



universität
wien

DIPLOMARBEIT

Titel der Diplomarbeit

Die perfekte Frau – Weiblichkeitsideale in den
Illustrierten „Brigitte“ und „Praline“

Verfasserin

Judith Richter

angestrebter akademischer Grad

Magistra der Philosophie (Mag. phil)

Wien, 2011

Studienkennzahl lt. Studienblatt: A 312

Studienrichtung lt. Studienblatt: Diplomstudium Geschichte

Betreuerin: Univ.-Prof. Dr. Sybille Steinbacher

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	5
2. Die Illustrierten „Brigitte“ und „Praline“	11
2.1. „Brigitte“	11
2.2. „Praline“	13
2.3. Geschichte der Illustrierten in der BRD	14
3. Schönheitsideal	17
3.1. Mode	17
3.2. Schlankheitsideal	23
3.3. Schönheitspflege: Bewahren von Schönheit und Jugendlichkeit	29
4. Weibliche Rollenbilder und Verhaltensanweisungen	39
4.1. Die Rolle der Frau im Haushalt und in der Familie	39
4.2. Mutterschaft	58
4.3. Weibliche Berufstätigkeit	67
5. Weibliche Sexualität	77
5.1. Geschichte der Sexualität in der BRD	77
5.2. Sex-Appeal in der Werbung	81
5.3. Verhütung	89
5.4. „Die ideale weibliche Sexualität“	94
6. Resümee	110
7. Quellen- und Literaturverzeichnis	116
Abstract	123
Lebenslauf	124

Danksagung

An erster Stelle möchte ich mich bei meiner Diplomarbeitsbetreuerin Frau Univ.-Prof. Dr. Sybille Steinbacher für ihre freundliche und intensive Unterstützung während des Verfassens meiner Diplomarbeit bedanken. Ihre kritischen Anmerkungen haben mir immer wieder neue Aspekte meines Themas eröffnet.

Ein besonderer Dank gilt auch meinem Vater, der mich bei meinem Studium unterstützt hat.

1. Einleitung

Ziel meiner Diplomarbeit ist es, die Veränderungen und Kontinuitäten in den weiblichen Schönheits-, Verhaltens-, und Sexualitätsidealen in den deutschen Illustrierten *Brigitte* und *Praline* im Zeitraum der 1950er bis 1970er Jahre zu untersuchen.

Mein Forschungszeitraum reicht von 1954 bis 1979, da im Jahr 1954 die erste Ausgabe der *Praline* erschien und die Illustrierte „Das Blatt der Hausfrau“ in diesem Jahr ihren Titel in *Brigitte* änderte. Meine Analyse befasst sich mit der Bundesrepublik Deutschland.

Ich habe den Untersuchungszeitraum der 1950er bis 1970er Jahre ausgewählt, weil in diesem Zeitraum in der BRD bedeutende gesellschaftliche Veränderungen und Umbrüche stattfanden. Mein Forschungszeitraum beginnt in den fünfziger Jahren, wo das traditionelle Geschlechterrollenmodell und das Kleinfamilienmodell vorherrschten und die Zeit des Wirtschaftswunders begann. Die Bundesrepublik entwickelte sich zu einer Konsumgesellschaft. Ab den sechziger Jahren kam es zu einem Anstieg der weiblichen Erwerbstätigkeit, insbesondere der Teilzeitarbeit. In den siebziger Jahren forderte die Frauenbewegung Gleichberechtigung von Mann und Frau in Privatleben, im Arbeitsleben und in der Öffentlichkeit. In meinen Untersuchungszeitraum fällt außerdem die sexuelle Liberalisierung der westdeutschen Gesellschaft.

Ich habe die beiden Illustrierten *Brigitte* und *Praline* aus folgendem Grund ausgewählt: *Brigitte* (und ihre Vorgängerin, die 1886 unter dem Titel „Dies Blatt gehört der Hausfrau“ erschien) war schon immer eine Frauenzeitschrift. Da sich die Zeitschrift an Frauen richtet, vermittelt sie ihren Leserinnen Weiblichkeitsideale aus einer weiblichen Perspektive.

Als *Praline* 1954 erschien, lag der thematische Schwerpunkt der Illustrierten, die sich an beide Geschlechter richtete, auf Reisen. Die Zeitschrift entwickelte sich in weiterer Folge zu einem Erotikmagazin, das mittels Coverfotos attraktiver halbnackter Frauen an erster Stelle männliche Leser ansprechen wollte. Frauen werden dadurch in der *Praline* aus einem männlichen Blickwinkel betrachtet. *Praline* vermittelt ein Weiblichkeitsideal, das an erster Stelle die erotischen Phantasien und Wünsche der männlichen Leser ansprechen soll.

Meine Analyse gliedert sich in vier Teile. Im ersten Teil werde ich die Geschichte der beiden Illustrierten *Brigitte* und *Praline* schildern. Anschließend werde ich kurz auf die Entwicklung der Illustrierten seit den fünfziger Jahren eingehen.

Der zweite Abschnitt meiner Untersuchung wird sich mit den weiblichen Schönheitsidealen beschäftigen. Die thematischen Schwerpunkte liegen dabei auf Mode, dem Schlankheitsideal und der Schönheitspflege, die dem Bewahren von Attraktivität und Jugendlichkeit dient. Ich werde untersuchen, ob das Thema Schlankheit in den Ausgaben der Illustrierten der siebziger Jahre einen größeren Stellenwert einnimmt als in den fünfziger Jahren. Welche Modetrends werden präsentiert? Verändert sich das vermittelte weibliche Schönheitsideal im Untersuchungszeitraum?

Im dritten Teil meiner Diplomarbeit werde ich die von den Illustrierten vermittelten Weiblichkeitsideale und Verhaltensanweisungen analysieren. Meine Untersuchungen werden sich mit den Themen Mutterschaft, weiblicher Berufstätigkeit und der Stellung der Frau in der Familie befassen. Verändert sich im Lauf des Untersuchungszeitraums die Einstellung der Zeitschriften zu Hausfrauen und berufstätigen Frauen? In welchem Ausmaß beeinflussen die Emanzipation der Frauen und die Forderungen der Frauenbewegung in den siebziger Jahren das in den Illustrierten präsentierte Weiblichkeitsideal?

Der vierte Teil wird sich mit dem weiblicher Sexualität befassen. Meine Schwerpunkte werden dabei auf den Bereichen Sex-Appeal in der Werbung, Verhütung und der von *Brigitte* und *Praline* vermittelten idealen weiblichen Sexualität liegen. Bis zu welchem Zeitpunkt vermitteln die Illustrierten das Ideal der weiblichen Jungfräulichkeit bis zur Eheschließung? Nimmt die Sexualisierung der Frauen auf Abbildungen und in Beiträgen der Zeitschriften im Untersuchungszeitraum zu? Wie behandeln die Frauenzeitschrift *Brigitte* und die zu einem Erotikmagazin gewordene Illustrierte *Praline*, die sich hauptsächlich an männliche Leser richtet, in den siebziger Jahren das Thema Sexualität? Wie stehen die Zeitschriften zum Thema Verhütung?

Am Ende meiner Diplomarbeit werde ich in einem kurzen Resümee die Veränderungen und Kontinuitäten in den weiblichen Schönheits-, Verhaltens-, und Sexualitätsidealen schildern.

Sybille Steinbacher veröffentlichte 2011 das Buch „Wie der Sex nach Deutschland kam. Der Kampf um Sittlichkeit und Anstand in der frühen Bundesrepublik (München 2011)“. Ziel ihrer Studie ist es, „die Sexualitätsgeschichte in die Zeitgeschichtsforschung einzubinden.“¹ Steinbacher behandelt in ihrem Werk drei Themenfelder: „die (gesetzlichen) Maßnahmen, die im Zusammenhang mit dem sogenannten literarischen

¹ Sybille Steinbacher, *Wie der Sex nach Deutschland kam. Der Kampf um Sittlichkeit und Anstand in der frühen Bundesrepublik* (München 2011) 13.

Jugendschutz getroffen wurden; die sexualwissenschaftlichen Studien des amerikanischen Forschers Alfred C. Kinsey und die Reaktionen in Wissenschaft, Medien und Publizistik; und schließlich die schon in der frühen Bundesrepublik boomende Erotikindustrie, für die stellvertretend die Flensburger Unternehmerin Beate Uhse steht.“² Der Fokus von Steinbachers Studie richtet sich „auf die diskursiven Aspekte ebenso wie auf den politischen Prozess und die soziale Praxis im Umgang mit Sexualität.“³

Die amerikanische Historikerin Dagmar Herzog untersuchte in ihrem Buch „Die Politisierung der Lust. Sexualität in der deutschen Geschichte des zwanzigsten Jahrhunderts (München 2005)“ die Geschichte der Sexualität in Deutschland von der Weimarer Republik über die Zeit des Nationalsozialismus bis zum Mauerfall. Sybille Steinbacher nennt das Werk eine Pionierleistung, seine Stärke liege „in seinem Blick auf die politische Aufladung der Sexualmoral über die Epochengrenzen hinweg.“⁴

Der Historiker Franz X. Eder schilderte in seinem Werk „Kultur der Begierde. Eine Geschichte der Sexualität (München 2009)“ die Geschichte der Sexualität vom siebzehnten bis Ende des zwanzigsten Jahrhunderts. Sein Werk bietet einen „ersten kultur- und sozialgeschichtlichen Überblick über die Entwicklung der sexuellen Begierde und die Genese des Sexualverhaltens sowie des sexuellen Subjekts in Deutschland und Österreich vom 17. bis zum 20. Jahrhundert.“⁵

Dora Horvath untersuchte in ihrer Studie „Bitte recht weiblich. Frauenleitbilder in der deutschen Zeitschrift Brigitte 1949-1982 (Zürich 2003)“, die massenmedial vermittelten Frauenleitbilder in der Frauenzeitschrift *Brigitte*. Die Ziel ihrer Arbeit bestand darin, „sozialen Wandel als Zyklus von Aufbau und krisengenerierender Entwertung gesellschaftsübergreifender Deutungsmuster an massenmedial vermittelten, empirischen Daten zu überprüfen.“⁶

Massenmedial vermittelte Leitbilder sollen nach Ansicht Dora Horvaths als Interpretation der Realität angesehen werden. Leitbilder bieten den Konsumenten eine Orientierungshilfe bei der Deutung der Informationen, die täglich auf uns einströmen. Gesellschaftliche

² Steinbacher, Wie der Sex nach Deutschland kam, 7f.

³ Ebd., 9.

⁴ Ebd., 14.

⁵ Franz X. Eder, Kultur der Begierde. Eine Geschichte der Sexualität, 2. erweiterte Auflage (München 2009) 7.

⁶ Dora Horvath, Bitte recht weiblich. Frauenleitbilder in der deutschen Zeitschrift Brigitte 1949-1982 (Zürich 2003) 19.

Leitbilder „dienen der Selbstidentifikation der Subjekte gegen innen und außen (sie schaffen damit ein Bild von der Welt und von sich selbst).“⁷

Horvath vertritt die These, dass Frauenzeitschriften wie *Brigitte* Deutungen von Weiblichkeit in Bezug auf eine moderne Fortschrittsgesellschaft verbreiten. „Sie reflektieren und normieren, in welcher Relation und Funktion Frauen zur Öffentlichkeit, also zur zukunftsgerichteten Fortschrittsgesellschaft stehen sollen.“⁸ Bis in die späten sechziger Jahre hätten Frauenzeitschriften, so führt Horvath aus, ihren Leserinnen Orientierung und Handlungsstrategien darüber vermittelt, wie sie am Besten die gesellschaftlichen Modernisierungs- und Individualisierungsprozesse bewältigen und in ihren Alltag integrieren könnten. Horvath bezeichnet Frauenzeitschriften wie *Brigitte* deshalb als „Propagandistinnen des modernen Lebensstils.“⁹

Silvia Lott-Almstadt verfasste anlässlich des hundertjährigen Jubiläums der Frauenzeitschrift *Brigitte* (deren Vorgängerin 1886 unter dem Titel „Dies Blatt gehört der Hausfrau“ erschien) eine Chronik der Illustrierten mit dem Titel „Brigitte 1886-1986. Die ersten hundert Jahre. Chronik einer Frauen-Zeitschrift (Hamburg 1986)“.

Mehrere Diplomarbeiten an der Universität Wien beschäftigen sich mit dem Frauenbild in verschiedenen, meist österreichischen Frauenzeitschriften und Illustrierten wie die *Wienerin* oder *Freundin*.

Das Konzept des *doing gender* ist innerhalb der Frauen- und Geschlechterforschung zu einem Synonym für die Theorie der sozialen Konstruktion von Geschlecht geworden. Der *doing gender*-Ansatz untersucht „jene sozialen Prozesse, in denen „Geschlecht“ als sozial folgenreiche Unterscheidung hervorgebracht und reproduziert wird.“¹⁰

Das Konzept wurde 1987 von Candace West und Don H. Zimmerman entwickelt. Geschlechtszugehörigkeit und Geschlechtsidentität sind als ein fortlaufender Herstellungsprozess aufzufassen, der mit fast jeder Aktivität vollzogen wird.¹¹

Die *doing gender*-Theorie von West und Zimmerman beschreibt Geschlecht als aktives Tun. Jede Verhaltensweise, Mimik, Gestik, die Kleidung etc. signalisieren Geschlecht. Um

⁷ Horvath, *Bitte recht weiblich*, 26f.

⁸ Ebd., 28.

⁹ Ebd., 28.

¹⁰ Regine *Gildemeister*, *Doing Gender: Soziale Praktiken der Geschlechterunterscheidung*. In: Ruth *Becker*, Beate *Kortendiek* (Hg.), *Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung. Theorie, Methoden, Empirie, Geschlecht und Gesellschaft* Band 35 (Wiesbaden 2004) 132.

¹¹ Ebd., 132.

in unserer Gesellschaft, die auf Zweigeschlechtlichkeit aufgebaut ist, zu bestehen, müssen wir ständig als Mann oder Frau handeln:¹² „Jede Person muss zu jedem Zeitpunkt ein Geschlecht haben, also entweder als Frau oder als Mann sich zeigen bzw. erkannt werden.“¹³

Die Differenz zwischen Mann und Frau ist hierarchisch angeordnet. Carol Hagemann-White spricht davon, dass Männlichkeit auf symbolische Weise als Dominanz und Weiblichkeit als Unterordnung vollzogen wird.¹⁴

Geschlechtszugehörigkeit wird als Ergebnis komplexer sozialer Prozesse betrachtet.¹⁵

„Das Herstellen von Geschlecht (doing gender) umfasst eine gebündelte Vielfalt sozial gesteuerter Tätigkeiten auf der Ebene der Wahrnehmung, der Interaktion und der Alltagspolitik, welche bestimmte Handlungen mit der Bedeutung versehen, Ausdruck weiblicher oder männlicher „Natur“ zu sein.“¹⁶

Geschlecht könne als Leistung und als erworbenes Merkmal des Handelns in sozialen Situationen angesehen werden. Es sei ein Element, das in sozialen Situationen entstehe und durch die Individuen produziert werde.¹⁷

Judith Butler erläuterte in ihrem Werk „Das Unbehagen der Geschlechter“, dass Geschlechtsidentität (gender) stets erworben sei. Das anatomische Geschlecht (sex) sei nicht Ursache der Geschlechtsidentität, die Geschlechtsidentität nicht Ausdruck oder Widerspiegelung des Geschlechts. Geschlechtsidentität sei eine Art Tätigkeit oder eine ständig wiederholte Handlung.¹⁸ Die Geschlechtsidentität sollte als Akt betrachtet werden, der sowohl intentional als auch performativ sei.¹⁹ Die Geschlechtsidentität erfordere eine wiederholte Darstellung, eine „Re-Inszenierung und ein Wieder-Erleben eines bereits gesellschaftlich etablierten Bedeutungskomplexes“.²⁰ Diese Handlung geschehe öffentlich „und werde mit dem Ziel aufgeführt, die Geschlechtsidentität in ihrem binären Rahmen zu halten.“²¹

¹² Ellen Krause, Einführung in die politikwissenschaftliche Geschlechterforschung, Politik und Geschlecht 11 (Opladen 2003) 44.

¹³ Ebd., 44.

¹⁴ Ebd., 44.

¹⁵ *Gildemeister*, Doing Gender, 132.

¹⁶ Regine *Gildemeister*, Angelika *Wetterer*, Wie Geschlechter gemacht werden. Die soziale Konstruktion der Zweigeschlechtlichkeit und ihre Reifizierung in der Frauenforschung. In: Gudrun-Axeli *Knapp*, Angelika *Wetterer* (Hg.), TraditionenBrüche. Entwicklung feministischer Theorie (Freiburg i. Br. 1992) 237.

¹⁷ Ebd., 237.

¹⁸ Judith *Butler*, Das Unbehagen der Geschlechter (Frankfurt am Main 1991) 166f.

¹⁹ Ebd., 205.

²⁰ Ebd., 206.

²¹ Ebd., 206.

Ich werde in meiner Diplomarbeit untersuchen, auf welche Weise die Illustrierten *Brigitte* und *Praline* Geschlecht herstellen und reproduzieren. Da die beiden Illustrierten regelmäßig über den gesamten Forschungszeitraum erschienen, eignen sie sich meiner Ansicht nach besonders gut dazu, die Re-Inszenierung von weiblichen Geschlechterstereotypen durch das wiederholte Präsentieren eines bestimmten Frauentyps sichtbar zu machen.

2. Die Illustrierten „Brigitte“ und „Praline“

2.1. „Brigitte“

Die Vorläuferin der *Brigitte*, „Dies Blatt gehört der Hausfrau“, erschien zum ersten Mal am 3. Juli 1886 im Berliner Friedrich Schirmer Verlag. 1894 lag die Auflage der Zeitschrift bereits bei 85.000 Exemplaren. Die Zeitschrift wurde damals ausschließlich im Abonnement vertrieben.²² Der nächste Inhaber der Zeitschrift, der Berliner Ullstein-Verlag, legte dem Blatt Schnittmusterbögen bei, was die Auflage steigerte.²³ Als der Ullstein-Verlag im Juni 1905 das Blatt kaufte, modernisierte er das Layout und behielt die Thematik um Kinder und Küche bei. 1906 erschienen abwechselnd eine Mode- und eine Unterhaltungsausgabe.²⁴ Bis zum Ausbruch des Ersten Weltkriegs stiegen die Auflagezahlen. Im Jahr 1914 erreichte die Zeitschrift nach Angaben des Verlags eine Auflage von über 100.000 Stück.²⁵ Während des Krieges versorgte die Hausfrauenzeitschrift ihre Leserinnen mit nützlichen Ratschlägen zur Bewältigung des Kriegsalltags.²⁶ Nach Ende des Ersten Weltkriegs verband Ullstein das Abonnement seiner Zeitschrift „Ullsteins Blatt der Hausfrau“ mit einer Unfall- und Sterbegeldversicherung und verstärkte die Werbung für die Ullstein-Schnitte. In den nächsten vier Jahren erhöhte sich die Anzahl der gedruckten Exemplare auf 550.000. Der spätere Name „Brigitte“ entstand eher durch Zufall: Der Verlag bewarb sein Blatt in einer Werbekampagne 1926/1927 auf Plakaten mit einem „Schnittmustergeist“, der einer jungen Frau riet: „Sei sparsam, Brigitte, nimm’ Ullstein-Schnitte!“²⁷

In der NS-Zeit geriet die jüdische Familie Ullstein zunehmend unter Druck. Der Verlag musste seine jüdischen MitarbeiterInnen entlassen. Im Jahr 1934 wurde der Verlag für etwa ein Zehntel seines Wertes an die anonyme NS-Treuhandgesellschaft „Cautio“ zwangsverkauft. Der Familie Ullstein gelang es noch vor Ausbruch des Zweiten Weltkriegs zu emigrieren.²⁸ Im Krieg verbreitete das Blatt eine „gedämpft optimistische

²² Silvia *Lott-Almstadt*, *Brigitte 1886-1986. Die ersten hundert Jahre. Chronik einer Frauen-Zeitschrift* (Hamburg 1986) 33.

²³ Christiane *Kögel*, „Brigitte“ wird 50. Du verstehst mich. In: sueddeutsche.de, 7.4.2004, 18:15, online unter <http://www.sueddeutsche.de/panorama/brigitte-wird-du-verstehst-mich-1.659723> (27.8.2011).

²⁴ Julia *Siepmann*, Geburtstag einer guten Freundin. In: Welt online, 2.5.2004, online unter http://www.welt.de/print-wams/article109635/Geburtstag_einer_guten_Freundin.html (27.8.2011).

²⁵ *Lott-Almstadt*, *Brigitte 1886-1986*, 69.

²⁶ Ebd., 82.

²⁷ Ebd., 106f.

²⁸ Ebd., 140f.

Stimmung“²⁹. Im September 1944 wurde „Das Blatt der Hausfrau“ im Rahmen der notwendigen Kriegsmaßnahmen eingestellt.³⁰ Nach einer fünfjährigen Pause konnte die Zeitschrift im Oktober 1949 wieder in Berlin erscheinen.³¹

Die erste „Brigitte“ erschien im Mai 1954.³² Die Zeitschrift erschien vierzehntägig am Samstag im Ullstein-Verlag und kostete 65 Pfennig. Die verkaufte Auflage betrug 177.483 Stück. Zu diesem Zeitpunkt war die *Constanze*, die vierzehntägig in Hamburg in John Jahrs und Axel Springers Constanze-Verlag erschien, Marktführerin unter den Frauenzeitschriften. Im ersten Heft präsentierte *Brigitte* ihren Leserinnen Reportagen sowie Kosmetik- und Haushaltstipps und legte weiterhin Schnittmusterbögen bei.³³

Im Mai 1957 wechselte die Illustrierte vom Berliner Ullstein-Verlag nach Hamburg zum Constanze-Verlag.³⁴ Von diesem Zeitpunkt an stiegen die Verkaufszahlen an und *Brigitte* entwickelte sich zu einer beliebten Frauenzeitschrift. Anfang 1960 wurden bereits über 400.000 Exemplare pro Nummer verkauft.³⁵ 1965 wurde *Brigitte* vom Verlagshaus Gruner & Jahr übernommen. Die Illustrierte erhielt ein neues Konzept und eine neue Redaktion. Von nun an vermittelte *Brigitte* das Leitbild der Modernität. Die Zeitschrift wurde jetzt nicht mehr über das Abonnement, sondern großteils über den direkten Verkauf bei Einzelhändlern vertrieben. Um im Wettbewerb mit anderen Zeitschriften ihrer Art bestehen zu können, musste *Brigitte* eine breite Leserinnenschaft ansprechen.³⁶

1969 ging die Zeitschrift *Constanze* in der *Brigitte* auf. *Constanze* wandte sich in erster Linie an Angestellte, während *Brigitte* eine Hausfrauenzeitschrift war. Mit der Zusammenlegung der beiden Zeitschriften musste *Brigitte* deshalb versuchen, beide Zielgruppen - Hausfrauen und Angestellte - anzusprechen.³⁷

Ende der sechziger Jahre entwickelte *Brigitte* gemeinsam mit Ernährungswissenschaftlern die „Brigitte-Diät“. 1970 war *Brigitte mit Constanze* mit einer Auflage von 1.447.263 Exemplaren neue Marktführerin unter den Frauenzeitschriften.³⁸ Seit 1977 ging die verkaufte Auflage bedingt durch den immer stärker werdenden Konkurrenzkampf der

²⁹ Lott-Almstadt, *Brigitte* 1886-1986, 150.

³⁰ Ebd., 155.

³¹ Ebd., 179.

³² Kögel, „Brigitte“ wird 50.

³³ Bettina Cosack, Eine Brigitte, bitte. In: Berliner Zeitung, Textarchiv, 4.5.2004, online unter <http://www.berlinonline.de/berliner-zeitung/archiv/.bin/dump.fcgi/2004/0504/media/0002/index.html> (27.8.2011).

³⁴ Horvath, Bitte recht weiblich, 208.

³⁵ Lott-Almstadt, *Brigitte* 1886-1986, 239.

³⁶ Horvath, Bitte recht weiblich, 116.

³⁷ H. Schlaffer, Fasten, joggen, selber nähen. In: Zeit online, 6.5.2004, 14:00, online unter <http://www.zeit.de/2004/20/Brigitte/seite-1> (27.8.2011).

³⁸ Cosack, Eine Brigitte, bitte.

Illustrierten deutlich zurück - von etwa 1,5 Millionen Exemplaren 1977 auf etwas mehr als 800.000 Ausgaben im Jahr 2004.³⁹

Die *Brigitte* ist die meist gelesene deutsche Frauenzeitschrift. Sie kostet 2,20 Euro und erscheint vierzehntägig am Mittwoch. Die typische Brigitte-Leserin ist Bettina Cosack zufolge „zwischen 20 und 49 Jahre alt, überdurchschnittlich gebildet, meist berufstätig und verfügt über ein hohes Haushaltseinkommen.“⁴⁰ Von jeder Ausgabe werden heute durchschnittlich 800.000 Exemplare verkauft. Die Illustrierte wird von etwa 3,3 Millionen Menschen gelesen.⁴¹

Neben der Brigitte erscheinen außerdem die „Brigitte Young Miss“ für junge Frauen, „Brigitte Woman“ für Frauen ab 40, „Brigitte Kultur“, „Brigitte Cookie“, die sich ums Kochen dreht und „Brigitte Balance“ für Körper und Seele.⁴²

2.2. „Praline“

Am 15. April 1954 erschien im Heinrich-Bauer-Verlag die erste Ausgabe der Zeitschrift *Praline*. Der damalige Schwerpunkt der Illustrierten lag auf Reisen. Der Untertitel der Zeitschrift lautete zu diesem Zeitpunkt „Illustrierte für Heim und Mode, Reise und Unterhaltung.“ *Praline* entwickelte sich bald zu einer der beliebtesten deutschen Zeitschriften. Ende der fünfziger Jahre wurden wöchentlich mehr als 500.000 Exemplare verkauft.⁴³

1970 änderte *Praline* ihren thematischen Schwerpunkt. Die Zeitschrift wurde zum Sexheft. Von nun an drehte sich eine typische Ausgabe der *Praline* fast ausschließlich um Sexualität.⁴⁴

In den siebziger Jahren wurden pro Ausgabe über eine Million Exemplare verkauft.⁴⁵ 1975 erreichte die *Praline* eine verkaufte Auflage von 1,25 Millionen Exemplaren.⁴⁶ Um die Zeit der Wende wurden 800.000 Exemplare pro Heft gedruckt.⁴⁷ Der Abwärtstrend der

³⁹ Kögel, „Brigitte“ wird 50.

⁴⁰ Cosack, Eine Brigitte, bitte.

⁴¹ Schlaffner, Fasten, joggen, selber nähen.

⁴² Cosack, Eine Brigitte, bitte.

⁴³ Anja Worm, Abschied vom Schmuddelkram. In: Berliner Zeitung, Textarchiv, 20.9.2006, online unter <https://www.berlinonline.de/berliner-zeitung/archiv/.bin/dump.fcgi/2006/0920/media/0012/index.html> (27.8.2011).

⁴⁴ Ebd.

⁴⁵ Simon Feldmer, Die längste Praline der Welt. In: sueddeutsche.de, 22.2.2008, 12:19, online unter <http://www.sueddeutsche.de/kultur/erotikhefte-die-laengste-praline-der-welt-1.293510> (27.8.2011).

⁴⁶ Worm, Abschied vom Schmuddelkram.

⁴⁷ Katja Strauss, Das Aus für die Erotikzeitschrift "praline". Bauer: Online-Konkurrenz zu stark. In: Medien Mittweida, 6.9.2006, online unter <http://archiv.medien-mittweida.de/panorama/artikel/488.html> (27.8.2011).

Illustrierten konnte jedoch nicht aufgehoben werden: 1996 betrug die Zahl der verkauften Exemplare 431.000.⁴⁸ Im Jahr 2000 wurden nur noch 200.000 Exemplare gedruckt. Auch die Kolumnen der FDP-PolitikerInnen Dirk Nebel und Silvana Koch-Mehrin konnten die Verkaufszahlen der Zeitschrift nicht steigern. Die Druckauflage der Illustrierten betrug im Jahr 2006 110.000 Stück und man rechnete mit einem Verkauf von 95.000 Exemplaren.⁴⁹ Im Jahr 2006 wurden nur noch 66.000 Exemplare pro Heft verkauft. Zu dieser Zeit waren Gerüchte im Umlauf, die besagten, dass der Bauer-Verlag die *Praline* einstellen würde.⁵⁰ Der Bauer-Verlag stellte die Zeitschrift jedoch nicht ein, sondern verkaufte sie im September 2006 an Robert Gabor, der den ungarischen Verlag GLM und den Sex-Verlag New Level Establishment in Liechtenstein führt, der Magazine wie *Frech & Frivol* und *Das neue Oho!* vertreibt. Gabors Angaben zufolge wurden im Jahr 2008 rund 60.000 Exemplare pro Heft verkauft, das wöchentlich erscheint. Der Bauer-Verlag ist weiterhin für den Vertrieb der *Praline* zuständig und ist Eigentümer der Onlineseite www.praline.de, einem Online-Portal für Sexvideos.⁵¹

Der Markt für Erotikheftchen befindet sich seit circa 2003, bedingt durch die Konkurrenz des Internets, in einer Krise. Im Netz kann man anonym und oft kostenlos erotische Bilder und Videos konsumieren, sich in Erotikforen austauschen und über Kontaktbörsen private Erotikaufnahmen in Umlauf bringen.⁵²

2.3. Geschichte der Illustrierten in der BRD

In der ersten Hälfte der fünfziger Jahre ermöglichte der Einsatz neuer Maschinen den Zeitschriftendruckereien den vierfarbigen Druck von Illustrationen. Dies hatte zur Folge, dass der Anteil der Abbildungen in vielen Zeitschriften stark anstieg und diese Zeitschriften als "Illustrierte" bezeichnet wurden.⁵³

In der Nachkriegszeit gab es nur wenige Zeitschriften, die sich an ein weibliches Publikum richteten. Der thematische Schwerpunkt dieser Publikationen bestand in der Gleichberechtigung der Frau und deren Mitverantwortung in der Politik. Der Bedarf nach unpolitischen Unterhaltungszeitschriften wurde erst 1948 und in größerem Ausmaß nach

⁴⁸ Worm, Abschied vom Schmuttelkram.

⁴⁹ Strauss, Das Aus für die Erotikzeitschrift "praline".

⁵⁰ Worm, Abschied vom Schmuttelkram.

⁵¹ Feldmer, Die längste Praline der Welt.

⁵² Ebd.

⁵³ Michael *Kriegeskorte*, Werbung in Deutschland 1945-1965. Die Nachkriegszeit im Spiegel ihrer Anzeigen (Köln 1992) 49.

der Währungsreform 1949 gedeckt. In diesem Zeitraum erschienen Frauenzeitschriften wie *Constanze* (1948), *Ihre Freundin* (1948) und das *Blatt der Hausfrau*, die spätere *Brigitte* (1949). Diese Zeitschriften boten ihren Leserinnen feuilletonistische Unterhaltung. Politische Themen verschwanden fast vollständig, stattdessen erhielten die Leserinnen praktische Ratschläge für den Alltag. Küche, Heim, Herd und Mode wurden wiederum als weibliche Aufgabenbereiche propagiert; emanzipatorische Ansätze verschwanden zugunsten traditioneller Rollenzuschreibungen.⁵⁴

Das Titelbild ist Michael Kriegeskorte zufolge von entscheidender Bedeutung für den Verkauf von Illustrierten. Das Titelbild wirbt für den Inhalt einer Zeitschrift und besitzt großen Einfluss auf deren Absatz und die Verbreitung der darin abgebildeten Werbeanzeigen. Es wird deshalb besondere Sorgfalt bei der grafischen Gestaltung von Titelbildern gelegt. Neue formale oder inhaltliche Trends am Zeitschriftenmarkt erkennt man zuerst an den Covern. Auf den Covern der Illustrierten *Brigitte* und *Praline* sind im Zeitraum der fünfziger und sechziger Jahre ausschließlich junge attraktive Frauen abgebildet. Bei der Frauenzeitschrift *Brigitte* liegt dies nahe, doch, wie Kriegeskorte ausführt, wurden in den fünfziger Jahren Männer oder Dinge nur selten auf Titelbildern abgebildet.⁵⁵

In den sechziger Jahren stieg die Textmenge auf den Covern der Illustrierten an. Die Ursache dieser Entwicklung liegt im zunehmenden Konkurrenzkampf auf dem Zeitschriftenmarkt. Im Jahr 1950 betrug die Zahl der vom IVW, („Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern“) erfassten Zeitschriftentitel 524, zehn Jahre später bereits 641. Die Auflagenzahlen der Zeitschriften stiegen in diesem Zeitraum von etwa 28 auf 53 Millionen Stück an.⁵⁶

In den sechziger Jahren gerieten die Illustrierten zunehmend unter Kritik. Ihnen wurde vorgeworfen, der Leserschaft eine Scheinwelt zu präsentieren, in der keine sozialen, sondern nur mehr individualpsychologische Probleme existieren würden. Illustrierte, so meinte Egon Becker 1963, würden von der Gesellschaft benötigt, um soziale Probleme zu verdecken und den Menschen dabei zu helfen, mit ihren Problemen umzugehen.⁵⁷

⁵⁴ Kriegeskorte, Werbung in Deutschland 1945-1965, 94.

⁵⁵ Ebd., 66ff.

⁵⁶ Ebd., 70.

⁵⁷ Jörn Glasenapp, Titelschwund und Politisierung: Zur Illustriertenlandschaft der sechziger Jahre. In: Werner Faulstich (Hg.), Die Kultur der sechziger Jahre. Kulturgeschichte des zwanzigsten Jahrhunderts (München 2003) 135.

Die Kritik an den Illustrierten war ein zentraler Grund für die Gründung einer Selbstkontrollereinrichtung. 1957 gründeten die Verleger von zehn Illustrierten die „Selbstkontrolle der Illustrierten“ (SdI). Dieses Organ bestand aus einem stimmberechtigten Arbeitskreis aus den beteiligten Zeitschriften wie *Stern*, *Quick* oder *Brigitte* und einem nicht stimmberechtigten Beirat - Vertreter der evangelischen und katholischen Kirche, dem Zentralrat der Juden in Deutschland, dem Deutschen Ausschuss für Erziehung und Bildung, der AG deutscher Familienorganisationen und der AG für Jugendpflege und Jugendfürsorge. Der Beirat stellte beanstandete Beiträge der Illustrierten zur Diskussion, während die Vertreter der Illustrierten im Arbeitskreis ihre kritisierten Beiträge verteidigten.⁵⁸

Der SdI bildete sich auf Anregung des damaligen Innenministers Gerhard Schröder. Der Staat hatte ein Interesse an der Selbstkontrolle der Illustrierten, die einen vorbeugenden Schutz der Öffentlichkeit, insbesondere der Jugend, vor unerwünschten Einflüssen bieten sollte. Die Illustrierten standen ständig unter der Drohung der Indizierung durch die Bundesprüfstelle für jugendgefährdendes Schrifttum. Die Prüfstelle konnte für eine gewisse Zeit das Erscheinen der Illustrierten verhindern. Das erklärte Ziel der SdI war es deshalb, jugendgefährdende Darstellungen zu vermeiden, worunter vor allem Beiträge sexueller Thematik, aber auch rassistische Abwertung anderer Völker oder die Verherrlichung von Kriminalität zu verstehen sind. 1964 wurde die SdI aufgelöst. Eine wichtige Ursache dafür sieht Jörn Glasenapp in der publizistischen Sexwelle der Massenmedien in den sechziger Jahren, die die Umsätze der Illustrierten steigerten. Die SdI konnte den Anstieg immer freizügigerer Darstellungen in den Illustrierten nicht verhindern.⁵⁹

1966 wurde ein zweites Kontrollorgan, die „Selbstkontrolle Illustrierter Zeitschriften“ (SIZ) gegründet, an dem sich aber nur die vier Illustrierten *Stern*, *Quick*, *Bunte* und *Neue Revue* beteiligten. 1971 löste sich die SIZ wegen Uneffektivität wieder auf.⁶⁰

⁵⁸ Glasenapp, Titelschwund und Politisierung, 137.

⁵⁹ Ebd., 137f.

⁶⁰ Ebd., 138.

3. Schönheitsideal

3.1. Mode

In den *Brigitte*-Ausgaben der fünfziger Jahre befinden sich in jeder Ausgabe mehrere Beiträge zu Mode und Frisuren. Die Werbeanzeigen beschäftigen sich hauptsächlich mit den Themen Abnehmen und Schönheit.

Bei der in der *Brigitte* Nr.12 von 1957 vorgestellten Mode handelt es sich um Brautmode ohne großen Aufwand - wenn die finanziellen Mittel fehlen oder im Fall einer zweiten Ehe bei Witwen und Geschiedenen - und Mode für die frisch verheiratete Frau.⁶¹ Die junge Ehefrau sollte sich anders kleiden als in ihrer Mädchenzeit: „Es kommt nicht mehr allein darauf an, in jedem Fähnchen jung und süß auszusehen; die neue Würde bringt Verpflichtungen mit sich: gegenüber dem Ehemann, der zu jeder Stunde eine hübsch angezogene, gepflegte Frau sehen möchte, und gegenüber der Umwelt, für die sie nicht mehr Fräulein X., sondern die Frau von Herrn Y. ist. Ihr Kleiderschrank muß mit dem Notwendigsten versehen werden- ohne daß deswegen der Haushaltsetat übermäßig belastet wird.“⁶² Die Ehefrau benötigt Kleidung für den ganzen Tag (Kostüm, Bluse), für Verabredungen am Nachmittag, für Einladungen (elegante Kleider) und für zu Hause (Schürze, Hauskleid, Küchenkittel). Eine Ehefrau muss zu jeder Stunde des Tages für ihren Mann und die Gesellschaft attraktiv aussehen, damit sie ihrem Ehemann keine Schande macht. Sie muss mehrmals am Tag die Kleidung wechseln: zum Kochen den Küchenkittel, daheim das Hauskleid, um dem Ehemann zu gefallen, zu einem Treffen mit der Freundin ein schickes Kostüm usw. Die junge Ehefrau soll ihren Kleiderschrank alleine zusammenstellen und dabei auf Sparsamkeit achten, da das Geld dafür aus dem Haushaltsbudget verwendet wird.⁶³

Illustrierte wie *Praline*, *Constanze/Brigitte* oder *Burda* stellten ihren Leserinnen die neueste Mode vor und legten jedem Heft ein Schnittmuster bei, damit die Frauen ihre Kleidung selbst anfertigen konnten. Wenn eine Frau nicht schneidern konnte, ließ sie bei ihrer Schneiderin nähen.⁶⁴

⁶¹ *Brigitte* 12, 1957, 6ff.

⁶² Ebd., 7.

⁶³ Ebd., 6ff.

⁶⁴ Ricarda *Strobel*, Im Petticoat am Nierentisch. In Werner *Faulstich* (Hg.), *Die Kultur der fünfziger Jahre. Kulturgeschichte des zwanzigsten Jahrhunderts* (München 2002) 135.

Die Damenmode der fünfziger Jahre bestand aus zwei Modelinien: Der dominante Stil war die damenhaft schmale Linie, daneben gab es den jugendlich-beschwingten Stil. Eine schmale Taille war ein Muss; um diese zu erreichen war das Tragen von Unterkleidung notwendig. Die Frauen trugen darum ein Korsett, einen spitzen BH und einen breiten Hüftgürtel mit Strumpfhalter. Über der Unterkleidung trug die Dame ein Unterkleid. Das wichtigste Kleidungsstück einer Frau der fünfziger Jahre war das Kleid, das in elegant anliegenden Schnitt gehalten war. In der jugendlichen Linie trug die junge Frau ein so genanntes Hemdblusen- oder Prinzesskleid. Mitte der fünfziger Jahre wurden die Kleider weiter, 1958 war der Blousonstil beliebt, ein Jahr später die Sackkleider. Jede Frau musste ein Kostüm besitzen. Um 1955 wurde das Kostüm zunehmend durch ein Ensemble, ein Kleid mit dazu passendem Jäckchen, ersetzt. Im Büro trug die moderne Frau Rock und Bluse, zum Ausgehen eine Abendbluse mit einem dunklen Rock. Das Cocktailkleid konnte zu verschiedenen Anlässen wie Tanz oder Fünfuhrtee getragen werden. Ein weiter Mantel war die Überkleidung einer Dame. Dazu gehörten ein Hut, Handschuhe und eine Handtasche. Anfang des Jahrzehnts waren die Schuhe abgerundet und besaßen Plateausohlen; später waren spitzere Schuhe mit immer höheren und dünneren Absätzen modern. Jugendliche trugen Jeans; junge Mädchen den Petticoat unter weit schwingenden Röcken mit Blusen, enge Pullover oder Kleider.⁶⁵

Make-up galt um 1950 noch als leicht anrühlich. Um 1960 war es üblich geworden, sich täglich zu schminken. Dauerwellen, Haartönungen und Nagellack wurden bei erwachsenen Frauen akzeptiert.⁶⁶

Der Modestil des New Look der fünfziger Jahre ist nach Ansicht von Cornelius Helmes-Conzett die demonstrative Wiederbelebung der Haute Couture. Durch die Entwicklung neuer Materialien wie Nylon oder Perlon eroberte zur gleichen Zeit die Konfektionsware den deutschen Markt.⁶⁷

Auch die Illustrierte *Praline* stellt in den Ausgaben der fünfziger Jahre Damenmode vor; die Modebeiträge sind aber kürzer gehalten als in der *Brigitte*. Im Jahr 1955 berichtet *Praline* über eine amerikanische Umfrage unter Männern. Sie sollten angeben, wie sich Frauen kleiden sollen, um ihnen zu gefallen. Der Titel des Artikels lautet "Wie du mich wünschst". Es wäre erwiesen, so behauptet der Verfasser/die Verfasserin des Berichts, dass

⁶⁵ Strobel, Im Petticoat am Nierentisch, 136 ff.

⁶⁶ Ebd., 130.

⁶⁷ Cornelius Helmes-Conzett, Mode – Geschichte - Politik. Die 50er Jahre und die Politischen Generationen der Bundesrepublik (Hamburg 1995) 56f.

eine Frau sich in erster Linie für den Mann nett anziehe und hübsch mache. Das Ergebnis der Umfrage besagt, dass 68 Prozent aller befragten Männer Pullover in Pastelltönen und eng anliegende Röcke bevorzugen. Anschließend werden die Wünsche der Männer bezüglich der Kleidung der Frauen nach Ländern aufgelistet. Dabei bestätigen sich die Klischees der Modestile der verschiedenen Nationen. Österreichische Männer lieben Dirndlkleider an ihren Frauen, Dänen und Schweden Pullover, Engländer das klassische Kostüm, der Franzose Extravaganz und kleine Kleider, der Italiener alles Bunte und ein offenes Dekollete und der Deutsche will seine Partnerin romantisch, aber modisch aktuell gekleidet sehen. Allgemein gesagt bevorzugen Männer Pullover und im Sommer und am Abend große Dekolletes. Sie legen mehr Wert darauf, dass die Kleidung der Frau steht als dass sie dem neuesten Modestil entspricht.⁶⁸ Frauen, so die Aussage des Beitrags, sollen sich den Wünschen der Männer entsprechend kleiden, um entweder einen Mann zu finden - Mädchen mit stramm sitzenden Pullovern würden sich am schnellsten verloben - oder um ihrem Partner auch weiterhin zu gefallen. Es ist keine Rede davon, dass Frauen durch Kleidung ihre Persönlichkeit ausdrücken können.

Die Mode der sechziger Jahre veränderte sich im Lauf des Jahrzehnts. Anfang der sechziger Jahre dominierte die prêt-à-porter Mode der Pariser Modeschöpfer. Ricarda Strobel bezeichnet den herrschenden Stil als „minimalistischen Funktionalismus“. Dabei handelt es sich um einfache gerade Kleidernschnitte und eckige Ausschnitte. Kragenlose Jacken mit großen Knöpfen, spitze hochhackige Schuhe und eckige Handtaschen vervollständigten die Garderobe. Yves St. Laurent kreierte die Op-Art Mode; Kleider mit schwarzweißen geometrischen Mustern. Beliebt war auch der Astronautenlook: Hüftosen und kurze kastenförmige Oberteile in Weiß und Silber, kombiniert mit flachen Stiefeletten aus weißem Knautschlack. Bei den „utopischen“ Kleidern des Designers Paco Rabanne handelt es sich um Kleider aus vielen mit Kettchen verbundenen Plastikplättchen. Diese Mode wurde aber ebenso wie der „Transparent-Look“ und der Oben-ohne-Badeanzug kaum getragen.

Die modische Sensation des Jahres 1965 war der Minirock, der von der Londoner Designerin Mary Quant entworfen wurde und eine modische Revolution auslöste. Miniröcke, kurze Hängekleidchen, Trägerröcke und enge Pullover bildeten eine Modeform, die vor allem junge Frauen ansprach. Damit wurde Jugendlichkeit zum neuen

⁶⁸ Wie du mich wünschst. In: Praline 2, 1955, 22f.

herrschenden Schönheitsideal. Models wie Twiggy oder Veruschka, Kindfrauen ohne weibliche Kurven, verkörperten das neue Schönheitsideal.⁶⁹

Von London aus verbreitete sich der Modestil der Pop-Mode, die in knallbunten Schockfarben gehalten war. Bunte Strumpfhosen und Schuhe wurden mit dem Minirock und einem engen Pullover kombiniert. Hosenanzüge und Hot Pants waren ebenfalls beliebt. Bunte Halstücher, Umhängetaschen, Modeschmuck große Sonnenbrillen und buntes Make-up ergänzten das Outfit.

In der zweiten Hälfte der sechziger Jahre wurde Second-hand Mode populär. 1967 gelangte die Hippiemode von der Westküste der USA in die BRD. Dieser Modestil zeichnete sich durch Buntheit, Nostalgie und Romantik aus und wurde von der Kleidung der indigenen Bevölkerung Mittel- und Südamerikas beeinflusst. Die Kleidung bestand aus Samt, Seide, bedruckten Baumwollstoffen oder Schaf- und Ziegenfellen und war mit Stickereien, Perlen und Pailletten geschmückt. Im langen Haar trug man Blumen. Frauen trugen lange Röcke, mehrreihige Ketten und weite Gewänder.

Ab 1968 trugen junge Leute gerne Kleidung im Revoluzzer-Stil, alte Jeans mit weiten Pullovern, lange Schals, Wildlederstiefel und Parkas.

Zusammenfassend stellt Ricarda Strobel fest, dass in den sechziger Jahren das weibliche Modeideal des jugendlichen Girls jenes der erwachsenen eleganten Dame ablöste.⁷⁰

Jeans wurden in den sechziger Jahren Alltagskleidung und wurden häufig mit T-Shirts kombiniert, die bunt bedruckt und oft mit Werbeslogans versehen waren. Dieser lässige und sportliche Kleidungsstil entsprach der Lebenseinstellung Jugendlicher und wurde deshalb vor allem von jungen Leuten getragen.⁷¹

„Rock und Bluse sind das A und O der Grundgarderobe! Man kann damit unbegrenzt kombinieren, ist mit ihrer Hilfe zu jeder Gelegenheit passend angezogen.“⁷² Unter diesem Titel stellt *Praline* im Jahr 1965 ihren Leserinnen Kombinationen von Rock und Bluse vor. Die Mode ist schlicht und elegant gehalten. Unter anderem werden Faltenröcke, Schottenröcke, Abendröcke, Shetland-Röcke, Hosenröcke, einfarbige Hemdblusen, Russenblusen und Blusen im Herrenhemdstil präsentiert.

Auch *Brigitte* präsentiert ihren Leserinnen im Jahr 1963 verschiedene Kombinationen von Rock und Bluse. Röcke und Blusen würden Abwechslung in jede Garderobe bringen und

⁶⁹ Ricarda Strobel, Architektur, Design und Mode zwischen Funktionalismus und Pop. In: Werner Faulstich (Hg.), Die Kultur der sechziger Jahre. Kulturgeschichte des zwanzigsten Jahrhunderts (München 2003) 157ff.

⁷⁰ Ebd., 173ff.

⁷¹ Ingrid Loschek, Mode im 20. Jahrhundert. Eine Kulturgeschichte unserer Zeit (München 1978) 270.

⁷² Praline 19, 1965, 18.

nicht allzu viel kosten. Röcke sollten schlicht gehalten sein, die dazu kombinierten Blusen bunt und phantasievoll. Zwei bis vier Röcke gehören zur Grundgarderobe einer Frau. Baumwoll-, Chiffon-, Flanell-, Drell-, Brokat- oder Seidenblusen werden je nach Tageszeit und Anlass getragen.⁷³

Ein weiterer Modebeitrag aus dem Jahr 1963 stellt schicke Kleider für festliche Anlässe vor. Das „kleine Schwarze“ ist ein Muss und sollte zur Abendgarderobe jeder Frau gehören. Elegante Kleider trägt die modebewusste Frau zu Abendeinladungen. Zum Kaffeeklatsch mit Freundinnen erscheint sie in einem Kostüm aus pastellfarbener Wolle, kombiniert mit einer Bluse oder Hemdbluse.⁷⁴

„Haben Sie auch nichts anzuziehen?“ fragt Wendla Lipsius-Eckstein die Leserinnen der *Praline* im Jahr 1964. Ihr Beitrag handelt von einem Problem, das viele Frauen kennen würden: Obwohl sie einen vollen Kleiderschrank besitzen, hätten sie nichts anzuziehen, da sie ständig die falschen Kleider kaufen würden. Dabei handelt es sich um Kleidung, die nicht zu der Figur oder dem Typ der Käuferin passt. Frauen würden Kleidung für das Idealbild ihrer selbst kaufen, „für die geträumte Frau, die wir gern sein möchten.“ Frauen sollten dieses Problem ihren Männern, den „schwergeprüften Versorgern“ erklären, die sich darüber beschwerten, dass ihre Frauen verschwenderisch seien und immer neue Kleider kaufen würden, obwohl sie schon genug besitzen. Frauen könnten ihren Partner bitten, sie beim Kleidungskauf zu begleiten, damit sie nur die Kleidungsstücke kaufen, die sie auch wirklich benötigen. Doch auch dies stellt ein Problem dar, weil Männer dann meist elegante Abendkleider und keine praktische Alltagsgarderobe auswählen würden. Sie würden ebenfalls Kleider für eine attraktive elegante Frau auswählen, die nur in ihren Träumen existiere.⁷⁵

Der Artikel besagt, dass sich Frauen beim Kleiderkauf an einer Idealvorstellung ihrer selbst orientieren, die in der Realität gar nicht existiert. Kleidung dient dazu, den Typ zu verändern und auszudrücken, wie man gerne sein möchte. Männer würden ihre Partnerinnen gerne nach ihrem Idealbild einer Frau einkleiden. Sie sind die Versorger der Familie, die ihren Frauen das Geld für Kleidung zur Verfügung stellen. Das Frauenideal, von dem hier die Sprache ist, wird durch die Medien vermittelt. Nachdem *Praline* das Kaufverhalten von Frauen meiner Ansicht nach psychologisch richtig analysiert hat, nennt die Illustrierte am Ende des Beitrags nur die übliche Lösung der Werbung: „Haben Sie

⁷³ Brigitte 22, 1963, 4ff.

⁷⁴ Brigitte 20, 1963, 4ff.

⁷⁵ Wendla *Lipsius-Eckstein*, Haben Sie auch nichts anzuziehen? In: *Praline* 10, 1964, 40f.

auch nichts anzuziehen? Dann sehen Sie sich unsere Modeseiten an.“⁷⁶ *Praline* vermittelt ihren Leserinnen, dass die von ihr präsentierte Mode die richtige Mode sei, die zu jeder Frau passt, ihrem Typ entspricht und sie attraktiv aussehen lässt.

In den siebziger Jahren beherrschte die Haute Couture den Modemarkt. Yves Saint Laurent erzielte mit seiner Modelinie den größten Umsatz. Die neuesten Modetrends wurden auf großen Modeschauen wie der Münchner Modewoche vorgestellt. Es war jedoch das Publikum und nicht die berühmten Modeschöpfer, das bestimmte, was tatsächlich getragen wurde. Beispielsweise trugen Frauen weiterhin den Mini-Rock, obwohl die Haute Couture immer wieder wadenlange Röcke präsentierte. Die Mode der siebziger Jahre wurde unkomplizierter, lässiger und origineller. Viele Modestile existierten nebeneinander und die Kleidung war individueller als in den fünfziger oder sechziger Jahren. Anfang des Jahrzehnts wurde heftig um die neue Kleiderlänge gekämpft. Designer versuchten mehrmals Midi- und Maximode zu propagieren. Das weibliche Publikum hielt aber weiterhin an der Minimode fest. Erst mit der Nostalgiewelle wurde Midimode, wadenlange Kleidung, zur beliebten Modelänge.

Weitere Trends der Damenmode waren der Slit-Look (geschlitzte Röcke), Hot Pants und der Slinky-Look, der an die Mode der vierziger Jahre erinnerte. Der Slinky-Look bestand aus figurbetonten Oberteilen und einem Rock, der eng um die Hüften anlag und sich zum Saum hin glockenartig entfaltete.⁷⁷

Die Mode der Nostalgiewelle wurde anfangs auf Flohmärkten oder Second-Hand-Läden gekauft. Die Kleidungsstücke sollten möglichst alt aussehen. Die Modeindustrie reagierte auf die Nachfrage und stellte schon bald Kleidung her, die die Mode der Vergangenheit imitierte. Bei Anhängerinnen der Nostalgiewelle war der Romantik-Look besonders beliebt: Wadenlange Kleider aus weißem Leinen oder knöchellange Röcke mit Volants.

Gleichzeitig wurde die Mode durch die Kleidungsstile des Fernen Ostens beeinflusst. Kaftankleider, der China-Look oder der Beduinen-Look brachten Abwechslung in die Modelandschaft.

Beim Zwiebel-Look wurden mehrere Kleidungsstücke übereinander getragen. Der Folklore-Look - Kosakenmäntel, bunte Bojarenröcke, bestickte Bolerowesten und Carmenblusen - dominierte in der zweiten Hälfte der siebziger Jahre.

⁷⁶ Wendla *Lipsius-Eckstein*, Haben Sie auch nichts anzuziehen? In: *Praline* 10, 1964, 40f.

⁷⁷ *Loschek*, Mode im 20. Jahrhundert, 297ff.

Hosen wurden in den siebziger Jahren zu einem alltäglichen weiblichen Kleidungsstück, das bei allen Gelegenheiten getragen werden konnte. Hot Pants, Blue Jeans, Overalls aus grobem Leinen oder Jeansstoff und Latzhosen waren vor allem bei jungen Frauen beliebt.

Die Schuhmode dominierten dicksohlige Sandalen, die Kothurne.

Die Bademode wurde freizügiger; Mini-Bikinis aus sonnendurchlässigem Stoff enthüllten im nassen Zustand mehr als sie verdeckten.⁷⁸

Praline präsentiert ihren Leserinnen im Jahr 1978 Folklore-Mode. Bunte Folkloreröcke werden mit einer weiten Bluse kombiniert.⁷⁹ Ein weiterer Modebeitrag aus diesem Jahr stellt den Leserinnen Dirndl vor. Trachten- und Folklore-Mode wäre noch immer topaktuell. Ein Dirndl oder ein Folklore-Zweiteiler (Rock und Bluse) wäre die passende Kleidung für alle Gelegenheiten. Der Beitrag zeigt, dass unter dem Begriff Folklore-Mode nicht nur Modestile anderer Kulturen, sondern auch die traditionelle deutsche Trachtenmode verstanden wurde. Das Dirndl blieb weiterhin modern, da es als aktueller Modetrend vermarktet wurde.⁸⁰

Brigitte präsentiert ihren Leserinnen in den siebziger Jahren Strickmode, die von den Leserinnen selbst angefertigt werden kann. Ein Beitrag aus dem Jahr 1979 trägt den Titel: „Selbstgestrickt macht Mode doppelt Spaß“. Der Modeteil zeigt gestrickte Pullover, Jacken, Kleider und Mäntel und stellt den Leserinnen die dazu passenden Strickmuster zur Verfügung.⁸¹ Es ist kostengünstiger, Kleidung selbst anzufertigen, als diese in Boutiquen zu kaufen. Kleidungsstücke können individueller gestaltet werden, indem die Frauen Wolle in ihren Lieblingsfarben verwenden.

3.2. Schlankheitsideal

In einer *Brigitte*-Ausgabe aus dem Jahr 1957 werden Gymnastikübungen von berühmten Frauen wie Lieselotte Pulver vorgestellt. Bei den sportlichen Übungen stehen jedoch nicht die körperliche Fitness und die Gesundheit im Vordergrund, sondern das Aussehen, denn sie sollen in erster Linie dazu dienen, den Körper straff und schlank zu erhalten.⁸² Ein Beitrag lautet beispielsweise: „Achten Sie auf Ihre Hüften!“⁸³ Die Tänzerin Germaine

⁷⁸ Loschek, *Mode im 20. Jahrhundert.*, 301ff.

⁷⁹ *Praline* 2, 1978, 34.

⁸⁰ *Praline* 14/15, 1978, 12.

⁸¹ *Brigitte* 19, 1979, 4ff.

⁸² *Brigitte* 12, 1957, 24f.

⁸³ Achten Sie auf Ihre Hüften! In: *Brigitte* 16, 1957, 14f.

Damar, die die Gymnastikübungen vorstellt, führt selbst ein Kalorien-Tagebuch, was auch den Leserinnen empfohlen wird. Darin sollen sie aufschreiben, „was sie (zuviel) essen“. Es wird hier davon ausgegangen, dass jede Frau zumindest ein paar Fettpölsterchen zuviel auf den Hüften hat. Selbst die schlanke Tänzerin wog „zwei Pfund zuviel um die Hüften“, als *Brigitte* sie besuchte. Den Leserinnen wird außerdem vermittelt, dass Gymnastik allein ihre Fettpölsterchen nicht zum Verschwinden bringen wird, da sie würden zuviel essen würden, weswegen sie die Kalorienmenge jeder Mahlzeit aufschreiben sollen. Sie dürfen nie die Kontrolle über ihr Essverhalten verlieren und sich regelmäßig bewegen, denn „Fett braucht Ruhe. Da, wo bewegt wird, kann sich keines ansetzen.“ Der Erfolg der Übungen besteht darin, dass „Bauch und breite „Sitz“-Hüften verschwinden“ und sich „Kreislauf und Durchblutung beleben“.⁸⁴

In den verschiedenen *Brigitte*-Ausgaben wird immer wieder für Schlankheitsmittel geworben. Frauen werden darin zum Abnehmen aufgefordert, um ihrem Ehemann wieder zu gefallen, weil sie sich mit einer schlankeren Figur jünger fühlen werden und weil es sie selbst und ihre Lieben glücklicher machen werde. Der Werbeslogan für die *Cocos-Schlankheitskur* lautet: „Mein Mann ist begeistert. In 16 Tagen habe ich genau 10 Pfund abgenommen“⁸⁵. Die Botschaft dieser Werbung vermittelt, dass sich Schlankheit positiv auf die Ehe der Leserinnen auswirken wird. Auch „ihre Lieben“, womit alle Familienmitglieder und eventuell auch ihre Freundinnen gemeint sind, profitieren vom Abnehmen der Frau, weil diese sich danach selbstbewusster und glücklicher fühlt. Mit dem Abnehmen fördern Frauen demzufolge Harmonie in ihrem sozialen Umfeld.

In der *Praline*-Ausgabe vom Juni 1956 findet man drei Werbeanzeigen für Schlankheitsmittel: Die Schlankheits-Dragees der Firma *minus*⁸⁶ werden ebenfalls mit dem Argument der Gesundheit beworben, welche nur eine schlanke Figur gewährleisten würde. Kissinger-Entfettungs-Tabletten *Silberne Boxberger* fördern das Wohlbefinden und heben das Selbstbewusstsein der Frauen⁸⁷. Die Firma Heumann richtet sich in ihrem Werbeslogan für Schlankheitskörnchen auch an die männliche Leserschaft.⁸⁸

⁸⁴ Achten Sie auf Ihre Hüften! In: *Brigitte* 16, 1957, 14f.

⁸⁵ *Brigitte* 21, 1957, 57.

⁸⁶ *Praline*, Juni 1956, 123.

⁸⁷ *Praline*, Juni 1956, 139.

⁸⁸ *Praline*, Juni 1956, 147.

In der Rubrik „Schönheitsschule für junge Mädchen“ stellt *Brigitte* im Jahr 1962 ihren jungen Leserinnen eine Diät gegen Babyspeck vor. Babyspeck soll nicht als naturgemäße Pubertäterscheinung hingenommen werden. Die Gründe für Babyspeck wären oft ganz harmlose: übermäßiger Appetit, den die jungen Mädchen noch aus ihren Wachstumsjahren beibehalten haben und die „liebvollen Überfütterungsversuche“ der Mütter. Mütter hätten Recht, wenn sie ihren Töchtern radikale Hungerkuren verbieten würden. Ein wenig Essdisziplin und richtige Kalorieneinteilung wären aber im Entwicklungsalter wichtig.

Eine Gewichtstabelle zeigt den Leserinnen ihr Idealgewicht, das sie mit Hilfe der Babyspeck-Diät erlangen sollen. Um das Normalgewicht zu halten, benötige man 2400 Kalorien täglich. Strenge Diät sei jungen Mädchen verboten, da sie dem Körper wichtige Nährstoffe entziehen würde, die diese in der Pubertät benötigen. Sie dürfen aber ohne weiteres zwei bis drei Wochen täglich 500 Kalorien einsparen.

Die beste und einfachste Methode, um abzunehmen, sei es, sich vom Hausarzt Appetitzügler verschreiben zu lassen. Zusätzlich können sich die jungen Mädchen zwei bis drei Wochen salzlos ernähren, um den Körper zu entschlacken und zu entwässern. Beim Mittagessen sollen sie sich nur einen mittleren Teller voll nehmen und dabei wenig Nudeln und kein fettes Fleisch essen. Auf Suppe und Soßen muss verzichtet werden. Vor jeder Mahlzeit sollte ein Apfel gegessen werden.⁸⁹

Brigitte ermutigt junge Mädchen, die nicht dem Normalgewicht entsprechen (z.B. 56 kg bei 1,65 m)⁹⁰ dazu, eine Diät zu beginnen. Die meisten Mädchen nehmen in der Pubertät etwas zu; deshalb, so denke ich, fühlen sich viele junge Leserinnen der *Brigitte* vom Artikel angesprochen. Die Verfasserin des Artikels macht die Mädchen für ihren „Babyspeck“ verantwortlich. Nur selten seien wirklich die Hormone an der Gewichtszunahme schuld.⁹¹ Jungen Mädchen wird schon vor dem Erwachsenenalter dazu geraten, sich Appetitzügler verschreiben zu lassen. Anscheinend haben die meisten Hausärzte kein Problem damit, Minderjährigen das Medikament zu verschreiben. *Brigitte* verschweigt ihren Leserinnen, dass man von Appetitzüglern abhängig werden kann. Beim Mittagessen mit der Familie sollen die Mädchen sich zurückhalten und zum Beispiel auf die Suppe, die Vorspeise, verzichten. Frauen lernen schon in ihrer Jugend, dass Diäthalten zum Frausein gehört. Da auch den Müttern der Mädchen in Frauenzeitschriften wie *Brigitte* dazu geraten wird, auf ihr Gewicht zu achten und Kalorien zu zählen, ergibt sich die Situation, dass die weiblichen Familienmitglieder (mit Ausnahme kleiner Mädchen)

⁸⁹ Diät gegen Babyspeck. In: *Brigitte* 9, 1962, 73.

⁹⁰ Ebd.

⁹¹ Ebd.

sich beim Essen zurückhalten, um ihr Gewicht zu halten oder abzunehmen, während die männlichen Familienmitglieder sich das Essen schmecken lassen können und essen, bis sie satt sind.

Brigitte beantwortet im Jahr 1963 „14 Fragen zur Figur“. Die Leserinnen erhalten Ratschläge, welche Gymnastikübungen und andere Maßnahmen die Figur verbessern und überflüssige Pölsterchen verschwinden lassen. Einige Fragen des Beitrags behandeln Themen wie: Ringfalten am Hals, Doppelkinn, schlaffe Brust, zu viel Brust, zu wenig Brust, zu dicke Taille oder Hüften, gute Haltung, die ideale Diät etc. Anschließend an den Beitrag hat Brigitte eine „Kalorientabelle zum Ausschneiden“ zusammengestellt.⁹² Der Artikel ist ein Teil des großen Schönheitsteils „Schön von Kopf bis Fuß“, in der Ausgabe 19/1963, in dem tausende von Mitarbeiterinnen die häufigsten Fragen der Leserinnen zu Themen wie Haarpflege, Make-up, Figur, Zahnpflege, Handpflege und Hautpflege beantworten.

Praline rät der Hausfrau, die Hausarbeit als sportliches Training zu betrachten, das ihre Fettpölsterchen verschwinden lässt.⁹³

In den siebziger Jahren gibt *Brigitte* ihren Leserinnen im „Diät-Club“ Tipps zum Abnehmen. Jede zweite Frau, so behauptet ein Beitrag, habe Kummer mit der Figur. Jede vierte versuche, kontrolliert zu essen oder Diät zu halten, um lästige Pfunde loszuwerden. Im „Diät-Club“ werden kalorienarme Rezepte vorgestellt, Gymnastikübungen gezeigt, Leserfragen beantwortet und die Adressen von Diätclubs in verschiedenen Städten aufgelistet.⁹⁴

Der Ratgeber für die Frau von heute aus dem Jahr 1974 nennt als täglichen Kalorienbedarf einer Hausfrau 2400 Kalorien. Mit 1500 Kalorien könne man normal abnehmen; wenn man vorher einen Arzt befragt, könne man auch mit 900 Kalorien am Tag auskommen.⁹⁵

Auch *Praline* stellt ihren Lesern im Jahr 1978 einen wöchentlichen Diätplan zur Verfügung. Wenn man das Kalorienlimit von 1200 kcal täglich nicht überschreitet, kann man wöchentlich ein Kilo Gewicht verlieren.⁹⁶

⁹² 14 Fragen zur Figur. In: *Brigitte* 19, 1963, 90ff.

⁹³ *Praline* 9, 1964, 124f.

⁹⁴ *Brigitte* 23, 1971, 107.

⁹⁵ Helene Klaus, Inken Kloppenburg, Ratgeber für die Frau von heute. Viele tausend Tipps für Haushalt und Familie, Zweite Auflage (München/Bern/Wien 1974) 155.

⁹⁶ *Praline* 2, 1978, 37.

Waltraud Posch zufolge galt Dicksein in den fünfziger Jahren als ein Zeichen von Wohlstand, Gesundheit und Attraktivität. Durch einen dicken Körper zeigten die Deutschen, dass sie die Kriegsjahre, in denen Nahrungsmittelknappheit und Hunger herrschten, überlebt hatten und es ihnen wider gut gehe. Weibliche Filmstars der fünfziger Jahre wie Marilyn Monroe und Sophia Loren waren zwar schlank, aber keineswegs dürr und besaßen weibliche Kurven.⁹⁷

In den sechziger Jahren überschwemmt zahlreiche Schönheitsratgeber den Markt, die sich um die Themen Mode, Kosmetik und Schlankheit drehten. Ausgerechnet zu dem Zeitpunkt, als die Frauen begannen, um ihre Gleichberechtigung zu kämpfen, wurden übermäßige Schlankheit und Hilflosigkeit zum neuen Schönheitsideal, das dazu diente, die Frauen wieder in ihre Schranken zu weisen. Verkörpert wurde das neue Ideal durch das dürre englische Model Twiggy, das wie eine Kindfrau ohne weibliche Rundungen aussah.⁹⁸

In den späten siebziger Jahren wurde Jogging zu einem beliebten Freizeitsport. Das neue Frauenideal war das einer schlanken, langbeinigen, sportlichen und konsumfreudigen Frau.⁹⁹

Hans-Peter Waldrich schildert in seinem Buch „Perfect Body“, dass viele Menschen daran glauben würden, dass sie endlich glücklich würden, wenn sie schlank wären oder ihren Körper den Schönheitsidealen der Gesellschaft angepasst hätten. Der Schönheitsindustrie sei es daran gelegen, dafür zu sorgen, dass sich ihre Konsumentinnen nie richtig wohl in ihrem Körper fühlen würden, denn wenn sie das wären, würde die Nachfrage nach Schönheitsprodukten und Diätmitteln abnehmen. Models seien „professionelle Unzufriedenheitserzeuger“.¹⁰⁰ Sie sind überdurchschnittlich schlank, während nur wenige Frauen, die die Werbeanzeigen der Schönheitsindustrie betrachten, diesem Körperideal entsprechen. Um sich den präsentierten Schönheits- und Schlankheitsideal anzupassen, konsumieren die Leserinnen von Frauenzeitschriften die beworbenen Schönheits- und Diätprodukte.

In Gesellschaften, wo Nahrungsknappheit herrsche, würde ein dicker Körper Wohlstand und Macht repräsentieren. In unserer westlichen Überflussgesellschaft würde Dünnsein hingegen Leistungsfähigkeit und Überlegenheit symbolisieren.¹⁰¹

⁹⁷ Waltraud Posch, *Körper machen Leute. Der Kult um die Schönheit* (Frankfurt/New York 1999) 41f.

⁹⁸ Ebd., 44ff.

⁹⁹ Ebd., 46.

¹⁰⁰ Hans-Peter Waldrich, *Perfect Body. Körperkult, Schlankheitswahn und Fitnessrummel*. Unter Mitarbeit von Esra Bozkurt und Anne Landhäußer, *Neue Kleine Bibliothek 95* (Köln 2004) 144.

¹⁰¹ Ebd., 63.

Jan Benson berichtet, dass Frauen häufig eine Diät beginnen, weil sie sich zu dick fühlen. Diese Frauen hätten aber meist Normalgewicht und es bestehe kein medizinischer Grund zur Gewichtsabnahme.¹⁰² Verschiedene Industriezweige (wie die Pharma-, Fitness-, oder Modeindustrie) würden das Schlankheitsideal propagieren und Übergewicht als medizinisches und soziales Problem darstellen, um ihre Produkte zu vermarkten. Frauen wären dabei fast immer die primäre Zielgruppe.¹⁰³ Benson sieht Medien als Sozialisationsinstanz an, die gesellschaftliche Normen, Werte und geschlechtliche Rollenmuster vermittelt. Die in der Werbung gezeigten Frauen wären schlank, glücklich, erfolgreich, selbstbewusst und begehrenswert. Frauenzeitschriften würden in besonderem Maße das Idealbild der Frau verbreiten. Sie präsentieren das Schlankheitsideal und geben gleichzeitig Tipps, wie dieses erreicht werden könne - durch Gymnastikübungen und Sport oder durch den Kauf von Diätprodukten. Die ideale Frau der Frauenzeitschriften erhält Ratschläge, wie sie am besten schlank werden kann. Gleichzeitig befinden sich in Illustrierten wie der *Brigitte* kalorienreiche Rezepte für Gerichte, die die Hausfrau für ihre Familie kochen soll. Benson zitiert die Psychologin Susie Orbach, die schildert, dass Frauen Nahrungsmittel als Bedrohung ansehen würden. Während von ihnen erwartet wird, für andere zu kochen, sollen sie stets auf ihr Gewicht achten. Diät, Verzicht und Verleugnung wären die Botschaften unserer Gesellschaft an Frauen. Nur dann könnten sie begehrenswert sein.¹⁰⁴

In der Serie „Mädchen intim“ in der *Praline* aus dem Jahr 1977 berichten junge Frauen über ihr Leben und ihre sexuellen Erfahrungen. Dabei lässt sich ein Schönheitsideal erkennen, das weiterhin großen Wert auf Schlankheit legt. Die Mehrheit der Frauen ist schlank, viele sind sogar sehr schlank. Auch in ihrer Selbstwahrnehmung wollen sie dem Schlankheitsideal entsprechen und antworten auf die Frage „Haben Sie Schwächen?“ oft mit Aussagen wie: Ich nasche gerne. Die achtzehnjährige Uschi antwortet beispielsweise auf die Frage nach ihrer Schwäche: „Ich komme an keiner Konditorei vorbei.“¹⁰⁵ Das gelegentliche Essen von Süßigkeiten sehen die Mädchen als Schwäche an, die sie gerne überwinden würden, um sich ihre Schlankheit zu bewahren oder um abzunehmen, um dem gängigen Schönheitsideal zu entsprechen.

¹⁰² Jan Benson, Schlankheitsideal. Über die soziale Kontrolle des Körpergewichts (Saarbrücken 2007) 39.

¹⁰³ Ebd., 48f.

¹⁰⁴ Ebd., 66ff.

¹⁰⁵ Mädchen intim. In: *Praline* 2, 1977, 13.

3.3. Schönheitspflege: Bewahren von Schönheit und Jugendlichkeit

Im Jahr 1955 kritisiert *Praline*, dass viele Frauen in der Früh im Schlafrock und mit Lockenwicklern im Haar beim Frühstückstisch sitzen würden und deshalb kein angenehmer Anblick für ihren Ehemann wären. Die Aufgabe einer Hausfrau sei es, dem Mann das Frühstück zu bereiten. Sie leidet schon morgens unter Stress, damit der Gatte rechtzeitig zur Arbeit kommt, sodass sie keine Zeit mehr hat, dabei auch noch auf ihr Äußeres zu achten. Dies kann sich jedoch negativ auf die Ehe auswirken. Frauen sollen daran denken, „wie hübsch seine Sekretärin zurechtgemacht ist! Lieber fünf Minuten eher aus den Federn und der Schönheit geopfert. Er kann schlampige Frauen nun einmal nicht ausstehen!“¹⁰⁶

„Bleibe attraktiv für deinen Ehemann, sonst sucht er sich eine Geliebte!“ lautet die Aussage dieses Beitrags. Eine Ehefrau soll früher aufstehen, um sich attraktiv für ihren Mann zu machen. Wenn sie dies nicht tut, trägt sie selbst die Schuld daran, wenn der Mann sich eine Geliebte nimmt, da ihm der Anblick einer schlampigen Frau nicht zugemutet werden kann. Der Wert einer Frau liegt in ihrem Aussehen begründet. Die Leistungen der Ehefrau im Haushalt und als Mutter werden geringer bewertet als ihre Schönheit.

Der Beitrag „Gepflegt - auch bei der Hausarbeit“ in der *Brigitte* aus dem Jahr 1959 behandelt das gleiche Thema. Schönheitspflege wird als eine der wichtigsten Pflichten einer Hausfrau bezeichnet. Selbst bei einem vierzehnstündigen Arbeitstag findet die gute Hausfrau noch Zeit für die Pflege ihres Körpers. Ihr Mann wird es ihr danken und die Ehefrau wird keine heimlichen Ängste wegen der attraktiven Sekretärin ihres Gatten mehr ausstehen müssen. Durch regelmäßige Pflege bleibt sie „begehrenswert und konkurrenzfähig“. Schönheitspflege beinhaltet das morgendliche Waschen des ganzen Körpers und das anschließende Abbürsten mit einem Hanfhandschuh. Einmal in der Woche soll sie sich eine „Generalüberholung“ gönnen: Fußpflege, Maniküre und eine Gesichtsmaske. Regelmäßige Frisörbesuche sind ein Muss, um gepflegt zu wirken. Bei der Hausarbeit soll nur wenig Make-up getragen werden; bevor der Mann nach Hause kommt, soll sich eine Hausfrau stärker schminken, um für ihn attraktiv zu sein. Auch bei der Hausarbeit soll sie nett angezogen sein. Schürzen sollen bunt sein und müssen sorgfältig ausgewählt werden. Morgens darf sie nie ungepflegt erscheinen und soll eine Viertelstunde

¹⁰⁶ 1: 0 für mich. In: *Praline*, Juni 1955, 38f.

vor ihrem Mann aufstehen, um sich hübsch zu machen und ihm das Frühstück zu bereiten.¹⁰⁷

Der Beitrag vermittelt ebenso wie der oben beschriebene in der *Praline*, dass eine Ehefrau ständig mit der Angst leben muss, von ihrem Mann verlassen zu werden, wenn sie sich nicht regelmäßig und sorgfältig um die Schönheitspflege und die Bewahrung ihrer Jugendlichkeit kümmert. Sie steht in ständiger Konkurrenz zu anderen attraktiven Frauen, mit denen ihr Mann beruflich zu tun hat. Die Hausfrau muss den ganzen Tag über gepflegt und adrett aussehen, auch wenn sie allein zuhause ist und Hausarbeit verrichtet. Wenn ihr neben der anstrengenden Hausarbeit, die vierzehn Stunden des Tages oder mehr beanspruchen kann und der Kinderbetreuung noch etwas Zeit bleibt, darf sie diese Zeit nicht zur Entspannung verwenden, sondern sich um ihr Äußeres kümmern.

Werbung, so führt Ulrike Thoms aus, mache sich bis heute die Angst der Menschen vor dem Verlust sozialer Anerkennung zunutze, die durch das Äußere bemessen werde. Die Ware der Frauen sei ihr Körper und helfe ihnen einen Ehemann zu finden und damit finanzielle und ökonomische Sicherheit zu erlangen. Auch bei der Arbeitssuche wäre ein attraktives gepflegtes Äußeres von Vorteil. Die Werbung suggeriere Frauen, dass mangelnde Attraktivität die Ursache dafür sei, dass sie keinen Partner fänden. Eine Frau, so lautet die Botschaft der Werbung, muss sich mithilfe von Kosmetik und der neuesten Mode so attraktiv wie möglich machen und ihre Schönheit bewahren, um sich die Zuneigung eines Mannes zu sichern und um ihre ökonomische Sicherheit, sei es als Ehefrau oder als Berufstätige, zu gewährleisten. Die von der Werbung propagierten Schönheits- und Verhaltensideale werden von den Rezipientinnen verinnerlicht und prägen die Selbstwahrnehmung von Frauen.¹⁰⁸

„Schönheit genügt nicht!“ teilt *Brigitte* in der Serie „Machen Sie das Beste aus Ihrem Typ“ ihren Leserinnen mit. Der Bericht stellt die 27jährige Ingrid vor, die bis vor kurzem als Sekretärin arbeitete und nun nur mehr Hausfrau ist. Ingrid ist von Natur aus hübsch und schlank, doch sie weiß, dass sie ihre Schönheit nur durch regelmäßige Pflege erhalten kann. Natürliche Schönheit genügt nicht, vermittelt der Artikel. Um das Beste aus seinem Typ zu machen, muss eine Frau sich täglich pflegen und das richtige Make-up verwenden. Jeden Morgen reserviert sich Ingrid eine Stunde lang das Bad für ihre Schönheitspflege und wird deshalb als Ideal dargestellt. Sie hat jedoch noch keine Kinder. Ich bezweifle, ob

¹⁰⁷ Gepflegt - auch bei der Hausarbeit. In: *Brigitte* 12, 1959, 28ff.

¹⁰⁸ Ulrike Thoms, Dick und Dünn, schön und häßlich. Schönheitsideale und Körpersilhouette in der Werbung 1850-1950. In: Peter Borscheid, Clemens Wischermann (Hg.), *Bilderwelt des Alltags. Werbung in der Konsumgesellschaft des 19. und 20. Jahrhunderts*, Festschrift für Hans Jürgen Teuteberg (Stuttgart 1995), 278.

eine Hausfrau mit kleinen Kindern täglich diese Zeit für ihre Körperpflege aufbringen kann.¹⁰⁹

Auch die Eheratgeber der fünfziger Jahre raten einer Ehefrau zur täglichen Schönheitspflege, um attraktiv für ihren Mann zu bleiben. Zur regelmäßigen Körperpflege gehören neben der täglichen Körperhygiene auch eine wöchentliche Massage und die Kontrolle des Gewichts. Eine gesunde Ernährung, etwas Gymnastik und lange Spaziergänge an der frischen Luft erhalten den Körper jugendlich und gesund.¹¹⁰

„Anmut lässt sich lernen!“ ist der Titel eines weiteren Beitrags in der Rubrik „Machen Sie das Beste aus Ihrem Typ“. Das Mannequin Barbara Pröhl beherzigte diesen Ratschlag und wandelte sich vom unscheinbaren, „häßlichen“ Mädchen zur gefragten Schönheit. Es wird ein Bild von Barbara vor ihrer Karriere als Model gezeigt. Das junge Mädchen wird als ungepflegt, unscheinbar, „häßlich“, kränklich und unscheinbar beschrieben, wirkt auf mich aber keinesfalls unattraktiv, sondern hübsch. Ziel des Berichts ist meiner Meinung nach, den Leserinnen zu vermitteln, dass sie ohne kosmetische Hilfsmittel nicht schön sein können. Frauen sollen zum Kauf von Schönheitsprodukten angeregt werden. Darum wird die natürliche Schönheit eines jungen Mädchens abgewertet.

Barbara stellt sieben Gymnastikübungen vor, die zu einer guten Haltung und einem geschmeidigen Gang führen sollen. Diese Übungen müssen natürlich täglich betrieben werden, um das gewünschte Ergebnis - mehr Anmut - zu erreichen.¹¹¹

Praline vermittelt ihren Leserinnen, wie wichtig Grazie, die Anmut der Bewegungen, für eine Frau sei. Im Artikel „Alltag mit Grazie“ werden Hausfrauen dazu aufgefordert, beim Verrichten der täglichen Hausarbeit auf eine lockere natürliche Haltung zu achten. Hausarbeiten wie Staubsaugen sollen sie als Gymnastik betrachten, die die Figur formt; schwere Wäschestöße sollen sie nicht auf der Brust, sondern auf den Unterarmen tragen, weil dies die Bauchmuskulatur stärkt und weniger anstrengt. Abbildungen zeigen eine elegante Hausfrau bei der Hausarbeit, die die vorgestellten Ratschläge befolgt.¹¹² Der Bericht macht sichtbar, wie wichtig das Aussehen und eine gute Körperhaltung für Frauen sind. Eine Hausfrau muss nicht nur zu jeder Tageszeit einen attraktiven Anblick für ihren Mann bieten, sondern sogar bei der Hausarbeit, wenn sie alleine ist oder nur die Kinder um sich hat, auf eine graziöse Haltung achten.

¹⁰⁹ Schönheit genügt nicht! In: Brigitte 13, 1959, 28ff.

¹¹⁰ Lilo Aureden, Das praktische Ehebuch (Düsseldorf 1955) 253ff.

¹¹¹ Anmut lässt sich lernen! In: Brigitte 5, 1959, 36ff.

¹¹² Alltag mit Grazie. In: Praline, Juni 1955, 36f.

Die ideale Frau wird in einer Werbeanzeige für das Frauenelixier *Frauengold* beschrieben. Sie sollte der beste Kamerad des Mannes sein und dabei immer gepflegt und anziehend aussehen. *Frauengold* würde den Frauen all jene Eigenschaften schenken, die ihre Ehemänner als ideal weiblich ansehen würden. Das Mittel, so verspricht die Werbebotschaft, werde Frauen aufgeschlossen, lebensfroh, verlässlich und tatkräftig machen und ihnen Anmut, Zauber und Liebreiz schenken. Hier wird deutlich, dass von einer Frau erwartet wird, in jeder Situation ein perfektes Äußeres zu besitzen, auch wenn sie als Kameradin des Mannes seine Hobbies teilt. Das Werbebild zeigt einen Mann im Anzug, der Fotografien mehrerer Frauen betrachtet. Meiner Ansicht nach besagt das Bild, dass der Mann unter mehreren attraktiven Frauen die Schönste - die *Frauengold* eingenommen hat - auswählt. Einzig allein das Aussähen der Frauen entscheidet über seine Wahl. Die Botschaft dahinter lautet: Frauen sollen viel Wert auf ihr äußeres Erscheinungsbild legen, damit sie einen Mann finden. Ihre Charaktereigenschaften zählen erst in einer Beziehung, in der sich die Frau den Wünschen ihres Partners anzupassen hat.¹¹³

Welch große Rolle jugendliches Aussehen bei Frauen spielt, zeigt sich in einer Brillenwerbung mit dem Titel „Ich hatte Angst vor der Brille“, Darin erzählt eine Frau, dass sie wie viele Frauen eine Brille brauche, aber keine trug. Obwohl es im Text nicht erwähnt wird, ist klar, dass sie die Brille aus Sorge um ihr Aussehen nicht aufsetzte. Sie änderte ihre Meinung, als sie bemerkte, dass sie wegen ihres schlechten Sehens „die Augen zusammenkneift, Krähenfüße bekommt und immer müde aussieht. Eine Brille wirkt geradezu wie ein Make-up: Sobald die Augen endlich entlastet sind, entspannt sich das Gesicht, der verkniffene Ausdruck verschwindet, man sieht viel frischer, viel jünger aus.“¹¹⁴ Anschließend werden berühmte weibliche Stars wie Marilyn Monroe und Grace Kelly aufgezählt, die eine Brille tragen und es wird darauf hingewiesen, dass es modische, hübsche Brillen gäbe, die dem äußeren Erscheinungsbild nicht schaden würde. Das dazugehörige Bild zeigt eine attraktive Frau mit Brille, die sich mit ihrer Freundin in einem Kaffeehaus trifft.¹¹⁵ In dieser Werbung wird die wichtige Bedeutung von Jugendlichkeit zum Ausdruck gebracht. Die Frau soll nicht deshalb eine Brille tragen, weil sie schlecht

¹¹³ Praline, Juni 1956, 131.

¹¹⁴ Brigitte 25, 1957, 77.

¹¹⁵ Ebd.

sieht und deswegen in ihrem Alltag eingeschränkt ist, sondern damit sie die Augen nicht mehr zusammenkneift, was zu Krähenfüßen führen kann.

Die große Bedeutung von Jugendlichkeit lässt sich auch in einem Beitrag in der *Brigitte* aus dem Jahr 1973 erkennen. Als „immer noch schön - immer noch erfolgreich“ wird die 27jährige Sophie Derly beschrieben, die vor etwa zehn Jahren ein weltweit gefragtes Fotomodell war. Sophies Schönheitsrezept heißt viel Schlaf, viel frische Luft und mit Verstand essen. Unter dem Titel „immer noch schön“ hätte ich mir eine ältere Dame vorgestellt, die in ihrer Jugend eine berühmte Schönheit war. Sophie ist aber erst eine junge Frau von siebenundzwanzig Jahren. Der Artikel suggeriert den Leserinnen, dass man in diesem Alter nicht mehr jung sei und deshalb viel für sein Äußeres tun müsse, um die Jugendlichkeit zu erhalten.¹¹⁶

Brigitte präsentiert ihren Leserinnen Gesichtsgymnastikübungen, die spätestens ab Dreißig täglich durchgeführt werden sollen.¹¹⁷

Der Beitrag „Mutti könnte hübscher sein!“ in der *Brigitte* aus dem Jahr 1963 stellt drei Frauen um die fünfzig vor. Die Töchter dieser Frauen haben sich an die Zeitschrift gewandt, weil sie finden, dass ihre Mütter mehr aus sich machen könnten. Frauen über fünfzig würden häufig über den Alltagsorgen ihr Äußeres vernachlässigen. *Brigitte* spendiert den Müttern deshalb eine Schönheitskur. Make-up, Haarschnitt und Kleidungsstil werden verändert, um ein jugendlicheres Aussehen zu erreichen. Meiner Meinung nach wirken die Frauen nach dem Umstyling deutlich jugendlicher und attraktiver. Kleidung und Make-up wurden ihrem Typ angepasst und unterstreichen ihre Vorzüge. Auch dieser Artikel betont die Wichtigkeit einer guten Körperhaltung. Um ein Doppelkinn zu verhindern, muss eine Frau nicht nur tagsüber gute Haltung bewahren, sondern auch in der Nacht etwas für die Schönheit tun. Der Kopf darf nur auf einem flachen Rosshaarkissen ruhen, um auch beim Schlafen eine gute Haltung zu ermöglichen. Frau Maria Kessler sieht für eine Fünfzigjährige noch beneidenswert jung aus, schminkt sich aber zu auffallend. Eine allzu jugendliche und auffällige Aufmachung seien spätestens ab vierzig unangebracht. Frau Kessler wirkt nach der Typveränderung dezenter, damenhafter und zurückhaltender. Dies ist das vermittelte Weiblichkeitsideal des Beitrags

¹¹⁶ Immer noch schön - immer noch erfolgreich. In: *Brigitte* 22, 1973, 90f.

¹¹⁷ *Brigitte* 23, 1971, 109.

für eine ältere Frau. Sie soll sich dezent kleiden und modische Experimente lieber ihrer Tochter überlassen.¹¹⁸

Frau Roswitha Alexius hatte bei ihrer Heirat hellblonde Haare. Im Lauf der Zeit dunkelten diese etwas nach. Ihr Mann vertritt wie viele Ehemänner die Ansicht: Ich habe eine Blondine geheiratet, deswegen soll sie auch blond bleiben. Durch das häufige Blondieren wurden Frau Roswithas Haare eher gelb als blond. Dem Frisör gelang es, einen natürlicheren Blondton herzustellen. Dieses Beispiel zeigt deutlich, wie sehr Frauen auch noch nach längerer Ehe darum bemüht sind, attraktiv für ihren Mann zu erscheinen. Viele Männer sehen es als selbstverständlich an, dass ihre Frauen sich bemühen, der jugendlichen Frau zu ähneln, die sie bei der Hochzeit waren und das Älterwerden so lange als möglich zu verbergen.¹¹⁹

Ein Beitrag in der *Brigitte* Nr. 13 von 1957 mit dem Titel „Die armen schönen Frauen“ beschäftigt sich mit den Nachteilen der weiblichen Schönheit. Die Autorin ist der Meinung, dass es nur wenige wirklich schöne Frauen gäbe. Die meisten Frauen und Mädchen seien weder schön noch hässlich und besäßen ebenso Vorzüge wie schöne Haare als auch Nachteile wie eine zu große Nase. Schöne Frauen würden nur über ihr Aussehen definiert, nur um ihrer Schönheit und nicht um ihrer selbst willen geliebt. Da sie es im Leben leichter haben, falle es ihnen oft schwer, „schöne Charaktereigenschaften“ auszubilden, da sie überall Vorteile gegenüber durchschnittlich aussehenden Frauen genießen. Eine weniger gut aussehende Frau hingegen kann sich nicht darauf verlassen, dass ihr Aussehen ihr alle Probleme aus dem Weg räumt. Sie lernt dadurch, ihre Fähigkeiten, Talente und positive Charaktereigenschaften zu entwickeln. Schöne Frauen, behauptet die Kolumnistin Heilwig von der Mehden, hätten es schwer Freundinnen zu finden, da immer Neid auf ihre Schönheit im Spiel sei. Schon als Teenager hätten hübsche Mädchen keine richtigen Freundinnen, sondern eine Gruppe Bewunderinnen, die für sie Schularbeiten und andere kleine Aufgaben erledigen, um von der Beliebtheit ihrer schönen Freundin zu profitieren.

Der Artikel macht „durchschnittlich aussehenden“ Frauen Mut, indem er ihnen zeigt, dass Schönheit nicht das wichtigste im Leben einer Frau ausmacht und neben einigen Vorteilen viele Nachteile bringen kann. Ein guter Charakter wird von der Verfasserin höher bewertet als gutes Aussehen. Damit sind Eigenschaften wie soziale Kompetenz, Hilfsbereitschaft, Freundlichkeit und Bescheidenheit gemeint. Wirklich schöne Frauen wären die Ausnahme,

¹¹⁸ Mutti könnte hübscher sein! In: *Brigitte* 17, 1963, 46ff.

¹¹⁹ Ebd.

das Schönheitsideal deshalb für den Großteil der Frauen unerreichbar. Jede Frau, auch wenn sie nicht den Schönheitsnormen entspricht, hat bestimmte Vorzüge, die sie betonen soll, etwa schöne Augen oder ein sympathisches Lächeln. Schönheit verderbe oft den Charakter einer Frau, da diese auf ihr Äußeres eingebildet sei und nicht gelernt habe, auch einmal andere Menschen im Mittelpunkt stehen zu lassen.¹²⁰

Auch für eine berufstätige Frau ist Mitte der fünfziger Jahre Schönheit ihr wichtigstes Kapital. *Praline* stellt im Jahr 1954 den Beruf der Luftstewardess vor. Eine Bewerberin muss ledig sein und darf während der Ausübung des Berufes nicht heiraten. Eine anziehende Erscheinung ist das wichtigste Auslesekriterium, vor Anforderungen wie gute Zeugnisse, ordentliche Personalakten, einwandfreier Charakter, Gemeinschaftsgeist und dem Beherrschen einer Fremdsprache. Es werden ständig neue Bewerberinnen gesucht, da viele Stewardessen „weggeheiratet“ würden. Im Vorbereitungskurs lernen die jungen Frauen Tätigkeiten wie Kochen, Sanitätshilfe, Säuglingspflege und Erste Hilfe und besuchen einen Kosmetik-Lehrgang. Diese Ausbildung würde sie ideal auf die Ehe vorbereiten. Der Beitrag macht deutlich, dass die weibliche Berufstätigkeit nur als Übergangszeit bis zur Eheschließung gedacht ist. Junge Frauen sollen sich in der Berufsausbildung auch auf die Ehe vorbereiten. Das Ziel der Luftstewardessen wird als modernes Märchen beschrieben: Ein amerikanischer Millionär heiratet eine „Luft-Fee“, die er auf einem Flug kennen gelernt hat.¹²¹

Praline Nr.10 von 1962 veröffentlicht unter dem Titel “Schönheit sitzt tiefer als die Haut“ Auszüge aus dem Buch „Erfolg kommt nicht von ungefähr“ des deutschen Schönheitschirurgen Dr. Maltz. Dieser widerlegt die weit verbreitete Annahme, dass eine Schönheitsoperation die Beziehung einer Frau retten und sie glücklicher machen könne. Der Chirurg habe in seiner langjährigen Praxis nur selten erlebt, dass Männer ihre Frauen wegen deren Alters verließen. Meist würde sich ein Paar entfremden, wenn die Frau weniger fröhlich, selbstbewusst und verständnisvoll sei und ihrem Partner seltener ihre Liebe zeige. Eheprobleme hätten nichts mit dem Aussehen der Frau zu tun, sondern stünden im Zusammenhang mit ihrem Innenleben. Frauen könnten diese Probleme durch die Veränderung ihres Selbstbildes lösen und sich somit eine Schönheitsoperation ersparen. Sie sollen sich nicht als „alt“ betrachten, weiterhin der Jugend zugeschriebene Aktivitäten wie Sport betreiben und sich um eine positive Einstellung zum eigenen Selbst

¹²⁰ Heilwig von der *Mehden*, Die armen schönen Frauen. In: *Brigitte* 13, 1957, 16.

¹²¹ „Eine“ von 1000. In: *Praline* 4, 1954, 126ff.

bemühen. Dies bedeutet auch, mögliche Fehler und Schwächen zu akzeptieren. Die meisten Menschen würden glauben, durch Veränderung der äußeren Lebensumstände eine positive Änderung ihres Lebens zu erreichen, stattdessen sollen sie mit der Erforschung der eigenen Seele beginnen. Auffallend an diesem Beitrag ist die Tatsache, dass ein Schönheitschirurg Frauen von einer Schönheitsoperation abrät.¹²²

Im Gegensatz zum oben genannten Bericht stellt ein Artikel in der *Brigitte* aus dem Jahr 1969 Schönheitsoperationen positiv dar. Er schildert die Geschichte einer 23jährigen Frau, die seit ihrem dreizehnten Lebensjahr unter ihrer Höckernase litt. Nach langem Überlegen entschied sie sich für eine Nasenoperation. Seitdem fühle sie sich wie ein neuer Mensch und sei selbstbewusster und offener geworden. Die neue Nase habe einen neuen Menschen aus ihr gemacht.¹²³

Gerhard Wurzbacher führte 1964-1965 eine Studie über die bundesdeutsche Familie durch und befragte dabei 164 Familien. Aus der Auswertung der Umfrageergebnissen lässt sich erkennen, dass Männer noch Mitte der sechziger Jahre die Ansicht vertraten, dass ihre Frauen sich für sie attraktiv zu halten hätten. Wurzbacher kritisiert, dass manche Frauen sich in einem so hohen Ausmaß mit der Pflege ihres Äußeren beschäftigen, dass sie darüber ihre Bildung und die Beziehung zu Gesellschaft und Kultur vernachlässigen würden. Dies würde sich negativ auf ihre Persönlichkeitsbildung und auf Ehe und Familie auswirken. Die Umfrage ergab weiters, dass vom Mann erwartet wurde, bei der Partnerwahl und in sexuellen Dingen die Initiative zu ergreifen.¹²⁴

George Paloczi-Horvath beschreibt in seinem 1968 erschienen Buch „Sex-Umsturz der Tabus“ das so genannte „Mädchenwunder“ der BRD. Damit bezeichnet er eine „Schönheitsexplosion“ der deutschen Frauen, die in den fünfziger Jahren begann. Junge westdeutsche Frauen seien viel attraktiver und schlanker als die vorherige Frauengeneration ihrer Mütter. Paloczi-Horvath führt dies auf den allgemeinen Wohlstand der BRD, gesündere Ernährung und sportliche Betätigung zurück. Als Hauptfaktor für diese Entwicklung betrachtet er aber die sexuelle Emanzipation der Frauen, die sexualisierte Atmosphäre in der Gesellschaft der sechziger Jahre und die innere Freiheit

¹²² Schönheit sitzt tiefer als die Haut. In: *Praline* 10, 1962, 40ff.

¹²³ Die neue Nase machte einen neuen Menschen aus mir. In: *Brigitte* 23, 1969, 126ff.

¹²⁴ Gerhard Wurzbacher, *Leitbilder gegenwärtigen deutschen Familienlebens. Methoden, Ergebnisse und sozialpädagogische Forderungen einer soziologischen Analyse von 164 Familienmonographien*, Vierte Auflage mit einem einführenden Vergleich über die bundesdeutsche Familie 1950 und 1968 (Stuttgart 1969) Vorwort des Autors, 4.

vieler deutscher Jugendlicher. Im Gegensatz zur Elterngeneration würden die jungen Leute weniger von starren Grundsätzen, Vorurteilen und Tabus eingeschränkt. Paloczi-Horvath nennt die jungen Frauen nicht „Sexbomben“, sondern „Persönlichkeitsbomben“. Schönheit und erotische Ausstrahlung wären ein Teil ihrer Persönlichkeit und würden zur Unabhängigkeit und Selbstsicherheit der jungen Frauen beitragen.¹²⁵

Praline präsentiert in einer Ausgabe aus dem Jahr 1977 Mode durch ein schwarzes Model. In meinen Quellen der fünfziger und sechziger Jahre habe ich in keine Frauen anderer ethnischen Herkunft als die weiße, oft blonde Europäerin gefunden. Dieses Beispiel lässt eine größere Akzeptanz Menschen anderer Ethnizität oder Hautfarbe in den siebziger Jahren erkennen. Kritisch gesehen sollte meiner Ansicht nach aber der Zusammenhang zwischen der attraktiven schwarzen Frau und der Art der Mode, die diese präsentiert. Es handelt sich dabei um den „Safari-Look“. Mädchen gehen dabei in Kleidung mit Raubkatzenmotiven und Urwaldszenen auf die Pirsch, um ihre „Beute“, einen Mann, zu fangen. Hier wird das alte Bild schwarzer Frauen als „Wilde“ und „Jägerinnen aus dem Urwald“ bedient, die einen weißen Mann einfängt. Allgemein betrachtet ist dieser Modebeitrag der *Praline* aber positiv zu werten, da er zu mehr Akzeptanz von Menschen anderer Ethnizitäten durch die Leserschaft führen kann.

Weiblichkeitskonzepte müssen wiederholt inszeniert werden, um als kulturelle Norm akzeptiert zu werden.¹²⁶ Massenmedien wie Fernsehen oder Zeitschriften zeigen immer wieder den gleichen idealen Frauentyp, bis dieser von der Bevölkerung als Schönheitsnorm akzeptiert wird.

Constanze Bausch verweist auf die inneren Bilder, die in jedem Menschen existieren: „Medial vermittelte Bilder stehen in einem intensiven Austauschverhältnis mit gebildeten lebensweltbezogenen Vorstellungen und halten Orientierungs-, Mitteilungs- und Deutungsfunktionen für die Alltagswirklichkeit bereit.“¹²⁷

„Die Rezipienten denken und fühlen mit inneren Bildern. Bei jedem visuellen Vorgang (Außen-Bild) erfolgt ein Update (Abgleich) mit den inneren Bild-Welten (ohne dass sich

¹²⁵ George Paloczi-Horvath, *Sex. Umsturz der Tabus* (Düsseldorf/Köln 1968) 110ff.

¹²⁶ Constanze Bausch, *Verkörperte Medien. Die soziale Macht televisueller Inszenierungen* (Bielefeld 2006) 92.

¹²⁷ Ebd., 48.

die Rezipienten dessen bewusst werden). Entsprechend der Präferenzen wird die Bildbotschaft dekodiert und in das Handlungsgefüge integriert.“¹²⁸

Die Illustrierten *Brigitte* und *Praline* präsentieren ihren Leserinnen wiederholt Frauen des gleichen Typs: jung, schlank, bis auf wenige Ausnahmen hellhäutig und vor allem in den *Brigitte*-Ausgaben der fünfziger Jahre häufig blond. Die Leserinnen, die regelmäßig die Illustrierten betrachten, verinnerlichen das weibliche Schönheitsideal der Zeitschriften und versuchen, diesem mit Hilfe der in den Illustrierten beworbenen Schönheitsprodukten und vorgestellten Schönheitstipps zu entsprechen.

¹²⁸ Franz Josef Röll, *Mythen und Symbole in populären Medien. Der wahrnehmungsorientierte Ansatz in der Medienpädagogik* (Frankfurt am Main 1998) 65.

4. Weibliche Rollenbilder und Verhaltensanweisungen

4.1. Die Rolle der Frau im Haushalt und in der Familie

In der Nachkriegszeit wurde in Frauenzeitschriften wie *Constanze* ein modernes emanzipiertes Frauenbild präsentiert. Da im Krieg viele Männer ums Leben gekommen waren, sahen sich viele Frauen dazu gezwungen, die Rolle des Familienoberhauptes und der allein Erziehenden Mutter einzunehmen. In der Öffentlichkeit wurden Vorstellungen von Familie, die Einstellung zu außerehelicher Sexualität und Empfängnisverhütung thematisiert, die Ende der vierziger Jahre von einem Großteil der Bevölkerung gutgeheißen wurde. Anfang der fünfziger Jahre kam es zu einem Wandel in der Einstellung zu Sexualität. Die Mehrheit der Bevölkerung sprach sich nun gegen voreheliche sexuelle Beziehungen und freies Zusammenleben aus. Frauenzeitschriften wie *Constanze* vermittelten ein traditionelles Frauenbild, das sich auf das bürgerliche Familienideal des 19. Jahrhunderts berief.¹²⁹

In der BRD fand eine Rechristianisierung der Gesellschaft statt. Christliche Moralvorstellungen bestimmten die Haltung zur Sexualität. Die Jugendlichen wurden im Sinn dieser konservativen Werte erzogen und sollten sexuelle Erfüllung nur in der Ehe finden.¹³⁰ Frauen waren sexuell weniger erfahren als Männer; in ihren Lebensentwürfen spielte das Sexuelle eine geringere Rolle. Bis Mitte der 60er Jahre tendierten Frauen dazu, voreheliche Sexualität auf ihren späteren Ehepartner zu beschränken. Franz Eder nennt dies „Freizügigkeit bei Liebe und Bestehen einer Heiratschance“.¹³¹

Die katholische Kirche förderte das Modell der Klein- oder Kernfamilie. Abweichungen von den Normen der Sexualmoral wurden als Bedrohung der Gesellschaft angesehen. Dieses konservative Familienmodell herrschte bis in die sechziger Jahre vor. Die ideale Frau, die zu dieser Zeit in den Frauenzeitschriften präsentiert wurde, sollte anmutig, natürlich, zurückhaltend, anspruchslos und verständnisvoll sein, Opfer bringen und sich ihrem Ehemann anpassen. Frauen waren für das Funktionieren der Ehe verantwortlich. Die wichtigste Aufgabe im Leben einer Frau war die Mutterschaft. Im Lauf des Jahrzehnts

¹²⁹ Eva-Maria Silies, *Liebe, Last und Lust. Die Pille als weibliche Generationserfahrung in der Bundesrepublik 1960-1980*, Göttinger Studien zur Generationsforschung. Band 4 (Göttingen 2010) 39f.

¹³⁰ Eder, *Kultur der Begierde*, 212 ff.

¹³¹ Ebd., 215f.

stieg die Berufstätigkeit von Frauen immer mehr an, ohne jedoch die Rolle des Mannes als Familienernährer zu bedrohen.¹³²

Um 1950 kam es in der BRD zu einem ökonomischen Aufschwung, genannt „Wirtschaftswunder“. Der Familie kam dabei die Funktion zu, die Gesellschaft zu stabilisieren. Mitte der fünfziger Jahre brachte die neue Jugendkultur des Rock 'n' Roll die konservativen Moralvorstellungen zum Wanken. Jugendzeitschriften wie *Bravo* machten das Sexualleben Jugendlicher zu einem öffentlichen Thema. In dieser Zeit begann die Sexualisierung des Konsumierens, die von vielen kritisch betrachtet wurde. Die Werbung wurde erotisiert, indem Produkte durch attraktive, freizügig gekleidete junge Frauen beworben wurden. Unbeeinflusst von dieser Entwicklung rieten Eheratgeber und Aufklärungsbücher nach wie vor zu Keuschheit vor der Ehe, die allein ein glückliches Eheleben garantieren würde.¹³³

Dabei herrschte jedoch eine Doppelmoral. Männer erwarteten von jungen Frauen, sich bis zur Hochzeit ihre Jungfräulichkeit zu bewahren, während sie selbst sexuelle Erfahrungen vor der Ehe machten. Frauen der fünfziger Jahre wurden durch die Medien mit einem neuen amerikanischen Frauenbild konfrontiert, welches im Gegensatz zu ihrer Rolle als Hausfrau und Mutter stand und von Franz Eder als „Marilyn Monroe Doktrin“ bezeichnet wird. Der weibliche Körper wurde durch die Massenmedien sexualisiert. Abbildungen von Pin-up-girls wurden in der Werbung eingesetzt, um zum Konsum anzuregen. Viele junge Menschen träumten in den fünfziger Jahren aber immer noch von einem traditionellen Familienleben und ökonomischer Sicherheit.¹³⁴

Ulrike Thoms vertritt die These, dass die Werbung der fünfziger Jahre eine „Neue Hilflosigkeit“ der Frau propagierte. Hatten Frauen im Krieg in Männerberufen gearbeitet und in der Nachkriegszeit beim Wiederaufbau geholfen, wurden sie nun wieder in der Werbung als vom Ehemann abhängige Hausfrau dargestellt, deren Aufgabenbereich im Haushalt und in der Kindererziehung lag. Gleichzeitig wurden Frauen in der Werbung auch in der Rolle der Verführerin abgebildet. Die deutsche Werbebranche orientierte sich an amerikanischer Werbung und setzte ebenso wie diese Sex-Appeal in den Werbeanzeigen ein.¹³⁵

¹³² *Silies*, Liebe, Last und Lust, 43ff.

¹³³ *Eder*, Kultur der Begierde, 217ff.

¹³⁴ Franz X. *Eder*, 'The National Socialists' 'Healthy Sensuality' Succeeded by the American influence: Sexuality and Media from National Socialism to the Sexual Revolution. In: Günter *Bischof*, (Hg.), *Sexuality in Austria*, Contemporary Austrian studies v. 15 (New Brunswick/New Jersey 2007) 118ff.

¹³⁵ *Thoms*, Dick und Dünn, schön und hässlich, 263f.

Werbung wurde Michael Kriegeskorte zufolge in den fünfziger Jahren dazu benutzt, Frauen wieder in ihre traditionellen Rollen als Hausfrau und Mutter einzuweisen. Die in der Werbung gezeigten Frauen waren stets jung und attraktiv und lächelten den/die BetrachterIn an. Frauen, so die Aussage der Werbung, sollten für ihren Mann attraktiv sein, sich passiv und still verhalten und sich nicht mit ernsthaften Themen beschäftigen. Frauen verinnerlichten dieses Weiblichkeitsideal und verhielten sich dementsprechend.¹³⁶

In den Werbeanzeigen der Illustrierten *Brigitte* und *Praline* werden Frauen in den fünfziger und sechziger Jahren oft in ihrer Rolle als Hausfrau und Mutter abgebildet. Ein Beispiel dafür ist die Werbung für das Feinwaschmittel *FEWA* in der *Brigitte*, die drei Generationen von Frauen in der Küche zeigt. Die Großmutter fegt den Küchentisch, die Hausfrau bereitet die Wäsche vor, während ihre Tochter ihnen zusieht.¹³⁷ Diese Abbildung symbolisiert das Familienideal der 50er Jahre, wonach die Frau für Haushalt und Kinder zuständig ist und der Mann durch seine Erwerbsarbeit die Familie ernährt. Das kleine Mädchen wird auf seine zukünftige Rolle als Hausfrau vorbereitet, indem es Mutter und Großmutter bei der Hausarbeit zusieht.

Eine weitere *FEWA*-Werbung zeigt einen Mann, der abends im Hotelzimmer sein Hemd im Waschbecken mit *FEWA* wäscht. Der Text dazu lautet: „Morgens ist dann alles wieder frisch, so als ob Mutti es selbst gemacht hätte. Solch kleine Wäsche ist für den Mann von heute kein Problem.“¹³⁸ Waschen, so vermittelt die Werbung, sei Frauensache, doch in Notfällen könne auch der Mann sein Hemd waschen, wenn keine Frau für diese Tätigkeit zur Verfügung stehe.

Der Werbetext für das Waschmittel *Wipp-perfekt* lautet folgendermaßen: „Sein viertes Hemd in dieser Woche! Mein Mann kann sich das leisten- denn mit *Wipp-perfekt* macht mir das Waschen keine Mühe mehr! *Wipp-perfekt* ist das moderne Waschmittel der neuen Zeit. Damit waschen Sie zeitsparend und mühelos...“¹³⁹ Daneben ist ein Ehemann abgebildet, der ein frisches Hemd trägt und zufrieden lächelt. Seine Frau steht hinter ihm und umarmt ihren Mann, wobei sie den Betrachter der Anzeige anzulächeln scheint.¹⁴⁰ Diese Werbung spiegelt die klassische Rollenverteilung einer bürgerlichen Mittelstandsfamilie in den fünfziger Jahren wider. Es ist Aufgabe der Hausfrau, ihrem Mann stets frische Wäsche zur Verfügung zu stellen und diese selbstverständlich auch zu

¹³⁶ *Kriegeskorte*, Werbung in Deutschland 1945-1965, 116.

¹³⁷ *Brigitte* 12, 1957, 38.

¹³⁸ *Brigitte* 20, 1957, 15.

¹³⁹ *Brigitte* 18, 1957, 43.

¹⁴⁰ Ebd.

bügeln, worauf in dieser Waschmittelwerbung nicht eingegangen wird. Der Werbetext richtet sich ausschließlich an Frauen in einer Ehe oder Partnerschaft. Das „moderne, zeitsparende Waschmittel“ suggeriert der Hausfrau, dass Frauen in der Vergangenheit mehr zeitlichen Aufwand für die Hausarbeit aufwenden mussten und das Waschen heutzutage (mithilfe einer Waschmaschine und besserem Waschpulver) mühelos zu erledigen sei.

Eine Waschmaschine besaßen im Jahr 1953 erst 3,5% aller Haushalte der BRD. In den meisten Familien war es Aufgabe der Hausfrau, die Wäsche einmal in der Woche in einem Topf auf dem Herd mit Seifenlauge auszukochen, mehrmals händisch zu spülen und danach zum Trocknen aufzuhängen. Mit der Zeit leisteten sich immer mehr Haushalte elektrische Wäscheschleudern, dann Bottichwaschmaschinen oder halbautomatische Waschmaschinen und später Waschvollautomaten. Diese Haushaltsgeräte erleichterten den Frauen das Waschen, indem sie Arbeitszeit und Kraftaufwand sparten.¹⁴¹

Bis Anfang der sechziger Jahre wuschen viele Frauen noch ihre Wäsche im Waschkessel. Zu dieser Zeit war die Waschmaschine für viele Haushalte ein Luxusgegenstand. 1957 besaßen 16% der Haushalte der BRD eine Waschmaschine, während im Jahr 1962 bereits ein Viertel aller Haushalte eine Waschmaschine und 8,6% einen Waschautomaten besaßen.¹⁴²

Dass Bügeln noch zu Beginn der sechziger Jahre als eine weibliche Aufgabe angesehen wurde, verdeutlicht eine Werbung in der Illustrierten *Praline* für ein bügelfreies Herrenhemd mit dem Titel „Dies ist die Lösung des Hemdenproblems“.¹⁴³ Das Werbebild zeigt auf der linken Seite einen Mann im Smoking, in der Mitte befindet sich der Werbetext für das Hemd von *perlon porös*. Auf der rechten Seite ist eine Frau im Stil einer Zeichentrickfigur zu sehen, die ein bügelfreies Herrenhemd in den Händen hält. Die gezeichnete Frauenfigur ist etwa um zwei Drittel kleiner als der Mann. Das Unternehmen *perlon porös* bewirbt sein Herrenhemd mit dem Slogan: „Täglich ein frisches Hemd - das ist mit *perlon porös* kein Problem. Dieses neue Herrenhemd ist wirklich bügelfrei. Abends in wenigen Minuten lauwarm gewaschen und tropfnass auf einen Bügel gehängt, präsentiert es sich morgens blütenrein wie frisch gebügelt. *Perlon porös* ist die Lösung des Hemdenproblems. Darum tragen es praktisch denkende Männer - ihren Frauen zuliebe.“¹⁴⁴

¹⁴¹ Strobel, Im Petticoat am Nierentisch, 121.

¹⁴² Gudrun Silberzahn-Jandt, Wasch-Maschine. Zum Wandel von Frauenarbeit im Haushalt (Marburg 1991) 16ff.

¹⁴³ Praline 25, 1960, 32.

¹⁴⁴ Ebd.

Die Botschaft dieser Werbung vermittelt einerseits immer noch die traditionelle Rollenverteilung in der Ehe - Waschen und Bügeln bleibt Frauensache - bezeichnet aber das tägliche Hemdenbügeln als ein Problem der Frauen. Der verständnisvolle Ehemann soll der Hausfrau Arbeitszeit ersparen und Hemden der Firma *perlon porös* kaufen, die sie nicht mehr bügeln muss. Das abendliche Hemdenwaschen bleibt jedoch Aufgabe der Frau, obwohl dies schnell und einfach zu erledigen ist und deshalb auch vom Mann selbst getan werden könnte. Im Gegensatz zu früheren Werbungen für Waschmittel oder Hemden aus den *Brigitte*-Ausgaben der fünfziger Jahre thematisiert diese Hemdenwerbung aus dem Jahr 1960 weibliche Hausarbeit als belastend und als ein Problem, dessen Lösung in der Entwicklung neuer Produkte wie einem bügelfreien Hemd besteht. Dadurch erspart sich die Hausfrau Zeit und Mühe. Das traditionelle Frauenbild wird jedoch nicht in Frage gestellt.

Hausarbeit war bis zu der Einführung neuer technischer Haushaltsgeräte in den sechziger Jahren eine körperlich belastende Arbeit. Das Bild der Hausfrau verlor in den sechziger Jahren zunehmend an Bedeutung. Hausarbeit wurde von vielen Frauen als eintönig betrachtet. Frauen, die einer Erwerbstätigkeit nachgingen, waren in den meisten Fällen noch zusätzlich für den Haushalt verantwortlich und litten unter dieser Doppelbelastung.¹⁴⁵

Eine Woche weniger Arbeit im Jahr verspricht die Firma *pratica* den Hausfrauen, wenn sie ihr knitterfreies Hemd kaufen. Unter dieser Werbung befindet sich eine weitere Anzeige für Waschgeräte (Waschmaschinen und Wäscheschleudern). „Kaufen Sie Freizeit!“ lautet der Werbeslogan, der sich ebenfalls nur ans weibliche Publikum richtet.¹⁴⁶

In der gleichen *Praline*-Ausgabe befindet sich eine Werbung für das Waschmittel *Wippperfekt*, die ebenfalls die geringere Anstrengung der Hausfrau beim Wäschewaschen zum Thema macht. „Da staunt der Ehemann“, lautet der Werbeslogan, „Die moderne Hausfrau steht heute mit den Heinzelmännchen auf gutem Fuß: Sie kennt die Mittel, durch die man mit weniger Anstrengung mehr leistet.“¹⁴⁷ Durch das neue Waschmittel wird das Waschen erleichtert und kostet weniger Anstrengung. Darüber freut sich auch der Ehemann, denn „...frisch und munter erscheint die Hausfrau dem staunenden Ehemann, der es gar nicht fassen kann, daß sie nach so viel Arbeit noch so vergnügt ist.“¹⁴⁸ Hier wird deutlich, dass

¹⁴⁵ *Silies*, Liebe, Last und Lust, 49.

¹⁴⁶ *Praline* 25, 1960, 90.

¹⁴⁷ *Praline* 25, 1960, 47.

¹⁴⁸ Ebd.

weibliche Hausarbeit weniger Anerkennung erhält als männliche Erwerbsarbeit. Der Ehemann kommt erschöpft von der Arbeit nach Hause und wundert sich, dass seine Frau nach einem Tag voller Hausarbeit noch frisch und munter erscheint. Daraus könnte er den Schluss ziehen, dass Hausarbeit weniger anstrengend als Erwerbsarbeit sei. Mithilfe moderner Produkte wie gutem Waschmittel könne die häusliche Arbeit nebenbei verrichtet werden und erfordere keine körperliche Anstrengung mehr.

Die zunehmende Technisierung des Haushaltes führte zu einer Erleichterung der Hausarbeit, reduzierte aber entgegen dem Versprechen der Werbung die Arbeitszeit der Hausfrauen nur um ein Weniges, da immer höhere Ansprüche an Sauberkeit und Ernährung gestellt wurden. Die neuen technischen Haushaltsgeräte besaßen laut W. Glatzer einen „Aufforderungscharakter“, das heißt, sie wurden öfter als notwendig benutzt, da sie jederzeit verwendet werden konnten. Eine Folge der zunehmenden Technisierung des Haushaltes für die Hausfrau war die Reduzierung sozialer Kontakte. Vor der Einführung der Waschmaschine hatten Frauen häufig gemeinsam gewaschen, um den Arbeitsaufwand zu erleichtern. Nun wurde Hausarbeit zur Privatsache der Hausfrau. Eine weitere Folge der Rationalisierung des Haushaltes war die Koordination verschiedener Hausarbeiten zur gleichen Zeit. Zum Beispiel kochte eine Frau, während nebenbei die Waschmaschine lief.¹⁴⁹

Neben Waschen und Bügeln ist auch Schuhe putzen eine weiblich konnotierte Tätigkeit. Die Werbung für *Nuos*-Schuhcreme stellt ein kleines Mädchen dar, das die Schuhe ihres Vaters putzt.¹⁵⁰ Dieses Bild verdeutlicht, dass es die Aufgabe der Mädchen sei, ihrer Mutter bei der Hausarbeit zu helfen. Mädchen werden in den Werbeanzeigen oft dabei dargestellt, wie sie der Mutter bei der Hausarbeit helfen, während Buben in dieser Rolle nicht gezeigt werden. Ein weiteres Beispiel dafür findet sich in einer weiteren *FEWA*-Werbung¹⁵¹: Die Tochter hilft der Mutter bei der Wäsche, indem sie einen kleinen Wäschekorb in den Garten trägt, wo die frisch gewaschene Wäsche auf einer Wäscheleine zum Trocknen aufgehängt ist.

¹⁴⁹ Insa *Fooken*, Inken *Lind*, Vielfalt und Widersprüche weiblicher Lebensmuster. Frauen im Spiegel sozialwissenschaftlicher Forschung (Frankfurt/New York 1994) 24f.

¹⁵⁰ Brigitte 24, 1957, 49.

¹⁵¹ Brigitte 18, 1957, 34f.

Kochen wird in der Frauenzeitschrift *Brigitte* stets als eine typisch weibliche Aufgabe dargestellt. Die Werbung „Koch mit“ für die Margarine *Sanella* richtet sich ausschließlich an die „liebe Hausfrau“.¹⁵² Ein spezielles *Sanella*-Kochbuch richtet sich an die berufstätige Hausfrau, der nicht viel Zeit zum Einkaufen und Kochen bleibt. Auch wenn die Ehefrau berufstätig ist, bleibt das Kochen eine weibliche Aufgabe, die sie nach der Arbeit zu erledigen hat. Von geteilter Hausarbeit war in den fünfziger Jahren noch keine Rede; in den *Brigitte*-Ausgaben in diesem Zeitraum finden sich keine Darstellungen kochender Männer.

Kochen wird noch im Jahr 1962 als Frauenarbeit angesehen. Ein Artikel in der *Praline* beschäftigt sich mit dem Thema Reisen auf einem Hausboot in England.¹⁵³ Ein Foto zeigt eine Frau, die in der Küche des Hausbootes am Herd steht und eine Mahlzeit zubereitet. Der Text dazu besagt, dass man in dieser Küche leicht eine Mahlzeit für zehn bis zwölf Personen zubereiten kann. Das Bild vermittelt, dass Frauen auch im Urlaub ihren häuslichen Aufgaben nachkommen sollen. Auf der nächsten Seite befindet sich hingegen eine weitere Aufnahme, die einen Mann und eine Frau zeigen, die gemeinsam kochen. „Selbst die männlichen Touristen werden gelegentlich zum Küchendienst herangezogen, bei dem sich die Passagiere jeweils abwechseln“ steht darunter.¹⁵⁴ Der Artikel vermittelt die Botschaft, dass Kochen Frauenarbeit sei. In manchen Situationen müssten aber auch Männer diese Pflicht übernehmen, damit die Frauen im Urlaub nicht mehr arbeiten müssten als die Männer. Eine Urlaubsreise ist jedoch eine Ausnahmesituation; zuhause wird es wohl als selbstverständlich angesehen werden, dass die Frau das Kochen erledigt. Frauen, so vermittelt der Bericht, können keine „Ferien vom Ich“ erleben, da sie auch in den Ferien die „weibliche“ Aufgabe des Kochens, wenn auch in einem geringeren Ausmaß als im Alltag, verrichten müssen.

Ein weiteres Bild zeigt eine Bordstewardess, die das Hausboot unter einer Brücke hindurch steuert. „Auch bei schwierigen Hindernissen steht die Bordstewardess ihren Mann am Steuer, wenn der Maat vom Dienst gerade verhindert ist“, lautet die Beschreibung des Fotos.¹⁵⁵ Frauen sind durchaus in der Lage, ein Hausboot zu steuern; dies ist aber eine männlich konnotierte Aufgabe, die die Frau nur dann ausübt, wenn kein Mann zur Verfügung steht.

¹⁵² *Brigitte* 17, 1957, 33.

¹⁵³ Ferien vom Ich auf englischen Kanälen. In: *Praline* 17, 1962, 14.

¹⁵⁴ Ebd.

¹⁵⁵ Ebd., 15.

Dass Staubsaugen eine ausschließlich weibliche Aufgabe ist, lässt sich aus einer Werbung für Staubsauger schließen, in der das Unternehmen *AEG* sein Produkt mit dem Slogan „Geschaffen für die Hand moderner Frauen“ bewirbt.¹⁵⁶ Frauen wird vermittelt, dass Staubsaugen einzig und allein ihre Aufgabe sei, denn ein Mann könnte den Staubsauger womöglich gar nicht bedienen, da dieser für Frauenhände konstruiert wurde.

Ein Beitrag in der *Praline* aus dem Jahr 1964 über Kindererziehung vermittelt ein konservatives Frauenbild. Das kleine Mädchen Karoline beobachtet, wie seine Mutter den Küchenboden scheuert und macht es ihr nach, weil in jedem Mädchen, so wird behauptet, eine Hausfrau stecke. Die Mutter hat keine Zeit, ihrem Sohn Michael zuzuhören, der ihr etwas erzählen will, weil sie den ganzen Tag über mit der Haushaltsführung und der Kinderbetreuung beschäftigt ist und unter Stress steht. Am Abend kommt der Vater müde von der Arbeit nach Hause und hat ebenfalls keine Lust, sich mit dem Sohn zu beschäftigen. Der Artikel stellt so genannte Mütter- und Elternschulen vor, in denen vor allem Müttern gezeigt wird, wie sie richtig mit ihren Kindern spielen sollen. Junge Mädchen würden heutzutage nicht mehr für die Familie, sondern für den Beruf erzogen, wären tüchtig bei der Kindererziehung, aber es würde ihnen im Spiel mit ihren Kindern an Fantasie mangeln.¹⁵⁷ Dieser Bericht tritt deutlich für die traditionelle Rollenverteilung ein. Er kritisiert bereits Anfang der sechziger Jahre die zunehmende Erwerbstätigkeit von Frauen. Das Problem der Überforderung der Hausfrau wird angesprochen, aber es werden keine Lösungen außer dem Rat vorgeschlagen, dass die Hausfrau täglich mindestens eine halbe Stunde mit ihren Kindern basteln oder malen soll.

Praline vermittelt ihren Lesern, dass Frühjahrsputz eine ausschließlich weibliche Aufgabe sei. Eine Anleitung für den Frühjahrsputz zeigt eine junge Frau mit Schürze. Die Hausfrau soll die Putzarbeit auf zwei Wochen verteilen, um nicht durch dreitägiges ununterbrochenes Putzen ihre Laune und die Laune ihres Mannes zu ruinieren.¹⁵⁸ Die körperliche Anstrengung des Putzens der ganzen Wohnung oder des ganzen Hauses wird heruntergespielt, indem suggeriert wird, dass sich der Frühjahrsputz mithilfe moderner Geräte schnell, leicht und fast nebenbei erledigen lässt.

¹⁵⁶ *Praline* 25, 1960, 83.

¹⁵⁷ Ilsemarie *Hoth*, Auch kleine Leute haben große Sorgen. In: *Praline* 9, 1964, 96ff.

¹⁵⁸ Frühjahrsputz- immer leichter – immer schneller. In: *Praline* 5, 1967, 66f.

Im Jahr 1974 vermittelt eine Waschmaschinenwerbung der Firma Henkel in der *Brigitte* ein moderneres Frauenbild. Die Abbildung zeigt einen Mann, der sein Baby wickelt. Der Werbeslogan lautet: „Immer weniger Väter halten es für unmännlich, auch einmal Mutterpflichten zu übernehmen“.¹⁵⁹ Männer würden immer weniger von Trennung in männliche und weibliche Aufgaben halten und ihre Frauen im Haushalt unterstützen. Im Gegensatz zu früheren *Brigitte*-Ausgaben aus den fünfziger Jahren übernimmt hier ein Vater die als typisch weiblich angesehene Aufgabe des Wickelns. Die Werbung tritt meiner Meinung nach aber nicht für gleiche Arbeitsteilung in Haushalt und bei der Versorgung der Kinder ein, da der Vater „auch einmal“ und nicht regelmäßig sein Kind wickeln kann, ohne an Männlichkeit zu verlieren. Diese Tätigkeit ist nach wie vor eine „Mutterpflicht“, die der Mann übernimmt, wenn die Frau anderweitig beschäftigt ist.

„Ich bin nicht arbeitslos. Ich bin Hausmann!“ lautet der Titel eines Artikels in der *Brigitte* aus dem Jahr 1973. Hausmänner, so wird berichtet, würden immer noch Unglauben und Erstaunen hervorrufen. Es werden drei Männer vorgestellt, die sich für die Rolle des Hausmannes entschieden haben. Hellmut Anschau gab seinen Beruf auf, den er als Zufallsberuf bezeichnet, während seine Frau ihren Beruf mit Leidenschaft ausübt. Das Paar hatte eingesehen, dass es Fehler in der Kindererziehung gemacht hatte. Beide Partner standen außerdem unter großem Stress, sodass sie beschlossen, dass ein Partner zuhause bleiben sollte. Hellmut hatte anfangs Schwierigkeiten mit seiner neuen Rolle, da er nun erstmals erkannte, wie viel Arbeit Hausarbeit und Kindererziehung tatsächlich sind, obwohl er früher bei der Hausarbeit geholfen hatte. Er habe aber nicht das Gefühl, von seiner Frau abhängig zu sein.¹⁶⁰

Karl-Heinz Schulz hatte seine Frau immer schon im Haushalt unterstützt und oft gekocht, da er eine Kochlehre absolviert hatte. Schulz arbeitete als Feinmechaniker, seine Frau Helga ist Obersteuerinspektorin. Der Sohn Bernd lebte wegen der Berufstätigkeit beider Eltern unter der Woche bei einer Pflegefamilie und kam nur an den Wochenenden nachhause. Das Kind litt unter dieser Situation; seine schulischen Leistungen wurden immer schlechter, sodass ein Lehrer das Ehepaar darauf ansprach. Die Schulzes entschlossen sich dafür, dass Karl-Heinz halbtags arbeiten würde, weil dies in der Steuerbehörde der Frau nicht möglich war. Karl-Heinz stellte bald fest, dass ihm immer noch zuwenig Zeit für seinen Sohn blieb und entschied sich deswegen dafür, seinen Beruf ganz aufzugeben.

¹⁵⁹ *Brigitte* 22, 1974, 120.

¹⁶⁰ Ich bin nicht arbeitslos. Ich bin Hausmann! In: *Brigitte* 22, 1973, 116ff.

Heiner Redemann berichtet, dass er als Hausmann unter Vorurteilen anderer Männer leide. Seine Art zu leben würde als Provokation aufgefasst. Viele Männer würden denken, dass er den ganzen Tag zuhause rumgammeln und ein bisschen mit dem Kind spielen würde. Sie unterschätzen den Arbeitsaufwand der täglichen Hausarbeit. Heiner wurde Hausmann, weil seine Frau mehr verdiente als er.¹⁶¹

Das Frauenbild dieses Beitrags ist das einer emanzipierten, unabhängigen Frau, die mit ihrer Berufstätigkeit den Lebensunterhalt der Familie verdient. Die Frauen der interviewten Männer erscheinen stark und selbstbewusst, ohne dabei schlechte Mütter zu sein. Sie verbringen genügend Zeit mit den Kindern und diskutieren mit ihren Männern über alle Probleme. Die Rolle des Hausmannes wird sehr positiv dargestellt. *Brigitte* könnte ihre Leserinnen damit ermutigen, darüber nachzudenken, ob dieses Familienmodell eine Alternative zum traditionellen Geschlechtermodell sein könnte.

Dieter Claessens und Ferdinand W. Menne schlagen als Ersatz zum bürgerlichen Familienmodell das Bilden von Alternativ-Gruppen vor. In diesen Gruppen soll ein neues System der Arbeitsteilung im Haushalt herrschen, bei dem nach einem Plan abwechselnd alle Gruppenmitglieder, unabhängig von ihrem Geschlecht, verschiedene Haushaltsarbeiten verrichten müssen.¹⁶²

„Machen Sie es sich bequem!“ rät *Brigitte* im Jahr 1971 überforderten Hausfrauen. Die Autorin fordert Hausfrauen auf, ihren Mann und die Kinder mehr im Haushalt helfen zu lassen, da ein Familienputzteam rationaler und zeitsparender arbeiten könne als eine Person alleine. Der Artikel thematisiert die Minderwertigkeitskomplexe vieler Hausfrauen: Die Werbung verspreche Frauen Anerkennung, wenn sie den Haushalt gut führen würden. In der Realität erhalten diese Frauen aber kaum Anerkennung für die geleistete Hausarbeit. Um ihre Umwelt trotzdem auf sich aufmerksam zu machen, würden sich viele Hausfrauen übernehmen und wie besessen putzen. Selbst am Abend, wenn der Ehemann Zeit mit ihr verbringen will, hat diese Frau noch dringend Extraarbeiten zu erledigen. Mann und Kinder fühlen sich dann genervt anstatt dankbar zu sein. In der Medizin spreche man von einem „Hausfrauensyndrom“, einer Häufung ungenauer Symptome ohne körperliche Ursachen, die sich in Kopf- und Kreuzschmerzen, Schlaflosigkeit, Nervosität und Kreislaufstörungen äußern. Die Verfasserin des Berichts rät Hausfrauen, dem Haushalt

¹⁶¹ Ich bin nicht arbeitslos. Ich bin Hausmann! In: *Brigitte* 22, 1973, 116ff.

¹⁶² Dieter Claessens, Ferdinand W. Menne, Zur Dynamik der bürgerlichen Familie und ihrer möglichen Alternativen. In: Günther Lüschen, Eugen Lupri, Soziologie der Familie, Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Sonderheft 14 (Opladen 1970) 190.

nicht ihre Seele zu opfern, sich die Zeit gut einzuteilen und ihre Familie zur Mitarbeit heranzuziehen.¹⁶³ Sie stellt die Rollenverteilung in der Ehe, wonach die Frau für Hausarbeit zuständig ist, nicht in Frage. Ich frage mich auch, wie einer Hausfrau der Ratschlag, den Ehemann zur Hausarbeit zu motivieren nützen soll, wenn dieser sich weigert, da dies ja „Frauensache“ sei.

Die Ursachen des „Hausfrauensyndroms“ sind Alice Schwarzer zufolge, aber auch nach Ansicht der ÄrztInnen Leere, Rollenkonflikt, Abhängigkeit und Überarbeitung. Um 1974 standen nach Schätzungen des Müttergenesungswerkes „mindestens eine Million Hausfrauen kurz vor dem seelischen und körperlichen Zusammenbruch.“¹⁶⁴ Helge Pross steht dem „Hausfrauensyndroms“ kritisch gegenüber. Die Symptome des Syndroms fänden sich in ähnlichem Ausmaß auch bei erwerbstätigen Frauen. Sie spricht daher von einem „Frauensyndrom“, das alle Frauen betreffen könne.¹⁶⁵

Gleichberechtigung in der Ehe bedeutet für den Arzt Friedrich Burkhard nicht, dass Mann und Frau absolut gleiche Rechte besitzen sollen. Er fordert, dass Mann und Frau das gleiche Recht haben sollen, ihre veranlagungsbedingten Werte zu entwickeln.¹⁶⁶ Er geht davon aus, dass Männer und Frauen unterschiedliche Fähigkeiten besitzen und deshalb für bestimmte Tätigkeiten besser geeignet sind. Burkhard vertritt mit dieser Aussage das traditionell bürgerliche Geschlechterrollenmodell. Die Frau könne sich in der Rolle der Hausfrau und Mutter verwirklichen, während ihr Mann einer Erwerbsarbeit nachgeht.

In einem Eheratgeber von Walter Morgenthaler aus dem Jahr 1953 habe ich eine Liste mit Eigenschaften gefunden, die jeweils dem männlichen oder weiblichen Geschlecht zugeschrieben werden. Männliche Eigenschaften: der Mann ist aktiv, seine Lebenswelt ist die Außenwelt, er besitzt Verstand und Logik, ist gefühlsarm, er wirbt um die Frau und verhält sich ihr gegenüber schützend. Krieg, Politik und Staat sind sein Betätigungsfeld.¹⁶⁷

Die Frau ist passiv, ihre Lebenswelt ist die Innenwelt, sie besitzt mehr Gefühl als der Mann, handelt nach Intuition und nicht nach Logik, lässt sich vom Mann finden und sucht bei ihm Schutz. Ihr Betätigungsfeld ist die Familie und die Kindererziehung.¹⁶⁸

¹⁶³ Machen Sie es sich bequem! In: Brigitte 23, 1971, 154ff.

¹⁶⁴ Helge Pross, Die Wirklichkeit der Hausfrau. Die erste repräsentative Untersuchung über nichterwerbstätige Ehefrauen. Wie leben sie? Wie denken sie? Wie sehen sie sich selbst? (Reinbeck bei Hamburg 1975) 222.

¹⁶⁵ Ebd., 223.

¹⁶⁶ Friedrich Burkhard, Gesunder Sex - Gesunde Ehe. Ein Arzt löst Eheprobleme (Wien/München/Zürich 1970) 107.

¹⁶⁷ Walter Morgenthaler, Geschlecht - Liebe - Ehe (Zürich 1953) 124f.

¹⁶⁸ Ebd.

Morgenthaler erläutert den Lesern, dass es sich dabei nicht um ein Entweder-Oder, sondern um ein Mehr beim einen und Weniger beim anderen handelt. Männer und Frauen würden beide die Eigenschaften, die als typisch männlich oder typisch weiblich bezeichnet werden, besitzen. Der Unterschied liege im Ausmaß der unterschiedlichen Eigenschaften.¹⁶⁹ Die Wesensverschiedenheit von Mann und Frau sei in ihrem unterschiedlichen Körperbau, in der Organfunktion, im Seelischen und in den Aufgaben, die die Natur ihnen zugeteilt hat, festgelegt. Die beiden Geschlechter seien gleichwertig. Jeder sei dem anderen in dem ihm ureigenen Gebiet überlegen und in dem ihm wesensfremden Gebiet unterlegen.¹⁷⁰

Die Geschlechtsidentität umfasst der Definition Heidi Kellers nach „neben einer Fixierung der im engeren Sinne sexuellen Verhaltensweisen die zentralen Bereiche des Denkens, Fühlens und Empfindens. Die Geschlechtsidentität gibt auf dem Hintergrund der möglichen Typisierungen Grundlagen ab für das Geschlechtsrollenverhalten und bestimmt dies zugleich inhaltlich.“¹⁷¹ Unsere Gesellschaft würde über eine Theorie oder ein Konstrukt der Geschlechterdifferenzen verfügen, das es uns ermöglicht, von den unterschiedlichen äußeren Geschlechtsmerkmalen auf unterschiedliche Charaktereigenschaften zu schließen.¹⁷²

Geschlechterstereotypen besitzen nur für bestimmte, kulturell abgeschlossene Gesellschaften Gültigkeit. Heidi Keller übernimmt die Definition von Geschlechterstereotypen von der amerikanischen Feministin und Historikerin Florence Howe, die sie folgendermaßen definiert: Geschlechterstereotypen seien „vermutete Unterschiede, soziale Konventionen oder Normen, gelerntes Verhalten, Einstellungen und Erwartungen.“¹⁷³ Aus den Geschlechterstereotypen entstehen Verhaltensanweisungen darüber, wie sich eine „richtige Frau“ und ein „richtiger Mann“ ihren Geschlechterrollen entsprechend zu verhalten hätten.¹⁷⁴

In der *Praline*-Ausgabe 17 von 1962 unter der Rubrik „Ihre Sorgen- Unsere Sorgen. Briefe an Praline - Antworten an Sie“ stellt die Leserin Frau Änne B. die Frage „Was ist ein Lobbyist?“ Weiters berichtet sie: „Obwohl ich eine Frau bin, lese ich - bitte lachen Sie nicht - in der Zeitung nicht nur den für mich bestimmten Teil. Ich interessiere mich auch

¹⁶⁹ Morgenthaler, *Geschlecht - Liebe - Ehe*, 123.

¹⁷⁰ Ebd., 129f.

¹⁷¹ Heidi Keller, *Männlichkeit - Weiblichkeit*, Praxis der Sozialpsychologie Band 8 (Darmstadt 1978) 3f.

¹⁷² Ebd., 4.

¹⁷³ Ebd., 10.

¹⁷⁴ Ebd., 12.

für die Politik.“¹⁷⁵ Frau B. ist überzeugt davon, dass es in einer Zeitung Teile für Männer (Politik, Wirtschaft) und Teile für Frauen (Mode, Unterhaltung) gibt. Sie empfindet es als außergewöhnlich, dass sie sich als Frau für die „Männerdomäne“ Politik interessiert und befürchtet, vielleicht deswegen ausgelacht zu werden. Dies lässt darauf schließen, dass die Frauen in ihrem Umfeld kein Interesse für Politik zeigen und ihre Vorliebe als seltsam ansehen. Ihrer Geschlechterrolle gemäß wird von einer Frau erwartet, sich für „weibliche“ Ressorts einer Zeitung wie Mode und Unterhaltung zu interessieren. Liest sie Artikel über Politik und Wirtschaft, verhält sich eine Frau wie ein Mann und entspricht nicht mehr dem Weiblichkeitsideal der Gesellschaft. In der Antwort auf ihre Frage geht *Praline* nicht auf diese Thematik ein, sondern erklärt der Leserin nur den Begriff Lobbyist.

Der Artikel mit dem Titel „Freiheit, die die Männer meinen...“ gibt verheirateten Frauen Ratschläge für das Funktionieren ihrer Ehe. Darin wird thematisiert, dass Männer gerne einmal Zeit ohne ihre Partnerin verbringen. Wenn sie abends länger ausbleiben, vergessen sie darauf, ihre Frau anzurufen und ihr mitzuteilen, wann sie nach Hause kommen werden. Frauen, so kritisiert die Autorin, „begrüßen ihren Mann selten mit zärtlichen Worten“, sondern empfangen ihn mit Vorwürfen: warum er nicht angerufen habe, sie habe sich Sorgen um ihn gemacht etc. Die ideale Gattin sollte dieses Verhalten vermeiden, denn „Jeder Mann möchte bei seiner Rückkehr ein friedlich und fest schlafendes Weib vorfinden. Jedes andere Verhalten hält er nicht für einen rührenden Beweis großer Liebe und Sorge, sondern für einen unangebrachten Vorwurf und einen Eingriff in die unveräußerlichen Rechte des freien Mannes.“ Diese Rechte sollten Frauen auch entgegen ihrer Überzeugung um des Friedens willen heilig halten. Jeder Mann muss das Gefühl haben, tun zu können, was er will. Die Ehefrau soll ihn subtil beeinflussen, so dass er am Ende das will, was ihr am besten passt.¹⁷⁶ Dieser Artikel macht die unterschiedlichen gesellschaftlichen Erwartungen an Männer und Frauen deutlich. Während Männer nach Arbeitsschluss abends ausgehen und ihren Bedürfnissen nachgehen können, ist es die Aufgabe der Frauen, daheim bei den Kindern zu bleiben. Jedenfalls wird im Beitrag nicht angesprochen, dass auch die Ehefrau abends außer Haus ihren Interessen nachgehen könnte.

Brigitte gibt ihren Leserinnen im „Autoknigge für Damen. Ist „er“ motorisiert?“ Ratschläge, wie diese sich verhalten sollen, wenn ihr Freund oder Ehemann sie auf eine

¹⁷⁵ *Praline*, 17, 1962, 81.

¹⁷⁶ Heilwig von der *Mehden*, Freiheit, die die Männer meinen. In: *Brigitte* 22, 1957, 16.

Autotour mitnimmt. Frauen sollen ihrem Partner vermitteln, dass sein Auto das schönste auf der Welt sei. Sie dürfen während der Fahrt keine Zärtlichkeiten fordern, da dies lebensgefährlich sein kann, sie sollen nicht mit anderen Autofahrern flirten, sich nicht mit ihm über Routen streiten, mit ihm über andere Autofahrer schimpfen, für Erfrischungen sorgen, den Mann mit diesen häppchenweise während der Fahrt füttern, ihm eine Zigarette anzünden und nicht wehklagen, wenn er zu schnell fährt, sondern seinen Fahrkünsten vertrauen. Diese Verhaltensanweisungen für Frauen verdeutlichen die in den fünfziger Jahren vorherrschende traditionelle Rollenverteilung. Es wird davon ausgegangen, dass Frauen kein eigenes Auto besitzen und der Mann der Lenker des Autos ist. Die weibliche Aufgabe ist eine unterstützende; sie sorgt für Snacks und Getränke, verhält sich ruhig, um den Mann nicht abzulenken und stimmt seiner Meinung über andere Autofahrer zu, die sich seiner Ansicht nach im Straßenverkehr falsch verhalten. Das vermittelte Frauenbild dieses Artikels ist das einer unterwürfigen Frau, die das Patriarchat und die Vorrangstellung des Mannes in der „Männerdomäne“ Autofahren als natürlich und richtig akzeptiert. Frauen werden hier von Männern bevormundet: sie sollen sich nicht einmal dann äußern, wenn der Mann durch seinen Fahrstil ihr Leben gefährdet, denn „Sie haben sich mit ihm ins Auto gesetzt und damit gezeigt, dass Sie seiner Fahrkunst vertrauen. Nachträgliche Bedenken aller Art kommen jetzt zu spät!“¹⁷⁷

Im Jahr 1977 zeigt die Illustrierte *Praline* zwar eine Frau als Lenkerin eines „heißen Autos“, vertritt aber weiterhin die Meinung, dass männliche Hilfe in manchen Situationen notwendig sei. Ein Foto zeigt einen Mann, der der Lenkerin des Wagens bei einer Autopanue hilft. Die dazugehörige Beschreibung lautet: „Das Reserverad ist für zarte Frauenhände zu schwer. Beim Reifenwechsel geht’s kaum ohne männliche Hilfe.“¹⁷⁸ Kaum eine Frau wäre in der Lage, das schwere Reserverad alleine aus dem Motorraum herauszuheben und sei deshalb auf die Hilfe eines Kavaliere angewiesen. Die Technik des im Beitrag präsentierten Citroen CX 2400 lassen das Auto für eine Frau „ziemlich problematisch“ werden. Der Titel des Artikels vermittelt ein sexualisiertes Frauenbild: „Auf den weichen Polstern des „Fliegenden Sofas“ denken Mädchen nur ans Kuschneln.“ Diese Botschaft vermittelt den Lesern, dass eigentlich doch der Mann das Auto steuern solle und die Rolle der Frau die seiner Partnerin und Geliebten darstellt. Der Citroen, so berichtet der Autor des Beitrags, biete ausreichend Platz für eine große Familie. Auch

¹⁷⁷ Autoknigge für Damen. Ist „er“ motorisiert. In: *Brigitte* 26, 1957, 48.

¹⁷⁸ Heiße Autos: Der Citroen CX 2400. In: *Praline* 4, 1977, 45.

damit wird impliziert, dass der Mann in seiner Rolle als Familienvater den Wagen lenkt, während es die Aufgabe seiner Frau ist, sich um die Kinder zu kümmern.¹⁷⁹

Brigitte druckt unter dem Titel „Gehört ins Auto eigentlich ein Mann?“ aus dem Jahr 1973 drei Leserbriefe von Leserinnen ab, die eine Werbeanzeige kritisieren, in der ein Zweitwagen für die Frau beworben wird. Der Ehemann bezahlt das Auto seiner Gattin, das nicht zu teuer sein soll, damit ihm mehr Geld für sein großes, modernes Auto bleibt. Die Frau, so schreibt eine Leserin, werde auf technischem und fahrerischem Gebiet als geistig minderbemittelt dargestellt. Die beiden anderen Lesebriefe berichten von den Vorurteilen, denen Frauen am Steuer und beim Abschließen einer Insassenversicherung ausgesetzt sind. Die Versicherung muss vom Haushaltsvorstand abgeschlossen werden. Es wird angenommen, dass es sich dabei um einen Mann handeln muss, denn es erscheint unvorstellbar, dass eine Frau ihren Ehemann unterhält. Der Bericht vermittelt ein positives Frauenbild. Frauen könnten ebenso gut wie Männer Auto fahren, hätten aber immer noch unter Vorurteilen seitens der Männer zu leiden.¹⁸⁰

„Torschluss-Panik mit Zwanzig?“ lautet der Titel eines Artikels in der *Brigitte* aus dem Jahr 1963. Immer wieder schreiben junge Leserinnen der Redaktion der Illustrierten, dass sie mit zwanzig Jahren bereits Angst hätten, ihre Heiratschancen verpasst zu haben. Diese frühe „Torschlusspanik“ entstehe dann, so erklärt der Beitrag, wenn ein junger Mann, in den das Mädchen verliebt ist, das Interesse an ihr verlieren oder eine Andere bevorzugen würde. Aus Angst, keinen Mann mehr zu finden, würden junge Frauen Heiratsanzeigen aufgeben oder sich an Ehevermittlungsinstitute wenden. Die Ursache für dieses Verhalten liege im „american way of life“ begründet, der nach dem Zweiten Weltkrieg nach Europa drang und der Jugend als höchstes Gut darstellte. Älterwerden werde deshalb als Unglück empfunden und müsse so lange wie möglich hinausgezögert werden. *Brigitte* kritisiert diese Entwicklung und rät jungen Frauen, nicht vor 25 Jahren und Männern erst ab 28 Jahren eine Ehe einzugehen. Davor besäßen die jungen Menschen zu wenig Lebenserfahrung, um eine gute Ehe zu führen. Männer würden lieber ein „älteres“ vernünftigeres Mädchen Mitte zwanzig heiraten als eine unerfahrene Zwanzigjährige. Das durchschnittliche Heiratsalter der Frauen betrug im Jahr 1960 23,9 Jahre. Torschlusspanik wäre demnach unbegründet und „töricht“.¹⁸¹

¹⁷⁹ Heiße Autos: Der Citroen CX 2400. In: *Praline* 4, 1977, 45.

¹⁸⁰ Gehört ins Auto eigentlich ein Mann? In: *Brigitte* 22, 1973, 152.

¹⁸¹ Torschluss-Panik mit Zwanzig? In: *Brigitte* 19, 1963, 48f.

Die bürgerlich-kapitalistische Gesellschaftsordnung entstand im späten 18. Jahrhundert und wurde zur natürlichen Geschlechterordnung erklärt. Männer sollten einer außerhäuslichen Erwerbsarbeit nachgehen, während Frauen die Hausarbeit verrichten und die Kinder versorgen sollten. Der Mann wurde zum Familienernährer; Frauen verrichteten Haus- und Familienarbeit unentgeltlich, als Liebesdienst für Mann und Familie. Dieses Geschlechterrollenmodell behielt seine Gültigkeit bis in die sechziger Jahre des zwanzigsten Jahrhunderts. Die Berufstätigkeit vieler Frauen in den beiden Weltkriegen wurde als vorübergehende Notmaßnahme angesehen, da nicht genug Männer als Arbeitskräfte zur Verfügung standen. Die „Hausfrauenehe“ existierte in der BRD als Rechtsnorm bis Mitte der siebziger Jahre, als mit der Reform des Ehe- und Familienrechts die gleichen Rechte und Pflichten für beide Ehepartner gesetzlich verankert wurden.¹⁸²

Dora Horvath stellte bei ihrer Analyse der Illustrierten *Brigitte* fest, dass die Frauenzeitschrift die Vorstellung von der Andersartigkeit der Frau vertritt. *Brigitte* reproduziert das Konzept der Geschlechtscharakteristika, wonach Frauen ihrer Natur gemäß für Haushalt und Kinder zuständig wären. Ihre Aufgabe sei es, dem Mann innerhalb der Familie eine Zuflucht gegen die Öffentlichkeit zu bieten. Die Frau sei die Hüterin traditioneller Werte und würde ihrem Mann emotionalen Rückhalt bieten, den dieser in der kalten, technisierten Welt bei seinem Kampf um den sozialen Aufstieg benötige.¹⁸³

In der Nachkriegszeit stieg die Zahl der Eheschließungen an. Ursachen dafür sind die Verdrängung der Frauen vom Arbeitsmarkt durch die Rückkehr der Männer aus Krieg und Gefangenschaft und die Währungsreform. Viele Frauen wünschten, nach den belastenden Kriegserfahrungen das Erwerbsleben aufzugeben und sich ganz der Familie zu widmen. Durch die mangelnde Berufsausbildung besaß diese Frauengeneration nur unzureichende Qualifikationen auf dem Arbeitsmarkt. Eine frühe Eheschließung schien der einzige Weg zur ökonomischen Sicherheit. Die Medien vermittelten in den fünfziger Jahren das Bild der anschiemigen Frau, die sich aus Einsicht ihrem Mann unterordnet und diesen bei seiner Karriere unterstützt. Die Hausfrauenehe wurde so zum vorherrschenden Weiblichkeitsideal.¹⁸⁴

¹⁸² Karin Hausen, Gertraude Krell, Perspektiven einer Politik der Gleichstellung von Frauen und Männern. In: Karin Hausen, Gertraude Krell (Hg.), Frauenerwerbsarbeit: Forschungen zu Geschichte und Gegenwart (München/Mering 1993) 11ff.

¹⁸³ Horvath, Bitte recht weiblich, 68.

¹⁸⁴ Christel Eckart, Halbtags durch das Wirtschaftswunder. Die Entwicklung der Teilzeitarbeit in den sechziger Jahren. In: Helgard Kramer, Christel Eckart, Ilka Riemann, Karin Walser, Grenzen der Frauenlohnarbeit. Frauenstrategien in Lohn- und Hausarbeit seit der Jahrhundertwende, Studienreihe des Instituts für Sozialforschung Frankfurt am Main (Frankfurt am Main/New York 1986) 189ff.

Brigitte vermittelte Horvath zufolge ihren Leserinnen in den fünfziger und sechziger Jahren, dass die Hausfrauenehe und allgemein gesprochen das Modell der Ehe die richtige Art des weiblichen Lebensentwurfes darstelle. Die Frau müsse sich, bedingt durch ihre „weibliche Wesensart“, den Bedürfnissen ihres aufstiegsorientierten Mannes anpassen. Lebensentwürfe, die von diesem Ideal abweichen - wie ledige, geschiedene oder verwitwete Frauen - würde *Brigitte* aus ihrer Wahrnehmung ausblenden.¹⁸⁵

Lilo Aureden berichtet in ihrem Ehebuch aus dem Jahr 1955, dass Berufstätigkeit für die Mehrheit der Frauen „Zwangsarbeit“ sei, die sie solange verrichten, bis ein Mann sie heiratet und davon erlöst. Weibliche Berufstätigkeit würde die Ehe stören. Die meisten berufstätigen Ehefrauen würden am Liebsten nur Hausfrau sein, müssten aber dazuverdienen, um den Lebensstandard der Familie aufrecht zu halten.¹⁸⁶ Aureden fordert den Staat dazu auf, durch Reformen der Steuer- und Arbeitsgesetze Frauen „spätestens mit dreißig Jahren aus dem mörderischen Zwitterdasein - Beruf und Haushalt - zu erlösen“.¹⁸⁷ Der Eheratgeber Lilo Auredens vermittelt ein sehr traditionelles Bild der Rollenverteilung in der Ehe. Der Mann sollte als Familienernährer arbeiten gehen, während die Frau sich ausschließlich Haushalt und Kinder widmet und sich um das Wohlergehen des Gatten sorgt. Aureden verwendet klischeehafte Bilder der beiden Geschlechter wie „Jede echte Eva will zu ihrem Adam aufschauen“¹⁸⁸ und bezeichnet Männer als das „starke Geschlecht“¹⁸⁹. Ihr Schreibstil ist ironisch und amüsant zu lesen, doch man spürt, dass sie wirklich der Ansicht ist, dass ein „echte“ Frau ihre Erfüllung nur im Hausfrauendasein findet.

Die gesetzlichen Bestimmungen der BRD orientierten sich in den fünfziger und sechziger Jahren am Modell der „Hausfrauenehe“. Der Ehemann war Haushaltsvorstand und konnte seiner Gattin untersagen, einer außerhäuslichen Beschäftigung nachzugehen, wenn er meinte, dass die Berufstätigkeit der Frau nicht mit ihren Pflichten gegenüber der Familie zu vereinbaren sei. Verheiratete Frauen konnten ohne die Unterschrift ihres Gatten keine Verträge abschließen. Ehen konnten nur nach dem Schuldprinzip geschieden werden.¹⁹⁰

¹⁸⁵ *Eckart*, Halbtags durch das Wirtschaftswunder, 210.

¹⁸⁶ *Aureden*, Das praktische Ehebuch, 197.

¹⁸⁷ *Ebd.*, 198.

¹⁸⁸ *Ebd.*

¹⁸⁹ *Ebd.*, 197.

¹⁹⁰ Ricarda *Strobel*, Die neue Frauenbewegung. In: Werner *Faulstich* (Hg.), Die Kultur der siebziger Jahre. Kulturgeschichte des zwanzigsten Jahrhunderts (München 2004) 260.

1957 wurde das „Gesetz über die Gleichberechtigung von Mann und Frau“¹⁹¹ erlassen. Die Ehe wurde damit prinzipiell eine gleichberechtigte Lebensgemeinschaft von Man und Frau. Volle Gleichberechtigung war mit diesem Gesetz aber noch nicht erreicht, da es mehrere Benachteiligungen für Ehefrauen enthielt. Beispielsweise war die Ehefrau, wie schon oben angeführt, nur zur Erwerbstätigkeit berechtigt, soweit dies ihre Pflichten in Ehe und Familie nicht berührte. Die Ehegatten waren sich gegenseitig zum Unterhalt verpflichtet; die Frau erfüllte diese Verpflichtung durch die Haushaltsführung, während der Mann einer Erwerbsarbeit nachging. Das Gleichberechtigungsgesetz spiegelte das Leitbild der „Hausfrauenehe“ wider. 1967 wurde das „Gesetz zur Reform des Ehe- und Familienrechts vom 14.6.1967“¹⁹² erlassen. Nun besaßen beide Ehepartner das Recht auf Erwerbstätigkeit. Bei der Wahl und der Ausübung der Erwerbstätigkeit mussten sie jedoch auf den Ehegatten/die Ehegattin und die Familie Rücksicht nehmen. Die Haushaltsführung sollte durch beiderseitiges Einvernehmen geregelt werden. Das Scheidungsrecht wurde ebenfalls 1967 reformiert.¹⁹³ Das Zerüttungsprinzip wurde eingeführt, was bedeutet, dass eine Ehe geschieden werden konnte, wenn die Lebensgemeinschaft der Ehegatten nicht mehr bestand und keine Aussicht auf Wiederherstellung bestand. Bisher konnte eine Ehe nur nach dem Verschuldungsprinzip geschieden werden.¹⁹⁴

Die Illustrierte *Brigitte* und Helge Pross führten im Jahr 1974 eine Umfrage unter nicht-erwerbstätigen Hausfrauen durch, die 1975 unter dem Titel „Die Wirklichkeit der Hausfrau“ als Buch erschien. Die befragten Frauen waren im Alter von 18 bis 54 Jahren und repräsentierten die sechs Millionen nicht-erwerbstätigen Hausfrauen der BRD. Sie füllten einen Fragebogen aus, der aus 137 Fragen bestand. In der Einleitung zu ihrer Umfrage kritisiert Helge Pross, dass die Rolle der Hausfrau von vielen Menschen als Zeichen der Rückständigkeit betrachtet würde, während Erwerbsarbeit mit Emanzipation gleichgesetzt werde. Hausarbeit würde gering geschätzt und nur Erwerbsarbeit als richtige Arbeit angesehen werden. Schätzungen zufolge belief sich der Arbeitsaufwand einer Hausfrau Mitte der siebziger Jahre auf 45 bis 50 Milliarden Stunden im Jahr, der Arbeitsaufwand in der Erwerbswirtschaft circa 54 Mrd. Stunden. Die Geringschätzung ihrer Leistung und die Abhängigkeit vom Ehemann würden Hausfrauen belasten und ihr

¹⁹¹ BGBl. I 1957, 609, Gleichberechtigungsgesetz.

¹⁹² BGBl. 1967 I, 1421, 1. EheRG.

¹⁹³ Scheidungsrecht § 1546 ff BGB.

¹⁹⁴ Friedrich K. *Barabas*, Michael *Erlor*, Die Familie. Einführung in Soziologie und Recht, Grundlagentexte soziale Berufe (Weinheim/München 1994) 66ff.

Selbstbewusstsein schwächen.¹⁹⁵ Die durchschnittliche Hausfrau ist nach Ergebnis der Umfrage 35 Jahre alt. Sie heiratete mit 21 Jahren, hat zwei Kinder und war bis zu ihrer ersten Schwangerschaft berufstätig. Sie besitzt nur eine geringe Berufsausbildung und hörte zu arbeiten auf, um die Kinder zu versorgen. Ihr Mann ist der Alleinverdiener der Familie und verdient circa 1600 DM netto im Monat.¹⁹⁶ Die Durchschnittshausfrau erledigt die Hausarbeit alleine, bereitet täglich drei Mahlzeiten zu, geht dreimal pro Woche einkaufen, wäscht zweimal und putzt einmal wöchentlich. Sie betreut ihre Kinder und hilft ihnen bei den Hausaufgaben. Sie arbeitet durchschnittlich 60 Stunden in der Woche. Dabei ist nicht nur die Hausarbeit eingeschlossen, sondern auch die Betreuung der Kinder, die Kontrolle ihrer Hausaufgaben und die Pflege eines kranken oder alten Familienmitglieds.¹⁹⁷

Ernest Bornemann vertritt in seinem Werk „Das Patriarchat“ die Ansicht, dass der Mann in der modernen Industriegesellschaft die Frau zu einer unbezahlten Energiequelle gemacht habe. Wenn er abends erschöpft und müde von der Arbeit nachhause komme, würde er an der Frau „seine Batterien aufladen“. Die Kraft seiner Frau, die ihn versorge, würde der Mann als seine eigene, männliche Kraft ansehen.¹⁹⁸

„Macht euren Frauen die Hausarbeit erträglicher!“¹⁹⁹ Diesen Appell richtet der Psychologe Ernest Bornemann in der *Praline* 1/1971 an alle verheirateten Männer. Hausarbeit sei „die härteste und langwierigste Arbeit im menschlichen Leben, da sie sich täglich wiederholt und hinzu die Vitalität einer Frau zerstören kann.“²⁰⁰ Nur viel Liebe und Verständnis des Mannes könne verhindern, „dass die Frau das tägliche Haus- und Küchen-Einerlei ohne seelischen Schaden übersteht.“²⁰¹ *Praline* befragte zwei Männer und eine Frau zu diesem Thema. Dr. Gerd Neises, der Geschäftsführer des Müttergenesungswerkes in Stein bei Nürnberg meinte, dass es nichts nützen würde, wenn Männer im Haushalt mithelfen würden. Die Automatisierung der Hausarbeit erfordere heute von einer Hausfrau ein hohes Maß an Dispositionsvermögen. Statt beim Abwasch zu helfen, solle der Mann besser mit

¹⁹⁵ Pross, Die Wirklichkeit der Hausfrau, 9ff.

¹⁹⁶ Ebd., 54.

¹⁹⁷ Ebd., 88ff.

¹⁹⁸ Ernest Bornemann, Das Patriarchat. Ursprung und Zukunft unseres Gesellschaftssystems. Mit einem Nachwort zur Taschenbuchausgabe (Frankfurt am Main 1989) 515.

¹⁹⁹ Ernest Bornemann, Macht euren Frauen die Hausarbeit erträglicher! In: *Praline* 1, 1971, 18.

²⁰⁰ Ebd.

²⁰¹ Ebd.

der Familie überlegen, wie eine Spülmaschine finanziert werden kann, die dann der Gattin die Hausarbeit erleichtert.²⁰²

„Wer sich von früh bis spät abrackert, ist selber schuld“²⁰³, meint Paula Fietzke, Vorsitzende des Vereins „Die Hamburger-Verbraucherin“ und siebenfache Mutter. Es sei völlig egal, ob eine Hausfrau die Fenster jede Woche oder nur jeden zweiten Monat putze, denn ihre Familie würde es ja doch nicht merken.²⁰⁴

Der Diplompsychologe Dr. phil. Ernst von Xylander ist der Meinung, dass Männer froh sein könnten, keine Hausfrauen zu sein. Frauen würden nicht gern zugeben, dass ihnen die eintönige Hausarbeit oft zu viel sei, da ihnen seit ihrer Kindheit gesagt wurde, dass es zu den schönsten Aufgaben einer Frau gehöre, einen Haushalt zu führen und Mann und Kinder zu versorgen. Ernst von Xylander appelliert an die Männer, ihren Frauen ihre Aufgabe etwas erträglicher zu machen, „indem sie ihnen hin und wieder hilfreich zur Hand gehen und ihnen auch einmal ein anerkennendes Wort über den gutgeführten Haushalt aussprechen.“²⁰⁵

Die drei Befragten stellen nicht in Frage, dass Hausarbeit die Aufgabe der Frau sei. Gerd Neises will den Hausfrauen ihre Arbeit durch den Einsatz von Maschinen erleichtern. Frau Fietzke meint, dass eine Hausfrau nur die nötigste Hausarbeit wie Kochen oder Waschen erledigen solle, da der Ehemann nicht merken und deshalb nicht wertschätzen würde, dass seine Frau einmal wöchentlich die Fenster putze oder ähnliche Tätigkeiten verrichte. Ernst von Xylander fordert zwar die Männer auf, ihren Frauen Anerkennung auszusprechen, aber helfen sollen sie ihnen nur „hin und wieder“ und nicht regelmäßig. Die Aussagen der drei Befragten spiegeln das traditionell bürgerliche Geschlechterrollenmodell wider.

4.2. Mutterschaft

In der Nachkriegszeit kam es bedingt durch die Kriegsverluste und gesellschaftliche Veränderungen zu einem Geburtenrückgang. Um 1960 stieg die Geburtenrate im so genannten „Baby-Boom“ wieder auf zwei bis drei Kinder pro Familie an. Eine Erklärung für diesen Anstieg kann im wirtschaftlichen Aufschwung gesehen werden. In der Zeit des Wirtschaftswunders war es erstmals jedem Bürger möglich, früh zu heiraten und Kinder zu bekommen, ohne sich um ökonomische Probleme Sorgen machen zu müssen. Ab Mitte der

²⁰² *Bornemann*, Macht euren Frauen die Hausarbeit erträglicher! In: *Praline* 1, 1971, 18.

²⁰³ Ebd.

²⁰⁴ Ebd.

²⁰⁵ Ebd.

sechziger Jahre sank die Geburtenrate der BRD auf 1,4 Kinder pro Frau. Der Geburtenrückgang wird häufig als „Pillenknicke“ bezeichnet. Reinhard Sieder widerspricht dieser Ansicht. Mitte der sechziger Jahre hätte erst eine Minderheit der Frauen die Pille genommen, Gründe für die sinkende Geburtenrate seien vielmehr im Trend zur „Modernisierung des Lebens“ zu suchen. Der vermehrte Wunsch der Frauen nach Berufstätigkeit, gestiegene Ansprüche an Wohnraum und Freizeitleben sowie die wirtschaftliche Belastung eines Paares durch Kinder spielten dabei eine wichtige Rolle. Die Zahl der unehelichen Geburten und die Scheidungsrate stiegen an.²⁰⁶

Ein Beitrag in der *Praline* von 1956 spricht das Problem der Stiefväter an.²⁰⁷ Stiefväter besaßen zu dieser Zeit in den Familiengesetzen der BRD keine Rechte und Verpflichtungen ihren Stiefkindern gegenüber. Da viele Männer im Zweiten Weltkrieg ums Leben gekommen waren, war die Zahl der jungen Witwen in den fünfziger Jahren besonders hoch. Der Artikel spricht von insgesamt drei Millionen Witwen, davon eine Million Kriegswitwen.²⁰⁸ Der Bericht schildert die Lebensumstände allein erziehender Witwen und geschiedener Frauen, die oft zur Untermiete wohnen und gezwungen waren, ganztags zu arbeiten, um ihren Kindern den Lebensunterhalt zu sichern. Die allein erziehende berufstätige Mutter wird überraschend positiv dargestellt. Ihre Kinder würden an Selbstständigkeit gewinnen, weil die Mutter tagsüber außer Haus arbeitet und sie auf sich alleine gestellt sind. Die Kinder würden ihre Mutter für ihre Berufstätigkeit bewundern. Wenn die Mutter jedoch eine zweite Ehe eingeht, bedeutet das für sie eine große Umstellung, da sie nun ihre Erwerbsarbeit aufgeben und wieder die traditionelle Rolle einer Hausfrau und Mutter einnehmen müsse. Das Gemeinschaftsgefühl mit ihren Kindern gehe durch das Zusammenwohnen mit dem neuen Partner verloren. Der Artikel schließt mit der Behauptung, dass es für Kinder besser wäre, alleine mit ihrer Mutter zu leben, als eine unglückliche Beziehung zwischen ihrer Mutter und ihrem Stiefvater miterleben zu müssen.²⁰⁹ Diese Aussage hätte ich in einer Illustrierten der fünfziger Jahre nicht zu finden erwartet, da sie dem konservativen Geschlechterrollenmodell dieser Zeit zuwiderläuft. Ich hätte erwartet, dass den Leserinnen die Botschaft vermittelt wird, als Witwe oder geschiedene Frau unbedingt wieder zu heiraten, da nur das traditionelle

²⁰⁶ Reinhard Sieder, *Sozialgeschichte der Familie* (Frankfurt am Main 1987) 256ff.

²⁰⁷ Väter ohne Rechte. In: *Praline*, Juni 1956, 20ff.

²⁰⁸ Ebd., 22.

²⁰⁹ Ebd., 22ff.

Familienmodell (Mann als Ernährer, der einer Erwerbsarbeit nachgeht, Frau Hausfrau und Mutter) das Glück und die richtige Entwicklung der Kinder gewährleisten würden.

Helmut Schelsky ist der Ansicht, dass Kriegswitwen häufig nur aus dem Grund eine neue Ehe eingingen, um sichere Verhältnisse zu schaffen und den Kindern einen Vater zu geben. Die Witwen würden persönliche Liebesbedürfnisse familiärer Stabilität und ökonomischer Sicherheit unterordnen, da sie als allein erziehende Mütter diese Werte schätzen gelernt hatten.²¹⁰ Allgemein betrachtet sei es in der Nachkriegszeit zu einer Versachlichung der Einstellung zu Partnerwahl, Ehe und Elternschaft gekommen. Frauen seien als Partner im sozialen Aufstieg betrachtet worden. Bereits bei der Partnerwahl hätten sowohl Männer als auch Frauen darauf geachtet, ob der zukünftige Partner oder die zukünftige Partnerin tüchtig und zuverlässig sei und zum Wiederaufstieg beitragen könne. Ehen seien in dieser Zeit geschlossen worden, um eine Existenz zu gründen.²¹¹

Till van Rahden beschreibt, wie in den fünfziger Jahren neue Formen der Väterlichkeit entworfen wurden. Das Bild des patriarchalen Vaters geriet in dieser Zeit ins Wanken. Eine Ursache dafür ist die „vaterlose“ Nachkriegsgesellschaft, in der viele Kinder ohne Väter aufwachsen mussten, da diese im Krieg ums Leben gekommen waren oder sich in Gefangenschaft befanden. Ende der fünfziger Jahre entstand das neue Ideal einer „demokratischen Familie“ und einer „demokratischen Vaterschaft“. Darunter verstand man eine sanftere, gefühlsbetontere Form von Männlichkeit.²¹²

In einem Eheratgeber aus dem Jahr 1955 bestätigt Lilo Aureden die Ansicht, dass Kinder aus einer zerrütteten Ehe unglücklicher wären als Kinder einer allein erziehenden treu sorgenden Mutter oder Großmutter. Ein uneheliches Kind sei kein Ehegrund, denn eine Ehe sollte nur aus Liebe geschlossen werden. In einer Pflichtehe würden die Kinder unter dem Streiten der Eltern und unter deren Lieblosigkeit leiden. Aureden spricht sich für eine Gleichstellung der unehelichen mit den ehelichen Kindern aus.²¹³

Praline gibt ihren Leserinnen in den Ausgaben der fünfziger Jahre Tipps zur Kindererziehung. In den Ausgaben 4/1954, 9/1954, 2/1955 und Juli 1958 gibt *Praline* Eltern Ratschläge, wie sie ihren Kindern Grenzen setzen können, ohne auf einen liebevollen Umgang mit ihnen zu verzichten. Ziel der Erziehung sei es, Kinder zu

²¹⁰ Helmut *Schelsky*, *Wandlungen der deutschen Familie in der Gegenwart. Darstellung und Deutung einer empirisch-soziologischen Tatbestandsaufnahme* (Dortmund 1953) 71.

²¹¹ Ebd., 279ff.

²¹² Till van *Rahden*, *Religion, Vaterschaft und die Suche nach Demokratie in der frühen Bundesrepublik*. In: Andreas *Holzem*, Ines *Weber* (Hg.), *Ehe - Familie - Verwandtschaft. Vergesellschaftlichung in Religion und sozialer Lebenswelt* (Paderborn/München/Wien/Zürich 2008) 437f.

²¹³ *Aureden*, *Das praktische Ehebuch*, 144f.

selbstständigen Menschen zu erziehen.²¹⁴ Die Kinderseele wäre sehr empfindlich, deswegen müsse auf die Bedürfnisse jedes Kindes eingegangen werden, ohne sie jedoch zu sehr zu verwöhnen. Die Beiträge vermitteln das traditionelle Rollenbild der fürsorglichen Mutter, deren Aufgabe die Kindererziehung und der Haushalt sind, während der Vater arbeiten geht.

Zum Anlass des Muttertags erschien in der *Praline* Nr.10 von 1962 ein Beitrag mit dem Titel „Auf dem Olymp der Mutterschaft“. Darin kritisiert die Autorin, dass Kindererziehung zum Lebenszweck vieler Frauen geworden sei, statt einer der interessantesten Lebensaufgaben zu bleiben. Mutter und Kind seien „so stark zusammengekoppelt, dass die Fluchtgelegenheiten rar sind.“ Psychologen, Psychiater, Kinderärzte, Erzieher und andere hätten „die mütterliche Rolle als Wächter über Psyche und Zukunft des Kindes zum Alptraum gemacht...Möglich, dass die sklavische Unterwerfung unter diesen Lebenszweck eine verderbliche Wirkung auf die Nachkommenschaft hat.“²¹⁵ Damit meint die Verfasserin meiner Ansicht nach, dass Mütter sich zu viel mit ihren Kindern beschäftigen würden, sodass diese sich ständig kontrolliert und überwacht fühlen. Mütter achten überängstlich auf das Verhalten ihrer Kinder und interpretieren jede Äußerung sofort im Sinne der psychologischen Elternratgeber. Wenn sich zwei oder mehrere Frauen, die Kinder haben, treffen, würden sie sich, so meint die Autorin, fast ausschließlich über ihren Nachwuchs unterhalten, anstatt miteinander über ihre sonstigen Interessen, Hobbies etc. zu sprechen. Diese Frauen definieren sich in erster Linie über ihre Mutterschaft und nicht durch ihre Weiblichkeit oder Persönlichkeit.²¹⁶

Der Artikel stellt weiter fest, dass dieses Verhalten sich schädlich auf die Ehe auswirken würde. Viele junge Frauen hätten heute (Anfang der sechziger Jahre) eine gute Ausbildung genossen. Wenn diese Frauen wegen ihrer Kinder ihre Karriere opfern, würden sie sich enttäuscht und benachteiligt fühlen und diese Gefühle zu kompensieren versuchen, indem sie sich in die Kindererziehung stürzen. Die Autorin Margaret Cousins schließt ihren Bericht mit einem Ratschlag an alle Mütter: „Doch die Ehre, eine Frau zu sein, steht an erster Stelle! Du warst nicht von Geburt an Mutter, und früher oder später sind deine Kinder erwachsen, verlassen dich und haben eigene Kinder. Sei darum zuerst und für alle Zeiten am meisten - Frau!“²¹⁷ Frauen sollen stolz auf ihr Frausein sein und sich daran

²¹⁴ Die Kinder sind allein zu Haus. In: *Praline* 4, 1954, 124f.

²¹⁵ Margaret Cousins, Auf dem Olymp der Mutterschaft. In: *Praline* 10, 1962, 19.

²¹⁶ Ebd.

²¹⁷ Ebd., 21.

erinnern, dass es eine Zeit gab, als sie noch keine Kinder hatten und sich trotzdem weiblich fühlten. Die Kinder werden eines Tages ausziehen und ihr eigenes Leben führen, deshalb ist es wichtig, neben der Kindererziehung auch eigenen Interessen nachzugehen, um nicht mit dem Erwachsensein der Kinder jeglichen Lebensinhalt zu verlieren. Mutterschaft ist eine wichtige Rolle im Leben einer Frau, darüber hinaus sollten Frauen jedoch ihre Rolle als Ehefrau und Partnerin und als Mitglied der Gesellschaft nicht vernachlässigen.²¹⁸

Ann Taylor Allen vertritt die Ansicht, dass in der Nachkriegszeit eine neue Ära in der Geschichte der Menschheit begann, in der Mutterschaft erstmals eine Option unter vielen verschiedenen Wahlmöglichkeiten darstellte, anstatt weiterhin das Schicksal einer jeden Frau zu sein, dem diese sich zu fügen habe.²¹⁹

Die amerikanische Psychologin Shari Thurer beschreibt in ihrem Werk „Mythos Mutterschaft“ den idealen Muttertyp der Zeit nach Ende des Zweiten Weltkriegs bis Ende der siebziger Jahre: die einfühlsame Mutter. Dem Einfluss der Mutter auf ihr Kind wurde nun größte Bedeutung zugemessen. Ihr Verhalten während der ersten Lebensjahre des Kindes würde nach Meinung von Experten über dessen Zukunft entscheiden. In der Kindererziehung galt der Grundsatz: alles erlauben; das Gegenteil zu den strengen Erziehungsmaßnahmen vor dem Zweiten Weltkrieg, die auch körperliche Bestrafung mit eingeschlossen hatten. Viele Mütter mussten Ende der vierziger und Anfang der fünfziger Jahre ihre Erziehungsmethoden komplett umstellen, um dem neuen Ideal der verständnisvollen Mutter zu entsprechen. Ziel der Kindererziehung war es nun, Kinder ihre natürlichen Neigungen und Veranlagungen frei ausleben zu lassen. Mütter mussten auf die emotionalen Bedürfnisse ihrer Kinder eingehen und ihnen Verständnis und Empathie entgegenbringen. Thurer stellt die These auf, dass die uneingeschränkte Bedürfnisbefriedigung des Kindes in den ersten Lebensjahren auch deswegen postuliert wurde, um künftige Konsumenten zu schaffen, die ihre Genusssucht mit dem Kauf von immer neuen Produkten befriedigen würden. Verbot wurde zu einem Unwort im gesamten Erziehungswesen. Die „einfühlsame Mutter“ war vor allem in den fünfziger und sechziger Jahren der dominante Frauentyp und besteht in veränderter Form bis heute fort. Die Vorstellung des typischen Kleinfamilienidylls aus den fünfziger Jahren mit traditioneller Rollenverteilung - erwerbstätiger Mann, die Frau Hausfrau und Vollzeitmutter- traf nicht

²¹⁸ Cousins, Auf dem Olymp der Mutterschaft. In: Praline 10, 1962, 20f.

²¹⁹ Ann Taylor Allen, Feminism and motherhood in Western Europe 1890-1970. The maternal dilemma (New York 2005) 209.

auf alle Familien dieser Zeit zu, denn viele Ehefrauen arbeiteten halbtags, um zum Familieneinkommen beizutragen.²²⁰

Eine ideale Mutter sollte ihrem Kind die ganze Zeit über ungeteilte Aufmerksamkeit schenken. Die Wünsche des Kindes waren Befehl und bestimmten den Tagesablauf der Mutter. Neben dem körperlichen Wohlergehen war die Mutter jetzt auch für die psychische Verfassung des Kindes verantwortlich. Jede Verhaltensauffälligkeit des Kindes wurde ihr zur Last gelegt. Mutterschaft wurde als natürliche biologische Bestimmung jeder Frau propagiert. Eine gute Mutter sollte keine eigenen Bedürfnisse äußern, um sich ganz dem Kind widmen zu können. In den siebziger Jahren erschien zahlreiche Literatur zum Thema Kindererziehung und Kinderpflege, die das richtige Verhalten einer guten Mutter beschrieb. All diese Vorschriften und Ratschläge führten dazu, dass viele Mütter sich unzulänglich fühlten und sich Vorwürfe machten, da es einfach unmöglich war, alle Ratschläge zu berücksichtigen.²²¹

In den siebziger Jahren entstand eine Bewegung, die sich mit dem Motto „antiautoritäre Erziehung“ beschreiben lässt. Darunter verstand man die „Gegnerschaft zu Umgangsformen von Erwachsenen, die Kindern Gehorsam, Unterordnung, Einschränkungen ihrer Bedürfnisse, Normierung ihrer Sexualität und Entscheidungsfreiheit abverlangen.“²²² Die verschiedenen Strömungen antiautoritärer Erziehung lehnten Führungsansprüche und Dominanz Erwachsener gegenüber Kindern und Erziehungspraktiken wie Strafen oder Sanktionen ab. Schulisches Lernen sollte nicht durch Kontrollen bewertet und zeitlich flexibler gestaltet werden. Erziehung bedeutete die Selbstregulierung kindlicher Bedürfnisse wie Essen und Schlafen. Kinder sollten ihre Konflikte selbst lösen dürfen und über ihre Sexualität frei verfügen können. Die Gründung von „Kinderläden“ sollte zur Emanzipation der Frau beitragen, da sie nun weniger Zeit für Kinderbetreuung aufwenden musste und in dieser Zeit anderen Aktivitäten nachgehen oder arbeiten gehen konnte.

Die Antipädagogik- oder Kinderrechtsbewegung forderte, dass der Umgang von Erwachsenen mit Kindern wie unter gleichberechtigten Freunden stattfinden sollte.

²²⁰ Shari Thurer, *Mythos Mutterschaft. Wie der Zeitgeist das Bild der guten Mutter immer wieder neu erfindet* (München 1995) 366ff.

²²¹ Ebd., 378ff.

²²² Reinhard Uhle, *Pädagogik der siebziger Jahre - zwischen wissenschaftsorientierter Bildung und repressionsarmer Erziehung*. In: Werner Faulstich (Hg.), *Die Kultur der siebziger Jahre. Kulturgeschichte des zwanzigsten Jahrhunderts* (München 2004) 57.

Weitere Forderungen dieser Strömung waren die Abschaffung von jeglichen erzieherischen Verhaltensweisen Erwachsener und gleiche Rechte für Kinder.²²³

Die Serie „Ich habe ein Kind von ihm“ in der *Praline* aus dem Jahr 1976 stellt Mütter in verschiedenen Lebenssituationen vor: verheiratet, geschieden, verwitwet, berufstätig, Hausfrauen etc. Ich habe zwei Beispiele einer verheirateten Frau und eine allein erziehenden Mutter ausgewählt.

Die 29jährige Helga Sandmann hat zwei Kinder (Carola, 6 und Peer 1,5 Jahre). Seit vier Jahren ist sie Nur-Hausfrau. Vor ihrer Heirat und zu Beginn der Ehe arbeitete sie als Sekretärin. Helga liebte ihre Arbeit und würde gerne wieder berufstätig sein, doch solange ihr Sohn noch so klein ist, wäre dies nicht möglich. Sie langweilt sich oft zuhause, da sie nur vier Stunden täglich für die Hausarbeit benötigt. Sie vermisst die Gesellschaft anderer Menschen und den geistigen Austausch. Wenn ihr Mann Hans abends von der Arbeit nachhause kommt, ist er müde und erschöpft und möchte sich entspannen, um anschließend Zeit mit den Kindern zu verbringen. Helga hat den ganzen Tag darauf gewartet, dass Hans nachhause kommt und sucht abends das Gespräch mit ihm. Sie will mit ihm Alltagsdinge und ihre Sorgen besprechen. Doch ihr Mann möchte dann nichts vom „Alltagskram“ hören. Helga ist enttäuscht. Diese Szene wiederholt sich täglich und sei der wunde Punkt vieler Ehen, wie *Praline* ihren Lesern versichert. Als Lösung des Problems soll die Ehefrau Verständnis für ihren Mann aufbringen und ihm ihre Sorgen erst am Wochenende mitteilen.²²⁴

Praline vermittelt ihren Leserinnen den Eindruck, sie müssten sich mit ihrem Schicksal als Hausfrau abfinden. Die Möglichkeit, ihren kleinen Sohn in einem Kinderladen oder einer Kinderkrippe betreuen zu lassen, damit Helga halbtags arbeiten gehen könnte, wird nicht erwähnt. Frauen, so lautet die Botschaft des Artikels, sollen ihre Bedürfnisse den Wünschen ihres Mannes unterordnen.

Die 33jährige Ellen Seifarth arbeitet freiberuflich als Dekorateurin und ist allein erziehende Mutter ihrer 15 Monate alten Tochter Katrin. Sie trennte sich von Katrins Vater, als das Kind ein paar Monate alt war. Sei sie 23 Jahre alt war, war Ellen mit Norbert zusammen gewesen. Ihm zuliebe ließ sie zweimal abtreiben. Als sie das dritte Mal von ihm schwanger wurde, wollte sie das Kind haben. Es kam täglich zu Streitereien mit Norbert, der Kunstmaler war und mit seinem Einkommen nicht für eine Familie aufkommen

²²³ Uhle, Pädagogik der siebziger Jahre, 57ff.

²²⁴ Ich habe ein Kind von ihm. In: *Praline* 37, 1976, 20f.

konnte. Ellen berichtet, dass sie durch ihr Kind stark und selbstsicher geworden sei und die Kraft und den Mut dazu gefunden habe, sich endlich von Norbert zu trennen und ihr Leben selbst in die Hand zu nehmen. Ellen hatte sich zuvor in einer Situation befunden, in der sich viele Frauen finden würden, wie der Report behauptet: Sie seien völlig von ihrem Partner abhängig, würden sich ihm unterordnen und ihre eigenen Bedürfnisse darüber vernachlässigen. Dabei verkümmere ihre Persönlichkeit. Man spreche in diesem Fall von Hörigkeit.²²⁵

Der Bericht stellt die allein erziehende Mutter positiv dar. Man erhält den Eindruck, dass es für Ellen das Beste war, sich von Norbert zu trennen und allein für ihr Kind zu sorgen. Die berufstätige Ellen und die oben erwähnte Hausfrau Helga sollen die Vielfalt an Lebensmöglichkeiten junger Mütter zeigen, um, wie ich denke, möglichst viele Leserinnen anzusprechen. Der Report vermittelt den Eindruck, dass beide Frauen gute Mütter seien, die ihre Kinder lieben. Die Hausfrau Helga erscheint nicht als die bessere Mutter, obwohl sie mehr Zeit mit ihren Kindern verbringen kann als Ellen, die berufstätig ist und ihre Tochter, wenn möglich, zu ihrer Arbeit mitnimmt oder das Kind von dessen Vater betreuen lässt.

Die Artikelserie „Mütter ohne Trauring“ in der *Praline* aus dem Jahr 1978 berichtet über das Leben junger lediger Mütter. In jedem Bericht wird der Lebenslauf einer ledigen Mutter geschildert. *Praline* kritisiert, dass das medial vermittelte Bild glücklicher ledige Mütter ein Trugbild sei. Manche Frauen würden sich selbst vorlügen, als ledige Mutter ein glückliches Leben zu führen. Um als ledige Mutter in der Gesellschaft zurechtzukommen, müsse die betroffene Frau in einer hohen beruflichen Position sein und über ein überdurchschnittliches Einkommen verfügen. Dies träfe aber nur auf die wenigsten Frauen in dieser Situation zu. Die Artikelserie will die Wahrheit über ledige Mütter berichten und zeigen, mit welchen Problemen sie zu kämpfen haben. Ein Beispiel dafür ist die 27jährige Phoebe A.. Die damals Zwanzigjährige stand für einen jungen Maler Modell, begann eine Liebesbeziehung mit ihm und zog in seine Wohnung. Die Laborantin verhütete nicht, da ihre Ärztin ihr mitgeteilt hatte, dass ihre Chancen für eine Schwangerschaft gleich Null wären. Als Phoebe dennoch schwanger wurde und es ihrem Freund sagte, begann dieser sich zu verändern. Er verleugnete sein Kind und „redete nur noch wirres Zeug“. Er wurde später entmündigt.²²⁶

²²⁵ Mütter ohne Trauring. In: *Praline* 36, 1976, 20f.

²²⁶ Mütter ohne Trauring. In: *Praline* 2, 1978, 35.

In der nächsten Ausgabe erfährt man mehr über Phoebes Schicksal. Weil ihr Freund das Kind verleugnete, zog sie wieder zu ihren Eltern. Ihr Vater beschimpfte sie als Hure und verlangte, dass sie das Kind abtreiben ließ. Da sich die junge Frau für das Kind entschied, warfen sie ihre Eltern hinaus. Phoebe zog ins Heim für werdende Mütter. Nach der Geburt ihres Sohnes erlebte sie eine weitere Enttäuschung. Eine Beziehung zu ihrem Arbeitskollegen scheiterte, weil dessen Mutter ihr uneheliches Kind nicht akzeptierte. Phoebe beging daraufhin aus Verzweiflung einen Selbstmordversuch mit Tabletten. Sie wurde gerettet. Ihre Eltern erklärten sich schließlich bereit, das Kind zu sich zu nehmen. Heute lebt Phoebe alleine, gibt ihren Eltern einen Teil ihres Gehalts und sieht ihren Sohn nur am Wochenende.²²⁷

Die Geschichte Phoebes ist ein besonders dramatischer Fall. Er zeigt, dass ledige Mütter auch noch Ende der siebziger Jahre von vielen Menschen als unmoralisch und sittenlos angesehen wurden. Eine allein erziehende Mutter hatte es schwer, Beruf und Kinderbetreuung zu vereinbaren und war auf Hilfe anderer angewiesen. *Praline* geht in den Fallbeispielen nicht näher auf diese Problematik ein. Meiner Meinung nach will die Illustrierte ihre Leserschaft, zu der viele Männer zählen, für die Probleme lediger Mütter sensibilisieren und zu deren größeren gesellschaftlichen Akzeptanz beitragen. Vielleicht sollen die Beiträge junge Frauen vor einer unehelichen Schwangerschaft abschrecken und dazu bringen, sicherer zu verhüten.

„Das erste Kind mit 35 - na und?“ lautet der Titel eines Beitrags in der *Brigitte* aus dem Jahr 1979. Er beschäftigt sich mit der steigenden Zahl von Frauen, die ihr erstes Kind bekommen, wenn sie die dreißig längst überschritten haben. Diese Frauen seien zumeist sehr selbstbewusst und hätten sich oft absichtlich dafür entschieden, erst in diesem Alter Mutter zu werden. Laut dem Artikel gibt es drei Arten von Frauen, die mit über dreißig ihr erstes Kind bekommen würden: Erstens, diejenigen Frauen, die sich schon lange ein Kind wünschen, aber noch nicht schwanger wurden. Erst als sie wegen ihres Alters den Kinderwunsch aufgaben, konnten sie schwanger werden. Die zweite Gruppe von Frauen hat erst spät den richtigen Partner gefunden, mit dem sie eine Familie gründen möchten. Die dritte und bedeutendste Gruppe sind Frauen, denen ihr Beruf wichtiger war als Kinder zu haben. Der Wunsch nach einem Kind blieb aber immer im Hintergrund.

Frauen, die mit Mitte dreißig ihr erstes Kind zur Welt bringen, werden im Bericht sehr positiv geschildert. Sie würden ihre Kinder besorgter, besonnener und bewusster als junge

²²⁷ Mütter ohne Trauring. In: *Praline* 3, 1978, 35.

Frauen bekommen. Sie hätten aber auch Angst, ein behindertes Kind zu erwarten, da das Risiko dafür mit dem Alter der Frau zunimmt. Dies habe aber auch positive Folgen, denn ältere Mütter würden sich gründlicher auf die Geburt vorbereiten und die Anweisungen der Ärzte gründlicher befolgen als jüngere Frauen. Einem Klischee zufolge wären späte Mütter überängstlich. Der Artikel widerlegt diese Annahme: Das Verhalten der Mutter hänge nicht mit ihrem Alter, sondern von ihrer Persönlichkeitsentwicklung ab.²²⁸ Der Beitrag stellt späte Mutterschaft sehr positiv dar, ohne die Probleme zu verschweigen, mit denen Frauen Mitte dreißig konfrontiert sind, wenn sie ihr erstes Kind erwarten. Das präsentierte Frauenideal ist das einer Frau, die einige Zeit berufstätig und selbstständig war, bevor sie sich für ein Kind entschied. Nach der Geburt bieten sich ihr verschiedene Möglichkeiten. Sie kann weiterhin arbeiten gehen und Beruf und Familie vereinbaren oder das traditionelle Rollenmodell wählen und Hausfrau und Mutter werden, wenn sie einen Partner hat, der für den Lebensunterhalt der Familie aufkommt. Beide Möglichkeiten erscheinen mir gleich bewertet.

In den siebziger Jahren geriet das traditionelle bürgerliche Familienmodell ins Wanken. Als Ursachen dafür nennt Werner Faulstich die zunehmende Emanzipation der Frau, die antiautoritäre Erziehung, den Einfluss der Massenmedien auf Sozialisation und Freizeitgestaltung, und die Pluralität der Familienformen wie Wohngemeinschaften, Single-Haushalte, Beziehung auf Probe, Migrantenfamilien etc. Damit eröffneten sich neue Möglichkeiten der Lebensgestaltung und der Selbstverwirklichung. Das Zerschlagen der sozialen Normen und Erwartungen äußerte sich aber auch in individuellen Ängsten, sozialen Abgrenzungen und Widerständen.²²⁹

4.3. Weibliche Berufstätigkeit

Das dominierende Frauenleitbild war bis in die sechziger Jahre das der Hausfrau und Mutter. Die Erwerbsarbeit einer verheirateten Frau wurde als Notlösung oder Zuverdienst für die Familie betrachtet. Ende der sechziger Jahre wurde weibliche Berufstätigkeit positiver angesehen und das Frauenbild begann sich langsam zu verändern. Nun wurde das 3-Phasen-Modell als beste Lösung für den Lebensentwurf einer Frau proklamiert. Das Modell besagt, dass Frauen bis zur Geburt des ersten Kindes arbeiten sollen, um sich dann

²²⁸ Dörte Volend, Das erste Kind mit 35 - na und? In: Brigitte 19, 1979, 128ff.

²²⁹ Werner Faulstich, Gesellschaft und Kultur der siebziger Jahre: Einführung und Überblick. In: Werner Faulstich (Hg.), Die Kultur der siebziger Jahre. Kulturgeschichte des zwanzigsten Jahrhunderts (München 2004) 13f.

ausschließlich um Kindererziehung und Haushalt zu kümmern. Wenn die Kinder alt genug seien, dass sie nicht mehr ständig betreut werden müssen, solle die Mutter wieder ihre Erwerbstätigkeit aufnehmen.²³⁰

In den sechziger Jahren kam es zu einem deutlichen Anstieg weiblicher Teilzeitarbeit unter verheirateten Frauen. Frauen versuchten nun, Familie und Beruf in ihrem Lebensentwurf zu vereinbaren. Auch die Erweiterung des Dienstleistungssektors spielte eine wichtige Rolle bei der Zunahme weiblicher Teilzeitarbeit.²³¹

Harald Hansluwka sieht die Teilzeitarbeit der Frau positiv. Sie ermögliche der Frau „am Erwerbsleben teilzunehmen und so zum Familieneinkommen beizutragen, ohne daß die Belange der Familie ernsthaft geschmälert werden“.²³²

Das anhaltende Wirtschaftswachstum in den fünfziger bis in die frühen siebziger Jahre führte zu einer Nachfrage an weiblichen Arbeitskräften. In der BRD kam es zu einem Anstieg der Berufsarbeit verheirateter Frauen. 1962 gingen 40 Prozent aller verheirateten Frauen zwischen 25 und 30 Jahren einer Erwerbsarbeit nach; 1972 waren es bereits 48 Prozent und zehn Jahre später bereits 59 Prozent. Verheiratete Frauen gingen nach Ansicht Reinhard Sieders in den fünfziger und sechziger Jahren einer Erwerbsarbeit nach, um zum Familieneinkommen beizutragen. In den siebziger Jahren entschieden sich viele Frauen für eine Erwerbsarbeit, um sich durch ein eigenes Einkommen eine relative Unabhängigkeit vom Ehemann zu verschaffen. Selbstverwirklichung, Freude am Beruf und das Knüpfen neuer sozialer Kontakte spielten ebenfalls eine wichtige Rolle bei der Entscheidung, einer Erwerbsarbeit nachzugehen. Im Alltag waren erwerbstätige Ehefrauen der Doppelbelastung von Beruf und Haushalt und Familie ausgesetzt. Das traditionelle Geschlechterrollenmodell geriet Ende der sechziger Jahre zunehmend unter Kritik. Die Frauenbewegung forderte die Gleichberechtigung von Mann und Frau in allen Lebensbereichen. Doch auch in den siebziger Jahren litten berufstätige Ehefrauen unter Mehrfachbelastung, da die Männer nur einen kleinen Teil der Hausarbeit übernahmen. Von Arbeitsteilung im Haushalt oder Halbe-Halbe konnte noch keine Rede sein. Kinderbetreuung und die Versorgung pflegebedürftiger Familienangehöriger wurde von vielen Männern weiterhin als Aufgabe der Frau angesehen.²³³

²³⁰ Christiane *Ochs*, Frauendiskriminierung in Ost und West - oder: die relativen Erfolge der Frauenförderung. Eine Bestandsaufnahme in den beiden ehemaligen deutschen Staaten. In: Karin *Hausen*, Gertraude *Krell* (Hg.), Frauenerwerbsarbeit: Forschungen zu Geschichte und Gegenwart (München/Mering 1993) 52.

²³¹ *Eckart*, Halbtags durch das Wirtschaftswunder, 183ff.

²³² Harald *Hansluwka*, Die Frau in Haushalt und Beruf, Die Wirtschaft geht jeden an, Heft 63 (Wien 1966) 31.

²³³ *Sieder*, Sozialgeschichte der Familie, 243ff.

Karin Hausen bezeichnet die Ungleichheit der Erwerbschancen von Männern und Frauen als Strukturmerkmal moderner Wirtschafts- und Gesellschaftssysteme. Die Teilung in Frauen- und Männerarbeitsplätze garantiere das Fortbestehen der Geschlechterhierarchie im Erwerbsleben. Diese Segregation diene zur Legitimierung der niedrigeren Löhne der Frauen und verhindere, dass sie eine ernstzunehmende Konkurrenz für die männlichen Arbeitnehmer würden. Bei gleichen Einkommen von Frauen und Männern, folgert Hausen, würden die Abhängigkeits- und Unterordnungsverhältnisse in den Geschlechterbeziehungen ihren materiellen Kern verlieren. Frauen wären dann weniger dazu bereit, auf eine Erwerbsarbeit zu verzichten und unbezahlte Familienarbeit zu verrichten.²³⁴

Brigitte gibt ihren Leserinnen im Jahr 1958 „Tips für die neue Stellung“ Die ersten Tage in der neuen Firma würden häufig über den späteren Erfolg der Arbeitnehmerin entscheiden. Deshalb soll sich die neue Mitarbeiterin schon vor Beginn der Arbeit über die Geschichte des Unternehmens und dessen genaue Tätigkeit informieren. Sie soll sich möglichst alle Namen der Kollegen merken und frisch, gepflegt und nicht zu auffallend gekleidet am Arbeitsplatz erscheinen. Es sei wichtig, mit einem fröhlichen Gesicht und positiver Einstellung an die neue Arbeit zu gehen. Wenn die Arbeitnehmerin diese Ratschläge befolgt, wird sie später leichter mit verantwortungsvolleren Aufgaben umgehen können.²³⁵ Der Artikel scheint positiv gegenüber weiblicher Berufstätigkeit eingestellt zu sein. Familie und mögliche Kinder der Frau werden nicht erwähnt. Es ist von „verantwortungsvolleren Aufgaben“ die Rede, die die Frau vielleicht übernehmen darf, wenn sie durch ihre Arbeit überzeugt. Das bedeutet, sie kann in der Firma aufsteigen und Karriere machen. Ihre Berufstätigkeit wird in diesem Bericht nicht als eine Übergangslösung beschrieben, die ausgeübt wird, bis eine junge Frau einen Ehemann findet. Es ist auch nicht von der Teilzeitarbeit einer verheirateten Frau die Rede. Vielleicht sieht der Verfasser Hans Peter Weiß es als selbstverständlich an, dass seine Leserinnen das traditionelle Geschlechterrollenmodell als ihren persönlichen Lebensentwurf betrachten, wobei eine Karriere nicht in Frage kommt.

²³⁴ Karin Hausen (Hg.), Geschlechterhierarchie und Arbeitsteilung. Zur Geschichte ungleicher Erwerbschancen von Männern und Frauen (Göttingen 1993) 7ff.

²³⁵ Tips für die neue Stellung. In: *Brigitte* 7, 1958, 46f.

Brigitte schildert ihren Leserinnen im Jahr 1962 den Arbeitsalltag einer Sekretärin in einem Großraumbüro. Renate ist zwanzig Jahre alt und arbeitet mit 269 Menschen in einem Großraumbüro in Gütersloh, das ein ganzes Stockwerk einnimmt. Ihr Arbeitstag beginnt um 8:15 Uhr und endet um 17:30 Uhr. Zu Renates Aufgaben zählen die typischen Tätigkeiten einer Sekretärin: Sie führt den Terminkalender ihres Chefs, nimmt Diktate auf, legt Akten ab, erledigt Telefonanrufe und wimmelt lästige Besucher ab. Ihr Chef, Herr Baumann, ist der junge Geschäftsführer ihrer Firma.

Renate hat eine kaufmännische Lehre abgeschlossen und anschließend zwei Jahre als Sekretärin im Vorzimmer ihres Chefs in einem anderen Unternehmen gearbeitet. Am Anfang fiel Renate ihre Arbeit im neuen Büro schwer, da sie sich erst an die vielen Menschen im Raum gewöhnen musste. Heute beschreibt sie ihre Arbeit als angenehm, da sich keiner bei der Arbeit gehen lassen kann, weil viele Leute zusehen. Die vielen Leute stören sie nicht mehr und sie kann sich gut auf ihre Arbeit konzentrieren. Eine Kollegin sieht ihre Arbeit nicht so positiv wie Renate. Sie kritisiert, dass man immer tadellos aussehen muss und keine Intimsphäre hat.

Um 12:30 Uhr hat die junge Frau Mittagspause. Sie isst nicht in der Kantine der Firma, sondern macht sich die Speisen im Pausenraum warm, die ihr ihre Mutter mitgegeben hat. Bevor sie am Abend die Arbeitsstelle verlässt, frischt Renate im Puderraum ihr Make-up auf.²³⁶

Allgemein gesehen lässt sich sagen, dass im Bericht immer wieder die Wichtigkeit des tadellosen Aussehens der Sekretärinnen betont wird. Selbst nach einem anstrengenden Arbeitstag verlässt Renate (und wahrscheinlich ihre meisten Kolleginnen) nicht das Büro, ohne ihr Make-up aufzufrischen. Eine Frau, so scheint es, muss zu jeder Tageszeit gepflegt und tadellos erscheinen, wenn sie sich in der Öffentlichkeit befindet. Die Arbeitszeit Renates ist mit einer Familie und Kindern nicht zu vereinbaren, da es Anfang der sechziger Jahre nicht vorstellbar war, dass der Mann zuhause bleibt und die Frau ganztätig berufstätig ist. Die Arbeit, die im Bericht beschrieben wird, eignet sich deshalb vor allem für junge Frauen vor der Heirat und für allein stehende Frauen. Renate lebt noch bei ihrer Mutter, die ihr das Mittagessen zubereitet und wahrscheinlich den Großteil der Hausarbeit erledigt, während ihre Tochter arbeiten geht.

Die Reportage „Lehrling mit Abitur“ in der *Brigitte* aus dem Jahr 1962 berichtet über die zwanzigjährige Elke Busch, die Innenarchitektin werden will. Nach dem Abitur begann sie

²³⁶ Mit 269 Menschen in einem Saal. In: *Brigitte* 5, 1962, 122ff.

eine Lehre in einem Kölner Einrichtungshaus. Zu ihren Aufgaben zählt es, Möbel anzufertigen, und alte Möbel zu reparieren. Elke lernt beizen, hobeln und sägen; „nur bei ganz männlichen Arbeiten wie Löten oder Feilen, guckt sie zu.“²³⁷ Die Chefin des Einrichtungshauses ist die Innenarchitektin Dorrit Selldorf. Um den Beruf der Innenarchitektin ausüben zu können, benötigte man zu dieser Zeit die mittlere Reife oder das Abitur. Anschließend absolvierte man eine zwei- bis dreijährige Schreinerlehre und studierte danach sechs Semester an einer Akademie oder Werkschule. Die Schreinerogesellenprüfung sei jedoch für ein Mädchen nicht so leicht zu schaffen, meint die Autorin Marlene Gerwin. Nur wenige Innenarchitektinnen würden es schaffen, sich selbstständig zu machen. Das Anfangsgehalt liegt bei 350-400 Mark monatlich; dies sei wenig, wenn man die lange Ausbildungszeit bedenkt. Die meisten Innenarchitektinnen würden schließlich als Verkäuferinnen in einem Einrichtungsgeschäft arbeiten. Auch in der Industrie oder in einem Architekturbüro könnten ausgebildete Innenarchitektinnen Arbeit finden.²³⁸

Elke wirkt auf den Fotos, die sie bei der Arbeit zeigen, burschikos. Man könnte sie sogar für einen jungen Mann halten. Auf den beiden größten Fotos ist Elke mit zwei verschiedenen Meistern zu sehen, die ihr die Arbeit erklären. Diese Bilder vermitteln den Eindruck, dass die männlichen Mitarbeiter des Einrichtungshauses über das größere Wissen verfügen, dass sie an den weiblichen Lehrling weitergeben. Die Chefin Dorrit Selldorf ist vor dem Eingang ihres Geschäfts abgebildet. Sie trägt Rock und Bluse und wirkt sehr elegant und weiblich, ganz im Gegensatz zur burschikosen Elke, die in ihrer Arbeitskleidung, Hemd, Pullover, Hose oder einem Arbeitsmantel zu sehen ist. Der Artikel schildert den weiblichen Lehrling Elke meiner Meinung nach positiv. Die Tätigkeit Elkes wird nicht als unweiblich angesehen, aber die Autorin Marlene Gerwin ist davon überzeugt, dass eine Frau nicht Löten oder Feilen, die „männlichsten“ Arbeiten verrichten kann oder soll.

Eine Leserin der *Brigitte* schildert 1962 in einem Leserbrief ihr Problem. Ihr Chef verbietet ihr und ihren Kolleginnen, lange Hosen zu tragen. Sie arbeitet in einem kleinen kaufmännischen Betrieb ohne Kundenverkehr. Gisela fragt Brigitte: „Darf unser Chef uns verbieten, im kalten Winter (große Räume) lange Hosen zu tragen, zumal die Chefin, die

²³⁷ Lehrling mit Abitur. In: *Brigitte* 8, 1962, 125.

²³⁸ Ebd., 125ff.

selbst im Betrieb tätig ist, während der Arbeit lange Hosen trägt?...Wir wollen die langen Hosen nicht aus Opposition anziehen, sondern weil uns wirklich kalt ist.“²³⁹

Die Redaktion der *Brigitte* beantwortete die Frage der Leserin folgendermaßen: „Wenn Sie statt der langen Hosen Wollstrümpfe (Strumpfhosen!), warme Unterwäsche und dicke Röcke tragen, werden Sie bestimmt nicht frieren. Lassen Sie den Chef (wenn er sonst nett ist) nur ruhig weiterhin bestimmen, wer bei ihm im Betrieb die Hosen anhat.“²⁴⁰

Die Redaktion der *Brigitte* vermittelt mit dieser Antwort, dass sie es für richtig und natürlich hält, dass der Chef „die Hosen anhat“ und bestimmt, wie sich seine Angestellten zu kleiden hätten. Wenn er gerne Frauenbeine in Röcken sehen möchte, sei dies sein gutes Recht, da er den Betrieb leitet. Er erlaubt seiner Frau, lange Hosen zu tragen. Das Tragen von Hosen wird in diesem Fall mit Macht gleichgesetzt. Die Chefin befindet sich als die Gattin des Chefs in einer höheren Machtposition als die Sekretärinnen und kann es sich deshalb leisten, das „männliche“ Kleidungsstück Hosen zu tragen. Die Verfasserin befürwortet die traditionelle Rollenverteilung zwischen Mann und Frau, wonach sich Frauen dem Willen der Männer unterzuordnen haben.

Praline warnt ihre Leserinnen im Jahr 1958 vor Männern, die sich als Fotografen ausgeben und jungen Frauen eine Karriere als Filmstar versprechen. Der Beitrag mit dem Titel „Kamerajagd auf hübsche Mädchen“ berichtet von Männern, die junge Frauen unter dem Vorwand, Probeaufnahmen für den Film zu machen, in ihre Wohnung locken und dort mit Alkohol gefügig machen. Fast immer würden sie Aktfotos anfertigen; oft auch versuchen, das Mädchen zum Sex zu überreden. Die Unwissenheit und die Jugend der Mädchen werden dabei ausgenutzt. *Praline* kritisiert die Tatsache, dass Interviews mit berühmten weiblichen Filmstars den Eindruck vermitteln, diese seien von einem Tag auf den anderen zum Star geworden. Die Medien würden jungen Frauen vermitteln, dass zum Beruf der Schauspielerin nichts weiter als eine gute Figur und eine erotische Ausstrahlung gehöre. Dieses Frauenbild aus Hollywood wäre aber derzeit bereits am Schwenden, denn Filmstars wie Marilyn Monroe oder Sophia Loren würden sich heute um ernstere Rollen bemühen und sich weniger offenherzig kleiden als zu Beginn ihrer Karriere. Schauspielerinnen wie Audrey Hepburn oder die junge Romy Schneider entsprechen einem anderen Frauentyp und würden hart an ihrer Karriere arbeiten. Der Beitrag warnt abschließend vor einer

²³⁹ *Brigitte* 4, 1962, 68.

²⁴⁰ Ebd.

kurzen Schauspielkarriere, nach der man schnell wieder in Vergessenheit gerät. Dies würde Frauen nur eine verlorene Jugend und zerstörte Illusionen einbringen.²⁴¹

Praline berichtet zwanzig Jahre später in der Serie „Früh berühmt und schnell kaputt“ aus dem Jahr 1978 über junge Mädchen, die von ihren Müttern an das Film- und Show-Geschäft verkauft und zugrunde gerichtet werden. Ein Beispiel für diese jungen Filmstars ist Jodie Foster, 1978 fünfzehn Jahre alt. Sie macht ihrer Mutter Vorwürfe, dass diese sie schon als dreijähriges Kind für Werbeaufnahmen zur Verfügung stellte und als Dreizehnjährige im Film „Taxi Driver“ eine Prostituierte spielen ließ. Mit fünfzehn war Jodie Foster schon nackt in Filmen zu sehen. Ihre ehrgeizige Mutter hat kein Problem damit, dass ihre minderjährige Tochter eine Prostituierte spielte. Sie schickte sie sogar „probehalter“ auf den Strich, um ihre Rolle besser spielen zu können. Die Mutter folgte Jodie in einigem Abstand, um zu verhindern, dass diese von Freiern belästigt wurde.

Praline kritisiert in den Beitrag die ehrgeizigen Mütter, die selbst keine Filmkarriere machen konnten und stattdessen ihre Töchter zu Stars machen wollen. Für sie zähle nur das Geld und der Ruhm, seelische Schäden der Kinder seien ihnen egal. Filmproduzenten würden junge Mädchen sexuell ausbeuten, indem diese nackt vor der Kamera stehen müssten, um berühmt zu werden. Oft würden die Kinderstars von den Produzenten fallen gelassen, wenn sie älter würden.²⁴²

Praline rät jungen Frauen in den beiden Beiträgen aus den Jahren 1958 und 1978 ab, eine Karriere als Schauspielerin zu versuchen. Die Illustrierte schildert die Gefahr, von Produzenten oder Fotografen sexuell belästigt oder ausgebeutet zu werden, um junge Mädchen von einer Schauspielkarriere abzuschrecken. Es wird nicht erwähnt, dass es seriöse Schauspielagenturen gibt, die junge Schauspielerinnen Stellen vermitteln, ohne dass diese halbnackt vor der Kamera posieren müssen. Die erwähnten Schauspielerinnen Romy Schneider und Audrey Hepburn haben es geschafft, auch ohne Nacktszenen in Filmen berühmt zu werden. *Praline* erklärt ihren jungen Leserinnen nicht, dass nur wenige Frauen Filmstars werden können und die meisten jungen Schauspielerinnen gerade genug verdienen, um ihre Lebenserhaltungskosten zu bezahlen. Die Artikel versuchen meiner Ansicht nach, junge Frauen davon zu überzeugen, dass ein Leben als Hausfrau und Mutter, mit eventuell ein wenig Teilzeitarbeit in den siebziger Jahren in einem „seriösen“ Beruf, die bessere Lebensmöglichkeit sei als der Versuch, sich als Schauspielerin zu verwirklichen.

²⁴¹ Kamerajagd auf hübsche Mädchen. In: *Praline*, Juli 1958, 20ff.

²⁴² Früh berühmt und schnell kaputt. In: *Praline* 1, 1978, 46f.

„Geben Frauen ihr Studium zu leicht auf?“ fragt ein Bericht in der *Brigitte* aus dem Jahr 1968. Frauen, so sei die weit verbreitete Annahme, würden nur studieren, um sich einen Mann zu angeln; wenn sie ihn gefunden hätten, würden sie ihr Studium aufgeben. Eine Statistik (keine Quellenangabe) belegt diese Ansicht: Von hundert Studentinnen geben sechsundzwanzig ihr Studium vorzeitig auf; die Mehrheit wegen Heirat. *Brigitte* hat einige dieser Studienabbrecherinnen nach ihren Gründen gefragt. Die Befragten nannten folgende Gründe für den Abbruch ihres Studiums: aus Liebe zu einem Assistenzarzt; um die Familie zu ernähren, da der Partner auch studiert; weil der Mann versetzt wurde; aus Examensangst und wegen Professoren, die ein Frauenstudium ablehnen und Studentinnen schikanieren. Der Bericht widerlegt abschließend die erwähnte Annahme, dass Frauen nur studieren würden, um einen Mann zu finden. Es würde nicht an den Frauen allein liegen, dass sie ihr Studium abbrächen, denn sie hätten unter erschwerten Bedingungen wie Vorurteilen seitens der Professoren oder finanziellen Problemen zu leiden. Außerdem würden viele Frauen immer noch die Ehe als Ausweg sehen und wären deshalb eher bereit ihr Studium abzubrechen als ihre männlichen Kollegen, die einen Studienabschluss benötigen würden, um später ihre Familie erhalten zu können.²⁴³

„Frauen können auch bei der Post Karriere machen“ lautet der Titel eines Artikels von Kurt Gscheidle, dem Bundesminister für das Post- und Fernmeldewesen von der SPD, in der *Praline* aus dem Jahr 1978. Der Artikel ist Teil der Serie „Der Politiker-Leitartikel“, in der in jeder *Praline*-Ausgabe seit vier Jahren ein Politiker oder eine Politikerin der unterschiedlichen Fraktionen einen Artikel zu gesellschaftlichen und sozialen Problemen und Entwicklungen verfasst. Die Deutsche Bundespost sei der größte Arbeitgeber für Frauen, schildert der Politiker. Sie beschäftigt zu diesem Zeitpunkt 495.000 Mitarbeiter, davon sind nur 160.000 Frauen. Das soll sich ändern, fordert Gscheidle. Leider müsse man auch heute noch feststellen, dass Frauen keineswegs ihrem Anteil gemäß in mittleren und höheren Führungspositionen bei der Post vertreten seien. Frauen machen im einfachen Dienst einen Anteil von 20% aus; im mittleren Dienst arbeiten 75% Frauen, im höheren Dienst nur 7%.²⁴⁴

Die Gründe für den geringen Frauenanteil in höheren Führungspositionen liegen Gscheidle zufolge nicht bei der Deutschen Bundespost, die sich bemühen würde, Frauen zu fördern. Der Politiker bedauert es sehr, dass nur wenige Akademikerinnen bei der Post arbeiten. Deshalb wären auch nur etwa 100 weibliche Kräfte im höheren Dienst zu finden. Weitere

²⁴³ Geben Frauen ihr Studium zu leicht auf? In: *Brigitte* 23, 1968, 171ff.

²⁴⁴ Kurt Gscheidle, Frauen können auch bei der Post Karriere machen. In: *Praline* 7, 1978, 17.

Ursachen für die geringe Frauenquote bei den Führungspositionen wären familiäre Belastungen der Frauen, die nicht mit einer Karriere bei der Post vereinbar wären. Ein weiterer wichtiger Grund sei die Tatsache, dass die Mehrheit der Frauen, die bei der Post beschäftigt sind, nur eine einseitige, auf den jeweiligen Betrieb bezogene Qualifikation besäßen, wodurch diese Frauen für eine höhere Position, wo man fachlich flexibel sein muss, ungeeignet seien.

Die Lösung des Problems liegt nach Ansicht Gscheidles nicht allein bei der Deutschen Bundespost, sondern könne nur durch tief greifende gesellschaftliche Umstrukturierungen erfolgen. Das Ziel dieser Umstrukturierungen soll es sein, das traditionelle Rollenverständnis von Mann und Frau zu verändern; eine Aufgabe, deren Lösung nicht von heute auf morgen erfolgen kann. Gscheidle fordert die Frauen als mündige Bürgerinnen dazu auf, aktiv an dieser gesellschaftlichen Veränderung mitzuarbeiten.²⁴⁵

Ich stimme der Ansicht Gscheidles zu, dass nicht das Unternehmen Deutsche Bundespost Ende der siebziger Jahre alleine für den geringen Frauenanteil in den Führungspositionen verantwortlich war. Bei anderen Großunternehmen war die Frauenquote wahrscheinlich auch nicht deutlich höher. Allerdings kann man die Tatsache, dass nur wenige Akademikerinnen zur Post gingen, nicht als Ursache für die geringe Frauenquote in höheren Positionen deuten. Man müsste sich überlegen, warum nur wenige Akademikerinnen versuchten, eine Karriere bei der Post zu machen. Vielleicht dachten sie, dass sie im männlich dominierten Unternehmen ohnehin kaum Chancen auf eine Führungsposition hätten.

Gscheidle nennt als Förderungsmaßnahme für Frauen die Einrichtung eines Ergonomiezentrums, das die arbeitstechnischen Voraussetzungen für die Beschäftigung von Frauen untersucht.²⁴⁶ Hier wird deutlich, dass der Minister und die Führungskräfte der Post davon ausgehen, dass Männer und Frauen über unterschiedliche körperliche Voraussetzungen verfügen, die man bei der Gestaltung der täglichen Arbeit berücksichtigen muss, damit die Mitarbeiterinnen so rational und schnell wie möglich arbeiten können.

Meiner Ansicht nach wäre es eine bessere Förderungsmaßnahme, zu untersuchen, woran es genau liegt, dass es nur wenige weibliche Führungskräfte gibt. Gscheidle nennt in seinem Artikel zum Beispiel die familiären Belastungen von Frauen. Dies bedeutet, dass es immer noch als Aufgabe der Frau betrachtet wird, sich auch neben einer Erwerbsarbeit um Haushalt und Kinderbetreuung zu kümmern. Betriebskinderbetreuungseinrichtungen und

²⁴⁵ Gscheidle, Frauen können auch bei der Post Karriere machen. In: Praline 7, 1978, 17.

²⁴⁶ Ebd.

Fortbildungsmaßnahmen speziell für Frauen wären Maßnahmen, die den Frauenanteil unter den Führungskräften heben könnten. Es stellt sich die Frage, ob der Minister dies auch wirklich erreichen möchte und nicht nur versucht, um Stimmen der Wählerinnen zu werben, indem er ihnen verspricht, für die Gleichberechtigung im Arbeitsleben einzutreten.

5. Weibliche Sexualität

5.1. Geschichte der Sexualität in der BRD

Bei der Definition des Begriffs Sexualität beziehe ich mich auf Franz X. Eder, der Sexualität als „alle mit dem Geschlechtsleben zusammenhängenden Erscheinungen - Begriffe, Ideen, Wissen, Begierde, Orientierung, Phantasie und Praxis - definiert. Sexualität wird durch Erfahrung und Praxis konstituiert.“²⁴⁷

Dagmar Herzog bezeichnet das zwanzigste Jahrhundert als das Jahrhundert der Sexualität. Sexualität wurde zu einem zentralen Bestandteil individueller Identität. Die Menschen erkannten, dass sie nicht nur unterschiedliche sexuelle Identitäten, sondern auch ein Recht auf ihre Sexualität besaßen. Sexualität war auch ein Feld sozialer und kultureller Konflikte, ein wichtiger Antrieb der Wirtschaft und ein ständiges Thema der Werbung.²⁴⁸

In den fünfziger und den frühen sechziger Jahren wurden die sexuellen Normen, die auf das Ziel der Heirat und Familiengründung ausgerichtet waren, von der ersten erotischen Welle in den Medien und der Popkultur ins Wanken gebracht. Filmstars wie Marilyn Monroe, Jane Russel oder Sophia Loren verkörperten das neue Weiblichkeitsideal. Der weibliche Körper wurde sexualisiert, depersonalisiert und stellte eine Ware dar, die konsumiert werden konnte. Konsum wurde durch sexualisierte Werbung angekurbelt.²⁴⁹

Die Geschichte der Sexualität in der BRD ist, wie Sybille Steinbacher in ihrem Werk „Wie der Sex nach Deutschland kam“ ausführlich, seit der Nachkriegszeit durch die „Gleichzeitigkeit des Ungleichzeitigen“ geprägt.²⁵⁰ Darunter versteht Steinbacher „das Nebeneinander von Sittlichkeitskampf und Erotik-Boom, von rechtlicher Repression und liberalisierter Rechtspraxis, von Fortschrittskritik und Fortschrittsdenken, von Modernitätsängsten und Modernisierungshoffnungen.“²⁵¹ Der Diskurs über Sexualität war durch Ambivalenz gekennzeichnet. Zur gleichen Zeit wie der Kampf um Sittlichkeit fand ein Boom des Erotikmarktes statt. Das Bedürfnis vieler Menschen nach Sicherheit und Ordnung führte in den fünfziger Jahren zur Wiederaufnahme des Sittlichkeitskampfes. Man wollte der Populärkultur und den Massenmedien gesetzliche Grenzen setzen.

²⁴⁷ Franz X. Eder, Durchtränktsein mit Geschlechtlichkeit. Zur Sozial- und Kulturgeschichte der sexuellen Begierde vom 17. bis zum 20. Jahrhundert, Habilitationsschrift (Wien 2000) 12.

²⁴⁸ Dagmar Herzog, Sexuality in Twentieth Century Austria. In: Günter Bischof, (Hg.), Sexuality in Austria, Contemporary Austrian studies v. 15 (New Brunswick/New Jersey 2007) 7.

²⁴⁹ Eder, 'The National Socialists' 'Healthy Sensuality', 88.

²⁵⁰ Steinbacher, Wie der Sex nach Deutschland kam, 347.

²⁵¹ Ebd.

Sittlichkeit sollte gesellschaftliche Stabilität vermitteln und spielte nach Ansicht ihrer Befürworter eine wichtige Rolle bei der (Re-)Christianisierung und dem (geistigen) Wiederaufbau der Bundesrepublik. Dabei beriefen sie sich auf das moralische Wertesystem des deutschen Kaiserreiches. Bei der Bevölkerung fand das Sittlichkeitspostulat aber nur geringe Zustimmung.²⁵²

Der kulturelle Wandel in der BRD wurde zu einem Großteil durch die Medialisierung der Sexualität verursacht. Schon nach der Währungsreform 1949 war ein gewinnbringender Markt für Erotikhefte entstanden. Diese Entwicklung kann man als die erste deutsche Sexwelle bezeichnen. Als der amerikanische Sexualforscher Alfred C. Kinsey in den USA in den Jahren 1948 und 1953 seine Studien über das sexuelle Verhalten von Mann und Frau publizierte, kam es auch in Westdeutschland zu einem öffentlichen Diskurs über Sexualität. Kinsey betrachtete alle Formen von Sexualität als normal und natürlich. Der Staat und die Kirche sollten sich seiner Ansicht nach nicht in das Sexualverhalten der Bevölkerung einmischen und dieses zu kontrollieren versuchen. Illustrierte berichteten über Kinseys Studien und führten Umfragen über das Sexualverhalten durch. Steinbacher spricht von einer zweiten Sexwelle, die 1953 die BRD erfasste.²⁵³

1953 trat das „Gesetz über die Verbreitung jugendgefährdender Schriften“, das auch als „Schmutz- und Schundgesetz“ bezeichnet wurde, in Kraft. Die Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Schriften wurde gegründet, die keiner juristischen Kontrolle unterlag und die bis heute besteht. In dieser Behörde waren Kirchen, Jugendwohlfahrts- und Lehrerverbände, Buchhändler, Verleger und Künstler vertreten. Ihre Hauptaufgabe bestand bis in die sechziger Jahre in der Zensur sexueller Inhalte. Eine beanstandete Publikation wurde entweder verboten und durfte nicht mehr zum Kauf angeboten werden oder wurde in den „Index“, die schwarze Liste, aufgenommen. Publikationen, die auf dem Index standen, durften nicht an Minderjährige verkauft und an Orten beworben werden, wo Minderjährige die Werbung sehen konnten. Darunter fielen auch Werke der Sexualforschung wie der Kinsey-Report.²⁵⁴

Die Unternehmerin Beate Uhse betrieb bereits seit 1947 einen erfolgreichen Versandhandel für Ehehygiene. Uhse trug wesentlich zum Boom der Erotikindustrie bei und wurde deren europaweite Marktführerin. Sie führte einen jahrzehntelangen Kampf mit der Justiz; auf Anzeigen wegen Betrug und Wucher folgten Ermittlungen wegen Verstoßes

²⁵² *Steinbacher*, Wie der Sex nach Deutschland kam, 348ff.

²⁵³ *Ebd.*, 352.

²⁵⁴ *Herzog*, Die Politisierung der Lust. Sexualität in der deutschen Geschichte des zwanzigsten Jahrhunderts (München 2005) 135ff.

gegen die Sittlichkeit. Zur Bekämpfung von Verstößen gegen die Sittlichkeit wurden neue Ämter geschaffen, die untereinander in Verbindung standen. In jedem Bundesland befand sich eine Zentralstelle, die die Aufgabe hatte, die Verbreitung unzuchtiger Schriften und Abbildungen zu verhindern.²⁵⁵

Bereits 1949 erfolgte die Gründung des Zentalausschusses der Werbewirtschaft (ZAW), in dem die meisten Wirtschaftsverbände vertreten waren. Durch „freiwillige Selbstkontrolle“ sollte der ZAW „auf eine in Form und Inhalt lautere und vorbildliche Werbung hinwirken, um Auswüchse und Mißbräuche zu vermeiden.“²⁵⁶ Als Antwort auf die vermehrte Werbekritik der siebziger Jahre gründete der ZAW 1972 den „Deutschen Werberat“. Dieses Organ war personell mit dem ZAW verbunden und besaß keinen öffentlich-rechtlichen Charakter. Seine Aufgabe bestand darin, Missstände in der Werbbranche festzustellen und zu beseitigen und in der inhaltlichen und gestalterischen Weiterentwicklung der Werbung. Fehlentscheidungen und Fehlentwicklungen sollte entgegengewirkt werden. Verbände, Unternehmen oder einzelne Konsumenten konnten Beschwerde gegen eine bestimmte Werbung einlegen. Der Werberat fordert dann den verantwortlichen Werbetreibenden zu einer Stellungnahme auf. Meistens folgten die Unternehmen der Kritik des Werberates und änderten oder entfernten die beanstandete Werbung. Wenn dies nicht geschah, publizierte der Deutsche Werberat eine öffentliche Rüge. Der Deutsche Werberat existiert heute noch.²⁵⁷

Der Konsum von Erotik wurde Ausdruck des modernen Lebens und Symbol des sozialen Aufstiegs und des gestiegenen Lebensstandards. Der Konkurrenzkampf der Illustrierten trug wesentlich zum Einsetzen der dritten Sexwelle 1963/64 bei. Voraussetzung für diese Entwicklung war die Wohlstandsexplosion in der Bundesrepublik. Oswald Kolles Studien über das Sexualverhalten der westdeutschen Bevölkerung erfreuten sich ebenso großer Beliebtheit wie der Kinsey-Report. Im Zuge der Kommerzialisierung der Sexualität erhielt der Sex einen Warencharakter.²⁵⁸

George Paloczi-Horvath kritisiert 1968 in seinem Buch „Sex - Umsturz der Tabus“ die deutschen „Unzuchtsgesetze“. Ende der sechziger Jahre wurde jeder Geschlechtsverkehr, der nicht der Fortpflanzung diene, als Unzucht betrachtet. Junge Leute, die voreheliche

²⁵⁵ *Steinbacher*, *Wie der Sex nach Deutschland kam*, 354f.

²⁵⁶ *Clemens Wischermann*, *Grenzenlose Werbung? Zur Ethik der Konsumgesellschaft*. In: *Peter Borscheid*, *Clemens Wischermann* (Hg.), *Bilderwelt des Alltags. Werbung in der Konsumgesellschaft des 19. und 20. Jahrhunderts*, Festschrift für Hans Jürgen Teuteberg (Stuttgart 1995) 378.

²⁵⁷ *Ebd.*, 378f.

²⁵⁸ *Ebd.*, 355f.

Sexualität praktizierten, riskierten, gerichtlich wegen Unmoral bestraft zu werden. Die Eltern von Verlobten machten sich der schweren Kuppelei nach § 181 Abs. I Ziff. 2 Strafgesetzbuch strafbar, wenn sie den Geschlechtsverkehr der Brautleute bei sich zuhause duldeten. In der Praxis wurde diese Strafe nur selten ausgesprochen, da die Gerichte nur dann Ermittlungen aufnahmen, wenn jemand Strafanzeige erstattete. Selbsternannte Hüter der Moral und Klatschbasen aus der Nachbarschaft sahen sich dazu berufen, Anzeige zu erstatten. Vorehelich gezeugte Kinder, die durch eine spätere Heirat der Eltern legalisiert wurden, waren strafrechtlich „Unzuchtskinder“. Die Großeltern dieser „Unzuchtskinder“ riskierten eine Gefängnisstrafe, wenn sie vom vorehelichen Geschlechtsverkehr ihrer Kinder gewusst hatten und dieser in ihrer Wohnung stattgefunden hatte.²⁵⁹

1973 erfolgte eine Strafrechtsreform. Die Neuregelung des Paragraphen 184 trat in Kraft²⁶⁰: Pornografie war nun kein strafrechtliches Delikt mehr; die Verbreitung unzüchtiger Schriften wurde ab diesem Zeitpunkt nicht mehr strafrechtlich verfolgt. Andere Verstöße gegen die Sittlichkeit wurden ebenfalls entkriminalisiert.²⁶¹

Bei der so genannten „sexuellen Revolution“ der späten sechziger Jahre handelt es sich nicht um eine rasche Veränderung sexueller Verhaltensweisen und Moralvorstellungen, sondern um einen längerfristigen Liberalisierungsprozess. Franz Eder spricht von einer sexuellen Liberalisierung in den sechziger und siebziger Jahren. Neue Ansichten zur Sexualität wurden schnell zur gesellschaftlichen Norm. Gleichzeitig erfolgten ein medialer Sexboom und die Sexualisierung des öffentlichen Raumes. Sexualwissenschaftliche Reports, Aufklärungsbücher und –filme wie der Kinsey-Report und Oswald Kolles Werke erfreuten sich großer Beliebtheit. In den USA erschienen Männermagazine wie *Playboy*, die Frauen aus einem männlichen Blickwinkel abbildeten. Sexualität wurde zu einem Motor der Marktwirtschaft.²⁶²

Die „sexuelle Befreiung“ wurde Ende der sechziger Jahre durch die Studentenbewegung, die neue Frauenbewegung und die Schwulen- und Lesbenbewegung initiiert. In den folgenden zehn Jahren veränderte sich das Sexualverhalten der BRD-Bürger radikal; das bis dahin dominierende Ehemodell wurde zunehmend in Frage gestellt.

Die Nachkriegsgeneration hatte sowohl aus der politischen Vergangenheit des Nationalsozialismus als auch aus Sexualität ein „schmutziges Geheimnis“ gemacht,

²⁵⁹ *Paloczi-Horvath, Sex*, 102ff.

²⁶⁰ *Ebd.*, 344.

²⁶¹ *Ebd.*, 357.

²⁶² *Eder, Kultur der Begierde*, 224ff.

worüber sie mit ihren Kindern nicht sprechen wollten. „Sexuelle Befreiung“ bedeutete nach Ansicht Franz Eders für viele Jugendliche nicht nur Identitätsfindung, sondern auch ein politisches Zeichen gegen die Elterngeneration. Die Sexualisierung des öffentlichen Raumes durch die Medien trug ebenfalls zur Befreiung der Sexualität bei, da Sexualität nun zu einem öffentlich diskutierten Thema wurde.²⁶³

Die sexuelle Liberalisierung der sechziger Jahre muss, wie schon Franz Eder deutlich machte, auch im Zusammenhang mit dem politischen Protest junger Menschen betrachtet werden. Medienbilder, die ein neues Lebensideal verkündeten, standen im Widerspruch zu den Zwängen, denen Jugendliche von Eltern, Staat, Gesellschaft und Kirche ausgesetzt waren. Junge Leute verspürten Knut Hickethier zufolge ein deutliches Bedürfnis nach mehr Sexualität. Die Einführung der Pille ermöglichte erstmals jungen Frauen, ihre Sexualität ohne Angst vor einer Schwangerschaft ausleben zu können. Studenten suchten nach neuen Formen des Zusammenlebens, wandten sich von den üblichen Zweierbeziehungen ab und gründeten Kommunen, Wohngemeinschaften mit acht bis zehn Mitgliedern. Diese neue Form des Zusammenlebens sollte die sexuelle Unterdrückung aufheben. Wie alle anderen Dinge sollte auch die Sexualität mit anderen Menschen geteilt werden und sich nicht nur auf einen Partner/eine Partnerin beschränken.²⁶⁴

Die sexuelle Liberalisierung wirkte sich auch auf die Demographie aus: Die Zahl der Eheschließungen und Geburten sanken, die Scheidungszahlen stiegen in großem Ausmaß. Kurzfristige Beziehungen lösten das Modell der lebenslangen Kernfamilie ab.²⁶⁵

5.2. Sex-Appeal in der Werbung

In den fünfziger Jahren entstand die Werbepsychologie. Nun sollte die Werbung nicht mehr ausschließlich einen Gegenstand anpreisen, sondern ein damit verbundenes Gefühl wie Glück oder Wohlbefinden vermittelt werden. Die Werbepsychologie entdeckte die überragende Wichtigkeit des Sexualtriebes für Werbezwecke. Sexualität wurde als Mittel gesehen, Produkte jeder Art zu verkaufen; dies sollte jedoch anfänglich in „taktvoller

²⁶³ Eder, *Durchtränktsein mit Geschlechtlichkeit*, 252ff.

²⁶⁴ Knut Hickethier, *Protestkultur und alternative Lebensformen*. In: Werner Faulstich (Hg.), *Die Kultur der sechziger Jahre. Kulturgeschichte des zwanzigsten Jahrhunderts* (München 2003) 24f.

²⁶⁵ Franz X. Eder, *Sexuelle Kulturen in Deutschland und Österreich, 18.-20. Jahrhundert*. In: Franz X. Eder, Sabine Frühstück (Hg.), *Neue Geschichten der Sexualität. Beispiele aus Ostasien und Zentraleuropa 1700–2000* (Wien 2000) 61.

Form“ geschehen. Statt „primitiver Erotik“ sollten Werbegrafiker eher „vergeistigte Formen der Sexualität“ ansprechen.²⁶⁶

Jörn Glasenapp vertritt ebenso wie Uwe Hartung und Elmar Schlüter die Meinung, dass die Sexwelle größtenteils ein Phänomen der Illustrierten und des Films war und sich in einer immer stärkeren Zunahme weiblicher Nacktheit äußerte. Eine leicht bekleidete attraktive Frau am Cover einer Zeitschrift regte zum Kauf an und versprach hohe Umsatzzahlen.²⁶⁷

Walther Ziehensack kritisiert in seinem Buch „Der Sex Appeal in der Werbung“ aus dem Jahr 1962 die Darstellung weiblicher Nacktheit in der Werbung. Das Ziel dieser sexualisierten Werbung sei Albert Cohen zufolge in erster Linie die Frau, nicht der Mann. Die Werbung vermittele dem männlichen Betrachter die Vorstellung, er könne eine attraktive begehrte Frau gewinnen und besitzen. Der Frau sage sie: Auch du kannst attraktiv und deshalb erfolgreich sein! Sex-Appeal versteht Ziehensack als Aufruf oder Appell eines Werbefachmanns an die Libido eines Normalmenschen, der als möglicher Käufer des beworbenen Produkts in Frage kommt. Diese Methode des Konsumanreizes wendet sich an den Trieb des Rezipienten. Es gibt zwei Wirkungsarten des Sex-Appeals: den passiven und den aktiven Sex-Appeal. Beim passiven Sex-Appeal wird ein erotisches Element als Blickfang eingesetzt, um die Aufmerksamkeit des Betrachters zu erregen. Der aktive Sex-Appeal beeinflusst über das Bild das Gefühls- und Triebleben des Betrachters.

In der Werbung werden „Leitbilder“ verkauft, Vorstellungen, die die Menschen mit dem Produkt in Verbindung bringen. Ziehensack unterscheidet vier weibliche „Blickfang-Typen“ in der Werbung: das „Hausmütterchen“, das für Wärme und Behaglichkeit steht; das „Sportgirl“, das Sauberkeit und Frische symbolisiert; die „Dame“, die für Eleganz, Kühle und gesellschaftliche Aufwertung steht und den „Vamp“, der ein sexuelles Erlebnis verspricht. Waschmittel werden vom Typ „Hausmütterchen“ beworben, Parfüms von der „Dame“, Unterwäsche vom „Vamp“ und Bademode vom „Sportgirl“.²⁶⁸

Bereits im Jahr 1957 kritisierte Gordon Rattray Taylor das „furchtbare Anwachsen der indirekten sexuellen Anregung“.²⁶⁹ Zum ersten Mal in der Geschichte würden der gesamten Bevölkerung durch Bücher, Magazine, Film und Fernsehen die erotischen Erfahrungen anderer Menschen vermittelt. Dies würde das Sexualleben der Bevölkerung

²⁶⁶ Christian *Steininger*, *Eleganz der Oberfläche. Werbung und die ökonomische Restauration deutscher Normalität*. In Werner *Faulstich* (Hg.), *Die Kultur der fünfziger Jahre. Kulturgeschichte des zwanzigsten Jahrhunderts* (München 2002) 185.

²⁶⁷ *Glasenapp*, *Titelschwund und Politisierung*, 138f.

²⁶⁸ Walther F. *Ziehensack*, *Der Sex Appeal in der Werbung, Aktuelle Probleme unserer Zeit* (Wien 1962) 11ff.

²⁶⁹ Gordon Rattray *Taylor*, *Wandlungen der Sexualität* (Düsseldorf/Köln 1957) 256.

drastisch verändern. Taylor führt nicht näher aus, worin diese Veränderung bestehen wird.²⁷⁰

Unter dem Begriff Sex-Appeal in der Werbung versteht Klaus Moser nicht nur die Nacktheit der dargestellten Fotomodelle, sondern auch andere Aspekte von erotischer Suggestivität. Venkatesan und Losco definierten 1975 die Begriffe Sexobjekt und sexy folgendermaßen: Eine in der Werbung dargestellte Frau gilt dann als Sexobjekt, wenn sie keine Beziehung zum beworbenen Produkt hat oder ihre Funktion nur zu „dekorativen Zwecken“ dient. Sexy ist eine Abbildung dann, wenn das Werbemodell in herausfordernden Posen gezeigt wird oder die Frau nur teilweise bekleidet oder gänzlich nackt ist. Moser erkennt in der Werbung der sechziger Jahre eine Zunahme der Verwendung von Sex-Appeal.²⁷¹

Moser erklärt in weiterer Folge die Wirkungsformen von Sex-Appeal in der Werbung auf die Rezipienten. Sex-Appeal wird als Blickfang eingesetzt, um eine erhöhte und längere Aufmerksamkeit des Betrachters der Werbeanzeige gegenüber zu erreichen. Erotische Schlüsselreize wie ein nackter Busen lösen angeborene Instinkte und Reaktionen aus.²⁷² Erotische Werbebilder besitzen außerdem einen höheren Wiedererkennungswert.²⁷³

In der öffentlichen Diskussion über Sex-Appeal in der Werbung lassen sich drei Positionen erkennen: Der liberalen Auffassung zufolge ist die Verwendung von Sex-Appeal in der Werbung das Ergebnis sexueller Befreiung und Toleranz. Wertkonservative Kritiker sehen darin ein Zeichen für den Verfall der moralischen Werte. Die feministische Position kritisiert die Darstellung eines einseitigen Frauenbildes in erotisierter Werbung. Geschlechterstereotypen werden dabei aufrechterhalten und die Diskriminierung von Frauen aufrechterhalten.²⁷⁴

Werner Suhr erklärt, warum in Werbeanzeigen, die sich in erster Linie an Frauen wenden, Sex-Appeal eingesetzt wird, der sich an Männer richtet. Dieser Sex-Appeal sei zunächst ein Appell an die Frau: Kleide dich wie das Werbemodell, pflege dich wie dieses, kaufe jene Produkte, trage diese Schuhe etc! Dann wirst du für deinen Mann attraktiv sein und selbst Sex-Appeal besitzen!²⁷⁵

²⁷⁰ Taylor, *Wandlungen der Sexualität*, 256.

²⁷¹ Klaus Moser, *Sex-Appeal in der Werbung*, Schriftenreihe Wirtschaftspsychologie (Göttingen 1997) 40ff.

²⁷² Ebd., 55ff.

²⁷³ Ebd., 76.

²⁷⁴ Ebd., 123.

²⁷⁵ Werner Suhr, *Die stärksten Appelle. Sex contra Facts* (Düsseldorf/Wien 1963) 53.

Ich werde jeweils eine Werbeanzeige mit Sex-Appeal aus den Illustrierten *Brigitte* und *Praline* aus den fünfziger, sechziger und siebziger Jahren analysieren.

Eine Werbung des Unternehmens *Eckes Edelkirsch* in der *Praline* aus dem Jahr 1958 zeigt eine Frau, die eine Schale mit Kirschen in den Händen hält. Die Schale verdeckt die untere Hälfte ihres Gesichts, sodass die großen, dunklen Augen der Frau die Aufmerksamkeit des Betrachters auf sich ziehen. Das Werbemodell trägt einen Schleier, hat dunkle Haare und dunkle Augen und soll eine „Orientalin“ verkörpern. „Kirschen und Glut der Frauen...“, so lautet der Werbetext „Das faszinierte schon den antiken Schlemmer Lukullus: die dunkle Glut der Kirschen und Frauenaugen in Cerasus, der Hauptstadt des Königs Mithridates, den er besiegte.“²⁷⁶ Mit diesem Text wird die Botschaft vermittelt, dass die abgebildete „orientalische“ Frau einem besiegten Volk angehört. Die Werbung bedient sich der Vorstellung der unterwürfigen „Orientalin“ als Dienerin des westlichen Mannes. Augen und Hände senden dem Betrachter erotische Appelle. Die Abbildung ist schwarzweiß gedruckt.²⁷⁷ Ulrike Thoms erklärt, dass Blicke aus großen Frauenaugen neben vollen geschminkten Lippen ein beliebtes Werbemotiv der fünfziger Jahre waren. In diesem Jahrzehnt wurde erstmals vermehrt mit sudländisch-temperamentvollen Frauendarstellungen geworben. Dieser Frauentyp steht im Gegensatz zum „arischen“ Frauenideal der NS-Zeit, das blonde Frauen als Schönheitsideal propagierte und Thoms Ansicht nach keine Sinnlichkeit kannte.²⁷⁸

Eine Werbung für Unterwäsche der Marke *Triumph* in der *Brigitte* aus dem Jahr 1958 zeigt eine schlanke attraktive junge Frau in einem Corsetchen aus PERLON-Stickerei. Die Augen des Models sind halb geschlossen und blicken den Betrachter nicht direkt an. Die junge Frau richtet sich mit beiden Händen ihre Frisur, wodurch ihre Arme angehoben sind und man die Achselhöhlen sehen kann. Die Pose des Fotomodells wirkt verführerisch und geheimnisvoll. Neben dem Bild des Werbemodells befinden sich drei Abbildungen von Unterwäschesets der *Internationalen Triumph-Linie*. Erotische Ausstrahlung und eine mysteriöse Aura, so scheint mir die Aussage der Werbung, können käuflich erworben werden. Auch diese Werbeanzeige aus den fünfziger Jahren ist schwarz-weiß abgedruckt.²⁷⁹

²⁷⁶ *Praline*, Juli 1958, 115.

²⁷⁷ Ebd.

²⁷⁸ *Thoms*, Dick und Dünn, schön und hässlich, 264.

²⁷⁹ *Brigitte* 21, 1958, 47.

In der unmittelbaren Nachkriegszeit hatte die Werbung die Funktion gehabt, die Wiederverfügbarkeit von Produkten zu vermitteln. Bedingt durch die Mangelsituation, als weniger produziert als nachgefragt wurde, entfiel der Konkurrenzkampf verschiedener Marken auf dem Werbemarkt. Ende der fünfziger Jahre vollzog sich in der Werbung ein Wandel zur Schaffung von künstlichen Bedürfnissen. Diese Veränderung fand zu jenem Zeitpunkt statt, wo die deutsche Industrie wieder mehr herstellen konnte, als von den Konsumenten nachgefragt wurde.²⁸⁰

In den fünfziger Jahren wurde es durch neue technische Innovationen erstmals möglich, vierfarbige Illustrationen zu drucken. Die Illustrierten druckten anfangs hauptsächlich gemalte Anzeigenillustrationen.²⁸¹

Ein Beispiel für eine Werbeanzeige der sechziger Jahre ist die Werbung für den Luxus-Strumpf L20 der Marke „nur die“. Das Werbebild zeigt die Beine einer Frau, die gerade dabei ist, einen Strumpf anzuziehen. Im Mittelpunkt des Fotos steht der bestrumpfte Fuß der Frau. Ihr zweiter Fuß trägt bereits einen goldenen Stöckelschuh. Lange schlanke Beine in Stöckelschuhen sind ein beliebtes Motiv der Werbung. Nicht nur die Beine der Frau, sondern auch ihre gepflegten Hände mit lackierten Fingernägeln dienen als erotischer Blickfang. Der Luxus-Strumpf kostet nur 2 DM.²⁸² Mit dieser Aussage vermittelt die Werbeanzeige die Botschaft, das Erotik und Sex-Appeal käuflich seien, wie Werner Suhr ausführt.²⁸³

Eine Werbung der *Ski-Mieder-Fabrik Köln* zeigt zwei Abbildungen einer attraktiven Frau in einem Mieder. Auf einem Bild ist ihr Oberkörper durch ein Oberteil verdeckt; auf dem anderen Bild trägt sie ein Mieder, dessen Oberteil wie ein BH aussieht und durch ein Taillenband mit dem unteren Teil des Mieders verbunden ist. Auf beiden Abbildungen hält das Model eine Rose in der Hand: Auf dem ersten Bild drückt sie die Rose an ihre Brust und blickt nach oben, auf dem zweiten Bild hält sie die Blume an ihre Lippen, während ihre Augen geschlossen sind.²⁸⁴ Der Sex-Appeal dieser Werbung besteht meiner Meinung nach darin, dass das Model auf dem einen Bild mehr von ihrem Körper zeigt als auf dem anderen. Das Bild, auf dem der Oberkörper der attraktiven Frau verhüllt ist, lässt dem (männlichen) Betrachter mehr Raum für erotische Fantasien. Das Spiel mit verhüllten Reizen ist bis heute ein beliebtes Motiv der Werbung. Da das Zielpublikum der *Brigitte*

²⁸⁰ *Kriegeskorte*, Werbung in Deutschland 1945-1965, 7.

²⁸¹ Ebd., 49.

²⁸² *Praline* 10, 1964, 75.

²⁸³ *Suhr*, Die stärksten Appelle, 53.

²⁸⁴ *Brigitte* 8, 1962, 107.

aber aus Frauen und nicht aus Männern besteht, ist die Botschaft der Werbung ein Appell an die Leserinnen: Kauft Unterwäsche der *Ski-Mieder-Fabrik Köln* und ihr werdet so verführerisch wie das Werbemodell!

In den sechziger Jahren entwickelte sich die Lifestyle-Werbung. Die Werbung inszenierte eigene Welten und erzählte Geschichten über ihre Produkte. In den fünfziger Jahren wurden in der Werbung aus Produkten Marken gemacht; in den sechziger Jahren wurde Marken mit einem bestimmten Image verbunden. Die gesamte Werbebranche erlebte einen Boom. In der Printwerbung konnten erstmals Farbdruck und Fotos eingesetzt werden. Gemalte oder gezeichnete Bilder, die die Werbung der fünfziger Jahre beherrschten, wurden nur noch als altmodisches Stilmittel verwendet.²⁸⁵

Das Fernsehen veränderte die gesamte Werbekultur der sechziger Jahre und wurde zum Massenmedium. Zeitschriften standen nun im starken Konkurrenzkampf um die Werbeeinnahmen. 1962 besaßen 34% der Haushalte ein Fernsehgerät, 1969 bereits 72%. Am 25.8.1967 wurde das Farbfernsehen in der BRD eingeführt.²⁸⁶

Die Werbung der sechziger Jahre thematisierte keine sozialen Probleme oder gesellschaftlichen Krisen. Die Fortschrittsgeschichte der Modernisierung stand im Mittelpunkt der Werbung. Die Lifestyle-Werbung emotionalisierte die Produkte und versprach ein neues Lebensgefühl: Jugendlichkeit, Dynamik und Weltoffenheit. Sexualität, Erotik und Körperlichkeit nahmen einen höheren Stellenwert in der Werbung ein als in den fünfziger Jahren.²⁸⁷ Die Werbebranche propagierte einen konsum- und genussorientierten Lebensstil.²⁸⁸

In den *Praline*-Ausgaben der siebziger Jahre befinden sich nur wenige Werbeanzeigen, die sehr klein und oft schwarz-weiß gehalten sind. Das Tschoepe-Institut für kosmetische Chirurgie in Mönchengladbach wirbt mit der Abbildung einer Frau mit großen nackten und prallen Brüsten für Brustvergrößerung.²⁸⁹ Darunter befindet sich eine Anzeige der Firma *Technotron*, die für *Doorspy* wirbt. Dabei handelt es sich um ein Instrument aus Japan, mit dem man angeblich durch Wände sehen kann. Auf einer Zeichnung ist ein Mann zu sehen, der mit *Doorspy* seine Nachbarin beobachtet, die oben ohne ist. Da er angeblich durch

²⁸⁵ Karin Knop, Zwischen Afri-Cola-Rausch und dem Duft der großen weiten Welt: Werbung in den sechziger Jahren. In: Werner Faulstich (Hg.), Die Kultur der sechziger Jahre. Kulturgeschichte des zwanzigsten Jahrhunderts (München 2003) 246f.

²⁸⁶ Ebd., 264f.

²⁸⁷ Ebd., 269.

²⁸⁸ Dirk Reinhardt, Vom Intelligenzblatt zum Satellitenfernsehen: Stufen der Werbung als Stufen der Gesellschaft. In: Peter Borscheid, Clemens Wischermann (Hg.), Bilderwelt des Alltags. Werbung in der Konsumgesellschaft des 19. und 20. Jahrhunderts, Festschrift für Hans Jürgen Teuteberg (Stuttgart 1995) 58f.

²⁸⁹ *Praline* 11, 1978, 53.

Wände sehen kann, weiß die junge Frau nicht, dass sie beobachtet wird. Diese Werbung ist meiner Meinung nach sexistisch und reduziert Frauen auf die Rolle des Sexualobjektes. Nicht einmal alleine zuhause ist eine Frau, so vermittelt die Werbung, vor männlichen Blicken sicher; ihre Privatsphäre wird verletzt. Natürlich funktioniert dieses Instrument nicht wirklich und wahrscheinlich handelt es sich dabei um einen Scherz des Unternehmens, der Kunden anlocken soll oder um einen Scherzartikel, aber es entsteht der Eindruck, dass es in Ordnung wäre, Frauen heimlich zu beobachten.²⁹⁰

Eine Werbung in der *Brigitte* zeigt zwei junge schlanke Frauen- eine davon mit dunklerer Hautfarbe - in den neuen Höschen der Firma Schiesser. Die Pos der attraktiven Frauen ziehen die Blicke der Betrachter auf sich. Die Höschen sollen den Po noch hübscher machen. Der Slogan „Freier leben“ vermittelt die Botschaft, dass sich Frauen freier fühlen würden, wenn sie einen knackigen Po besäßen und dadurch den Männern noch besser gefielen.²⁹¹

Bilder mit sexuellen Motiven beeinflussen unsere Vorstellungen von Sexualität. Erotische Kunst, wozu ich auch erotische Abbildungen von Frauen in der Werbung oder einer Fotoserie in der Illustrierten *Praline* zähle, entsteht meist aus dem Blickwinkel des Mannes. Er konstituiert sich als das blickende Subjekt, als Betrachter des Bildes, während die Frau das erotisierte Objekt des Bildes darstellt. Der nackte weibliche Körper wird in diesem Zusammenhang auf Erotik und Passivität reduziert.²⁹²

Die Werbung der siebziger Jahre richtete sich verstärkt auf verschiedene Zielgruppen aus. Hauptsächlich drehte sich die Werbung in diesem Jahrzehnt um Lebensfreude und Individualisierung. Die liberalere Einstellung der Gesellschaft zu Körper und Sexualität spiegelte sich in der Werbung wider. Weibliche „sexuelle Primärmerkmale“ wie Brüste oder Po wurden nun viel häufiger abgebildet. Jugendlichkeit nahm einen hohen Stellenwert in der Werbung ein; Tabubruch und Provokation wurden verstärkt in den Werbeanzeigen eingesetzt.²⁹³ Die deutsche Werbewirtschaft erlebte einen Boom.²⁹⁴

²⁹⁰ *Praline* 11, 1978, 53.

²⁹¹ *Brigitte* 6, 1975, 81.

²⁹² Daniela *Hammer-Tugendhat*, Kunst, Sexualität und Geschlechterkonstruktionen in der abendländischen Kultur. In: Franz X. *Eder*, Sabine *Frühstück* (Hg.), *Neue Geschichten der Sexualität. Beispiele aus Ostasien und Zentraleuropa 1700–2000* (Wien 2000) 69f.

²⁹³ Karin *Knop*, Von Flower Power zur Pril-Blume. Werbung und Werbemedien der 70er Jahre. In: Werner *Faulstich* (Hg.), *Die Kultur der siebziger Jahre. Kulturgeschichte des zwanzigsten Jahrhunderts* (München 2004) 215ff.

²⁹⁴ Ebd., 228.

Feministinnen kritisierten die Darstellung von Frauen in der Werbung als Sexualobjekt. Die geschlechterstereotypen Rollenzuschreibungen der Werbung würde die Gleichberechtigung der Frauen behindern.²⁹⁵

Die ideale Frau der Werbung besitzt häufig eine so genannte Stundenglasfigur: üppige Brust, schmale Taille und breite Hüften. Nach Erkenntnissen der Soziobiologie fühlen sich Männer von Frauen mit dieser Figur sexuell angezogen, weil diese Frauen die größte Fruchtbarkeit versprechen. Es wird immer wieder versucht, Attraktivität wissenschaftlich zu untersuchen und zu messen. Der Tailen-Hüften-Ratio wurde dabei besondere Aufmerksamkeit geschenkt. Angeblich wirken Frauen mit dem Tailen-Hüften-Verhältnis 0,7 am attraktivsten auf Männer.

Das Erotikideal der Frauen ändert sich von Epoche zu Epoche und kann je nach Kultur unterschiedlich sein. Frauen würden in unserer Gesellschaft in größerem Ausmaß als Männer über ihr Aussehen bewertet, stellt Rüdiger Lautmann fest. Der männliche Blick definiere die Attraktivität der Frau. Der Frauenkörper, der als erotisches Objekt betrachtet wird, sei stets ein künstlich geformter. Er muss durch entsprechende Ernährung, Kosmetik, Gestik und Bekleidung erst hergestellt werden. Weibliche Filmstars und Mannequins verkörpern den idealen Frauentyp. Für die Durchschnittsfrau ist das propagierte Schönheitsideal jedoch fast unmöglich zu erreichen.²⁹⁶

Schon mit der Geburt des Menschen beginnt die soziale Kontrolle seiner Sexualität. Kindliche Sexualität wird unterdrückt; erst mit der Pubertät wird die Sexualität eines Individuums anerkannt, solange sie sich im Rahmen der gesellschaftlich akzeptierten Sexualmoral hält. Rüdiger Lautmann wirft die Frage auf, ob es sich bei der sexuellen Liberalisierung der sechziger Jahre nur um eine Scheinliberalisierung handelte, da ein Grundbestand an Sexualkontrolle fortbesteht.²⁹⁷

Sexualität kann als Ware angesehen werden, die reale Bedürfnisse befriedigt. Wie jede Ware hat auch sie in der Marktwirtschaft einen Gebrauchswert.²⁹⁸ In der modernen bürgerlichen Gesellschaft, so schreibt Ernest Bornemann 1994, sei aus Liebe eine entpersönlichte Beziehung zwischen zwei Wesen geworden, wobei jeder Partner den anderen sexuell zu konsumieren versuche. Die Gefühle der Menschen entfremden sich

²⁹⁵ Knop, Von Flower Power zur Pril-Blume, 213.

²⁹⁶ Rüdiger Lautmann, Soziologie der Sexualität. Erotischer Körper, intimes Handeln und Sexualkultur (Weinheim/München 2002) 128ff.

²⁹⁷ Rüdiger Lautman, Sexuelle Restriktion und sozialer Konformismus. In: Ernest Bornemann (Hg.), Sexualität. Materialien zur Sexualforschung (Weinheim/Basel 1979) 107ff.

²⁹⁸ Ernest Bornemann, Sexuelle Marktwirtschaft. Vom Waren- und Geschlechtsverkehr in der bürgerlichen Gesellschaft (Frankfurt am Main 1994) 7.

ihnen und sexuelle Beziehungen nehmen einen Fetischcharakter an, den Karl Marx „Warenfetischismus“ nannte.²⁹⁹ Sex sei das Opium des Volkes. Um die Bevölkerung von sozialen und politischen Problemen abzulenken, würden sich die Machthaber dieser „preiswertesten aller Drogen“ bedienen, um sexuelle Wünsche zu erwecken und deren Befriedigung zu kontrollieren.³⁰⁰

5.3. Verhütung

In den Eheratgebern der fünfziger Jahre wurde Frauen geraten, eine ungewollte Schwangerschaft durch die Bestimmung der unfruchtbaren Tage zu verhindern. Lilo Aureden fordert die Mütter in ihrem Ehebuch dazu auf, ihre Töchter mit dieser Methode vertraut zu machen.³⁰¹

Für nicht verheiratete Paare war es Dagmar Herzog zufolge schwer, an Verhütungsmittel zu kommen. Die Verfügbarkeit empfängnisverhütender Mittel war abhängig davon, ob man in einer Großstadt oder auf dem Land wohnte, wie die gesetzlichen Bestimmungen des jeweiligen Bundeslandes lauteten, ob der Hausarzt bereit war, empfängnisverhütende Mittel zu verschreiben etc. Mediziner rieten in den fünfziger Jahren zur Kalendermethode. Für gläubige Christen war die Kalendermethode die einzig von der Kirche erlaubte Methode zur Empfängnisverhütung. Diese Methode war jedoch sehr unzuverlässig und es kam häufig zu ungewollten Schwangerschaften. Eine weit verbreitete Verhütungsmethode vor der Einführung der Pille war das „Aufpassen“, der Coitus interruptus.³⁰²

Im April 1956 legte die Bundesregierung einen Gesetzesvorschlag über ein grundsätzliches Verbot von Kondomautomaten vor, das jedoch vom Bundesrat abgelehnt wurde. Die Gerichte trafen in folge dessen unterschiedliche Urteile in Bezug auf Kondomautomaten: Manche erließen ein Verbot der Automaten, um die öffentliche Sicherheit zu wahren, andere hatten nichts dagegen einzuwenden, während einige Gerichte nur diejenigen Kondomautomaten verboten, die sich an öffentlichen Plätzen, die häufig von Jugendlichen besucht wurden, befanden. Im März 1959 verhängte der Bundesgerichtshof ein Generalverbot für Kondomautomaten. Das Feilhalten von Gummischutzmitteln an öffentlichen Orten, so wurde im Urteil erklärt, würde Sitte und Anstand verletzen. Verfechter der Sittlichkeit sahen im Urteil des Bundesgerichtshofes einen wichtigen Schritt

²⁹⁹ *Bornemann*, Sexuelle Marktwirtschaft, 57.

³⁰⁰ *Ebd.*, 73.

³⁰¹ *Aureden*, Das praktische Ehebuch, 170f.

³⁰² *Herzog*, Politisierung der Lust, 154f.

im Kampf gegen die Unmoral. Sie sahen Kondomautomaten als Aufforderung zur Unzucht an. Die Automaten würden Ehebruch und Prostitution fördern, da man mit deren Hilfe schnell und anonym an Kondome kommen konnte. Außerdem würden die Maschinen Jugendlichen ermöglichen, voreheliche Sexualbeziehungen aufzunehmen, ohne dabei von Erwachsenen kontrolliert zu werden.³⁰³

Ärzte traten für das Weiterbestehen der Kondomautomaten ein, da diese Geschlechtskrankheiten verhindern konnten. 1960 wurde das Generalverbot schließlich zum Gesetz und Automaten, die empfängnis- und geschlechtskrankheitenverhütende Mittel anboten, durften ab nun an nicht mehr in der Öffentlichkeit angebracht werden.³⁰⁴

Ein Leser der *Praline* berichtet dem Sexualmediziner Dr. Maier, er habe den Verdacht, dass seine Frau ihn betrügen würde. Das Paar ist noch kinderlos. Die Ehefrau wandte sich wegen ihres unerfüllten Kinderwunsches an einen Arzt, der ihr riet, ein Jahr die Pille zu nehmen. Dadurch käme es zu einer Hormonveränderung und die Chancen für eine Schwangerschaft würden steigen. Seit sie begonnen habe die Pille zu nehmen, teilt der Ehemann mit, habe seine Frau schon dreimal Trichomonaden gehabt. Er vermutet, dass sie die Pille nur deshalb nehme, um ihn ohne Furcht vor einer möglichen Schwangerschaft ungestört betrügen zu können. Seine Gattin behauptet, sich die Geschlechtskrankheit im Schwimmbad geholt zu haben, das sie häufig besucht. Dr. Maier entkräftet in seiner Antwort die Verdächtigungen des Lesers. Es sei zwar richtig, dass Trichomonaden zu rund 98% durch Geschlechtsverkehr übertragen würden, doch seien Frauen, die die Pille nehmen, aufgrund der veränderten Scheidenflora besonders gefährdet, sich anzustecken. Die Frau solle das Schwimmbad wechseln und der Leser sich selbst untersuchen lassen, da es auch möglich ist, dass er seine Ehefrau mit Trichomonaden angesteckt habe.³⁰⁵

Dieses Beispiel zeigt die Einstellung vieler Männer zur Pille. Sie nahmen an, dass das neue Verhütungsmittel zu vermehrter Promiskuität der Frauen führen würde, da diese nun die Verhütung selbst in die Hand nehmen würden und nicht mehr Angst vor einer ungewollten Schwangerschaft haben müssten. Linda Grant setzt den Kampf und die Widerstände der Männer gegen die Pille mit dem Kampf um weibliche Autonomie gleich. Die Einführung der Pille hatte ihrer Meinung nach ebenso wie die sexuelle Liberalisierung einen

³⁰³ *Steinbacher*, Wie der Sex nach Deutschland kam, 123ff.

³⁰⁴ Ebd., 126f.

³⁰⁵ Der Doktor beantwortet Sexfragen. In: *Praline* 11, 1977, 35.

bedeutenden Anteil an der Forderung der Frauen nach körperlicher Selbstbestimmung, einem der wichtigsten Grundsätze der Frauenbewegung.³⁰⁶

Die so genannte „Anti-Baby-Pille“ kam in der BRD im Jahr 1961 durch die Schering AG auf den Markt. Das „Anovlar“ genannte Produkt war das erste Verhütungsmittel, das oral eingenommen werden konnte. Größere Nachfrage nach der Pille entstand aber erst Mitte der sechziger Jahre, mit dem Beginn der „Sexwelle“.³⁰⁷ Im Jahr 1977, in dem der oben erwähnte Leserbrief in der *Praline* erschien, nahmen bereits 3,8 Millionen deutscher Frauen die Pille. Das Präparat versprach sicheren Schutz vor einer Schwangerschaft, war günstig zu erwerben und machte Verhütung zur alleinigen Aufgabe der Frau. Diese neue Unabhängigkeit der weiblichen Sexualität verunsicherte viele Männer, da sie sich in ihrer traditionellen Geschlechterrolle bedroht sahen.³⁰⁸

Der Beipackzettel der Pille „Anovlar“ beschrieb ein Mittel zur Regulierung des Menstruationszyklus, das als Nebenwirkung eine Empfängnis verhinderte. Bernard Asbell ist der Ansicht, dass die Pille in den ersten Jahren nach ihrer Einführung in der BRD nur deshalb wenig nachgefragt wurde, weil sie in den Medien als „Antibabypille“ bezeichnet wurde. Diese Bezeichnung hätte viele Frauen abgestoßen und von der Nutzung der Pille abgehalten.³⁰⁹

Jüngere Frauen waren eher dazu bereit, die Pille zu nehmen als ältere. Mitte der siebziger Jahre nahmen vor allem junge Mädchen die Pille. Allgemein lässt sich sagen, dass die Pille am häufigsten von jungen Frauen und von Frauen mittleren Alters genutzt wurde. Diese Frauen stammten eher aus einem städtischen Umfeld als aus ländlicher Umgebung.³¹⁰

Mitte der sechziger Jahre kam es zu einem Durchbruch in der Pillennutzung. Bis Mitte der siebziger Jahre stieg die Nutzung der Pille weiter stark an und blieb danach bei einem Anteil von ungefähr 30% aller Frauen im gebärfähigen Alter.³¹¹

Die Pille trug nach Ansicht Robert Muchembleds wesentlich zur Befreiung der Frau bei. Er bezeichnet sie sogar als das revolutionärste Produkt des 20. Jahrhunderts. Frauen konnten nun erstmals selbstständig über ihre Fortpflanzung entscheiden, ohne dabei vom Partner abhängig zu sein. Die Einführung der Pille und in weitere Folge das Recht auf Abtreibung

³⁰⁶ Linda Grant, *Versext. Die sexuelle Revolution: Geschichte und Utopie*, Lizenzausgabe (Bergisch-Gladbach 1996) 262f.

³⁰⁷ Eder, *Kultur der Begierde*, 221.

³⁰⁸ Ebd., 225.

³⁰⁹ Bernard Asbell, *Die Pille und wie sie die Welt veränderte* (Frankfurt am Main 1998) 217ff.

³¹⁰ Silies, *Liebe, Last und Lust*, 103ff.

³¹¹ Ebd., 122.

ermöglichten den Frauen die sexuelle Selbstbestimmung. Weibliche Sexualität war nicht länger ausschließlich der männlichen Herrschaft unterworfen.³¹²

Oswald Kolle berichtet in „Sexualität '70“, dass junge Frauen häufig für Männer als „Freiwild“ galten, wenn bekannt war, dass sie die Pille nahmen. Die Männer nahmen an, dass Frauen nur deshalb die Pille nahmen, um jederzeit mit dem erstbesten Mann schlafen zu können.³¹³

In einem Leserbrief an die *Praline* schreibt die 16jährige Heidrun, dass sie ihr Freund dazu drängen würde, die Pille zu nehmen, damit er mit ihr schlafen könne, ohne eine Schwangerschaft zu riskieren. Heidrun ist noch Jungfrau und fühlt sich noch nicht bereit für das erste Mal. Die Antwort der Redaktion berichtet, dass vor der Einführung der Pille junge Mädchen die Angst vor einer möglichen Schwangerschaft vorschützen konnten, wenn sie noch nicht mit ihrem Freund schlafen wollten. Heutzutage gelte diese Ausrede durch die Sicherheit der Pille nicht mehr. Vielen Mädchen würde es sehr schwer fallen, deutlich zu sagen, dass sie mit dem Sex noch warten wollten. Die Verfasser, zwei Sexualexperten, warnen davor, 15jährigen Mädchen die Pille zu verschreiben. Die eingenommenen Hormone würden das Wachstum beeinträchtigen. Außerdem sei es längst erwiesen, dass Mädchen mit familiären Problemen früher Geschlechtsverkehr haben wollten.³¹⁴ Hier wird frühe weibliche Sexualität als etwas Negatives oder eine Abweichung vom normalen Verhalten gesehen, die durch psychische Probleme und Mangel an Liebe entstehe.

In den ersten Jahren nach Einführung der Pille wurde eine öffentliche Debatte um deren mögliche Nebenwirkungen und Langzeitfolgen sowie um deren Auswirkungen auf die Gesellschaft geführt. Neben moralischen Überlegungen zweifelten anfangs viele Ärzte an der Wirksamkeit des Präparats.³¹⁵

Viele Frauen waren der Ansicht, dass die Pille unnatürlich sei, da sie den Menstruationszyklus beeinflusst und dem Körper eine Schwangerschaft simuliert. John Guillebaud widerspricht diesem Argument. In der Vergangenheit sei eine Frau im gebärfähigen Alter entweder schwanger gewesen oder habe gerade ihr Kind gestillt. Er

³¹² Robert *Muchembled*, *Die Verwandlung der Lust. Eine Geschichte der abendländischen Sexualität* (München 2008) 55f.

³¹³ Oswald *Kolle*, *Sexualität '70*. Mit einer Einleitung von Dipl.-Psych. Helmut *Kentler*, Lizenzausgabe (Gütersloh 1970), 229.

³¹⁴ Die Pille...ist sie immer eine Lösung? In: *Praline* 18, 1977, 36f.

³¹⁵ *Silies*, *Liebe, Last und Lust*, 83.

stellt sogar die Behauptung auf, die Menstruation sei von der Natur nicht vorgesehen. Brustkrebs oder Eierstockkrebs würden eher bei Frauen auftreten, die im Verlauf ihres Lebens viele natürliche Menstruationszyklen hatten.³¹⁶

Richard Kaufmann erklärt in seinem Werk „Die Pille. Bevölkerungsexplosion. Familienplanung. Geburtenregelung“, warum es zu Beginn der sechziger Jahre notwendig wurde, ein sicheres Verhütungsmittel auf den Markt zu bringen. In den westlichen Ländern wurde Sex um diese Zeit zum Konsum erklärt, an dem auch Jugendliche teilhaben konnten. Wenn man keine sozialen und körperlichen Schäden wie uneheliche Kinder oder Abtreibung in Kauf nehmen wollte, musste den Menschen ein sicheres und einfach anwendbares Verhütungsmittel zur Verfügung stehen. In den „Entwicklungsländern“ wurde hingegen ein Mittel benötigt, das die Überbevölkerung stoppen konnte. Die Pille trug auch zur Lösung alter moralischer Probleme bei. In früheren Zeiten habe Angst vor einer Schwangerschaft oder Geschlechtskrankheiten in Verbindung mit Sexualtabus junge Menschen davon abgehalten, voreheliche sexuelle Erfahrungen zu machen. Von Mädchen wurde außerdem Jungfräulichkeit bis zur Ehe verlangt. Wenn ein junges Paar dann heiratete, wurde Sexualität zu einer Pflicht, um die Fortpflanzung zu gewährleisten. Aufgrund fehlender sexueller Erfahrungen wären Frauen häufig frigide, Männer impotent oder untreu geworden. Die Pille ermögliche voreheliche Sexualität und könne deshalb zum Gelingen späterer Ehen beitragen.³¹⁷

Eheratgeber aus den frühen sechziger Jahren stehen der Pille oft kritisch gegenüber. Dr. Rötzer behauptet beispielsweise, die Ermittlung der unfruchtbaren Tage sei eine ebenso sichere Verhütungsmethode wie die Pille.³¹⁸ Als Nebenwirkung der Pille könne es zu Gefühlskälte der Frau kommen.³¹⁹

Die Serie in der *Praline* „Sex und Moral heute. Die Pille ist 15 Jahre alt!“ aus dem Jahr 1976 beantwortet die Frage der 24-jährigen Gisela D. Sie will wissen, wo sie die „Pille danach“ bekommen kann. Der Gynäkologe Prof. Dr. Gerhard Döring erklärt den LeserInnen die Wirkung der „Pille danach“. Das Verhütungsmittel sei nur für Notfälle bestimmt und dürfe nicht jedes Mal, wenn eine Frau befürchtet, schwanger zu sein,

³¹⁶ John Guillebaud, *Die Pille* (Hamburg 1982) 37.

³¹⁷ Richard Kaufmann, *Die Pille. Bevölkerungsexplosion. Familienplanung. Geburtenregelung* (Düsseldorf/Köln 1968) 13ff.

³¹⁸ Josef Rötzer, *Kinderzahl und Liebeseheliche. Ein Leitfaden zur Regelung der Empfängnis*, Fünfte Auflage (Wien/Freiburg/Basel 1968) 25.

³¹⁹ Ebd., 92.

angewendet werden, da es zu schweren Nebenwirkungen kommen kann. Die „Pille danach“ sollte nur unter Beobachtung und auf Anweisung eines Arztes eingenommen werden. Manche Ärzte würden sich jedoch weigern, die „Pille danach“ zu verschreiben, weil sie diese Verhütungsmethode als Abtreibung ansehen würden. Rechtlich ist die „Pille danach“ seit der Reform des Gesetzes zur Abtreibung im Juli 1974 erlaubt. Frauen, deren Arzt sich weigert, das Präparat zu verschreiben müssen zwar dessen Einstellung akzeptieren, aber sollten rasch einen anderen Gynäkologen aufsuchen.³²⁰

Praline klärt in der Serie „Liebe ohne Folgen- So wird's gemacht“ aus dem Jahr 1977 ihre Leser über verschiedene Verhütungsmethoden auf. Eine kurze Fotostory stellt jeweils ein Verhütungsmittel vor und beschreibt dessen Anwendung. Dabei handelt es sich um die Pille³²¹, die Spirale³²², das Kondom (Präservativ)³²³, das Scheidenpessar³²⁴, ein Verhütungsgel³²⁵, Verhütungszäpfchen³²⁶, die Verhütungstablette³²⁷ und ein Schaumspray³²⁸.

5.4. „Die ideale weibliche Sexualität“

In den fünfziger Jahren habe ich keine Beiträge gefunden, die sich explizit mit dem Thema Sexualität befassen. Aus Beiträgen zu Ehe und Familie lässt sich jedoch die Einstellung zu weiblicher Sexualität erkennen.

„Ich sehe schwarz“ lautet der Titel eines Artikels in der *Praline* aus dem Jahr 1955. Der Bericht handelt von schwarzhaarigen Frauen. Diese seien wild und geheimnisvoll. Schwarzhaarige hätten „den geschmeidigen Gang des Schwarzen Panthers“ und würden den Männern den Kopf verdrehen. Sie wären „Kinder aus dem Volke“, die Rumba oder Tarantella tanzen und mit Kastagnetten klappern. Eine schwarzhaarige Frau spiele meisterhaft die Rolle, die der Mann von ihr erwarte. Ihr Partner wird am Ende „von der Katze gefangen“. Diese Frauen würden in einer romantischen Traumwelt leben und gerne so sein, wie Film und Literatur Schwarzhaarige präsentieren: düster, leidenschaftlich und

³²⁰ Sex und Moral heute. Die Pille ist 15 Jahre alt! In: *Praline* 1, 1976, 49.

³²¹ Liebe ohne Folgen - So wird's gemacht. In: *Praline* 1, 1977, 48.

³²² Liebe ohne Folgen - So wird's gemacht. In: *Praline* 3, 1977, 48.

³²³ Liebe ohne Folgen - So wird's gemacht. In: *Praline* 4, 1977, 42.

³²⁴ Liebe ohne Folgen - So wird's gemacht. In: *Praline* 6, 1977, 43.

³²⁵ Liebe ohne Folgen - So wird's gemacht. In: *Praline* 2, 1977, 48.

³²⁶ Liebe ohne Folgen - So wird's gemacht. In: *Praline* 12, 1977, 48.

³²⁷ Liebe ohne Folgen - So wird's gemacht. In: *Praline* 14, 1977, 48.

³²⁸ Liebe ohne Folgen - So wird's gemacht. In: *Praline* 7, 1977, 45.

gefährlich für den Mann, der ihrer Liebe nicht würdig sei. Nicht alle „Schwarzen“ würden diesem Klischee entsprechen, manche wären auch kühl oder mütterlich. Nie seien sie gierig und berechnend. Die schwarzhaarigen Leserinnen werden direkt angesprochen: „Verstehen Sie, schwarzhaarige Leserin, was ich meine? Daß ihre Haarfarbe Sie nicht zum Zigeunertum, zur sinnlichen Lasterhaftigkeit der Kleopatra verpflichtet. Bleiben Sie so, wie Sie sind, und die schwarzen Haare werden das übrig tun!“³²⁹ Der Bericht zeigt deutlich die Vorurteile gegenüber dunkelhaarigen Frauen. Sie wären wild und sinnlich, würden die Männer verführen und wären sexuell freizügiger als blonde Frauen. Mit schwarzhaarigen Frauen werden hier an erster Stelle ausländische Frauen wie Spanierinnen assoziiert, die mit Kastagnetten tanzen. Abwertend werden Schwarzhaarige als „Zigeunerinnen“ bezeichnet, die den Ruf besitzen, lockere Sitten zu haben und mit vielen verschiedenen Männern zu schlafen. Die Vorurteile gegenüber dunkelhaarigen Frauen stammen meiner Ansicht nach noch aus der NS-Zeit, wo das blonde „arische“ Frauenideal propagiert wurde und Menschen mit dunklerer Haar- oder Hautfarbe als „rassisch minderwertig“ angesehen wurden. Der Bericht behauptet zwar, dass nicht alle schwarzhaarigen Frauen diesem Klischeebild entsprechen würden, bekräftigt aber gleichzeitig durch die Beschreibung dieses Frauentyps die alten Vorstellungen vom Charakter und der freizügigeren Sexualität der schwarzhaarigen Frauen.

Brigitte gibt ihren Leserinnen im Jahr 1959 praktische Ratschläge bei der Suche nach einem Ehemann. „So kriegt man einen Mann“ lautet der Titel des Beitrags. Die Einstellung zur weiblichen Sexualität findet sich in dem Ratschlag: „Machen Sie sich klar: es ist noch kaum eine Ehe daran gescheitert, dass das Mädchen zu zurückhaltend war. Aber längst nicht alle „entgegenkommenden“ jungen Damen werden auch geheiratet.“³³⁰ Hier wird deutlich, dass eine ideale junge Frau jungfräulich in die Ehe gehen solle. Wenn sie vor der Heirat mit ihrem Freund schläft, setzt sie ihre Heiratschance aufs Spiel. Sie wird von ihrem Freund als „leichtes Mädchen“ angesehen, mit dem man eine Liebesaffäre haben kann, das man aber nicht heiratet. Frauen sollen zwar mit dem Sex bis zur Ehe warten, aber durch Flirten einen Mann auf sich aufmerksam machen: „Flirten Sie! Es ist noch kaum eine Ehe ohne vorherigen Flirt entstanden.“³³¹ Frauen werden dazu aufgefordert, sich hilflos zu geben, um den Beschützerinstinkt des Mannes zu wecken: „Locken Sie ihn durch

³²⁹ Ich sehe schwarz. In: *Praline*, Juni 1955, 150f.

³³⁰ So kriegt man einen Mann. In: *Brigitte* 3, 1959, 28.

³³¹ Ebd., 31.

Hilflosigkeit an: beim Autofahren, beim Überqueren der Straße, am Bankschalter, im Zugabteil...³³²

Brigitte gibt ihren Leserinnen unter der Rubrik „*Brigitte* und Er“ praktische Ratschläge im Umgang mit ihren Ehemännern. Die Reportage „10 Verbote für das erste Rendezvous“ rät der Leserin zur Zurückhaltung beim ersten Treffen mit einem Verehrer. Frauen sollen sich nicht zu auffällig anziehen - weder dürfen sie in einer Hose erscheinen noch ein gewagtes Dekollete zur Schau stellen. Ihr Erscheinungsbild soll weiblich sein und zur Art der Einladung passen. Make-up darf nur dezent aufgetragen werden. Die Frau soll nicht den Eindruck erwecken, eine Frau mit Erfahrung zu sein und über vergangene Beziehungen zu Männern berichten, denn „wer sich interessant macht, hat's nötig“.³³³ Damit meint die Verfasserin des Beitrags, dass der Mann denkt, diese Frau wäre keine „anständige“ Frau und könne leicht verführt werden. Eine Frau soll sich rar machen, denn damit macht sie sich begehrt. Im Restaurant soll sie vorschlagen, aufzubrechen und sich von ihrem Verehrer, wenn dies möglich ist, nach Hause begleiten lassen. Doch sie darf nicht eine halbe Stunde vor der Haustür stehen bleiben, um mit dem Mann zu plaudern, denn die Nachbarn könnten sie beobachten und über sie klatschen. Damit würde die Frau ihren guten Ruf verlieren.³³⁴ Die ideale Frau soll sich beim ersten Rendezvous dezent und weiblich kleiden und sich zurückhaltend verhalten, wenn sie an einer ernsthaften Beziehung mit Heiratsaussichten interessiert ist.

Ein Bericht in der *Brigitte* aus dem Jahr 1961 mit dem Titel „Sie hat einen schlechten Ruf“ erzählt die Geschichte der jungen Inge. Ihr Freund löste die Verlobung, als er erfuhr, dass Inge im vergangenen Jahr vor ihrer Beziehung zwei weitere Beziehungen mit Männern gehabt hatte. Von einer Frau, die er heiraten würde, erwartet sich Inges Ex-Verlobter einen besseren Ruf. Der Artikel kritisiert, dass es in der Liebe keine Gleichberechtigung gebe. Ein Mann, der viele Freundinnen hatte, gelte als unwiderstehlich; eine Frau müsse nur mit verschiedenen Männern gesehen werden, um den Ruf eines „leichten Mädchens“ zu erwerben. Eine andere Leserin schrieb *Brigitte*, dass sie ihren Verlobten „erhört“ habe. Daraufhin verließ er sie. Nun würden sie alle meiden und sie könne nicht erwarten, dass ein anständiger Mann sie heiraten würde. Die junge Frau hat auf Drängen ihres Verlobten mit ihm geschlafen. Er verließ sie, weil er sie für unmoralisch hielt, da sie sich nicht bis zur

³³² So kriegt man einen Mann. In: *Brigitte* 3, 1959, 28.

³³³ 10 Verbote für das erste Rendezvous. In: *Brigitte* 10, 1958, 42.

³³⁴ Ebd.

Heirat weigerte, Geschlechtsverkehr zu haben. In der Kleinstadt wurde über die Frau getuschelt, die Leute begannen sie zu meiden und schon hatte die junge Frau, die wahrscheinlich sogar noch Jungfrau gewesen war, einen schlechten Ruf. *Brigitte* gibt ihren Leserinnen den Rat, Diskretion über ihr Liebesleben zu bewahren. Wenn der Ruf erst einmal ruiniert sei, könne die betroffene Frau nur den Wohnort und den Beruf wechseln oder sogar auswandern. Solange die Frauen nicht volle Gleichberechtigung erlangt hätten, müssten sie sich mit ihrem Schicksal abfinden. Ein Mann, der sich verhält wie Inges Verlobter, sei es nicht wert, dass man um ihn weine. Es wird der Eindruck vermittelt, dass es für eine Frau am Besten wäre, bis zur Ehe jungfräulich zu bleiben, damit sie nicht erst ins Gerede der Leute kommen kann.³³⁵

Eine Kurzgeschichte von Heinz Rein in der *Praline* aus dem Jahr 1964 mit dem Titel „Sie stand immer im Schatten“ erzählt die Geschichte der jungen Frauen Irene und Rosemarie, die Arbeitskolleginnen im Büro einer Versicherung sind. Beide sind um die zwanzig und hübsch, aber sehr verschieden. Irene ist eine Sexbombe, die durch ihre Kleidung und ihr Make-up die Aufmerksamkeit der Männer auf sich zieht. Rosemarie ist ein wenig blass und unauffällig und geht nicht mit der neuen Mode. Sie ist bescheiden und ruhiger als ihre Freundin. Rosemarie steht im Schatten der lebenslustigen Irene; dies scheint sie aber nicht zu stören. Irene berichtet gerne über ihre vielen Freunde. Sie wird von den Männern umworben und diese rufen sie oft in der Arbeit an oder holen sie vorm Bürohaus ab. Rosemarie hat keinen Freund und geht kaum aus. Irene will keinen festen Partner, denn sie genießt ihre Freiheit. Die beiden männlichen Arbeitskollegen sind neidisch auf Irenes Verehrer. Eines Tages fällt ihnen an Rosemarie eine Veränderung auf. Es geht ein inneres Strahlen von der jungen Frau aus. Sie hat einen netten jungen Mann kennen gelernt. Irene rät der Freundin, sich nicht auf einen festen Partner festzulegen. Jahre später ist Rosemarie glücklich mit diesem Mann verheiratet und hat Kinder. Irene wird immer noch von vielen Männern umschwärmt, aber sie hat „keinen Mann, der wirklich zu ihr gehört“.³³⁶

Die Kurzgeschichte verdeutlicht die Moralvorstellungen der sechziger Jahre. Irene, die mehrere Sexualpartner nebeneinander hat, wird nicht als unmoralisch dargestellt. In einer ähnlichen Geschichte aus den fünfziger Jahren wäre dies meiner Meinung nach der Fall gewesen. Obwohl Frauen wie Irene Mitte der sechziger Jahre freier mit ihrer Sexualität umgehen können, wartet Rosemarie, die als Ideal einer Frau präsentiert wird, auf den richtigen Mann, mit dem sie bald eine Ehe eingeht. Obwohl es nicht erwähnt wird, vermute

³³⁵ Sie hat einen schlechten Ruf. In: *Brigitte* 2, 1961, 30f.

³³⁶ Heinz Rein, Sie stand immer im Schatten. In: *Praline* 9, 1964, 64f.

ich, dass Rosemarie noch Jungfrau ist, als sie ihren zukünftigen Mann kennen lernt. Sie verwirklicht die Idealvorstellung einer Ehefrau und Mutter. Rosemarie ist glücklich in ihrer Ehe; Irene wird zwar nicht als unglücklich dargestellt, aber die Geschichte erweckt den Eindruck, dass sie in einiger Zeit einsam und unglücklich enden könne. Noch ist Irene jung und attraktiv, aber was wird geschehen, wenn sie älter wird und ihre Schönheit verschwindet? Sie ist es gewöhnt, durch ihr Äußeres Männer an sich zu fesseln. Wird sie einen Mann finden, der sie wegen ihrer inneren Werte liebt? Es entsteht der Eindruck, dass eine Frau mit Irenes Lebenseinstellung und ohne feste Partnerschaft nicht glücklich werden könne. Die Moral der Kurzgeschichte ist die Botschaft an junge Frauen: Bleibe anständig, wenn möglich jungfräulich, bis du den richtigen Mann zum Heiraten findest! Kurze Liebesbeziehungen machen auf Dauer nicht glücklich. Der Autor Heinz Rein scheint mit seiner Erzählung die freiere Sexualmoral seiner Zeit kritisieren zu wollen.

Der Sinn der Ehe liegt laut einem Eheratgeber aus dem Jahr 1954 in der Gattenliebe. Der Zweck der Ehe sei das Kind.³³⁷ Die Frau wäre der empfangende Teil; ihr ist das Gewähren, Erleiden, Gebären und Bewahren zugeordnet. Der Mann als der aktive Teil wäre schöpferisch, aggressiv, zeugend und gestaltend.³³⁸ Friedrich von Gagern schrieb sein Ehehandbuch aus einer christlich-theologischen Sichtweise, steht der Sexualität und der Lusterfüllung aber positiv gegenüber, solange sie in der Ehe erlebt werden. Nicht nur der Mann, sondern auch die Frau hätte das Recht auf „Beseligung“, auf sexuelle Befriedigung. Der Mann solle Rücksicht auf die unterschiedliche Erregungskurve der Frau nehmen, sich Zeit für das Vorspiel nehmen und einfühlsam beim Geschlechtsverkehr sein. Lust sei ein Geschenk Gottes.³³⁹

Helmut Schelsky kritisiert im Jahr 1955 die Sexualisierung des modernen Menschen von außen. Dabei finde eine „Daueraktualisierung sexueller Impulse durch die Gesellschaft ohne eigentlichen Triebdruck vom Individuum her“ statt.³⁴⁰

Karl Saller kritisiert in seinem Werk „Sexualität heute“ aus dem Jahr 1967, dass Sexualität zunehmend von der Fortpflanzung getrennt werde. Die Geschlechtslust habe sich verselbstständigt und würde von einigen bereits als der alleinige Zweck des Geschlechtstriebs angesehen. Damit sei die Institution der Ehe in Frage gestellt, da

³³⁷ Friedrich E. Freiherr von *Gagern*, Mann und Frau. Einführung in das Geheimnis der Ehe, Dritte Auflage (Frankfurt am Main 1954) 8ff.

³³⁸ Ebd., 26.

³³⁹ Ebd., 40ff.

³⁴⁰ Helmut *Schelsky*, Soziologie der Sexualität. Über die Beziehungen zwischen Geschlecht, Moral und Gesellschaft (Hamburg 1955) 126.

Sexualität in erster Linie der Reproduktion dienen solle. Auch er ist der Meinung, dass Kinder der Sinn der Ehe wären. Erst die Liebe unterscheide den Menschen in seiner Sexualität vom Tier.³⁴¹

Rudolf Dreikurs vertritt die Ansicht, dass die menschliche Sexualität amorph sei; sie könne jede Gestalt annehmen, die man ihr geben wolle. Sexualität sei ein Werkzeug. Wir würden die Art unserer Sexualität in Übereinstimmung mit den Zielen, die wir uns setzen, wählen.³⁴² Eheprobleme würden die allgemeinen gesellschaftlichen Probleme unserer Zeit widerspiegeln. Der Konflikt zwischen Mann und Frau und der Kampf der Frauen um Gleichheit sei nur ein Teil der weltweiten Kämpfe um Gleichstellung und Gleichwertigkeit der Menschen in religiöser, sozialer, kultureller oder ethnischer Sicht. Dreikurs plädiert für die Gleichstellung aller Menschen, egal welchen Geschlechts, „Rasse“ oder Religion. Sein Buch soll Menschen bei Ehekrisen helfen. Er thematisiert kritisch die Probleme, die sich Ehepaaren stellen und ermutigt diese, ihre Probleme gemeinsam zu bewältigen, um eine zerbrechende Ehe zu retten.³⁴³

In den *Brigitte*-Ausgaben der siebziger Jahre finden sich im Gegensatz zu den *Praline*-Ausgaben dieses Zeitraums kaum Beiträge, die sich mit dem Thema Sexualität befassen.

Im Jahr 1979 präsentiert *Brigitte* ihren Leserinnen den Bericht „Wenn Frauen von Sexualität träumen“. Die Psychologin Dr. Gerda Tackmann deutet die Sexualträume der Leserinnen. Die Mitarbeiter der Illustrierten sprachen Frauen an und baten sie, anonym über ihre sexuellen Träume zu berichten. Die häufigsten Reaktionen reichten von Erstaunen bis zur Abwehr. Sie hätten keine Sexualträume, denn sie seien ja nicht verklemmt. Die Psychologin erklärt, dass selbst in einer sexuell relativ aufgeklärten, freizügigen Zeit wie heute (Ende der siebziger Jahre) viele Menschen Angst hätten, sexuell nicht „normal“ oder nicht auf der Höhe der Zeit zu sein. Sexualträume, so versichert sie den Leserinnen, hätten oft gar nichts mit Sexualität zu tun. Sexualität im Traum könne symbolisch für etwas ganz anderes stehen. Frauen, die sich für frigide halten, würden häufig von sexuellen Träumen berichten. Im Traum sei es ihnen im Gegensatz zur Realität möglich, Sexualität als lustvoll und nicht als qualvoll zu erleben.

Eine Leserin träumte von Sex mit einem Hund, eine andere vom Sex mit einer Katze. Sexualität, so erklärt Frau Tackmann, sei ein „animalisches“ Bedürfnis und werde deshalb

³⁴¹ Karl Saller, Die Sexualmoral im Wandel der Zeiten. In: Karl Saller (Hg.), Sexualität heute. Mit einem Nachwort von Hans Hugelmann (München 1967) 59ff.

³⁴² Rudolf Dreikurs, Die Ehe - eine Herausforderung (Stuttgart 1976) 20f.

³⁴³ Ebd., 254f.

in Träumen oft durch Tiere dargestellt. Das Träumen vom Schmusen mit einem Haustier bedeutete, dass die Frau sich den Sex zärtlicher und kuscheliger wünsche. Die Schlange sei ein Symbol für die männliche Sexualität.³⁴⁴

Träume drücken Wünsche aus, vor denen man Angst habe. Es gäbe keinen allgemeingültigen Deutungsschlüssel für Träume. Nur durch ein Gespräch mit der betroffenen Frau könne der Inhalt ihres Traumes gedeutet werden.³⁴⁵

Im Gegensatz zu den *Praline*-Ausgaben der fünfziger und sechziger Jahre, in denen viel über Reisen und gesellschaftliche Probleme berichtet wurde, dreht sich eine typische *Praline*-Ausgabe der siebziger Jahre fast ausschließlich um Sexualität.

Praline lässt in der Serie „Mädchen intim“ aus dem Jahr 1977 junge Frauen über ihr Leben, ihre sexuellen Erfahrungen und Erwartungen an einen Partner erzählen. Die Fragen bleiben dabei immer gleich und behandeln Themen wie das erste Mal, sexuelle Aufklärung und die Lebensverhältnisse der Mädchen. Im Heft 1 von 1977 berichtet die achtzehnjährige Schülerin Maria, dass sie von ihrer Mutter und ihren Freundinnen aufgeklärt wurde, mit sechzehn Jahren ihr erstes Mal mit dem um zehn Jahre älteren Harry erlebt hatte, derzeit keinen festen Freund besitzt und alleine wohnt.³⁴⁶ Maria ist das typische Mädchen der Serie „Mädchen intim“. Im Allgemeinen sind die meisten jungen Frauen zwischen achtzehn und Mitte zwanzig. Viele sind von zuhause ausgezogen, weil sie Probleme mit den Eltern hatten oder mehr Freiheit erleben wollten und leben in einer eigenen Wohnung. Das erste Mal schlafen sie durchschnittlich mit sechzehn Jahren mit einem Mann, der oft ein paar Jahre älter ist. Aufgeklärt werden sie in erster Linie von ihren Freundinnen, an zweiter Stelle von ihren Müttern. Einige Mädchen konnten jedoch mit ihrer Mutter nicht über das Thema Sexualität reden. Sex ist für den Großteil der Befragten sehr wichtig. Die jungen Frauen beschreiben sich als temperamentvoll in sexueller Hinsicht und haben schon mit mehreren Partnern sexuelle Erfahrungen gemacht.

Viele der befragten jungen Frauen geben an, die Pille nur dann zu nehmen, wenn sie sich in einer festen Beziehung befinden. Aufklärung durch Freundinnen reicht oft nicht aus, um über Verhütung richtig Bescheid zu wissen. Der 16jährigen Uta wurde von ihrer Freundin erzählt, dass man beim ersten Mal nicht schwanger werden könne. Sie verzichtete beim

³⁴⁴ Gerda Tackmann, Wenn Frauen von Sexualität träumen. In: Brigitte 19, 1979, 173ff.

³⁴⁵ Ebd., 177f.

³⁴⁶ Mädchen intim. In: Praline 1, 1977, 7.

ersten Geschlechtsverkehr auf Verhütung und hatte Glück, dass sie nicht schwanger wurde.³⁴⁷

„Der Doktor beantwortet Sexfragen“ ist der Name einer weiteren Sexualberatungsreihe. Ein Beispiel für Leserfragen zum Thema Sexualität ist die Frage eines jungen Ehepaares, warum sie noch keinen gemeinsamen Orgasmus erlebten. Dr. Med. Markus Maier berichtet in seiner Antwort, dass ihm diese Frage häufig besonders von jungen Paaren gestellt würde. Der gleichzeitige Orgasmus von Mann und Frau sei immer nur als glücklicher Zufall anzusehen. Der Arzt rät dem Paar davon ab, auf den gemeinsamen Orgasmus „hinzuarbeiten“, weil dann jeder beim Geschlechtsverkehr nur auf den anderen und nicht mehr auf sich selbst achten würde. Dies führe zu einer Störung der Orgasmusfähigkeit, insbesondere bei der Frau. Der Ehemann erwähnt in seiner Frage, dass seine Frau öfters langsamer zum Orgasmus komme als er. Dr. Maier rät dem Paar, einmal eine andere Stellung auszuprobieren, die der Frau die größte Stimulation bietet.³⁴⁸ Der gemeinsame Orgasmus wird in diesem Beitrag nicht als das Ziel des Koitus oder als die Erfüllung aller sexuellen Wünsche gesehen. Die betroffenen Frauen werden vom Mediziner mit ihren Problemen ernst genommen. Es ist im Jahr 1977 möglich, mit einem Fachmann über dieses Thema zu sprechen, das in den fünfziger Jahren noch ein Tabuthema war.

Die 21jährige Karen Z. schildert in einem Leserbrief in der *Praline* aus dem Jahr 1976 ihr Problem der Psychotherapeutin Dr. Sabine Neumann: „Nach über drei Jahren mit meinem Freund (22) würde ich gern mal mit einem anderen ausprobieren, ob der mich zum Orgasmus bringt.“³⁴⁹ Ihr Freund war bisher ihr einziger Intimpartner. Nur wenn er ihre Klitoris mit der Zunge oder mit den Fingern reizt, kommt die junge Frau zum Orgasmus. Jetzt will sie ausprobieren, ob sie beim Akt mit einem anderen Mann zum Höhepunkt kommt.

Dr. Neumann kritisiert in ihrer Antwort das Verhalten von Karen. Ihr Freund sei rücksichtsvoll und lieb beim Sex und sie denke daran, ihn zu betrügen und schreibe nichts von Liebe. Wenn Karen ihren Freund nicht aufrichtig liebe, solle sie Schluss mit ihm machen und sich einen anderen Partner suchen. Sie dürfe aber nicht erwarten, dass dieser rücksichtsvoller sei und mehr auf ihre sexuellen Wünsche eingehe als ihr jetziger Freund.

³⁴⁷ Mädchen intim. In: *Praline* 5, 1977, 7.

³⁴⁸ Der Doktor beantwortet Sexfragen. In: *Praline* 1, 1977, 44.

³⁴⁹ Psychotherapeutin Dr. Sabine Neumann berät. In: *Praline* 25, 1976, 47.

Es wäre nur eine Frage der Zeit, bis Karen auch beim Verkehr mit ihrem Partner zum Orgasmus kommen werde.³⁵⁰

Die Psychotherapeutin Frau Dr. Neumann rät der Leserin, bei ihrem Partner zu bleiben, wenn sie ihn wirklich liebt. Sie versichert der jungen Frau, dass sich ihr Sexualproblem bald von selbst lösen und sie beim Geschlechtsverkehr mit ihrem Freund zum Höhepunkt gelangen werde. Dies scheint mir sehr unrealistisch zu sein, da das Paar schon über drei Jahre zusammen ist und Karen noch keinen Orgasmus beim Koitus hatte. Die Antwort der Psychotherapeutin spiegelt die Erwartungen an eine Frau wider: Sie soll sich glücklich schätzen, dass ihr Freund rücksichtsvoll beim Sex ist und nicht erwarten, zum Orgasmus zu kommen. Mir scheint es, als ob Dr. Neumann Karen für ihr Problem verantwortlich macht. Wenn sie ihren Freund genug lieben würde, hätte sie auch keine Orgasmusprobleme. Sie erwähnt nicht, dass vielleicht die mangelnde Liebestechnik des Mannes der Grund für Karens Problem sein könne.

Die 18jährige Gitte N. berichtete Frau Dr. Neumann in einer früheren *Praline*-Ausgabe aus dem Jahr 1976 über ein ähnliches Problem. Nach einem Jahr Intimverkehr mit ihrem 19jährigen Freund hatte sie noch keinen Orgasmus. Jetzt habe sie schon gar keine Lust mehr, mit ihm zu schlafen. Sie wolle aber mit ihrem Freund zusammenbleiben, da sie ihn sehr liebe.

Die Psychotherapeutin erklärt der jungen Frau, dass sie sich von ihrem Partner trennen soll, wenn sie Abneigung gegen ihn verspürt und ihn nicht mehr erotisch anziehend findet, denn es gäbe keine Liebe ohne Sex, die auf Dauer bestehen könne. Wenn Gitte aber nur aus Angst, wieder keinen Orgasmus zu erleben, keine Lust mehr auf Sex habe, so solle sie wissen, dass eine Achtzehnjährige noch keinen Orgasmus haben müsse. Der Höhepunkt würde sich oft erst später in einer Beziehung einstellen, wenn der Mann gelernt hätte, rücksichtsvoller und zärtlicher zu sein und vor allem länger zu lieben. Junge Männer wären oft schnell fertig, während Frauen länger zum Orgasmus bräuchten. Gitte und ihr Freund benötigen beide Geduld beim Sex, dann wird auch sie bald zum Höhepunkt kommen.³⁵¹

Auch dieser jungen Frau rät Dr. Neumann zur Geduld. In diesem Fall räumt sie aber ein, dass auch der Mann für die mangelnde Orgasmusfähigkeit seiner Partnerin verantwortlich sein könne. Wenn keine Erotik mehr in der Beziehung herrsche, soll Gitte sich aber trotz Liebe von ihrem Freund trennen, da diese Beziehung nicht längerfristig bestehen könne.

³⁵⁰ Psychotherapeutin Dr. Sabine Neumann berät. In: *Praline* 25, 1976, 47.

³⁵¹ Psychotherapeutin Dr. Sabine Neumann berät. In: *Praline* 13, 1976, 35.

Wenn man die beiden Antworten der Psychotherapeutin miteinander vergleicht, lässt sich sagen, dass eine (junge) Frau beim Geschlechtsverkehr nicht unbedingt einen Orgasmus erleben muss. Wenn sie ihren Freund liebt und trotzdem gerne mit ihm schläft, soll sie ihr Schicksal akzeptieren und hoffen, dass sich ihr Problem im Laufe der Zeit von alleine löst, wenn der Partner erfahrener und rücksichtsvoller ist.

Günther Amendt warnt seine Leser und Leserinnen, sich nicht gegenseitig unter einen Orgasmusdruck zu setzen. Viele Männer würden im Orgasmus der Frau die Bestätigung ihrer Potenz sehen und deshalb von ihrer Partnerin erwarten, bei jedem Koitus zum Orgasmus zu gelangen. Manche Frauen fühlen sich dadurch so unter Druck gesetzt, dass sie sich verkrampfen und noch schwerer zum Höhepunkt gelangen würden. Viele Frauen hätten nie Orgasmen während dem Geschlechtsverkehr, da ein Teil der Männer nicht bereit wäre, auch einmal andere Variationen der Sexualität auszuprobieren.³⁵²

Eine weitere Leserin berichtet über Schmerzen beim Geschlechtsverkehr und will wissen, was sie dagegen unternehmen könne. Dr. Maier antwortet ihr, dass viele Frauen über längere Zeit Schmerzen beim Sex ertragen würden, ohne deswegen einen Arzt aufzusuchen. In vielen Fällen würden sich Schmerzen beim Koitus auf körperliche Ursachen zurückführen lassen. Die betroffenen Frauen sollten ihren Frauenarzt darüber informieren. Wenn geklärt sei, dass keine körperlichen Gründe für die Beschwerden vorliegen, sollten die Patientinnen einen Psychologen aufsuchen, um mögliche psychische Ursachen des Problems zu klären.³⁵³

Michel Foucault beschreibt in seinem Werk „*Der Wille zum Wissen. Sexualität und Wahrheit. Erster Band*“ Sexualität als einen besonders dichten Durchgangspunkt für Machtbeziehungen.³⁵⁴ Unsere westliche Gesellschaft würde als einzige Zivilisation eine *scientia sexualis*, eine Sexualwissenschaft besitzen, während Gesellschaften wie China, Japan und die arabisch-islamische Kultur eine Kunst der Erotik, die *ars erotica* betrieben. Der Sex steht dabei im Zentrum einer großen Nachfrage nach Wissen.³⁵⁵ Im Laufe von Jahrhunderten habe unsere Gesellschaft, um die Wahrheit des Sexes zu sagen, eine bestimmte Form von Macht-Wissen, das Geständnis, entwickelt. Das Geständnis sei zu „einer der höchstbewerteten Techniken der Wahrheitsproduktion geworden.“³⁵⁶ Unsere

³⁵² Günther Amendt, Das Sexbuch (Wien 1979) 83.

³⁵³ Der Doktor beantwortet Sexfragen. In: Praline 4, 1977, 33.

³⁵⁴ Foucault, Der Wille zum Wissen, 103.

³⁵⁵ Ebd., 61ff.

³⁵⁶ Ebd., 62.

Gesellschaft habe es sich zur Aufgabe gemacht, „wahre Diskurse über den Sex zu produzieren, und zwar dadurch, daß sie – nicht ganz reibungslos - das alte Verfahren des Geständnisses den Regeln des wissenschaftlichen Diskurses anpasste.“³⁵⁷

Bei den Leserbriefen in der Praline handelt es sich meiner Ansicht nach um eine Form des Geständnisses. Leser und Leserinnen schildern ihre Sexualprobleme und bitten Sexualmediziner und Psychotherapeuten um Rat. Die Sexualwissenschaftler vermitteln den Lesern der Illustrierten in ihren Antworten ihre Ansichten über „richtige“ und „falsche“ Sexualität.

Der 24jährige Ernst W. schildert der Psychotherapeutin Frau Dr. Neumann sein Problem. Nach über einem Jahr Ehe habe er noch nicht mit seiner Frau geschlafen. Sie erlaubt ihm, sie zu streicheln, aber wenn sie merkt, dass sie sich dem Höhepunkt nähert, blockt sie ab und schiebt seine Hand weg. Wenn er ihre Scheide mit dem Mund oder der Zunge liebkosen will, versteift sich ihr Körper und sie wird „wie aus Stein“. Die Berührungen dürfen auch nur im Dunkeln geschehen. Seine Frau verbietet ihm, ihren Intimbereich zu sehen. Als Ernst sie unter einem Vorwand zum Arzt mitnahm und dort ihr Problem ansprach, brauste sie auf und nannte ihn einen Lügner. Ernst ist verzweifelt und bittet die Psychotherapeutin um Rat.

Frau Dr. Neumann erklärt dem jungen Mann, dass seine Frau an einer schweren Sexualneurose leide, die durch falsche Erziehung oder durch ein schockartiges Sexualerlebnis wie eine Vergewaltigung entstanden sein könne. Auch Frauen, die in einer infantilen Vater-Bindung stecken geblieben seien, würden in dieser Weise reagieren. Ernsts Ehefrau soll sich unbedingt in psychotherapeutische Behandlung begeben. Wenn sie diese aber verweigert, so soll Ernst seine Ehe annullieren lassen, da es keine Ehe ohne sexuellen Vollzug gebe.³⁵⁸

Günther Amendt nennt als Ursachen für weibliche Frigidität männliche Brutalität und die Unfähigkeit vieler Männer, auf die sexuellen Bedürfnisse der Partnerin einzugehen. Kindheitserlebnisse, Erziehungseinflüsse und religiöse Moralvorstellungen, die Sexualität als Sünde und etwas Schmutziges betrachten, können sich ebenfalls auf das spätere Geschlechtsleben einer Frau auswirken. Da weibliche Sexualität immer noch in Zusammenhang mit Schwangerschaft und Fortpflanzung stehe, würde Frauen von der Gesellschaft vermittelt, ihre sexuellen Bedürfnisse hätten mit den Wechseljahren

³⁵⁷ Foucault, Der Wille zum Wissen, 71.

³⁵⁸ Psychotherapeutin Dr. Sabine Neumann berät. In: Praline 14, 1976, 40.

aufzuhören, da sie dann keine Kinder mehr gebären könnten. Viele Frauen, so schreibt Amendt im Jahr 1970, würden sich den gesellschaftlichen Erwartungen anpassen und als „ältere“ Frauen auf sexuelle Betätigung verzichten.³⁵⁹

Hemmende Jugenderlebnisse sind Oswald Kollé zufolge einer der häufigsten Gründe für Hemmungen vieler Frauen, Sexualität zu genießen. Verdrängte Kindheitserlebnisse erzeugen eine unbewusste Abneigung gegen Sexualität. Kollé berichtet, dass in den Briefen, in denen er von Frauen um Rat gefragt wird, oft von frühen sexuellen Erlebnissen mit dem eigenen Vater berichtet wird. Aus Scham über das Erlebte würden Frauen Sexualität negativ ansehen und stets in Zusammenhang mit dem Erlebten setzen. Es sei aber auch möglich, dass Mädchen das Inzesterlebnis mit dem Vater genießen und sich deswegen ein Leben lang schuldig fühlen würden.

Hass auf das „stärkere“ Geschlecht, eine falsche Einstellung zu Liebe, Körper, Lust und Sexualität oder zu Männern allgemein, seien weitere Ursachen für weibliche Sexualprobleme. Männer werden häufig als aggressiv empfunden; beim Geschlechtsverkehr müsse sich die Frau dem Mann unterwerfen. Um sich nicht unterwerfen zu müssen, würden viele Frauen den Orgasmus oder die Lust verweigern, um nicht vom Mann abhängig zu sein. Nach Erkenntnissen der Sexualforschung würden frigide Frauen meist nur beim Geschlechtsverkehr mit einem Mann orgasmusunfähig sein. Bei der Selbstbefriedigung würden sie durchaus einen Höhepunkt erreichen. Oft wäre die Ursache für dieses Problem in der mangelnden Technik des Mannes zu suchen, aber auch in der Unfähigkeit der Frau, ihrem Partner ihre sexuellen Wünsche mitzuteilen. Viele Frauen hätten Hemmungen, mit ihrem Mann über Sex zu sprechen, da ihnen von der sexualfeindlichen Gesellschaft und den Eltern vermittelt wurde, dass sich dies für eine Frau nicht gehöre.³⁶⁰

„Immer mehr Mädchen unter 20 sterben! Früher Sex löst Krebs aus!“ lautet der Titel eines Berichtes in der *Praline* aus dem Jahr 1978. Der englische Krebsforscher Dr. Robert Yule aus Manchester sieht im Missbrauch der Pille die Ursache für den Anstieg von Gebärmutter-Krebs bei Mädchen unter zwanzig Jahren. Da die Pille leicht zu bekommen sei, animiere sie junge Mädchen dazu, sexuell aktiv zu werden. Einige Arten des männlichen Spermas, so erläutert der Arzt, könnten durch unreife Zellen im Gebärmuttermund in die Gebärmutter eindringen und dann krebsig werden. Nicht das häufige Wechseln der Sexualpartner würde bei den Mädchen Krebs auslösen, sondern

³⁵⁹ Günter Amendt, *Sex-Front* (Frankfurt 1970) 114ff.

³⁶⁰ Kollé, *Sexualität '70*, 280ff.

Sexualverkehr in jungen Jahren. Gebärmutter-Krebs wäre bei Nonnen, die sexuell enthaltsam leben, hingegen völlig unbekannt. Dr. Yule behauptet weiters, wenn Frauen bis zu ihrem 25. Lebensjahr keinen Geschlechtsverkehr hätten, sei es unwahrscheinlich, dass sie jemals an Gebärmutter-Krebs erkranken würden.

Mädchen, die die Pille nicht nehmen wollen, würden oft keinen Freund finden. Der Sex würde damit zu einem rein animalischen Akt: Ein Junge macht ein Mädchen an und wenn er herausfindet, dass sie nicht die Pille nimmt, sucht er sich das nächste Mädchen, das die Pille nimmt und wo er ohne Gefahr einer Schwangerschaft „sein Sperma abladen kann“. Mit Liebe hätte dies nichts mehr zu tun. Sex, so betont der Verfasser des Artikels, solle nur aus Liebe geschehen.

Den Mädchen wird geraten, zusätzlich zur Pille von ihrem Partner zu verlangen, dass er mit einem Kondom verhütet, da das Sperma so nicht in die Gebärmutter gelangen kann.

Das Auftreten von Gebärmutter-Krebs bei „ganz jungen, sexuell aktiven Pillen-Mädchen“ sei ein Zeichen der Natur (oder der Schöpfung), dass diese noch nicht bereit zum Sex seien.³⁶¹

Der Artikel soll meiner Meinung nach junge Mädchen davon abhalten, sexuelle Erfahrungen zu machen. Die Ansichten des Arztes zu Gebärmutterhalskrebs sind heute meines Wissens nach längst überholt. Der englische Mediziner und der Verfasser des *Praline*-Artikels lehnen es deutlich ab, schon jungen Mädchen die Pille zu verschreiben, um sie so vom Geschlechtsverkehr abzuhalten. Doch auch vor der Einführung der Pille hatten junge Mädchen sexuelle Kontakte. Wenn sie nicht mehr die Pille erhalten können, würden sie eben mit einem Kondom oder mit unsicheren Methoden wie Scheidenzäpfchen etc. verhüten, was das Risiko einer ungewollten Schwangerschaft noch erhöhen würde. Ich sehe es positiv, dass *Praline* ihrer Leserschaft versichert, dass Sex nur aus Liebe und Zuneigung erfolgen solle.

Die Reportage „So lauern Sex-Gangster auf ihre Opfer!“ aus dem Jahr 1977 schildert den Tathergang einer Vergewaltigung. Das Verbrechen wird in einem gezeichneten Bild rekonstruiert. Auffallend daran ist die Darstellung des weiblichen Opfers. Auf jedem dieser Bilder sind die nackten Brüste der Frau mit erigierten Brustwarzen zu sehen. Die abgebildeten Frauen entsprechen stets dem gängigen Schönheitsideal (schlank, große Brüste, lange Haare) und scheinen die Gewalttat aufgrund ihres Gesichtsausdruckes sogar

³⁶¹ Immer mehr Mädchen unter 20 sterben! Früher Sex löst Krebs aus! In: *Praline* 16, 1978, 17.

oft zu genießen.³⁶² Die Abbildungen vermitteln meiner Ansicht nach den Eindruck, die betroffenen Frauen seien in ihrer Opferrolle nicht ganz ernst zu nehmen. Die Zeichnungen der Vergewaltigungen dienen meines Erachtens weniger der Rekonstruktion der Tat, sondern richten sich in ihrer erotischen Wirkung speziell an den männlichen Leser.

Praline stellt ihren Lesern in den siebziger Jahren wöchentlich „Sexualbräuche der Naturvölker“ vor. Bei den „Naturvölkern“ handelt es sich um Volksgruppen aus Afrika, Südamerika oder von Inselgruppen. Immer sind attraktive Frauen mit nacktem Oberkörper zu sehen, die das Klischee der „Wilden“ verkörpern. In den dazugehörigen Berichten wird das Liebesleben der Volksgruppen detailliert beschrieben. Beispiele für Titel der Berichte sind „Junge Tama-Mädchen lassen nur Männer mit einem Hoden an sich ran - die sind angeblich in der Liebe ausdauernder“³⁶³, „Die Galuku sind stolz, wenn ihre jungen Mädchen einmal im Monat mit einem Fremden ins Bett gehen“³⁶⁴ oder „Warum die jungen Elah-Mädchen beim Unkrautjäten liebestoll werden und dann Jagd auf Männer machen.“³⁶⁵

Praline will mit diesen Reportagen aussterbende Bräuche für die Völkerkunde bewahren. Meiner Ansicht nach sprechen diese Berichte die Phantasien der männlichen Leser in Bezug auf exotische Frauen an. Die vorgestellten Frauen werden als fremd und anders konstruiert und stehen als „Wilde“ im Gegensatz zu den „zivilisierten“ europäischen Frauen. Beim Lesen der Berichte entsteht der Eindruck, das ganze Leben der „Naturvölker“ würde sich ausschließlich um Sexualität drehen. Menschen nicht-weißer Hautfarbe werden als triebhaft und ungehemmt dargestellt. Rassistische Vorurteile gegenüber fremden Kulturen spielen bei dieser Artikelserie eine nicht zu unterschätzende Rolle.

„Für ein Huhn als Eintrittspreis darf jeder zusehen, wie sich Segu-Mädchen um die Wette lieben lassen“ lautet der Titel eines Berichts der Serie aus dem Jahr 1971. Weiter heißt es im Artikel: „Während die ersten Menschen auf dem Mond spazieren gehen, leben auf unserer Erde Millionen wie in der Steinzeit. Die Frauen oft noch wie Sklavinnen.“³⁶⁶ Die westliche Kultur wird hier als überlegen und „zivilisiert“ dargestellt. Andere Kulturen, die nicht nach dem westlichen Ideal einer technisierten Welt entsprechen und die ihre Traditionen auch noch im 20. Jahrhundert pflegen, werden als zurückgeblieben, „wie in

³⁶² So lauern Sex-Gangster auf ihre Opfer! In: *Praline* 11, 1977, 52.

³⁶³ Sexualbräuche der Naturvölker. In: *Praline* 23, 1977, 48.

³⁶⁴ Sexualbräuche der Naturvölker. In: *Praline* 18, 1977, 50.

³⁶⁵ Sexualbräuche der Naturvölker. In: *Praline* 15, 1977, 48.

³⁶⁶ Sexualbräuche der Naturvölker. In: *Praline* 49, 1971, 42f.

der Steinzeit“ beschrieben. Die jungen Mädchen der Segu erleben ihren ersten Geschlechtsverkehr in der Öffentlichkeit. Dies ist ein Brauch ihrer Kultur. Bei dem Artikel handelt es sich um den Bericht eines internationalen Teams weißer Wissenschaftler, die die Segu im Norden Borneos aufgesucht haben. Die Forscher geben sich schockiert über die freizügige Sexualität der Volksgruppe und beschreiben den Liebesakt der Segu in allen Einzelheiten. Es wird der Eindruck erweckt, dass sich die Segu-Mädchen wie Prostituierte verhalten, die gegen die Bezahlung eines Huhnes mit jedem Mann schlafen würden. In Wirklichkeit ist dies ein Brauch, über dessen Ursprung nichts Genaues berichtet wird. Der Bericht reproduziert das Klischee der „farbigen“, exotischen Frau, die die Sklavin der Männer ist und deren Lust hilflos ausgeliefert ist. Pornographische und voyeuristische Beschreibungen des Geschlechtsverkehrs der Segu-Mädchen sollen die männlichen Leser der *Praline* ansprechen, indem sie erotische Fantasien mit „wildem“ Frauen erwecken.³⁶⁷

Auf dem Cover der *Praline* Nr. 1 aus dem Jahr 1972 ist eine schwarze Frau abgebildet. „Farbige Mädchen erteilen Männern praktischen Liebesunterricht - mit allen Raffinessen“ lautet der Slogan. Der dazugehörige Beitrag im Heft ist Teil der Serie „Warum ich den heißen Urlaub ´71 nicht vergessen kann“. Der 26jährige Willi P. lernte im Urlaub in Amsterdam das „farbige Mädchen“ Anette kennen. Nachdem er ihr die Heirat versprochen hatte, schlief die junge Frau mit ihm. Als Willi seine Heiratspläne seinen Eltern berichtete, rieten sie ihm von seinem Vorhaben ab, da sie Angst hatten, was die Nachbarn und Bekannten dazu sagen würden. Der Diplompsychologe Dr. Vogel rät Willi, sich zu prüfen, ob seine Liebe zu Annette groß genug sei, sie auch gegen den Willen der Eltern zu heiraten. Zwei Fotos zeigen Willi und Annette halbnackt in erotischen Posen. Dieser Bericht zeigt, dass schwarze Frauen auch noch Anfang der siebziger Jahre in der BRD unter Diskriminierung zu leiden hatten. Wäre Anette eine Weiße würden die Eltern weniger Bedenken äußern. Die Meinung der Menschen im sozialen Umfeld ist entscheidend für die Reaktion der Eltern, ihrem Sohn die Heirat auszureden. Sie erwecken den Eindruck, nichts gegen eine Liebesaffäre Willis mit einer schwarzen Frau zu haben, aber als zukünftige Schwiegertochter kommt ein „farbiges Mädchen“ nicht in Frage. Der Titel am Cover lässt auf eine schwarze Frau schließen, die sexuell erfahren ist, eventuell sogar als Prostituierte arbeitet und Männern Liebesunterricht erteilt. Anette macht aber den Eindruck eines schüchternen, wohlgezogenen Mädchens, das erst nach dem Heiratsversprechen zum Sex bereit ist. Mit dem reißerischen Titel bedient sich *Praline*

³⁶⁷ Sexualbräuche der Naturvölker. In: *Praline* 49, 1971, 42f.

der rassistischen Stereotype der promiskuitiven „wilden“ schwarzen Frau, die jederzeit zu Sex bereit ist.³⁶⁸

In der gleichen Ausgabe findet sich auf der nächsten Seite der Fortsetzungsroman „Mischlingsmädchen Billie“. Billie wird immer wieder von Gangstern bedroht, die sie sexuell missbrauchen. Der Roman vermittelt das Bild schwarzer Frauen als Sexobjekte, die Gefallen an sexueller Belästigung finden.³⁶⁹

Die Reportserie „Dunkle Haut bei uns. Probleme einer Minderheit: Der Weg zum Glück ist nur schmal“ schildert das Schicksal schwarzer Frauen in Deutschland. Die 21jährige Ivone kam nach Deutschland, nachdem sie in Panama als Fünfzehnjährige von ihrem ersten Freund ausgenutzt wurde. Der Offizier hatte Nacktfotos seiner Freundin an seine Kameraden verkauft. Ivone unternahm darauf einen Selbstmordversuch. In Deutschland erwischte sie ihren zweiten Freund mit einer Anderen im Bett. Als sie ihn zur Rede stellte, beschimpfte er sie als „Negerin“. Ivone, die im Artikel als „Mischling“ bezeichnet wird, berichtet, dass sie von ihren Arbeitskollegen im Büro als Sexobjekt behandelt wurde. Die Männer wollen nur mit ihr ins Bett, weil sie Ivones „brauner geschmeidiger Körper“ reizt. Ivone wünscht sich einen Partner, der sie liebt und achtet und nicht nur an einem One-night-stand interessiert ist. Arbeitskolleginnen mobbten die junge Frau, da sie Vorurteile gegen Schwarze hatten und dachten, dass Ivone die männlichen Kollegen verführen wolle.³⁷⁰

Praline reproduziert in ihren verschiedenen Beiträgen das rassistische Vorurteil, das schwarze Frauen als promiskuitiv konstruiert.

³⁶⁸ Warum ich den heißen Urlaub '71 nicht vergessen kann. In: *Praline* 1, 1972, 46f.

³⁶⁹ Bertold *Roedern*, Mischlingsmädchen Billie. In: *Praline* 1, 1972, 48f.

³⁷⁰ Dunkle Haut bei uns. Probleme einer Minderheit: Der Weg zum Glück ist nur schmal. In: *Praline* 2, 1973, 22f.

6. Resümee

Schon aus den *Brigitte*- und *Praline*-Ausgaben der fünfziger Jahre lässt sich ein eindeutiges Schlankheitsideal erkennen. Die Mannequins, die den Leserinnen neue Modetrends präsentieren und in Werbeanzeigen abgebildet sind, sind zwar noch nicht so dünn wie die heutigen Models, aber deutlich schlanker und weniger kurvig als Filmstars der fünfziger Jahre wie Marilyn Monroe oder Jane Mansfield. Der ideale Frauentyp in den Ausgaben der sechziger und siebziger Jahre unterscheidet sich kaum von der schlanken Frau der fünfziger Jahre. Die Models in den Illustrierten dieses Zeitraums scheinen noch etwas schlanker zu sein als die Mannequins der fünfziger Jahre. Eine Ausnahme stellen die Fotomodelle aus den *Praline*-Ausgaben der siebziger Jahre dar. 1970 verschob *Praline* ihren thematischen Schwerpunkt von Reisen auf Erotik. Um die männlichen Leser anzusprechen, bildete die Illustrierte nun auf jedem Cover eine nackte Frau ab. Diese Models sind deutlich kurviger als die Models in der *Brigitte* im gleichen Zeitraum, da sie mit dem Einsatz von Sex-Appeal Männer zum Kauf der Illustrierten animieren sollen. *Praline* ermöglicht ihren Leserinnen, Nacktaufnahmen von sich einzusenden und in einer Reportage über ihr Liebesleben zu berichten. Deswegen findet man in einer *Praline*-Ausgabe der siebziger Jahre neben Abbildungen von professionellen Models auch Fotos von Leserinnen. Auch diese jungen Frauen sind meist schlank, unterscheiden sich aber vom Typ und ihrer Figur her in größerem Ausmaß voneinander als die professionellen Fotomodelle der *Praline*-Ausgaben der fünfziger und sechziger Jahre und der *Brigitte*-Ausgaben der fünfziger bis siebziger Jahre.

In fast allen Ausgaben der beiden Illustrierten, die mir zur Verfügung standen, befinden sich Werbeanzeigen für Diätmittel wie Schlankheitspillen, Diättipps und Gymnastikübungen für Problemzonen. *Brigitte* entwickelte Ende der sechziger Jahre in Zusammenarbeit mit Ernährungswissenschaftlern die „Brigitte-Diät“ und stellte ihren Leserinnen kalorienarme Rezepte, Diätpläne und Gymnastikübungen vor, die zur Gewichtsabnahme führen sollten. Schon die Hefte der fünfziger und sechziger Jahre hatten sich regelmäßig mit dem Thema Abnehmen beschäftigt.

Praline stellt auch hier wieder eine Ausnahme dar. In den Ausgaben der fünfziger und sechziger Jahre befinden sich viele Werbeanzeigen zum Thema Abnehmen. Diättipps findet man jedoch weniger als in den *Brigitte*-Ausgaben desselben Zeitraums. In den *Praline*-Ausgaben der siebziger Jahre habe ich keinen Beitrag gefunden, der sich mit dem Thema Abnehmen beschäftigt. Da es generell kaum Werbeanzeigen in den Heften dieses

Jahrzehnts gibt, finden sich auch nur wenige Werbeanzeigen für Schlankheitsmittel. Es ist aber zu erkennen, dass die jungen Frauen, die von *Praline* interviewt werden, das Schlankheitsideal verinnerlicht haben, denn sie berichten häufig, dass sie abnehmen wollen und Naschen ihre größte Schwäche sei.

Die ideale Frau ist eindeutig eine weiße deutsche Frau. In den Illustrierten der fünfziger Jahre sind mehr blonde als dunkelhaarige Frauen abgebildet, insbesondere in Beiträgen, die Frisuren präsentieren und sich mit Haarpflege befassen. Blonde Haare scheinen noch in den fünfziger Jahren ein deutsches Schönheitsideal zu sein. Im Nationalsozialismus hatte die blonde „arische“ Frau das weibliche Schönheitsideal verkörpert.

In den *Brigitte* und *Praline*-Ausgaben der fünfziger und sechziger Jahre habe ich keine Models mit dunkler Hautfarbe gefunden. Manchmal stellen die Illustrierten aber eine schwarze, meist amerikanische, berühmte Künstlerin vor. Die Werbeanzeigen der siebziger Jahre zeigen zwar schwarze Frauen, aber bei der großen Mehrheit der Models handelt es sich auch jetzt noch um weiße, europäisch aussehende Frauen. Brünette und schwarzhaarige Frauen sind deutlich häufiger abgebildet als in den fünfziger Jahren. *Praline* lässt schwarze Models Ende der siebziger Jahre Safari- oder Dschungelmode vorführen. Hier wird das weit verbreitete Vorurteil reproduziert, das schwarze Frauen als „wild“ und promiskuitiv konstruiert.

Das Thema Jugendlichkeit, besonders das Bewahren von Jugendlichkeit, ist ein wiederkehrendes Motiv in der *Brigitte* und der *Praline*. Seit den fünfziger Jahren geben die Illustrierten ihren Leserinnen Ratschläge, wie sie das Altern solange wie möglich hinauszögern und ihre Jugend und Schönheit bewahren können. Neben Tipps zur regelmäßigen Körperpflege präsentieren die Zeitschriften Gesichtsgymnastikübungen, die schon von jungen Frauen Ende zwanzig durchgeführt werden sollen, um dem Alterungsprozess der Haut vorzubeugen. In den Beiträgen zur Schönheitspflege wird immer wieder betont, dass sich eine Frau pflegen soll, um für ihren Mann attraktiv zu bleiben. Wenn sie ihr Äußeres vernachlässigt, riskiert eine Ehefrau, von ihrem Mann für eine jüngere und attraktivere Frau verlassen zu werden. Wenn ein Mann eine Affäre mit einer anderen Frau beginnt, weil seine Ehefrau ihr Äußeres vernachlässigt, so die Aussage mehrere Beiträge in den Illustrierten, wäre diese selbst daran schuld.

Beide Illustrierten stellen ihren Leserinnen neue Modetrends vor. Allgemein lässt sich sagen, dass sich in der Mode zu Beginn des Untersuchungszeitraums Eleganz dominierte. Im Laufe der sechziger und siebziger Jahre wurde die Mode jugendlicher, freizügiger und individueller.

Die Werbeanzeigen der fünfziger Jahre in *Brigitte* und *Praline* zeigen Frauen häufig in der Rolle der Hausfrau und Mutter. Werbung und Beiträge aus den fünfziger und sechziger Jahren vermitteln den Leserinnen den Eindruck, dass Hausarbeit und Kindererziehung ausschließlich Aufgaben der Frau seien. Die Illustrierten reproduzieren das bürgerlich-traditionelle Geschlechterrollenmodell, demzufolge der Mann einer Erwerbsarbeit nachgehen soll, während sich seine Frau um Kinder und Haushalt kümmert. In den siebziger Jahren ändert sich die Einstellung der Zeitschriften zu Familie und Geschlechterrollen. Nun finden sich in beiden Illustrierten Reportagen über allein erziehende Mütter, Hausmänner und Männer, die bei Kinderbetreuung und Hausarbeit mithelfen.

Ich hatte vor dem Quellenstudium erwartet, dass die Illustrierten vor allem in den fünfziger Jahren Mutterschaft als die wichtigste Aufgabe einer jeden Frau darstellen würden. Ich war überrascht, dass sich Beiträge in beiden Zeitschriften schon in diesem Jahrzehnt kritisch mit Familie und Mutterschaft beschäftigten: Kindererziehung solle nicht zum Lebenszweck einer Frau werden,³⁷¹ Kriegswitwen sollen sich gut überlegen, wie sich eine neue Ehe auf ihre Kinder auswirken wird und lieber weiter allein erziehende Mutter bleiben, als einen Mann nur zu heiraten, um den Kindern einen Vater zu geben³⁷² etc.

In den siebziger Jahren berichten beide Illustrierten über verschiedene Formen von Mutterschaft. Nun schildern die Zeitschriften in Reportagen vermehrt Leben und Alltag lediger Mütter, allein erziehender Mütter, berufstätiger Ehefrauen und Frauen, die erst mit Mitte dreißig ihr erstes Kind zur Welt bringen. Ich hatte beim Lesen dieser Artikel den Eindruck, dass die unterschiedlichen Lebensentwürfe der Frauen positiv dargestellt wurden. Die Reportagen vermitteln meiner Ansicht nach, dass allein erziehende, ledige, berufstätige oder „ältere“ Frauen genauso gute Mütter wären wie Ehefrauen, die sich ausschließlich um Haushalt und Kinder kümmern.

Brigitte und *Praline* berichten seit den fünfziger Jahren über weibliche Berufstätigkeit. Beiträge der fünfziger Jahre vermitteln den Leserinnen, dass junge Frauen nur bis zur Heirat einer Erwerbsarbeit nachgehen sollen. In der Ehe sollen sie nur dann außerhäuslich arbeiten, wenn das Einkommen des Mannes nicht für den Lebensunterhalt der Familie ausreicht.

³⁷¹ *Cousins*, Auf dem Olymp der Mutterschaft. In: *Praline* 10, 1962.

³⁷² Väter ohne Rechte. In: *Praline*, Juni 1956, 20ff.

In den sechziger Jahren stellt *Brigitte* Frauen vor, die in unterschiedlichen Berufen wie Sekretärin oder als Lehrling in einem Einrichtungshaus arbeiten. Manche Tätigkeiten wie Löten oder Feilen werden als „männliche“ Arbeiten bezeichnet, die eine Frau nicht ausüben solle oder könne. Das gepflegte und makellose Aussehen einer Sekretärin wird ausführlicher beschrieben als ihre eigentlichen Aufgaben. Das Äußere einer berufstätigen Frau wird höher bewertet als ihre beruflichen Kompetenzen. Der Arbeitgeber konnte darüber entscheiden, ob Frauen bei der Arbeit Hosen tragen durften. Brigitte rät einer Leserin, die sich darüber beschwert, dass ihr Chef den Mitarbeiterinnen verbietet, im Winter Hosen zu tragen, sich damit abzufinden. Auch die Berichte über weibliche Erwerbsarbeit aus den sechziger Jahren erwecken meiner Meinung nach den Eindruck, dass eine Frau nur bis zur Heirat berufstätig sein solle, um sich dann ganz dem Ehemann und den Kindern widmen zu können.

In den siebziger Jahren nehmen Politiker und Politikerinnen der unterschiedlichen Fraktionen in der Serie „Der Politiker-Leitartikel“ in der *Praline* Stellung zu sozialen Problemen. In diesen Beiträgen ist erstmals die Rede von Frauenquoten, Gleichberechtigung im Arbeitsleben und Frauenförderung, die einen Anstieg des Frauenanteils in höheren Positionen als Ziel haben soll. Je nach politischer Ausrichtung der Verfasser und Verfasserinnen setzen sich die Politiker und Politikerinnen in unterschiedlichem Ausmaß für die Gleichberechtigung von Frauen im Arbeitsleben ein.

In beiden Illustrierten ist im Untersuchungszeitraum eine deutliche Zunahme der Verwendung von Sex-Appeal in der Werbung zu erkennen.

Praline stellt ihrer Leserschaft in den siebziger Jahren verschiedene Verhütungsmethoden vor und erklärt mittels kurzer Bildgeschichten deren richtige Anwendung. Sexualexperten beantworten regelmäßig Leserfragen zum Thema Verhütung.

Leserbriefe in der *Praline* Ende der siebziger Jahre bestätigen die These von Sexualforschern wie Oswald Kolle, dass viele Männer Frauen verdächtigen, nur deshalb die Pille zu nehmen, um jederzeit mit dem erstbesten Mann schlafen zu können, ohne eine Schwangerschaft zu riskieren.

In den fünfziger und sechziger Jahren habe ich in beiden Illustrierten keine Beiträge gefunden, die sich explizit mit dem Thema Sexualität befassen. Aus Beiträgen zu Ehe und Familie lässt sich jedoch die Einstellung zu weiblicher Sexualität erkennen. Eine Frau, so lautet die Botschaft der Zeitschriften, solle mit dem Sex bis zur Ehe warten und unbedingt auf ihren guten Ruf achten, damit sie einen „anständigen“ Mann zum Heiraten findet.

Auch Beiträge aus den sechziger Jahren vermitteln dieses Weiblichkeitsideal. Nur in der Ehe könne eine Frau wirklich glücklich werden.

In den *Brigitte*-Ausgaben der siebziger Jahre finden sich im Gegensatz zu den *Praline*-Ausgaben dieses Zeitraums nur wenige Beiträge, die sich mit dem Thema Sexualität befassen. Im Gegensatz dazu dreht sich eine *Praline*-Ausgabe der siebziger Jahre fast ausschließlich um Sexualität. Junge Frauen berichten von ihrem ersten Mal, Ärzte beantworten Fragen zu Sexualität, Leserinnen schicken erotische Aktaufnahmen von sich ein und Reportagen berichten über Sexualtechniken und Verhütung. In den verschiedenen Beiträgen wird offen über Sexualität gesprochen, was in den fünfziger und sechziger Jahren noch unvorstellbar gewesen wäre. Sexualprobleme stellten für viele Leser der *Praline* offensichtlich auch noch in den siebziger Jahren ein Tabu dar. Aus den Leserfragen lässt sich herauslesen, dass es für viele Menschen schwer war, über ihre Sexualprobleme, insbesondere in der Ehe, zu sprechen, selbst wenn dies in einem anonymen Leserbrief an die Erotikzeitschrift *Praline* erfolgte. Die Einstellung der Sexualexperten und der Verfasser der Reportagen und Beiträge über sexualspezifische Themen kann sich deutlich voneinander unterscheiden. Manche stehen der verschiedenen Formen von Sexualität sehr tolerant gegenüber und schildern ihre Ansichten sachlich, während andere versuchen, die Leserschaft von ihrer ablehnenden Einstellung gegenüber früher Sexualität von Jugendlichen, Sex ohne Liebe etc. zu überzeugen.

Die ideale Frau in der *Praline* der siebziger Jahre ist jung, attraktiv und sexuell aktiv. Voreheliche Sexualität wird von der Illustrierten positiv dargestellt, wenn der Sex aus Liebe und gegenseitiger Zuneigung geschieht. Aufklärungsserien, die sich mit dem Thema Verhütung befassen, wenden sich häufig an jugendliche Leser.

Die Frauen, die in der *Praline* abgebildet werden, werden aus einem männlichen Blickwinkel betrachtet. Daniela Hammer-Tugendhat spricht davon, dass der Mann sich als das blickende Subjekt und als Betrachter des Bildes konstituiert, während die Frau das erotisierte Objekt des Bildes darstellt. Der nackte weibliche Körper wird auf Erotik und Passivität reduziert.³⁷³ Da *Praline* an erster Stelle männliche Leser ansprechen will, versuchen die Fotografen, auf ihren Bildern männliche erotische Fantasien zu reproduzieren. Leserinnen, die erotische Fotos von sich einschicken, orientieren sich an den Abbildungen, die sie bereits in der Illustrierten gesehen haben.

Frauen anderer Ethnizität oder anderer Hautfarbe, besonders schwarze Frauen, werden als „Wilde“ konstruiert, wenn sie außerhalb der westlichen Gesellschaft in traditionellen

³⁷³ Hammer-Tugendhat, Kunst, Sexualität und Geschlechterkonstruktionen in der abendländischen Kultur, 69f.

Gemeinschaften leben. Schwarze deutsche Frauen werden in Modebeiträgen ebenfalls als „wild“ und promiskuitiv präsentiert.

7. Quellen- und Literaturverzeichnis

Zitierte Quellen

Brigitte. Die Frauenzeitschrift neuen Typs (Hamburg 1954).

1957: 12, 13, 16, 17, 18, 20, 21, 22, 24, 25, 26

1958: 7, 10, 21

1959: 3, 5, 12, 13

1961: 2

1962: 4, 5, 8, 9

1963: 17, 19, 20, 22

1968: 23

1969: 23

1971: 23

1973: 22

1974: 22

1975: 6

1979: 19

Praline. Für Heim und Mode, Reise und Unterhaltung (Hamburg 1954).

1954: 4

1955: 2, Juni

1956: Juni

1958: Juli

1960: 25

1962: 10, 17

1964: 9, 10

1965: 19

1967: 5

1971: 1, 49

1972: 1

1973: 2

1976: 1,13,14, 25, 36, 37

1977: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 11, 12, 14, 15, 23

1978: 1, 2, 3, 7, 11, 14/15, 16

Literatur

Ann Taylor *Allen*, *Feminism and motherhood in Western Europe 1890-1970. The maternal dilemma* (New York 2005).

Günter *Amendt*, *Das Sexbuch* (Wien 1979).

Günter *Amendt*, *Sex-Front* (Frankfurt 1970).

Bernard *Asbell*, *Die Pille und wie sie die Welt veränderte* (Frankfurt am Main 1998).

Lilo *Aureden*, *Das praktische Ehebuch* (Düsseldorf 1955).

Friedrich K. *Barabas*, Michael *Erler*, *Die Familie. Einführung in Soziologie und Recht, Grundlagentexte soziale Berufe* (Weinheim/München 1994).

Constanze *Bausch*, *Verkörperte Medien. Die soziale Macht televisueller Inszenierungen* (Bielefeld 2006).

Jan *Benson*, *Schlankheitsideal. Über die soziale Kontrolle des Körpergewichts* (Saarbrücken 2007).

Ernest *Bornemann*, *Das Patriarchat. Ursprung und Zukunft unseres Gesellschaftssystems. Mit einem Nachwort zur Taschenbuchausgabe* (Frankfurt am Main 1989).

Ernest *Bornemann*, *Sexuelle Marktwirtschaft. Vom Waren- und Geschlechtsverkehr in der bürgerlichen Gesellschaft* (Frankfurt am Main 1994).

Friedrich *Burkhard*, *Gesunder Sex - Gesunde Ehe. Ein Arzt löst Eheprobleme* (Wien/München/Zürich 1970).

Judith *Butler*, *Das Unbehagen der Geschlechter* (Frankfurt am Main 1991).

Dieter *Claessens*, Ferdinand W. *Menne*, *Zur Dynamik der bürgerlichen Familie und ihrer möglichen Alternativen. In: Günther Lüschen, Eugen Lupri, Soziologie der Familie, Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Sonderheft 14 (Opladen 1970) 169-198.*

Rudolf *Dreikurs*, *Die Ehe - eine Herausforderung* (Stuttgart 1976).

Christel *Eckart*, *Halbtags durch das Wirtschaftswunder. Die Entwicklung der Teilzeitarbeit in den sechziger Jahren. In: Helgard Kramer, Christel Eckart, Ilka Riemann, Karin Walser, Grenzen der Frauenlohnarbeit. Frauenstrategien in Lohn- und Hausarbeit seit der Jahrhundertwende, Studienreihe des Instituts für Sozialforschung Frankfurt am Main (Frankfurt am Main/New York 1986) 183-249.*

Franz X. *Eder*, *Durchtränktsein mit Geschlechtlichkeit. Zur Sozial- und Kulturgeschichte der sexuellen Begierde vom 17. bis zum 20. Jahrhundert, Habilitationsschrift* (Wien 2000).

Franz X. *Eder*, *Kultur der Begierde. Eine Geschichte der Sexualität*, 2. erweiterte Auflage (München 2009).

Franz X. *Eder*, *Sexuelle Kulturen in Deutschland und Österreich, 18.-20. Jahrhundert*. In: Franz X. *Eder*, Sabine *Frühstück* (Hg.), *Neue Geschichten der Sexualität. Beispiele aus Ostasien und Zentraleuropa 1700–2000* (Wien 2000) 41-68.

Franz X. *Eder*, 'The National Socialists' 'Healthy Sensuality' Succeeded by the American influence: Sexuality and Media from National Socialism to the Sexual Revolution. In: Günter *Bischof*, (Hg.), *Sexuality in Austria, Contemporary Austrian studies v. 15* (New Brunswick/New Jersey 2007) 102-130.

Werner *Faulstich*, *Gesellschaft und Kultur der siebziger Jahre: Einführung und Überblick*. In: Ders. (Hg.), *Die Kultur der siebziger Jahre. Kulturgeschichte des zwanzigsten Jahrhunderts* (München 2004) 7-18.

Insa *Fooker*, Inken *Lind*, *Vielfalt und Widersprüche weiblicher Lebensmuster. Frauen im Spiegel sozialwissenschaftlicher Forschung* (Frankfurt/New York 1994).

Michel *Foucault*, *Der Wille zum Wissen. Sexualität und Wahrheit. Erster Band*. (Frankfurt am Main 1983).

Friedrich E. Freiherr von *Gagern*, *Mann und Frau. Einführung in das Geheimnis der Ehe*, Dritte Auflage (Frankfurt am Main 1954).

Regine *Gildemeister*, *Doing Gender: Soziale Praktiken der Geschlechterunterscheidung*. In: Ruth *Becker*, Beate *Kortendiek* (Hg.), *Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung. Theorie, Methoden, Empirie, Geschlecht und Gesellschaft Band 35* (Wiesbaden 2004) 132-140.

Regine *Gildemeister*, Angelika *Wetterer*, *Wie Geschlechter gemacht werden. Die soziale Konstruktion der Zweigeschlechtlichkeit und ihre Reifizierung in der Frauenforschung*. In: Gudrun-Axeli *Knapp*, Angelika *Wetterer* (Hg.), *TraditionenBrüche. Entwicklung feministischer Theorie* (Freiburg i. Br. 1992) 201-254.

Jörn *Glaser*, *Titelschwund und Politisierung: Zur Illustriertenlandschaft der sechziger Jahre*. In: Werner *Faulstich* (Hg.), *Die Kultur der sechziger Jahre. Kulturgeschichte des zwanzigsten Jahrhunderts* (München 2003) 75-94.

Linda *Grant*, *Versext. Die sexuelle Revolution: Geschichte und Utopie*, Lizenzausgabe (Bergisch-Gladbach 1996).

John *Guillebaud*, *Die Pille* (Hamburg 1982).

Daniela *Hammer-Tugendhat*, *Kunst, Sexualität und Geschlechterkonstruktionen in der abendländischen Kultur*. In: Franz X. *Eder*, Sabine *Frühstück* (Hg.), *Neue Geschichten der Sexualität. Beispiele aus Ostasien und Zentraleuropa 1700–2000* (Wien 2000) 69-92.

Harald *Hansluwka*, *Die Frau in Haushalt und Beruf, Die Wirtschaft geht jeden an*, Heft 63 (Wien 1966).

Karin *Hausen* (Hg.), Geschlechterhierarchie und Arbeitsteilung. Zur Geschichte ungleicher Erwerbschancen von Männern und Frauen (Göttingen 1993) 7-16.

Karin *Hausen*, Gertraude *Krell*, Perspektiven einer Politik der Gleichstellung von Frauen und Männern. In: Karin *Hausen*, Gertraude *Krell* (Hg.), Frauenerwerbsarbeit: Forschungen zu Geschichte und Gegenwart (München/Mering 1993) 9-24.

Cornelius *Helmes-Conzett*, Mode – Geschichte - Politik. Die 50er Jahre und die Politischen Generationen der Bundesrepublik (Hamburg 1995).

Dagmar *Herzog*, Die Politisierung der Lust. Sexualität in der deutschen Geschichte des zwanzigsten Jahrhunderts (München 2005).

Dagmar *Herzog*, Sexuality in Twentieth Century Austria. In: Günter *Bischof*, (Hg.), Sexuality in Austria, Contemporary Austrian studies v. 15 (New Brunswick/New Jersey 2007) 7-20.

Knut *Hickethier*, Protestkultur und alternative Lebensformen. In: Werner *Faulstich* (Hg.), Die Kultur der sechziger Jahre. Kulturgeschichte des zwanzigsten Jahrhunderts (München 2003) 11-30.

Dora *Horvath*, Bitte recht weiblich. Frauenleitbilder in der deutschen Zeitschrift Brigitte 1949-1982 (Zürich 2003).

Richard *Kaufmann*, Die Pille. Bevölkerungsexplosion. Familienplanung. Geburtenregelung (Düsseldorf/Köln 1968).

Heidi *Keller*, Männlichkeit - Weiblichkeit, Praxis der Sozialpsychologie Band 8 (Darmstadt 1978).

Helene *Klaus*, Inken *Kloppenburg*, Ratgeber für die Frau von heute. Viele tausend Tips für Haushalt und Familie, Zweite Auflage (München/Bern/Wien 1974).

Karin *Knop*, Von Flower Power zur Pril-Blume. Werbung und Werbemedien der 70er Jahre. In: Werner *Faulstich* (Hg.), Die Kultur der siebziger Jahre. Kulturgeschichte des zwanzigsten Jahrhunderts (München 2004) 211- 231.

Karin *Knop*, Zwischen Afri-Cola-Rausch und dem Duft der großen weiten Welt: Werbung in den sechziger Jahren. In: Werner *Faulstich* (Hg.), Die Kultur der sechziger Jahre. Kulturgeschichte des zwanzigsten Jahrhunderts (München 2003) 241-271.

Oswald *Kolle*, Sexualität '70. Mit einer Einleitung von Dipl.-Psych. Helmut Kentler, Lizenzausgabe (Gütersloh 1970).

Ellen *Krause*, Einführung in die politikwissenschaftliche Geschlechterforschung, Politik und Geschlecht 11 (Opladen 2003).

Michael *Kriegeskorte*, Werbung in Deutschland 1945-1965. Die Nachkriegszeit im Spiegel ihrer Anzeigen (Köln 1992).

Rüdiger *Lautman*, Sexuelle Restriktion und sozialer Konformismus. In: Ernest *Bornemann* (Hg.), Sexualität. Materialien zur Sexualforschung (Weinheim/Basel 1979) 107-123.

Rüdiger *Lautmann*, Soziologie der Sexualität. Erotischer Körper, intimes Handeln und Sexualkultur (Weinheim/München 2002).

Ingrid *Loschek*, Mode im 20. Jahrhundert. Eine Kulturgeschichte unserer Zeit (München 1978).

Silvia *Lott-Almstadt*, Brigitte 1886-1986. Die ersten hundert Jahre. Chronik einer Frauenzeitschrift (Hamburg 1986).

Walter *Morgenthaler*, Geschlecht - Liebe - Ehe (Zürich 1953).

Klaus *Moser*, Sex-Appeal in der Werbung, Schriftenreihe Wirtschaftspsychologie (Göttingen 1997).

Robert *Muchembled*, Die Verwandlung der Lust. Eine Geschichte der abendländischen Sexualität (München 2008).

Christiane *Ochs*, Frauendiskriminierung in Ost und West - oder: die relativen Erfolge der Frauenförderung. Eine Bestandsaufnahme in den beiden ehemaligen deutschen Staaten. In: Karin *Hausen*, Gertraude *Krell* (Hg.), Frauenerwerbsarbeit: Forschungen zu Geschichte und Gegenwart (München/Mering 1993) 47-67.

George *Paloczi-Horvath*, Sex. Umsturz der Tabus (Düsseldorf/Köln 1968).

Waltraud *Posch*, Körper machen Leute. Der Kult um die Schönheit (Frankfurt/New York 1999).

Helge *Pross*, Die Wirklichkeit der Hausfrau. Die erste repräsentative Untersuchung über nichterwerbstätige Ehefrauen. Wie leben sie? Wie denken sie? Wie sehen sie sich selbst? (Reinbeck bei Hamburg 1975).

Till van *Rahden*, Religion, Vaterschaft und die Suche nach Demokratie in der frühen Bundesrepublik. In: Andreas *Holzem*, Ines *Weber* (Hg.), Ehe – Familie - Verwandtschaft. Vergesellschaftlichung in Religion und sozialer Lebenswelt (Paderborn/München/Wien/Zürich 2008) 437-458.

Dirk *Reinhardt*, Vom Intelligenzblatt zum Satellitenfernsehen: Stufen der Werbung als Stufen der Gesellschaft. In: Peter *Borscheid*, Clemens *Wischermann* (Hg.), Bilderwelt des Alltags. Werbung in der Konsumgesellschaft des 19. und 20. Jahrhunderts, Festschrift für Hans Jürgen Teuteberg (Stuttgart 1995) 44-63.

Franz Josef *Röll*, Mythen und Symbole in populären Medien. Der wahrnehmungsorientierte Ansatz in der Medienpädagogik (Frankfurt am Main 1998).

Josef *Rötzer*, Kinderzahl und Liebesehe. Ein Leitfaden zur Regelung der Empfängnis, Fünfte Auflage (Wien/Freiburg/Basel 1968).

- Karl *Saller*, Die Sexualmoral im Wandel der Zeiten. In: Karl *Saller* (Hg.), Sexualität heute. Mit einem Nachwort von Hans Hugelmann (München 1967) 37-79.
- Helmut *Schelsky*, Soziologie der Sexualität. Über die Beziehungen zwischen Geschlecht, Moral und Gesellschaft (Hamburg 1955).
- Helmut *Schelsky*, Wandlungen der deutschen Familie in der Gegenwart. Darstellung und Deutung einer empirisch-soziologischen Tatbestandsaufnahme (Dortmund 1953).
- Reinhard *Sieder*, Sozialgeschichte der Familie (Frankfurt am Main 1987).
- Gudrun *Silberzahn-Jandt*, Wasch-Maschine. Zum Wandel von Frauenarbeit im Haushalt (Marburg 1991).
- Eva-Maria *Silies*, Liebe, Last und Lust. Die Pille als weibliche Generationserfahrung in der Bundesrepublik 1960-1980, Göttinger Studien zur Generationsforschung. Band 4 (Hg. von Bernd *Weisbrod*) (Göttingen 2010).
- Sybille *Steinbacher*, Wie der Sex nach Deutschland kam. Der Kampf um Sittlichkeit und Anstand in der frühen Bundesrepublik (München 2011).
- Christian *Steininger*, Eleganz der Oberfläche. Werbung und die ökonomische Restauration deutscher Normalität. In Werner *Faulstich* (Hg.), Die Kultur der fünfziger Jahre. Kulturgeschichte des zwanzigsten Jahrhunderts (München 2002) 181-198.
- Ricarda *Strobel*, Architektur, Design und Mode zwischen Funktionalismus und Pop. In: Werner *Faulstich* (Hg.), Die Kultur der sechziger Jahre. Kulturgeschichte des zwanzigsten Jahrhunderts (München 2003) 145-163.
- Ricarda *Strobel*, Die neue Frauenbewegung. In: Werner *Faulstich* (Hg.), Die Kultur der siebziger Jahre. Kulturgeschichte des zwanzigsten Jahrhunderts (München 2004) 259-272.
- Ricarda *Strobel*, Im Petticoat am Nierentisch. In: Werner *Faulstich* (Hrsg.), Die Kultur der fünfziger Jahre. Kulturgeschichte des zwanzigsten Jahrhunderts (München 2002) 11-44.
- Werner *Suhr*, Die stärksten Appelle. Sex contra Facts (Düsseldorf/Wien 1963).
- Gordon Rattray *Taylor*, Wandlungen der Sexualität (Düsseldorf/Köln 1957).
- Ulrike *Thoms*, Dick und Dünn, schön und häßlich. Schönheitsideale und Körpersilhouette in der Werbung 1850-1950. In: Peter *Borscheid*, Clemens *Wischermann* (Hg.), Bilderwelt des Alltags. Werbung in der Konsumgesellschaft des 19. und 20. Jahrhunderts, Festschrift für Hans Jürgen Teuteberg (Stuttgart 1995) 242-281.
- Shari *Thurer*, Mythos Mutterschaft. Wie der Zeitgeist das Bild der guten Mutter immer wieder neu erfindet (München 1995).
- Reinhard *Uhle*, Pädagogik der siebziger Jahre - zwischen wissenschaftsorientierter Bildung und repressionsarmer Erziehung. In: Werner *Faulstich* (Hg.), Die Kultur der siebziger Jahre. Kulturgeschichte des zwanzigsten Jahrhunderts (München 2004) 49-63.

Hans-Peter *Waldrich*, Perfect Body. Körperkult, Schlankheitswahn und Fitnessrummel. Unter Mitarbeit von Esra *Bozkurt* und Anne *Landhäußer*, Neue Kleine Bibliothek 95 (Köln 2004).

Clemens *Wischer*, Grenzenlose Werbung? Zur Ethik der Konsumgesellschaft. In: Peter *Borscheid*, Clemens *Wischer* (Hg.), Bilderwelt des Alltags. Werbung in der Konsumgesellschaft des 19. und 20. Jahrhunderts, Festschrift für Hans Jürgen Teuteberg (Stuttgart 1995) 372-407.

Gerhard *Wurzbacher*, Leitbilder gegenwärtigen deutschen Familienlebens. Methoden, Ergebnisse und sozialpädagogische Forderungen einer soziologischen Analyse von 164 Familienmonographien, Vierte Auflage mit einem einführenden Vergleich über die bundesdeutsche Familie 1950 und 1968 (Stuttgart 1969).

Walther F. *Ziehensack*, Der Sex Appeal in der Werbung, Aktuelle Probleme unserer Zeit (Wien 1962).

Internetquellen

Bettina *Cosack*, Eine Brigitte, bitte. In: Berliner Zeitung, Textarchiv, 4.5.2004, online unter <http://www.berlinonline.de/berliner-zeitung/archiv/.bin/dump.fcgi/2004/0504/media/0002/index.html> (27.8.2011).

Simon *Feldmer*, Die längste Praline der Welt. In: sueddeutsche.de, 22.2.2008, 12:19, online unter <http://www.sueddeutsche.de/kultur/erotikhefte-die-laengste-praline-der-welt-1.293510> (27.8.2011).

Christiane *Kögel*, „Brigitte“ wird 50. Du verstehst mich. In: sueddeutsche.de, 7.4.2004, 18:15, online unter <http://www.sueddeutsche.de/panorama/brigitte-wird-du-verstehst-mich-1.659723> (27.8.2011).

H. *Schlaffer*, Fasten, joggen, selber nähen. In: Zeit online, 6.5.2004, 14:00, online unter <http://www.zeit.de/2004/20/Brigitte/seite-1> (27.8.2011).

Julia *Siepmann*, Geburtstag einer guten Freundin. In: Welt online, 2.5.2004, online unter http://www.welt.de/print-wams/article109635/Geburtstag_einer_guten_Freundin.html (27.8.2011).

Katja *Strauss*, Das Aus für die Erotikzeitschrift "praline". Bauer: Online-Konkurrenz zu stark. In: Medien Mittweida, 6.9.2006, online unter <http://archiv.medien-mittweida.de/panorama/artikel/488.html> (27.8.2011).

Anja *Worm*, Abschied vom Schmuttelkram. In: Berliner Zeitung, Textarchiv, 20.9.2006, online unter <https://www.berlinonline.de/berliner-zeitung/archiv/.bin/dump.fcgi/2006/0920/media/0012/index.html> (27.8.2011).

Abstract

Die vorliegende Diplomarbeit beschäftigt sich mit den Veränderungen und Kontinuitäten in den weiblichen Schönheits-, Verhaltens-, und Sexualitätsidealen in den deutschen Illustrierten *Brigitte* und *Praline* im Zeitraum von 1954 bis 1979.

Im ersten Teil meiner Arbeit schildere ich die Geschichte der beiden Illustrierten.

Der zweite Abschnitt analysiert das in den Illustrierten vermittelte Schönheitsideal. Die thematischen Schwerpunkte liegen dabei auf Mode, dem Schlankheitsideal und der Schönheitspflege. Beide Illustrierte vermitteln ihren Leserinnen im gesamten Untersuchungszeitraum ein eindeutiges Schlankheitsideal. Das Bewahren von Jugendlichkeit durch Schönheitspflege ist ein wiederkehrendes Motiv der beiden Illustrierten.

Im dritten Teil meiner Diplomarbeit untersuche ich die Entwürfe von Weiblichkeit und die Verhaltensanweisungen, die *Brigitte* und *Praline* ihren Leserinnen präsentieren. Die Themen Mutterschaft, weibliche Berufstätigkeit und die Stellung der Frau in der Familie stehen im Mittelpunkt meiner Analyse. In den fünfziger und sechziger Jahren vermitteln die Illustrierten den Leserinnen, dass Hausarbeit und Kindererziehung ausschließlich Aufgaben der Frau seien. In den siebziger Jahren ändert sich die Einstellung der Zeitschriften zu Familie und Geschlechterrollen. *Brigitte* und *Praline* berichten seit den fünfziger Jahren über weibliche Berufstätigkeit. Beiträge der fünfziger Jahre vermitteln den Leserinnen, dass junge Frauen nur bis zur Heirat einer Erwerbsarbeit nachgehen sollen. In den siebziger Jahren finden sich Beiträge zur Gleichberechtigung der Frau im Privat- und Arbeitsleben.

Der vierte Abschnitt meiner Diplomarbeit befasst sich mit weiblicher Sexualität. Meine Schwerpunkte liegen auf den Bereichen Sex-Appeal in der Werbung, Verhütung und dem von den Illustrierten vermittelten weiblichen Sexualitätsideal. In beiden Illustrierten ist im Untersuchungszeitraum eine deutliche Zunahme der Verwendung von Sex-Appeal in der Werbung zu erkennen. In den *Brigitte*-Ausgaben der siebziger Jahre finden sich nur wenige Beiträge, die sich mit dem Thema Sexualität befassen. Im Gegensatz dazu dreht sich eine *Praline*-Ausgabe dieser Zeit fast ausschließlich um dieses Thema.

Am Ende meiner Diplomarbeit schildere ich in einem Resümee die Veränderungen und Kontinuitäten in den weiblichen Schönheits-, Verhaltens-, und Sexualitätsidealen.

Lebenslauf

Name: Judith Richter

Geburtsdatum: 17.01.1986

Geburtsort: Wien

Staatsbürgerschaft: Österreich

Bisherige Ausbildung

1992-1996 Volksschule Graf-Starhemberg-Gasse Wien

1996-2004 BG & BRG Wien 3 (HIB) Boerhaavegasse

Seit Oktober 2004 Diplomstudium der Geschichte an der Universität Wien