebenen in einer einzigen und einzigartigen Sprachverwendungssituation interagieren und sich überschneiden (Pietikäinen & Mäntynen 2019, 40-41). Kontexte können daher in verschiedene Kategorien unterteilt werden, wie z. B. Genrekontext, historischer und sozialer Kontext (ebd., 49-50). Bei der Interpretation von historischem Material, wie z. B. den Wahlplakaten der Weimarer Republik in der vorliegenden Arbeit, muss nach Pietikäinen und Mäntynen (ebd., 29) dem historischen Kontext, d. h. der Zeit und Gesellschaft, aus der das Material stammt, besondere Aufmerksamkeit geschenkt werden. Bei dieser Arbeit spielt ebenso der breitere soziokulturelle oder gesellschaftliche Kontext eine Rolle, d. h., wie Pietikäinen und Mäntynen (ebd.) argumentieren, der Kontext, in dem der Sprachgebrauch um historische, kulturelle und soziale Verhältnisse und Praktiken herum aufgebaut wird.

5.2 Multimodale Diskursanalyse

Die multimodale Diskursanalyse, eine Unterkategorie der Diskursforschung, konzentriert sich auf ein breites Konzept von Sprache, bei dem sich der Diskurs nicht nur in der traditionellen Schriftsprache, sondern auch in anderen Modi wie Ton, Bild oder sogar der Körperhaltung einer menschlichen Figur manifestieren kann, und in der multimodalen Einheit, die sie bilden (Ledin & Machin 2020, 5, 20). Die multimodale Diskursanalyse beschäftigt sich daher mit der Beziehung zwischen dem allgemeinen Sprachgebrauch und visueller Gestaltung und damit, wie semiotische Ressourcen wie Farben, Schriftarten und der Blick menschlicher Figuren eingesetzt werden, um dem Betrachter komplexe Ideen, Bedeutungen, Einstellungen und Werte zu vermitteln (Ledin & Machin 2020, 15, 19; Machin 2014, 8).

Infolge des technologischen Fortschritts sind multimodale Texte immer üblicher geworden und die visuelle Gestaltung hat an Bedeutung gewonnen (Machin 2014, 8). Kress und van Leeuwen (2001, 1-2) betonen ausdrücklich, dass die Kommunikation nicht allein bildorientiert, sondern vor allem multimodaler geworden ist. Das Gegenteil der Multimodalität, die Monomodalität, bei der nur ein bestimmter Modus verwendet wird, hat also abgenommen, und semiotische Materialien wie Zeitschriften, Anzeigen und Schulbücher sind zunehmend multimodal (Ledin & Machin 2020, 21). Natürlich ist anzumerken, dass die mediale Kommunikation schon vor der Entwicklung der Technologie über multimodale Materialien erfolgen konnte, wie die Wahlplakate dieser Arbeit beweisen. Ledin und Machin (2018, 9) fügen jedoch hinzu, dass der Aufstieg der Konsumkultur zu einer neuen visuellen Verfeinerung bei der

Produktion und Verbreitung von multimodalen Materialien wie Werbung, z. B. über soziale Medien und das Internet, geführt hat.

Nach der multimodalen Diskursanalyse wird der Diskurs also nicht nur durch einen geschriebenen Text oder eine visuelle Darstellung vermittelt, sondern durch die gesamte materielle Welt, z. B. durch eine bestimmte Art der Gestaltung eines Klassenzimmers in einer Schule (Ledin & Machin 2020, 20; Machin 2014, 8). So wurden beispielsweise bei der erwähnten Klassenzimmergestaltung verschiedene semiotische Entscheidungen getroffen, die Ledin und Machin (2018, 25-26) als ein Inventar verschiedener Elemente definieren, die Bedeutungen erzeugen. Das heißt, dass bei der Gestaltung des Klassenzimmers die Assoziationen berücksichtigt wurden, die u. a. verschiedene Farbwahlen hervorrufen, z. B. in Bezug auf Licht und Räumlichkeit (Ledin & Machin 2020, 20, 97; Machin 2014, 8).

Ledin und Machin (2020, 37) betonen, dass semiotische Entscheidungen bewusst getroffen werden, um bestimmte Ideen zu vermitteln und auch den Betrachter zu beeinflussen. Semiotische Modalitäten, bzw. verschiedene Formen der Kommunikation, teilen also gleichzeitig Ideen und Vorstellungen mit, wirken aber auch auf unsere Erfahrungen mit der Welt ein (Ledin & Machin 2020, 61). Darüber hinaus argumentieren Ledin und Machin (2018, 29-30), dass sich semiotische Modalitäten wie Lebensmittelverpackungen, Bücher und Denkmäler im Laufe der Zeit entwickelt und etabliert haben, um bestimmte Zwecke zu erfüllen und Bedeutungen zu schaffen. Daher haben semiotische Materialien Eigenschaften, die bestimmte Formen der Kommunikation ermöglichen und gestalten, wodurch sie für einige Verwendungszwecke geeignet sind, für andere dagegen nicht (ebd., 30). So stellen Ledin und Machin (2018, 33) die Idee in den Vordergrund, dass die Wahlfreiheit bei semiotischem Material und semiotischen Ressourcen nicht unbegrenzt ist, sondern durch bestimmte, feststehende Regeln eingeschränkt wird. Eine der möglichen Regeln ist z. B. das Genre, das im nächsten Unterkapitel genauer erläutert wird.

5.3 Wahlplakate als multimodales Genre

Das traditionelle Verständnis von Genre ist, dass es sich um eine Gattung wie das Drama oder die Komödie handelt, das bestimmte Merkmale und Ziele hat, die es identifizierbar und unterscheidbar machen, die aber gleichzeitig begrenzen, was durch das Genre geschaffen und erreicht werden kann (Pietikäinen & Mäntynen 2019, 109). In der Diskursforschung wird das Genre jedoch als ein etwas weiter gefasster Begriff angesehen, der sich auf relativ fest etablierte Formen sozialer, sprachlicher und diskursiver Handlungen bezieht, die für ihre Benutzer erkennbar sind (Pietikäinen & Mäntynen 2019, 109). Die Wahlplakate, die als Forschungsmaterial für diese Arbeit dienen, bilden zusammen ein einheitliches Genre. Wie andere Genres auch, weisen Wahlplakate bestimmte Ziele und Merkmale in Bezug auf Erscheinungsbild und

Inhalt auf. Diese Merkmale und die Wahlplakate, insbesondere im Zusammenhang mit dem historischen Kontext der Weimarer Republik, werden zunächst näher betrachtet.

Wahlplakate sind multimodale Texte, die darauf abzielen, politische Inhalte zu vermitteln, politische Ziele zu erfüllen und den Betrachter zu beeinflussen (Artinger 2000, 15). Die Multimodalität von Wahlplakaten besteht aus Bild und Text, die in ihrer Gesamtheit eine Wirkung auf den Betrachter hervorrufen (Witamwas 2016, 11). Wahlplakate waren in der Weimarer Republik ein fester Bestandteil des Straßenbildes, denn sie waren so weit verbreitet, dass die Städte praktisch in ihnen „schwammen“ (Witamwas 2016, 11, 13). Gerade die Vervielfachung des Plakats machte seine Wirkung aus, und im Vergleich zum anderen bedeutenden Massenmedium der Weimarer Republik, dem Rundfunk, erforderte das Plakat keine Rezeptionsbereitschaft (ebd., 11).

Obwohl Wahlplakate sowohl vor als auch nach der Epoche der Weimarer Republik als Mittel des politischen Kampfes eingesetzt wurden, kam es seither nicht zu einer ähnlichen Flut von Plakaten (Artinger 2000, 21). Das Potenzial von Plakaten wurde im Deutschen Reich bereits im Ersten Weltkrieg entdeckt, als in den langen Kriegsjahren die Unterstützung der Bevölkerung für den Krieg durch Kriegspropaganda aufrechterhalten werden musste (ebd. 19, 21). Die Fülle an Plakaten wurde durch die Aufhebung des zensurbezogenen Plakatierungsgesetzes, das zwischen 1849 und 1914 die Verwendung von politischen Plakaten verboten hatte, weiter gefördert, so dass es bei der Wahl zur Nationalversammlung zu ersten Plakatkampagnen kam, die sowohl die Botschaft der eigenen Partei unterstützten als auch gegen andere Parteien gerichtet waren (Amrehn-Rupp 2022, 129, 131; Artinger 2000, 19). Dies hatte zur Folge, dass die Plakate die Macht hatten, eine politische Auseinandersetzung zu schaffen und damit u. a. die Meinung der Bevölkerung über die Republik zu prägen (Artinger 2000, 20). Gerade bei dieser Wahl war es allerdings das Hauptziel der Parteien, das neue Stimmenpotenzial, nämlich die Frauen, zu erreichen (Artinger & von Hegel 2000, 34).

Artinger (2000, 16) unterscheidet die Plakate der Weimarer Republik danach, ob sie mehr Text oder mehr Bild enthalten. Ihm zufolge (ebd.) kann ein Plakat nur Text enthalten oder der Text kann den Schwerpunkt des Plakats bilden. Bildplakate enthalten zwar Text, dieser wird aber kurzgehalten, da der Schwerpunkt auf der Abbildung liegt. Bei Plakaten sind sowohl die Aussage des Textes, z. B. die Wortwahl, als auch das visuelle Erscheinungsbild, z. B. Schriftart, Schriftgröße und Layout, bedeutsam (ebd., 15-16; Sauer 2007). Eng mit den bildlichen Elementen des Plakats verbunden sind Personendarstellungen, seien es einzelne oder mehrere, bekannte oder anonyme Personen, die auf Plakaten häufig entweder als Feindbilder, insbesondere durch negative und überzeichnete Stereotype, oder positiv als Helden durch Allegorien, dargestellt werden (Sauer 2007). Ein wesentliches Merkmal von Plakaten ist somit die Gegenüberstellung von Gut und Böse - Held und Feind (Landeszentrale für politische

Bildung Baden-Württemberg 2009, 1). Diese semiotischen Entscheidungen dienen dazu, die Plakate so auffällig wie möglich zu gestalten, damit die Aufmerksamkeit der Betrachter für einen Moment aufrecht erhalten bleibt (Artinger 2000, 15).

6 FORSCHUNGSMATERIAL UND METHODISCHE VORGEHENSWEISE

Dieses Kapitel beschäftigt sich mit dem Forschungsmaterial, bzw. mit den vier Wahlplakaten für die Wahl zur Nationalversammlung 1919, die für diese Arbeit ausgewählt wurden, und der methodischen Vorgehensweise, d. h. der Frage, wie die Analyse durchgeführt wird. Die Plakate werden in alphabetischer Reihenfolge der Parteien vorgestellt. Im Unterkapitel zur methodischen Vorgehensweise werden die Forschungsfragen dieser Arbeit präsentiert, anhand derer die Plakate im nächsten Kapitel analysiert werden.

6.1 Forschungsmaterial

Das Material in dieser Arbeit besteht aus vier Wahlplakaten von der Wahl zur Nationalversammlung am 19. Januar 1919, die im folgenden Kapitel alphabetisch nach Partei geordnet sind. Von der DDP stammen zwei Plakate, von der SPD eines sowie vom Zentrum eines. Die beiden DDP-Plakate werden als erstes analysiert, da die Partei im Alphabet vor den anderen beiden Parteien liegt. Das allererste Plakat im Unterkapitel 7.1. stammt vom Geschichtsportal *Lebendiges Museum Online* (LeMO), das vom Deutschen Historischen Museum betrieben wird, ebenso wie das Plakat im Unterkapitel 7.3., das von der SPD stammt. Das Plakat der DDP im Unterkapitel 7.2. entstammt dagegen dem Interaktiven Lernportal zur deutschen Geschichte (IDA) des Deutschen Historischen Museums und das Zentrum-Plakat im Unterkapitel 7.4. der Webseite der Konrad-Adenauer-Stiftung.

Die Auswahl der Plakate wird dadurch beeinflusst, dass das Ziel darin bestand, möglichst unterschiedliche Plakate zu wählen, um möglichst viele verschiedene Perspektiven in die Analyse einzubeziehen. Die Parteien vertreten unterschiedliche Ideologien, wobei zwei von ihnen Linksparteien sind, aber eine von ihnen ist die Zentrumsparterie. Außerdem erhielten diese drei Parteien bei dieser Wahl die meisten Stimmen aller Parteien, was darauf hindeutet, dass diese Vorstellungen vom Frausein im Jahr 1919 weit verbreitet und akzeptiert oder zumindest befürwortet waren.

Die Analyse berücksichtigt sorgfältig den in den Kapiteln 3 und 4 dargestellten zeitlichen Kontext, nämlich die Anfangsphase der Weimarer Republik. Dieser Kontext spielt selbstverständlich eine wesentliche Rolle bei der Analyse der Plakate. Die Analyse stützt sich ebenfalls auf die in Kapitel 2 behandelten Begriffe *Frau*, *Frausein* und *Weiblichkeit*.

6.2 Methodische Vorgehensweise

Im nächsten Kapitel werden mithilfe der Methode der multimodalen Diskursanalyse die folgenden Forschungsfragen beantwortet:

- Welche Vorstellungen vom Frausein werden durch die visuellen und sprachlichen Ressourcen in den Plakaten konstruiert und wie?
- Wie reflektieren, und auch konstruieren, diese Vorstellungen vom Frausein die Ideologien der Parteien?

Die Analyse der vier Wahlplakate dieser Arbeit konzentrierte sich auf die sprachliche und visuelle Gestaltung der Plakate und ihre gemeinsame Wirkung darauf, wie sie Vorstellungen vom Frausein vermitteln und welche diese Vorstellungen sind. Die Analyse folgt der Theorie zur multimodalen Diskursanalyse, die in den Werken von Kress und van Leeuwen (1996) sowie von Ledin und Machin (2020) vorgestellt wird. Kress und van Leeuwen haben grundlegende Werke zur multimodalen Diskursanalyse geschrieben, während ihre Theorie weitgehend in den Werken von Ledin und Machin verwendet wird. Der Unterschied zwischen den Werken besteht darin, dass das für diese Arbeit gewählte Werk von Ledin und Machin aus dem Jahr 2020 eine aktuelle Perspektive auf die Methode bietet. Obwohl das Material dieser Arbeit aus dem Jahr 1919 stammt, waren die aktuellen Perspektiven von Ledin und Machin in der Analyse relevant.

Im Vordergrund der Analyse standen die menschlichen Figuren und die Parolen der Wahlplakate, aber auch andere semiotische Entscheidungen wurden durch die Methode der multimodalen Diskursanalyse betrachtet. Die Analyse jedes Wahlplakats fängt somit mit den Denotationen an, d. h. einer Beschreibung dessen, wer und was auf jedem Plakat abgebildet ist. Die Analyse setzt sich fort mit den Konnotationen, d. h. den Interpretationen der Ideen und Werte, bzw. den Vorstellungen vom Frausein, die durch die semiotischen Ressourcen jedes Plakats vermittelt werden (Ledin & Machin 2020, 40). Anhand der visuellen und sprachlichen Elemente der Plakate wurde zudem analysiert, wie die Ideologien der Parteien diese Vorstellungen gleichzeitig konstruieren, aber auch reflektieren, und damit auf die zweite Forschungsfrage geantwortet. Die Ideologien beziehen sich auf die in den Unterkapiteln 3.3.1., 3.3.2. und 3.3.3. aufgeführten Informationen zu den Parteien.

Die Analyse der menschlichen Figuren konzentrierte sich auf die Entscheidungen, wie und warum sie dargestellt werden, d. h. wie sie eingesetzt werden, um dem Betrachter bestimmte Bedeutungen zu vermitteln. Neben den weiblichen Figuren werden auch die männlichen Figuren analysiert, da sie ebenfalls Einfluss darauf haben, wie die Parteien DDP, SPD und Zentrum ihre eigenen Vorstellungen vom

Frausein an den Betrachter kommunizieren. Beispiele für Elemente, die bei der Analyse in Bezug auf die Figuren untersucht wurden, waren ihr Aussehen, wie Kleidung, Haare und andere äußere Faktoren, darunter ihr Blick, ihre Bewegungen und Körperhaltungen (Ledin & Machin 2020, 56). Ein wesentlicher Aspekt der Analyse war auch die Repräsentation, d. h. wer auf den Plakaten dargestellt wird und warum, aber auch die Nicht-Repräsentation, d. h. wer nicht dargestellt wird und warum (Ledin & Machin 2020, 53). Im Verhältnis zur Repräsentation wurde auch die Handlungsfähigkeit der Figuren betrachtet, d.h. es wird analysiert, wer auf diesen Plakaten Handlungsfähigkeit hat, um welche Art von Handlungsfähigkeit es sich handelt und wer keine Handlungsfähigkeit hat. Bei Plakaten wie auch bei anderen Bildern bedeuten indexikalische Zeichen, dass der Betrachter nicht wirklich sieht, was geschieht, aber die Figuren, Gegenstände und Positionen lassen vermuten, dass bestimmte Ereignisse stattfinden (Ledin & Machin 2020, 56). Weitere Faktoren im Zusammenhang mit den menschlichen Figuren, die analysiert wurden, waren der Abstand oder die Nähe der Figuren zum Betrachter, der Betrachtungswinkel und der Bildausschnitt (ebd., 50, 83-84).

Bei der Analyse der Repräsentation menschlicher Figuren ist auch zu berücksichtigen, ob es sich um anonyme Figuren handelt oder ob die Identität der Figuren für den Betrachter klar ist (Ledin & Machin 2020, 48, 52). Zusätzlich zu den Identitäten menschlicher Figuren werfen Ledin und Machin (ebd., 48-49, 51) die Konzepte der Individualisierung, der Kollektivierung und der Kategorisierung auf. Die Identität menschlicher Figuren kann demnach für den Betrachter klar sein und die Figur kann als Individuum dargestellt werden, was eine vermenschlichende Wirkung haben kann, während anonyme oder generische Figuren oder größere Gruppen von Menschen, die dargestellt werden, die gegenteilige oder homogenisierende Wirkung haben können (ebd., 48). In Bezug auf die Kategorisierung unterscheiden Ledin und Machin (2018, 71-72) zwischen kultureller und biologischer Kategorisierung, wobei sich erstere beispielsweise auf die Kleidung und die Frisur einer menschlichen Figur bezieht, woraus sich schließen lässt, dass die menschliche Figur eine bestimmte Gruppe von Menschen, wie etwa eine bestimmte soziale Schicht, repräsentiert, und letztere, dass stereotype körperliche Merkmale, wie die Muskulatur der menschlichen Figur, dem Betrachter bestimmte Vorstellungen vermitteln, wie etwa Stärke und Heldentum.

Die Distanz oder die Nähe einer Figur kann für den Betrachter ebenfalls einen entfernten oder nahen Effekt erzeugen (Ledin & Machin 2020, 50). Ledin und Machin (ebd., 84) führen aus, dass die Darstellung der Figur in der Nähe des Betrachters einen intimen und persönlichen Eindruck erweckt, aber auch den Eindruck verstärkt, dass die Figur Gefühle hat und man sich leichter mit ihr identifizieren kann. Je weiter die Figur vom Betrachter entfernt dargestellt wird, desto distanzierter und generischer wirkt die Figur auf den Betrachter (ebd.). Es spielt auch eine Rolle, aus welcher Richtung die Figur dargestellt wird, d. h. ob der Betrachter sie von unten oder von der gleichen Ebene aus betrachtet (ebd., 83). Die Blickwinkel können also den Effekt

erzeugen, dass sich der Betrachter in einer gleichwertigen, unterlegenen oder überlegenen Position gegenüber der Figur befindet, d. h. die Blickwinkel vermitteln dem Betrachter unterschiedliche Machtverhältnisse (ebd.).

Bei der Analyse anderer semiotischer Entscheidungen als menschlicher Figuren traten zum z. B. Farben als Mittel zur Übermittlung von Ideen in den Vordergrund. Neben den parteieigenen Farben, wie z. B. dem symbolischen Rot der SPD, wurde auch die Verwendung von Farben in anderen Zusammenhängen untersucht, und zwar in Bezug auf ihren Farbton und ihre Helligkeit, da bestimmte Farben und insbesondere ihre Töne bestimmte Assoziationen hervorrufen, die Aufmerksamkeit des Betrachters fesseln und auf einem Plakat eine bestimmte Stimmung erzeugen können (Ledin & Machin 2020, 90, 97-99).

Bei der Analyse der Parolen waren vor allem die Aussage, aber auch ihr visuelles Design und Faktoren wie ihre Positionierung und ihre Verbindung zum gesamten visuellen Design des Plakats von Bedeutung. In der Analyse wurde daher die gemeinsame Wirkung von Text und Bild auf den Betrachter betont. In den Vordergrund bei der Analyse wurden auch die Wortwahl und andere rhetorische Mittel gestellt (Ledin & Machin 2018, 27; Pietikäinen & Mäntynen 109, 144). Wie Artinger (2000, 15-16) anführt, werden die sprachlichen Ressourcen von Wahlplakaten, d. h. ihre Parolen, oft als sehr kurz, aber auffällig charakterisiert, was die darin getroffene Wortwahl für die Analyse sehr relevant macht. Wie Ledin und Machin (2018, 42) weiter ausführen, werden in der multimodalen Diskursanalyse die verschiedenen Modi nicht nur getrennt, sondern in ihrer Gesamtheit und Interaktion untersucht, weshalb auch die Verbindung zwischen sprachlichen und visuellen Ressourcen in den Fokus der Analyse rückt.

7 ANALYSE UND ERGEBNISSE

In diesem Kapitel wird die Analyse anhand der oben vorgestellten methodischen Vorgehensweise durchgeführt, bei der jedes Plakat einzeln in alphabetischer Reihenfolge nach der Partei behandelt wird. Die Plakate sind diesem Kapitel beigelegt. Die Ergebnisse der Analyse werden bei jedem Plakat präsentiert.

7.1 „Das Frauenrecht ist ein Hauptziel der Deutschen Demokratischen

Par-
tei“



Plakat 1: „Das Frauenrecht ist ein Hauptziel der Deutschen Demokratischen Partei“ (Deutsches Historisches Museum o. J. a)

Im Mittelpunkt dieses Plakats der DDP ist eine aus einem scheinbaren Gefängnis fliehende Frau. Die Gitterstäbe des Gefängnisses, zwischen denen die Frau hindurchläuft, scheinen mit Gewalt aufgerissen worden zu sein, und hinter den Gitterstäben sind mehrere andere Frauen abgebildet, von denen einige den Betrachter direkt anblicken. Die Blicke der Frauen sind überrascht, fast schockiert, aber auch fasziniert. Die Frau, die aus dem Gefängnis flieht, blickt nicht direkt zum Betrachter, sondern rennt und schaut nach vorne. Die Figuren hinter den Gittern bilden eine anonyme Masse von Frauen, die aneinander vorbeigehen oder nebeneinanderstehen, und es sieht sogar so aus, als ob das Gefängnis überfüllt ist. Am auffälligsten unter den Frauen hinter den Gittern ist vermutlich die Frau, die ein Baby auf dem Arm hält. Außerdem ist die Farbgebung dieses Plakats schlicht gehalten, und eher Lichter und Schatten als verschiedene Farben werden verwendet. Beispielsweise befinden sich hinter den Gitterstäben Schatten, und die Kleidung der Frauen im Gefängnis erscheint dunkler als die der Frau, die zwischen den Gitterstäben durchbricht. Auf diesem Plakat sind tatsächlich zwei weiß gekleidete Figuren zu erkennen: die Frau auf der Flucht und das Baby in den Armen der Frau im Gefängnis.

Oben auf dem Plakat steht der Text *Das Frauenrecht* und unten ist ein *Hauptziel der Deutschen Demokratischen Partei*. Typischerweise fordert ein Plakat den Wähler auf, etwas zu tun, z.B. eine bestimmte Partei zu wählen - zumindest interagiert ein Plakat in irgendeiner Weise mit dem Betrachter -, aber auf diesem Plakat steht einfach die Parole, die sich direkt auf das neu eingeführte Frauenwahlrecht bezieht (Artinger 2000, 16). Das Plakat deutet darauf hin, dass die Partei die Frauen vor allem als politische Akteurinnen sah, die durch die politische Ungerechtigkeit „gefangen“ gewesen waren. Zu beachten ist auch, dass vorrangig in der Anfangsphase der Weimarer Republik die Parteien dieser Arbeit, die DDP, die SPD und das Zentrum, in ihrer Rhetorik die Vorstellung einer „neuen Zeit“ bzw. „neuen Welt“ instrumentalisierten - die optimistische Vision, sogar die Utopie, dass die Gesellschaft grundlegend und gezielt umgestaltet werden könne (Graf 2009, 649, 651-652).

Das auf diesem Plakat abgebildete Gefängnis ist vermutlich eine Metapher für das Gefängnis der politischen Rechtlosigkeit der Frauen. Dies wird auch durch die Wortwahl der Parole, *das Frauenrecht*, angedeutet, der sich explizit auf die Rechte der Frauen bezieht. Auf diesem Plakat sind auch nur weibliche Figuren abgebildet, was darauf schließen lässt, dass die Zielgruppe dieses Plakats ausschließlich Frauen waren. Darüber hinaus soll Amrehn-Rupp (2022, 134) zufolge eine unabhängige junge Frau ein seltenes Motiv in den Wahlplakaten der Weimarer Republik gewesen sein. Zudem unterstreicht Amrehn-Rupp (2022, 131, 140), wie in Kapitel 3 erwähnt, dass die DDP das Bildmotiv der unabhängigen Frau insbesondere bei dieser Wahl instrumentalisierte, obwohl sie bei späteren Wahlen der Republik eher das Bildmotiv der Frau als Mutter verwendete. Die Außergewöhnlichkeit dieses Plakats im Vergleich zu den späteren hängt vermutlich mit der Ausnahmesituation in der Weimarer Republik unmittelbar nach ihrer Gründung zusammen und damit, dass die Parteien bei dieser Wahl

auf verschiedene Weise versuchten, die neu wahlberechtigten Frauen zu mobilisieren (Artinger & von Hegel 2000, 34). Es ließe sich sogar argumentieren, dass die DDP die Rhetorik des Frauenrechts und das Motiv der unabhängigen und selbständigen Frau in erster Linie dazu nutzte, um das neue Stimmenpotenzial zu gewinnen.

Auf dem Plakat sind nicht nur ausschließlich Frauen abgebildet, sondern es stellt auch ein aufgenommenes Ereignis dar, möglicherweise von der Straße aus und nicht buchstäblich aus einem Gefängnis, wie die Gitterstäbe vermuten lassen könnten. Bereits während des Ersten Weltkriegs waren die Frauen ein sichtbarer Teil der Gesellschaft geworden, da sie begonnen hatten, mehr Zeit außerhalb des Hauses zu verbringen, z. B. bei der Arbeit und bei Freizeitaktivitäten (Heinsohn 27.4.2018). Dieser Wandel hatte die traditionelle Sichtweise, wie im Unterkapitel 4.1 vorgestellt, dass Frauen dem privaten Bereich der Gesellschaft angehörten, d. h. zu Hause als Gebärende und Erziehende von Kindern, grundlegend erschüttert (Galpin 27.10.2023, 5). Auch wenn verschiedene Autoren wie Artinger und von Hegel (2000, 34) und Heinsohn (27.4.2018) darauf hinweisen, dass eine vollständige Emanzipation der Frauen in der Weimarer Republik nicht stattgefunden hat, waren die gesellschaftlichen Strukturen bereits seit dem Ersten Weltkrieg im Wandel und die DDP positionierte sich auch bei dieser Wahl, um diesen Wandel zu begrüßen.

Die Frau, die aus dem Gefängnis flieht, ist offenbar in Reformkleidung gekleidet (Busch 18.3.2021). Unter dem Saum des Kleids ist einer ihrer Füße zu sehen, der von einer Sandale verdeckt wird. Es sieht so aus, als ob die Frau auf der Flucht ihre alte Kleidung auszieht, und darunter das Reformkleid zum Vorschein kommt. Wie bereits in der Einleitung der vorliegenden Arbeit über die „Neue Frau“ erwähnt, fand in den 1920er Jahren ein starker Wandel in der Mode statt, vor allem bei den städtischen Frauen, in eine zunehmend liberale und sogar androgyne Richtung (Busch 18.3.2021). Allerdings hatte die graduelle Veränderung der Frauenmode bereits in der Kaiserzeit mit der Reformbewegung eine praktischere Wendung genommen, die es den Frauen z. B. erleichterte, zu arbeiten und Sport zu treiben, aber sie wurde auch von den Vertreterinnen der Frauenbewegung aufgegriffen, die begannen, diese strenge und oft unpraktische Kleiderordnung für Frauen abzulehnen (ebd.). So wurden die in der Republik aufkommenden Mode- und Schönheitstrends, die mit den bisherigen Regeln brachen, indem sie z. B. die Haare der Frauen kürzer, die Korsetts lockerer und die Kleider den natürlichen Linien der Frauen besser angepasst machten, zu Symbolen der Frauenemanzipation (ebd.). Bemerkenswert ist, wie wenig Schichten die fliehende Frau an ihrem Kleid trägt. Busch (ebd.) zufolge wurden Korsetts in der Weimarer Republik noch von Frauen aller Gesellschaftsschichten getragen, aber sie wurden bequemer, und die Kleider wurden nicht mehr so vielschichtig getragen und waren kürzer als vor dem Ersten Weltkrieg. Außerdem kann die Emanzipation ebenso dadurch abgebildet sein, dass die Frau keinen Hut trägt, wie viele der Frauen im Hintergrund.

Auffallend ist auch, dass nur die fliehende Frau und das Baby weiße Kleidung tragen, was darauf hindeutet, dass sie aufgrund der Helligkeit der Farbe im

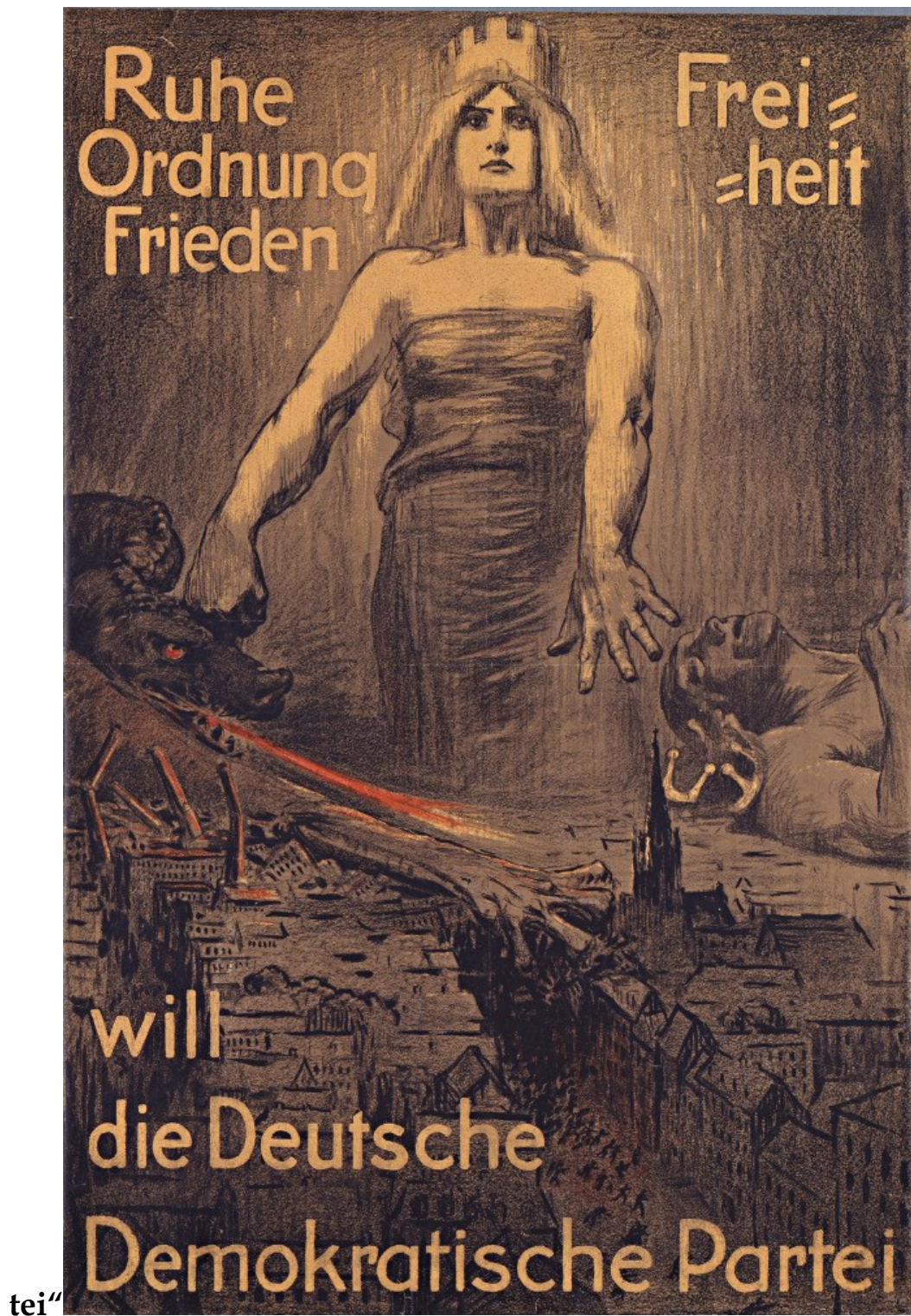
Mittelpunkt der Aufmerksamkeit des Betrachters stehen, aber Machin und Ledin (2020, 98-99) argumentieren darüber hinaus, dass die Helligkeit der Farbe oft mit dem Guten assoziiert wird, während die Schwärze der Farbe oft mit dem Bösen verbunden ist. Daraus kann man schließen, dass die DDP mit diesen semiotischen Entscheidungen den Eindruck erwecken will, dass es die befreite Frau und das Baby, d. h. die Zukunft der Gesellschaft, sind, die das Gute tun. Die semiotischen Entscheidungen haben ebenfalls den Anschein, dass die DDP die Frauen in einem schattenhaften Gefängnis darstellt, weil sie die Rechtlosigkeit der Frauen als etwas Schlechtes - vielleicht sogar Böses - ansieht.

Die Frau in Reformkleidung ist die Einzige, die auf diesem Plakat als fliehend dargestellt ist. Der Betrachter weiß also nicht, ob die anderen Frauen ihr nachlaufen, aber ihre emotionalen Prozesse bzw. ihre Gesichtsausdrücke und Körperhaltungen lassen, wie Machin und Ledin (2020, 56) darüber argumentieren, darauf schließen, dass sie von dem Geschehen überrascht, vielleicht sogar neugierig sind. Die weibliche Figur, die zwischen den Gitterstäben hindurch flieht, blickt dagegen geradeaus und nicht direkt auf den Betrachter, was nach Ledin und Machin (ebd., 56) den Effekt hat, dass sie vom Betrachter nichts verlangt, sondern in die Zukunft blickt. Der Gesichtsausdruck der Figur ist jedoch überrascht, vielleicht sogar erfreut über diese Befreiung, was unmittelbar die Akzeptanz der Partei sowohl für die Demokratie in der Weimarer Republik als auch für das dort befürwortete Frauenwahlrecht reflektiert. Das Plakat spiegelt die Auffassung der Partei wider, dass die Ausweitung der Frauenrechte keine negative Veränderung darstellt, sondern das Ende des metaphorischen Gefängnisses der Rechtlosigkeit und den Beginn der Emanzipation der Frauen.

Dieses Plakat hebt die indexikalischen Zeichen hervor, wie die Hände der fliehenden Frau, die sich an den Gitterstäben festhalten, als ob sie sie selbst verbogen hätte, um herauszukommen. Dies ist eines der auffälligsten Merkmale dieses Plakats, nämlich dass die Frau selbst die Gitterstäbe verbiegt und nicht jemand anderes, wie z. B. die Partei, eine männliche Figur oder eine abstrakte Kraft, die das für sie tut. In diesem Plakat wird der weiblichen Figur eine Handlungsfähigkeit zugesprochen, was nach Machin und Ledin (2020, 55) ein wichtiger Aspekt bei der Analyse menschlicher Figuren ist. Auf diese Weise verweist das Plakat auch auf die körperliche und geistige Stärke der Frau, d. h. auf die Tatsache, dass sie in der Lage ist, die Gitterstäbe zu verbiegen, also ihr eigenes Leben sowie das Leben der anderen Frauen zu verändern. Dies ist wahrscheinlich eine Anspielung auf die Tatsache, dass die deutschen Frauen gerade vor der Wahl das Wahlrecht erlangt hatten, was bedeutete, dass ihre Rechte durchaus erweitert wurden und sie somit mehr Entscheidungs- und Einflussmöglichkeiten in der Gesellschaft hatten (Artinger & von Hegel 2000, 34). Die Stärke der Frauen durch das Verbiegen der Gitter ist wahrscheinlich auch ein Hinweis auf die Frauenbewegung, die durch ihre langjährige Arbeit einen großen Einfluss auf die erhöhte Unterstützung der Gesellschaft für das Frauenwahlrecht hatte (Jurczyk 16.1.2019).

Das Motiv der unterworfenen, sich selbst befreienden Frau steht im Mittelpunkt der Vorstellung vom Frausein in diesem Plakat. Dieses Plakat bezieht sich also direkt auf das neu eingeführte Frauenwahlrecht und die Emanzipation der Frauen, aber wahrscheinlich auch auf die Politik der DDP, die, zumindest der Parole auf diesem Plakat zufolge, die Rechte der Frauen vorantreiben wollte. Insbesondere verweist das Plakat auf die Feststellung, dass die Frau vor der Erweiterung der Frauenrechte in einer Art Gefängnis war, aus dem die weibliche Figur nun in ihrer Reformkleidung ausbricht. Das Plakat wirbt somit für eine neugeborene Vorstellung vom Frausein in der Weimarer Republik, die die Frau als gleichberechtigte Akteurin, vor allem im politischen Bereich, versteht. Das Plakat deutet auch eine Abkehr von traditionellen Werten an, obwohl es fraglich ist, ob diese optimistische Aufbruchstimmung in der Weimarer Republik nur in der Anfangszeit anhielt, als alles noch neu war.

7.2 „Ruhe, Ordnung, Frieden, Freiheit will die Deutsche Demokratische Par-



Plakat 2: „Ruhe, Ordnung, Frieden, Freiheit will die Deutsche Demokratische Partei“ (Deutsches Historisches Museum o. J. c)

Auf diesem Plakat der DDP wird Germania, die nationale Personifikation des Deutschen Reichs und der deutschsprachigen Bevölkerung, dargestellt (Heß & Klee 2.12.2021). Neben Germania ist auf dem Plakat ein Krokodil abgebildet, das Feuer über eine Stadt spuckt, und ein Mann, der anscheinend tot am Boden liegt und neben dem eine verbogene Krone liegt. Darüber hinaus ist auf diesem Plakat eine Klaue zu erkennen, die mit ihren Fingern die Stadt zerreißt. Die Menschen rennen in Panik durch die Stadt, Gebäude stürzen ein und Fabrikschornsteine brechen zusammen. Das Plakat ist ansonsten farblich dunkel und schlicht gehalten, um Germania herum ist jedoch ein gelbliches Licht zu erkennen und die Parole des Plakats ist in Gelb geschrieben. Auf diesem Plakat wird Germania als eine langhaarige gekrönte Frau dargestellt, die eher maskuline Züge wie breite Schultern, muskulöse Arme und ein kräftiges Kinn aufweist. Sie ist mit einer durchsichtigen Robe bekleidet, unter der ihre Brüste zu sehen sind. Insgesamt wird Germania auf diesem Plakat als eine eher maskuline Figur abgebildet, die groß und mächtig sowie sogar bedrohlich über der Stadt steht.

Die Parole *Ruhe - Ordnung - Frieden* befindet sich links von Germania, während die Parole *Freiheit* rechts von der Figur geschrieben ist. Am unteren Rand des Plakats steht der Text *will die Deutsche Demokratische Partei*, was darauf schließen lässt, dass die Partei inmitten von Krieg und Chaos nach einer Lösung sucht. Auch die visuelle Gestaltung des Plakats trägt zum Ausdruck des Chaos und der Bedrohung bei. Wahrscheinlich stellte sich die DDP, die die Republik befürwortete, gegen antidemokratische Kräfte wie den in Unterkapitel 3.2. erwähnten kommunistischen Spartakusbund, der im Vorfeld dieser Wahl besonders intensiv bemühte, die neu entstandene Demokratie zu untergraben (Scriba 15.8.2015). Außerdem stellt dieses Plakat einen Mann dar, der angeblich tot auf dem Boden liegt und eine verbogene Krone neben sich hat. Obwohl Millionen von Deutschen im Krieg gefallen sind, bezieht sich die Krone eher auf die kaiserliche Monarchie, die im übertragenen Sinn tot zu Boden fiel, als das Deutsche Reich den Krieg verlor. Anstelle des Kaisers trägt Germania die strahlendste Krone.

Dieses Plakat listet eine Reihe von Vorstellungen auf, mit denen die Wähler und Wählerinnen erreicht werden sollen, und enthält keine konkreten Wahlversprechen oder Programme als solche. Es ist auch anzumerken, dass diese aufgelisteten Vorstellungen keine reinen „Frauenthemen“ sind, sondern dass sich dieses Plakat wahrscheinlich auch an die männlichen Wähler richtet, da die Themen eng mit dem Ersten Weltkrieg und der prekären Anfangszeit der Republik verbunden sind. Nach Amrehn-Rupp (2022, 142) zeichneten sich Plakate, die sich an Frauen richteten, eher durch diese Art der Auflistung allgemeiner Ideen als durch Parteispezifika aus, wobei es sich bei solchen Plakaten um Themen handelte, die Frauen stärker betreffen, wie z. B. die Wohlfahrt der Familie. Dies könnte mit der Vorstellung in der Weimarer Republik zusammenhängen, dass Frauen zwar durch das Wahlrecht politische Macht erlangt hatten, aber immer noch die Tendenz bestand, Frauen von hohen politischen Ämtern und „harten“ politischen Themen wie Finanz- und Außenpolitik fernzuhalten, da

diese weitgehend als „Männersachen“ angesehen wurden (Amrehn-Rupp 2022, 143; Artinger & von Hegel 2000, 34). Alles in allem war der auf dem Plakat stehende Wahlanspruch in der schwierigen Situation höchstwahrscheinlich der Traum vieler Wähler, unabhängig vom Geschlecht, von der Partei und den politischen Werten.

Darüber hinaus ist Germania nicht die einzige weibliche nationale Personifikation, da mehrere europäische moderne Nationalstaaten, wie z. B. Großbritannien, Italien und Frankreich, eine ähnliche Personifikation besitzen (Heß & Klee 2.12.2021; Schoch 2014). Die Figur der Germania geht auf das Heilige Römische Reich zurück, wurde aber mit der Entstehung der deutschen Nationalbewegung im 19. Jahrhundert und später im Kaiserreich u. a. als Figur in der Kriegspropaganda während des Ersten Weltkriegs verstärkt verwendet (Schoch 2014). Die Funktion der Germania bestand wie bei anderen nationalen Personifikationen darin, das Konstrukt eines geeinten Volks zu schaffen (Heß & Klee 2.12.2021). Maskuline, von Männern geführte Nationalstaaten bedienten sich weiblicher Personifikationen gerade deshalb, weil sie eine einigende, mütterliche Qualität hatten, denn sie wurden sowohl ideologisch als auch biologisch als Mütter der Nationen angesehen (ebd.). Es ist auch wichtig, Germania unter dem Gesichtspunkt zu betrachten, dass sie, obwohl sie eine Personifikation ist, im Wesentlichen der traditionellen Vorstellung vom Frausein – der Rolle der Frau als Mutter – entspricht. In einem weiteren Sinn könnte man sagen, dass die Bedeutung der Rolle der Germania als Hüterin der Nation nach dem Tod von Millionen Deutschen im Ersten Weltkrieg, aber auch nach dem Rückgang der Geburtenrate, der zu Besorgnis und sogar Hysterie über das Überleben der deutschen Nation geführt hatte, gewachsen war (Frevert 1989, 159).

Während des Ersten Weltkriegs nahm Germania, eine feminine und blondhaarige Frauengestalt in den traditionellen Darstellungen, neue Züge an, da sie in der Kriegspropaganda oft in Rüstung und bewaffnet dargestellt wurde (Schoch 2014). So scheint auch dieses Wahlplakat auf das schwere Kriegserlebnis und die ungewisse Zeit nach dem Kriegsende zu verweisen. Genauso wie im Kriegspropaganda wird Germania auf diesem Plakat eher als Verteidigerin und Beschützerin einer bedrohten Nation dargestellt (Heß & Klee 2.12.2021). Der Erste Weltkrieg war zu diesem Zeitpunkt kaum vorbei und hatte in der deutschen Bevölkerung tiefe Spuren hinterlassen; zahlreiche Männer waren an der Front gefallen oder kehrten geistig oder körperlich verwundet nach Hause zurück, die Enttäuschung über die Kriegsniederlage und die Unsicherheit über die neue Staatsform waren groß (Scriba 8.9.2014; Scriba 15.8.2015). Darüber hinaus führten die bereits während des Krieges eingetretenen Veränderungen in den sozialen Strukturen, wie z. B. die Auflösung der traditionellen Familienrollen, zu Angst und Unsicherheit in der Bevölkerung (Heinsohn 27.4.2018; Scriba 15.8.2015). Das Motiv einer solchen Retterin ist daher nicht überraschend. Überraschend ist jedoch, dass es sich bei der Figur um eine Frau handelt. Wie bereits erwähnt, ist die Figur sehr maskulin, aber auf der anderen Seite, mit ihren langen Haaren, feminin, vielleicht könnte man sogar androgyn sagen, denn es kann schwierig sein, ihr

Geschlecht zu identifizieren, wenn man nicht weiß, welche Figur auf diesem Plakat dargestellt ist.

Heß und Klee (2.12.2021) erklären, dass weibliche nationale Personifikationen normalerweise so dargestellt werden, dass sie gleichzeitig jung und schön sind - kampfbereit und doch weiblich, aber die Germania auf diesem Plakat bricht diese Norm, indem sie auf eine nicht-weibliche Weise dargestellt wird. Gleichzeitig ist sie eine mütterliche Figur, die ihre „Kinder“, nämlich die deutsche Bevölkerung, schützt und verteidigt, aber dies erfolgt in einer Weise, dass die Figur männliche physische Stärke erweist. Die Stärke der Figur wird auch dadurch unterstützt, dass sie größer als der Betrachter sowie die Stadt und ihre Bewohner dargestellt wird. Nach Machin und Ledin (2020, 83) bewirkt der Betrachtungswinkel von unten, dass die Figur sowohl körperlich als auch geistig mächtiger als der Betrachter ist. Bemerkenswert ist in diesem Plakat ebenso die Haltung der Hände der Figur. Mit einer zur Faust geballten Hand scheint sie auf das feuerspeiende Krokodil einzuschlagen, während sie mit der anderen Hand, die sie offenhält, den am Boden liegenden Mann abzuwehren scheint, was wohl mit der ablehnenden Haltung der DDP gegenüber dem Kaiserreich zusammenhängt. Obwohl Germania bereits zur Zeit des Ersten Weltkriegs in Darstellungen, die sie als aggressiv, kämpferisch und machthungrig abbildeten, maskuline Züge angenommen hatte, trägt sie auf diesem Plakat im Gegensatz zu anderen Darstellungen weder Rüstung noch Schild oder Schwert (Schoch 2014). Auf diesem Plakat scheint es so, als käme ihre Stärke und ihr Schutz aus ihr selbst, und nicht aus ihrem Schwert oder Schild.

Die Maskulinität der Figur ist wahrscheinlich mit dem Wandel der deutschen Gesellschaft verbunden, da sich die deutsche Bevölkerung im Zuge des Ersten Weltkriegs als Gegenreaktion auf die Bedrohung der traditionellen Geschlechterrollen durch den Eintritt der Frauen in die Erwerbstätigkeit und die Übernahme von mehr Verantwortung in der Gesellschaft vermännlicht hatte (Lamberg, Markkola, Östman 2014, 228). Die sichtbaren Brüste der Figur beziehen sich vermutlich auf Germanias mütterliche Rolle und die Tatsache, dass die Figur ohne sie so maskulin wäre, dass es schwierig wäre, sie als weiblich zu identifizieren. Einerseits repräsentiert dieses Plakat die weibliche Stärke, andererseits ist die Darstellung jedoch maskulin gehalten. Laut Galpin (27.10.2023, 5) ist es auch normal, dass verschiedene, sogar gegensätzliche Vorstellungen vom Frausein gleichzeitig beherrschen, was auch in diesem Plakat ausgedrückt wird. Auf der einen Seite entspricht Germania den traditionellen Vorstellungen - dass die Rolle der Frau darin besteht, Mutter und mütterlich zu sein -, auf der anderen Seite verstößt sie gegen diese, da die Figur mit männlichen Zügen dargestellt wird. Dieses Plakat spiegelt wahrscheinlich den Konflikt zwischen den traditionellen Vorstellungen vom Frau- und Mannsein in der Weimarer Republik wider (Graf 2009, 648).

Der weibliche Körper ist oft das Objekt des männlichen Blicks gewesen und ist im Laufe der Geschichte als minderwertiger als der männliche Körper aber auch als

verlockend und sogar als bösartig angesehen worden (Hedenborg-White & Sandhoff 2019, 9). Deshalb ist der auf diesem Plakat abgebildete weibliche Körper der Aufmerksamkeit wert. Der Körper wird nicht als traditionell attraktiv und weiblich dargestellt, sondern eher als männlich. Gordon (2001, 16) zufolge kann Weiblichkeit ebenso mit einer negativen Konnotation assoziiert werden, weshalb sich Frauen bewusst dafür entscheiden können, sie zu vermeiden. Weiblichkeit wird zum Teil mit positiven Konnotationen in Verbindung gebracht, aber auch mit negativeren Assoziationen wie Schwachheit und Objektifizierung (Gordon 2001, 16). Dies kann sich z. B. darin äußern, dass eine Politikerin beschließt, sich maskuliner zu kleiden, um die mit der Weiblichkeit verbundenen negativen Assoziationen zu vermeiden und die mit der Männlichkeit verbundenen eher positiven Assoziationen von Stärke und Macht zu verstärken (ebd.). Die sogenannte Krise der Männlichkeit in der Weimarer Republik wurde durch die Niederlage im Ersten Weltkrieg, das Aufbrechen traditioneller Geschlechterrollen, aber auch, wie Graf (2009, 648) feststellt, durch die Verstümmelung der Männerkörper an der Front beeinflusst. Darum war die Darstellung des teilweise nackten, ungepanzerten Körpers auf dem Plakat wohl eine bewusste Entscheidung, um einen gesunden Körper darzustellen, der noch fähig war zu kämpfen.

Im Vergleich zum vorhergehenden DDP-Plakat dieser Arbeit in Unterkapitel 7.1 bietet dieses Plakat einen bemerkenswerten Kontrast. Beide Plakate reflektieren die Folgen des Ersten Weltkriegs und die Anfangszeit der Weimarer Republik - das Plakat in Unterkapitel 7.1. eher das Frauenwahlrecht und die scheinbare Emanzipation, aber dieses Plakat eher die Unsicherheit und sogar das Chaos, das in der jungen Republik herrschte, nachdem das Deutsche Reich den Krieg verloren hatte und die politische Lage in der Republik instabil war (Heinsohn 27.4.2018; Scriba 15.8.2015). Obwohl beide Plakate von derselben Partei stammen, vermitteln sie ein sehr unterschiedliches Bild der frühen Phase der Weimarer Republik. Sie bieten auch unterschiedliche Vorstellungen vom Frausein.



7.3

„Frauen! Gleiche Rechte - Gleiche Pflichten / Wählt sozialdemokratisch!“

Plakat 3: „Frauen! Gleiche Rechte - Gleiche Pflichten / Wählt sozialdemokratisch!“ (Deutsches Historisches Museum o. J. b)

Auf diesem Plakat der SPD werden zwei menschliche Figuren, ein Mann und eine Frau, nebeneinanderstehend vor einer roten Fahne, der symbolischen Farbe der Sozialdemokraten, abgebildet (Schüler 12.5.2006). Anscheinend stehen die Figuren Schulter an Schulter, aber nach einem genaueren Hinsehen kann man feststellen, dass die Frau ein Schritt hinter dem Mann dargestellt ist. Die männliche Figur hält ihre Hand auf dem Rücken der weiblichen und gemeinsam schauen sie leicht zum Betrachter auf. Die Figuren werfen einen Schatten auf ihre linke Seite, und zwar nur einen Schatten statt zwei. Die Parole *Frauen!* oben links auf dem Plakat, in weißer Schrift auf der roten Flagge wendet sich explizit an die Wählerinnen und der rote Spruch am unteren Rand des Plakats ist ein Aufruf an die Frauen, die SPD zu wählen: *Wählt sozialdemokratisch.* Das Plakat bedient sich der Farbsymbolik, und abgesehen von der roten Farbe ist das Plakat einfach gehalten.

Die beiden Figuren auf dem Plakat sind in bräunliche Kleidung gekleidet. Die weibliche Figur ist mit einer weißen Bluse, einem Rock und hohen Absätzen bekleidet. Ihre Ärmel sind hochgekrempelt, ihr Haar ist sichtbar und ihre Frisur scheint zurückgekämmt zu sein. Die schlichte und „unpräzise“ Kleidung der Figuren, insbesondere in Hinsicht auf ihre Farbgebung, lässt darauf schließen, dass es sich um Angehörige der Arbeiterklasse handelt., was auch mit der Wählerschaft der SPD übereinstimmen würde, die traditionell namentlich aus der Arbeiterklasse stammte (Frevert 1989, 172). Nach Busch (18.3.2021) spielte die Mode eine entscheidende Rolle für die Emanzipation der Frau, da die traditionelle Mode für Frauen als einengend und unterdrückend empfunden wurde, weshalb vor allem die Frauenbewegung bereits im Kaiserreich begann, die traditionellen Kleidervorschriften zu durchbrechen. In der Weimarer Republik änderte sich die Kleidung der Frauen langsam und dieses Plakat betont, wie auch das Plakat der DDP in Unterkapitel 7.1, den „freizügigen“ Charakter der Frauenkleidung als Symbol der Emanzipation; die Frauen tragen wenige Kleidungsschichten und ihre Kleidung ist praktisch.

Im Mittelpunkt des Plakats steht der politische Appell an die Frauen mit dem Wahlspruch *Gleiche Rechte - Gleiche Pflichten*, der an die bereits in den frühen Tagen der Weimarer Republik von den Sozialdemokraten geäußerte Idee der Gleichberechtigung der Geschlechter anknüpft. Bemerkenswert an diesem Plakat und der Verfassung ist jedoch die Frage, was diese Rechte und Pflichten in der Praxis bedeuteten und ob diese Idee in der Republik überhaupt verwirklicht wurde. Dieses Plakat fasst die Realität der Weimarer Republik zusammen; den Frauen wurde die Gleichberechtigung zugesagt, aber nach Artinger und von Hegel (2000, 34) in vielen Bereichen wurde sie nicht erreicht, und die Männer, wie die männliche Figur auf dem Plakat, waren den Frauen in Bezug auf die Rechte einen Schritt voraus. Außerdem ist die Parole *Gleiche Rechte - Gleiche Pflichten* so positioniert, dass sie sich direkt unter den Figuren befindet, wobei der Textteil *Gleiche Rechte* unter der männlichen Figur steht und *Gleiche Pflichten* unter der weiblichen. Das Verhältnis der Figuren zur Parole

verstärkt den Eindruck der Gleichberechtigung, den auch die anderen Elemente des Plakats zu vermitteln scheinen.

Sowohl die männliche als auch die weibliche Figur blicken nach vorne – nicht genau in Richtung des Betrachters – sondern leicht über ihn hinaus. Nach Ledin und Machin (2020, 56) beschreiben diese Blicke die mentalen Prozesse der Figuren und vermitteln, dass die Figuren mit Hoffnung und Erwartung in die Zukunft schauen und vermutlich schauen die beiden Figuren in eine Zukunft, wo die Geschlechter gleichgestellt sind, wie auch die Parole andeutet. Eine solche optimistische Erwartung der Zukunft war laut Graf (2009, 651) typisch für den Zeitgeist der frühen Weimarer Republik. Wie gesagt, die Blicke der Figuren sind nicht direkt auf den Betrachter gerichtet, was aus Sicht von Kress und van Leeuwen (1996, 124) ebenfalls darauf hindeutet, dass der Betrachter zum Augenzeugen der Situation gemacht wird. Plakate, wie Bilder im Allgemeinen, geben nach Kress und van Leeuwen (ebd., 119) dem Betrachter eine Rolle und neigen dazu, mit ihm zu interagieren. Der Betrachter kann direkt angesprochen werden und es kann etwas von ihm verlangt werden, z. B., indem die Figuren auf dem Plakat dem Betrachter direkt in die Augen schauen (ebd., 122). Der Betrachter ist in diesem Plakat also nicht das Objekt des Blicks, sondern das Subjekt, wobei die Figuren die Objekte seiner Betrachtung sind (ebd., 124). Während die Figuren nichts direkt vom Betrachter fordern, tun dies die sprachlichen Ressourcen: *Frauen!* und *Wählt sozialdemokratisch!*.

Dieses Plakat vermittelt, wie Ledin und Machin (2020, 55) die Handlungsfähigkeit verdeutlichen, der weiblichen Figur dadurch Handlungsfähigkeit, dass sie anstelle des Mannes die rote Fahne der Sozialdemokraten hält. Das ist ein bemerkenswerter Aspekt des Plakats, weil er auf einen der Hauptpunkte dieser Wahl zurückgeht, nämlich dass Frauen das Wahlrecht erhalten hatten oder mit anderen Worten, dass sie nun zu politischen Subjekten geworden waren. Möglicherweise will die SPD auf die erweiterten Rechte hinweisen, wie die Partei auch mit der Parole *Gleiche Rechte - Gleiche Pflichten* argumentiert, dass die Frau nun nicht mehr nur passives Mitglied der Gesellschaft sei, sondern auch aktives, sichtbares Mitglied, das an der Zukunft der neuen, von den Sozialdemokraten maßgeblich gestalteten Gesellschaft der Weimarer Republik teilhaben könne. Graf (2009, 659) fügt hinzu, dass eine emanzipierte Frau sowohl von der Frauenbewegung bereits im 19. Jahrhundert als ideale Zukunftsvision gesehen wurde. Die Emanzipation, wie Heinsohn (27.4.2018) argumentiert, fand in der Weimarer Republik zwar nicht vollständig statt, dennoch war das Wahlrecht ein großer Schritt auf dem Weg dorthin, gerade auch vor der Tatsache, dass laut Jurczyk (16.1.2019) das Wahlrecht von Anfang an das Hauptziel der Frauenbewegung gewesen war. Die Gleichberechtigung war zum Teil verwirklicht, aber die Darstellung der emanzipierten Frau stammt auch aus dem optimistischen Zeitgeist der frühen Weimarer Republik, als die Zukunft noch weithin offen und unbestimmt war – noch zu gestalten (Graf 2009, 658).

Die männliche Figur hält seine Hand hinter dem Rücken der Frau, was den Eindruck erweckt, dass er sie in eine Zukunft führt, in der „die gleichen Rechte und gleichen Pflichten“ Teil der Realität sind. Bemerkenswert ist auch, dass nur eine der Figuren die rote Fahne der Sozialdemokraten in der Hand hält, und das ist die weibliche Figur des Plakats. Laut Schüler (12.5.2006) war rot bereits im 19. Jahrhundert die Farbe der Politik für soziale Bewegung und Emanzipation, und natürlich ebenso für die Sozialdemokraten und die Kommunisten. Die Idee der Gleichberechtigung wird in diesem Plakat auch dadurch ausgedrückt, dass der Betrachter die Figuren von der gleichen Ebene aus betrachtet. Ledin und Machin (2020, 83) erklären, dass Figuren, die auf der gleichen Ebene dargestellt werden, den Effekt erzeugen, dass der Betrachter auf einer gleichwertigen Stelle mit den Figuren steht. Der Schatten auf dem Plakat ist wahrscheinlich auch eine Metapher für den Mann und die Frau, die einen Schatten hinterlassen, als ob sie gleichberechtigt wären.

Nach Amrehn-Rupp (2022, 136) repräsentieren männliche Figuren auf Wahlplakaten einen Beruf oder einen Stand, weibliche Figuren werden jedoch primär als Vertreterinnen ihres Geschlechts dargestellt. Die Generativität der Figuren auf dem Plakat wird auch dadurch unterstützt, dass sie aus mittlerer Distanz dargestellt werden, denn Ledin und Machin (2020, 84) betonen, dass eine Nahaufnahme der Figuren wiederum ihre emotionale Nähe zum Betrachter verstärkt. Ledin und Machin (ebd., 48-49) führen an, dass die Figuren gleichzeitig individualisiert und kollektiviert werden. Die Tatsache, dass auf dem Plakat nur zwei Figuren statt einer Vielzahl von Personen dargestellt sind, hat einen humanisierenden Effekt - durch ihre Arbeiterkleidung und das symbolische Rot der Sozialdemokraten werden die Figuren aber auch verallgemeinert und kollektiviert. Daher ist es wahrscheinlich, dass dieses Plakat gleichzeitig auf die Arbeiterklasse abzielt, die Hauptwählerschaft der Sozialdemokraten, aber es kann auch so gesehen werden, dass es darauf ausgerichtet ist, die Vorstellung zu vermitteln, dass Frauen und Männer gleichberechtigte Akteure sind und dass Frauen somit emanzipiert sind.

Sicherlich setzte sich die SPD für das Frauenwahlrecht schon im Kaiserreich ein und beschloss es schließlich 1918, aber andersherum wurde die Ideologie oft von wirtschaftlichen Notwendigkeiten überlagert (Amrehn-Rupp 2022, 137). Die Unterstützung der SPD für die Erwerbstätigkeit von Frauen z. B. war in vielen Fällen eher eine Frage der wirtschaftlichen Notwendigkeit als eine ideologische Entscheidung. Umgekehrt ist der Gedanke der Gleichberechtigung jedoch das Herzstück der sozialdemokratischen Werte. Außerdem, wie in Unterkapitel 4.1. erklärt wurde, lässt die Wortwahl „grundsätzlich“ des Artikels 109 der Weimarer Verfassung, die jedoch auf diesem Plakat nicht vorkommt, Raum für Interpretationen und Adaptionen über die Gleichberechtigung der Geschlechter. Zusammengefasst spiegelt dieses Plakat die Tatsache wider, dass Frauen den Männern bei weitem nicht in allen Bereichen der Gesellschaft im Jahr 1919 gleichgestellt waren (Artinger & von Hegel 2000, 34). Es ist zwar überraschend, ein solches Detail auf einem SPD-Plakat zu entdecken, dass die

Frau ein Schritt hinter dem Mann steht, da die Partei bereits im 19. Jahrhundert das Frauenwahlrecht befürwortete und die Idee der menschlichen Gleichheit eng mit den sozialdemokratischen Werten verbunden war. Die Weimarer Republik war jedoch im Wesentlichen eine Phase des Wandels und der progressiven Reform, aber auch eine Phase der Gegenreaktion auf den Wandel und die Reform. Die Reform erhielt nicht immer die Zustimmung der Bevölkerung, und die Unsicherheit dieser Ära führte dazu, dass sich die deutsche Bevölkerung oft auf traditionellere Werte besann. Zudem verschwanden die traditionellen Werte, Normen und Traditionen, die im Kaiserreich präsent waren, nicht plötzlich, sondern lebten parallel zu den neuen Ideen weiter (Artinger & von Hegel 2000, 36).

7.4 „Wer rettet uns christlichen Müttern die Kinder? Die christliche Volkspartei (d.

Zent-
rum)“



Plakat 4: „Wer rettet uns christlichen Müttern die Kinder? Die christliche Volkspartei (d. Zentrum)“ (Konrad-Adenauer-Stiftung o. J.)

Im Mittelpunkt dieses Plakats der Zentrumsparterie steht eine weibliche Figur, die mit einem erhobenen Arm zwei Kinder, bzw. ein Mädchen und einen Jungen, zu verteidigen scheint. Die Kinder liegen vor der Frau auf den Knien, als hätten sie Angst und seien zu ihrer Mutter gerannt, und auch die erschreckten Gesichtsausdrücke der Kinder deuten auf die Furcht hin. Die Frau, also vermutlich die Mutter, hält ihre eine Hand auf dem Rücken des Mädchens, als wolle sie beide Kinder beschützen. Obwohl die Bedrohung selbst nicht auf dem Plakat abgebildet ist, nimmt darauf die Parole *Wer rettet uns christlichen Müttern die Kinder?* Bezug. Darüber hinaus ist die Parole eine Frage, die anscheinend von christlichen Müttern selbst gestellt wird, worauf sich das Wort *uns* bezieht. Die Frage richtet sich wahrscheinlich an alle Wähler im Allgemeinen, aber vielleicht in erster Linie an die christlichen Mütter, die sich besser mit den auf dem Plakat zum Ausdruck gebrachten Sorgen identifizieren können.

Zu den Wählerinnen der Partei gehörten vor allem katholische Frauen, was sich in diesem Plakat sowohl durch die sprachlichen als auch die visuellen Ressourcen widerspiegelt. Zum einen verweist bereits die Parole *christliche Mütter* darauf, zum anderen greift das Plakat aber auch auf die Symbolik zurück, d. h. auf das Kreuz des Christentums, das um den Hals der weiblichen Figur hängt. Außerdem wird auf diesem Plakat die Frau in erster Linie als Mutter dargestellt. Dieses Plakat vermittelt eindrücklich das weibliche Ideal der Zentrumsparterie, das aus dem Bild einer Frau als Mutter und Ehegattin besteht (Amrehn-Rupp 2022, 139). Dieses Plakat wendet sich direkt an Frauen, setzt sich aber nicht in der gleichen Weise für das Frauenwahlrecht ein wie das DDP-Plakat in Unterkapitel 7.1. oder das SPD-Plakat in Unterkapitel 7.3. Das Zentrum war also nicht gegen das Frauenwahlrecht, sondern nutzte es in seinen Wahlkämpfen. Dieses Plakat zeigt jedoch eine gewisse Skepsis gegenüber dem Wandel - vielleicht sogar gegenüber der Revolution der Weimarer Republik im weiteren Sinne.

Nach Amrehn-Rupp (2022, 144) wird auf den Wahlplakaten der Weimarer Republik häufig ein körperlicher Kampf gegen eine äußere Bedrohung für die Familie dargestellt. Normalerweise enthält diese Art von Plakaten zusätzlich eine Darstellung von einem Vater, der die Familie beschützt, aber auf diesem Plakat ist keine Figur eines Vaters zu sehen (ebd.). Das Fehlen des Vaters ist darauf wahrscheinlich zurückzuführen, dass die Ehemänner zahlreicher Frauen im Ersten Weltkrieg gefallen waren und sie ihre Kinder allein aufziehen mussten (Downs 2010, 97). Heinsohn (27.4.2018) behauptet, es habe sogar eine Entfremdung zwischen Ehepaaren gegeben. Abgesehen von der Entfremdung zwischen den Ehepaaren erstreckte sich die Familienkrise auch auf die finanzielle Ebene, da die Abwesenheit des Ehemannes häufig das Fehlen des Hauptverdieners bedeutete (Frevert 1989, 154). Außerdem wurde der Erste Weltkrieg als Bedrohung gegen die traditionellen Werte wie die Kernfamilie angesehen, da die traditionellen Geschlechterrollen und die Geschlechterordnung bereits während des Krieges zu bröckeln begonnen hatten (Artinger & von Hegel 2000, 36). Frauen hatten die Männer, die an die Front gezogen waren, in der Arbeitswelt ersetzt und damit

mehr Verantwortung in der Gesellschaft übernommen, aber die Vereinbarkeit von Familie und Beruf hatte sich für viele Frauen als belastend erwiesen (Heinsohn 27.4.2018). Heinsohn (ebd.) führt an, dass der Übergang zur Erwerbsarbeit im Nachhinein als eine eher positivere Veränderung gesehen wird, aber für viele Frauen war dies aufgrund der „Doppelbelastung“ von Familie und Beruf nicht der Fall. Es ist somit wichtig zu hinterfragen, wie der moderne Mensch retrospektiv auf die scheinbar emanzipierte Frau der Weimarer Republik blickt, ob die Zunahme der Erwerbstätigkeit von Frauen in der Folge des Ersten Weltkriegs eine Befreiung der Frauen oder eher eine Zunahme der Belastung war oder sie beides war. Diese Faktoren, bzw. die Abwesenheit des Vaters, das Zerbröckeln der traditionellen Werte sowie die Unsicherheit der Zukunft, sind wahrscheinlich die Bedrohungen, die auf diesem Plakat gegen die christlichen Mütter und ihre Kinder gerichtet werden.

Ein weiteres Motiv, das vor allem in den Wahlplakaten der frühen Weimarer Republik immer wieder auftaucht, ist die Ungewissheit und Verwirrung über die jetzige Situation und die Zukunft und die mögliche Lösung oder Rettung aus dieser Qual (Amrehn-Rupp 2022, 133). Die Parole dieses Plakats steht ebenfalls in diesem Zusammenhang. Bei Plakaten dieser Art richtet sich die Sorge vor allem auf die eigene Familie und die deutsche Gesellschaft (ebd., 141). Das Personalpronomen *uns* lässt die Parole des Plakats so wirken, als ob sich das Plakat nicht von oben herab an Frauen richtet, sondern als ob sich Frauen, insbesondere christliche Mütter, aneinander wenden würden. Dass die Parole dieses Plakats als Frage formuliert ist, wirft die Überlegung auf, wer dieser Retter sein könnte. Auf dem Plakat wird nicht gefragt, „was“ die Kinder der christlichen Mütter rettet, sondern „wer“, als ob es sich um eine einzige Person handelt und nicht z. B. um eine höhere und abstrakte Kraft wie Gott. Könnte diese Person also der Familienvater und Ehemann sein, der vermutlich an der Front gefallen ist? Deutet die Partei damit an, dass der Vater in der Familie unverzichtbar ist und dass die Mutter allein ihre Kinder in einer ungewissen Zukunft nicht versorgen kann?

Zu beachten ist auch, dass der Name der Partei direkt unter der Frage steht, was darauf hindeutet, dass die Partei die Antwort auf diese Frage ist und somit eine Aufforderung an die Frauen, die Partei zu wählen. Darin liegt das Versprechen, dass die Partei die Antwort auf die Sorgen der Frauen ist und dass sie Ordnung ins Chaos bringt. Dieses Plakat unterstreicht auch die Annahme, dass eine Frau nicht in der Lage ist, allein einen Weg aus diesem Chaos zu finden, sondern dass sie Hilfe braucht. Das DDP-Plakat in Unterkapitel 7.2. schildert ebenfalls dieses Gefühl des Chaos und der Bedrohung, das mit den Folgen des Ersten Weltkriegs und der schwierigen Anfangsphase der Weimarer Republik verbunden ist, aber auf dem Plakat scheint die Lösung von der weiblichen Figur Germania selbst zu kommen, auch wenn sie eine Personifikation und keine echte Frau ist. Für das Zentrum war die Partei selbst die vorgebliche Rettung aus dieser Situation, für die DDP war es die Germania, also eine mit nationalistischen Werten verbundene Personifikation.

Es ist hervorzuheben, dass drei der vier Plakate in dieser Arbeit auf die eine oder andere Weise die weibliche Stärke darstellen. Auf dem Plakat in Unterkapitel 7.1 verbiegt die weibliche Figur selbst die Gitterstäbe des metaphorischen Gefängnisses, in Unterkapitel 7.2 beschützt die Personifikation der Germania die Bewohner der Stadt und in diesem Plakat schützt die Mutter ihre Kinder mit einem erhobenen Arm. Auf dem DDP-Plakat in Unterkapitel 7.2. wirkt Germania furchtlos, groß und stark angesichts einer Bedrohung, während das Gesicht der Frau auf diesem Plakat Angst widerspiegelt wie auch die Gesichter ihrer Kinder. Dies wird auch durch die Parole des Plakats angedeutet, die sich auf die Hoffnung auf Rettung bezieht. Germania auf dem DDP-Plakat ist eher die Retterin angesichts der Bedrohung, während die Mutter und die Kinder auf diesem Plakat des Zentrums diejenigen sind, die gerettet werden müssen. Es scheint, dass die Vorstellung vom Frausein in diesem Plakat sich auf die Rolle der Frau als Mutter und Beschützerin ihrer Kinder konzentriert, sogar durch die Anwendung physischer Gewalt, aber andererseits unterstreicht das Plakat ebenso die Sorge, dass die Bedrohung zu mächtig ist und dass sie einen anderen Retter brauchen - einen Retter, der z. B. der Vater der Familie oder eine abstraktere Form der Rettung sein könnte.

Wie bereits in Kapitel 3 erwähnt, wählten Frauen vor allem christlich-konservative Parteien, darunter auch das Zentrum (Artinger & von Hegel 2000, 34). Dies deutet darauf hin, dass die Mehrheit der Frauen in dieser Phase der Weimarer Republik noch diesem traditionellen Rollenverständnis der Frauen anhing. Natürlich sollte auch betont werden, dass die Wahlentscheidung der Frauen auch davon beeinflusst wurde, wo sie lebten; Frauen in Arbeiterstädten wie Berlin und Leipzig stimmten hauptsächlich für die Sozialdemokraten, während in katholischen Gebieten wie Bayern und Rheinland die Stimmen der Frauen hauptsächlich an das Zentrum gingen (Frevert 1989, 172). In der Weimarer Republik herrschte also keine einheitliche Vorstellung vom Frausein, sondern eine Reihe von Gründen wie soziale Schichten und Religion führten zu unterschiedlichen Vorstellungen.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die durch dieses Plakat vermittelte Vorstellung vom Frausein traditionell ist und sich auf die christlichen Werte der Partei und die Rolle der Frau als Mutter und als Ernährerin und Betreuerin der Kinder bezieht, aber das Besondere daran ist, dass das Zentrum an die Frauen appellierte. Es ist auch sehr wichtig festzustellen, dass die verschiedenen sozialen Schichten unterschiedliche Vorstellungen vom Frausein hatten. Insbesondere für die Zentrumspartei, die von Frauen aus den mittleren und oberen sozialen Schichten gewählt wurde, war die Hauptvorstellung, dass Frauen eventuell Mütter werden sollten. Dies wurde auch dadurch ermöglicht, dass die oberen Gesellschaftsschichten sich dies wirtschaftlich leisten konnten, und die frühen Frauenbewegungen setzten sich häufig aus Frauen der oberen und mittleren Gesellschaftsschichten zusammen, die sich für die Belange von Frauen in derselben Position einsetzten (Wiesner-Hanks 2011, 155).

8 SCHLUSSBETRACHTUNG

In dieser Masterarbeit wurden die Vorstellungen vom Frausein bei der Wahl zur Nationalversammlung 1919 während der Anfangsphase der Weimarer Republik durch eine multimodale Diskursanalyse untersucht. Die Niederlage im Ersten Weltkrieg und das Ende des Kaiserreichs im Jahr 1918 bezeichneten für die deutsche Bevölkerung einen Neuanfang, eine Art Tabula rasa, bzw. ein leeres Gemälde. Die Tabula rasa wurde in der Weimarer Republik mit progressiven politischen Ideen bemalt, aber dies bedeutete nicht das plötzliche Verschwinden aller vorherigen Werte, Normen und Traditionen oder der dunklen Schatten des Weltkriegs, sondern sie lebten in vielen Köpfen weiter. Tatsächlich waren der Neubeginn und die Ungewissheit der Zukunft für viele ein Grund für Angst und Sorge (Frevert 1989, 169; Mazower 2000, 9-10). Die gleichzeitige Aufregung und Furcht vor dem Wandel spiegeln sich in den vier Wahlplakaten dieser Arbeit wider. So schützt die Germania-Figur auf dem DDP-Plakat in Unterkapitel 7.2. vor der Zerstörung, während gleichzeitig das andere DDP-Plakat in Unterkapitel 7.1. sich der Reform widmet, indem es „Frauenrechte“ als eines der Hauptziele der Partei nennt.

In den frühen Tagen der Weimarer Republik herrschten somit mehrere Vorstellungen vom Frausein vor, die mit den bereits während des Ersten Weltkriegs begonnenen Veränderungen der Rolle der Frau zusammenhingen (Artinger & von Hegel 2000, 36). Dieser Umbruch, aber auch das Fortbestehen der alten Strukturen, manifestierten sich ebenfalls in den Plakaten dieser Arbeit. Obwohl der Zeitgeist die Vorstellungen der Parteien vom Frausein stark prägte, wurden sie natürlich daneben von ihren Ideologien beeinflusst. Der Beweis für den Einfluss von den Ideologien ist u. a. auf dem Plakat der SPD in Unterkapitel 7.3. zu erkennen, das die sozialdemokratischen Werte der Gleichberechtigung hervorhebt, und auf dem Zentrumsplakat in Unterkapitel 7.4., auf dem die christlichen Werte der Partei reflektiert werden. So spiegeln auch die DDP-Plakate ihre Unterstützung für die Weimarer Republik und das damals durchgesetzte Frauenwahlrecht wider, aber gleichzeitig spiegelt z.B. das SPD-Plakat die Realität wider, dass die Frauen, wie die Figuren auf ihrem Plakat zeigen, einen Schritt hinter den Männern standen - sie waren also nur „grundsätzlich“ mit den Männern gleichberechtigt.

Entgegen der in der Einleitung dieser Arbeit vorgestellten These von Amrehn-Rupp (2022, 130), dass die Wahlplakate der gesamten Epoche der Weimarer Republik vor allem die Vorstellung vom Frausein durch Mutterschaft und Ehe betonen, belegen das Material und die Analyse dieser Arbeit eher das Gegenteil, denn nur auf einem Plakat, nämlich dem Zentrumsplakat in Unterkapitel 7.4., wird die Frau primär und explizit als Mutter dargestellt, obwohl auf dem DDP-Plakat in Unterkapitel 7.1. eine Mutterfigur im Hintergrund zu sehen ist. Dies mag auf die Eigentümlichkeit und sogar den widersprüchlichen Charakter dieser Wahl hinweisen, nämlich dass Frauen

gerade das Wahlrecht erlangt hatten und dass sich in der Weimarer Republik eine neue - eher reformatorische - Vorstellung vom Frausein ausbreitete. Einerseits handelt es sich bei der Germania-Figur auf dem DDP-Plakat in Unterkapitel 7.2. um eine Personifikation und somit nicht um eine reale Person, doch ihre Rolle besteht darin, als eine Art „Mutter Deutschland“ zu fungieren, was wiederum auf die Rolle der Frau als Mutter verweist (Heß & Klee 2.12.2021). Andererseits basieren die Darstellungen auf den Plakaten nicht nur auf der Rolle der Frau als Mutter, sondern betonen u. a. auch die körperliche Stärke, die Furchtlosigkeit und die Selbständigkeit der Frau, wie in auf dem DDP-Plakat Unterkapitel 7.1., wobei die Frau mit ihren eigenen Händen die Gefängnisgitter verbiegt, was sogar den traditionellen Vorstellungen vom Frausein entgegensteht.

In dieser Arbeit soll darauf hingewiesen werden, dass die auf den Plakaten bei der Wahl der Nationalversammlung 1919 zum Ausdruck gebrachten Vorstellungen vom Frausein nicht die gesamte Epoche der Weimarer Republik widerspiegeln, sondern nur diese besondere Situation, die sich unmittelbar nach der Gründung der Weimarer Republik ergab, als den Frauen das Wahlrecht gewährt wurde. In einer weiteren Untersuchung könnte analysiert werden, wie die Vorstellungen vom Frausein, die später entstanden, auf den späteren Wahlplakaten der Republik dargestellt werden und wie sich die Vorstellungen veränderten. Wie bereits in der Einleitung erwähnt, wird in dieser Arbeit z. B. nicht auf die in den 1920er Jahren aufkommende Vorstellung der sog. „Neuen Frau“ eingegangen, die sich gegen die traditionellen Frauenrollen richtete, oder auf die in den frühen 1930er Jahren stark aufkommenden nationalsozialistischen Vorstellungen, die die rassistische Reinheit und die Rolle der Frau speziell im häuslichen Bereich als Gebärende und Erziehende beinhalteten (Amrehn-Rupp 2022, 133–134; Graf 2009, 671).

Es ist auch in dieser Arbeit zu beachten, dass sich die Perspektive auf nur drei Parteien, die DDP, die SPD und das Zentrum, und vier ihrer Wahlplakate beschränkt. Bei den Parteien dieser Arbeit handelt es sich um gemäßigte Mitte-Links-Parteien, die die Demokratie der Weimarer Republik unterstützten, weshalb die Perspektive der Rechtsparteien wie der Deutschnationalen Volkspartei (DNVP), die besonders gegen die neu gegründete Republik war, oder der Deutschen Volkspartei (DVP), die gegen die Sozialdemokraten und die Kommunisten der Republik war, die in dieser Arbeit nicht berücksichtigt werden (Asmuss 27.1.2023; Asmuss 8.6.2011b). Es ist also festzustellen, dass die von den Parteien dieser Arbeit konstruierten Vorstellungen vom Frausein einen wesentlichen Teil der Realität ausmachen, aber nicht die gesamte Realität. Stattdessen bietet diese Arbeit eine Perspektive auf die größten Parteien der frühen Republik, die auch den größten Einfluss darauf hatten, wie sich die Verfassung und damit die Zukunft der ersten deutschen Demokratie gestaltete. Insgesamt bieten die vier Plakate dieser Arbeit jedoch einen vielschichtigen Blick auf die Vorstellungen vom Frausein, die nicht auf einer einzigen Idee gründen.

LITERATURVERZEICHNIS

Primärliteratur

Deutsches Historisches Museum. (o. J. a). *Das Frauenrecht ist ein Hauptziel der Deutschen Demokratischen Partei*. [Plakat]. In: Lebendiges Museum Online (LeMO). Wahlplakat der Deutschen Demokratischen Partei zur Weimarer Nationalversammlung. Online: <https://www.dhm.de/lemo/bestand/objekt/wahlplakat-der-ddp-zur-nationalversammlung-1919.html> [zuletzt eingesehen am 22.4.2024].

Deutsches Historisches Museum. (o. J. b). *Gleiche Rechte - Gleiche Pflichten*. [Plakat]. In: Lebendiges Museum Online (LeMO). Wahlplakat der Sozialdemokratischen Partei Deutschlands (SPD). Online: <https://www.dhm.de/lemo/bestand/objekt/spd-wahlplakat-1919.html> [zuletzt eingesehen am 22.4.2024].

Deutsches Historisches Museum. (o. J. c). *Ruhe, Ordnung, Frieden, Freiheit will die Deutsche Demokratische Partei*. [Plakat]. In: Interaktives Lernportal zur deutschen Geschichte (IDA). Keine Chance für die Demokratie? Online: <https://www.dhm.de/bildung/ida/zwanzigstes-jahrhundert/weimar/> [zuletzt eingesehen am 22.4.2024].

Konrad-Adenauer-Stiftung (o. J.). *Wer rettet uns christlichen Müttern die Kinder?* [Plakat]. In: 1918-1933: Die Entwicklung christlich geprägter Parteien in der Weimarer Republik. Online: <https://www.kas.de/de/web/geschichte-der-cdu/1918-1933-die-entwicklung-christlich-gepraegter-parteien-in-der-weimarer-republik> [zuletzt eingesehen am 22.4.2024].

Sekundärliteratur

Altmann, G. (11.4.2000a). Der Rat der Volksbeauftragten. In: Lebendiges Museum Online/Deutsches Historisches Museum. Online: <https://www.dhm.de/lemo/kapitel/weimarer-republik/revolution-191819/rat-der-volksbeauftragten.html> [zuletzt eingesehen am 22.4.2024].

Altmann, G. (11.4.2000b). Die Wahlen zur Nationalversammlung. In: Lebendiges Museum Online/Deutsches Historisches Museum. Online: <https://www.dhm.de/lemo/kapitel/weimarer-republik/revolution-191819/wahlen-zur-nationalversammlung.html> [zuletzt eingesehen am 22.4.2024].

Altmann, G. & Schweinoch, O. (2.8.2018). Die Nationalversammlung. In: Lebendiges Museum Online/Deutsches Historisches Museum. Online: <https://www.dhm.de/lemo/kapitel/weimarer-republik/innenpolitik/versammlungung> [zuletzt eingesehen am 22.4.2024].

Amrehn-Rupp, J. (2022). Visualisierte Politik? Frauen und das politische Plakat in der Weimarer Republik. In: Braune, A. & Niendorf, T. (Hg.): Die Politik in der Kultur und den Medien der Weimarer Republik. Stuttgart: Franz Steiner Verlag, S. 129-148.

Artinger, K. (2000). Das politische Plakat – Einige Bemerkungen zur Funktion und Geschichte. In: Artinger, K. (Hg.): Die Grundrechte im Spiegel des Plakats 1919 bis 1999. Berlin: Deutsches Historisches Museum, S. 15-22.

Artinger, K. & von Hegel A. (2000). Plakate. In: Artinger, K. (Hg.): Die Grundrechte im Spiegel des Plakats 1919 bis 1999. Berlin: Deutsches Historisches Museum, S. 30-56.

Asmuss, B. (8.6.2011a). Die Deutsche Demokratische Partei (DDP). In: Lebendiges Museum Online/Deutsches Historisches Museum. Online: <https://www.dhm.de/lemo/kapitel/weimarer-republik/innenpolitik/ddp.html> [zuletzt eingesehen am 22.4.2024].

Asmuss, B. (8.6.2011b). Die Deutsche Volkspartei (DVP). In: Lebendiges Museum Online/Deutsches Historisches Museum. Online: <https://www.dhm.de/lemo/kapitel/weimarer-republik/innenpolitik/dvp.html> [zuletzt eingesehen am 22.4.2024].

Asmuss, B. (8.6.2011c). Die Deutsche Zentrumspartei (Zentrum). In: Lebendiges Museum Online/Deutsches Historisches Museum. Online: <https://www.dhm.de/lemo/kapitel/weimarer-republik/innenpolitik/zentrum.html> [zuletzt eingesehen am 22.4.2024].

Asmuss, B. (27.1.2023). Die Deutschnationale Volkspartei (DNVP). In: Lebendiges Museum Online/Deutsches Historisches Museum. Online: <https://www.dhm.de/lemo/kapitel/weimarer-republik/innenpolitik/dnvp.html> [zuletzt eingesehen am 22.4.2024].

Beier de Haan, R. & Scriba A. (12.08.2016). Frauenwahlrecht. In: Lebendiges Museum Online/Deutsches Historisches Museum. Online: <https://www.dhm.de/lemo/kapitel/kaiserreich/innenpolitik/frauenwahlrecht.html> [zuletzt eingesehen am 22.4.2024].

Blommaert, J. (2005). *Discourse: A critical introduction*. New York: Cambridge University Press.

Busch, I. (18.3.2021). Frauenmode in den zwanziger Jahren - Frauenemanzipation in der Weimarer Republik Teil 6. In: Haus der Frauengeschichte. Online: <https://hdfg.de/blog/2021/03/frauenemanzipation-in-der-weimarer-republik-teil-6> [zuletzt eingesehen am 22.4.2024].

Decker, F. (6.2.2023). Kurz und bündig: Die SPD. In: Bundeszentrale für politische Bildung. Online: <https://www.bpb.de/themen/parteien/parteien-in-deutschland/spd/42080/kurz-und-buendig-die-spd/> [zuletzt eingesehen am 22.4.2024].

Deutscher Bundestag (2006). Wahlen in der Weimarer Republik. Online: https://www.bundestag.de/resource/blob/190462/57944f73f085f3f3b5bbfc561ac40866/wahlen_weimarer_republik-data.pdf [zuletzt eingesehen am 22.4.2024].

Deutscher Bundestag (2.6.2008). Zu den Grundrechten in der Weimarer Reichsverfassung. Online: <https://www.bundestag.de/resource/blob/423610/86e3e9e8a4b42e4b72fbd25413f285cb/wd-3-215-08-pdf-data.pdf> [zuletzt eingesehen am 22.4.2024].

Downs, L. L. (2010). *Writing gender history*. 2. Auflage. London: Bloomsbury Academic.

Dreier, H. (12.4.2019) Die Weimarer Reichsverfassung - Vorbild oder Gegenbild des Grundgesetzes? In: Bundeszentrale für politische Bildung. Online: <https://www.bpb.de/shop/zeitschriften/apuz/289224/die-weimarer-reichsverfassung/> [zuletzt eingesehen am 22.4.2024].

Dörr, B. & Schneider, C. (25.3.2019). 100 Jahre Frauenwahlrecht - Aktiv für unsere Rechte. Online: https://www.uni-ulm.de/fileadmin/website_uni_ulm/inhssek/100_Jahre_Frauenwahlrecht_-_Aktiv_fuer_unsere_Rechte.pdf [zuletzt eingesehen am 22.4.2024].

Frevert, U. (1989). *Women in German history: From bourgeois emancipation to sexual liberation*. Oxford: Berg.

Galpin, C. (27.10.2023). Anglo-British exceptionalism and the European "Other": white masculinities in discourses of British national identity. In: *International Feminist Journal of Politics*.

Gordon, T. (2001). Johdanto. In: Nikunen, M., & Lempiäinen, K. *Nainen, naiset, naisellisuus*. Tampere: Tampere University Press, S. 8-18.

Graf, R. (2009). Anticipating the Future in the Present: "New Women" and Other Beginnings of the Future in Weimar Germany. In: *Central European History* 42. Cambridge: Cambridge University Press, S. 647-673.

Hauschildt, W. (24.1.2018). 105 Jahre Frauenwahlrecht in Deutschland. In: Deutsche Digitale Bibliothek. Online: <https://www.deutsche-digitale-bibliothek.de/content/blog/105-jahre-frauenwahlrecht-deutschland> [zuletzt eingesehen am 22.4.2024].

Hedenborg-White & Sandhoff, B. (2019). *Transgressive Womanhood: Investigating Vamps, Witches, Whores, Serial Killers and Monsters*. Leiden: BRILL.

Heinsohn, K. (27.4.2018). "Grundsätzlich" gleichberechtigt: Die Weimarer Republik in frauenhistorischer Perspektive. In: Bundeszentrale für politische Bildung. Online: <https://www.bpb.de/shop/zeitschriften/apuz/268362/grundsaeztzlich-gleichberechtigt/> [zuletzt eingesehen am 22.4.2024].

Heß, J. & Klee, T. (2.12.2021). Masculine Nations, Female Personifications – The Gendered Imagery of Nationalism. In: *Contestations of the Liberal Script (SCRIPTS)*. Online: https://www.scripts-berlin.eu/publications/Think-Pieces/Masculine-Nations_-Female-Personifications/index.html [zuletzt eingesehen am 22.4.2024].

von Hindenburg, B. (12.11.2018). Die Auswirkungen des Frauenwahlrechts in der Weimarer Republik. In: Bundeszentrale für politische Bildung. Online: <https://www.bpb.de/themen/zeit-kulturgeschichte/frauenwahlrecht/279340/die-auswirkungen-des-frauenwahlrechts-in-der-weimarer-republik/> [zuletzt eingesehen am 22.4.2024].

Jurczyk, C. (16.1.2019). Einführung des Frauenwahlrechts. In: *Lebendiges Museum Online/Deutsches Historisches Museum*. Online: <https://www.dhm.de/lemo/kapitel/weimarer-republik/revolution-191819/einfuehrung-des-frauenwahlrechts.html> [zuletzt eingesehen am 22.4.2024].

Kurunmäki, J., Nevers, J., & Velde, H. t. (2018). *Democracy in modern Europe: A conceptual history*. New York: Berghahn Books.

Kress, G. & van Leeuwen, T. (1996). *Reading images: The grammar of visual design*. London: Routledge.

Kress, G. & Van Leeuwen, T. (2001). *Multimodal discourse: The modes and media of contemporary communication*. London: Arnold; Oxford University Press.

Lamberg, M., Markkola, P., & Östman, A. (2014). *Näkymätön sukupuoli: Mieheyden pitkä historia*. Tampere: Vastapaino.

Landeszentrale für politische Bildung Baden-Württemberg (2009). Politische Plakate - Von der Weimarer Republik bis zur jungen Bundesrepublik. Online: https://www.politikundunterricht.de/2_3_09/plakate.pdf [zuletzt eingesehen am 22.4.2024].

Ledin, P., & Machin, D. (2018). *Doing visual analysis: From theory to practice*. London: SAGE Publications.

Ledin, P. & Machin, D. (2020). *Introduction to multimodal analysis*. 2. Auflage. London: Bloomsbury Academic.

Machin, D. (2014). *Visual communication*. Berlin: De Gruyter Mouton.

Mazower, M. (2000). *Dark continent: Europe's twentieth century*. 1. Auflage. New York: Vintage.

Mäntynen, A. & Pietikäinen, S. (2019). *Uusi kurssi kohti diskurssia*. Tampere: Vastapaino.

Oppelland, T. (9.9.2022). Deutsche Zentrumspartei - Älteste Partei Deutschlands gegründet 1870. In: Bundeszentrale für politische Bildung. Online: <https://www.bpb.de/themen/parteien/parteien-in-deutschland/500843/deutsche-zentrumspartei-aelteste-partei-deutschlands-gegruendet-1870/> [zuletzt eingesehen am 22.4.2024].

Rendtorff, B. & Langer, A. (2018). Einleitung. In: Langer, A., Mahs, C. & Rendtorff B. *Weiblichkeit – Ansätze zur Theoretisierung*. Leverkusen: Verlag Barbara Budrich.

Sauer, M. (2007). Historische Plakate. In: Bundeszentrale für politische Bildung. Online: <https://www.bpb.de/gesellschaft/medien-und-sport/bilder-in-geschichte-und-politik/73211/historische-plakate> [zuletzt eingesehen am 22.4.2024].

Schoch, R. (2014). Germania. In: RDK-Labor. Online: <https://www.rdklabor.de/wiki/Germania> [zuletzt eingesehen am 22.4.2024].

Schüler, B. (12.5.2006). Farben als Wegweiser in der Politik. In: Bundeszentrale für politische Bildung. Online: <https://www.bpb.de/shop/zeitschriften/apuz/29753/farben-als-wegweiser-in-der-politik/> [zuletzt eingesehen am 22.4.2024].

Scriba, A. (1.9.2014). Freikorps. In: Lebendiges Museum Online/Deutsches Historisches Museum. Online: <https://www.dhm.de/lemo/kapitel/weimarer-republik/revolution-191819/freikorps.html> [zuletzt eingesehen am 22.4.2024].

Scriba, A. (6.9.2014). Die Weimarer Republik. In: Lebendiges Museum Online/Deutsches Historisches Museum. Online: <https://www.dhm.de/lemo/kapitel/weimarer-republik> [zuletzt eingesehen am 22.4.2024].

Scriba, A. (8.9.2014). Der Erste Weltkrieg. In: Lebendiges Museum Online/Deutsches Historisches Museum. Online: <https://www.dhm.de/lemo/kapitel/erster-weltkrieg> [zuletzt eingesehen am 22.4.2024].

Scriba, A. (15.8.2015). Die Revolution von 1918/19. In: Lebendiges Museum Online/Deutsches Historisches Museum. Online: <https://www.dhm.de/lemo/kapitel/weimarer-republik/revolution-191819.html> [zuletzt eingesehen am 22.4.2024].

Walgenbach, K. (2012): Intersektionalität als Analyseperspektive heterogener Stadträume. In: Scambor, E. & Zimmer, F. (Hg.): Die intersektionelle Stadt. Geschlechterforschung und Medienkunst an den Achsen der Ungleichheit. Bielefeld: transcript, S. 81-92.

Wiesner-Hanks, M. E. (2011). Gender in history: Global perspectives. 2. Auflage. Malden: Wiley-Blackwell.

Witamwas, B. (2016). Geklebte NS-Propaganda: Verführung und Manipulation durch das Plakat. Berlin: De Gruyter.