

## DIE SCHÖNSTE DEM NACHBARN

### Die Verabschiedung des Brautwerbungsschemas in der ›Kudrun‹

In *Kudrun*, the narrative of the dangerous bridal quest is presented in an elaborate yet typical way in the so-called Hilde-section. The ›bridal-quest‹ in the Kudrun-section is, however, just as essential for the plot. This essay will show that in the Kudrun-section the treatment of the bridal quest is not limited to variations and repetitions of this narrative sequence, but rather the central premises, basic rules and elements, such as the emphasis on long-distance romance and the premise that the best man wins the most beautiful wife, are challenged by complicating the narrative with three different suitors for a single bride. In this way the text replaces the principle tenets of the literary scheme with pragmatic arguments, which reflect contemporary politics. Although one would expect Siegfried, the most powerful of the three, or Hartmut, who most closely fulfils the expectations of the scheme, to win Kudrun's hand, it is Herwig, the aggressive and socially inferior neighbour, who is pacified by winning the bride.

Die ›Kudrun‹ gilt als ›Brautwerbungsdichtung‹, da der Text in weiten Teilen vom Brautwerbungsschema organisiert wird, jenem Erzählschema, dessen Basisregeln Christian Schmid-Cadalbert, Peter Strohschneider und Christian Kiening vor allem für die Variante der ›gefährlichen Brautwerbung‹ formuliert haben: In ihr erwirbt sich der Beste die Schönste; sie konstituiert sich durch eine Reihe konfliktuöser Handlungen zwischen zwei Machtbereichen, in deren Verlauf sich ein Herrscher als ebenbürtiger Partner der schönsten Frau beweist und damit seine Genealogie und Herrschaft – zumeist im kollektiven Handeln mit seinen Vasallen – für die Zukunft sichert; dem Erweis ausgezeichnete Ebenbürtigkeit dient zudem die spezifische Raumstruktur der epischen Welt (der Machtbereich des Werbers; der des Brautvaters/der Braut; ein Zwischenbereich, in der Regel das Meer).<sup>1</sup>

Das Wissen um die Ausübung und Sicherung von Herrschaft präsentiert sich im Erzählschema in syntagmatischer Hinsicht anhand typischer, im Einzelnen aber variierbarer Handlungssequenzen, wie Herrscherbeschrei-

<sup>1</sup> Christian Schmid-Cadalbert: Der Ortnit AW als Brautwerbungsdichtung. Ein Beitrag zum Verständnis mittelhochdeutscher Schemaliteratur, Bern 1985 (Bibliotheca Germanica 28); Peter Strohschneider: Einfache Regeln – komplexe Strukturen. Ein strukturanalytisches Experiment zum ›Nibelungenlied‹, in: Wolfgang Harms, Jan-Dirk Müller (Hgg.): Mediävistische Komparatistik. Fs. für Franz Josef Worstbrock zum 60. Geburtstag, hg. in Verbindung mit Susanne Köbele u. Bruno Quast, Stuttgart, Leipzig 1997, S. 43–75; Christian Kiening: Arbeit am Muster. Literarisierungsstrategien im ›König Rother‹, in: Joachim Heinze [u. a.] (Hgg.): Neue Wege der Mittelalter-Philologie. Landshuter Kolloquium 1996, Berlin 1998 (Wolfram-Studien 15), S. 211–244.

bung, Ratsszene, Boten-/Helfergewinnung, Fahrt über Meer, offene Werbung mit Gefangensetzung bzw. verdeckte/listige oder gewaltsame Werbung durch Boten bzw. den Werber selbst, Kemenatenszene, Entführung der Braut mit Einverständnis, Verfolgung durch den Brautvater bzw. Rückentführung, erneute Werberfahrt oder Kampf, Heimführung der Braut und Eheschließung; des Weiteren in spezifischen Handlungsrollen (der Werber, seine Ratgeber, der Nenner, der Kundige, ein außergewöhnlicher Werberhelfer; der Brautvater, die Braut), wobei auch hier Variation als Prinzip erscheint: Einzelne Rollen können entfallen, verschiedene Funktionen in einer Figur zusammenfallen oder auf unterschiedliche Figuren aufgeteilt werden.<sup>2</sup> Christian Kiening hat dabei bereits für den ›Rother‹ als eine der »ersten Literarisierungen des Erzählmusters der gefährlichen Brautwerbung« nachgewiesen, dass durch kalkulierte Selektion und Konfiguration vorgängiger Motiv- und Handlungsvarianten traditionelle Brautwerbungsmotive neu akzentuiert werden, am Schema mithin ›gearbeitet‹, schematisches Erzählen selbstreflexiv werde.<sup>3</sup> Im Erzählmuster, seinen Variationen und Brüchen scheinen somit nicht nur »spezifische Ordnungen des Wissens« (etwa um Herrschaftssicherung), sondern auch das Wissen »von der narrativen Organisation von Wissen«<sup>4</sup> auf.

Eine ›Arbeit‹ am Brautwerbungsschema liegt auch in der ›Kudrun‹<sup>5</sup> vor. Zunächst verhandelt sie das Thema Brautwerbung in so vielen Varianten und Variationen,<sup>6</sup> dass auch in der Forschung – je nach zugrunde gelegtem Schemabegriff – erhebliche Differenzen hinsichtlich der Anzahl der Werbungen, ihrer Klassifizierung und der Bewertung der Behandlung des Brautwerbungsschemas in der ›Kudrun‹ bestehen.<sup>7</sup> Am Beginn der Handlung steht mit der Werbung Sigebants um Ute eine unproblematische, ungefährliche Werbung (Str. 6–19); auch Hagens Brautwerbung (Str. 169–179) fällt

<sup>2</sup> Detailliert zum Schema Schmid-Cadalbert [Anm. 1], bes. S. 40–100; Armin Schulz: Erzähltheorie in mediävistischer Perspektive. Ein Handbuch, Kapitel 4, S. 37–45. Das Buch von Armin Schulz zitiere ich nach einem Typoskript, das mir Armin in der für ihn charakteristischen Großzügigkeit vor längerer Zeit zur Verfügung gestellt hatte. Anlässlich der Besprechung meines Aufsatzes im vergangenen Jahr nannte er mir den geplanten Titel. Wegen seines plötzlichen Todes im September 2010 verzögerte sich die Drucklegung. Das Erscheinen ist für Ende 2011 geplant.

<sup>3</sup> Kiening [Anm. 1], Zitat S. 218.

<sup>4</sup> Strohschneider [Anm. 1], S. 44.

<sup>5</sup> Im Folgenden zitiert nach: Kudrun, hg. v. Karl Bartsch. Neue ergänzte Ausgabe der fünften Auflage, überarbeitet und eingeleitet v. Karl Stackmann, Wiesbaden 1980 (Deutsche Klassiker des Mittelalters).

<sup>6</sup> Vgl. Hinrich Siefken: Überindividuelle Formen und der Aufbau des Kudrunepos, München 1967 (Medium Aevum 11); Eckart Loerzer: Eheschließung und Werbung in der ›Kudrun‹, München 1971 (MTU 37); Barbara Siebert: Rezeption und Produktion. Bezugssysteme in der ›Kudrun‹, Göppingen 1988 (GAG 491); Franziska Wenzel: Die Geschichte des gefährlichen Brautvaters. Ein strukturalistischer-anthropologisches Experiment zur ›Kudrun‹, in: Euphorion 99 (2005), S. 395–423; Kerstin Schmitt: Poetik der Montage. Figurenkonzeption und Intertextualität in der ›Kudrun‹, Berlin 2002 (PhStuQ 174), zur Brautwerbung bes. S. 95–132 und 133–142.

<sup>7</sup> Siefken [Anm. 6] sieht beispielsweise entsprechend seiner Unterscheidung von vier Brautwerbungstypen (S. 24–35) insgesamt neun Werbungshandlungen in der ›Ku-

aus dem klassischen Schema der ›gefährlichen Werbung‹, vor allem, weil Hagens Bewährung und Werbung dissoziiert sind und Hilde – die Schönste *ûf dem ertriche* – zu dem Zeitpunkt, als Hagen um sie wirbt, sich bereits *vil nâhen* (Str. 169) an dessen Hof aufhält.<sup>8</sup>

Erst ab dem sog. ›Hilde-Teil‹ wird das Schema der ›gefährlichen Werbung‹ in den Text eingespielt, und dies in so idealtypischer und elaborierter Form, dass man mit Armin Schulz von einer Art ›ultimative[r] Summe aller perfekten Brautwerbungen‹<sup>9</sup> sprechen kann: Hetels Herrschaftsbereich wird ebenso vorgestellt wie seine wichtigsten Vasallen (Str. 204–208); er ist Waise (Str. 209), *frunde* raten ihm deshalb zur Brautwerbung (Str. 210); da er selbst keine adäquate Partnerin kennt (Str. 210), fungiert Morung als ›Nenner‹ (Str. 211); mit Hildes Namen fällt auch der des Brautvaters Hagen (Str. 212), was die Gefahr des Unternehmens indiziert (Str. 213); es folgt eine Reihe von Beratungen, zu denen die wichtigsten Werbungshelfer je eigens durch Boten umständlich herbeigeholt werden müssen (Str. 216–244) und in der man die weitere Strategie eingehend plant (Str. 245–262). In den Beratungen wird dabei, wie Jan-Dirk Müller gezeigt hat, »eine ›kettenförmige‹ Mobilisierung des Herrschaftsverbandes« zelebriert.<sup>10</sup> Das Prinzip der Elaborierung einzelner Schemaelemente zeigt sich nicht nur in den verschiedenen und äußerst ›zerdehnten‹ Beratungsszenen, sondern auch in der Anzahl und Kodierung der agierenden Werbungshelfer (des heroischen Wate, des höfischen Horant, des listigen Frute) sowie der Anhäufung verschiedener Listen (Kaufmannslist – Vertriebenenlist – Recken im Schiffsbauch);<sup>11</sup> sodann äußert sie sich in einer Mehrzahl an Kemenatenszenen<sup>12</sup> und Kämpfen<sup>13</sup>, die am Ende zur

---

drun« (S. 164); Schmid-Cadalbert [Anm. 1] spricht nur von zwei Werbungsgeschichten: Hildes Werbung um Hilde und Hartmuts Werbung um Kudrun (S. 79); Wenzel [Anm. 6] geht von vier Werbungshandlungen aus (z. B. S. 399 und 403).

<sup>8</sup> Siefken [Anm. 6] sieht in Hagens Brauterwerb eine ›Erwerbung durch Taten‹ (Typ B), da Hagen Hilde zuvor von jener Greifeninsel gerettet hatte, auf die er selbst als Kind entführt worden war (S. 53f. und S. 164). Vgl. dagegen Schmid-Cadalbert [Anm. 1]: »Die nicht schemagebundene Hagen-Vorgeschichte (Str. 1–203) beurteile ich als Einleitungsteil« (S. 79); auch Schmitt [Anm. 6] weist eine Interpretation der Hagen-Episode als einer Brautwerbungsgeschichte zurück (S. 98f.), vgl. zum Hagen-Teil: Jan-Dirk Müller: Verabschiedung des Mythos. Zur Hagen-Episode der ›Kudrun‹, in: Udo Friedrich, Bruno Quast (Hgg.): Präsenz des Mythos. Konfigurationen einer Denkform in Mittelalter und Früher Neuzeit, Berlin, New York 2004 (Trends in Medieval Philology 2), S. 197–217.

<sup>9</sup> Schulz [Anm. 2], Kap. 4, S. 40 (Ms.).

<sup>10</sup> Jan-Dirk Müller: Ratgeber und Wissende in heroischer Epik, in: FmSt 27 (1993), S. 124–146, hier S. 129.

<sup>11</sup> Vgl. Schulz [Anm. 2], Kap. 6, S. 45 (Ms.).

<sup>12</sup> Wate ist der erste, der die Aufmerksamkeit der Frauen erregt (Str. 328f.), und seinetwegen werden die Hegelingen von der Königin in die Frauengemächer eingeladen (Str. 337–352); Horant singt im Übrigen ebenfalls öfters (Str. 372–390), bevor es zur zweiten Kemenatenszene kommt (Str. 391–425).

<sup>13</sup> Zunächst messen vor der Entführung der Brautvater Hagen und der Werbungshelfer Wate ›im Spaß‹ ihre Kampfkräfte (Str. 362–370); dann wird während der Entführung gekämpft (Str. 447–449) und schließlich kämpfen beim Versuch der Rückentführung unter anderem der Werber Hetel und sein Helfer Wate mit dem Brautvater (Str. 488–524).

Anerkennung des Werbers Hetel durch den Brautvater Hagen führen (Str. 528, 560): Hagen hat seine Tochter Hilde, wie er ihrer Mutter versichert, dem Besten gegeben (*er kunde zuo niemen sîn tohter baz bewenden*, Str. 560,3), hätte er noch mehr Töchter, *er wolte si hin ze Hegelingen senden* (Str. 560,4). Auch das Fortbestehen der Dynastie Hetels ist mit der Geburt der *erben* (Str. 573) Ortwin und Kudrun gesichert. Als ›ultimative Summe aller perfekten Brautwerbungen‹ zeigt sich Hetels Werbung sowohl in der Präsentation des Wissens um kollektive Herrschaftssicherung und -ausübung als auch in der Elaboration und Überdetermination der narrativen Vorgaben des Schemas und seiner Basisregeln.

Blickt man von hier auf den sog. ›Kudrun-Teil, in dem das Schema der gefährlichen Werbung ebenfalls über weite Strecken die Handlung trägt, dann ist man zunächst versucht, auch dort vom Vorherrschen des Prinzips einer »variierende[n] Wiederholung«<sup>14</sup> eines klassischen Schemas zu sprechen. Bei genauerer Analyse der Werbungen um Kudrun zeigt sich jedoch mehr Irritierendes als Vertrautes. Im Folgenden wird gezeigt werden, dass sich die ›Arbeit am Muster‹ in der ›Kudrun‹ nicht auf das Prinzip der Variation des Brautwerbungsschemas beschränkt, sondern dass seine Prämissen, seine Basisregeln sowie zentrale Elemente, die in der Hilde-Werbung noch auf idealtypische Weise präsentiert wurden, im ›Kudrun-Teil im Einzelnen ›zerlegt‹, diskursiviert und auf den Prüfstein gestellt werden. Die Auseinandersetzung mit dem vorgängigen literarischen Muster im ›Kudrun-Teil zielt dabei auf die Auseinandersetzung mit dem im narrativen Schema enthaltenen Wissen von Herrschaftssicherung, vom Fortbestehen von Dynastien und vom Funktionieren dynastischer Allianzen. Die ›Kudrun‹ setzt, nachdem sie im Hilde-Teil solches Wissen literarisch idealtypisch umgesetzt hat, in den Werbungen um die Königstochter Kudrun andere Akzente, die letztlich zur Auflösung des literarischen Schemas und seiner Verabschiedung führen.

Im Folgenden sollen zunächst in einem Überblick über die Kudrun-Werbungen summarisch Abweichungen gegenüber dem klassischen Schema aufgezeigt werden (I), bevor dann an den einzelnen Werbungshandlungen – Siegfrieds (II), Hartmuts (III) und Herwigs (IV) – die Diskussion einzelner Schemaelemente und Regeln verfolgt wird. Zentral wird dabei die Frage sein, warum Herwig sich gegenüber seinen Konkurrenten durchsetzt, warum ausgerechnet er ›der Beste‹ für Kudrun ist.

## I.

In den Werbungen um die Königstochter Kudrun erscheinen konventionelle narrative Elemente des Schemas ebenso aufgenommen wie zugleich radikal verändert. Während die Rolle der Braut mit Kudrun klar besetzt ist, fehlt

<sup>14</sup> Stackmann in der Einleitung zur Kudrun-Ausgabe [Anm. 5], S. XIX.

zunächst eine eindeutig besetzte männliche Protagonistenrolle, die im Rahmen des Brautwerbungsschemas den Part des Werbers, also die Rolle des Besten übernehme und von der aus die Werbung konsequent erzählt würde. Stattdessen wird diese Funktion von drei verschiedenen Figuren übernommen: von Siegfried, Hartmut und Herwig. Wenn im Schema der gefährlichen Werbung also ›normalerweise‹ zwei Herrschaftsbereiche (des Brautvaters und des Werbers) in Beziehung zueinander gesetzt sind, sind es hier gleich vier: Hetels Hegelingen und Siegfrieds Morlant, Hartmuts Ormanie, Herwigs Seeland. Dies führt zu einer Auflösung der klassisch zweipoligen Raumstruktur des Schemas und zudem, indem die Werber mithin untereinander agieren, zu stetig neuen Raumpositionen im Handlungsverlauf (vgl. dazu näher unten).

Verändert werden auch die beigeordneten konventionellen Handlungsrollen und Funktionen des Schemas. Neben der Braut Kudrun und dem Brautvater Hetel bekommt die Brautmutter Hilde eine tragende Rolle. Sie (und nicht nur der Brautvater) verweigert einmal ihre Tochter, eher schematypisch, einem Werber (Str. 610–612), ein andermal hingegen befürwortet sie, eher schematypisch, eine Werbung (Str. 636).<sup>15</sup> Auf die Seite des Werbers Hartmut treten sodann – als entsprechende Antagonisten zum Verband der Braut – neue Figuren wie der aktive ›Werbervater‹ Ludwig und die dominante ›Werbermutter‹ Herlint. Solche Rollen entfallen bei den Werbern Siegfried und Herwig dagegen gänzlich, so wie insgesamt das klassische Repertoire an Handlungsrollen im Machtbereich der Werber (Nenner, Werbungshelfer, Kundiger etc.) weitgehend ungenutzt bleibt.

Diesen Umakzentuierungen korrespondiert eine Differenzierung der Erzählperspektive: Die Brautwerbung wird nicht mehr primär vom Werber, sondern zunächst von der Braut her, dann aber – dies gilt es auch gegenüber der Forschung zu betonen – bei einzelnen Werbungshandlungen zum Teil von der Braut, zum Teil von den verschiedenen Werbern her erzählt.<sup>16</sup> Erzählen von Brautwerbung wird somit (mehr)perspektivisch.

<sup>15</sup> Hilde substituiert zudem nach dem Tod des Brautvaters Hetel dessen Rolle: Sie, nicht etwa ihr Sohn Ortwin oder Herwig als Werber, ergreift die Initiative zur Rückholung Kudruns und mobilisiert das Befreiungsheer (22. *Âventiure*).

<sup>16</sup> Anders z. B. Wenzel [Anm. 6], S. 404; differenzierter Schmitt [Anm. 6], S. 133f. – Das Schema nimmt seinen Ausgangspunkt zunächst bei der Braut, ihrem Heranwachsen (Str. 575–578); Siegfrieds Werbung wird dann von der Braut her erzählt (Str. 579–586), während die Erzählperspektive anschließend jedoch für längere Zeit zu Hartmut wechselt (Str. 587–616); Herwigs erste Werbung wird ebenfalls eher von ihm aus erzählt (Str. 617–619), bevor die Handlung wieder an Hetels Hof mit Hartmuts zweiter Werbung wechselt (Str. 620–629); Herwigs letzte Werbung beginnt erzählperspektivisch bei ihm (Str. 630–633), wechselt dann aber zum Verband der Hegelingen (Str. 634–667); der Einfall Siegfrieds in Herwigs Land wird zunächst von Siegfried (Str. 668–671), schließlich von Herwig her erzählt (Str. 672–676). Dergleichen ließe sich weiterverfolgen. Begleitet werden die entsprechenden Perspektivwechsel von typischen Formeln wie *sich huoben ander mære – diu rede <ist> ahwâr* (Str. 617,2) oder *Nu lâzen wir belîben wie ez im ergê* (630,1).

Mit der Verdreifachung der Werberrolle wird zugleich die Basisregel des Schemas, nach der der eine Werber, der a priori der Beste ist, die Braut bekommt, auf den Prüfstand gestellt. Die drei Werber erscheinen in der ›Kudrun‹ nämlich zunächst als durchaus gleichwertige Anwärter um die Hand der Braut: *künic* ist ebenso Siegfried (Str. 580,3) wie Hartmut (Str. 587,4) und Herwig (Str. 617,3); über heroische Potenz verfügt ebenso Siegfried (Str. 580,2) wie der kampfesmutige Hartmut (Str. 621,1) oder der *helt* Herwig (Str. 619,1; vgl. auch Str. 617,4); auch an höfischen Qualitäten, an *zuht*, mangelt es keinem der drei (Str. 579,3f.; 583,1; 622; 655,3 u.ö.). Anders als in anderen Erzählungen von Brautwerbung ist ein potentieller, der Braut zumeist unwürdiger Rivale des Werbers also nicht nur da, um von dem einen Besten besiegt zu werden.<sup>17</sup> Und gerade die Werber, die die Braut nicht bekommen werden, erhalten vom Erzähler besonderes Lob, erst Siegfried: *Ez kunde ein ritter edele nimmer gevarn baz* (Str. 583,1), dann besonders Hartmut:

Sin lip <was> wol gewahsen, schöne und balt,  
 milte unde küene. ich <en>weiz wes er engalt,  
 daz in versprochen hête diu schoene tohter hêre  
 Hetelen und froun Hilden: daz muote Hartmuoten harte sêre.  
 (Str. 623).

Auch Kudrun als Schönste kann den einen Besten nicht identifizieren, denn sie ist zunächst Siegfried genauso hold (Str. 583,2) wie dann Hartmut (Str. 626,3) und schließlich Herwig (Str. 657). Wer der Beste denn nun sei, dies stellt der Text in dieser Konstellation offensichtlich als Frage.

Die Diskursivierung der Basisregel ›dem Besten die Schönste‹<sup>18</sup> artikuliert sich jedoch nicht nur im Modus der Addition von Werbern, mithin an drei verschiedenen Werbungshandlungen, die sich – wie man es in der Forschung getan hat – drei verschiedenen Werbustypen zuordnen ließen. So hat etwa Jan-Dirk Müller Siegfrieds Werbung als die Ausformung eines ständischen Allianzprinzips, Hartmuts Werbung als eine höfische, Herwigs

<sup>17</sup> So wie etwa der betrügerische Truchsess in Gottfrieds ›Tristan‹. Im ›König Rother‹ muss sich nach der Rückentführung der Braut durch den Brautvater Konstantin Rother gegen den Heidenkönig Ymelot durchsetzen, dessen Sohn Basilistium Konstantin die Hand seiner Tochter versprochen hat: König Rother: Mittelhochdeutscher Text und neuhochdeutsche Übersetzung von Peter K. Stein, hg. v. Ingrid Bennewitz unter Mitarbeit v. Beatrix Koll u. Ruth Weichselbaumer, Stuttgart 2000 (RUB 18047), V. 3804–4292.

<sup>18</sup> Auch Wenzel [Anm. 6] hat auf eine solche Diskursivierung hingewiesen (z. B. S. 400 und S. 409f.), untersucht sie aber nicht in einer Gegenüberstellung der einzelnen Werber, sondern sieht die Funktion der Verdreifachung der Werberfigur in der Beseitigung des agonalen Konfliktes zwischen Brautwerber und Brautvater: »Wenn die ›Kudrun‹, um es pointiert zu formulieren, eine Pazifizierungsgeschichte erzählen will, dann scheint es mir geradezu eine strukturelle Notwendigkeit zu sein, den gefährlichen Brautvater aus der Geschichte herauszunehmen [...]. An die Stelle des Hindernisses ›Brautvater‹ rückt in den Situationen von Entführung, Rückentführung und zweiter, um vierzehn Jahre aufgeschobener Heerfahrt die Konkurrenz der drei Werber und ihrer Sippen« (S. 413). Darauf wird weiter unten in Anm. 23 einzugehen sein.

Werbung dagegen als eine heroische Ausprägung verstanden.<sup>19</sup> In den Werbungen um Kudrun setze sich demnach der »überlegene[ ] Heros« als der Beste durch, während an Siegfried und Hartmut das Scheitern einerseits des ständischen Allianzprinzips, andererseits des Höfischen markiert werde.<sup>20</sup>

Solche Deutung übersieht aber zunächst, dass der Text nicht nur drei Typen von Werbung an jeweils drei Werbern vorführt, sondern unterschiedliche Varianten der »gefährlichen Brautwerbung« (in unterschiedlicher Ausführlichkeit) auch jeweils an einem einzelnen Werber durchspielt werden: Siegfried wirbt einmal, nämlich öffentlich und persönlich (Siegfried I: Str. 579–586)<sup>21</sup>; Herwig wirbt zweimal, zunächst durch Boten (Herwig I: Str. 617,2–619), dann durch Gewalt (Herwig II: Str. 630–667); und Hartmut wirbt dreimal, erst durch Boten (Hartmut I: Str. 587–617,1), dann persönlich heimlich (Hartmut II: Str. 620–629) und schließlich öffentlich mit Gewalt (Hartmut III: Str. 730–809). Die unterschiedlichen Werbungen der einzelnen Werber können dabei als Ausfaltung unterschiedlicher Typen der »gefährlichen Brautwerbung« (z. B. Botenwerbung vs. persönliche Werbung; listige/heimliche vs. kriegerische/öffentliche Werbung) begriffen werden.

Dass die Komplexität der Werbungserzählung in der Opposition des »Heroischen« und des »Höfischen« nicht aufgeht, zeigt sich aber nicht nur in der jeweiligen Multiplikation von Werbungen der für sich schon verdreifachten Werberrolle, sondern auch im Prinzip der Schachtelung, nach dem sie miteinander kombiniert sind: Anfangs erscheinen die Werbungen (auch zeitlich) hintereinander gereiht (erst Siegfried I, dann Hartmut I, zuletzt Herwig I), dann aber werden sie partiell parallelisiert (Hartmut II – Herwig II – Hartmut III)<sup>22</sup> oder so ineinander geschachtelt, dass die Handlung eines Protagonisten handlungslogische Voraussetzung für die des anderen ist (Siegfrieds Überfall auf Herwig ermöglicht die Entführung Kudruns durch Hartmut). So konstituiert sich eine Handlung, die immer neue Raumoppositionen und Figurenkonstellationen zwischen den Agierenden hervorbringt. Herwigs

<sup>19</sup> Jan-Dirk Müller: Höfische Kompromisse. Acht Kapitel zur höfischen Epik, Tübingen 2007, hier S. 370–373. In dem übergeordneten Kapitel »Dynastische Allianz und minne« verfolgt Müller an einer Textreihe einen größeren Kontext als hier verhandelt wird, nämlich die Integration des Minnemotivs in das Allianzmotiv. Während das Minnemotiv für mich nicht relevant ist, geht Müllers Frageinteresse, nämlich was ein Text als passende Verbindung ansieht, partiell mit meinem konform.

<sup>20</sup> Ebd., S. 372. Ähnlich Schmitt [Anm. 6]: »Nachdem sowohl die Macht und der Reichtum Siegfrieds als auch das höfische Auftreten Hartmuts erfolglos bleiben, scheint es, dass der Nachweis kriegerischer Stärke die einzige Möglichkeit ist, eine Zustimmung zur Werbung zu bewirken« (S. 143). Auch für Wenzel [Anm. 6] ist Herwig der »beste der Werber«, weil er am Ende Ludwig tötet (S. 410; vgl. auch S. 400). Vgl. dazu unten Anm. 58.

<sup>21</sup> Siegfrieds späteren Angriff auf Herwig (Str. 668–729) rechne ich aus Gründen, die unten S. 42 f. erörtert werden, nicht als zweiten Werbungsversuch.

<sup>22</sup> Der Übergang wird etwa in Str. 630,1–3 geleistet: *Nu lāzen wir beliben wie ez im ergê, / dem küenen Herwige was wol alsô wê / alse Hartmuote nâch Kûdrûn der rîchen*. Hartmuts zweitem Werbungsanlauf schließt sich Herwigs zweiter an, währenddessen rüstet wiederum Hartmut zum dritten, seinem Angriff (Str. 629; 730 ff.).

Antagonist z. B. ist schematypisch erst der Brautvater Hetel (Herwig I und II), dann aber Siegfried von Morlant (Str. 668–729), schließlich Hartmut (Hartmut III). Siegfrieds Antagonist ist zunächst ebenfalls der Brautvater (Siegfried I), dann Herwig und, weil dieser den Brautvater Hetel zu Hilfe holt, schließlich beide (Str. 676–724). Die dadurch bedingte Absenz des Brautvaters veranlasst Hartmut (der von der Verbindung Kudruns mit Herwig zu diesem Zeitpunkt offensichtlich nichts weiß) zum Aufbruch und zur Meerfahrt (Hartmut III). Als die Entführung Kudruns in Seeland bekannt wird, verbünden sich dort die verfeindeten Parteien, so dass es Hartmut nicht nur mit dem Brautvater Hetel (Hartmut I und II), sondern schließlich mit dem Brautvater, Herwig und sogar Siegfried (Hartmut III) zu tun bekommt.<sup>23</sup>

Neben den angeführten Veränderungen des klassischen Schemas ist es vor allem das Fehlen eines bestimmbareren Endes des Erzählmusters, das schon strukturell auf seine Arretierung bzw. sogar Auflösung verweist. Siegfrieds Werbung wird im Verlauf der Handlung – worauf einzugehen sein wird – einfach stillgestellt<sup>24</sup>; und mit Hartmuts Entführung der Braut gegen ihren Willen wird im Falle Hartmuts das konventionelle Schema, das das Einverständnis der Braut voraussetzt, dezidiert verlassen.<sup>25</sup> Was hierbei allerdings bleibt, ist Herwigs ›Schemaperspektive‹, denn er verliert die bereits gewonnene Braut. Strukturell entspräche dies der klassischen ›Rückentführung‹ durch den Brautvater (vgl. z. B. den ›Rother‹), im Falle Herwigs aber mit einer entsprechenden räumlichen und personellen Umbesetzung: Weil die Heimführung der Braut verschoben worden war (Str. 666f.) und Kudrun sich noch bei ihrer Familie aufhält, handelt es sich schon räumlich gesehen um keine ›klassische‹ Rückentführung. Und anders als Rother muss Herwig nicht erneut gegen den Brautvater kämpfen, sondern im Bündnis mit ihm gegen einen illegitimen Rivalen.<sup>26</sup> In der entsprechenden Schlacht auf dem Wülpensand findet der Brautvater den Tod, natürlich nicht – wie man es vom Schema her erwartet – durch den mit ihm ja verbündeten Werber Herwig, ja nicht einmal durch den illegitimen Werber Hartmut, sondern durch dessen Vater Ludwig (Str. 880). Die hereinbrechende Nacht erzwingt eine Kampfpause (Str. 885,2–891), Kudrun kann durch eine List (Str. 892–897) ein zweites Mal entführt

<sup>23</sup> In diesen wechselnden Bündnissen des Brautvaters mit den einzelnen Werbern zeigt sich, dass die These von Wenzel [Anm. 6], der Konflikt mit dem Brautvater werde durch den Konflikt zwischen den Werbern, also zwischen den Jungen ersetzt, nicht aufgeht (z. B. S. 400). Ohne den Brautvater Hetel kann Herwig z. B. nichts gegen Siegfried ausrichten (vgl. unten S. 43 u. 53), auch kämpfen Jung (Herwig, Siegfried) und Alt (Hetel, Wate) gemeinsam gegen den jungen Hartmut, der von dem alten Ludwig unterstützt wird. Gleiches gilt für die abschließende Schlacht.

<sup>24</sup> Vgl. unten S. 42f.

<sup>25</sup> Vgl. dazu Schmitt [Anm. 6], S. 140ff.

<sup>26</sup> Im ›Rother‹ [Anm. 17] ist die Konstellation genau umgekehrt: Der Brautvater Konstantin ist mit dem illegitimen Rivalen, mit dem Heidenkönig Ymelot bzw. dessen Sohn Basilistium verbündet. Diesem hat Konstantin die Hand der Tochter, die bereits als *Rotheres wif* (V. 3811) bezeichnet wird, zugesichert, um sein eigenes Leben zu retten. Die politische Allianz soll die kriegerischen Angriffe der Heiden beenden (V. 3804–3813).



werden (Doppelung der Entführung), so dass – anders als im Schema – in dieser ›Rückentführung‹ mit dem Brautvater zusammen auch der legitime Werber scheitert: Herwig verliert die gewonnene Braut erneut, diesmal für mehr als ein Jahrzehnt. Das Brautwerbungsschema scheint arretiert zu werden. Denn es greift nun, wie Kerstin Schmitt gezeigt hat, für die Konstitution der Handlung das Erzählmodell der Hagiographie.<sup>27</sup> Dass Kudruns Befreiung ganze 14 Äventiuren später eine ›Rückentführung durch den Werber oder Heimführung der Braut‹ sei, wird nicht nur durch die immense zeitliche Verschiebung (Heranwachsen einer neuen Generation) konterkariert, sondern auch dadurch, dass die Befreiungsfahrt von der Mutter Hilde initiiert und organisiert wird, dass der Bräutigam Herwig nur als einer unter vielen Befreier agiert, dass die Fahrt mit dem Motiv der Rache für den Tod Hetels doppelt motiviert ist und dass der Zielpunkt der Handlung schließlich der Hof der Hegelinge, nicht Herwigs ist; die eigentliche Heimführung nach Seeland erscheint in der 32. Äventiure nur angedeutet, nicht aber erzählt. Am Ende – so muss man sagen – wird das Schema in Bezug auf alle Werber entweder arretiert (Siegfried) oder aufgelöst (Hartmut; Herwig).

Der Überblick über die Werbungen um Kudrun zeigt somit bereits, dass die ›Kudrun‹ nicht nur am klassischen Muster durch Variation arbeitet, sondern es an seine Grenzen führt. In den folgenden Abschnitten wird nun zu zeigen sein, wie sich die ›Arbeit am Muster‹ in den Einzelwerbungen darstellt. In ihnen wird zum einen die Frage, was den Besten ausmacht, über die (vorläufige) Brautgewinnung Herwigs hinaus weiterdiskutiert; zum anderen werden zentrale Prämissen und Regeln des Schemas, wie die Ebenbürtigkeit oder Fernliebe, auf die Probe gestellt und korrigiert.

## II.

Vergleicht man die drei Werber um Kudrun, so darf man den ersten Werber, Siegfried von Morlant, im Sinne des literarischen Schemas zunächst für den Besten halten. Zwar erscheint das Schema verkürzt, doch der soziale Status Siegfrieds wird in der traditionellen Herrscherbeschreibung zu Beginn – gerade im Vergleich zu den anderen beiden Werberrn – am deutlichsten herausgearbeitet. Siegfried ist ein *küninc gewaltic*, gar über *siben künige hère* (Str. 580,3), auch sein Herrschaftsbereich und seine Residenz (*der saz in Alzabê; er saz in Mòrlant*; Str. 579,1; 580,1) werden erwähnt. Er verfügt, politisch gesehen, über alles, was ihn zu einem aussichtsreichen Kandidaten macht: An Macht und Besitz kann sich ihm weder Hartmut noch Herwig gleichstellen. Für Müller stehen deshalb in der Werbung Siegfrieds die politischen Interessen im Vordergrund: Siegfried repräsentiere »ererbte Macht und ererbten Besitz«, »Bewältigung von Gefahr« werde »durch Ostentation höfischer Pracht« ersetzt. Dies werde in der ›Kudrun‹ abgelehnt: »Indem diese Werbung

<sup>27</sup> Schmitt [Anm. 6], S. 175–202.

am deutlichsten von einem ständischen Allianzprinzip bestimmt ist, werden in ihrem Scheitern dessen Grenzen markiert.«<sup>28</sup>

Siegfried repräsentiert aber durch seinen hohen Rang und seine Macht als einziger der drei Werber das für das Schema selbstverständliche Prinzip der Ebenbürtigkeit. Er wird entsprechend dem narrativen Muster, mit dem entscheidenden Perspektivenwechsel, also von der Braut her gesehen, zunächst wie eine Rother-Figur aufgebaut, die als mächtiger Herrscher von jenseits des Meeres um die Braut wirbt. Anders auch als bei Hartmut und Herwig (bei denen politische Interessen der Verbindung mit Kudrun, wie aufzuzeigen sein wird, sichtbar werden) scheint Siegfrieds Werbung – schemagerecht – keinen anderen Zweck zu haben, als nur die Schönste, die adäquate Braut, als Königin für seine Königreiche zu gewinnen. Schemagerecht entsteht das Begehren bei ihm aufgrund des Rufes, den Kudrun genießt (Str. 580,4). Aber weder berät sich Siegfried, auch genealogisch wird er nicht verortet, von *mâgen* oder *man* ist nicht die Rede; alles, was politisches und kollektives Handeln anzeigt, bleibt ausgespart. In der Siegfried-Figur scheint mir schon von daher nicht ein ›ständisches Allianzprinzip‹ eingespielt, sondern spezifisch literarische Ausformungen des Schemas anzitiert und diskutiert zu werden.

Bereits der Name steht als Programm, verweist auf ein spezifisch literarisches ›Register‹. Denn dass ausgerechnet ein ›Siegfried‹ um Kudrun wirbt, kann in einem Text, dessen Beziehungen zum ›Nibelungenlied‹ in der Forschung immer wieder diskutiert werden, nicht übersehen werden. Von dem Namen werden zunächst doch offensichtlich heroische Qualitäten evoziert, die sich auch in der heroischen Fama des Werbers spiegeln: Um Kudrun wirbt ein Siegfried, dessen *siten ellenthafte verre [...] bekant* (Str. 580,2) sind. Dem korrespondiert auch, dass eine Beratungsszene sowie kollektives Handeln in dieser Werbung gänzlich fehlen. Indem der Held offensichtlich für sich beschließt, um diese Frau zu werben (Str. 580,4), deutet sich eine eher heroische Variante von Brautwerbung an, zumal Siegfried der einzige der drei Werber ist, der sofort persönlich, also wie ein Siegfried von Xanten, und nicht erst durch Boten (wie Hartmut und Herwig) oder durch eine Reckenfahrt<sup>29</sup> (wie dann Herwig) um die Braut wirbt.

Zweitens qualifizieren auch die Herkunftsbezeichnungen Siegfried gemäß dem literarischen Schema, denn sie enthalten ein zentrale Prämisse des Brautwerbungsschemas: *Alzabê* (Str. 579,1) und *Môrlant* (Str. 580,1)<sup>30</sup> scheinen – unabhängig von ihrer konkreten geographischen Verortung – auf maxi-

<sup>28</sup> Müller [Anm. 19], S. 370.

<sup>29</sup> Eine Fahrt mit *recken* (Str. 57,3) bzw. eine *hervart* (58,3) wird etwa von Siegfried von Xanten kategorisch abgelehnt: *Si mac wol sus erwerben dâ mîn eines hant* (Str. 59,1). Das Nibelungenlied. Nach der Ausgabe von Karl Bartsch, hg. v. Helmut de Boor, 42., revidierte und von Roswitha Wisniewski ergänzte Auflage, Mannheim 1988 (Deutsche Klassiker des Mittelalters).

<sup>30</sup> Vgl. dazu auch Str. 673,2: *die helde ûz Abakîe und die von Alzabê* und Str. 829,4: *die von Abakîne*. Vgl. Anm. 42.

male räumliche Distanz, mit dem Orient allerdings auch auf maximale kulturelle Differenz hinzudeuten. Im Orient – Raum der Braut und des Brautvaters im ›klassischen‹ Schema – wird hier also der Werber verortet. Darauf wird zurückzukommen sein.

Siegfried profiliert sich drittens vor Kudrun und ihrer Mutter nicht durch Ostentation höfischer Pracht, sondern kämpferisch – sicherlich plötzlich in einer ritterlichen Variante und auch im Kollektiv. Auf dem kämpferischen Aspekt liegt jedoch der Schwerpunkt der ansonsten recht verkürzten Werbungshandlung:

Mit den sînen genôzen ûz Ikarjâ  
manigen prîs grôzen si erwurben dicke dâ,  
die sînen hergesellen, dâ si die frouwen sâhen.  
vor der Hetelen bürge si tâten dicke ritterschaft vil nâhen.

Dô Hilde und ir tohter giengen in den sal,  
vor Wigâleises hûse hórten si dicke schal,  
dâ die von Môrlande mit ritterlicher krefte  
wol riten <in> ze sehene. des erhullen dicke schilde und schefte.

(Str. 581f. Hervorhebungen C. D.)

Gleich viermal betont der Erzähler, dass die aus Morlant *dicke* kämpfen, er bescheinigt Siegfried zudem: *Ez kunde ein ritter edele nimmer gevarn baz* (Str. 583,1). Warum der unermüdlich kämpfende Siegfried Kudrun gleichwohl nicht bekommt, bleibt im Text offen: *dô gab im si niemen ze wibe* (Str. 583,4). Hetel versagt sie aus *hóchgemüete* (Str. 585,1), man muss wohl sagen: schemagerecht. Siegfried reagiert mit *zorn* (Str. 584,1), er droht *Hetelen ze brennen al sîn rîche* (Str. 584,3; vgl. auch Str. 585).<sup>31</sup> Allerdings wird ein weiteres Werbungshandeln Siegfrieds im Folgenden nicht mehr erzählt, so dass man festhalten kann: Dieser Anwärter auf Kudruns Hand scheidet von der Anzahl seiner Werbungen (eine) und vom Handlungsverlauf her am schnellsten aus dem Rennen um die Schönste aus. Siegfried kommt erst dann wieder ins Spiel, wenn Kudrun bereits an Herwig vergeben ist und Siegfrieds *zorn* sich nun statt gegen Hetel gegen Herwig richtet und er ihm den Krieg erklärt (Str. 668–671). Man kann das in Bezug auf das Schema zweifach als Fehlbesetzung sehen. Denn Siegfrieds Gewalt hätte sich erstens zuvor gegen den Brautvater Hetel richten müssen. Und sie dient zweitens – nach dem Wenigen, was der Text dazu andeutet – jetzt gar nicht mehr dem Zweck, Kudrun zu erobern. Siegfried agiert, was eine Werbung um Kudrun betrifft, auffallend unmotiviert,<sup>32</sup> sie scheint für ihn nicht mehr der Preis, sondern nur mehr Anlass für den Kampf zu sein. Somit verschiebt sich der Akzent von

<sup>31</sup> Dass Siegfried den Brautvater nicht umstandslos angreift, ist ein Vorwurf, den man ihm sozusagen ›von hinten‹, nämlich von der Herwig-Handlung her macht. Es bleibt festzuhalten, dass auch Herwig erst nach diversen anderen Versuchen zu den Waffen greift.

<sup>32</sup> Die Vorbereitung zu Siegfrieds Kriegsfahrt und die Kriegserklärung (Str. 668–671) nennen jedenfalls nicht mehr die Werbung als Grund; auch in den folgenden kriegerischen Auseinandersetzungen (Str. 673–729) deutet sich nichts dergleichen an. Vgl. auch Siefken [Anm. 6], S. 87.

Siegfrieds Brautwerbungsentention deutlich auf den feudalen oder heroischen Agon. Das Brautwerbungsschema wird arretiert, zugleich wird aber seine Basisregel, nach der der Beste die Braut bekommt, allererst auf den Prüfstand gestellt: Hat wirklich der Beste die Braut bekommen? Instruktiv erweist sich der Kampf tatsächlich für die Frage, wer denn mit Siegfried abgewiesen und mit Herwig vorgezogen wurde.

Nachdem die *helde* (Str. 673,2) aus Morlant Herwig den Krieg erklärt haben, wird Herwig von Siegfried mit seinen *ahzic tûsent helden* (Str. 670,1) gänzlich überrannt. Er muss ins Grenzland seines Herrschaftsgebietes fliehen (Str. 676,3) und Hetel, den Brautvater, um Hilfe bitten. Ebenbürtigkeit, in militärischer Potenz symbolisiert, erlangt Herwig gegenüber Siegfried also allererst durch seine neuen, ›angeheirateten‹ Verbündeten, erst durch seine Braut, mit hin also durch eine politische Allianz:

Wate der vil küene kom mit grôzer kraft.  
 ez hête dar gefüezet grôze ritterschaft  
 Kûdrûn diu schœene Herwige ir manne.

(Str. 704,1–3; vgl. auch Str. 713).

Jetzt, im verspäteten Kampf zwischen den Hegelingen und Siegfried werden die Helden aus Morlant als *die besten von allem ertrîche* (Str. 705,3) bezeichnet. Auch wenn der Kampf der Handlungsfügung geschuldet sein mag (Kudrun kann aufgrund Hetels Abwesenheit von Hartmut geraubt werden), führt die Auseinandersetzung vor allem vor, dass der abgewiesene Bewerber in kämpferischer Hinsicht erstens dem Verband des Brautvaters ebenbürtig<sup>33</sup> und zweitens dem erfolgreichen Werber Herwig weit überlegen ist: Siegfried verwüstet Herwigs Herrschaftsbereich so gründlich, dass dieser noch Jahrzehnte später nicht in der Lage erscheint, seine Schwester repräsentativ für eine Hochzeit auszustatten (Str. 1654) und zwar – die Unterlegenheit Herwigs selbst am Ende des Textes noch einmal pointierend – für die Hochzeit mit eben jenem Siegfried (Str. 1643–1666). Die heroische Qualität Siegfrieds zeigt sich drittens aber vor allem in wiederholten Parallelisierungen mit Wate, dem prototypischen Heros des Textes.

In der Schlacht auf dem Wülpensand wird beispielsweise Siegfrieds überlegene Kampfkraft Wate und Frute gleichgestellt: *Ir voget, den si hêten, wie möhte der küener sîn? (...) / er was in starken stürmen ein mærer helt vil quote. / wie kundens wesen küener, der alte Wate und ouch <von Tenen> Fruote?* (Str. 875). Als Verbündeter nimmt Siegfried auch Jahre später an der Racheschlacht teil (Str. 1120, 1123). Wenn Hartmut Ludwig die Wappen der nahenden Feinde nennt, beginnt er mit Wate (Str. 1367), darauf folgt sogleich Siegfrieds Wappen (Str. 1368f.), dann das Horants, Frutes, unter weiteren anderen dann auch das Herwigs (Str. 1370–1374). Ähnliches wiederholt sich, wenn aus Kudruns Perspektive im Kampf zunächst der

<sup>33</sup> Siegfried kann trotz Herwigs Verstärkung durch die Hegelinge erst nach 12 Tagen zurückgedrängt (Str. 717) und auch dann nicht endgültig besiegt werden (Str. 722ff.). Der Friedensschluss mit Siegfried wird schließlich als Patt dargestellt (Str. 831–834). Kaum erfährt Siegfried von Kudruns Entführung, wird der Gegner zum Verbündeten (Str. 835f.).

Heros Wate wahrgenommen wird, den alle fürchten *alsam einen grimmen lewen wilden* (Str. 1397,4), gefolgt von den *helde von den Mæren* (Str. 1398,1), die im Kampf *fiures blicke* produzieren (Str. 1398,4).

Trotz dieser Qualifizierung ist aber nicht Siegfried der Beste, der Kudrun bekommt, sondern Herwig. Mit Siegfried werden somit verschiedene Prämissen abgewiesen, die ihn in diversen, graduell unterschiedlichen literarischen Ausformungen des Schemas eigentlich als Besten qualifizieren: soziale Ebenbürtigkeit, Reichtum und Macht, die sich in überlegener militärischer Gewalt ausdrücken (wie Rother); heroische Qualifizierung durch Name, Ruf und persönlichen Kampfeinsatz, gepaart mit höfischer Idealität (wie Siegfried); maximale räumliche und kulturelle Distanz (Prinzip der Ferne). In der ›Kudrun‹ erscheint ›so einer‹ offensichtlich gerade nicht als der richtige Allianzpartner. Dies deutet sich bereits an, wenn Kudrun dem Werber von jenseits des Meeres *holden willen* (Str. 583,2) zeigt – trotz seiner orientalischen Herkunft, manifest in der Hautfarbe: *swie salwer varwe er wære ze sehene an sînem lîbe* (Str. 583,3). Dies zeigt sich auch dann, wenn die aus Morlant zu den *besten von allem ertrîche* (Str. 705,3) stilisiert werden – obwohl sie Heiden sind: *Swie si <heiden><sup>34</sup> hiezen* (Str. 705,1).<sup>35</sup> Dies bestätigt sich vollends am Ende des Textes, im Kontext der dynastischen Friedenssicherung. Damit Siegfried Herwigs Schwester heiraten kann, wird er allererst ›allianzfähig‹ gemacht: Siegfried entpuppt sich plötzlich als Spross einer heidnisch-christlichen Mischehe (Str. 1664,1), er hat nun weiße Hautfarbe (*varwe kristenliche*, Str. 1664,2) und sein Haar glänzt golden in der Sonne (Str. 1664,3) – *salwen* sind nur mehr seine Begleiter (Str. 1663,4).<sup>36</sup> Siegfried herrscht – statt wie eingehend ›nur‹ über sieben – sogar nun über neun Königreiche (Str. 1663,3). Erst hier also fügt sich Siegfried in ein ständisches ›Allianzprinzip‹, für das der Text ihn erst am Ende herrichtet, indem er die vorherige ›literarische‹ Prägung der Figur, ihre durch das Brautwerbungsschema bedingte Fremdheit beiseite wischt.

### III.

Der zweite Werber Hartmut, der Kudrun ebenfalls nicht bekommt, erhält im epischen Prozess insgesamt die größte Aufmerksamkeit. Dies manifestiert sich sowohl in der Anzahl seiner Werbungen (drei) als auch in ihrer jeweiligen Ausführlichkeit sowie ihrer Nähe zum traditionellen Schema der gefährlichen Werbung.

<sup>34</sup> Es handelt sich bei dem Wort allerdings um einen Zusatz zum überlieferten Text, vgl. Einleitung zur Ausgabe [Anm. 5], S. XCV.

<sup>35</sup> Vgl. zur Ablehnung Siegfrieds: Jerold C. Frakes: *Brides and Doom. Gender, Property, and Power in Medieval German Women's Epic*, Philadelphia 1994, S. 189 f.

<sup>36</sup> Vgl. dazu auch Müller [Anm. 19]: »Weil es um *minne* geht, muß versichert werden, daß des ›Mohren‹ Sifrit Anblick nicht allzu fremdartig, sondern einigermaßen ›christlich‹ ist« (S. 372).

Schon seine erste Werbung weist die klassische Struktur auf: Hartmut verliebt sich vom Hörensagen in Kudrun (Str. 587), es folgt im Unterschied zu allen anderen Werbungen eine Beratungsszene – allerdings im Familienkreis (Str. 588–595)<sup>37</sup> –, in der einer (der Vater) schemagerecht vor dem *übermuot* des Geschlechts der Braut warnt (Str. 593). Die Brautwerbung wird zudem dem Schema entsprechend ausführlich aus der Perspektive des Werbers erzählt.

Schon zu Beginn zeigt sich aber gleichwohl wieder Irritierendes: Denn als Hartmut in der Beratungsszene von der fernen, schönen Frau berichtet, wendet Ludwig ein: *si ist uns sô nâhen bî / mit hûse niht gesezzen, daz wir si mœhten werben* (Str. 590,2f.). Dieser Einwand ist vor der Folie des Schemas seltsam, denn die Entfernung ist das, »was bei Fernliebe noch nie jemanden gestört hat, im Gegenteil, je weiter, desto besser«<sup>38</sup>. Vor allem Ludwigs Zusatz: »Selbst wenn sie die Beste aller Herrscherinnen wäre!« (*wær si aller lande frouwe*; Str. 590,2) konterkariert geradezu die selbstverständliche Regel, nach der die adäquate Braut einzig in der Ferne zu suchen ist. Und wenn Ludwig auch noch fragt, woher Hartmut denn wisse, dass Kudrun *sô schœne sî* (Str. 590,1), dann folgt dies einer Logik, in der zentrale Prämissen des literarischen Schemas durch pragmatisch-reali-tätsorientierte Argumente unterhöhlt werden: Wenn in der »Kudrun« der Beste nicht mehr aus weiter Ferne kommen muss (vgl. Siegfried; unten Herwig), dann muss die, die in weiter Ferne wohnt, auch nicht mehr automatisch die Schönste sein.<sup>39</sup> Wozu also – so Ludwig weiter – eine (im Schema selbstverständliche) weite Reise unternehmen, auf der das Leben von Boten aufs Spiel gesetzt werden könnte (*boten under wîlen mœhten durch ir liebe vil verderben*; Str. 590,4)? – als hätte die Sorge um Boten jemals einen Werber von seinem Vorhaben abgehalten. Ludwigs Einwände gehen dabei über die Funktion, durch das Abraten den Typ »gefährliche Werbung« zu signalisieren, hinaus.<sup>40</sup> Sie artikulieren vielmehr, indem sie an den Grundfesten der Fernliebe rütteln, ein kritisches Verständnis der konventionellen literarischen Vorstellungen. Die Replik Hartmuts, nun wieder eine schemagerechte Antwort, belehrt Ludwig eines Besseren und liest sich wie eine Unterweisung in Sachen Brautwerbungs-schema: Für einen Landesherren solle doch keine Entfernung zu groß sein, wenn er um *lîb unde guot*<sup>41</sup> (Str. 591,2) werbe!

<sup>37</sup> Dass die Mutter Gerlint zudem zu Kudrun als Braut rät (Str. 588), ist an sich noch nicht negativ zu werten, vgl. etwa Utes Rat zur Brautwerbung Siegebants (Str. 7f.).

<sup>38</sup> Müller [Anm. 19], S. 370.

<sup>39</sup> Anders Müller [Anm. 19]: »Indem er Kudruns Schönheit bezweifelt, bezweifelt er ihren Adelsrang, kehrt also die tatsächliche Asymmetrie zu Hartmuts Gunsten um« (S. 371).

<sup>40</sup> Dies erfolgt schemagerecht in den folgenden Strophen, z.B. in Str. 593, in der Ludwig auf Hildes Werbung und Kudruns Verwandte verweist: das *volc sei übermüete*.

<sup>41</sup> Stackmann schreibt im Kommentar der Ausgabe [Anm. 5], es handele sich hier um eine »recht undeutliche Umschreibung des Gemeinten: eine Ehefrau« (S. 121). Ich meine, dass hier im Gegenteil deutlich aufscheint, um was es in der feudalen Ehe eigentlich geht: Besitz und Macht.

Schemagemäß werden dann Boten – Verwandte (Str. 602) – repräsentativ ausgestattet (Str. 595–597) und losgeschickt; ganze hundert Tage müssen sie über *wazzer unde lant* (Str. 599) reisend das ferne Land der Braut suchen (Str. 598f.).<sup>42</sup> Schemagemäß wird auch von der Wahrnehmung des Reichtums jener Boten am hegelingischen Hof (Str. 603,605) berichtet, von ihrer Aufnahme (Str. 604), dem Überbringen der Werbungsbotschaft (Str. 607), ihrer Ablehnung durch Hetel (Str. 608). Und schemagemäß wird die Gefahr nochmals eingespielt: Hätten die Boten nicht Horants Geleit gewonnen (Str. 600–602), wäre es ihnen übel ergangen (Str. 607).

Hildes überaus konkrete Begründung der Ablehnung der Werbung allerdings sprengt erneut das Schema. Die Ablehnung wird erstens lehnsrechtlich fundiert: Ludwig (Hartmuts Vater) sei ein Vasall Hagens gewesen (Str. 610). Zweitens habe Ludwig sich die Feindschaft des Bruders König Ottos, der ebenfalls Lehen von Hagen erhielt, zugezogen; darauf kam es zwischen den genannten Personen zu politischen Verstimmungen (Str. 611)<sup>43</sup>. Beide Aussagen werden in der Forschung kontrovers diskutiert und hinsichtlich ihrer Vereinbarkeit mit zeitgenössischen Vorstellungen unterschiedlich bewertet.<sup>44</sup> Unabhängig aber von der Interpretation einzelner Verse und den unterschiedlichen Versuchen ihrer sozialgeschichtlichen Anbindung bleibt dreierlei festzuhalten. Ausgerechnet der hundert Tagesreisen weit entfernte Werber Hartmut entpuppt sich als Lehnsabhängiger und ihm wird mit der lehnspolitischen Argumentation ein im Folgenden nicht hintergehbare rechtliches Hindernis entgegengestellt. Zweitens wird eine politische Vorgeschichte zwischen den beiden Herrscherhäusern eingespielt, die durch die Nennung des Namens Otto wiederum eine historiographische Valenz und damit eine realitätshaltige Dimension besitzt. Drittens zielt beides auf ein genealogisch fundiertes Argument, das die üblichen Vorstellungen des Brautwerbungsschemas erneut umkehrt: Während im Schema Genealogie den Werber a priori als Partner

<sup>42</sup> Zu den Schwierigkeiten einer geographischen Verortung von Hartmuts Herrschaftsgebiet im Speziellen sowie der Machtbereiche der ›Kudrun‹ im Allgemeinen vgl. mit einer Zusammenfassung älterer Forschungsdiskussion: Norbert Voorwinden: *Er was ze Friesen herre*. Zum Verhältnis zwischen Friesen und Dänen in der ›Kudrun‹, in: Klaus Zatloukal (Hg.): 7. Pöchlerner Heldenliedgespräch. Mittelhochdeutsche Heldendichtung außerhalb des Nibelungen- und Dietrichkreises (Kudrun, Ortnit, Waltharius, Wolfdietriche) Wien 2003 (Philologica Germanica 25), S. 213–229 und das Nachwort der neuen Kudrun-Ausgabe: Kudrun. Mittelhochdeutsch/Neuhochdeutsch. Herausgegeben, übersetzt und kommentiert von Uta Störmer-Caysa, Stuttgart 2010 (RUB 18639), bes. S. 640–647. – Jenseits der konkreten Geographie zeigt der Text hier das Interesse, Hartmut – wie Siegfried von Morlant – entsprechend der literarischen Norm des Brautwerbungsschemas sehr weit weg zu situieren.

<sup>43</sup> Die Personalpronomen der Str. 611 sind so unbestimmt, dass sich verschiedene Möglichkeiten der Verstimmung zwischen Ludwig, Hagen, dem König Otte sowie dessen Bruder denken lassen; vgl. dazu den Kommentar der Ausgabe zur Stelle.

<sup>44</sup> Schmitt [Ann. 6] verweist darauf, dass es bei der Dominanz der agnatischen Erbfolge im 13. Jahrhundert »durchaus standesgemäß gewesen wäre, die Enkelin eines Lehnsherren mit dem Sohn seines Vasallen zu verheiraten« (S. 136), sie geht also von der Ebenbürtigkeit Hartmuts aus (S. 137); zu anderen Positionen (Grenzler und McConnell) vgl. ebd.

qualifiziert, disqualifiziert sich Hartmut, der einzige der Werber, über dessen Genealogie man immerhin etwas erfährt, durch eben diese. Trotz Ludwigs kritischer Einwände zu Beginn rollte das Schema also nur aufwändig weiter, um dann mit Hildes politischer Begründung erneut gestoppt zu werden: Die politische Argumentation überlagert und dominiert das literarische Muster.

Nachdem die Boten Bericht erstattet haben, versucht es Hartmut – entsprechend dem Schema – in einem zweiten Werbungsanlauf. Der Tugendhaftigkeit und Schönheit Kudruns nun durch Augenzeugen versichert (Str. 614f.), wird er durch die Absage nur in seinem Vorhaben bestärkt: »*sô wil ich âne si niht beliben*« (Str. 615,4). Mit diesem Verhalten erfüllt Hartmut die Vorgaben der klassischen Werberrolle. Denn Hindernisse und Widerstände markieren nicht nur den besonderen Wert der Braut, sondern ermöglichen dem Werber, sie zum Erweis seiner Tauglichkeit zu überwinden, sich darin als gleichrangig zu qualifizieren. Hartmut verhält sich also idealtypisch im Rahmen des literarischen Musters, allerdings ergibt sich in der ›Kudrun‹ eine Diskrepanz zwischen der allgemeinen narrativen Funktion von Hindernissen im Schema (Erweis von Tauglichkeit) und der konkreten realpolitischen Besetzung auf der Ebene der tatsächlichen Handlung (Erweis seiner Untauglichkeit). Hartmut bewegt sich damit im ›falschen Register‹: Erfüllt von der Schemaerwartung, dass der Werber die Braut – trotz Widerstand – bekommt,<sup>45</sup> verkennt er die unhintergehbare Faktizität jenes politischen Arguments, auf dem die Hegeligen später bestehen werden, sowohl Hetel:

[...] dar umbe daz ich verzêch  
im mîne schoene tohter: wol weste ich daz im lêch,  
dem künige ûz Ormanie, Hagene sîn lant.  
dar umbe wære Kûdrûn hin ze im nâch êren niht gewant.  
(Str. 819),

als auch Kudrun:

[...] wan lât ir mich ân nôt?  
ê ich Hartmuoten næme, ich wolte ê wesen tôt.  
im wære ez von dem vater geslâht, daz er mich solte minnen,  
den lip wil ich verliesen, ê ich in ze friunde welle gewinnen.  
(Str. 959)

Im Unterschied zur ersten (Boten-)Werbung erscheint Hartmut nun persönlich. Seine zweite Werbung mag höfische Elemente zeigen,<sup>46</sup> doch ist sie durchaus auch vor der Folie der gefährlichen Werbung interpretierbar, denn mit der persönlichen Anwesenheit im zweiten Anlauf rekurriert der Handlungsverlauf durchaus auf jenes Muster, wie es etwa aus dem ›Rother‹ be-

<sup>45</sup> Vgl. Kiening [Anm. 1]: »In dem Maße, in dem kompositorisch Motiviertes sich in Form finaler Motivation in die Textwelt einzeichnet, erzählerische Alternativen auftauchen und einzelne Figuren die Schemalogik selbst in Dienst nehmen, tritt auch der Bausteincharakter der narrativen Einheiten an die Oberfläche, wird der Konstruktionscharakter des Erzählten sichtbar« (S. 222).

<sup>46</sup> Z. B. Müller [Anm. 19], S. 371; Schmitt [Anm. 6], S. 138.



kannt ist: Nach dem Scheitern der Boten muss sich der Werber selbst auf den Weg machen und den Kontakt zur Braut suchen. Und dementsprechend hält sich Hartmut anonym am Hof auf (*die vil werden geste beliben unerkant*, Str. 621,2);<sup>47</sup> aufgrund seiner Persönlichkeit wird ihm allgemeine Wertschätzung zuteil (Str. 621,3), unerkant erscheint er vor den adeligen Frauen, gar Hilde (Str. 622,1f.), er kann durch seine Präsenz evident machen, *daz er edeler minne an hôhe frouwen gerte billîchen* (Str. 622,4). Mit Recht also darf Hartmut sich hoher (im Sinne von sozial hochstehender) Minne zuwenden, wodurch aber nur erneut eine Diskrepanz zu jenem Verdikt seiner politischen ›Untauglichkeit‹ aufgebaut wird. Zwar enthält diese Werbung keine echte Kemenatenszene, aber deren Ergebnis wird auch so erreicht: Hartmut kann *tougen ougen blicke* (Str. 624,2) mit Kudrun wechseln, ihr seine Identität heimlich offenbaren (Str. 624,3f.) und sich der prinzipiellen Zuneigung der Braut versichern (Str. 625f.). Es bleibt nur ein Hindernis: der Brautvater (Str. 625,4). Hartmut entfernt sich vom Hof mit der Frage, *wie er verenden kunde daz werben nâch der frouwen* (Str. 628,3): Denn einerseits muss er gegen den Brautvater kämpfen, andererseits will er nicht die *hulde der vil schoenen meide* verlieren (Str. 627,4). Auch mit diesem Dilemma wird auf eine Problematik verwiesen, die wiederum sehr realitätsorientiert ist und im Brautwerbungsschema sonst übergangen wird.

Hartmut rüstet sich jedenfalls – übrigens zeitgleich zu Herwig und bereits vor dessen zweiter und erfolgreicher Werbung – nun in seinem dritten Werbungsanlauf zur *urliuqe* (Str. 629,3). Während allerdings Herwigs Gewalt im Text allgemeine Anerkennung erntet, heißt es von Hartmuts kämpferischen Absichten schon vorab: *rihten sich began / ze starkem urliuqe Hartmuot der vil grimme. / daz riet im ze allen zîten Gêrlint diu alte vâlentinne* (Str. 629,2–4). Dieser Erzählerkommentar zeigt, dass es nicht um das Heroische an sich oder eine Kompensation von mangelnder Ebenbürtigkeit durch Gewalt, sondern um verschiedene axiomatische Besetzungen geht: Hartmut aus der Ferne ist – wie Siegfried – der Falsche, seine Gewalt wird negativ konnotiert, und der Text lässt ihn überdies zu spät kommen: Als Hartmut endlich mit Heeresmacht vor Hegelingen lagert und Kudrun seine Liebe erneut durch Boten antragen lässt (Str. 753–775), hat Herwig bereits Fakten geschaffen.<sup>48</sup>

<sup>47</sup> Auch Schmitt [Anm. 6] sieht Hartmuts Anwesenheit am Hof als Bestandteil des Strukturmusters, schränkt aber ein: »Allerdings kommt der Werber nicht inkognito an den Hof, um – wie z. B. König Rother – gefangene Boten zu befreien, sondern sucht einzig die Zustimmung der Braut zu erlangen« (S. 138).

<sup>48</sup> Der Text nimmt hier Inkohärenzen in Kauf: Zuvor weiß man in Ormanie, dass Herwig und Hetel gegen Siegfried kämpfen (Str. 732–735), warum, wird aber nicht thematisiert. Die Heerfahrt nach Hegelingen wird unterschiedlich motiviert. Hartmuts Motive entsprechen wieder dem Schema: »und möhte daz geschehen, / daz ich die Hilden tohter solte hie gesehen, / dâ für ich nicht næme ein witez fürsten rîche, / daz uns beiden zæme bî einander <wesen> friuntliche!« (Str. 740); vgl. auch Str. 748,2f.: *ez was nâch Kûdrûnen Hartmuoten wê; / dem tet er wol gelîche mit allen sînen mâgen*. Das Motiv der Rache für die ehrenrührige Absage sowie gewisse politische Ambitionen werden hingegen auf die Mutter Gerlint verlagert (z. B. Str. 737f.).

Kudrun lässt Hartmut wissen, sie sei mittlerweile Herwig *bevestent* (Str. 770,1), ihrem *friedel* [...], *den si im herzen minne* (Str. 775,2f.). Hartmuts Werbung steht nun ein neuer Rechtsverhalt entgegen: Kudruns Beziehung zu Herwig (*ich lobete in ze einem man, / er nam mich ze wibe*, Str. 770,1f.; vgl. auch Str. 1043).

In Hartmuts Bemühungen werden also nicht nur höfische Werbungsformen, sondern verschiedenste Mittel der Werbung in den Text eingebracht. Allen Bemühungen wird sukzessive mit immer neuen politischen Einwänden begegnet: erst mit einer in Genealogie begründeten Vasallitätsbeziehung und diffusen politischen Vorgeschichte, nun mit der Rechtsbindung an Herwig. Hartmuts Werbungen sind im ›Kudrun‹-Teil diejenigen, die das Schema der gefährlichen Werbung am deutlichsten erfüllen, und man kann sagen, dass, je nachdrücklicher Hartmut dem literarischen Schema entspricht, der Text ihm um so mehr rechtliche Hindernisse entgegenstellt.

Mit der Entführung Kudruns gegen ihren Willen, mit dem illegitimen Frauenraub, wird das Schema der gefährlichen Werbung – hier ist man sich in der Forschung weitgehend einig – verlassen. Gleichwohl aber werden Elemente des Schemas weiterdiskutiert. Zum einen wird mit dem fehlenden Konsensgedanken ein weiteres Rechtsargument als Hindernis einer möglichen Beziehung mit Hartmut aufgebaut, auf das sich Kudrun während ihrer Gefangenschaft beruft (Str. 1034).<sup>49</sup> Zum anderen wird mit dem Tod des Brautvaters (Str. 880) eine bereits oben angesprochene Problematik thematisiert, die dem Schema inhärent ist, und zwar in der Regel: »Verweigert der Brautvater sein Einverständnis, muß der Werber ihn töten.«<sup>50</sup> Dass diese literarische Norm mit den Rechtsvorstellungen der feudaladeligen Gesellschaft nur schwer zu vereinbaren ist, deutet sich dadurch an, dass – in entlastender Absicht – nicht der Werber Hartmut, sondern sein Vater Ludwig Hetel tötet, und bestätigt sich in dem Ehehindernis, das Kudrun dem beständigwerbenden Hartmut entgegenhält:

Nu ist <iu> wol künde – daz ist mir leit genuoc –,  
 daz iuwer vater Ludewíc mīnen vater sluoc.  
 ob ich ein ritter wære, er dörfte āne wāfen  
 zuo mir komen selten. war umbe solte ich danne bī iu slāfen?  
 (Str. 1033)

Die literarische Regel wird verabschiedet. Der Tod des Brautvaters qualifiziert in der ›Kudrun‹ den Werber keineswegs als ebenbürtigen Partner, sondern disqualifiziert ihn endgültig, denn der Tod bedeutet *leit* (Str. 1001, 1016, 1038f.) und erfordert Rache. Damit ist letztlich das eingetreten, was der hinsichtlich Gewaltanwendung zunächst skrupulöse Hartmut befürchtete: Er hat die Huld Kudruns endgültig verloren (Str. 627). Ausschlaggebend sind in Hartmuts Werbung seitens der Braut und ihrer Familie stets klare Rechtsvorstel-

<sup>49</sup> Zum Konsensgedanken und Eheschließungsmodell vgl. Schmitt [Ann. 6], S. 142–154 mit weiterführender Literatur.

<sup>50</sup> Schmidt-Cadalbert [Ann. 1], S. 86.

lungen (Vasallität, Rechtsbindung an Herwig, Konsens, Rache), nicht das in den Regeln des narrativen Musters kodifizierte Wissen (z.B. Erweis von Ebenbürtigkeit). Statt Hartmut als ebenbürtigen Partner anzuerkennen, besteht Kudrun auf seiner Unebenbürtigkeit (Str. 959, 1000) und klagt um den verlorenen Vater. Mag Hartmut bei Kudrun auch seine Ebenbürtigkeit mit dem von ihr bevorzugten Herwig einklagen: <min> *frou Kûdrûn, ich wære wol genôz / des fürsten Herwîges, den ir für michel êre / næmet iu ze friunde* (Str. 1048,2–4); mag auch der Erzähler Hartmut am Ende des Textes mit Worten beschreiben, die einem Besten gebühren:

Dô man Hartmuoten sach bî den recken stân,  
 man vant wætlîcher <nie> deheinen man.  
 in allen sînen sorgen stuont er in der gebære,  
 als er mit einem pensel <an ein permint> wol entworfen wære  
 (Str. 1601)<sup>51</sup>

Die Braut bekommt dennoch Herwig. Hartmuts Werbungen und dem literarischen Schema, dem sie über weite Strecken folgen, hält der Text dezidiert ›realpolitische‹ Argumente entgegen. Dies korrespondiert den Beobachtungen in der Siegfried-Werbung. Es bleibt zu fragen, was Herwig gegenüber seinen Rivalen denn nun auszeichnet.

#### IV.

Herwigs erste Werbung – im Erzählverlauf schon die dritte – beginnt am wenigsten schemagerecht. Sozial wird Herwig als junger König klassifiziert (Str. 617,3), eine Herrscherbeschreibung im eigentlichen Sinn fehlt jedoch, man erfährt weder von seiner Residenz noch von seinem Machtbereich; auch sein Herrschaftsverband wird, da eine Beratungsszene fehlt, nicht profiliert. Auch die Fama Kudruns wird nicht, wie bei Siegfried oder Hartmut zuvor, explizit erwähnt. Freilich – so könnte man argumentieren – kann diese mittlerweile vorausgesetzt werden, doch dass bei Herwig von Fernliebe nichts erzählt wird, hat – wie zu zeigen sein wird – einen ebenso naheliegenden wie für die Kudrun-Werbungen insgesamt entscheidenden Grund. Herwig *begunde werben, ob in diu schoene meit / ze friunde nemen wolte* (Str. 618,1f.)<sup>52</sup> – das klingt wenig spektakulär. Genauer zur Werbung wird nicht erzählt, nur summarisch angedeutet, dass Herwig es sowohl durch *arbeit* (Str. 618,2) als auch *mit sinem guote* (Str. 618,3) versucht, und zwar *ofte* (Str. 618,3). Aber: *Swie der helt gebârte, swaz boten darumbe reit* (Str. 619,1), wie seine beiden Vorgänger wird er abgewiesen. Dass derjenige, der Kudrun

<sup>51</sup> Vgl. Nibelungenlied: Str. 286.

<sup>52</sup> *ze friunde nemen* meint hier wohl zunächst ›zum Gemahl, Geliebten nehmen‹. *vriuntschaft* und *vriunt* – das sind jedoch am Ende des Textes die Begriffe, durch die die politischen Allianzen im Sinne der Friedenssicherung bezeichnet werden (z.B. Str. 1629,4; Str. 1643,2) und die hier am Anfang der Werbung auf den Status des Folgenden verweisen.

bekommt, der also der Beste sein müsste, im epischen Prozess derart wenig Aufmerksamkeit erhält (ganze drei Strophen), überrascht. Die Handlung wechselt sogleich wieder zur nun schon zweiten Werbung Hartmuts, der hinsichtlich der Ausführlichkeit der Handlung und des Grades der Schemaerfüllung – wie eben skizziert – zum eigentlichen Helden der Werbungsgeschichten stilisiert zu werden scheint.

Schwerwiegendere Abwandlungen des klassischen Schemas jedoch folgen: In Herwigs Werbung bekommt nämlich nicht der Beste vom *ertriche* (Str. 705,3) die Schönste von jenseits des Meeres, sondern der Nachbar die Nachbarstochter. Dies wird in der zweiten Werbung Herwigs deutlich: *Er was ir nächgebüre und hête bî ir lant* (Str. 631,1). Dies ist gemessen an den Schemawürfen nicht nur eine erstaunlich pragmatische, sondern geradezu banale Option. Während im Schema das Exogamiegebot zumeist durch das trennende Meer, auch im Paradigma der Fernliebe, sichergestellt und nicht zuletzt der Wert der Braut durch die große Distanz versinnbildlicht erscheint, weshalb für den Werber im näheren Umkreis keine adäquate Braut zu finden ist (wie bei Siegfried und Hartmut), wendet sich Herwig direkt in die Nachbarschaft; weil genau dort die Schönste ist, erweist sich ausgerechnet der Nachbar als Bester für die Braut. Damit setzt sich genau jenes ›Prinzip der Nähe‹ durch, das Ludwig für seinen fern situierten Sohn Hartmut als Werber-Hindernis formuliert hatte: *si ist uns sô nâhen bî / mit hûse niht gesezzen, daz wir si möhten werben* (Str. 590,2f.). Herwig hingegen sitzt die Braut nahe *bî* (Str. 631,1)! Warum also eine weite Reise unternehmen? Und während sich gerade der weit entfernte Werber Hartmut als lehnsabhängig herausstellt, bestehen seltsamerweise beim Nachbarn keinerlei politische Hindernisse.

Dies gilt auch für die Genealogie, durch die sich Hartmut disqualifiziert. Sie bleibt beim Nachbarn Herwig gänzlich unterbelichtet, so wie insgesamt sein Sozialstatus diffus bleibt: Herwig ist offensichtlich (wie Hartmut, anders aber als Siegfried) nicht ebenbürtig, gar *arm*. Als man Herwig gestattet, Kudrun endlich über seine *besten mâgen* (Str. 652,3; vgl. auch 651,4) zu unterrichten, erfährt Kudrun nur: *mir ist das geseit / [...], daz <ich> iu vermâhe durch mîn lîhtez künne* (Str. 656,1–3). Und Herwig fügt hinzu: *ofte bî den armen habent rîche liute quote wünne* (Str. 656,4) – ein bodenständiges Argument in geradezu sprichwörtlicher Rede. Der Stellenwert dieser irritierenden Äußerung ist in der Forschung umstritten. Für die einen manifestiert sich hier tatsächlich ein gegenüber der Braut minderwertiger Sozialstatus, für die anderen handelt es sich um eine ironische Äußerung, da Herwig natürlich ebenbürtig sei: zum einen, weil er es in seiner militärischen Aktion beweist, zum anderen weil es vom Schema her so sein muss.<sup>53</sup> Letzteres übersieht jedoch, dass die ›Kudrun‹ auch andernorts zentrale Prämissen des Schemas ›unterschreitet‹, der Werber normalerweise eben auch nicht aus der Nachbarschaft kommt. Vergleicht man jedenfalls – wie oben dargestellt – Herwigs sozialen Status mit Siegfried, dann erscheint Herwig tatsächlich als *arm*.

<sup>53</sup> Zur Diskussion vgl. Schmitt [Anm. 6], S. 149.

Dieser kleine Nachbar greift mit dreitausend Kriegern (Str. 633) den Brautvater Hetel handlungsschronologisch jedoch vor seinen beiden Konkurrenten an.<sup>54</sup> Ein solch umstandsloser Angriff entspricht durchaus nicht dem Schema<sup>55</sup> und wird vom Erzähler mit entsprechendem Staunen wahrgenommen: *Ich <en>weiz wer im daz riete* (Str. 633,1). Dass Herwigs Mittel, die Gewalt durch Heerfahrt, dabei aber nachdrücklich Billigung im Herrschaftsverband der Hegelingen erfährt, zunächst durch Hilde (Str. 636), aber auch durch den Brautvater Hetel (Str. 648) und die Braut selbst (Str. 644, 649), ist in der Forschung immer wieder betont worden. Für Müller etwa setzt sich Herwig durch, weil er unter den drei Werbemern einzig das heroische Schema repräsentiere und als einziger mittels heroischer Stärke fehlende ständische Ebenbürtigkeit, die Zurückweisung durch den Vater zu kompensieren vermöge: »So wird die Brautwerbung zu einer Art Turnier, bei dem die Frauen den Wert der Männer abschätzen können, der [...] an ihren ritterlichen Taten gemessen wird.«<sup>56</sup> Doch hätte man ständische Ebenbürtigkeit einschließlich heroischer Qualifizierung und ritterlicher Taten mit Siegfried schon lange haben können. Dass sich aber ausgerechnet der (nicht ebenbürtige) Nachbar durchsetzt und sich (genauso wie seine Rivalen) durch kämpferische Qualitäten auszeichnet, scheint mir wieder auf eine Auseinandersetzung mit den üblichen Erscheinungsformen des Brautwerbungsschemas zu verweisen: Warum sollte ein Bester von weit weg kommen (wie Siegfried), wo doch ein Bester auch direkt in der Nachbarschaft zu finden ist (Herwig)? Herwig als Nachbar ist der Richtige, er kann sich mittels kriegerischer Gewalt durchsetzen; Hartmut aus der Ferne ist der Falsche, seine Gewalt wird negativ bewertet.

Das ›Prinzip der Nähe‹ erweist sich beim Angriff Herwigs auch als entscheidender strategischer Vorteil, denn die Hegelingen werden von dem Überfall überrumpelt: Zwar ist man irgendwie über den bevorstehenden Angriff unterrichtet (Str. 634,3–637), Herwig erscheint aber dann doch ganz plötzlich morgens vor der Burg (*Ein teil sich dô ze lange der künig und sine man / versûnten [...] / in einer morgenküele er und sine geste / für Hetelen burc bekômen*, Str. 638). Der Wächter muss die noch schlafenden Hegelingen wecken (Str. 639), die Burgbewohner springen aus den Betten (Str. 640,1) und in die Rüstungen (Str. 643,1); schließlich kann man auch das Burgtor nicht mehr rechtzeitig schließen (Str. 646). Bei Siegfried hingegen kommt die Distanz seines Herrschaftsbereichs im Kampf gegen Herwig als entsprechend strategischer Nachteil zur Sprache, z.B. wenn er keine Verstärkung holen kann: *siniu lant diu lâgen von im gar ze verre* (Str. 731,4; vgl. auch *iuwer lant sint iu ze verre*, Str. 831,4). Die Ferne, durch die im literarischen Schema die auszeichnende Werthaftigkeit kodiert ist, wird in der ›Kudrun‹ sehr realitätshaltig als geradezu unpraktisch, als strategischer Nachteil im raschen Zugriff auf die Braut gewertet.

<sup>54</sup> Hartmut bereitet – wie oben S. 48f. dargestellt – zeitgleich seine *urliuge* vor (Str. 629,3).

<sup>55</sup> Vgl. Schmitt [Anm. 6], S. 140.

<sup>56</sup> Müller [Anm. 19], S. 371f.

So vermag Herwig auch gegenüber Hartmut, der sich – wie oben aufgezeigt – an Vorgaben eines literarischen Muster abarbeitet, durch Gewalt kurzerhand Fakten zu schaffen. Wenn nicht der einzig Beste, so ist Herwig von den drei Besten jedenfalls der am schnellsten Gewaltbereite, also derjenige, der eine pragmatische Lösung des Brautwerbungsproblems favorisiert und sie aufgrund seiner strategisch günstigen Lage offensichtlich auch umzusetzen vermag. Sicherlich zeigt sich Herwig in den Kämpfen dabei (man möchte fast sagen: Gott sei Dank) auch als Held (Str. 644),<sup>57</sup> aber primär beweist er doch seine Qualitäten als *übel nächgebüre* (Str. 650,4), wie ihm Kudrun bescheinigt. Mit Kudruns Einwilligung wird also weniger der Beste prämiert als vor allem ein aggressiver Nachbar befriedet.<sup>58</sup> Sein kriegerischer Angriff wird als *dienst* um die Frau anerkannt, der Status der Verbindung ist jedoch klar umschrieben: *du hâst mit dieneste hiute hie versolt, / daz ich den haz wil scheiden von dir und mînem künne* (Str. 662,2f. Hervorhebung C.D.). Somit steht schon hier, bei Kudruns Eheschließung – und nicht erst am Ende der ›Kudrun‹ in der 30. Aventure – eine politische Allianz, die der Friedenssicherung unter Nachbarn dient.<sup>59</sup> Und in den nachfolgenden, oben skizzierten kriegerischen Verwicklungen mit Siegfried zeigt sich nicht nur, dass dieser durchaus der militärisch überlegene Kandidat gewesen wäre, sondern auch, welche Vorteile diese politische Allianz für den Nachbarn Herwig mit sich bringt. Kudrun empfindet den Angriff auf Herwig, auch wenn sie noch nicht selbst in seinem Land residiert, als Angriff auf ihr Reich und ihre Ehre: *si klagete, daz vlorn wæx ir lant und ir ère* (Str. 681,4); sie informiert den mächtigen Vater, *man slüege ir die liute* (Str. 685,3), bittet ihn den *frîunden* (Str. 686,4) zu helfen. Damit werden die politischen Vorteile der Verbindung Herwigs mit Kudrun mehr als durchsichtig. Die erfolgreiche Werbung des sozial unterlegenen Nachbarn liest sich aus dieser Perspektive wie eine ›Aufstiegsgeschichte‹, ein Lehrstück hinsichtlich erfolgreicher Heiratspolitik.<sup>60</sup>

<sup>57</sup> Vgl. Müller [Anm. 19], S. 371 f.

<sup>58</sup> Anders Wenzel [Anm. 6], S. 400 und 410. – Auch durch die Tötung Ludwigs ganz am Ende des Epos qualifiziert sich Herwig nicht als Bester (vgl. oben Anm. 20): Herwig wird im Kampf nämlich zunächst von Ludwig zu Boden geschlagen (Str. 1438) und muss von seinen Vasallen gerettet werden (Str. 1439 f.); zum erneuten Kampf veranlasst ihn der Gedanke, dass Kudrun dies gesehen haben und ihn in Zukunft *itewîze[n]* könnte (Str. 1441). Wenn Herwig Ludwig tötet, wird dieses Motiv wiederholt: *er hête im wol vergolten, daz er was gevallen* (Str. 1446,3). Das Motiv der Rache für die Tötung des Brautvaters tritt also völlig in den Hintergrund.

<sup>59</sup> Eine Friedenssicherung unter Nachbarn wird auch im Hagen-Teil thematisiert. Bei dem Grafen Garadie, der Hagen von der fernen Greifeninsel rettet (vgl. Müller [Anm. 8], S. 203 ff.), handelt es sich ausgerechnet um einen Nachbarn (*er was ir nächgebüre*, Str. 110,3), mit dem Hagens Sippe nicht zuletzt aufgrund der Nähe in Feindschaft lebt: *mîr hânt dîne frîunde getân sô manigiu leit / ze Garadie dem lande, daz lit in gar ze nâhen* (Str. 130,2f.).

<sup>60</sup> Vgl. Schmitt [Anm. 6], die darauf hinweist, dass der Angriff Herwigs weniger in das Brautwerbungschema, als in den höfischen Roman zum Strukturschema ›Erwerb von Land und Frau‹ gehöre. Allerdings werde dort die Rolle des Angreifers gegenüber dem positiven Helden, der die Frau vor solchen Ansprüchen verteidigt, negativ definiert. In der ›Kudrun‹ dagegen werde der Aggressor mit der Minne der Braut belohnt (S. 140).

## V.

Die drei Werbungen des ›Kudrun‹-Teils sind aufeinander bezogen nicht im Rahmen innerliterarischer Oppositionssetzungen (höfisch – heroisch), sondern so, dass verschiedene Axiome des Brautwerbungsschemas, das im Hilde-Teil zunächst idealtypisch und summenhaft eingeführt worden war, diskutiert und in entscheidenden Punkten zurückgewiesen werden: Statt der heroischen oder höfischen Bewährung, statt des wertsetzenden Prinzips der Ferne ist das entscheidende Kriterium für Kudruns Verbindung mit Herwig die politische Allianz, die Befriedung und Saturierung des aggressiven Nachbarn. Nicht also um literarisch ausgebildete Oppositionen geht es hier, sondern darum, die Axiome eines literarischen Schemas durch aus der politischen Lebenswelt entnommene, pragmatische Kriterien zu korrigieren.

Die Schlusshandlung der ›Kudrun‹ setzt mit ihren Allianzbildungen, bei denen die Kriterien, die bereits den Ausschlag für Herwig gegeben hatten, nun umfassende Anwendung erfahren, dieser Verabschiedung des Brautwerbungsschemas einen Endpunkt. Die drei Ehen, die von Kudrun und anderen Mitgliedern des Verbandes zur Friedenssicherung und Bündnispolitik arrangiert werden, erscheinen allein als Gegenstand politischer Verhandlungen. Kudrun regt eine Ehe zwischen ihrem Bruder Ortwin und Ortrun an (Str. 1619–1622), Herwig und Frute unterstützen dieses Vorhaben mit schon aus der Herwig-Handlung bekannten Argumenten: die Beendigung der Fehde (*haz versüenen*, Str. 1624,1) und die Gewinnung militärischer Unterstützung (*manigen recken guoten*, Str. 1623,4). Beide Argumente werden auch gebraucht, um Hartmut von einer Ehe mit Hildeburg zu überzeugen (1629,4; 1637,4), dazu Hartmuts Freiheit und die Rückgabe seiner Herrschaftsgebiete (Str. 1628,2–4; 1637; 1641). Hartmuts Einwilligung zeigt, dass hierbei persönliche Idoneität oder gar Vorliebe keine Rolle mehr spielen gegenüber dem politischen Interesse des Familienverbandes: Nur unter der Bedingung, dass die Verbindung zwischen Ortrun und Ortwin, also zwischen seiner und Kudruns Familie, wirklich zustande komme, willigt Hartmut in eine Ehe mit Hildeburg ein (Str. 1640–1642); die personenbezogene Triebfeder des Brautwerbungsschemas ›dem Besten die Schönste‹ ist abgelöst worden durch eine Triebfeder feudaler Statuswahrung, die familienbezogen ist und in diesem Rahmen auch kompensatorisch auf die Geschwister verlagert werden kann. Zuletzt wird – wie oben dargestellt – auch Siegfried integriert, indem er Herwigs Schwester zur Braut erhält (Str. 1651–1666) und so auch der nach der Stillstellung von Siegfrieds Brautwerbung entstandene Konflikt in eine Allianz überführt wird. Und auch hier wird wieder das Kriterium bemüht, das sich für Herwig nun schon zum zweiten Mal vorteilhaft auswirkt: Siegfrieds Ehe kann deshalb ohne weiteren Umstände geschlossen werden, weil sich Herwigs *erbe* und somit auch seine Schwester *sô nâhen* befindet (Str. 1651,2).

So lassen sich die Allianzen am Ende des Textes nicht nur als friedlicher und harmonisierender Gegenentwurf zum gewaltvollen und desolaten Ende des ›Nibelungenlieds‹, sondern auch konsequent aus der Logik des Textes

selbst, als Ergebnis der dem Text eigenen Auseinandersetzung mit dem Brautwerbungsschema und seiner sukzessiven Verabschiedung verstehen.

Und die Schönste? Auch Kudruns Leben im Exil lässt sich als Teil der Diskussion des Schemas deuten. Denn ebenso wie der Text diskutiert, was den Besten ausmacht, führt er vor, was Kudrun zur Besten macht. Die Beste zeichnet sich in diesem Text aber nicht mehr durch ihre Lokalisierung am Ende der Welt aus, und auch nicht allein durch Schönheit und Genealogie (als Enkelin Hagens). Mit Kudruns *ellende* wird – wie oben erwähnt – das Brautwerbungsschema in ein hagiographisches Muster überführt, ein bei Brautwerbungsgeschichten durchaus nicht ungewöhnlicher Vorgang.<sup>61</sup> Im Unterschied zu anderen Texten wird in der ›Kudrun‹ aber das hagiographische Muster klar eingebunden in die Zusammenhänge feudaladeliger politisch-dynastischer Interessen.<sup>62</sup> Die Schönste qualifiziert sich auch durch Duldsamkeit und Standfestigkeit, aber nicht im Sinne einer Christusnachfolge, sondern, wie Ortwins Wiedersehensfrage nach etwaigen Kindern mit Hartmut deutlich macht (Str. 1253), mit dem handfesten Ergebnis, dass sie sich aufzuspüren vermochte für Herwig, den Nachbarn.

Dr. Corinna Dörrich, LMU München, Institut für deutsche Philologie, Schellingstr. 3, D-80799 München; corinna.doerrich@lrz.uni-muenchen.de.

---

<sup>61</sup> Vgl. dazu Armin Schulz: Morolfs Ende. Zur Dekonstruktion des feudalen Brautwerbungsschemas in der sogenannten ›Spielmannsepik‹, in: PBB 124 (2002), S. 233–249.

<sup>62</sup> Vgl. dazu Schmitt [Anm. 6], bes. S. 201–215.