

Diese Arbeit wurde im Rahmen des Formats CampusPublik der Landeszentrale für politische Bildung Sachsen-Anhalt auf der Website [www.lpb.sachsen-anhalt.de](http://www.lpb.sachsen-anhalt.de) im August 2024 veröffentlicht.

Masterarbeit

## Rechte Akteurinnen in der digitalen Öffentlichkeit.

Eine Analyse der Kommunikationsstrategien  
und Weiblichkeitskonstruktionen in  
rechtsideologischen Kontexten auf Instagram.

Von Sina Albrecht

Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg  
Institut für Musik, Medien- und Sprechwissenschaften  
Abteilung Medien- und Kommunikationswissenschaft

Gutachterinnen: Prof. Dr. Franziska Heller, Birte Joppien, M. A.

30. Januar 2024

# Inhaltsverzeichnis

<b>1. Einleitung: Soziale Medien als Instrument rechter Akteur*innen.....</b>	<b>1</b>
1.1 Handlungsweisen rechter Akteur*innen in der digitalen Öffentlichkeit .....	1
1.1.1 Die Facebook-Partei AfD – Radikalisierungsprozesse im digitalen Raum .....	2
1.1.2 Rechte Akteurinnen als Influencerinnen? – Inszenierungs- und Kommunikationsstrategien.....	7
1.2 Forschungsfragen und Aufbau der Arbeit .....	11
<b>2. Definition der Schlüsselbegriffe .....</b>	<b>13</b>
2.1 Von Rechtspopulismus bis -extremismus: rechte Kommunikationskontexte .....	13
2.2 Kommunikationsstrategien zur Konstruktion von Weiblichkeitsbildern in der digitalen Öffentlichkeit .....	16
<b>3. Konstruktion von Weiblichkeit in rechten Kontexten .....</b>	<b>20</b>
3.1 Frauen in der rechten Szene – Sexismus und Rassismus als Symbiose .....	20
3.2 Rechte Gender-Diskurse und Antifeminismus .....	24
3.3 <i>Feminin statt feministisch</i> – die Idee der Tradwife-Bewegung .....	28
<b>4. Methodenmix zur Analyse der Instagram-Kanäle.....</b>	<b>31</b>
4.1 Methode 1: Netnographie .....	32
4.2 Methode 2: Dokumentarische Bildanalyse .....	34
4.3 Methode 3: (De-)Konstruktivismus mit Schwerpunkt auf Judith Butler .....	38
<b>5. Analyse der Kommunikationsstrategien und Performanzen von Weiblichkeit in rechtsideologischen Kontexten .....</b>	<b>42</b>
5.1 Gabrielle Mailbeck – Paradoxe Selbstermächtigung als AfD-Politikerin mit Migrationshintergrund.....	42
5.2 Marie-Thérèse Kaiser – Performanz einer dualen Persönlichkeit in der digitalen Öffentlichkeit .....	46
5.3 Alice Weidel – Ambivalente Performanz als autoritäre Akteurin in rechtspopulistischen Kommunikationskontexten.....	51
5.4 Reinhild Boßdorf – Schlüsselfigur für Radikalisierungsprozesse in einer antifeministischen bis extrem rechten digitalen Gegenöffentlichkeit .....	56
5.5 Paula Winterfeldt – Instrumentalisierung von Weiblichkeit zur Verharmlosung der extrem rechten Gesinnung.....	61
5.6 Freya Honold – Antifeministische Performanz als ästhetisierter Werbekörper für Weiblichkeit .....	66
5.7 Eva-Marie Doerfler – Diskrepanz zwischen emanzipiertem Weiblichkeitsbild und gleichzeitigem Angriff auf <i>Gender</i> .....	70

<b>6. Auswertung: Kommunikationsstrategien und Weiblichkeitskonstruktionen rechter Akteurinnen .....</b>	<b>75</b>
6.1 <i>Doing Gender</i> und performative Weiblichkeit: eine (de-)konstruktivistische Auswertung .....	76
6.2 Methodenreflexion.....	80
6.3 Fazit: Ambivalenzen rechter Performanzen in der digitalen Öffentlichkeit.....	83
<b>Literaturverzeichnis.....</b>	<b>87</b>
<b>Anhang .....</b>	<b>92</b>
<b>Erklärung.....</b>	<b>105</b>

# 1. Einleitung: Soziale Medien als Instrument rechter Akteur\*innen

Die Grundpfeiler der demokratischen Gesellschaft werden durch rechte Ideologien bedroht, die die Prinzipien der Gleichheit, Freiheit und Vielfalt in Frage stellen. Nach den Anschlägen von Halle an der Saale und Hanau in den Jahren 2019 und 2020 hat die rechtsextreme Ideologie offiziell den Islamismus als größte Gefahr für die Demokratie in Deutschland abgelöst (Fielitz/Marcks 2020, 9). Wie kam es zu dieser Entwicklung? Für den Aufschwung der rechten Szene<sup>1</sup> sind maßgeblich die sozialen Medien verantwortlich. Während in den 1990er Jahren das Internet sinnbildlich für Meinungsfreiheit stand, bietet es heute fruchtbaren Boden für die Verbreitung von Hass und Hetze. In sozialen Netzwerken wird ein fast prinzipienloser politischer Wettstreit ausgetragen, in dem Manipulation und Radikalisierungsprozesse oft ungehindert stattfinden können (ibid., 7f.). Das rechte Lager geht als größter Profiteur aus diesen Dynamiken hervor (ibid., 123). Rechte Akteur\*innen nutzen soziale Medien, um etablierte demokratische Institutionen der Wissensproduktion zu umgehen und sogenannte alternative Wahrheiten zu verbreiten. Auf Plattformen wie Instagram, wo Konsument\*innen gleichzeitig als Produzent\*innen fungieren, werden rechte Inhalte nicht nur rezipiert, sondern auch unkritisch geteilt und reproduziert. Somit können die sozialen Medien als wichtigste Waffe des rechten Spektrums<sup>2</sup> bezeichnet werden (ibid.). Wie agieren rechte Akteur\*innen auf sozialen Netzwerken und warum sind ihre Kommunikationsstrategien so erfolgreich? Dieser Frage wird in Kapitel 1.1 nachgegangen. Im Anschluss daran wird das Forschungsinteresse dieser Arbeit formuliert (siehe Kapitel 1.2).

## 1.1 Handlungsweisen rechter Akteur\*innen in der digitalen Öffentlichkeit

Das Verhältnis zu demokratischen Grundwerten unterscheidet sich zwischen Massenmedien und sozialen Medien. Massenmedien wie der Rundfunk oder die Zeitung sind verpflichtet, Meinungspluralität widerzuspiegeln (Fielitz/Marcks 2020, 76). Hingegen erfolgt die Verbreitung von Informationen über soziale Medien unkontrolliert und funktioniert teils ohne

---

<sup>1</sup> Der Begriff *Szene* wird in dieser Masterarbeit als informelle soziale Gruppierung verstanden. Die rechte Szene umfasst demnach Personen, die rechte Ideologien teilen. Der Politikwissenschaftler Steffen Kailitz nutzt den *Szene*-Begriff, um Gruppierungen wie die Neue Rechte (2004, 84), den Nationalsozialismus (ibid., 94), die Skinhead-Szene (ibid., 103), aber auch die linke Szene (ibid., 112) zu beschreiben.

<sup>2</sup> Als politisches *Spektrum* wird in der vorliegenden Forschungsarbeit die Bandbreite politischer Strömungen und Ideologien verstanden, die sich von der politischen Linken zur politischen Rechten erstrecken. Zudem wird das demokratische Spektrum vom extremistischen unterschieden, wobei Übergänge fließend sein können (Kailitz 2004, 12).

nennenswerte Vorkenntnisse und mit geringem Aufwand (ibid., 122). Somit gerät die Online-Radikalisierung zunehmend in den Fokus der Forschung. Fielitz und Marcks sprechen von einem Aufstieg des digitalen Faschismus, der sich im bunten Gewand der Online-Kulturen tarnt und dadurch besonders fluide und ambivalent wird (ibid., 195). Er verfügt über kein organisatorisches Zentrum, doch gleichzeitig sind rechte Akteur\*innen eng miteinander vernetzt. Die Autoren vertreten die These, dass soziale Medien aufgrund ihrer Dynamiken den digitalen Faschismus begünstigen (ibid., 14). Demnach wird die rechte Szene auch durch Strukturen gestärkt, die nicht per se rechts sind. Der Zusammenhang zwischen sozialen Medien und Radikalisierungsprozessen wird im Folgenden genauer erläutert.

### **1.1.1 Die Facebook-Partei AfD – Radikalisierungsprozesse im digitalen Raum**

Keine andere Partei in Deutschland hat in den sozialen Medien je so große Reichweite erlangt wie die AfD. Ein Grund dafür sind ihre Kommunikationsstrategien in sozialen Netzwerken. Die rechte Partei setzt auf Emotionen und Manipulation. Zudem kann sie als einzige Partei Influencer\*innen vorweisen (Stegemann/Musyal 2020, 219). Die AfD ist als Facebook-Partei bekannt geworden und nutzt längst auch Instagram zur Verbreitung ihrer Inhalte. Im Jahr 2019 bestanden 85 Prozent der geteilten politischen Beiträge auf Facebook aus Inhalten der AfD. Damit wurden ihre Inhalte fünf- bis sieben Mal häufiger geteilt als die aller anderen Parteien zusammen (ibid., 227). Ende 2019 konnte die AfD 480.000 Facebook-Likes vorweisen, was zusammengerechnet mehr ergibt als die Likes bei CDU und SPD zusammen. Die Übermacht der rechten Partei auf Facebook zeigt sich auch in den virtuellen Reaktionen der User\*innen, wobei sowohl positive als auch negative Reaktionen die Reichweite der AfD steigern können:

3,6 Millionen Mal wurden die Beiträge mit dem Daumen nach oben, einem Herzen oder einem Wut-Emoji versehen, geteilt oder kommentiert. Alle anderen Parteien kamen bis Mitte Oktober zusammen auf gerade mal 1,2 Millionen Interaktionen. (ibid.)

Mehr als jede andere Partei vermutet die AfD ihre Zielgruppe im Internet. Sie agiert nicht professioneller als andere Parteien, setzt aber auf erfolgreichere Mittel in der Online-Kommunikation (ibid., 220). Welche Kommunikationsmethoden rechter Akteur\*innen sind bereits bekannt? Hierzu wird im Weiteren der aktuelle Forschungsstand aufgezeigt. Erstens passt sich die AfD fortlaufend dem aktuellen Zeitgeschehen an, um neue Feindbilder zu generieren. Nach den ‚Flüchtlingswellen‘ ab dem Jahr 2015 folgte im Jahr 2019 das Thema Klimaschutzpolitik. Heute sind Migration und Gender zentrale Konfliktthemen. Die Partei orientiert sich bei der Themenwahl jeweils daran, was Aufsehen in der Öffentlichkeit erregt (Stegemann/Musyal 2020, 219ff.). In ihrer Kommunikation richtet sich die AfD vorwiegend an

die eigene Community, um ihre Klientel noch weiter von den etablierten Medien zu entfremden (ibid., 222). Bei Gewalttaten reagiert die Partei oft, bevor eine gesicherte Nachrichtenlage besteht, sodass die Meldungen besonders exklusiv wirken und dadurch noch häufiger geteilt werden (ibid., 228). Die AfD versteht sich selbst dem Namen nach als alternative Partei, die alternative Fakten und alternative Medien zur Verfügung stellt. Die traditionellen Massenmedien sowie die demokratischen ‚Alt-Parteien‘ gelten als Feindbild (ibid., 225).

Zweitens arbeiten rechte Akteur\*innen am Aufbau einer Gegenöffentlichkeit. Laut Alice Weidel wurde dies in den sozialen Netzwerken bereits erreicht (ibid., 226). Dafür ist das Hinwegtäuschen über die eigene Radikalität Teil der Kommunikationsstrategie. Das geschieht zum Beispiel durch die Erfindung eines neuen Vokabulars und einer zugespitzten Rhetorik. Der Vertrauensverlust gegenüber den Massenmedien wird ausgenutzt, um die Erzählung von einer ‚Lügenpresse‘ zu etablieren (Fielitz/Marcks 2020, 63). Um eine Gegenöffentlichkeit aufzustellen, sind die eigenen, alternativen Medien zentral. Die klassischen Medien werden als „gleichgeschaltete Hofberichterstatter einer linksgrün dominierten Polit-Kaste eingestuft“ (Hornuff 2019, 102). Die eigens entwickelten Medienformate der Neuen Rechten<sup>3</sup> erheben keinen Anspruch auf politische Korrektheit. Rechte Magazine wie *Compact* haben das Ziel, eine vermeintliche Wahrheit aufzudecken, die von den Massenmedien angeblich kaschiert wird (ibid.). Die AfD vertritt keine demokratischen Grundwerte, was ihr in der Online-Kommunikation ermöglicht, Lügen verbreiten zu können. Keine andere Partei könnte ohne Konsequenzen so agieren, da sie sich damit selbst schaden würde (Stegemann/Musyal 2020, 241). Die AfD ist dahingegen nicht an ethische Regeln gebunden und nutzt Angst, Wut und Provokation als zentrale Mechanismen, da diese sich in sozialen Netzwerken besonders wirkungsvoll reproduzieren lassen (ibid., 229). Darüber hinaus sind öffentlichkeitswirksame Auftritte für die rechte Partei wichtiger als konkrete Inhalte. Eine Verbreitung von Ausschnitten aus ihren Bundestagsreden, Aktionen und Ereignissen in den sozialen Medien ist das eigentliche Ziel (ibid., 230). Für den Aufbau einer Gegenöffentlichkeit stellen sich rechte Akteur\*innen wie die AfD also in klare Opposition zur demokratischen Mehrheitsgesellschaft. In ihrer Anhängerschaft ist das Vertrauen in traditionelle Medien am geringsten und zu dieser Entfremdung trägt sie aktiv bei (ibid., 241).

Drittens findet eine Verharmlosung rechtsideologischer Inhalte durch eine sogenannte Metapolitik statt. Kaum jemand bezeichnet sich heute selbst noch als rechtsextrem. Auch

---

<sup>3</sup> Eine ausführliche Definition der *Neuen Rechten* folgt in Kapitel 2.1.

Massenmedien vermeiden den Ausdruck in Zusammenhang mit Akteur\*innen der AfD, da die Grenzen zum Bürgerlichen zunehmend verschwimmen (Fielitz/Marcks 2020, 10). Diese Verharmlosung geschieht nicht zufällig, sondern ist das Resultat einer rechtspopulistischen Metapolitik. Damit ist eine politische Praxis ohne reale Machtperspektive gemeint, die ihre Forderungen im kulturellen Bereich ansiedelt (Schäfer 2023, 62). Die Metapolitik beabsichtigt eine Normalisierung rechtspopulistischer und neurechter Konzepte durch deren Platzierung in der Alltagssprache und im politischen Diskurs. Ständige Wiederholungen von bestimmten Ausdrücken sorgen für eine Übernahme verbaler Grenzüberschreitungen durch Massenmedien und im Parlament. Die Methode ist zugleich simpel und wirkungsvoll. Dabei werden vor allem neologistische Begriffe verwendet, die rechtlich zulässig sind und dennoch rechtsextreme Inhalte transportieren (ibid., 63). Zur Verharmlosung der Inhalte trägt auch zynischer Humor bei, der in Form von Witzen, Memes und Ironie auf sozialen Netzwerken verbreitet wird (ibid., 100). Die Konnektivität der sozialen Medien trägt maßgeblich dazu bei, dass Kommunikationsstrategien wie eine stark pointierte Sprache und eine nicht-dialogische Kommunikation gelingen (ibid., 26).<sup>4</sup> Des Weiteren sind rechtspopulistische Politiker\*innen genau wie Influencer\*innen selten zu radikal in ihren Aussagen, da sie auf eine Anschlussfähigkeit in der politischen Mitte hoffen (ibid., 101). Weitere Strategien aus dem Influencer-Marketing werden im folgenden Kapitel genauer beschrieben.

Die vierte Kommunikationsstrategie ist der Aufbau einer Parallelwelt, wobei Argumente weniger zählen und fachliche Expertise als Bevormundung empfunden wird (Fielitz/Marcks 2020, 159). Der ‚Wille des Volkes‘ wird selbst festgelegt, ebenso wie die politische Wahrheit, die eine Frage der Durchsetzungsfähigkeit ist. Diese Durchsetzung geschieht beispielsweise durch Manipulation, Lügen und Verbreitung alternativer Fakten (ibid.). Als Folge davon wird die Realität dahingehend verzerrt, dass der Eindruck entsteht, Deutschland versinke im Chaos. Zum einen können aus der Vielzahl an (Falsch-)Informationen die passenden für das eigene Weltbild ausgewählt werden (ibid., 78). Zum anderen findet eine gleichzeitige Dramatisierung von Nachrichten statt, die das Narrativ einer ‚Überfremdung‘ aufbaut und ‚Ausländergewalt‘ als Ursache allen Übels vermittelt (ibid., 82). Warum sind diese Erzählungen so erfolgreich? Dies beruht auf den Techniken dramatischen Erzählens, zum Beispiel das Berichten von emotionalisierenden Schicksalen, die Konstruktion einer Opferrolle und die ständige

---

<sup>4</sup> Die *nicht-dialogische Kommunikation* zeichnet sich durch verkürzte Sprache aus. Mit geringem Zeitaufwand soll maximale Aufmerksamkeit generiert werden. Soziale Medien unterliegen einer Aufmerksamkeitsökonomie, in der Likes die Reichweite eines Beitrags bestimmen (Schäfer 2023, 25). Mit dem Begriff der *Konnektivität* meint Schäfer die sozialen Bindungen, die im digitalen Zeitalter bei flächendeckendem Internetanschluss potentiell überall und jederzeit geschlossen werden können (ibid., 22).

Wiederholung dieser Narrative (ibid., 57ff.). Zudem werden Interaktionsangebote für die Community geschaffen, die sich als Teil etwas Größeren fühlen soll. Auch Verschwörungserzählungen sind einprägsam. So kursiert beispielsweise die Erzählung vom *Großen Austausch*, wonach eine globale Elite die Migration steuert, um europäische ‚Stammvölker‘ mit ‚kulturfremden‘ zu ersetzen (ibid., 70).

Soziale Netzwerke bieten einen fruchtbaren Boden für derartige Verschwörungstheorien. Bekannt ist das Phänomen schon durch YouTube, wo User\*innen durch den Algorithmus in einen Sog aus Videovorschlägen geraten können, der sie immer tiefer in die Verschwörungsbubble und in die konstruierte Parallelwelt hineinbefördert (Stegemann/Musyal 2020, 266). Accounts des rechten Netzwerks sind so miteinander verknüpft, dass sie wie ein Röhrensystem funktionieren. Einmal hineingeraten, befördert es die Zuschauer\*innen von rechten Meinungen innerhalb des demokratischen Spektrums bis zu verschwörungstheoretischen und rechtsextremen Inhalten. Die gemäßigten Inhalte spielen dabei die wichtige Rolle, die rechte Szene anschlussfähig für den Mainstream zu halten (ibid., 134). Algorithmen der sozialen Netzwerke begünstigen außerdem Filterblasen, das heißt, die Relevanz eines Beitrags für eine Nutzer\*in wird nicht an den Maßstäben eines öffentlichen, informierten Diskurses gemessen, sondern über Likes. Die diskursiven Echokammern begünstigen die Radikalisierung und Abschottung gegenüber anderen Positionen. So erzeugen rechte Akteur\*innen eine Parallelwelt.

Fünftens wird Hetze gegen Anders-Denkende durchgeführt. Die Kommunikationsstrategie der *Hatespeech* hat die Intention, Menschen und Gruppen einzuschüchtern und durch Angriffe im digitalen Raum zum Schweigen zu bringen. Mit der Methode sollen Dominanz erzeugt und der Diskurs geprägt werden. Dazu zählen beispielsweise auch das Trollen, das Auslösen von Shitstorms, das Schreiben von Hasskommentaren sowie Drohungen und öffentliche Beleidigungen (Illgner 2018, 260f.). Die Strategie wird auch als *Silencing* bezeichnet, da die Betroffenen wortwörtlich ‚stumm gemacht‘ werden. Rechte Akteur\*innen demütigen zum Beispiel öffentlich feministische Akteur\*innen, damit diese ihre Beteiligung an politischen Debatten zukünftig zurückstellen (ibid., 264). Warum sind diese destruktive Aggressivität und der Hass gerade in sozialen Medien so verbreitet? Schäfer stellt dazu einen Erklärungsversuch auf: Die rechten Inhalte manipulieren Nutzer\*innen so, dass sie sich machtlos und verloren gegenüber den aktuellen politischen Geschehnissen fühlen. Einige Menschen reagieren darauf mit Hass und Destruktivität. Diese Aggressivität, die heute im Internet besonders verbreitet ist, ist allerdings nicht natürlich gegeben, sondern sozialisiert und antrainiert (Schäfer 2023, 103).



Eine weitere Erklärung könnte die schützende Distanz des digitalen Raums sein, die die im ‚realen Leben‘ vorhandenen Hemmungen zur Diskreditierung anderer Menschen verschwinden lässt.

Es wurden bisher fünf Kommunikationsstrategien dargelegt, die rechte Akteur\*innen anwenden. Weitere Methoden werden in der Analyse in Kapitel 5 deutlich. Zuletzt soll an dieser Stelle gezeigt werden, wieso Instagram ein so relevantes Medium für das rechte Spektrum darstellt. Namensgebens für die Plattform ist das Wort *instant*, das heißt, ein sofortiges Teilen von Ereignissen ist möglich und erwünscht (Nymoen/Schmitt 2021, 80). Dies ist hilfreich für die Kommunikationsstrategie der Rechten, Ereignisse zu teilen, zu denen noch keine gesicherte Nachrichtenlage besteht. Des Weiteren hat die App viele Nutzer\*innen in allen Altersgruppen. Im Jahr 2023 verzeichnet Instagram zwei Milliarden Nutzer\*innen monatlich weltweit, davon 27 Millionen in Deutschland (Haltenhof 2023). Der größte Anteil der Instagram-Nutzung liegt bei den 18- bis 34-Jährigen, was die Spezialisierung auf ein junges, wahlberechtigtes Publikum ermöglicht. Rechte Akteur\*innen erreichen über soziale Medien neue Zielgruppen, etwa auch Jugendliche. Die Plattformen sind gezwungen, auf die Radikalisierung zu reagieren. Einige Accounts werden zwar gelöscht, sind aber oft schon in den folgenden Tagen wieder online und erfahren teils sogar einen Zuwachs an Abonnent\*innen (Stegemann/Musyal 2020, 155f.).

Die Gemeinschaftsrichtlinien von Instagram fordern Nutzer\*innen dazu auf, sich an Recht und Gesetz zu halten. Die Plattform soll als Spiegelbild einer vielfältigen Community gelten, in der unterschiedlichen Kulturen und Ansichten gewünscht und respektiert werden. Terrorismus, organisierte Kriminalität und Hassgruppen werden verboten. Das Versprechen lautet, dass Instagram alle Inhalte entfernt, die Privatpersonen erniedrigen oder beschämen. Auch Aufrufe zur Gewalt und Angriffe gegen Personen aufgrund deren ethnischer Zugehörigkeit, Nationalität und Geschlechtsidentität sind nicht zulässig.<sup>5</sup> In der Realität können diese Vorgaben oft nicht eingehalten werden, da Instagram kaum Gegenmittel vorweisen kann. Verbotene Symboliken in Bildern werden oft nicht erkannt, weshalb die Beiträge nicht gelöscht werden, obwohl sie gegen die Richtlinien der Plattform sprechen (Echtermann et al. 2020). Aus diesem Grund müssen die Handlungsweisen rechter Akteur\*innen auf Instagram weiter erforscht und enttarnt werden.

---

<sup>5</sup> Quelle: Meta (2023) Gemeinschaftsrichtlinien. In: *help.instagram.com* [<https://help.instagram.com/477434105621119> (letzter Zugriff am 04.01.2024)].

Eine *Correctiv*-Studie im Jahr 2020 untersuchte das Netzwerk deutscher rechter Akteur\*innen auf Instagram. Dafür wurden mehr als 4500 Accounts per journalistischer Netzwerkanalyse und Textdaten-Mining untersucht.<sup>6</sup> Die Studie bewies, dass die rechte Szene durch Instagram vor allem junge Menschen rekrutiert und dabei auf einen modernen ‚Lifestyle‘ und Influencer\*innen setzt (Echtermann et al. 2020). Mehr als die Hälfte seiner neuen Mitglieder gewinnt beispielsweise die Junge Alternative Berlin, eine Jugendorganisation der AfD, über die Plattform. Junge Frauen gelten als Verbindungsknoten im Netzwerk der rechten Instagram-Accounts. Sie werden instrumentalisiert, um die ideologischen Inhalte subtil zu verbreiten (ibid.). Ihre Profile sehen auf den ersten Blick oftmals unverfänglich aus. Sogar in der Szene selbst erkennen sich die Mitglieder daher teilweise nicht sofort als Gleichgesinnte. Die Kommunikation muss regelrecht decodiert werden.

Es sind vor allem Frauen, die Nutzer auf Instagram mit ästhetischen Bildern und subtilen Botschaften in die rechte Szene ziehen sollen. Emojis als Reichsflagge, Hashtags wie #heimatverliebt und AfD-Politiker, die für ein rechtes Modelabel posieren oder Accounts von Rechtsextremen folgen. (ibid.)

Welche Sonderstellung Frauen in der rechten Szene einnehmen, wird in Kapitel 3 weiter ausgeführt. Zusammenfassend bieten soziale Medien das Potential zur politischen Radikalisierung, da sie bestimmte Kommunikationsstrategien ermöglichen. Rechte Akteur\*innen können an aktuelle Geschehnisse anknüpfen, eine Gegenöffentlichkeit aufstellen, rechtsideologische Inhalte durch Metapolitik und eine gezielte Rhetorik verharmlosen, eine Parallelwelt aus Verschwörungstheorien aufbauen und Hetze gegen Anders-Denkende betreiben. Die *Correctiv*-Studie schreibt in diesem Kontext von *rechten Influencer\*innen* (ibid.). Inwieweit sind rechte Akteur\*innen gleichzeitig Influencer\*innen?

### **1.1.2 Rechte Akteurinnen als Influencerinnen? – Inszenierungs- und Kommunikationsstrategien**

Bislang nicht erreichte Zielgruppen werden von rechten Akteur\*innen auf Instagram adressiert, indem sie das ästhetische Körperdesign übernehmen, das als Ausdruck eines modernen ‚Lifestyles‘ gilt (Hornuff 2019, 63). Indem Akteur\*innen der Neuen Rechten online (Körper-)Präsenz zeigen, erwecken sie den Eindruck, ihre gesellschaftspolitische Bedeutung und Realität darzustellen. Tatsächlich entwerfen sie dabei laut Hornuff lediglich ihr eigenes „warenästhetisches Verpackungsdesign“ (ibid., 68), was nicht garantiert, „dass der Inhalt

---

<sup>6</sup> In der *Correctiv*-Studie wurde nicht nur das Netzwerk der rechten Akteur\*innen im deutschsprachigen Raum offengelegt, sondern auch die Hashtags, Emojis und Codes der rechten Szene auf Instagram analysiert. Außerdem wurde erforscht, wie Rechte mit Instagram Geld verdienen, welche Verbindungen die AfD ins rechtsextreme Spektrum hat und welche rechten Memes auf Instagram kursieren.

einlöst, was die Gestaltung in Aussicht stellt“ (ibid.). Diese Art der Inszenierung ist bei Influencer\*innen ebenfalls verbreitet. Da gerade Frauen in der Influencer-Domäne überrepräsentiert sind, drängt sich die Frage auf, inwiefern rechte Akteurinnen als Influencerinnen bezeichnet werden können und welche Kommunikationsstrategien beide Gruppen sich teilen.

Seit 2007 werden Influencer\*innen im Marketing als Personen verstanden, die über soziale Medien bekannt werden. Sie veröffentlichen „sowohl eigene Inhalte als auch Werbe-Content für Produkte aller Art [...] in Form von Posts, Fotos oder Videos“ (Nymoen/Schmitt 2021, 8). Durch die sozialen Netzwerke haben Körper eine neue Sichtbarkeit erlangt. Gerade Plattformen wie Instagram, TikTok und YouTube sind körperfixiert, da sie hauptsächlich über die visuelle Ebene kommunizieren (ibid., 77). Doch nicht jede Person mit Einfluss auf sozialen Netzwerken ist eine Influencer\*in. Die AfD-Politikerin Alice Weidel ist trotz ihres Reichweiten-starken Profils von 170.000 Follower\*innen<sup>7</sup> nicht als Influencerin einzustufen, weil dafür weitere Kriterien erfüllt sein müssen. Influencer\*innen zeichnen sich durch ihre enge Du-zu-Du-Kommunikation mit ihrer Community aus. Sie sprechen zu ihren Follower\*innen wie zu Freund\*innen, teilen mit ihnen ihren Alltag, fragen sie nach deren Rat und schaffen so ein vermeintliches Interaktionsangebot. Auch wenn der Austausch meist einseitig bleibt, erhöht diese Methode die Bindung der Follower\*innen an die Influencer\*in, was zu erhöhter Interaktion durch Kommentare und Likes führt, sodass der Algorithmus die Inhalte bevorzugt weiterverbreitet (ibid., 53).

Im Netz haben Frauen die Möglichkeit, in die Öffentlichkeit zu treten und selbst zu Unternehmerinnen zu werden. Ist dies als positive Entwicklung für die Selbstermächtigung der Frau zu bewerten? Nymoen und Schmitt beantworten die Frage mit einem Nein, denn von Seiten der Influencer\*innen findet keine Modernisierung des Blickes auf den Frauenkörper statt (ibid., 99). Bestehende Geschlechterbilder werden reproduziert, wobei die Selbstinszenierung durch den Male-Gaze geleitet ist.<sup>8</sup> Der weibliche Körper dient als Projektionsfläche, um ein Bild von Weiblichkeit zu konstruieren und oftmals zu mystifizieren (ibid., 101).

---

<sup>7</sup> Stand: 11.10.2023.

<sup>8</sup> Der Male-Gaze ist ein von Laura Mulvey geprägter Begriff. Das Konzept verortet sich in der Psychoanalyse und versteht den Blick auf den Frauenkörper als männlich, aktiv und dominant, während die Frau auf eine passive, exhibitionistische und erotische Ausstrahlung reduziert wird (Mulvey 1994, 55ff.). Die Gültigkeit der Theorie steht heute in der Kritik. Im Kontext von Influencerinnen kann die Inszenierung für den Male-Gaze als körperbetonte Ästhetik verstanden werden, die auf eine traditionelle, heteronormative Vorstellung von Anziehung abzielt.

Bestätigt wird dabei eine Ästhetik, die jahrzehntlang der Unterdrückung von Frauen diene und welche die (zumeist weiblichen und jungen) Follower drängt, sich selbst diesen Normen und Selbstdarstellungen anzupassen. (ibid., 102)

Influencerinnen scheinen sich von feministischen Werten zu distanzieren, sie sogar zu negieren und verhalten sich affirmativ hinsichtlich der ihnen zugeschriebenen Frauenrollen (ibid.). Sie agieren zum Großteil antifeministisch (ibid., 107). Gleichzeitig steht die frauenfeindliche Bildsprache im Widerspruch zum Auftreten der Influencerinnen als emanzipierte Unternehmerinnen (ibid.). Ihre Selbstdarstellung beruht auf der Tatsache, dass der Male-Gaze noch immer Teil der modernen Bildsprache ist und durch eine solche Inszenierung Follower\*innen gewonnen werden können. So wird die Aufmerksamkeitsökonomie der sozialen Medien ausgenutzt. Inwiefern die rechten Akteur\*innen sich ebenfalls dieser Selbstinszenierung bedienen, zeigt die Analyse in Kapitel 5.

In welchem Zusammenhang stehen rechte Akteur\*innen und Influencer\*innen, abgesehen von ihrer antifeministischen<sup>9</sup> Inszenierung? Beide nutzen aktuelle, bedeutsame Themen, um kurzlebige Trends zu erzeugen (ibid., 143). Rechte Akteur\*innen übernehmen vermehrt die Influencer-Marketing-Strategie, bekannte Gäste auf ihre YouTube-Kanäle einzuladen oder selbst auf anderen Kanälen aufzutreten (Stegemann/Musyal 2020, 94). Die Gründung eines YouTube-Kanals kann bereits ein politischer Akt sein (ibid., 89). Eine eigene Marke und Verbindungen zu anderen aufzubauen sowie neue Zielgruppen zu erschließen (ibid., 96), sind gleichermaßen die Ziele von rechten Akteur\*innen wie von Influencer\*innen. Genau wie die Influencer-Domäne strebt die rechte Szene möglichst viel Aufmerksamkeit an, sodass ihre Inhalte vom Instagram-Algorithmus bevorzugt weiterverbreitet werden. Stegemann und Musyal stellen die These auf, dass Algorithmen abseitige Meinungen stärker hervorheben, da diese eine besonders große Resonanz von Nutzer\*innen erhalten (ibid., 268). Da rechte Inhalte meist provozieren, kommt es in Kombination mit der Hyperaktivität der Nutzer\*innen zu einer fatalen Doppelwirkung. Die Inhalte verbreiten sich schnell und mit hoher Reichweite. Soziale Medien sind dafür ausgelegt, bestimmte Inhalte ‚viral gehen‘ zu lassen. Im politischen Kontext ist Viralität mit Populismus gleichzusetzen. Insofern kann die These bestätigt werden, dass soziale Netzwerke den digitalen Faschismus (siehe Kapitel 1.1) maßgeblich begünstigen (ibid., 283). Rechte Akteur\*innen sind also nicht durch besonders innovative Strategien erfolgreich, sondern weil die Funktionsweise von Instagram für ihr Vorgehen die nötigen Voraussetzungen bietet (ibid., 243).

---

<sup>9</sup> Eine ausführliche Definition von *Antifeminismus* folgt in Kapitel 3.2.

Ereignisse werden vor allem dann politisch wirkmächtig, wenn sie skandalisiert werden. Um gekonnt zu provozieren, müssen die Mechanismen der Medien verstanden und ausgenutzt werden. Das eigene Handeln muss danach ausgerichtet werden, ob es medial verwertbar ist (ibid., 74). Auch darin ähneln sich Influencer\*innen und rechte Akteur\*innen. Radikalisierungsprozesse werden in Gang gesetzt, indem mit Emotionen gespielt wird sowie einschüchternde Narrative wiederholt und Ängste mobilisiert werden. Im selben Zuge wird Hoffnung erweckt, dass alle Probleme durch einfache Lösungen beseitigt werden können, die die rechten Akteur\*innen für ihre Community bereit halten (ibid., 242). Wie auch in der Influencer-Domäne werden die Gefühle, Schwächen und Wünsche der Nutzer\*innen ausgebeutet. Eine Studie aus dem Jahr 2013 beweist, dass Ärger und Wut besonders starke Emotionen sind.<sup>10</sup> Weiterhin zeigt die Studie, dass sich Nutzer\*innen in sozialen Medien besonders schnell von Ärger und Wut anstecken lassen und auch dementsprechend in den Kommentaren kommunizieren (ibid., 250). Rechte Akteur\*innen bieten ihren Anhänger\*innen Raum für Hass und Hetze auf ihrem Kanal und binden so ihre Community an sich.

Mit welchem Ziel wenden die rechten Akteur\*innen die Kommunikationsstrategien von Influencer\*innen an? Letztendlich geht es um die Beeinflussung von politischen Wahlen. Akteur\*innen, deren Kanäle aufgrund rechtsextremer Inhalte gelöscht werden, wännen sich im Widerstand gegen die vermeintlich bedrohte Meinungsfreiheit. Mit dem Narrativ des Kampfes für Meinungsfreiheit inszenieren sich vor allem Akteur\*innen aus extrem rechten Kommunikationskontexten (ibid., 271). Eine weitere Methode, Einfluss auf Wahlen zu nehmen, besteht im Kauf von Fake-Follower\*innen und -Likes. Eine hohe Anzahl beider strahlt in den sozialen Medien Dominanz aus (ibid., 251). Bekannt ist dieses Prinzip von der AfD, die Wahlspots anderer Parteien mit tausenden Fake-Kommentaren überschwemmt, um den Eindruck zu erzeugen, die Inhalte würden auf Ablehnung stoßen (ibid., 213).<sup>11</sup>

Welches Fazit kann nach diesen Einblicken in die Kommunikationsstrategien von Influencer\*innen und rechten Akteur\*innen gezogen werden? Mitglieder des rechten Spektrums haben sich für ihre Online-Kommunikation Methoden aus dem Influencer-Marketing angeeignet. Beide Gruppen wissen die Mechanismen der sozialen Medien sowie

---

<sup>10</sup> In der Studie eines chinesischen Data-Scientist wurden 700 Millionen Nachrichten von über 200.000 Nutzer\*innen auf der chinesischen Plattform Weibo untersucht. Das Ergebnis zeigt, dass Nachrichten, die Ärger und Wut auslösten, am häufigsten im Netzwerk geteilt wurden (Stegemann/Musyal 2020, 249).

<sup>11</sup> Darüber hinaus konnte eine Studie des *Institute for Data, Democracy and Politics* aus dem Jahr 2019 nachweisen, dass die AfD im Zeitraum der Europawahl 200.000 Fake-Accounts gekauft hatte, die alle dieselben Seiten und Beiträge der rechtspopulistischen Partei geliked hatten. Die Finanzierung dieser umfangreichen Manipulation ist unklar. Die AfD streitet jegliche Vorwürfe ab (Stegemann/Musyal 2020, 239).

aktuelle Trends wirkungsvoll auszunutzen. Viralität beziehungsweise Populismus sind das Ziel. Es erfolgt eine Emotionalisierung, die eng an die Gefühle der Community anknüpft. Gleichzeitig sind die gelieferten Lösungen für die Probleme der Follower\*innen nur Schein, der kaum die Versprechungen einzulösen vermag. Obwohl rechte Akteur\*innen ebenfalls ihren eigenen Körper als Projektionsfläche nutzen, um ihre ‚Marke‘ beziehungsweise ideologische Ansichten zu verkaufen, sind sie nicht gleich Influencer\*innen. Andersherum agiert nicht jede Influencer\*in antifeministisch oder rechtsideologisch. Oftmals erleben Influencer\*innen einen Hype, haben nach dieser Phase aber wenig Bestand. Hornuff nimmt an, dass dies für die rechte Szene kein Problem darstellt, da es nach einer gewissen Phase der öffentlichen Aufmerksamkeit den Hype nicht mehr braucht, um die damit verbunden Konnotationen und Narrative weiter zirkulieren zu lassen (2019, 117). Problematisch ist, dass rechte Akteur\*innen die Blockierung ihres Profils als Unterdrückung der eigenen Meinungsfreiheit interpretieren und dieses Narrativ öffentlich verbreiten. Die komplexen Handlungsweisen rechter Akteur\*innen in der digitalen Öffentlichkeit umfassen weitere Kommunikationsstrategien, die aufgedeckt werden müssen. Dazu wird im folgenden Kapitel zunächst das Forschungsziel dieser Masterarbeit hergeleitet.

## 1.2 Forschungsfragen und Aufbau der Arbeit

Gender wird von rechten Akteur\*innen als Feindbild konstruiert. Gerade in den sozialen Medien verbreitet sich das Narrativ einer angeblichen „Gehirnwäsche durch Gender“ (Hark/Villa 2015, 18). Ein Vorwurf an die Wissenschaft lautet, der angebliche Boom der Gender-Studies sei eine Verschwendung von Steuergeldern für die Forschung an Universitäten zu diesem Thema (ibid.). Die Gender-Studies werden als anti-wissenschaftliche Ideologie<sup>12</sup> diskreditiert. Nicht nur die Reputation dieses Forschungsgebiets wird geschädigt, sondern auch gezielt die Arbeiten von Wissenschaftler\*innen (ibid., 33). Gerade weil diese Anschuldigungen vor allem aus dem politisch rechten Lager kommen, muss sich die Forschung mit rechten Gender-Diskursen befassen. Die Wissenschaft und die Universität als Orte des unbedingten Fragens und Verhandeln von Wirklichkeit in einer demokratischen, offenen und polyperspektivischen Gesellschaft sind dem Forschungsauftrag verpflichtet, antifeministische Geschlechtermodelle zu dekonstruieren und Widersprüche in rechten Gender-Diskursen aufzuzeigen. Ebendies ist auch das Forschungsziel der vorliegenden Masterarbeit.

---

<sup>12</sup> Der Begriff *Ideologie* wird in der vorliegenden Masterarbeit nach der Definition des Soziologen Karl Mannheim als Weltanschauung oder Weltbild verstanden, das die soziale Wirklichkeit aus einer bestimmten Perspektive interpretiert. Sowohl herrschende als auch unterdrückte Gruppen können Ideologien hervorbringen (Mannheim 1929, 9).

Genauer soll ermittelt werden, wie sich rechte Akteurinnen auf Instagram inszenieren, welche Kommunikationsstrategien sie nutzen und inwiefern die (Selbst-)Inszenierung von Weiblichkeit eine Rolle bei der Verbreitung rechtsideologischer Inhalte spielt. Daneben werden weitere Fragen untersucht: Wie konstruiert die rechte Ideologie Weiblichkeitsbilder? Wie agieren die rechten Akteurinnen in der digitalen Öffentlichkeit? Wie spiegeln sich rechte Gender-Diskurse in der Selbstinszenierung der rechten Akteurinnen wieder? Zudem soll hinterfragt werden, wie das interdisziplinäre Forschungsthema methodisch erschlossen werden kann. Teil der Forschungsleistung ist daher auch eine Methodenreflexion (siehe Kapitel 6.2).

Im ersten Kapitel wurde der Forschungsstand zu den Kommunikationsstrategien rechter Akteur\*innen auf sozialen Medien dargelegt. Die Kommunikation spielt eine zentrale Rolle bei der Bildung und Aufrechterhaltung der rechten Szene. Eine medien- und kommunikationswissenschaftliche Analyse dieser Prozesse ermöglicht einen Erkenntnisgewinn über die Handlungsweisen der rechten Akteur\*innen in der digitalen Öffentlichkeit. Im zweiten Kapitel werden rechte Kommunikationskontexte aufgezeigt, wobei Schlüsselbegriffe wie *rechtsextrem* oder *rechtspopulistisch* aus politikwissenschaftlicher Sicht definiert werden (siehe Kapitel 2.1). Daraufhin wird in Kapitel 2.2 diskutiert, wie Weiblichkeitsbilder in der digitalen Öffentlichkeit konstruiert werden. Die Erkenntnisse werden in Kapitel 3 unter den Stichworten *rechte Gender-Diskurse* und *Weiblichkeitskonstruktionen in der rechten Ideologie* zusammengeführt. Dafür werden Forschungsdiskurse aufgegriffen, wobei einige Ansätze unterstützt, andere explizit abgelehnt werden.

Im Anschluss wird in Kapitel 4 die Forschungsmethode in Form eines eigens entwickelten Methodenmix erklärt. In Kapitel 5 erfolgt schließlich die Analyse der Instagram-Beiträge rechter Akteurinnen mithilfe der dokumentarischen Bildanalyse. Für jede Akteurin wird die Frage beantwortet, wie sie Weiblichkeit inszeniert und wie dies zur Verbreitung rechter Inhalte beiträgt. Darauf folgt eine Auswertung der Weiblichkeitskonstruktionen anhand des interaktionistischen Konstruktivismus sowie der diskurstheoretischen Dekonstruktion mit Schwerpunkt auf Judith Butler. Zum Schluss werden in Kapitel 6 die Erkenntnisse zusammengefasst, die Forschungsfrage beantwortet und diskutiert, inwiefern sich der Methodenmix für das Erkenntnisinteresse als produktiv erwies, wie er umgesetzt wurde und was letztlich nicht geleistet werden konnte.

Im Kontext von Gender-Thematiken muss beim wissenschaftlichen Schreiben besonders auf eine geschlechtergerechte Sprache geachtet werden. In dieser

Masterarbeit wird daher grundsätzlich mit dem Gendersternchen gearbeitet. Für das Forschungsinteresse sollen explizit weibliche Akteurinnen analysiert werden, also Frauen. Sanders, Berg und Goetz schlagen vor, *Frauen\** anstelle von *Frauen* zu schreiben, um das binäre Geschlechtersystem nicht zu reproduzieren (2020, 12f.).<sup>13</sup> In der vorliegenden Arbeit wird die Schreibweise *Frauen\** nicht verwendet, da sie sich in der wissenschaftlichen Literatur zum Thema Gender bisher nicht durchsetzen konnte. Als Frau wird in dieser Masterarbeit jede Person verstanden, die sich als solche identifiziert und die sich weiblich präsentiert. Darüber hinaus stellt sich die Frage, wie rechte Akteur\*innen analysiert werden können, ohne ihnen mit der Forschungsarbeit eine Plattform zu bieten. Hierbei orientiert sich diese Arbeit an Sanders, Berg und Goetz: Direkte Zitate werden nur verwendet, wenn es für die Analyse zwingend notwendig ist. Von einer Verlinkung wird abgesehen. Die für die Analyse notwendigen Bilddateien sind im Anhang zu finden.

## 2. Definition der Schlüsselbegriffe

Das rechte Spektrum erstreckt sich vom Rechtspopulismus bis -extremismus. Während Rechtsextremismus am Rande der Gesellschaft eingeordnet wird, breitet sich der Einfluss des Rechtspopulismus auf die breite Masse der Bevölkerung aus. Er gilt als abgeschwächte Form des Rechts-Seins (Schedler 2019, 20). Mit welchen Weltanschauungen gehen diese politischen Lager einher und wo ordnet sich beispielsweise die AfD als momentan einflussreichste rechte Partei in Deutschland ein? Um die Kommunikationskontexte politischer Akteur\*innen genau einordnen zu können, werden in diesem Kapitel die Untergruppen der rechten Ideologie definiert.

### 2.1 Von Rechtspopulismus bis -extremismus: rechte Kommunikationskontexte

*Rechtsextremismus* ist der Sammelbegriff für verschiedene rechtsgerichtete, undemokratische und menschenfeindliche Erscheinungsformen (Schedler 2019, 20). Anhänger\*innen des Rechtsextremismus stellen sich gegen das Grundgesetz und die Menschenrechte, insbesondere gegen das „Recht der Persönlichkeit auf freies Leben und freie Entfaltung, gegen die

---

<sup>13</sup> Sanders, Berg und Goetz unterscheiden zusätzlich zwischen *Frauen\** und *Frauen* (2020, 13). Wenn sie über Menschen berichten, die sich selbst der extremen Rechten zuordnen und das Gendern generell ablehnen, wird dies zum Ausdruck gebracht, indem auf das Gendersternchen verzichtet wird. Eine solche Unterscheidung wird hier nicht vollzogen, da sie zum einen willkürlich erfolgt und zum anderen möglicherweise diskriminierend wirkt.



Volkssouveränität, die Gewaltenteilung“ (ibid., 21) sowie gegen das Mehrparteienprinzip und die Unabhängigkeit der Gerichte. Eine politische Opposition ist nicht erwünscht. Rechtsextremismus ist von der extremen Rechten zu unterscheiden.

Während sich der Raum des ‚Rechtsextremismus‘ zumeist in Relation zu einer unterschiedlich zu kennzeichnenden politischen Mitte oder einer spezifischen Verfassung definiert, ist der Begriff der extremen Rechten hinsichtlich der Einstellung zu den Werten Freiheit und Gleichheit der Menschen definiert. (Schedler 2019, 31)

Die extreme Rechte ist keine homogene Bewegung, sondern ein Netz von Akteur\*innen unterschiedlicher ideologischer Strömungen, zum Beispiel dem Neonazismus. Dazu zählen völkisch-nationalistische, rassistische und antisemitische Ausprägungen. Des Weiteren ist die extreme Rechte durch eine autoritäre Politikvorstellung geprägt, die Minderheiten diskriminiert und das gesellschaftliche Gleichheitsprinzip ablehnt. Zudem werden soziale und ökonomische Problemlagen ethnisiert und nationalisiert (ibid., 29). Sowohl der Rechtsextremismus als auch die extreme Rechte zeichnen sich durch eine strukturelle und physische Gewaltbereitschaft aus. Sie fordern einen autoritären Staat mit Führerprinzip, wobei die Führung von einer gesellschaftlichen Elite übernommen werden soll, die sich ‚natürlich‘ konstituiert (Birsl 2011, 17). Beide Richtungen gehen von einer Ideologie der natürlichen Ungleichheit aus, die mit Rassedenken und einer Abgrenzung nach außen einhergeht. Nach innen wird ebenfalls eine feste Hierarchie der Ungleichwertigkeit vertreten, die beispielsweise konservative Bilder von Männlichkeit von Weiblichkeit fest schreibt (ibid.). Rechtsradikalismus ist ebenfalls ein separater Zweig. Seinen Kern bildet der Mythos eines populistischen Ultrationalismus. Rechtsextremistische Ansichten können dabei eine Rolle spielen, jedoch wird im Rechtsradikalismus nicht per se die Abschaffung der liberalen Demokratie gefordert (Schedler 2019, 27).

Schedler weist darauf hin, den Rechtsextremismusbegriff zu vermeiden, weil dieser in das Gebiet der Extremismustheorie fallen kann, die in der Wissenschaft umstritten ist (ibid., 35f.). Aufgrund dessen empfiehlt er, von der extremen Rechten beziehungsweise von extrem rechten Akteur\*innen zu sprechen, wenn nicht explizit eine rechtsextreme Ausrichtung nachgewiesen werden kann. Im Folgenden wird diese Schreibweise dementsprechend umgesetzt. Ein Teilbereich extrem rechter Politik ist die Neue Rechte. Sie orientiert sich am Denken der Weimarer Republik und fordert eine „Kulturrevolution von rechts“ (ibid.). Die Neue Rechte fungiert als Scharnier zwischen Konservatismus und Rechtsextremismus, wobei die Übergänge fließend sind (Birsl 2011, 17). Ihren Ursprung findet die Neue Rechte schon ab 1900 in Deutschland, wobei 1970 eine Rekonstruktion dieser Herkunft erfolgte. Im Jahr 2000 formierte

sich ein Netzwerk der Neuen Rechten, das sich in seinem Auftreten den Gegebenheiten der modernen Gesellschaft anpasste (Hufer 2018, 130). Seitdem wird das Internet zur Verbreitung der Ideologie genutzt, neue Formen der Ästhetik entwickelt und neue Aktionsformen geschaffen, die die breite Masse erreichen sollen. Zum Zweck der politischen Camouflage bezeichnen sich neue rechte Akteur\*innen teils selbst als Demokrat\*innen (ibid.). In der Realität vertreten sie zwar keine demokratischen Grundwerte, wirken aber „salonfähig“ (ibid., 134). Sie inszenieren sich intellektuell, bieten einfache Lösungen für komplexe Probleme und arbeiten oft mit einer inszenierten Metapolitik, anstatt mit realen politischen Forderungen (ibid.).

Der Rechtspopulismus wird von Schedler ebenso wie die Neue Rechte als spezifische Strömung der extremen Rechten kategorisiert. In der Vorstellung des Rechtspopulismus besteht die Regierung aus einer korrupten Elite, gegen die sich die Bevölkerung auflehnen muss, um den vermeintlich ‚wahren‘ Gemeinwillen des Volkes durchzusetzen. Das Volk gilt als „ehrlich, anständig und fleißig“ (Schedler 2019, 32). Hingegen sei das politische Establishment inkompetent, korrupt und nur auf eigene Interessen bedacht. Populistische Parteien versuchen, das scheinbar homogene Volk zu mobilisieren, indem sie Widersprüche repräsentativer Demokratien aufgreifen (ibid.). Ein verbreitetes Narrativ lautet, dass die vermeintlich homogene Nation durch ‚Fremde‘ bedroht sei, womit das Thema Migration fortlaufend kritisiert wird (ibid., 33). Die aktuell erfolgreichste rechte Akteurin in der Bundesrepublik ist die Partei *Alternative für Deutschland*. Sie gilt als Musterbeispiel für die Neue Rechte und den Rechtspopulismus, hat aber auch Verbindungen zum Rechtsextremismus (ibid., 22).

Bei der Gründung der AfD im Frühjahr 2013 standen bereits die heute noch aktuellen Themen wie EU-Skepsis, Kampf gegen das Gender-Mainstreaming<sup>14</sup> sowie die Zuwanderungs- und Asylpolitik im Mittelpunkt (Wielowiejski 2018, 139). 2013 kam die rechte Partei bereits nah an die Fünf-Prozent-Hürde, 2014 erzielte sie 7,1 Prozent und erhielt damit sieben Sitze im Europäischen Parlament (ibid., 142). Ihre politische Agenda baute sie auf der Ablehnung von Migration, der „Stärkung der Norm der weißen bürgerlichen Kernfamilie“ (ibid., 143) und später auf der Ablehnung von Klimaschutz auf. In der Partei vereinen sich verschiedene Strömungen, die aber durchweg von Radikalisierung geprägt sind. Mitglieder der AfD verleugnen das demokratische System, neigen zu politischem Autoritarismus, überbewerten ethnische Zugehörigkeiten und sprechen Individuen menschliche Grundrechte ab (Schedler

---

<sup>14</sup> Eine Definition von *Gender-Mainstreaming* folgt in Kapitel 3.2.

2019, 33). Die genannten Indizien deuten auf eine rechtsextreme Gesinnung der AfD hin. Diese kann allerdings nur wenigen Akteur\*innen nachgewiesen werden, etwa dem Thüringer AfD-Politiker Björn Höcke.

Welche weiteren politischen Strömungen und Akteur\*innen gibt es im rechten Spektrum in Deutschland? Neben den genannten ideologischen Ausprägungen gibt es weitere politische Abzweigungen wie die Völkische Rechte, die Deutsch-Nationale Rechte, die Christliche Rechte und weitere (ibid., 30). Oben wurde bereits der Neonazismus erwähnt, in dem sich die Partei NPD einordnet. PEGIDA ist ein Bewegungsakteur des Rechtspopulismus, der seinen Höhepunkt in den Jahren 2014 bis 2015 gefunden hat. Darüber hinaus gibt es die Identitäre Bewegung (IB), die neben der AfD zu den bekanntesten Akteuren der Neuen Rechten zählt und daher abschließend in Vorbereitung auf die Analyse (siehe Kapitel 5) kurz beschrieben wird. Die IB wurde 2012 in Frankreich ins Leben gerufen und fasste bald darauf in Deutschland Fuß. Ihre Besonderheiten sind die aktionistische Ausprägung und die Entwicklung einer eigenen Corporate-Identity, die sich ästhetisch an den modernen Möglichkeiten der Online-Kommunikation orientiert (Hufer 2018, 20). Die IB als rechte Jugendbewegung versteht sich auf eine hochwertige mediale Inszenierung, wobei sie ihre Aktionen spektakulär in Szene zu setzen weiß (ibid., 21). Politisch gründet sich die Bewegung auf der Abgrenzung des ‚Eigenen‘ zum ‚Fremden‘, insbesondere dem antimuslimischen Rassismus und sekundären Antisemitismus (Bruns/Glösel/Strobl 2016, 90). Aufgrund dieser extrem rechten Gesinnung wird die IB seit 2016 vom Verfassungsschutz beobachtet (Rafael 2017).

## **2.2 Kommunikationsstrategien zur Konstruktion von Weiblichkeitsbildern in der digitalen Öffentlichkeit**

Bisher wurden die Handlungsweisen und Kommunikationskontexte rechter Akteur\*innen aufgezeigt. In diesem Kapitel werden Konstruktionen von Weiblichkeit in der digitalen Öffentlichkeit untersucht. Analog dazu folgen in Kapitel 3 die Konstruktionen von Weiblichkeit in rechten Kontexten. Warum werden in dieser Forschungsarbeit explizit Frauen in rechten Kontexten analysiert? Hierfür muss nachvollzogen werden, welche Sonderstellung Frauen in der digitalen Öffentlichkeit einnehmen und wie die Aneignung einer weiblichen Öffentlichkeit durch soziale Medien stattfindet. Zunächst sollen die Schlüsselwörter *Weiblichkeit* und *digitale Öffentlichkeit* definiert werden.

In der Auseinandersetzung mit dem Weiblichkeitsbegriff gerät die übergeordnete Kategorie *Gender* in den Blick. Bei der Untersuchung von Gender müssen „Vorstellungen, Normen und

ideologische Aspekte des Geschlechts“ (Villa 2010, 156) sowie dahinterstehende institutionelle, politische, soziale und kulturelle Strukturen aufgedeckt werden. Die kulturellen Geschlechterkonzeptionen von Männlichkeit und Weiblichkeit werden in den Medien „verdichtet, stereotypisiert und als gesellschaftliche Normen repräsentiert“ (Dorer/Geiger 2002b, 54). Demzufolge existiert nicht eine einzige Definition von Weiblichkeit, sondern unterschiedliche Diskurse zu Weiblichkeitskonstruktionen (ibid.). Weiblichkeitsbilder unterliegen einem stetigen Prozess, der von Gesellschaft und Medien beeinflusst wird. Dabei sind Medien nicht als Spiegelbild ‚realer‘ Geschlechterbilder zu verstehen, sondern sie produzieren ebenjene Bilder (ibid., 55). Weiblichkeit wird folglich performativ hergestellt. Was meint der Begriff *performativ* in diesem Zusammenhang? Das kommunikative Handeln von Akteur\*innen auf sozialen Netzwerken wurde bereits in Kapitel 1 erforscht. Es wurde festgestellt, wie Kommunikation gesellschaftliche Wirklichkeit schafft, im politischen Sinne, aber auch in Bezug auf Gender. Die Handlungsweisen, die diese gesellschaftliche Realität herstellen, werden im Folgenden mit dem Begriff der Performanz betitelt. Die performative Weiblichkeit ist Teil dieser Kommunikationsform.<sup>15</sup>

In den 1970er und -80er Jahren entstanden erste Studien zur Darstellung von Frauen in den Massenmedien. Diese gelangten zu dem Ergebnis, dass im Fernsehen ein verzerrtes Weiblichkeitsbild wiedergegeben wird, in dem die Lebenswelten von Frauen weniger relevant als die von Männern zu sein schienen (Maier/Thiele 2019, 409). Frauen waren im Fernsehen generell unterrepräsentiert. Wenn sie dort auftraten, dann lediglich in stereotypischen Rollenbildern (ibid.). Des Weiteren wurde durch Studien in den 1980er Jahren festgestellt, dass von Frauen bevorzugt Ganzkörperfotos in den Medien verbreitet wurden. Männer wurden hingegen als ‚Kopfmenschen‘, also bevorzugt nur bis zu den Schultern, abgebildet (ibid.). Die Betonung des Gesichts führt zur subjektiven Einschätzung, dass die abgebildete Person als intellektueller wahrgenommen wird. Das Ablenken vom Kopf auf den Körper sei demnach ein wirksames Stilmittel, um Frauen kognitive Fähigkeiten abzusprechen (ibid., 410). In der heutigen Forschung wird nicht mehr die unterschiedliche Darstellung von Männern und Frauen im Sinne binärer Geschlechterkategorien untersucht, sondern die Konstruktion von Geschlechterbildern in und durch Medien. Bei der Analyse von Weiblichkeitsbildern spielen Medien damals wie heute eine wichtige Rolle, da sie einerseits bestimmte Bilder reproduzieren und Heteronormativität<sup>16</sup> herstellen können, andererseits können sie ebenjene Vorstellungen in

---

<sup>15</sup> Mehr zur performativen Weiblichkeit ergibt sich aus den Thesen von Judith Butler (siehe Kapitel 4.3).

<sup>16</sup> Unter Heteronormativität verstehen Lüneborg und Maier ein „gesellschaftliches Ordnungssystem, in dem Heterosexualität als Norm gesetzt und gegenüber anderen Sexualitäten privilegiert wird“ (2013, 23). Die Norm ist

Frage stellen. Zudem sind im Kontext von Weiblichkeitsbildern die komplexen Machtverhältnisse zu untersuchen, zum Beispiel hinsichtlich der Teilhabe von Frauen in der Öffentlichkeit und ihrer Aneignung der digitalen Öffentlichkeit durch soziale Medien.

Laut Klaus und Drüeke ist die Öffentlichkeit eine zentrale Kategorie in den Gender-Studies (2010, 249). In der digitalen Öffentlichkeit können auch nicht-dominante Gruppen ihre Interessen und Ziele durchsetzen. Was meinen Klaus und Drüeke mit *Öffentlichkeit* oder *Öffentlichkeiten*? Die Definition von Öffentlichkeit hat sich historisch gewandelt. Zunächst wurde Öffentlichkeit in Abgrenzung zum Privaten konstituiert, beispielsweise von Habermas und Arendt,<sup>17</sup> die aber die vorherrschenden ungleichen Machtbeziehungen übersehen. Das Verständnis von Öffentlichkeit in Differenz zum Privaten schließt die Teilhabe von Frauen aus und ist gleichzeitig eng an die Konstruktion der Zweigeschlechtlichkeit gebunden. Das Private, das Häusliche ist dabei an die Frau geknüpft und das Öffentliche, das außerhäusliche Agieren wird dem Mann überlassen (Klaus/Drüeke 2010, 244). In der heutigen Welt von Medienwirklichkeiten und -inszenierungen sind die starre Trennung von Öffentlichkeit und Privatheit ebenso wie das binäre Geschlechtersystem nicht mehr haltbar. Angesichts der technologischen Veränderungen muss von Öffentlichkeiten in der Mehrzahl gesprochen werden (Klaus/Drüeke 2017, 120).

Klaus und Drüeke schlagen ein Drei-Ebenen-System für Öffentlichkeiten vor, das sie als Pyramide visualisieren. Auf der ersten Ebene findet die Alltagskommunikation statt, die als direkte, spontane und individuelle Kommunikationsform gilt. Auf der zweiten Ebene werden Bürgerinitiativen und Vereine eingeordnet, die eine Rollendifferenzierung vornehmen und beispielsweise Sprecher\*innen festlegen. Auf dritter Ebene stehen die Massenmedien, die durch eine weitgehend professionalisierte Kommunikation geprägt sind (ibid., 248). Die Massenmedien spielen in Öffentlichkeitstheorien eine wichtige Rolle, da sie ein Indiz für die Beteiligung von Bürger\*innen am öffentlichen Diskurs darstellen (ibid., 245). In den Medien präsent zu sein, ist daher von hoher Bedeutung für Frauen und Frauenbewegungen. Mit dem Internet ergab sich eine neue Artikulationsebene für *feministische Öffentlichkeiten*.<sup>18</sup>

---

nicht auf sexuelles Handeln beschränkt, „sondern weitet sich auf rechtliche, kulturelle, ökonomische und institutionelle Dimensionen aus“ (ibid.).

<sup>17</sup> Mehr dazu siehe Habermas, Jürgen (1990) *Strukturwandel in der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp. / Arendt, Hannah (1960) *Vita activa oder Vom tätigen Leben*. München: Piper.

<sup>18</sup> Als feministische Öffentlichkeit ist eine Form der Gegenöffentlichkeit zu verstehen, die sich mit Geschlechterverhältnissen diskursiv auseinandersetzt und das Ziel verfolgt, diese zu emanzipieren

*Digitale Öffentlichkeiten* ordnen sich im Drei-Ebenen-Modell von Klaus und Drüeke folgendermaßen ein. Die digitale Sphäre erstreckt sich über alle Ebenen der Öffentlichkeit, was einen vielschichtigen und komplexen Entwicklungsraum von Öffentlichkeiten und Gegenöffentlichkeiten erzeugt. Dort kann eine Verarbeitung von Themen und Vergemeinschaftung von Personen stattfinden (Fey 2017, 189ff.). Des Weiteren entstehen auf sozialen Netzwerken Teilöffentlichkeiten, die stark geprägt von persönlichen Relevanzen und erwarteter Anschlusskommunikation sind – sogenannte *Filter-Bubbles* (Wimmer 2017, 206). Diese neuen Partizipationsmöglichkeiten sind jedoch nicht per se demokratisch oder emanzipativ, da sie auch von antidemokratischen und reaktionären Akteur\*innen genutzt werden (ibid., 208). Durch das Internet werden also einerseits die Grenzen zwischen den Ebenen der Öffentlichkeit flücker, was die Entstehung neuer Teilöffentlichkeiten sowie feministischer Öffentlichkeiten ermöglicht. Andererseits treten daraus aber auch neue Probleme hervor, wie etwa rechtsradikale oder rassistische Seiten. Auch das Nebeneinander der traditionellen, institutionalisierten Politik und des Online-Pendants stellt ein Problem dar (Klaus/Drüeke 2017, 119). Beim Schlüsselbegriff *digitale Öffentlichkeit* bildet demzufolge die politische Partizipation einen zentralen Aspekt, da diese nicht länger nur in Wahllokalen und Parteien geschieht, sondern auch im Netz. Der gegenwärtige Strukturwandel ermöglicht individuelle Kommunikations- und Teilhabepraktiken im Social-Web. Die Nutzer\*innen konstituieren durch ihre aktive politische Kommunikation Öffentlichkeiten, die wiederum durch mehrere Komplexitätsebenen strukturiert und durch eine hierarchische Machtordnung geprägt werden (ibid.).

Wodurch begründet sich zusammenfassend der Fokus auf weibliche Akteurinnen? Die Öffentlichkeit gilt historisch als männlich dominierte Sphäre, zu der sich Frauen ihren Zugang erst erkämpfen mussten. Durch das Internet und soziale Medien ist die Möglichkeit zur Selbstermächtigung der Frau gegeben, die sich in ihrer Selbstinszenierung von den massenmedial geprägten Geschlechterbildern lösen kann. Zudem kann sie sich am öffentlichen Diskurs beteiligen und politisch partizipieren. Diese Handlungsmöglichkeiten sind zwar auch durch hierarchische Verhältnisse der Öffentlichkeiten limitiert, gelten aber trotzdem als emanzipatorischer Fortschritt. Rechte Akteur\*innen in der digitalen Öffentlichkeit befinden sich einerseits in dieser emanzipierten Position, versuchen aber andererseits, die feministischen Fortschritte mit ihren politisch-rechten Forderungen rückgängig zu machen. Um diesen

---

(Lünenborg/Maier 2013, 65ff.). Feministische Öffentlichkeiten erschließen neue Zielgruppen, indem sie sich an ein junges, netzaffines Publikum richten (ibid., 64).

Widerspruch genauer zu untersuchen, muss nachvollzogen werden, wie Weiblichkeitsbilder in rechten Kontexten konstruiert werden. Dieser Diskussion widmet sich das folgende Kapitel.

### **3. Konstruktion von Weiblichkeit in rechten Kontexten**

Bevor eine Analyse rechter Akteurinnen auf Instagram erfolgen kann, müssen die Bedeutungen von Weiblichkeit und Frauen in der rechten Szene geklärt werden. Hierfür wird der Forschungsstand zu rechten Gender-Diskursen aufgegriffen, wobei Forschungsansätze teils unterstützt und teils abgelehnt werden. Es wird aufgezeigt, welche Rollen Frauen zugeschrieben werden und wie Sexismus und Antifeminismus mit Rassismus und rechter Politik Hand in Hand gehen. Weiterhin wird geklärt, warum die rechte Ideologie auf die binäre Geschlechterordnung angewiesen ist und wie darauf aufbauend Gender als Feindbild konstruiert wird. Zuletzt wird in Vorbereitung auf die Analyse die Tradwife-Bewegung vorgestellt, die aus einer antifeministischen Idee gewachsen ist und eng mit rechten Kommunikationskontexten verknüpft ist.

#### **3.1 Frauen in der rechten Szene – Sexismus und Rassismus als Symbiose**

Rommelspacher untersucht die Bedeutung von Frauen in rechtsextremen Kommunikationskontexten. Sie stellt fest, dass Frauen in der Vergangenheit keineswegs nur Mitläuferinnen in rechtsextremistischen Gesellschaften waren (2011, 43). In der Weimarer Republik forderten Nationalsozialistinnen sogar im Widerspruch zur rechten Ideologie die gleichberechtigte Teilhabe in Politik und Gesellschaft. Das Geschlechterverhältnis ist im Rechtsextremismus umstritten und nicht klar definiert (ibid.). Dennoch haben Frauen und Männer ein unterschiedliches Verhältnis zum Rechtsextremismus, sie haben unterschiedliche Erwartungen an die Ideologie und agieren verschieden (ibid., 45). Welche Rollen nehmen Frauen in der rechtsextremen Szene ein und wie lässt sich die rechtsextreme Weiblichkeitskonzeption beschreiben? Dieser Frage gingen bereits zahlreiche Forscher\*innen nach. Zunächst wird der Forschungsansatz von Birgit Rommelspacher dargelegt und auf seine Aktualität geprüft. Rommelspacher versucht zu ermitteln, warum Frauen der rechtsextremen Szene beitreten und vergleicht dies mit der Motivation der männlichen Mitglieder (ibid.). Eine solche Untersuchung scheitert allerdings daran, dass die Autorin Aussagen über Geschlechterverhältnisse treffen will und dabei von einem binären System ausgeht. Auf ebenjener These der Zweigeschlechtlichkeit fußt auch die rechte Ideologie, was die Autorin zu einem kritikwürdigen Ergebnis führt. Rommelspacher kommt zum

Schluss, es gäbe einen rechten Feminismus (ibid., 62f.). Damit meint sie einen selektiven Feminismus, der nur diejenigen einschließt, die den rechten Kriterien der Abstammung, Religion und Hautfarbe entsprechen (ibid., 64). Der Inhalt dieses vermeintlichen ‚Feminismus‘ besteht darin, dass kompetente Frauen Machtpositionen in Politik und Wirtschaft einnehmen sollen. Es handelt sich also zudem um einen elitären ‚Feminismus‘, der einflussreichen, intellektuellen und kompetenten Frauen zuteilwird (ibid., 63), wobei die Definitionen dieser Attribute unklar bleiben.

Die These vom ‚rechten Feminismus‘ wird in dieser Forschungsarbeit abgelehnt, da sich Feminismus als Weltdeutung und soziale Bewegung definiert, die sich gegen das Patriarchat ausspricht. Als transformative Politik ist Feminismus darauf ausgerichtet, die gesellschaftliche Beteiligung der Frau zu verbessern, jede Form der Unterdrückung durch Institutionen zu überwinden und letztendlich die gültige Geschlechterordnung in Frage zu stellen (Schnabel/Beyer/ Ülpenich 2021, 179). Geschlecht wird dabei als historische und soziale Kategorie angesehen. Weiterhin wird die Ansicht vertreten, dass eine geschlechtergerechte Teilhabe an der Gesellschaft nicht ohne einen Umbruch politischer Machtverhältnisse vonstattengehen kann (Thiessen 2010, 38).<sup>19</sup> Thiessen stellt fest, dass der Feminismus zwar Erfolge in den Bereichen Bildung und Recht erzielt hat, im alltäglichen Leben jedoch männliche Vormachtstellungen auf der strukturellen und institutionellen Ebene bestehen bleiben (2010, 42). Der Erhalt dieser Privilegien ist Teil der Agenda rechter Partei wie beispielsweise der AfD (Lang 2015, 174). Damit wird die These eines ‚rechten Feminismus‘ widerlegt.

Rommelspacher versucht darüber hinaus zu erklären, warum Frauen für weniger rechtsextrem gehalten werden. Dieser Irrglaube beruht laut der Autorin darauf, dass Rechtsextremismus in der Öffentlichkeit vor allem durch Männer repräsentiert wird. Auch gelten Frauen stereotypisch als friedfertiger (2011, 44). Darüber hinaus wählen Frauen seltener rechte Parteien, was Rommelspacher auf deren höhere Politikdistanz und damit geringere Beteiligung an Wahlen zurückführt. Diese These kann nicht bestätigt werden, da laut dem Statistischem Bundesamt und der Bundeszentrale für politische Bildung im Jahr 2017 Frauen und Männer zu selben prozentualen Anteilen wählen gingen.<sup>20</sup> Zutreffender scheint Rommelspachers zweiter

---

<sup>19</sup> Unter *Feminismus* werden zahlreiche Konzepte gefasst, etwa der Liberale oder der Schwarze Feminismus (Thiessen 2010, 38). Eine feministische Kommunikations- und Medienwissenschaft will Geschlechterverhältnisse kritisch analysieren und widmet sich dahingehend der öffentlichen Kommunikation, Medienproduktion, -rezeption, -geschichte, -pädagogik, -psychologie sowie Öffentlichkeitstheorien und weiteren Feldern. Es handelt sich also um ein interdisziplinäres Forschungsfeld (Dorer/Geiger 2002a, 11).

<sup>20</sup> Nier, Hedda (2019) Frauen nehmen ihr Wahlrecht genauso oft wahr wie Männer. In: *Statista* [<https://de.statista.com/infografik/16690/wahlbeteiligung-nach-geschlecht/>] (Letzter Zugriff am 09.01.2024)].



Erklärungsversuch, dass Frauen in rechten Parteien unterrepräsentiert sind und deswegen seltener rechte Parteien wählen als Männer (Rommelspacher 2011, 50). Nichtsdestotrotz ist zweifelhaft, was eine solche Unterscheidung zwischen einem ‚männlichen‘ und ‚weiblichen‘ Rechtsextremismus beweisen kann. Relevanter scheint die Frage, wie Weiblichkeit in rechten Kommunikationskontexten konstruiert wird, um affirmativ zur Ideologie zu wirken.

Verschiedene Literaturquellen beschreiben stereotypische Rollenbilder, die Frauen in der rechten Szene vorgeblich erfüllen müssen. Bitzan möchte darstellen, dass im Rechtsextremismus nicht allein das Bild der Frau in der *Mutterrolle* vorherrscht und differenziert daher zwei weitere Typen (2011, 115). Mit dem *modernisierten Frauenbild* meint die Autorin Frauen, die neben der Mutterrolle eine Berufstätigkeit ausführen und Anspruch auf Teilhabe im politisch-öffentlichen Raum erheben (ibid., 118). Als dritte Frauenrolle im Rechtsextremismus führt sie den *Sexismus-kritischen Typ* an. Genau wie Rommelspacher konstruiert sie eine Minderheit rechtsextremer Frauen, die sich von der Mutterschaft lösen, sich gegen das Patriarchat wenden und sich selbst als Feministinnen bezeichnen (ibid., 120). Das Fazit der Autorin lautet schließlich, dass diese drei Frauenrollen als Orientierung für „die jeweilige offiziell vertretene Geschlechterideologie und Weiblichkeitskonzeption“ (ibid., 122) in der rechtsextremen Szene gelten. Vorherrschend sei aber ein gewisser Pragmatismus im Sinne dessen, dass rassistische und nationalistische Positionen bedeutsamer für die politische Selbstverortung seien als die genannten Frauenrollen (ibid.). Eine solche Herangehensweise wird in der vorliegenden Forschungsarbeit abgelehnt, da die Konstruktion der vermeintlichen Frauenrollen erstens durch vorweggenommenes Framing die Analyse in Kapitel 5 beschränken würde und zweitens die von Bitzan deklarierten Typen kaum Aussagekraft über die Bedeutung von Frauen in der rechten Szene haben. Die Attribute *klassisch*, *modernisiert* und *Sexismus-kritisch* sind nicht nur oberflächlich gehalten, sondern könnten auch unabhängig von politischen Lagern betrachtet werden.

Rommelspacher zeigt des Weiteren auf, wie die Mutterrolle in rechten Kontexten instrumentalisiert und mystifiziert wird (2011, 61). Der Natur kommt dabei ebenfalls eine tragende Rolle zu, sodass das Narrativ eine esoterische Konnotation erhält. Symbolbilder des rechten Kultur-Natur-Narrativ sind Fotos von Wäldern, stillende Mütter oder Schwangere, in Kombination mit rechtsextremen Symbolen. Diese Beobachtung Rommelspachers kann bestätigt werden. Der Instagram-Account *deutsche.weltanschauung* setzt beispielsweise auf ebenjene Symboliken (Hornuff 2019, 45). Es kommt zu einer ambivalenten Weiblichkeitskonstruktion. Auf der einen Seite werden Frauen jegliche Errungenschaften der

Selbstermächtigung abgesprochen (ibid.). Auf der anderen Seite findet eine Erhöhung des Schicksals der Frau zur Schicksalsfrage der Nation statt, aufgrund ihres Nutzens für die Gesellschaft durch Reproduktionsarbeit (Drüeke/Klaus 2019, 90). Die überspitzte Formulierung der *Reproduktionsarbeit* wird von Autor\*innen gewählt, um auszudrücken, dass Frauen in der rechtsextremen Ideologie jegliche Persönlichkeitsrechte abgesprochen werden (vgl. Schnabel/Beyer/ Ülpenich 2021, 188). Das Frausein ist gerahmt durch die familiäre Rolle als Schwester, Mutter oder Tochter.

In der Politik greifen rechte Akteurinnen dieses Bild auf, um ihre politische Tätigkeit als eine Erweiterung ihrer familialen Rolle zu präsentieren (Rommelspacher 2011, 58). Diese Kommunikationsstrategie findet auch in der Neuen Rechten Anklang. 2017 veröffentlichte die AfD eine Wahlkampagne für die damalige Parteivorsitzende Frauke Petry mit dem Mutter-Motiv. Auf den Wahlplakaten hält die rechte Politikerin ein Baby in den Armen. Ergänzt wird diese Symbolik mit Untertitelungen wie *Und was ist ihr Grund, für Deutschland zu kämpfen?* oder *Warum ich für mein Land kämpfe? Na, raten Sie mal.* (Hornuff 2019, 46). Dabei wird der Ehering demonstrativ gezeigt, um Petry einen Beziehungstraditionalismus zuzusprechen und sie gleichzeitig als die eigentliche ‚Mutti‘ der Nation zu inszenieren (ibid., 47).

Welche Bedeutungen werden Frauen in rechten Kontexten außerdem zugeschrieben? Drüeke und Klaus benennen eine Frauenrolle, die von der Neuen Rechten geprägt wurde. Demnach treten Frauen aus der Identitären Bewegung vorzugsweise als *Kriegerinnen* auf, die die Vergehen der ‚Fremden‘ rächen wollen (2019, 90). Im Februar 2018 stürmen Mitglieder der IB eine Podiumsdiskussion zu *#MeToo* auf dem internationalen Filmfestival *Berlinale*. Sie wollen auf die Frauen aufmerksam machen, die der ‚importierten Gewalt‘ zum Opfer gefallen sind (Drüeke/Klaus 2019, 86). Das Argumentationsmuster der angeblichen Zunahme sexualisierter Gewalt ist weit verbreitet in rechten Kontexten (ibid.). Die AfD instrumentalisiert sexuelle Übergriffe von männlichen Migranten auf Weiße<sup>21</sup> Frauen als eine verfehlte Einwanderungspolitik.<sup>22</sup> Die ‚deutsche Frau‘ wird in eine Opferrolle gedrängt und das Narrativ einer Bedrohung durch Migration erfunden. Gleichzeitig wird zu einer paradoxen Selbstermächtigung aufgerufen, dass die Frau sich gegen die sogenannte ‚importierte

---

<sup>21</sup> *Weiß* wird hier bewusst großgeschrieben, um zu verdeutlichen, dass es sich nicht um eine Hautfarbe handelt, sondern um ein gesellschaftliches Konstrukt, das mit Machtverhältnissen einhergeht.

<sup>22</sup> Beispielsweise geschah eine solche Instrumentalisierung seitens der AfD bei den sexuellen Übergriffen in der Nacht vom 31. Dezember 2015 auf den 1. Januar 2016 in Köln, wobei hunderte Frauen sexuell belästigt wurden (Hark/Villa 2017, 42). Die Übergriffe sollen hier keinesfalls verharmlost werden. Das Beispiel dient allein der Darstellung, welche Narrative von rechten Parteien durch die Verbindung von Sexismus und Rassismus geschaffen werden, etwa die Erzählungen einer verfehlten Migrationspolitik und die Bedrohung durch Migration.

Kriminalität‘ auflehnen solle (Hornuff 2019, 55). Dieses Narrativ setzt nicht nur ein unabänderliches Rollengefüge der Geschlechterbilder voraus, sondern beweist auch die enge Verbindung von Rassismus und Sexismus.

Was sagt dieses Narrativ über das Weiblichkeitsbild in rechten Kontexten aus? Rechtspopulistische Parteien ziehen aus der Frauenemanzipation ein Kapital im Kampf gegen den ‚rückständigen Islam‘ (Dietze 2018, 41). Politische Akteurinnen rechter Parteien symbolisieren innerhalb der Ideologie sowohl Freiheitsgewinn als auch Unsicherheit. Gegebenenfalls inszenieren sie sich als Opfer, das aber simultan seinen Emanzipationsgewinn in Anspruch nimmt, also das Recht auf sexuelle Selbstbestimmung (ibid.). So wird Rassismus als natürliche Selbstverteidigung der Frau propagiert. Der heutige Rechtspopulismus enthält eine strukturelle Misogynie, verlangt nach einer geschlechtsspezifischen Rollenteilung und einer Re-Traditionalisierung der Frauenrollen. Zudem werden ein patriarchaler Führungsstil gefordert und sowohl Feminismus als auch die Kategorie *Gender* als Feindbild angesehen (ibid., 34). Dietze schließt mit dem Fazit, dass das rechtspopulistische Geschlechterprogramm nicht nur eine Gefahr für die Chancengleichheit aller Geschlechter darstellt, sondern auch eine Gefahr für die Demokratie (ibid., 42).

Resümierend versuchen Autor\*innen, stereotypische Frauenrollen in der rechten Ideologie auf verschiedene Weise zu kategorisieren. Dabei werden jedoch vielmals die heteronormativen Rollenverteilungen reproduziert, wie etwa von Rommelspacher, Bitzan, Drüeke und Klaus. Sinnvoller als die einzelnen Rollen der Frau für die Ideologie zu erfragen, ist eine Untersuchung des Verhältnisses zwischen Rassismus und Sexismus, wie sie von Hark und Villa, Hornuff und Dietze vorgenommen wird. Im nachfolgenden Kapitel werden rechte Gender-Diskurse weiter dekonstruiert.

### **3.2 Rechte Gender-Diskurse und Antifeminismus**

Rechte Diskurse zu *Gender* basieren auf der Vorstellung, die traditionelle Geschlechterordnung müsse wiederhergestellt werden. Das Geschlecht wird allein biologisch definiert. Eine Gleichstellung der Geschlechter ist nicht gewünscht. Zudem wird mit dem Begriff *Gender* ein umfassendes Bedrohungsszenario kreiert, das vermeintlich zum Niedergang der Gesellschaft beiträgt (Lang 2015, 172). Insbesondere die AfD zeigt beim Gender-Thema eine Hyperaktivität auf Social-Media und im Bundestag. Im Jahr 2021 erstellte der Tagesspiegel eine Grafik zum Anteil aller Facebook-Beiträge der Bundestagsparteien zum Thema Gender. Dabei zeigt sich, dass die AfD mehr Facebook-Posts mit dem Wort oder Hashtag

*Gender* geteilt hat als Linke, Grüne, SPD, CDU/CSU und FDP zusammen (Barthels 2021). Von November 2022 bis Juli 2023 stellte die AfD sieben Anträge im Bundestag, mit dem Ziel, die gendergerechte Sprache in öffentlichen Institutionen zu verbieten. In derselben Zeit wurden von allen anderen Parteien insgesamt null Anträge zur Gender-Sprache gestellt (siehe Anhang 1). Warum ist das Gendern ein so präsent Thema in rechten Kontexten?

*Gender* gilt mittlerweile als Containerbegriff, in den viele Bedeutungsebenen hineinspielen. So lässt sich der Begriff leicht für antifeministische Ideologien instrumentalisieren. In den 1990er Jahren sprach der Vatikan in Veröffentlichungen erstmals von einer Gender-Ideologie und versuchte damit, die Trennung zwischen biologischem und sozialem Geschlecht als politische Propaganda darzustellen (Sanders/Berg/Goetz 2020, 43). Die negativ konnotierte *Gender-Ideologie* setzt sich bis heute fort, wobei der rechte Diskurs weitere Bezeichnungen wie *Gendergaga* oder *Genderitis* sowie *Gender-Wahnsinn* hervorgebracht hat (ibid., 47). Der Neologismus *Genderismus* prägt seit mehr als zehn Jahren Diskurse um Familien- und Geschlechterpolitiken. Unter diesem Stichwort kann die extreme Rechte Einfluss auf gesellschaftliche Debatten nehmen, zu denen ihr sonst der Zugang verwehrt bleibt. *Genderismus* ist eine Feindbildkonstruktion der Rechten gegen die zunehmende Gleichstellung von Geschlechtern und die politisch korrekte Sprache (Lang 2015, 167). Im Wahlprogramm der AfD von 2014 wird der negativ konnotierte *Genderismus* sogar als menschenfeindliche Ideologie bezeichnet (ibid., 174).

In der rechten Szene sind strenge Entwürfe von Männlichkeit(en) und Weiblichkeit(en) funktional für den inneren Zusammenhalt. Geschlecht gilt als identitätsstiftende Kategorie. Eine Auflösung der Geschlechterbilder ginge demnach mit einer Auflösung der Gesellschaft einher (ibid., 168). „Die verheißende Volksgemeinschaft wird damit direkt an das Funktionieren der ihr inhärenten (zwei-)geschlechtlichen Ordnung gebunden“ (ibid.), lautet die These von Peter Lang. Die AfD, die sich als Familienpartei versteht, betrachtet Gendern als eine Bedrohung für das klassische Familienbild. Die Partei arbeitet mit dem Narrativ einer Familienpolitik als Bevölkerungspolitik. Familien sollen sich an der heterosexuellen Mehrkindfamilie orientieren (ibid., 174). Dabei geht es den Parteimitgliedern maßgeblich um den Erhalt von Privilegien im Sinne eines Vorrechts der traditionellen Familie. Pluralisierte Lebensformen werden offen diskreditiert, etwa ‚Nicht-Deutsche‘ gegenüber ‚Deutschen‘ oder ‚Homosexuelle‘ gegenüber ‚Heterosexuellen‘ (ibid.).

Auch das *Gender-Mainstreaming* wird in rechten Diskursen kritisiert, da es vorgeblich das Konzept von Familie und Geschlechterrollen zerstöre

(Sanders/Berg/Goetz 2020, 44). Gleichzeitig verurteilen Feminist\*innen das Gender-Mainstreaming dafür, dass es das binäre Geschlechtersystem untermauert und das biologische Geschlecht als Grundlage für Gleichstellungsmaßnahmen dient. Im beruflichen Umfeld werden beispielsweise im Rahmen von Gender-Mainstreaming Eigenschaften wie Einfühlungsvermögen oder Fürsorglichkeit der weiblichen Mitarbeiterinnen hervorgehoben. Daher wirkt das Konzept in der Alltagswelt kaum zur Bekämpfung von Diskriminierung (ibid., 50). Seit sich die Europäische Union in den 1980er Jahren dem Gender-Mainstreaming verschrieben hat, wähen sich Rechte im Widerstand gegen die vermeintliche Gefahr in Form der Frauen-, Gender- und Homolobby der EU (ibid., 55). Die AfD hat sich zum Ziel gesetzt, gegen Gender-Mainstreaming vorzugehen, das heißt, Gleichstellungsbeauftragte sowie die Frauenquote und Förderprogramme zu verbieten (ibid., 57). Darüber hinaus werden die Gender-Studies in der rechten Szene nicht als wissenschaftlich anerkannt. Antifeministische Angriffe wollen tief in die Unabhängigkeit von Universitäten und deren Forschungsfeldern eingreifen, um Gender-Studies zu verbieten (ibid., 57f.). Die Abneigung gegen gendergerechte Sprache ist oftmals Bestandteil einer antifeministischen Grundhaltung.

Wie ordnet sich *Antifeminismus* in rechte Diskurse zu Gender ein und mit welchen Weltanschauungen ist dieser verknüpft? Antifeminismus ist von Frauenfeindlichkeit oder Sexismus zu unterscheiden, da diese beiden Bewegungen historisch weit früher entstanden sind (Schnabel/Beyer/ Ülpenich 2021, 179). Frauenbewegungen werden seit ihren Anfängen von antifeministischen Protesten begleitet. In den vergangenen Jahrzehnten haben Frauen sich zunehmend ihre Selbstermächtigung erkämpft: vom Wahlrecht über die ökonomische und juristische Unabhängigkeit, bis hin zum Zugang zu Ressourcen, Bildung, dem Arbeitsmarkt und dem Bestimmungsrecht über den eigenen Körper (Sanders/Berg/Goetz 2020, 24). Die Bewegung steht noch nicht am Ende, da eine völlige Gleichberechtigung der Geschlechter noch nicht erreicht ist. Der Antifeminismus nimmt im Kontrast dazu an, dass die Gleichberechtigung bereits an ihrem Höhepunkt angelangt sei und versucht, mit konservativen Ansätzen diese schrittweise rückgängig zu machen, etwa die Gleichstellungsmaßnahmen auf dem Arbeitsmarkt und die Befreiung von Frauen aus den Zwängen der bürgerlichen Familie (ibid.). Eine Umsetzung weiterer Gleichstellungsansprüche von Frauen würden aus antifeministischer Sicht zur Benachteiligung von Männern führen (Schnabel/Beyer/ Ülpenich 2021, 181).

Ob Antifeminismus als eigene soziale Bewegung angesehen werden kann, ist strittig. In jedem Fall handelt es sich aber um eine Gegenmobilisierung gegen den Feminismus als gesellschaftsverändernde Kraft (ibid., 177f.). Die Begründung antifeministischer Ansichten

speist sich häufig aus der Annahme, die politischen und öffentlichen Institutionen sowie die Presse seien vom Feminismus ‚unterwandert‘ und die ‚politischen Eliten‘ würden die Kontrolle über die Bevölkerung übernehmen. Dies geht mit der Abwehr einer progressiv-liberalen Weltanschauung einher (ibid., 192). Kampffelder der antifeministischen Debatten sind vor allem familienbezogene Themen wie etwa das vermeintlich durch Feminismus gefährdete Kindeswohl oder die juristische Benachteiligung von Scheidungsvätern in Deutschland. Die antifeministische Ideologie orientiert sich an der traditionellen, heteronormativen Kleinfamilie mit ‚männlicher‘ Erwerbsarbeit und ‚weiblicher‘ Care-Arbeit (ibid., 188). Teils sind antifeministische Überzeugungen die Folge von sozialen Veränderungen, zum Beispiel der Demokratisierung und der gesellschaftlichen Beschleunigung im Allgemeinen (ibid., 191). Der Antifeminismus ist anschlussfähig für neurechte Positionen, aber auch für religiös-fundamentalistische Bewegungen, wegen seines traditionellen hierarchischen, binären Geschlechterbildes (ibid., 192).

Schnabel, Beyer und Ülpenich haben in einer Studie die Verbreitung von Antifeminismus in Deutschland untersucht. Dafür nahmen 1202 Personen in einer schriftlichen, standardisierten Online-Befragung im Jahr 2016 teil (ibid., 184). Dabei war eine deutliche Variable zur politischen Einordnung von Antifeminismus die Parteipräferenz der Befragten. Besonders bei AfD- und NPD-Sympathisant\*innen trafen antifeministische Aussagen auf hohe Zustimmung. Der niedrigste Wert fand sich bei Personen, die sich der Grünen Partei nahe fühlten (ibid., 186). Ein Fazit der Studie ist außerdem, dass antifeministische Einstellungen in allen Gesellschaftsschichten vorkommen. Daher ist es naheliegend, dass Antifeminismus keine eigene Weltanschauung verkörpert, sondern eine gruppenspezifische Bewusstseinsstruktur, die Teil einer konservativ-traditionalistischen Weltanschauung ist. Die Autor\*innen benennen fünf signifikante Zusammenhänge von Antifeminismus mit der konservativ-traditionalistischen Weltanschauung:

Antifeministische Einstellungen sind mit Empfindungen von Anomie und Ohnmacht, autoritären Positionen, mangelnder Selbstwirksamkeit, sozialer Dominanzorientierung und Misstrauen in Fremde verbunden. (ibid., 191)

Mit dieser Weltanschauung geht darüber hinaus ein eingeschränkter Zugang für Frauen zur Öffentlichkeit einher. Wie bereits in Kapitel 3.1 beschrieben wurde, gilt die Frau aus rechtsideologischer Sicht im öffentlichen Raum als Opfer. Dagegen sei das Zuhause ein Ort der Sicherheit, weil sie dort dem Zugriff anderer Männer entzogen sei (Sanders/Berg/Goetz 2020,

168).<sup>23</sup> Die Partizipation von Frauen im politischen Raum wird ihnen ebenso verweigert. Im Antifeminismus gelten Frauen nicht als handelnde Subjekte mit eigenem Interesse hinsichtlich politischer Gestaltungsmöglichkeiten (ibid., 181). Die AfD arbeitet daran, Quotenregelungen zur Partizipation von Frauen in Politik und Wirtschaft zu verbieten. Die Partei unterstützt damit den Gender-Pay-Gap, ungleiche Zugänge für Frauen zu Ressourcen und auch die eingeschränkten Möglichkeiten für Schwangerschaftsabbrüche. Es besteht die Ansicht, dass Frauen sich selbst Zugang zu höheren Positionen verschaffen können, wenn sie nur qualifiziert genug seien (ibid., 25). Im Antifeminismus wird eine offene Misogynie vermittelt. Dennoch identifizieren sich auch Frauen mit dieser Weltanschauung. Das zeigt sich deutlich in der Tradwife-Bewegung, die im folgenden Kapitel vorgestellt wird.

### **3.3 *Feminin statt feministisch* – die Idee der Tradwife-Bewegung**

In den letzten Jahren hat sich eine Frauenbewegung etabliert, die zwar nicht per se als rechtsideologisch zu bewerten ist, aber dennoch affirmativ für das rechte Lager wirkt. Bekannt ist sie als die *Tradwife*-Bewegung, die ursprünglich aus den USA stammt und mittlerweile auch in Deutschland angekommen ist. In der Pandemiezeit zwischen 2020 und 2022 erfuhr sie eine Hochkonjunktur (Proctor 2022, 7). In der Phase der Lockdowns, als viele Menschen an das häusliche Umfeld gebunden waren, fand eine Rückbesinnung auf die traditionellen Familiendynamiken statt. So ergibt sich auch der Name *Tradwife* als Zusammensetzung aus *traditional* und *wife* – traditionelle Ehefrau. Frauen, die sich als Tradwife identifizieren, gehen den konservativen Geschlechterrollen nach. Sie erledigen den Haushalt, konzentrieren sich auf Mann, Kinder und Haus, anstatt eine berufliche Karriere zu absolvieren. Dies wird als alternativer ‚Lifestyle‘ auf den sozialen Medien geteilt und verbreitet (ibid.).

Warum findet diese Weltanschauung Anklang in der rechten Szene? Im neurechten Antifeminismus wird die Frauenidentität als schützenswert propagiert und die Forderung nach einer Selbstermächtigung der Frau umgewertet (Hornuff 2019, 56). Frauen sollen sich demnach den Überforderungen der modernen Zeit entziehen und sich wieder auf ihre ‚eigentliche Bestimmung‘ besinnen: einen Ehepartner finden, Kinder bekommen und Hausfrau sein. So wird die strukturelle Überbelastung durch eine gleichzeitige Berufstätigkeit vermieden (ibid.). Meist geht das Konzept mit einer männlich dominierten, heterosexuellen Ehe einher. Oft sind

---

<sup>23</sup> In dieser Behauptung wird erstens häusliche Gewalt übersehen und zweitens werden Frauen unsichtbar gemacht, indem ihnen die Teilhabe in der Öffentlichkeit abgesprochen wird. Daneben werden der Anteil der von Gewalt betroffenen Männer im öffentlichen Raum sowie Trans- und Homofeindlichkeit ausgeblendet (Sanders/Berg/Goetz 2020, 169).

bei Tradwives zusätzlich politisch rechte Ansichten vorhanden wie etwa die Unterstützung des Patriarchats (Proctor 2022, 8ff.). David Proctor untersucht die Zusammenhänge des Tradwife-Konzepts mit Race, Gender und Medien. Seine Ergebnisse werden im Folgenden zusammengefasst.

Erstens ist die Idee von Tradwives sexistisch und antifeministisch (ibid., 8). Frauen gelten als den Männern untergeordnet. Frauenrechte, die in den letzten Jahrzehnten erwirkt wurden, sollen rückgängig gemacht werden, zum Beispiel das Recht zu arbeiten, zu wählen und die körperliche Autonomie der Frau. Der Tradwife-Bewegung entspringt auch das Motto *feminin statt feministisch*. Mit *feminin* ist dabei eine bestimmte Vorstellung von Weiblichkeit gemeint, die sich aus traditionellen, konservativen und teils rechtsideologischen Ideen konstruiert. Während sich einige Anhängerinnen explizit als antifeministisch outen, versuchen andere, das Tradwife-Konzept als feministisch zu rechtfertigen. Dafür wird argumentiert, dass es feministisch sei, wenn Frauen die Wahl gelassen werde, ob sie arbeiten gehen oder Hausfrau sein wollen (ibid., 9). Der sogenannte *Choice-Feminism* scheitert allerdings daran, dass den meisten Frauen aus kulturellen, ethnischen, wirtschaftlichen oder geografischen Gründen diese Wahl nicht offen bleibt. Tradwives gehen von einem biologisch vorbestimmten, binären Geschlechtersystem aus. Beziehungen werden als heterosexuell vorausgesetzt. Die überholten heteronormativen Vorstellungen von Weiblichkeit und Männlichkeit prägen das Konzept (ibid., 16).

Zweitens ist das Tradwife-Konzept rassistisch, da es Anknüpfungspunkte für die *White-Supremacy*-Bewegung<sup>24</sup> bietet. Die dem Konzept inne liegenden Werte stammen ausschließlich von mittelklassigen Weißen Familien der 50er Jahre, werden aber als ‚natürlicher‘ Lebensstil für alle Menschen angesehen (ibid.) Schwarze Menschen erlebten in den 1950er Jahren nicht dieselben Werte hinsichtlich der Geschlechterrollen und Arbeitsverteilung. White-Supremacy-Unterstützer\*innen finden daher in der Tradwife-Bewegung eine Übereinstimmung mit ihren rechten Ansichten. Dahingegen sind nicht alle Tradwife-Anhänger\*innen automatisch extrem rechts oder nationalsozialistisch (ibid., 10).

Nachfolgend soll erläutert werden, welche Rolle Instagram für die Bewegung spielt. Online-Plattformen werden von Tradwives genutzt, um die Tradwife-Persona als Identifikationsangebot zu schaffen und gleichzeitig den Lebensstil zu legitimieren (ibid., 11). Warum spricht David Proctor von der Tradwife als *Persona*? Damit sind weder das Individuum

---

<sup>24</sup> *White-Supremacy* ist eine in den Vereinigten Staaten verwurzelte politische Bewegung, die maßgeblich für die strukturelle Verankerung des Rassismus in der Gesellschaft verantwortlich ist und Weißen Menschen bestimmte Privilegien zuspricht. Dabei unterliegt das Konzept von Weiß-Sein einem historischen Wandel (Vials 2018).



noch das Kollektiv gemeint, es handelt sich vielmehr um einen Prototyp oder eine Personifizierung der Zielgruppe. Akteur\*innen auf Instagram performen diese Persona einer Tradwife. Sie posten sich und ihre Familie in diversen Situationen von Naturverbundenheit und Familienglück. Die Zielgruppe sind dabei meist andere Frauen, die sich mit diesem Lebensstil identifizieren oder dafür interessieren. Es wird dargestellt, wie eine Tradwife handeln, reden und leben sollte. Gleichzeitig etablieren die Akteur\*innen ihre eigene Position in der Online-Community. Dies geschieht auch Plattform-übergreifend, beispielsweise durch Blogs. So wird eine Öffentlichkeit aufgebaut, in der Tradwives miteinander kommunizieren und sich austauschen können (ibid., 11). Ein offener Rassismus oder Sexismus würde den Akteur\*innen selbst schaden, weshalb sie selten radikale Aussagen treffen. Das Ziel ist letztendlich, die breite Masse zu erreichen oder sogar global bekannt zu werden (ibid., 12).

Wie inszenieren Tradwives Weiblichkeit? Durch ihre Performanz zieht sich eine mehr oder weniger auffällige Misogynie. Für die Inszenierung wird teils mit dem klassischen Kleider-Stil aus den 50er-Jahren gearbeitet. Das Setting eines Fotos oder Instagram-Beitrags zeigt Situationen wie Tischdecken, Kochen, Spaziergänge in der Natur, Hochzeitsfotos, Fotos der eigenen Kinder, Wohnungsdekoration und ähnliche Motive (ibid., 14). Die Lifestyle-Blogger\*innen müssen sich im Idealfall so inszenieren, dass ihr Lebensstil als erstrebenswert und doch als alltäglich wahrgenommen wird. Durch die Alltagsnähe des Tradwife-Konzepts wird die Legitimation des konservativen Lebensstils in der breiten Masse angestrebt (ibid., 19). Interessant zu beobachten ist die Ambivalenz der Tradwives auf Instagram. Im Expertengespräch mit Kymon Ems<sup>25</sup> wies der Sozial- und Kulturwissenschaftler auf die Tradwife-Influencerin Alena Kate Pettitt hin, die sich als Hausfrau inszeniert, aber als Unternehmerin, Influencerin und Marketingmanagerin arbeitet. Zwischen Interviewterminen, dem Verfassen von Büchern und Fotoshootings ist unklar, inwieweit sie den propagierten Lebensstil in der Realität selbst ausleben kann. Es besteht ein Widerspruch im Empowerment der selbstständigen Frau und ihrem Appell an die Follower\*innen, genau gegenteilig zu agieren. Proctor schließt mit dem Fazit, dass nicht alle Tradwives antifeministische, Weiße Nationalisten seien, aber das Konzept einige Aspekte systemischer Misogynie und White-Supremacy enthalte (2022, 21). Es muss daher ständig hinterfragt werden, was sich hinter den ‚traditionellen Werten‘ verbirgt und welchen Zweck diese erfüllen sollen.

---

<sup>25</sup> Sina Albrecht, Online-Interview mit Kymon Ems, 12.07.2023.

In diesem Kapitel wurden die Bedeutungen von Weiblichkeit und Frauen im rechten Spektrum untersucht. Der Forschungsansatz, der einen ‚weiblichen‘ Rechtsextremismus in Abgrenzung zum ‚männlichen‘ betrachtet, wurde abgelehnt. Stattdessen wurde diskutiert, wie Weiblichkeit in rechten Kommunikationskontexten konstruiert wird, welche Narrative geschaffen werden und mit welchen Widersprüchen diese einhergehen. Deutlich wurde die strukturelle Misogynie im heutigen rechtsideologischen Spektrum, welches eine Re-Traditionalisierung der Frauenrolle verlangt und die Fortschritte des Feminismus rückgängig machen will. Unter den Stichworten *Gender-Wahnsinn*, *Gender-Sprache* und *Gender-Mainstreaming* verschafft sich die extreme Rechte Zugang zu gesamtgesellschaftlichen Debatten. Antifeminismus knüpft ideologisch eng ans rechte Spektrum an. Die antifeministische Tradwife-Bewegung ist sexistisch und rassistisch veranlagt und in sich widersprüchlich. Die antifeministische Inszenierung von Weiblichkeit steht der Selbstermächtigung der Frau im öffentlichen Raum als Unternehmerin und Influencerin gegenüber. Mit diesen Erkenntnissen schließt der Theorieteil. Im Weiteren wird das Vorgehen zur Analyse der rechten Akteur\*innen dargelegt. Die gewonnenen theoretischen Erkenntnisse werden in Kapitel 5 und 6 auf die konkreten Analysegegenstände bezogen.

#### **4. Methodenmix zur Analyse der Instagram-Kanäle**

Die vorliegende Forschungsarbeit verfährt nach einem eigens entwickelten Methodenmix in drei Schritten. Erstens erfolgt eine Teilnehmende Beobachtung im Rahmen einer Netnographie zur Festlegung des Forschungsgegenstands in Form von ausgewählten Instagram-Beiträgen. Anschließend werden diese Beiträge über die Methode der dokumentarischen Bildanalyse analysiert. Zuletzt wird die Inszenierung von Weiblichkeitsbildern im Rahmen des (De-)Konstruktivismus ausgewertet. Die Regeln und Gesetzmäßigkeiten im Forschungsfeld sind bei der Teilnehmenden Beobachtung anfangs oft nicht bekannt, weshalb die Forscher\*in die Untersuchungsmethode im Laufe der Beobachtung anpassen und weiterentwickeln muss (Münst 2010, 381). So wurde auch in dieser Arbeit vorgegangen: Erst wurde das Forschungsinteresse festgelegt sowie die konkreten Gegenstände. Daraus wurde die Methode entwickelt. Nach Durchführung einer Pilotstudie wurde die Methode weiter angepasst, was in Kapitel 4.2 näher erläutert wird.

Die anfängliche Überlegung bestand darin zu hinterfragen, welche Inhalte Instagram als Medium für die Analyse anbietet. Die Plattform verfügt über Bild-Beiträge (*Posts*), Video-Beiträge (*Reels*) und 24-stündige Statuseinträge (*Stories*). Zudem gibt

es Textbeiträge in Form von Bild-, Video- und Profilbeschreibungen sowie Hashtags, eine Kommentarfunktion und die Funktion zum Liken. Gesucht war also eine Methode, die es erlaubt, verschiedene mediale Formate im Kontext zueinander zu analysieren. Relevant für das Forschungsinteresse sind die Fragen, wie sich die Personen auf Instagram selbst darstellen, welche Rolle politische Inhalte auf ihrem Account spielen und durch welche Kommunikationsstrategien diese gegebenenfalls vermittelt werden. Schlussendlich soll ausgewertet werden, welche Rolle die Performanz von Weiblichkeit für die Verbreitung rechtsideologischer Inhalte bei den einzelnen Akteur\*innen spielt. Der zusammengestellte Methodenmix ermöglicht, eine Analyse sowohl auf visuell-medialer Ebene als auch im diskurstheoretischen Kontext vorzunehmen. Im Folgenden wird genauer auf die drei Methoden eingegangen.

#### **4.1 Methode 1: Netnographie**

Die erste Methode ist die Netnographie, die sich aus *Ethnographie* und *Internet* zusammensetzt. Sie wird als interpretative Analysemethode zur Untersuchung von Gemeinschaften im Internet eingesetzt (Beckmann/Langer 2009, 221). Netnographische Forschung kann durch den direkten persönlichen Kontakt mit Gruppenmitgliedern, durch eine Mischung aus Online- und Offline-Datenerhebungen oder durch das Internet als ausschließliche Datenquelle geschehen (ibid., 224). Die Netnographie ist selbst multimethodisch angelegt und bietet Anschlussmöglichkeiten für weitere Analysemethoden. Die Auswahl der Methode hängt von der Forschungsfrage ab. Weil in dieser Masterarbeit die Kommunikationsstrategien rechter Akteurinnen analysiert werden, dienen die im Internet verfügbaren Daten als Grundlage der Untersuchung. Die Datenerhebung erfolgt durch die Beobachtung von hochgeladenen Bildern und Videos, Kommentaren, Diskussionen und anderen Interaktionen innerhalb der analysierten Gruppe. Die erhobenen Daten werden in Form von Screenshots im Anhang dokumentiert. In der Netnographie ist ein Großteil der erhobenen Daten textlich, weshalb zur Auswertung von Daten die Diskursanalyse und Inhaltsanalyse empfohlen werden (ibid.). In der vorliegenden Forschungsarbeit steht das Bildmaterial im Mittelpunkt, welches mithilfe der dokumentarischen Bildanalyse als eine Methode der qualitativen Inhaltsanalyse untersucht wird (siehe Kapitel 4.2). Zur Auswertung der durch die Bildanalyse gewonnenen Erkenntnisse erfolgt anschließend eine Diskursanalyse, die in Kapitel 4.3 genauer beschrieben und in Kapitel 6 angewendet wird. Die Netnographie eignet sich zur Untersuchung von politischen Gruppen auf Instagram, da sie öffentliche Diskussionen und Interaktionen zwischen Mitgliedern einer Gruppe in den Fokus stellt.

Das Verfahren kann auch als Teilnehmende Beobachtung in der digitalen Öffentlichkeit verstanden werden. Die Teilnehmende Beobachtung ist ein in der Ethnologie angesiedeltes Forschungsverfahren, das auch als *Feldforschung* bezeichnet wird. Die Forscher\*in hält sich dabei über einen längeren Zeitraum in der zu untersuchenden Gruppe auf, lernt deren Sprache und nimmt an ihren Aktivitäten mehr oder weniger intensiv teil (Spittler 2001, 2). Die Teilnehmende Beobachtung ermöglicht es, Grenzen zu überschreiten, kulturelle Praktiken zu erfassen und Wissen zu erwerben, welches diskursiv nicht zur Verfügung steht sowie Handlungsstrukturen und Abweichungen zu identifizieren (Münst 2010, 384). Diese Bandbreite macht die Teilnehmende Beobachtung für unterschiedliche gesellschaftliche Felder produktiv. Dennoch stößt die ausgewählte Methode an einigen Stellen an ihre Grenzen. Bei der Analyse rechter Aktivistinnen kann die Teilnahme an deren Alltag nicht kontinuierlich sein. Allein die Instagram-Stories ermöglichen einen Einblick in die täglichen Ereignisse, wobei auch diese inszeniert und manipulativ sein können. Ein Dilemma besteht auch darin, dass die Forscher\*in bei der Teilnehmenden Beobachtung die Handlungsweisen der Gruppe erlernen und sich daran beteiligen sollte, was in rechten Kommunikationskontexten moralisch nicht vertretbar wäre. Allerdings kann die Sprache der Gruppe erforscht werden, indem Hashtags, Emojis und das Vokabular aus rechten Kontexten decodiert werden.

Wie wurde die Netnographie in Form einer Teilnehmenden Beobachtung in dieser Forschungsarbeit umgesetzt? Zunächst drängte sich die Frage auf, welcher Einblick in die Thematik gegeben werden könnte, der der Allgemeinheit verborgen bleibt. So entwickelte sich die Idee einer ethnologischen Analyse, direkt aus der rechten Bubble heraus. Hierfür musste ein Fake-Profil auf Instagram erstellt werden, welches als nicht verdächtig in der rechten Szene gelten durfte. In der Teilnehmenden Beobachtung begünstigen oder beschränken bestimmte Faktoren den Zugang zu einem Feld, zum Beispiel die eigene ethnische oder nationale Herkunft oder das Geschlecht (Münst 2010, 381). Mit dem Fake-Account *aschenputtel\_x* sollte einerseits an die deutsche Märchenkultur und andererseits an die Tradwife-Bewegung angeschlossen werden. Als Profilbild wurde ein gemaltes Bild von Aschenputtel ausgewählt, die beim Verrichten einer Hausarbeit in der Küche abgebildet ist, was dem Account eine konservative, traditionelle Konnotation verleiht. Als Profilbeschreibung wurde das deutsche Sprichwort *Wer nicht wagt, der nicht gewinnt* eingestellt, was sich als Aufruf zum politischen Umbruch interpretieren lässt. Mit dieser Selbstdarstellung sollte der Account für rechte Akteur\*innen vertrauenswürdig erscheinen. So konnte auch privaten Instagram-Profilen oder Profilen mit wenigen hundert Follower\*innen gefolgt werden, ohne verdächtig zu wirken.

Die Auswahl der beobachteten Instagram-Accounts erfolgte nach den Kriterien, welche rechten Akteur\*innen bereits in medialen Berichterstattungen auftauchten und welche offiziell aus der rechten Szene bekannt sind, beispielsweise als AfD-Mitglieder. Darüber hinaus wurde nach Hashtags recherchiert, etwa #afd wählen, #mutzurwahrheit, #whitelivesmatter, #konservativ, #afd wirkt und #heimatverliebt, die von der *Correctiv*-Studie als Indikatoren für rechte Akteur\*innen ermittelt wurden (Echtermann et al. 2020). Ergänzt wurde die Recherche durch das Expertengespräch mit Kymon Ems, einem Lehrbeauftragten der Universität Düsseldorf im Bereich Sozial- und Kulturwissenschaft.<sup>26</sup> Dieser machte auf die Akteurin Paula Winterfeldt aufmerksam (siehe Kapitel 5.5), die als Ikone der Identitären Bewegung gilt, sich aber nicht als solche auf Instagram inszeniert. Insgesamt wurde 26 Kanälen<sup>27</sup> weiblicher, rechter Akteurinnen gefolgt, woraus die anschließende Auswahl der zu analysierenden Beiträge getroffen wurde. Relevant war vor allem, dass die Akteurin selbst auf dem Foto abgebildet sein muss. Vom 28.06. bis zum 30.06.2023 wurden 332 Screenshots und -aufnahmen angefertigt, aus denen 30 Dateien für die Analyse in Kapitel 5 ausgewählt wurden.<sup>28</sup> Eine solche Dokumentation ist bei der Forschung in rechten Kontexten auf Instagram bedeutsam, da häufig Accounts oder Beiträge gelöscht werden, wenn diese gegen die Richtlinien der Plattform verstoßen.<sup>29</sup> Die analysierten Beiträge sollten möglichst aktuell sein und sich nach Möglichkeit explizit auf die Themen Gender und Weiblichkeit beziehen. In Kapitel 5 wird die Auswahl der Beiträge für jede einzelne Akteurin genauer begründet.

## 4.2 Methode 2: Dokumentarische Bildanalyse

Bei der Entwicklung des Methodenmix für diese Forschungsarbeit stellte sich die Frage, was den Zugang zum Feld eröffnen kann. Weil Instagram-Posts untersucht werden sollen, sind die vom Medium vorgegebenen Formate das audiovisuelle Format *Reel*, Bild und Text, in Form von Profil- und Bildbeschreibungen, Hashtags und Kommentaren. Die Methode der dokumentarischen Bildanalyse wurde maßgeblich von Ralf Bohnsack geprägt und ist vor allem

---

<sup>26</sup> Sina Albrecht, Online-Interview mit Kymon Ems, 12.07.2023.

<sup>27</sup> Das Netzwerk aus 26 Kanälen kann im Anhang 9 eingesehen werden.

<sup>28</sup> Es wurden zu jeder rechten Akteurin jeweils der Account mit Namen, Profilbeschreibung, Profilbild sowie die ersten fünf Reihen der Bildbeiträge gescreenshottet, um sich einen Überblick über die Inhalte zu verschaffen. In jedem Fall wurde der neuste Beitrag festgehalten sowie zwei bis drei weitere Fotos. Gegebenenfalls wurden Bildschirmaufnahmen von Reels und Storys angefertigt. Des Weiteren wurden die ersten zehn Kommentare zu den jeweiligen Beiträgen gescreenshottet.

<sup>29</sup> Eine bekannte rechte Akteurin und Influencerin, die für die Analyse interessant gewesen wäre, ist beispielsweise Lisa Lehmann (Ayyadi 2021). Mit ihrem Auftreten im Stil einer Influencerin gilt sie als „Türöffner in die rechtsextreme Szene“ (ibid.). Lehmanns Account wurde jedoch im Juni 2023 auf Instagram bereits als gelöscht angezeigt, weshalb sie nicht mehr analysiert werden konnte.

für Forschungsgegenstände produktiv, bei denen Text und Bild in einen Kontext gesetzt werden (Jukschat/Kudlacek 2017, 63). Bohnsacks Vorschlag für die Bildanalyse knüpft an Panofsky und Imdahl an.<sup>30</sup> Ihren Ursprung findet die Methode schon in den 1920er Jahren. Von Mannheim wurde sie als eine Methode der Weltanschauungsinterpretation gedeutet (Bohnsack 2013, 75). Zentral ist für Mannheim die These, dass die Welt oder Realität, also das *Was*, unbeobachtbar bleibt. Lediglich die Herstellungsprozesse von Welt und Realität sind beobachtbar, also das *Wie* (ibid., 76). Diese Ansicht gehört heute auch zum Kern der konstruktivistischen Analyse, die in Kapitel 4.3 genauer beschrieben wird.

Jukschat und Kudlacek verstehen die dokumentarische Bildanalyse als geeignete Methode für die Untersuchung von Radikalisierungsprozessen durch Bilder in extremistischen Online-Medien (2017, 59). Sie betonen ebenfalls den Vorteil der Methode, dass sie als rekonstruktiver Forschungsansatz die Bildebene im (Kon-)Text analysiert, was in der Online-Kommunikation unerlässlich ist (ibid.). Warum ist die dokumentarische Bildanalyse gerade für die Analyse von Instagram-Posts rechter Akteurinnen geeignet? Das Internet ermöglicht eine schnelle Informationsvermittlung, ohne Kontrolle durch äußere Instanzen, sodass schnell eine Normalisierung von extremen Ansichten stattfinden kann. Die Kommunikation auf sozialen Medien beinhaltet besonders viele visuelle Ausdrucksformen, wobei Bilder eine stärkere emotionalisierende Wirkung haben als Text (ibid., 60f.). Mit der dokumentarischen Bildanalyse lassen sich die Narrative, Argumentationsfiguren, Deutungsangebote und Versprechen erforschen, die in digitalen Medien verbreitet werden (ibid., 62). Um zu verifizieren, dass die dokumentarische Bildanalyse tatsächlich zum Erkenntnisgewinn der Forschungsarbeit beiträgt, wurde eine Pilotstudie durchgeführt. Dafür diente der Instagram-Beitrag von Gabrielle Mailbeck (siehe Kapitel 5.1) als Analysegegenstand.

Die Analyse läuft in zwei übergeordneten Schritten ab. Erst wird *eine formulierende Interpretation* vorgenommen und anschließend eine *reflektierende Interpretation*. Der erste Schritt ergibt sich aus dem Alltagswissen oder dem *Common-Sense* (ibid., 63). Es sollen der immanente Sinngehalt erfasst sowie die Frage nach dem *Was* beantwortet werden. Dazu findet eine vorikonografische Interpretation statt, wobei der Bildvorder-, -mittel- und -hintergrund detailliert beschrieben werden, ohne auf narratives Wissen zurückzugreifen (ibid., 64). Daran

---

<sup>30</sup> Bohnsack bezieht sich auf Panofsky, der die ikonologische Sinndimension als Dokumentsinn bezeichnete (Bohnsack 2013, 75). Die von Imdahl entwickelte Methodik war zwar ursprünglich für Kunstwerke gedacht, jedoch ist Bohnsack der Ansicht, dass die Methodik auch auf Bilder angewendet werden kann, die nicht die Kriterien eines Kunstwerkes erfüllen (ibid., 94). Dies begründet Bohnsack damit, dass Imdahl seine Methodik „für geeignet hält, überhaupt erst über den Kunstcharakter von Bildern zu entscheiden“ (ibid., 95).

schließt eine erste ikonografische Interpretation an, in der bereits politische Kontexte aufgedeckt und Symbole interpretiert werden können. Die Pilotstudie ergab, dass die vorikonografische Interpretation als Bildbeschreibung hilfreich zur Erfassung aller relevanten Bildkomponenten war. In der ikonografischen Interpretation konnte bereits der politische Kontext hergestellt werden. In der Pilotstudie wurde somit schnell der Bezug von Gabrielle Mailbeck zur AfD deutlich (siehe Kapitel 5.1). Das Bild zunächst unabhängig vom Text zu analysieren bietet den Vorteil, dass das Visuelle nicht von vornherein der sprachlich-textlichen Logik untergeordnet wird (Bohnsack 2011, 35).

Der zweite Schritt, die reflektierende Interpretation, umfasst handlungsleitendes Wissen, beziehungsweise die implizite Sinn-Ebene (Jukschat/Kudlacek 2017, 63). Sie ist die Frage nach dem *Wie*. Ziel ist die Rekonstruktion des Dokumentsinns. Dafür ist zunächst eine ikonische Interpretation der formalen Komposition durchzuführen. Dazu gehört wiederum die Planimetrie, also die Aufteilung in Bildhälften, die Erfassung der Komposition, Größe und Form von Bildelementen sowie der formalen Ganzheitsstruktur. Auch die perspektivische Konstruktion hinsichtlich der Horizontlinie, Vogel- oder Froschperspektive werden im Rahmen der formalen Komposition des Bildes betrachtet. Des Weiteren wird die szenische Choreografie untersucht, also die Akteur\*innen im Bild, das Verhältnis der Figuren zueinander sowie ihre Blicke. Außerdem wird das Verhältnis von Schärfe und Unschärfe geprüft (ibid., 64). Schließlich folgt die ikonologisch-ikonische Interpretation: Was steht bildkompositorisch im Fokus? Gibt es einen Kontrast zwischen den Bildebenen? Welche Botschaft wird vermittelt? Nach der Auswertung dieser Fragen folgt die Textinterpretation über eine Sequenzanalyse.<sup>31</sup> Jukschat und Kudlacek analysieren beispielhaft einen Tweet, in dem auch Text-Komponenten im Bild auftauchen (ibid., 65). Bei der Bildbeschreibung klammern sie den enthaltenen Text zunächst aus und betrachten ihn als rein grafisches Element. Die Textanalyse wird erst am Ende vorgenommen, um den Zusammenhang von Bild und Text zu diskutieren (ibid., 68).

---

<sup>31</sup> Die Sequenzanalyse erfolgt nach fünf Regeln. Erstens soll eine *Kontextfreiheit* hergestellt werden. Vom Wissen um den Kontext soll zuerst auf andere mögliche Kontexte abstrahiert werden, um keine Deutungsmöglichkeiten zu übersehen (Wernet 2009, 21ff.). Zweitens gilt das Prinzip der *Wörtlichkeit*. Der Text bildet die Grundlage der Interpretation und wird wörtlich genommen, auch Fehler im Text werden auf ihre Bedeutung untersucht (ibid., 24). Drittens wird nach *Sequentialität* gearbeitet, das heißt, der Text wird in kleine Segmente geteilt, die nacheinander analysiert werden. Jeder Textabschnitt wird darauf geprüft, ob er die bisherigen Lesarten und Interpretationen verifiziert oder ihnen widerspricht (ibid., 28ff.). Viertens muss bei der Sequenzanalyse eine *Extensivität* gegeben sein. Alle Bestandteile des Textes sind zu analysieren, aber nur in so kleinen Segmenten, dass diese höchst detailliert ausgewertet werden können (ibid., 32f.). Zuletzt gilt die Regel der *Sparsamkeit*. Es dürfen nur Deutungsmöglichkeiten und Lesarten in Betracht gezogen werden, die überprüfbar sind (ibid., 35ff.). Die Prinzipien von Kontextfreiheit und Sequenzialität gewährleisten, dass das Text- und Kontextwissen nicht zur Begründung von Lesarten gebraucht werden (ibid., 29).

Die Pilotstudie zeigte, dass sich durch die ikonische Interpretation nochmals Hinweise zur Selbstinszenierung der rechten Akteurinnen ergeben. Die darauffolgende ikonologisch-ikonische Interpretation konnte allerdings keine weiteren Erkenntnisse eröffnen, beziehungsweise fügte sie nur die bereits analysierten Fakten zusammen. Die Botschaft des Bildes wird auf Instagram vielmehr durch die dazugehörigen Textelemente wie Profilbeschreibung, Bildbeschreibung, Hashtags und Kommentare deutlich, weshalb die ikonologisch-ikonische Interpretation in Zusammenhang mit der Textanalyse erfolgen muss. Daher wurde festgelegt, dass in der vorliegenden Masterarbeit die ikonologisch-ikonische Interpretation und die Textanalyse nicht getrennt durchgeführt werden, wie es ansonsten für die dokumentarische Bildanalyse üblich ist. Die Regel über die Kontextfreiheit der Sequenzanalyse ist damit nicht in jedem Fall erfüllt, doch nur so kann ein aussagekräftiges Fazit darüber gezogen werden, inwiefern die visuelle und textuelle Symbolik derselben Logik folgen. Bei der Sequenzanalyse führten in der Pilotstudie besonders die Kriterien der Sequentialität und Extensivität zu einem umfangreichen Erkenntnisgewinn, da sie eine detaillierte Analyse der Bildbeschreibung und Hashtags verlangen. Obwohl die Methode der dokumentarischen Analyse zum Teil an das Forschungsinteresse angepasst werden musste, wird sie in dieser Masterarbeit mit den genannten Änderungen verwendet, da sie sich in der Pilotstudie als produktiv erwiesen hat.

Bohnsacks Methode ist auch für die Analyse von Videos beziehungsweise Instagram-Reels geeignet (2011, 176). Der Autor gibt dafür drei Schritte vor. Anfangs soll die Bilddimension interpretiert werden, indem Sequenzen ausgewählt und beschrieben, Einstellungswechsel und die Montage erfasst und gegebenenfalls Fotogramme<sup>32</sup> interpretiert werden. Als Sequenz gilt in dieser Forschungsarbeit das gesamte Reel, da es aufgrund seiner maximalen Länge von 90 Sekunden eine detaillierte Analyse jeder Kameraeinstellung erlaubt. Zu diesem Zweck wird zusätzlich ein Einstellungsprotokoll angefertigt (siehe Anhang 4). Darauf folgt die Interpretation in der Dimension von Text und Ton (ibid.). Es wird also beschrieben, was im Reel gesagt wird, welche Beschreibung dafür gewählt wurde, welche Hashtags und Emojis darin vorkommen und wie die Kommentare zum Video lauten. Als letzter Schritt werden eine reflektierende Gesamtinterpretation und Kontextualisierung vorgenommen. Zum Schluss wird

---

<sup>32</sup> Als Fotogramm versteht Bohnsack in Anlehnung an Roland Barthes (1990) ein Standbild (Bohnsack 2011, 151). Der Vorteil in der Analyse eines Fotogramms soll darin bestehen, dass ein Bild unabhängig von der Handlung betrachtet wird. Allerdings ist eine ausschließliche Analyse von Fotogrammen nicht sinnvoll, da die isolierte Bedeutung lediglich der Übergang zwischen zwei Bewegungspositionen ist (ibid., 154).



für die analysierte rechte Akteurin jeweils die Frage beantwortet, inwiefern Weiblichkeit inszeniert wird und wie dies mit der Verbreitung von politischen Inhalten zusammenhängt.

### **4.3 Methode 3: (De-)Konstruktivismus mit Schwerpunkt auf Judith Butler**

Der Zusammenhang von Kommunikation, Medien, Öffentlichkeit und Gender wird im deutschsprachigen Raum einerseits von der sozialwissenschaftlich orientierten Kommunikationswissenschaft, andererseits von der geistes- und kulturwissenschaftlich orientierten Medienwissenschaft erforscht (Maier/Thiele 2019, 403). Gender-Media-Studies sind von einer transdisziplinären und transnationalen Herangehensweise geprägt (Lünenborg/Maier 2013, 7). Seit den 1970er Jahren widmen sich die Gender-Media-Studies dem *Doing Gender*<sup>33</sup> und der Konstruktion von Zweigeschlechtlichkeit in und durch Medien. Dabei geraten Bilder, Bildmedien und visuelle Kommunikation zunehmend in den Fokus. Was haben die Kategorien *Geschlecht* und *Bild* gemeinsam und wie lässt sich dies für die Analyse nutzen? Worin unterscheiden sich der konstruktivistische und dekonstruktivistische Forschungsansatz und inwiefern ist eine Kombination beider möglich und produktiv für das Forschungsinteresse?

Sowohl das Geschlecht als auch das Bild können beide aus verschiedenen theoretischen Perspektiven analysiert und definiert werden (Maier/Thiele 2019, 404). Einerseits kann die Analyse aus Sicht einer realistischen Forschung geschehen. Diese betrachtet Medien als Spiegel der Realität und geht davon aus, dass Medien einen Wirklichkeits-Ausschnitt abbilden. Andererseits gibt es die konstruktivistische Forschung. Sie verwirft die Vorstellung, dass Medien und Realität in einem solchen Verhältnis zueinander stehen. Stattdessen untersucht sie, wie Medien Wirklichkeit(en) konstruieren (ibid., 405). Diese zwei Ansätze existieren in ähnlicher Form in der Geschlechterforschung. Während die realistische Forschung Geschlecht als soziale und biologische Realität voraussetzt, geht die konstruktivistische Forschung davon aus, dass Gender sozial und kulturell gestaltet ist (ibid.). In Bezug auf Bilder definiert die realistische Forschung ein Bild im Sinne einer Fotografie als Abbild der ‚Wirklichkeit‘. Die konstruktivistische Forschung sieht Bilder als soziale und individuelle Konstruktionen an, die mit der letztlich nicht erfassbaren Realität kaum in Zusammenhang stehen (ibid.). Realistische

---

<sup>33</sup> Mit dem Begriff *Doing Gender* wird das Prozesshafte des Handelns betont. Demnach wird Geschlecht nicht als gegeben vorausgesetzt, sondern es entsteht durch alltägliche Handlungen und Darstellungen (Lünenborg/Maier 2013, 21).

und konstruktivistische Forschungen haben also verschiedene Zugänge und ein unterschiedliches Verständnis von Bild, Medium und Gender.

Sowohl weibliche als auch männliche Geschlechterbilder finden sich in stereotypischer Form in sozialen Medien, Werbung und allen journalistischen Gattungen (ibid., 412). Aufgabe des Konstruktivismus ist die Untersuchung von Prozessen zur Herstellung von Geschlecht durch Medien und ihre Bilder. Lünenborg und Maier verstehen Konstruktivismus als Differenzperspektive, die typisch ‚männliches‘ und ‚weibliches‘ Verhalten analysiert (2013, 30). Um eine normative Haltung zu vermeiden, schlagen sie den interaktionistischen Konstruktivismus vor, der danach fragt, wie Frausein oder Mannsein prozesshaft in sozialen Praxen hergestellt wird und wie das Medienhandeln und -nutzen darauf Einfluss nimmt. Der interaktionistische Konstruktivismus sucht also nach dem *Doing Gender* als performativen Akt, der Geschlecht hervorbringt (ibid.), weshalb der Ansatz für diese Forschungsarbeit eingesetzt werden könnte. Die Methode arbeitet allerdings vorrangig auf empirischer Ebene (ibid., 21).

Daneben existiert der Dekonstruktivismus, der weniger das Handeln von Männern und Frauen voneinander differenzieren und ergründen will, sondern unterschiedliche soziale Praktiken untersucht, die das binäre Geschlechtersystem fortlaufend reproduzieren (ibid., 20). Da im Dekonstruktivismus nicht empirisch gearbeitet wird, wird er selten in kommunikationswissenschaftlichen Forschungen angewendet (ibid., 31). Die Methode der Dekonstruktion verläuft vorwiegend auf theoretisch-analytischer Ebene. Durch die diskurstheoretische Dekonstruktion können Geschlecht und darauf aufbauende Identitäten hinterfragt werden (ibid., 24). Laut Maier und Thiele geschieht dabei eine analytisch-diskursive Dekonstruktion von Geschlechterbildern und -konzepten in, durch und mit Medien (2019, 412). Villa weist darauf hin, dass bei der Interpretation von Texten angenommen wird, dass das, was nicht geschrieben wurde, ebenfalls wesentlich für den Sinn steht (2010, 148). Die analytisch-diskursive Dekonstruktion von Geschlechterbildern geschieht im Kontext anderer in die Kritik geratener Konzepte wie *nationale Identitäten*, *Whiteness* oder *Alter*. Diese Kategorien werden jeweils auf die ihnen innewohnenden Machtverhältnisse analysiert (Lünenborg/Maier 2013, 31). Die diskursive Dekonstruktion ermöglicht demnach Verknüpfungen zwischen Medien, Geschlechterbildern und rechten Ideologien, was sie für die Analyse ebenfalls nutzbar macht. Die Unterscheidung zwischen den Analysekonzepten Konstruktivismus und Dekonstruktivismus ist als idealtypisch zu verstehen. In Forschungsarbeiten finden sich oftmals Verbindungen und Ergänzungen beider Methoden, denn eine Vielfalt der Ansätze garantiert,

dass bestehende Wissensbestände kontinuierlich überarbeitet und aktualisiert werden (ibid., 24). Daher wird in der vorliegenden Masterarbeit eine Kombination der Ansätze verwendet.

Eine einschlägige Wissenschaftlerin im Konstruktivismus und Dekonstruktivismus ist Judith Butler. Die feministische Forscherin untersuchte bereits in den 1990er Jahren die Konstruktion einer scheinbaren Ontologie des Geschlechts (Villa 2010, 146). Dafür begibt sie sich auf die analytische Ebene der Sprache und des Diskurses und greift auf poststrukturalistische, diskurs- und sprachtheoretische Argumentationen zurück (ibid., 147). Butler beeinflusste die feministischen Theoriedebatten maßgeblich, wurde aber auch vielfach für ihre Thesen kritisiert und gerade im deutschsprachigen Raum zunächst skeptisch rezipiert (ibid.). Da sie aber sowohl den Konstruktivismus als auch Dekonstruktivismus in ihrer Forschung einsetzt, dient sie als theoretische Leitlinie für die Dekonstruktion von Weiblichkeitsbildern in der Auswertung (siehe Kapitel 6.1). Anders als bei den meisten konstruktivistischen Forschungen verfährt Butler weder empirisch noch historisch. Sie untersucht die performative Gestaltung von geschlechtlicher Identität ausschließlich auf diskursanalytischer Ebene (ibid., 148).

Welche Thesen stellt Butler hinsichtlich der Performanz von Weiblichkeit auf? Erstens knüpft sie an die These einer *Gewordenheit der Frau* von Simone de Beauvoir an, lehnt aber deren Überzeugung vom biologischen Geschlecht ab (Butler 1991, 166ff.). Das bedeutet, kein Mensch kommt als weibliches oder männliches Wesen zur Welt, sondern jedes Individuum entwickelt im Laufe der Zeit seine Geschlechtsidentität.

Hinter den Äußerungen der Geschlechteridentität (*gender*) liegt keine geschlechtlich bestimmte Identität (*gender identity*). Vielmehr wird diese Identität gerade performativ durch diese ‚Äußerungen‘ konstituiert, die angeblich ihr Resultat sind. (ibid., 49)

Diesen Prozess fasst Butler als performativen Akt auf, der allerdings weniger durch die Handlungen des Subjekts bestimmt ist als vielmehr durch den gesellschaftlichen Diskurs, der die Geschlechterbilder kontrolliert (1995, 2). Zweitens spricht sich Butler für eine Aufhebung der Unterscheidung zwischen *Sex* und *Gender* aus (1991, 23). Sie nutzt den Begriff der *Geschlechtsidentitäten*, die sich aufgrund ihrer Unabhängigkeit vom anatomischen Geschlecht und ihrer kulturellen Prägung nicht als binäres System der Geschlechter formieren (ibid.). Weiblichkeit und Männlichkeit sind demnach instabile, flexible Konstrukte. Diese Sichtweise eröffnet Raum für Widerstand gegen normative Geschlechterbilder. Drittens bringt sie die Kategorien Sexualität und *Race* in Zusammenhang. Heterosexualität als Norm vorauszusetzen, kann zur Folge haben, dass die faschistische Idee einer ‚reinrassigen Reproduktion‘ untermauert wird (Butler 1995, 168). Sexualität und Weiblichkeit müssen daher immer im Kontext anderer

politischer und sozialer Machstrukturen untersucht werden. Viertens nimmt bei alledem die Sprache eine nicht unwesentliche Funktion ein, da sie die Macht hat, Geschlechterbilder aufrechtzuerhalten und Geschlechter zu unterwerfen (Butler 1991, 51). Fünftens kritisiert Butler die Vorstellung der realistischen Forschung, die von einer natürlich gegebenen Weiblichkeit ausgeht und betont die Möglichkeit der Subversion von Geschlechternormen, einschließlich der Normen von Weiblichkeit, durch bewusste performative Akte.

*Performativität* des biologischen (Körper-)Geschlechtes meint dabei die die Wiederholung von Normen und Konventionen (Bublitz 2002, 72). Damit produziert die Performativität erst das, worauf sie sich vermeintlich bezieht. Sie erzeugt nachträglich die „Illusion eines Geschlechterkerns“ (ibid., 73). Diese Darstellung gesellschaftlicher Geschlechternormen ist historisch wandelbar. Butlers Ansatz will die heterosexuelle Matrix aufbrechen. Demnach können jedem Menschen ‚männliche‘ und ‚weibliche‘ Attribute zugeordnet werden, was die Geschlechtsidentitäten von *Mann* und *Frau* in Frage stellt (Butler 1991, 48). Aufgrund dieser Ansichten nimmt Judith Butler eine zentrale Rolle in queer-theoretischen<sup>34</sup> Arbeiten ein.<sup>35</sup>

In diesem Kapitel wurde hergeleitet, weshalb die realistische Forschung bei der Untersuchung des Zusammenhangs von Kommunikation, Medien, Öffentlichkeit und Geschlecht keinen praktikablen Ansatz darstellt. Ferner wurde festgestellt, wie stattdessen eine Kombination aus interaktionistischem Konstruktivismus und diskurstheoretischer Dekonstruktion zur Analyse von Weiblichkeitsbildern im Kontext von Medien, Öffentlichkeit und politischen Diskursen dienen kann. Zur theoretischen Fundierung wurde Judith Butler ausgewählt, die sich zwischen Konstruktivismus und Dekonstruktivismus sowie in der Queer-Theory verortet.<sup>36</sup> Auf Grundlage der fünf herausgearbeiteten Thesen Butlers wird in Kapitel 6.1 die performative Inszenierung von Weiblichkeit der rechten Akteurinnen ausgewertet. Eine Reflexion der Methoden Anwendung findet in Kapitel 6.2 statt.

---

<sup>34</sup> *Queer* steht nach der Wortbedeutung für seltsam oder sonderbar. Der Ausdruck kam im Rahmen der Frauenforschung der 1990er Jahre auf. Mit dem akademischen Projekt der *Queer-Studies* findet eine kritische Auseinandersetzung mit Heteronormativität statt (Lünenborg/Maier 2013, 15f.).

<sup>35</sup> Butler ist in jedem Fall in die feministische Forschung einzuordnen. Je nach Literaturquelle wird sie vorrangig oder erst an zweiter Stelle in den Queer-Studies eingeordnet (vgl. Bublitz 2002, 49). Ihr weitreichender Einfluss auf queer-theoretische Arbeiten rechtfertigt diese Zuordnung.

<sup>36</sup> Dekonstruktivismus und Queer-Studies sind miteinander vereinbar, da sie beide an der Dekonstruktion von Identitätskonzepten arbeiten. Die Forschungsansätze analysieren nicht Männlichkeit und Weiblichkeit als solche, sondern die ihnen zugrunde liegenden Muster, gesellschaftliche Strukturen, Mechanismen und Machtverhältnisse. Dabei arbeiten sie vor allem theoriebasiert und weniger empirisch (Lünenborg/Maier 2013, 23). Butler wird sowohl in den Queer-Studies als auch im Dekonstruktivismus verortet. Auch Bilder, die sich inhaltlich nicht auf queere Themen oder Diskurse beziehen, können aus queer-theoretischer Sicht analysiert werden (Maier/Thiele 2019, 415).

## **5. Analyse der Kommunikationsstrategien und Performanzen von Weiblichkeit in rechtsideologischen Kontexten**

Aus den weiblichen Schlüsselfiguren des rechten Netzwerks auf Instagram können in diesem Kapitel aufgrund des beschränkten Umfangs der Masterarbeit nur sieben Akteurinnen analysiert werden. Die Auswahl der Personen soll gezielt die Diversität der Selbstinszenierungen und Performanzen rechter Akteurinnen abbilden. Gleichzeitig sollen die Gemeinsamkeiten in den Kommunikationsstrategien und im *Doing Gender* ermittelt werden. Da die Partei Alternative für Deutschland aktuell die einflussreichste rechte Akteurin in der Bundesrepublik darstellt, werden vier AfD-Politikerinnen in ihrer Online-Präsenz auf Instagram vorgestellt: Gabrielle Mailbeck, Marie-Thérèse Kaiser, Alice Weidel und Eva-Marie-Doerfler. Des Weiteren werden drei Akteurinnen präsentiert, die aus dem Kreis der Identitären Bewegung bekannt sind: Paula Winterfeldt, Reinhild Boßdorf und Freya Honold.

### **5.1 Gabrielle Mailbeck – Paradoxe Selbstermächtigung als AfD-Politikerin mit Migrationshintergrund**

Im Instagram-Beitrag vom 14.05.2023 auf dem Profil *gabrielle.mailbeck.afd* kniet eine junge Frau neben einem Kleinkind (siehe Anhang 2, Abb. 1). Sie trägt ein hellblaues langes Kleid und ist im Seitenprofil zu sehen. Sie blickt über ihre rechte Schulter in die Kamera und lächelt. Mit ihrer linken Hand umfasst sie das Kind, während ihre rechte Hand auf dem rechten Oberschenkel des Kindes liegt. Sie trägt einen Ehering an der rechten Hand. Das Kind ist in rosa Leggings, ein hellblaues T-Shirt mit AfD-Aufdruck und weiße Schuhe gekleidet. Es bedeckt seine untere Gesichtshälfte mit einer Deutschlandflagge aus Papier, die es an einem Stab in der linken Hand hält. Mit der rechten Hand stützt es sich an der Frau ab und schaut in die Ferne. Im Hintergrund sind verschwommen eine Wiese und Bäume zu sehen. Das Licht ist tageshell und strahlt die Personen von links an, sodass deren Schatten in die rechte Bildhälfte fällt.

Bei der Frau im Bild handelt es sich um Gabrielle Mailbeck, die als Bezirkskandidatin für die AfD in Augsburg und Schwaben fungiert sowie als Fraktionsgeschäftsführerin der AfD in Augsburg. Aus dem Bild geht nicht hervor, ob es sich um Mailbecks eigenes Kind handelt. Die Körperhaltungen lassen aber annehmen, dass ein Vertrauensverhältnis zwischen ihr und dem Kind besteht. Die Gesamtkomposition konzentriert sich auf das Duo, das sich mittig im Bild befindet und vor dem unscharfen Hintergrund eine solide, stahlend-blaue Einheit bilden. Das Hellgrün der Bäume und Wiese im Hintergrund und das angedeutete Hellblau des Himmels vermitteln den Gesamteindruck eines sonnigen Tages im späten

Frühling bis frühen Sommer. Die szenische Choreografie wirkt harmonisch und vermittelt ein Gefühl der Verbundenheit zwischen Gabrielle Mailbeck und dem Kind. Das Kleinkind richtet seine Augen auf einen höher gelegenen Punkt hinter der Kamera. Sein Gesichtsausdruck hinter der Deutschlandflagge ist nicht erkennbar. Dennoch symbolisiert der Blick in die Ferne Hoffnung, Nachdenklichkeit und Träumerei. Das Foto wurde aus einer leicht untersichtigen Perspektive aufgenommen, sodass Mailbeck von oben auf die Betrachter\*in herabschaut. Diese Perspektive lässt sie trotz ihrer knienden Position größer und dominanter erscheinen. Für ihre Performanz als Politikerin ist dieser Effekt besonders relevant. Durch ihren Blick in die Kamera stellt die recht Akteurin Kontakt zur Zuschauer\*in her, um an diese zu appellieren, die AfD und vor allem Mailbeck als Politikerin zu wählen. Die inszenierte Kinderfreundlichkeit soll jegliche Zweifel an der Partei ausräumen.

Die Rolle des Kindes für das Bild wird im Folgenden genauer analysiert. Das Kind entspricht dem Alter von eins bis zwei Jahren und ist daher besonders schutzbedürftig. Bei der Veröffentlichung des Fotos auf Mailbecks öffentlichem Profil mit über siebentausend Follower\*innen ist fragwürdig, ob die Privatsphäre und Sicherheit des Kindes gewährleistet sind. Nase und Mund des Kleinkindes werden von der Flagge verdeckt, die es selbst über sein Gesicht hält. Dies deutet auf den Versuch hin, das Kind zumindest teilweise zu schützen. Die Augen und der Körper sind aber deutlich erkennbar. Da es kein Verbot gibt, Kinder auf Instagram zu posten, verstößt Mailbeck weder gegen die Richtlinien der Plattform noch gegen das deutsche Gesetz. Dennoch ist zu kritisieren, dass das Kind in einem Kontext gezeigt wird, der in Zukunft belastend wirken könnte. Erstens wurde dem Kind eine Deutschland-Flagge in die Hand gegeben und zweitens ein AfD-T-Shirt angezogen. Die Bedeutung dieser Symboliken kann das Kind aufgrund des jungen Alters nicht nachvollziehen. Die Inszenierung dient ausschließlich zur Vermittlung der politischen Botschaft Mailbecks.

Die ikonografische Aussage des Bildes lautet, dass die AfD für eine Partei steht, die sich vermeintlich für Kinder einsetzt. Dass Mailbeck sich selbst als Repräsentantin der AfD sieht, wird durch ihr hellblaues Kleid verdeutlicht. Warum sie selbst nicht das AfD-Shirt trägt und die Flagge hält, könnte damit zusammenhängen, dass Kleinkinder für Unschuld und Reinheit stehen, aber auch für einen Neuanfang und eine bessere Zukunft (Hornuff 2019, 47). Das Kind wird instrumentalisiert, um diese Eigenschaften mit der AfD als eine vermeintliche Alternative für eine bessere Zukunft Deutschlands in Verbindung zu bringen. Dies fügt sich in das Image der AfD ein, die sich selbst als moderne Partei inszeniert und sich gegen die ‚Altparteien‘ und ‚Altmedien‘ ausspricht. Das breite Lächeln Mailbecks drückt Freude und Zuversicht über die

politische Macht der AfD aus. Während das Kind die Komplexität der Aufnahme nicht verstehen kann, hat die Politikerin das Kind wirksam für ihre Selbstinszenierung genutzt.

Aus Mailbecks Profilbeschreibung (siehe Abb. 2) geht hervor, dass sie neben ihrer politischen Tätigkeit auch Ehefrau und Mutter ist. Insofern könnte es sich bei dem Kleinkind durchaus um ihr eigenes handeln, was das vorgeblich enge Vertrauensverhältnis begründen würde. In ihrer Profilbeschreibung arbeitet Mailbeck außerdem mit Emojis: die Deutschlandflagge sowie ein Stimmzettel- und ein Statistik-Emoji illustrieren ihre politischen Aktivitäten, ein Familien-Emoji mit Vater, Mutter und Kind zeigt ihre Familienkonstruktion. Wie das Veröffentlichungsdatum beweist, wurde das Foto am 14.05.2023, also am Muttertag, hochgeladen. Aufschlussreich ist außerdem die Bildbeschreibung zum analysierten Foto. „Alles Gute zum #Muttertag!“ ist dieses untertitelt (siehe Abb. 3). Nach einem blauen Herz-Emoji folgt die Aussage „Nur die #AfD schenkt allen Müttern ein sicheres #Deutschland!“ (ibid.). Anschließend wird darauf aufmerksam gemacht, dass Mailbeck am 08.10.2023 als Kandidatin der AfD antritt und nochmals betont, dass sie neben ihrer politischen Tätigkeit selbst Ehefrau und Mutter ist. In Kapitel 1.1.1 wurde die Strategie der Verharmlosung rechtsideologischer Ansichten durch Metapolitik erläutert. Diese Methode wendet auch Mailbeck an, indem sie ihre politischen Forderungen mit dem kulturellen Bereich verknüpft. Sie nimmt den Muttertag zum Anlass, ihr politisches Programm besonders relevant erscheinen zu lassen. Demzufolge bedient sie sich außerdem der Strategie, an aktuelle Geschehnisse anzuknüpfen. Darüber hinaus unterstellt sie, dass Deutschland nicht sicher für Mütter sei, aber die AfD dies ändern könne. Es wird ein Bedrohungsszenario kreiert, das emotional an die Ängste der Community anknüpft.

Daraus ergibt sich der Zusammenhang zwischen Foto und Text. Das Kind wird Teil von Mailbecks Wahlprogramm. Ihre Botschaft lautet, dass sie sich politisch dafür einsetzt, Kindern in Deutschland eine sichere Zukunft zu gewährleisten. Dennoch ist die Resonanz in den Kommentaren nicht ausschließlich positiv. „Was für ein dreck [sic!]“, kommentiert eine Person (siehe Abb. 4). Ein weiterer Kommentar macht darauf aufmerksam, dass die AfD bei Bundestagsabstimmungen oft gegen das Wohl der Kinder votiert. Der Antrag auf sozialen Wohnungsbau, Überbrückungshilfen bei Corona, höhere Freibeträge für Alleinerziehende, ein einmaliger Kinderbonus von 300 Euro, mehr Geld für das Digitalpaket Schule, bessere Betreuung in Kitas und viele weitere Anträge seien allesamt von der AfD abgelehnt worden (siehe Abb. 5). Einige der 105 Kommentierenden nutzen Emojis, um ihre Verbundenheit zur AfD auszudrücken wie etwa das blaue Herz oder den Applaus-Emoji. Auch Emojis einer dankenden Geste sowie der Hundert-Prozent-Emoji sind in den Kommentaren zu finden.

Aussagen wie „Hallo Frau Mailbeck, Sie machen eine tolle Arbeit“ oder „Die Deutschlandflagge, wie schön“ werden unironisch kommentiert (siehe Abb. 4).

Die Hashtags *#unserlandzuerst*, *#mutzurwahrheit* und *#nurnochafd* unter dem Foto sind Beweise für Mailbecks rechte Gesinnung. Insgesamt folgen die Text- und Bildelemente insofern derselben Logik, dass beide mit dem Element des Mutter-Seins beziehungsweise dem Fokus auf das Kind die rechtsideologische Botschaft rechtfertigen und verharmlosen. Gabrielle Mailbeck inszeniert sich selbst als familienorientierte, traditionelle Politikerin der AfD, die die ‚Sicherheit wiederherstellen‘ will und konservative Werte vertritt. Obwohl sie selbst aus Brasilien stammt und mit Akzent spricht, richtet sich ihre Politik auch gegen Migration.<sup>37</sup> Aus einem weiteren Reel geht hervor, dass sie nach Deutschland eingewandert sei, weil sie sich in die „deutsche Leitkultur“ (Mailbeck, 31.05.2023) verliebt habe.<sup>38</sup> Diese möchte sie als AfD-Politikerin bewahren. Mit den Hashtags *#deutschlandabernormal* sowie *#augsburgabernormal* unter dem oben analysierten Bildbeitrag deutet sie an, dass Deutschland sich aus ihrer Sicht zum Negativen verändert habe und sie den vorherigen ‚Normalzustand‘ wiederherstellen will. Damit bezieht sich Mailbeck auf die vermeintlich verloren gegangene ‚Leitkultur‘, die als normatives, diskriminierendes Konzept gilt, das Vielfalt ablehnt. Die rechte Akteurin beweist ihre Radikalität auch durch die Selbstinszenierung an der Seite des Rechtsextremisten Bernd Höcke.<sup>39</sup> Der Muttertags-Beitrag wurde eingangs zur Analyse ausgewählt, weil dieser Mailbecks radikale Einstellung augenscheinlich abmildert. So will die rechte Akteurin den politischen Anschluss an die Mitte der Gesellschaft gewährleisten.

Wie wird durch den Instagram-Beitrag Weiblichkeit dargestellt und wie trägt dies zur Verbreitung rechter Inhalte bei? Mailbeck inszeniert Weiblichkeit erstens durch das Tragen eines Kleides. Dieses ist einerseits langärmelig und bodenlang, was auf ihre konservative Haltung hindeutet. Andererseits nutzt sie das Kleid im Rahmen des *Doing Gender* für eine feminine Ausstrahlung. Die hellblaue Farbe des Kleides ist passend zu ihrer Parteizugehörigkeit gewählt. Zweitens trägt sie einen Ehering an der rechten Hand, die sie gut sichtbar für die Kamera auf dem Kleinkind platziert hat. Das Frau-Sein konstruiert Mailbeck also über ihren

---

<sup>37</sup> In ihrem Reel vom 16.06.2023 äußert Mailbeck im Interview mit Stephan Protschka ihre Forderung, „illegale Migranten“ abzuschicken. Protschka bekräftigt: „Es geht nur um die illegalen. Wenn ich 700.000 Menschen, die zu Unrecht hier sind, abschiebe, dann löse ich viele [...] Probleme.“ Dies verdeutlicht die radikale Einstellung Mailbecks.

<sup>38</sup> In ihrem Reel vom 31.05.2023 sagt Mailbeck: „Ich habe mich in dieses Land verliebt. [...] Ich bin hierhergekommen, wegen der deutschen Leitkultur. Doch was ist damit passiert?“ Der Verweis auf eine angebliche ‚deutsche Leitkultur‘ deutet auf eine menschenfeindliche, rechte Einstellung hin.

<sup>39</sup> Vgl. Instagram-Profil *gabrielle-mailbeck.afd* 19.08.2023, 26.06.2023, 18.06.2023.



Status als Ehefrau und Mutter, auf den sie mehrfach hinweist. Für ihr politisches Programm nutzt sie diese Performanz als Kommunikationsstrategie, um andere Mütter emotional zu erreichen. Potentielle Wähler\*innen sollen sich mit ihr identifizieren. Um Stimmen für die nächste Wahl zu generieren, instrumentalisiert Maibeck sogar ihr vermutlich eigenes Kind für eine wirkungsvolle Bildkomposition. Wie in Kapitel 2.2 dargelegt wurde, gilt die Öffentlichkeit historisch als männlich dominierte Sphäre. Die politische und öffentliche Teilhabe der Frau kann daher als selbstermächtigender Akt betrachtet werden. Mailbeck hat sich nicht nur als weibliche Person, sondern auch als Person mit Migrationshintergrund Zugang zu einer Gruppe verschafft, deren ideologische Ausrichtung eine solche Selbstbefähigung in der Regel nicht zulässt. Als anerkanntes Mitglied in der von Männern dominierten AfD<sup>40</sup> hat sie sich nicht nur gegen geschlechtsspezifische Vorurteile, sondern auch gegen rassistische Vorbehalte durchsetzen müssen. Insofern ergibt sich ein Widerspruch zwischen Mailbecks rechtsideologischen Ansichten und ihrer feministischen Selbstermächtigung.

## **5.2 Marie-Thérèse Kaiser – Performanz einer dualen Persönlichkeit in der digitalen Öffentlichkeit**

Im Bildbeitrag vom 16.06.2023 auf dem Account *hallofrau-kaiser* ist eine junge Frau zu sehen, die im Schneidersitz auf einem hell beleuchteten Boden sitzt (siehe Anhang 3, Abb. 6). Sie hat beide Arme angewinkelt und zeigt auf Schulterhöhe mit beiden Händen eine Peace-Geste. Zu einem weißen T-Shirt trägt sie eine mittellange Jeanshose und weiße Turnschuhe. Als Accessoires sind silberne Kreol-Ohringe, ein silberner Ring am rechten Zeigefinger und eine schwarze Uhr am rechten Handgelenk erkennbar. Ihre langen braunen Haare sind offen und fallen locker über ihre rechte Schulter. Die junge Frau neigt den Kopf nach oben, zeigt ein breites Lächeln in die Kamera und präsentiert dabei weiße Zähne. Ihre Lippen werden durch einen magentafarbenen Lippenstift betont. Die Augenbrauen wurden braun nachgefärbt und die zusammengekniffenen Augen sind schwarz geschminkt. Der Hintergrund zeigt eine schachbrettartige Kulisse, bei der Boden und Wand nahtlos ineinander übergehen. Die Paneele sind in Beige gehalten, während die beleuchteten Fugen in hellgelbem Licht erscheinen.

Im zweiten Slide des Instagram-Beitrags wird die Kulisse in rotes Licht getaucht (siehe Abb. 7). Von den mit LED beleuchteten Fugen geht ein pinkes Licht aus. Die junge Frau posiert

---

<sup>40</sup> Statista Research Department (2023) Anteil der Frauen im 20. Deutschen Bundestag nach Fraktionen im Jahr 2023. In: *Statista* [<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1063172/umfrage/frauenanteil-im-bundestag-nach-fraktionen-in-deutschland/>] (letzter Zugriff am 20.11.2023)].

erneut im Sitzen, diesmal mit überkreuzten Beinen und nach vorne ausgestreckten Armen. Sie hat beide Hände auf den vorderen linken Fuß gelegt und neigt den Kopf gegen die angehobene rechte Schulter. Sie lächelt breit und offen. Die Augen sind im Unterschied zum ersten Slide geöffnet und direkt in die Kamera gerichtet. Das Erscheinungsbild der Frau, einschließlich Kleidung, Frisur und Make-Up, bleibt im Vergleich zum ersten Bild unverändert. Die Fotos sind folglich kurz nacheinander entstanden und daher im Zusammenhang zu betrachten.

Die abgebildete Person im vorliegenden Instagram-Beitrag ist die AfD-Politikerin Marie-Thérèse Kaiser. Auf ihrem Account *hallofrau-kaiser* teilt sie mit 5592 Follower\*innen sowohl Bilder aus ihrem Privatleben als auch Einblicke in ihren politischen Alltag. Fotos von Tagungen, Veranstaltungen und Begegnungen mit AfD-Politiker\*innen füllen die Instagram-Seite. Der analysierte Beitrag wird durch die Pin-Funktion als erstes Bild im Feed angezeigt. Der Beitrag ist folglich für Kaisers Selbstinszenierung von gesteigerter Bedeutung und wurde daher zur Analyse ausgewählt. Die Bilder zeichnen sich durch ihre professionelle Inszenierung und Fotografie aus. Die Kulisse dient ausschließlich dem Zweck der ästhetischen Selbstinszenierung. Die einheitliche Gestaltung von Boden und Wand lenkt die Aufmerksamkeit auf die Person. Das erste Bild wurde aus einer untersichtigen Perspektive aufgenommen, wodurch Kaiser größer erscheint. Ihre offene Körperhaltung und die Nähe zur Kamera stellen gleichzeitig eine Nähe zur Betrachter\*in her. Im Vergleich dazu ist die rechte Akteurin im zweiten Bild weiter von der Kamera entfernt und ihre Körperhaltung ist geschlossener. Das Bild wurde auf Augenhöhe fotografiert. Obwohl sie breit lächelt, ist ihr Ausdruck nicht so ausgelassen wie im ersten Bild, in dem sie die Augen geschlossen hält. Stattdessen schaut Kaiser im zweiten Bild direkt in die Kamera, um den Kontakt zur Betrachter\*in aufrechtzuerhalten. Die unterschiedliche Beleuchtung der beiden Fotos verstärkt den Gesamteindruck, dass Marie-Thérèse Kaiser zwei verschiedene Seiten ihrer Persönlichkeit präsentiert. Eine Analyse des Beschreibungstextes zum Bild gibt Aufschluss über die beiden Facetten Kaisers.

Im Text reflektiert Kaiser über die kräftezehrenden Plenarwochen im Deutschen Bundestag. Dabei hebt sie die Rolle der AfD hervor, die aus ihrer Sicht als einzige Partei unangenehme Themen anzusprechen wagt. Ihre Kritik richtet sich gegen die aktuelle Ampel-Regierung und die ehemalige Regierungspartei CDU, die laut ihrer Darstellung viele Angelegenheiten „lieber im Dunkeln lassen würden“ (siehe Abb. 8). Die Formulierung könnte bewusst gewählt sein, da sich Kaiser im Foto vor einer beleuchteten Kulisse inszeniert. Hierdurch entsteht der Eindruck, sie würde im Namen der AfD metaphorisch ‚Licht ins Dunkel‘ bringen, also komplexe

politische Problematiken lösen können, an denen andere Parteien scheitern. Sie fährt mit einer direkten Ansprache an ihre Follower\*innen fort, wünscht diesen eine erholsame Zeit und verabschiedet sich ins Wochenende. Die Bilder bezeichnet sie dabei als „Spaßfotos“ (ibid.). Der Beitrag enthält keine Hashtags, was für den Account *hallofrau-kaiser* nicht ungewöhnlich ist. Viele der Beiträge enthalten keine oder nur eins bis zwei Hashtags. Die Gründe für Kaisers Verzicht darauf bleiben un schlüssig, insbesondere da sie sich sonst in ihrer Selbstinszenierung teils wie eine Influencerin verhält.

Wie in Kapitel 1.1.2 beschrieben, vermitteln Akteur\*innen im öffentlichen Raum durch ihre (Körper-)Präsenz ihre gesellschaftspolitische Bedeutung. Hornuff argumentiert jedoch, dass das ästhetische Körperdesign lediglich eine ‚Verpackung‘ darstellt, die wenig über inhaltliche Aspekte aussagt. Überträgt man diese These auf Marie-Thérèse Kaiser, dient ihre Performanz im analysierten Beitrag der Generierung von Aufmerksamkeit. Mit dem Foto konstruiert sie zum einen ein Selbstbild und zum anderen ein Weiblichkeitsbild. Kaisers visuelle Selbstdarstellung prägt eine lockere Ästhetik mit Alltagskleidung und einer bewusst unordentlichen Frisur. Ein ausdrucksstarkes Lächeln und eine zugängliche Körperhaltung vermitteln den Eindruck einer freundlichen, verspielten und jugendlichen Persönlichkeit, was durch das Zeigen von Peace-Zeichen verstärkt wird. Bei einer isolierten Betrachtung des Fotos ohne Kenntnis des politischen Hintergrunds könnte die Betrachter\*in die junge Frau als sympathische, attraktive und harmlose Persönlichkeit wahrnehmen, die auf Instagram ästhetische Selbstporträts teilt. Die Performanz von Weiblichkeit entspricht den Konventionen der Influencer-Domäne (siehe Kapitel 1.1.2). Das *Doing Gender* zeichnet sich durch sorgfältig gestylte Haare, aufwendiges Make-up und eine modische Garderobe aus. Obwohl sich Kaiser scheinbar in Alltagskleidung präsentiert, lässt die insgesamt professionelle Inszenierung darauf schließen, dass die Kleidungsauswahl aus weißem T-Shirt und Jeans den spezifischen Zweck erfüllt, die Politikerin bodenständig wirken zu lassen und somit Nähe zu den Follower\*innen herzustellen.

Der weibliche Körper wird von Influencerinnen als Projektionsfläche genutzt, um ein spezifisches Konzept von Weiblichkeit zu konstruieren. Es fällt auf, dass Influencerinnen häufig stereotypische Frauenrollen einnehmen und in ihren Selbstinszenierungen antifeministische Tendenzen widerspiegeln. Diese Praktiken tragen dazu bei, bestehende Geschlechterbilder zu reproduzieren. Rechte Akteurinnen und Influencerinnen bedienen sich beide antifeministischer Inszenierungen für den Male-Gaze, um Aufmerksamkeit zu erzeugen, eine eigene Marke aufzubauen und neue Zielgruppen zu erschließen (siehe Kapitel 1.1.2). Diese

Beobachtungen führen zurück zur Frage, welche zwei Seiten ihrer Persönlichkeit Marie-Thérèse Kaiser mit dem analysierten Instagram-Beitrag von sich zeigt. Sie präsentiert zwei unterschiedliche Facetten ihrer Präsenz in der digitalen Öffentlichkeit. Das erste Bild repräsentiert Kaiser in ihrer Rolle als Influencerin. Sie spricht ihre Follower\*innen in der charakteristischen Du-zu-Du-Kommunikation an, bei der es allerdings nicht zum Austausch kommt. Die Kommunikation verläuft einseitig und schafft damit nur ein vermeintliches Identifikationsangebot für die Community. Für ihre Selbstinszenierung übernimmt Kaiser das ästhetische Körperdesign, das mit einem zeitgemäßen ‚Lifestyle‘ assoziiert wird.

Das zweite Bild veranschaulicht Kaisers politische Rolle. Hier präsentiert sie sich weniger jugendlich verspielt, sondern in geschlossener Haltung. So stellt sie eine reifere Ausstrahlung her, wirkt aber im Gesamtbild noch immer jung und dynamisch. Als junge Frau in der AfD übernimmt sie wie viele ihrer Kolleginnen die Funktion einer Repräsentantin, um über soziale Netzwerke neue Zielgruppen zu erschließen und Mitglieder zu gewinnen. Die Auswahl der Farbgebung wirft die Frage auf, warum gerade eine rote Beleuchtung für das zweite Bild gewählt wurde. Obwohl ein rotes Element im Logo der AfD vorhanden ist, inszeniert sich die Partei in der Regel mit hellblauen Farbtönen. „Rot wird mit „Wärme, Kraft, Liebe, Leidenschaft und Dynamik assoziiert“<sup>41</sup>, jedoch auch mit Nervosität und Unruhe. Diese starken emotionalen Assoziationen können bei der Betrachter\*in eine Gefühlssteigerung hervorrufen. Was sagt das über Kaisers Kommunikationsstrategie aus? Während viele rechte Akteur\*innen auf einschüchternde Narrative setzen (siehe Kapitel 1.1.1), zielt Kaiser auf positive Assoziationen ab. Die Verwendung von Rot könnte darauf hinweisen, dass sie eine emotionale Resonanz erzeugen möchte, die von Wärme, Leidenschaft und Dynamik geprägt ist. Die Kommentare verstärken diese These. Kommentierende loben die Fotos sowie Kaiser als Person, indem sie Herz-, Kuss-, Flammen- und Herzaugen-Emojis posten (siehe Abb. 9–10). Einige der ersten Kommentare stammen von Kolleginnen wie Gabrielle Mailbeck von der AfD (siehe Kapitel 5.1) oder der Antifeministin Reinhild Boßdorf (siehe Kapitel 5.4). Des Weiteren erhält Kaiser in den Kommentaren Unterstützung von den AfD-Politikerinnen Mary Khan und Enxhi Seli-Zacharias. Die Kolleginnen inszenieren sich ebenfalls in ihrem privaten und politischen Dasein auf Instagram (siehe Anhang 9). Es kann davon ausgegangen werden, dass die jungen Frauen

---

<sup>41</sup> Rudolf, Ring (ohne Datum) Farbenlehre - Welche Lichtfarbe für welche Stimmung? In: *click-licht.de – ihr Lichtstudio* [<https://www.click-licht.de/Glossar/farbenlehre-lichtfarbe-stimmung#:~:text=Die%20Farbe%20Rot%20wird%20mit,Nervosität%20und%20Unruhe%20verbunden%20werden>] (letzter Zugriff am 11.01.2024)].

in der AfD gut miteinander vernetzt sind, öffentlich zueinander halten und sich gegenseitig in sozialen Netzwerken stärken.

Die Kommunikationsstrategie von *hallofrauakaiser* steht im Kontrast zu den rechten Narrativen, die sich negativer Emotionen wie Wut und Angst bedienen. Auf ihrem zweiten offiziellen Profil, *kaiser.afd*, vermittelt die Politikerin ihre rechtsideologische Einstellung allerdings in anderer Art und Weise. Die Bilder auf ihrem über 13-tausend-Followerstarken Zweitprofil sind weniger auf ihre Selbstinszenierung als Person ausgelegt, sondern bewerben die Politik der AfD im Allgemeinen, anhand von Werbetafeln in der entsprechenden Farbgebung der Partei sowie kurzen Wahlsprüchen oder Wahlaufforderungen.<sup>42</sup> Hier zeigt sich Kaisers Radikalität in Phrasen wie „Kontrolliert die Grenzen – nicht unseren Impfstatus“ (Kaiser, 09.02.2022). Ihre Kommunikationsstrategien auf *kaiser.afd* sind von Provokation, zugespitzter Rhetorik, Skandalisierung und Verharmlosung des Rechtsextremismus geprägt.<sup>43</sup> Wieder zeigen sich die zwei Facetten der AfD-Politikerin. Während sie auf dem Account *hallofrauakaiser* durch eine Influencer-typische Performanz von Weiblichkeit über die eigene Radikalität hinwegtäuscht, um eine breitere Zielgruppe zu erreichen, veröffentlicht sie auf *kaiser.afd* radikale Aussagen, die ihr politisches Programm deutlich machen.

Wie lässt sich Kaisers Weiblichkeitskonstruktion zusammenfassen und welche Rolle spielt diese im Hinblick auf ihre politische Rolle als Mitglied in der AfD? Marie-Thérèse Kaiser konstruiert Weiblichkeit auf Instagram über die für Influencer\*innen charakteristische Selbstinszenierung. Sie arbeitet mit ihrem Körper als Projektionsfläche und verkauft sich selbst als Repräsentantin beziehungsweise als Produkt der ‚Marke‘ AfD. In der Kommunikation mit ihrer Community arbeitet sie mit Emotionalisierungen, wobei sie vor allem auf positive Assoziationen setzt. Das Erschaffen eines positiven Identifikationsangebotes ist eine Strategie der Neuen Rechten zur Gewinnung von Mitgliedern (Rösch 2023, 37). Diese Darstellungsweise steht ihrem Profil *kaiser.afd* gegenüber, wo sie radikale Aussagen in rechtspopulistischen bis extrem rechten Kommunikationskontexten verbreitet. Währenddessen spricht sie auf dem Profil *hallofrauakaiser* durch die Performanz von Weiblichkeit eine breitere Zielgruppe an. Dies unterstreicht die Dualität ihrer öffentlichen Präsenz als AfD-Politikerin und Influencerin.

---

<sup>42</sup> Ähnlich kommuniziert die rechte Akteurin auf ihrem gleichnamigen X-Profil *hallofrauakaiser*, wo sie mit über 27-tausend Follower\*innen ihre politischen Forderungen teilt.

<sup>43</sup> Ein weiteres Beispiel ist der Beitrag vom 27.02.2022 auf dem Profil *kaiser.afd*, in dem Kaiser schreibt: „Wird der Bürger unbequem, ist der plötzlich rechtsextrem“, womit eine Verherrlichung des Rechtsextremismus stattfindet.

### **5.3 Alice Weidel – Ambivalente Performanz als autoritäre Akteurin in rechtspopulistischen Kommunikationskontexten**

Das zum Zeitpunkt der Bestandsaufnahme neuste Reel auf dem Instagram-Account *alice.weidel* zeigt eine Rede der gleichnamigen Politikerin im deutschen Bundestag. In dem am 28.06.2023 hochgeladenen Video adressiert sie die CDU und wirft der Partei vor, ihre Position als Oppositionskraft nicht korrekt auszuüben (siehe Anhang 4). Die folgende Reel-Analyse erfolgt nach der von Bohnsack vorgeschlagenen Methode zur Videointerpretation (siehe Kapitel 4.2). Nach der Untersuchung der Bilddimension folgt die Analyse von Ton und Text. Die erste, halbnahere Kameraeinstellung zeigt Weidel am Rednerpult im Bundestag. Die Politikerin trägt eine weiße Bluse, ein schwarzes Jackett, eine schlichte weiße Perlenkette und ein silbernes Armband. Ihre blonden Haare trägt sie zusammengebunden. Sie blickt ins Publikum, verschränkt die Hände auf dem Pult und lehnt sich nach vorn. Hinter einer grauen Abgrenzungswand sitzt erhöht eine weitere Person in pinkem Jackett, deren Gesicht sich nicht mehr im vertikalen Bildausschnitt befindet. Vor der Person befinden sich zwei Mikrofone. Das Video ist aus einer leicht aufsichtigen Perspektive gefilmt. Nach einem Schnitt ist der halbgefüllte Plenarsaal zu sehen, wobei auf eine untersichtige Perspektive zurückgegriffen wird. In der rechten Bildhälfte ist eine Fraktion von 19 Politiker\*innen platziert, unter denen sich augenscheinlich eine einzige Frau befindet. Von der links angrenzenden Fraktion sind 16 Politiker\*innen im Bild, darunter sieben weiblich gelesene Personen. Eine Person in schwarzem Anzug steigt die Treppe zwischen den Fraktionen hinauf und spricht zwei in der letzten Reihe sitzende Frauen an. Nach dieser Einstellung richtet sich die Kamera wieder in einer Halbnahen auf Weidel. Die Politikerin gestikuliert ausladend mit weit aufgerissenem Mund und deutet dabei erst auf sich selbst und anschließend ins Publikum. Danach beugt sie sich über ihr Skript und sammelt die einzelnen Blätter ein, was das Ende der Rede signalisiert. Zuletzt wird nochmal die weite Einstellung in den Plenarsaal aufgegriffen, wo Politiker\*innen der rechten Fraktion applaudieren. Die Personen in der linken Bildhälfte verschränken die Arme, stützen den Kopf auf, lehnen sich zur Seite weg oder richten ihren Blick auf den Boden.

Unter Einbeziehung der Tonebene erklären sich die unterschiedlichen Reaktionen auf Weidels Rede. Die AfD-Politikerin adressiert in ihrer Ansprache die CDU und bezeichnet die Partei als Oppositionsverweigerer (siehe Anhang 4, 2). Zudem spricht sie von einer Verschwendung von Ressourcen und Zeit „für antidemokratische Brandmauerdebatten“, während das Land von der aktuellen Regierung „in den Abgrund“ getrieben werde (siehe Anhang 4, 1). Mit ausladender Gestik und lauter werdender Stimme bringt Weidel ihren Missmut gegenüber diesem

vermeintlichen Bedrohungsszenario zum Ausdruck. Die applaudierende Fraktion in der rechten Bildhälfte gehört der AfD an, während links im Bild die CDU/CSU-Politiker\*innen platziert sind. Die Leiterin der Parlamentssitzung bittet Weidel, zum Schluss zu kommen. Die Politikerin übergeht den Einwurf und plädiert für „eine Brandmauer“ gegen die grüne Politik, die aus ihrer Sicht „unser Land ruiniert und die Bürger um ihren Wohlstand und um ihre Freiheit bringt“ (siehe Anhang 4, 3). Damit beendet sie ihre Rede. Die Parteimitglieder der AfD reagieren darauf wieder mit Applaus. Die Körperhaltung der CDU/CSU-Mitgliedern mit gesenkten oder aufgestützten Köpfen lässt sie betreten aussehen, was einen Kontrast zu Weidels wirkungsvollem Auftritt bildet, beziehungsweise diesen sogar noch verstärkt. Die Politikerin inszeniert sich im Reel autoritär, indem sie mit lauter, kraftvoller Stimme spricht und sich nicht von Zurufen beirren lässt. Außerdem erhebt sie sich selbst in die Position, die CDU für deren vermeintliches Versagen in der Opposition verurteilen zu können. Im selben Zuge, in dem sie der CDU ein Versagen als Oppositionspartei vorwirft, stellt sie sich repräsentativ für die AfD als überlegene Oppositionskraft dar.

Neben der Bild- und Tonebene geben auch Textelemente Aufschluss über Weidels Performanz. Die Reelbeschreibung wurde mit „Ansage an die CDU!“ (siehe Abb. 12) kurz und prägnant gehalten. Durch die Hashtags *#afd*, *#aliceweidel* und *#afdimbundestag* nimmt Weidel Bezug auf sich selbst und ihre Partei. Ihre Radikalität wird durch den Hashtag *#unserlandzuerst* deutlich. Die Hashtags *#ansage* und *#cdu* verdeutlichen nochmal den direkten Angriff auf die CDU. In der Rede drückt Weidel zwar auch ihre Missbilligung gegenüber der Politik der Grünen aus, jedoch wird die Partei nicht direkt angesprochen. Vielmehr kritisiert Weidel, dass die CDU nicht genügend gegen die negativ konnotierte „grüne Politik“ unternehme und damit in ihrer Rolle als Opposition versagen würde. Die ersten Kommentare zum Video fallen ausschließlich positiv aus. Unter den ersten neun Kommentaren wünschen sich sechs explizit Weidel als Bundeskanzlerin. Auffällig ist, dass bei einem so Reichweiten-starken Account wie dem von Alice Weidel keine Kritik in den ersten Kommentaren auftaucht. Kritische Aussagen finden sich erst weiter unten in der Kommentarsektion. Unklar ist daher, ob eine Manipulation der Kommentare stattgefunden hat oder ob die Kommentare durch den Algorithmus so angeordnet wurden. Die Strategie, Fake-Follower\*innen zu kaufen, ist von der AfD bekannt (siehe Kapitel 1.1.2). Bei einer Stichprobe am 24.07.2023 verzeichnete Weidels Profil 129.000 Follower, wobei diese Zahl nur zwei Tage später plötzlich auf runde 140.000 angestiegen war. Dies wirft die Frage auf, ob die Follower-Zahl manipuliert wurde. Das würde Grund zur Annahme geben, dass auch die Kommentare manipuliert wurden, beispielsweise indem

bestimmte Kommentare von zahlreichen Fake-Accounts geliked wurden. Für diese These können allerdings keine Beweise vorgelegt werden.

Im Sinne der Videoanalyse nach Bohnsack sollen im Folgenden eine reflektierende Gesamtinterpretation und Kontextualisierung erfolgen. Dazu wird zunächst die Bildebene genauer analysiert. Der Blick auf Weidel wurde aus einer aufsichtigen Perspektive aufgenommen, was für die Inszenierung von Politiker\*innen ungewöhnlich ist, da es die Person im Vergleich zu einer untersichtigen Perspektive kleiner erscheinen lässt. Diese Performanz fügt sich nicht in Weidels autoritäre Selbstinszenierung ein. Der Blick auf den Plenarsaal wurde aus einer höher im Saal installierten Kamera gefilmt. Es handelt sich nicht um Weidels Point-of-View. Wie ergeben sich diese Kameraperspektiven? Private Aufnahmen sind während einer offiziellen Sitzung im Plenarsaal nicht gestattet. Medienschaffende haben eingeschränkt Zutritt, „Film- und Fotoaufnahmen sind nur von den Presstribünen aus gestattet“.<sup>44</sup> Für die Aufnahmen ist deswegen das Parlamentsfernsehen des Deutschen Bundestages verantwortlich. Dieses nutzt für alle Politiker\*innen dieselben Kameraeinstellungen. Die Aufnahmen werden in der Mediathek des Bundestags zur Verfügung gestellt, wo sie aber nicht journalistisch-redaktionell überarbeitet werden und daher auch nicht als Rundfunk im Sinne des Rundfunkstaatsvertrags gelten.<sup>45</sup>

Demzufolge wurde das Video von Weidels Auftritt vermutlich aus dem Material für die Mediathek entnommen und ein besonders wirkungsvoller Ausschnitt für Instagram zugeschnitten. Die Besonderheit dabei ist, dass die Politikerin sich nicht videografisch nach eigenen Vorstellungen inszenieren kann. Allein durch die Planung ihres Auftritts im Voraus und den Videoschnitt in Nachhinein kann die Selbstinszenierung beeinflusst werden. Der Videoschnitt, der abwechselnd Weidel und den Plenarsaal zeigt, lässt die Reaktionen im Saal als direkte Folge von Weidels Worten erscheinen. Die eigenen Parteimitglieder klatschen schon fast überschwänglich, wohingegen die CDU-Mitglieder konsterniert wirken. Weidel erweckt dadurch im Video den Eindruck, die andere Oppositionspartei schwer getroffen zu haben, was sie selbst mächtiger erscheinen lässt. In Kombination mit der Reel-Beschreibung und den Hashtags können die Inhalte noch weiter radikalisiert und zugespitzt werden. Mit dem

---

<sup>44</sup> Deutscher Bundestag (2020) *Hausordnung des Deutschen Bundestages*. [<https://www.bundestag.de/resource/blob/340518/d733432871694f1b8214a87803213500/zugangsregeln-data.pdf> (letzter Zugriff am 20.11.2023)].

<sup>45</sup> Deutscher Bundestag (2011) *Gesetzlicher Rahmen für ein Parlamentsfernsehen* [<https://www.bundestag.de/resource/blob/406914/bd0b2259ac68df35410af0f2281665d6/WD-10-038-11-pdf-data.pdf>, (letzter Zugriff am 20.11.2023)].



analysierten Reel bestätigt sich die These, dass wirkungsvolle Auftritte im öffentlichen Raum für die AfD relevanter sind als konkrete Inhalte (siehe Kapitel 1.1.1).

Weiterhin verweist ein Logo in der rechten oberen Ecke des Bildes auf die Seite *AfD-TV*. Auf der entsprechenden Homepage kann eine Auswahl von ungeschnittenen Reden der AfD angesehen werden. Mit der Website will die rechte Partei eine angeblich vertrauenswürdige Informationsquelle bereitstellen, die im Gegensatz zu den ‚Altparteien und -medien‘ eine sachliche Diskussionsgrundlage bieten soll.<sup>46</sup> Wieder zeigt sich die Ablehnung der Massenmedien und das Erfinden eigener Fakten und Medien rechter Akteur\*innen. Die Website ordnet sich in einen rechtspopulistischen Kommunikationskontext ein und behauptet beispielsweise, die AfD sei die einzige Oppositionspartei in Deutschland (ibid.). Weidel ist auf der Website als eine der zehn „Spitzenfunktionäre“ (ibid.) der AfD und als einzige Frau neben Beatrix von Storch gelistet. Die zum Reel zugehörige Rede befindet sich jedoch nicht auf der Seite.

Inwiefern ist das Thema *Weiblichkeit* für Weidels Kommunikationsstrategie und Politik relevant? Die AfD ist die Partei mit der geringsten Frauenquote im deutschen Bundestag.<sup>47</sup> Nur 11,5% der Parteimitglieder identifizieren sich als weiblich. Weidel hat sich in dieser männlich geprägten Domäne einen Platz unter den zehn Spitzenfunktionär\*innen der AfD verschafft, wie die Website *AfD-TV* zeigt. Hängt dieser Erfolg mit ‚weiblichen‘ Führungsqualitäten zusammen? Katja Glaesner von der Bundeszentrale für politische Bildung hat sich in Zusammenhang mit Angela Merkel damit beschäftigt, ob es einen weiblichen Führungsstil gibt. Merkel als erste weibliche Kanzlerin signalisiert ein gesellschaftliches Umdenken hinsichtlich der Führungskultur und hat somit den Weg für weibliche Bundeskanzlerinnen geebnet (Glaesner 2009). Die Kommentare unter Weidels Reel zeigen, dass einige Menschen sich die AfD-Politikerin ebenfalls in dieser Rolle vorstellen können, was sich möglicherweise durch ihre autoritäre Ausstrahlung begründet.

Glaesner kommt zum Schluss, dass moderne Führungsstile nicht geschlechtsspezifisch sind, sondern sich über Kriterien wie Durchsetzungsvermögen, „Kommunikationsfähigkeit, Vertrauen, Lernbereitschaft [...] Motivation und emotionale Intelligenz“ (ibid.) definieren. Zudem sollte eine Vision verfolgt werden. Weidel erfüllt nicht jede dieser Kriterien, da sie

---

<sup>46</sup> *AfD-TV* (2017) Fakenews oder Faktenlage [<https://www.afd-tv.de> (letzter Zugriff am 12.01.2024)].

<sup>47</sup> Statista Research Department (2023) Anteil der Frauen im 20. Deutschen Bundestag nach Fraktionen im Jahr 2023. In: *Statista* [<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1063172/umfrage/frauenanteil-im-bundestag-nach-fraktionen-in-deutschland/> (letzter Zugriff am 20.11.2023)].

beispielweise in ihrer Rede keine emotionale Intelligenz zeigt, sondern sich manipulativ verhält. Dafür scheint ihr Durchsetzungsvermögen ausgeprägt. Ihre Kommunikationsfähigkeit ist dahingehend gut entwickelt, dass sie mit einer zugespitzten Rhetorik und einem eigenen Vokabular wie „antidemokratische Brandmauerdebatten“ (siehe Anhang 4, 1) arbeitet. Mit dieser Formulierung wird nicht nur die antidemokratische Haltung der AfD übergangen, sondern diese wird auf die CDU überschrieben. Mit dem Neologismus *Brandmauerdebatten* spielt Weidel vermutlich auf Kontroversen über politische Maßnahmen an, der genaue Sinn des Wortes bleibt aber unklar. Auch neigt sie zur Dramatisierung, kreiert Bedrohungsszenarien und legt keinen Anspruch auf politische Korrektheit. Sie bedient sich der emotionalen Beeinflussung durch Angst, Wut und Provokation. Die eigene Community soll von den etablierten Medien entfremdet werden, wie das *AfD-TV* deutlich macht. Damit erfüllt Weidel fast alle der bekannten Kommunikationsstrategien rechter Akteur\*innen (siehe Kapitel 1.1.1). Aufgrund dieser Analyse scheint das Thema Weiblichkeit für Weidel gänzlich irrelevant.

Ein Blick auf das Instagram-Profil von Alice Weidel zeigt, dass sie sich auf der Plattform ausschließlich in ihrer politischen Funktion inszeniert. Schon im Profil wird lediglich ihre Rolle als Bundessprecherin und Fraktionsvorsitzende der AfD genannt. Das Profil gibt keinen Einblick in ihr Privatleben. Das analysierte Reel entspricht dem Muster, mit dem sich Weidel auf ihrem Account durchgehend inszeniert. Sie wird als energische, selbstbewusste Politikerin porträtiert, die nicht vor radikalen Aussagen zurückschreckt. Dabei spielt eine bewusste Performanz von Weiblichkeit kaum eine Rolle auf ihrem Profil. Oft kleidet sich Weidel mit schwarzem oder blauem Jackett und Hemd, ihre Haare trägt sie niemals offen. Auch scheint sie kein offensichtliches Make-up zu benutzen. Über diese visuellen Indikatoren kann keine Weiblichkeitsinszenierung abgelesen werden. Die genannten Attribute lassen eher auf eine stereotypisch männliche Performanz schließen. Zusammenfassend kann der politische Erfolg Weidels nicht auf das Einhalten oder Nicht-Einhalten von Geschlechterrollen reduziert werden. Stattdessen ist er das Resultat aus ihrer für neurechte Akteur\*innen stereotypischen Kommunikationsstrategie und einer professionalisierten Selbstinszenierung. Dabei bedient sich die Politikerin der Aufmerksamkeitsökonomie sozialer Medien, indem sie ihre Auftritte in der digitalen Öffentlichkeit wirkungsvoll gestaltet und die Community auf emotionaler Ebene manipuliert.

Paradoxerweise kann dies als feministische Selbstermächtigung gedeutet werden. Ein Blick auf Weidels Privatleben offenbart einen weiteren Widerspruch. Die Politikerin lebt seit über 20 Jahren in einer homosexuellen Beziehung und hat mit ihrer Frau zwei Kinder. Sie identifiziert

sich jedoch laut dem Magazin Focus Online nicht als queer.<sup>48</sup> Wie kann eine homosexuelle Person in der AfD so erfolgreich sein? Als eine Partei, die in Deutschland und Europa in der breiten Masse Anklang finden möchte, kann die AfD es sich nicht leisten, Homosexualität zu verurteilen (Wielowiejski 2018, 141). Homofreundlichkeit wird in einer paradoxen Verdrehung instrumentalisiert, um antifeministische und antimuslimische Ansichten zu rechtfertigen. Da Homosexualität nicht zur Reproduktion der Nation beitragen kann, wird sie von der AfD insofern akzeptiert, „solange sie sich der nationalen Gemeinschaft unterordnet“ (ibid., 148). Des Weiteren existiert in rechten Kontexten das Narrativ, Homosexualität würde in Europa nur durch die zugezogenen Muslim\*innen verurteilt werden. Eine anhaltende Migration wird als Gefahr für die Sicherheit homosexueller Menschen dargestellt (ibid., 149). Die Homofreundlichkeit in der AfD ist daher äußerst kritikwürdig. Weidels Lebensstil steht im Widerspruch zum eigenen Parteiprogramm. Von der Partei sind allerdings keine Einwände zu erwarten, solange die AfD sich durch Weidel divers und tolerant inszenieren kann und dies für die Partei insgesamt profitabel ist (Sanders/Berg/Goetz 2020, S. 143).

Zusammenfassend ist die Politikerin Alice Weidel von Widersprüchen geprägt. Ihre Rolle als Spitzenfunktionärin der AfD steht der antifeministischen Grundhaltung der Partei gegenüber. Weidels private Lebensweise in einer homosexuellen Ehe entspricht nicht der rechten Idealvorstellung einer heteronormativen Kleinfamilie. Vermutlich nimmt die Politikerin daher eine strikte Trennung zwischen ihrem Privatleben und ihrer Politik vor. Sie bewegt sich in der digitalen Öffentlichkeit in rechtspopulistischen und neurechten Kommunikationskontexten. Anders als rechte Akteurinnen wie Freya Honold (siehe Kapitel 5.6) verschleiert sie ihre Radikalität nicht durch die eigene Weiblichkeit, sondern zeichnet sich in ihrer Kommunikationsstrategie durch ihre offensive Art und bewusste Radikalität aus. Durch ihre autoritäre Selbstinszenierung werden ihr seitens der Instagram-Community Führungsqualitäten zugesprochen, die unabhängig vom *Doing Gender* zu betrachten sind.

#### **5.4 Reinhild Boßdorf – Schlüsselfigur für Radikalisierungsprozesse in einer antifeministischen bis extrem rechten digitalen Gegenöffentlichkeit**

Im Fotobeitrag vom 30.03.2023 auf dem Instagram-Account *amandina\_\_vomrhein* ist eine junge Frau zu sehen, die vor einer rötlichen Steinmauer steht (siehe Anhang 5, Abb. 17). Sie

---

<sup>48</sup> Anonym (2023) AfD-Vorsitzende. Alice Weidel liebt eine Frau, hat Kinder mit ihr – und sagt: „Ich bin nicht queer“. In: *Focus Online* [[https://www.focus.de/politik/deutschland/afd-politikerin-alice-weidel-liebt-eine-frau-hat-kinder-mit-ihr-und-sagt-ich-bin-nicht-queer\\_id\\_204776390.html](https://www.focus.de/politik/deutschland/afd-politikerin-alice-weidel-liebt-eine-frau-hat-kinder-mit-ihr-und-sagt-ich-bin-nicht-queer_id_204776390.html)] (letzter Zugriff am 20.11.2023)].

hat lange braune Haare, die sie in zwei Flechtzöpfen trägt, die ihr bis zur Taille reichen. Die Frau lächelt in die Kamera, wobei sie ihre Zähne zeigt und die Augen zusammenkneift. Über ihrem bunt-geblühten Kleid trägt sie einen hellen Cardigan. Das Foto bildet die Frau in einer amerikanischen Einstellung ab, wobei sie ab der Hüfte von einem halbtransparenten, grafischen Textelement verdeckt wird. Die Pose der Frau ist entspannt. Sie lässt beide Arme an den Seiten herunterhängen und neigt den Kopf leicht nach links. Das Bild wurde aus einer Normalperspektive, auf Augenhöhe der Frau aufgenommen. Der simple Hintergrund lässt schlussfolgern, dass der Fokus auf die Person und das Textelement gelenkt werden soll. Der direkte Blick in die Kamera, das freundliche Lächeln und die entspannte Pose bewirken, dass sich die Betrachter\*in direkt angesprochen fühlt. Die Aufmerksamkeit fällt auf das Textelement. In weißer Schrift auf grünem Hintergrund steht „Meld‘ mich doch“ geschrieben (siehe Abb. 17). Darunter, in schwarzer Schrift auf halb-transparentem, weißen Hintergrund wird der Satz mit „weil ich gerne Zöpfe trage“ fortgeführt. Neben dem linksbündig eingefügten Text ist in der rechten unteren Ecke außerdem ein weiteres grünes Feld zu sehen, in dem in Großbuchstaben „MELD‘ MICH DOCH“ geschrieben steht.

Bei der Person im Foto handelt es sich um die Betreiberin des Accounts, die 24-jährige Reinhild Boßdorf.<sup>49</sup> Die in Nordrhein-Westfalen ansässige rechte Akteurin ist eine Schlüsselfigur des rechten Online-Netzwerkes und Verbindungspunkt zwischen AfD und IB (Echtermann et al. 2020). Sie ist außerdem die Tochter der AfD-Politikerin Irmhild Boßdorf. Das Foto der politischen Aktivistin mit Flechtzöpfen und das Textelement *Meld‘ mich doch, weil ich gerne Zöpfe trage*, weisen darauf hin, dass sie sich in ihrer Freiheit bedroht fühlt, sich als traditionelle Frau zu zeigen. Reinhild Boßdorf wähnt sich im Widerstand gegen die ‚Genderideologie‘, wie der Bildbeschreibung zu entnehmen ist (siehe Abb. 18). Sie inszeniert sich als traditionelle Frau, die konservative Werte vertritt, weshalb sie auch im antifeministischen Kommunikationskontext der Tradwife-Bewegung verortet werden kann.

Durch die Bildbeschreibung erschließt sich die Bedeutung des Textelements *Meld‘ mich doch*. Hintergrund ist eine Kampagne der Amadeu-Antonio-Stiftung, die die Meldestelle Antifeminismus ins Leben gerufen hat.<sup>50</sup> Auf der entsprechenden Website können antifeministische, sexistische und queerfeindliche Übergriffe gemeldet werden. Dazu gehören

---

<sup>49</sup> Antifa Recherche Köln (2020) Die Verbindungen der Identitären Bewegung Köln zur AfD und zur Kölner Burschenschaft Germania. In: *de.indymedia.org* [<https://de.indymedia.org/node/81955> (letzter Zugriff am 21.11.2023)].

<sup>50</sup> Amadeu-Antonio-Stiftung (ohne Datum) *Meldestelle Antifeminismus* [<https://www.amadeu-antonio-stiftung.de/projekte/meldestelle-antifeminismus/> (letzter Zugriff am 12.01.2024)].

beispielsweise digitale und physische Attacken auf Trans-Personen, antifeministische Veranstaltungen, Sticker und Flyer sowie die Bedrohung von Gleichstellungsbeauftragten und weitere Szenarien. Boßdorf kritisiert in ihrer Bildbeschreibung, dass es sich bei den meldewürdigen Ereignissen nicht immer um echte Straftaten handele, wie etwa bei der Verweigerung gendgerechter Sprache.

Provokant fährt Boßdorf fort, dass es unverhältnismäßig sei, dass die Ablehnung von Gendersternen und Frauenquoten als antifeministisch gilt. Ebenso sei es nicht antifeministisch, „Frauenschutzräume vor Nicht\*Frauen zu verteidigen“ (siehe Abb. 18). Anschließend äußert sie nochmals ihre Position durch den Slogan „Dann meld‘ mich doch!“ (ibid.). Im Text spricht Boßdorf drei Themen an, die in der antifeministischen Ideologie in der Kritik stehen. Erstens geht es um die Ablehnung politisch korrekter Sprache durch Verwendung eines Gendersterns. Gender wird als Feindbild angesehen und die Zweigeschlechtlichkeit sowie traditionelle Geschlechterbilder sollen laut antifeministischer Ideologie wiederhergestellt werden (siehe Kapitel 3.2). Zweitens werden Frauenschutzräume angesprochen, zu denen auch Trans-Frauen Zugang erhalten. Damit verweist Boßdorf zum Beispiel darauf, dass Trans-Frauen auch Frauen-Umkleiden, -toiletten und Frauenhäuser nutzen dürfen, was in der rechten Ideologie strikt abgelehnt wird. Hornuff stellt fest, dass Gegenbewegungen gerade dann stärker und aggressiver werden, wenn sie am meisten in Bedrängnis geraten (2019, 275). Demnach werden klare Geschlechterrollen von Antifeminist\*innen gerade in einer Zeit eingefordert, in der sich besonders viele Menschen von diesen lösen (ibid.). Strenge Entwürfe von Männlichkeit(en) und Weiblichkeit(en) sind, wie bereits in Kapitel 3.2 dargelegt, zentral für den Zusammenhalt in der rechten Szene. Boßdorf sieht das traditionelle Weiblichkeitsbild bedroht, welches sie vertritt. Drittens spricht die rechte Akteurin das Thema *Frauenquoten* an. Ein Anliegen des Antifeminismus ist die Abschaffung von Quoten im Arbeitsmarkt. Gleichstellungsmaßnahmen für Frauen rückgängig zu machen, ist demzufolge auch ein Anliegen der Aktivistin.<sup>51</sup> In allen Punkten verkörpert Reinhild Boßdorf prototypisch die antifeministische Weltanschauung, die in Kapitel 3.2 ausgeführt wurde.

Die zwölf Kommentare zum Beitrag verhalten sich ausschließlich affirmativ. Ironisch kommentiert eine Person „Meld mich doch weil ich meine Teller abspüle und staubsauge

---

<sup>51</sup> Ihre Missbilligung gegenüber *Frauenquoten* drückt Boßdorf auch über ihre Profilbeschreibung aus, in der es heißt „Erfülle die Quote für kerndeutsche Frauennamen“ (siehe Abb. 16). Damit bezieht sie sich ironisch auf sich selbst. Hintergrund ist ein Instagram-Beitrag vom 12.06.2022, in dem sie über den antifeministischen Frauenkongress in Münster berichtet, an dem sie als Referentin teilnahm. Die Münstersche Zeitung wählte die Formulierung *Quote für kerndeutsche Frauennamen* laut Boßdorf in der anschließenden Berichterstattung.

[sic!]“ (siehe Abb. 19). Mehrere Kommentare loben die Zöpfe oder posten Flammen-Emojis als Kompliment. Eine Person schreibt: „Nur eine Frau wie du steht für den wahren Feminismus“ (siehe Abb. 20). An diesem Kommentar wird besonders deutlich, dass Boßdorf von einigen Personen in einem falschen Feminismus-Verständnis als eine Art ‚bessere Feministin‘ angesehen wird, da sie ihre Performanz von Weiblichkeit an konservative Werte knüpft. In Kapitel 3.1 wurde bewiesen, dass es keinen rechtsideologischen Feminismus geben kann. Gemeint ist mit dem Kommentar demnach, dass Boßdorf für ein Weiblichkeitsbild steht, welches der antifeministischen Weltanschauung des Kommentarschreibers entspricht. Als Hashtags wurden neben *#meldmichdoch*, *#meldestelle* und *#flechtfrisuren* auch *#lukreta* und *#reinweiblich* gewählt. Welche Bedeutungen haben die Hashtags *Lukreta* und *Reinweiblich*?

Bei *Lukreta* handelt es sich um ein antifeministisches Netzwerk, das von Boßdorf maßgeblich angeleitet wird. Das Netzwerk hat über dreitausend Follower\*innen auf Instagram, führt antifeministische Kampagnen und sogenannte Frauenkongresse durch. Auf dem Instagram-Account *lukreta\_official*, den Boßdorf auch in ihrem Profil verlinkt, finden sich im Zeitraum zwischen dem 28. März und 25. Mai 2023 weitere *Meld‘-mich-doch*-Beiträge im selben Stil. Der Beitrag von Boßdorf ordnet sich demzufolge in die antifeministische *Meld‘-mich-doch*-Kampagne von *Lukreta* ein. Aufgrund dieses übergeordneten Kontextes wurde ebenjener Beitrag für die Analyse ausgewählt. Unter den 32 weiteren Beiträgen zur Kampagne befindet sich ein Bild von Gabrielle Mailbeck (siehe Kapitel 5.1), die sich mit dem Spruch „Meld‘ mich doch, weil ich Messerattacken nicht als ‚Einzelfall‘ abtue“ (Mailbeck, 24.04.2023) präsentiert. Dies verdeutlicht nochmals die extrem rechte Einstellung der AfD-Politikerin sowie die enge Vernetzung weiblicher rechter Akteurinnen. Da *Lukreta* solchen Aussagen eine Plattform bietet, ist anzunehmen, dass sich das Netzwerk selbst in extrem rechten Kommunikationskontexten bewegt.

Der Hashtag *Reinweiblich* unter dem eingangs analysierten Bildbeitrag von Reinhild Boßdorf verweist auf ihren gleichnamigen YouTube-Account. Mit dem Neologismus *Reinweiblich* spielt sie einerseits auf die faschistisch konnotierte *Reinheit* an, andererseits bildet sie ein Wortspiel aus ihrem Vornamen *Reinhild* und dem Wort *weiblich*. Die ersten Videos auf ihrem YouTube-Kanal entstanden im Jahr 2020. Am 03.11.2023 verzeichnete der Account 3320 Follower\*innen. In den Videos filmt sich Boßdorf selbst und spricht über ihre politischen Ansichten. Dabei zeigt sie deutlich ihre rechte Einstellung, beispielsweise trägt ein Video den

Titel „Warum bin ich rechts?“. <sup>52</sup> Die Offenheit über ihre politischen Ansichten ist eine bewusste Kommunikationsstrategie. Damit wird eine Ent-Tabuisierung beziehungsweise Normalisierung des Rechts-Seins angestrebt. Boßdorf trägt mit ihrem YouTube-Kanal folglich zur Verharmlosung der rechten Ideologie bei. Auf dem Kanal findet sich darüber hinaus ein Video zur *Meld'-mich-doch*-Kampagne von Lukreta. <sup>53</sup> Darin erklärt Boßdorf anfangs mit Missbilligung, was die Meldestelle Antifeminismus bewirken soll. <sup>54</sup> Sie kritisiert, wie schon im Instagram-Beitrag, dass viele Fälle strafrechtlich irrelevant seien wie etwa ihre selbst organisierten Frauenkongresse. Des Weiteren ist ihr unverständlich, warum Menschen gemeldet werden sollten, wenn sie von Zweigeschlechtlichkeit sprechen, sich gegen die gendergerechte Sprache weigern oder sich dagegen auflehnen, dass Kinder an Schulen mit dem Thema Transsexualität konfrontiert werden. <sup>55</sup> Boßdorf endet mit einem provozierenden Appell, dass man sie melden solle, weil sie sich dagegen wehrt, dass „Sexualstraftäter aus dem Ausland importiert“ <sup>56</sup> werden und dass Kinder „im frühkindlichen Alter ihr Geschlecht ändern dürfen“ <sup>57</sup>.

Boßdorfs antifeministische bis menschenfeindliche Ansichten wurden schon durch den Instagram-Beitrag nachgewiesen. Im Video zeigt sich ihre politische Einstellung nochmal verstärkt. Sie bedient sich des Bedrohungsnarrativs durch Migration und adressiert die Zuschauer\*in über die emotionale Ebene, indem sie die vermeintliche Bedrohung von Kindern anspricht. Oft wird in der antifeministischen Ideologie Frühsexualisierung von Kindern als Folge von Feminismus dargestellt (Lang/Peters 2018, 14). Boßdorfs Aussage über die Geschlechtsänderung im frühkindlichen Alter ist allerdings eine Falschinformation. Bis zum vierzehnten Lebensjahr müssen die Eltern der Geschlechtsänderung zustimmen. <sup>58</sup> Das frühkindliche Alter reicht hingegen nur bis zum fünften Lebensjahr. Dabei geht es nur um die Umtragung des Geschlechts im Personalausweis, nicht um eine physische Transition. Ferner finden die meisten Transitionen im Alter zwischen 20 und 30 Jahren statt. Bei den 15- bis 20-jährigen ist der Anteil gering (ibid.). Eine konstruktive Auseinandersetzung mit dem Thema ist jedoch nicht das Ziel Boßdorfs. Sie nutzt YouTube, um bei der Radikalisierung im digitalen

---

<sup>52</sup> Boßdorf, Reinhild (2020) Warum bin ich rechts? In: *YouTube* [<https://www.youtube.com/watch?v=BAQ2j3zpEGU> (letzter Zugriff am 03.11.2023)].

<sup>53</sup> Boßdorf, Reinhild (2023) #Meldmichdoch - Ein Abschluss Statement. In: *YouTube* [<https://www.youtube.com/watch?v=K7usEr9ICqU> (letzter Zugriff am 03.11.2023)].

<sup>54</sup> Ibid., 00:55–01:08.

<sup>55</sup> Ibid., 02:00–02:55.

<sup>56</sup> Ibid., 03:30–03:35.

<sup>57</sup> Ibid., 03:50–04:05.

<sup>58</sup> Anonym (2023) Geschlechtliche Identität. Was regelt das Selbstbestimmungsgesetz? In: *Deutschlandfunk* [<https://www.deutschlandfunk.de/selbstbestimmungsgesetz-transsexuellengesetz-geschlechtsangleichung-100.html#:~:text=Ja.,Sorgeberechtigten%2C%20um%20eine%20Änderung%20vorzunehmen> (letzter Zugriff am 03.11.2023)].

Raum mitzuwirken, rechtsideologische Narrative zu verbreiten und mit anderen rechten Akteur\*innen in Verbindung zu treten. Laut Stegemann und Musyal sind rechte Akteur\*innen auf YouTube besonders gut vernetzt. Verschwörungstheoretiker\*innen arbeiten mit Esoteriker\*innen, Klimaskeptiker\*innen, AfD-Aktivist\*innen, Impfgegner\*innen und rechtsextremen Kadern Hand in Hand. Voraussetzung ist lediglich das gemeinsame Feindbild der liberalen Mehrheitsgesellschaft (2020, 130). Neben ihrem YouTube-Account betreibt Boßdorf außerdem einen Telegram-Kanal, den sie auf ihrem Instagram-Profil verlinkt. Auf Telegram ist eine noch stärkere Radikalisierung möglich, weil dort viele der Kommunikationskanäle unkontrolliert bleiben.

Abschließend soll auf die Forschungsfrage eingegangen werden, wie Weiblichkeit von Reinhild Boßdorf inszeniert wird und inwiefern dies für ihre politische Botschaft eine Rolle spielt. Für Boßdorfs politische Arbeit ist ihr Selbstverständnis als traditionelle Frau zentral. Ihre Performanz von Weiblichkeit entspricht dem Bild der Tradwife-Bewegung. Voraussetzung für ihre antifeministische Politik ist die Annahme einer biologisch begründeten Zweigeschlechtlichkeit. Durch ihre Aussagen auf Instagram und YouTube wird deutlich, dass sie keinen Anspruch auf politische Korrektheit legt, keine demokratischen Grundwerte vertritt und sich einer zugespitzten Rhetorik bedient. Damit trägt sie zur Aufstellung einer Gegenöffentlichkeit bei, die sich auf alternative Fakten und Medien beruft. Auch die Kreation von Bedrohungsszenarien, Dramatisierung und Skandalisierung gehören zu Boßdorfs Methoden. In der digitalen Öffentlichkeit betreibt sie über verschiedene Plattformen Hetze gegen Minderheiten wie Transsexuelle oder Geflüchtete. Ihre Kommunikationsstrategien werden durch ihre Selbstinszenierung als radikale Antifeministin verstärkt. Von Gleichgesinnten wird Boßdorf dafür bewundert, wie sie sich vermeintlich für Frauenrechte einsetzt. Folglich findet hier wieder eine paradoxe Selbstermächtigung statt. Boßdorf erhält fast ausschließlich positive Kommentare. Eine konstruktive Diskussion ist auf ihren Kanälen weder in den Bild- und Videobeiträgen noch in den Kommentaren gewünscht. Damit trägt Boßdorf in der digitalen Öffentlichkeit maßgeblich zu Radikalisierungsprozessen bei, die sich von antifeministischen bis hin zu extrem rechten Kommunikationskontexten zuspitzen.

## **5.5 Paula Winterfeldt – Instrumentalisierung von Weiblichkeit zur Verharmlosung der extrem rechten Gesinnung**

In diesem Kapitel werden zwei Instagram-Beiträge analysiert. Der erste zeigt den inszenierten Zusammenhalt zwischen extrem rechten Frauen. Dieser setzt allerdings Hintergrundwissen



über die Einordnung der abgebildeten Akteurinnen voraus, weshalb ein zweiter Beitrag ergänzend für die Analyse der Kommunikationsstrategien und -kontexte Paula Winterfeldts ausgewählt wurde. Auf dem am 18.06.2021 veröffentlichten Beitragsfoto von *paula.winterfeldt* stehen drei Frauen eng nebeneinander und lächeln (siehe Anhang 6, Abb. 21).<sup>59</sup> Sie füllen das Bild vollständig aus. Die linksstehende Frau hat schwarze Haare, die sie in einem Dutt trägt. Ihr Pony reicht ihr bis über die Augenbrauen. Sie ist in ein schwarzes, trägerloses Top gekleidet. Beim Lächeln zeigt sie die Zähne und ihre Augen sind auf einen Punkt links neben der Kamera fokussiert. Die mittlere Frau ist augenscheinlich die jüngste der drei. Sie hat langes, dunkelblondes Haar, das sie wellig und offen trägt. Sie hat roten Lippenstift aufgetragen, der farblich zu ihrem rot-weiß-geflecktem Oberteil passt. Sie lächelt eher schüchtern mit geschlossenem Mund und neigt dabei leicht den Kopf. Die rechts im Bild platzierte Frau hat hellblonde Haare, die sie hinters Ohr geklemmt hat. Außerdem hat sie einen kurzen Pony sowie dunkel geschminkte Augen und Lippen. Sie trägt ein schwarzes Top. Ihr Lächeln ist verschlossen und zurückhaltend. Ihr Blick ist auf einen Punkt rechts neben der Kamera fixiert, jedoch neigt sie sich zur Bildmitte. Im Hintergrund sind verschwommen ein Strauch, ein Auto und ein schräges Dach erkennbar. Deutlich ist, dass die Personen sich draußen aufhalten. Das Licht wirkt bläulich, obwohl es sich dabei auch um einen Filter handeln könnte. Die Atmosphäre, das weiche Licht und die kurze Kleidung der Frauen deuten auf einen Sommerabend hin. Genauere Umgebungsdetails sind nicht erkennbar. Der Fokus liegt auf den drei Weiß gelesenen Frauen, die eine Einheit bilden, indem sie das Bild zu jeweils einem Drittel ausfüllen. Zudem stehen sie einander zugewandt. Die beiden außenstehenden Frauen neigen sich zur Mitte und die mittlere Frau legt ihre Arme um beide.

Die drei Frauen sind als Mitglieder der Identitären Bewegung bekannt und sind demzufolge extrem rechten Kommunikationskontexten zuzuordnen. Die schwarzhaarige Betreiberin des Accounts, die unter dem Pseudonym Paula Winterfeldt politisch aktiv ist, gilt als Ikone der IB (Lauer 2018). Die dunkelblonde, mittlere Frau tritt auf Instagram unter dem Namen Freya Rosi auf und inszeniert sich als Tradwife (siehe Kapitel 5.6). Die dritte Frau ist mit einem privaten Profil namens *ingridwss* auf Instagram aktiv und heißt mit bürgerlichem Namen Ingrid Weiss (ibid.). Sie agiert in der extrem rechten Szene in Österreich. Das Foto wurde auf Augenhöhe der Personen aufgenommen, was eine Nähe zur Betrachter\*in herstellt. Augenscheinlich zeigt das Foto drei Freundinnen. Hinweise auf ihre politische Gesinnung werden weder durch das

---

<sup>59</sup> Die Analyse bezieht sich auf den zweiten Slide des Beitrags. Der erste Slide ist ein spontaner ‚Schnappschuss‘ desselben Motivs. Das zweite, gestellte Foto, ist daher produktiver für die Analyse der Performanz von Weiblichkeit und der Kommunikationsabsicht.

Foto noch durch die Bildbeschreibung geliefert. Lediglich ein weißes Herz wurde als Bildunterschrift gewählt (siehe Abb. 21). Mit diesem wird im Vergleich zum roten Herz keine Liebe, sondern Zuneigung zu Freund\*innen ausgedrückt (van Dreumel 2023). Die Symbolik wirkt harmlos und gibt keinen Hinweis auf die Verbindung zur IB, die sich mit den Farben Gelb und Schwarz inszeniert.

Auffällig ist, dass Freya Rosi als einzige der Drei farblich gekleidet ist. Ihr Erscheinungsbild, geprägt durch Mimik, Kleidungswahl und ihr junges Alter, strahlt mädchenhafte Unschuld und Schüchternheit aus. Insofern trägt sie maßgeblich zur harmlosen Gesamtwirkung des Bildes bei. Im Gegensatz dazu erscheint Winterfeldt durch ihre schwarze Kleidung und die von Haaren verdeckte Stirn unnahbarer. Auch Weiss zeigt durch ihr verhaltenes Lächeln, die dunkel geschminkten Augen und Lippen sowie die schwarze Kleidung eine Distanz zur Betrachter\*in. Winterfeldt und Weiss richten ihren Blick nicht in die Kamera, wodurch sie eine geringere Nähe zur Betrachter\*in haben als Freya Rosi. Indem sich Paula Winterfeldt mit Freya Rosi an ihrer Seite präsentiert, wirkt auch sie selbst zugänglicher für die Zuschauer\*in. Das Ziel dieser Inszenierung ist, sich nicht nur als Freundin von Freya Rosi und Ingrid Weiss darzustellen, sondern auch als potentielle Freundin für die Betrachter\*in. Die Freundesgruppe vermittelt eine Offenheit nach außen, etwa durch das offene Lächeln Winterfeldts und die zu allen Seiten gerichteten Blicke der Frauen. Winterfeldt schaut links und Weiss rechts an der Kamera vorbei. Freya Rosi lächelt direkt in die Kamera. Die verschiedenen Blickrichtungen könnten als Einladung für umstehende Personen interpretiert werden, sich der Gruppe anzuschließen.

Die Identitäre Bewegung als wichtige Akteurin in neurechten Kommunikationskontexten passt sich an die modernen Möglichkeiten der Online-Kommunikation an und rekrutiert Mitglieder über soziale Medien, weshalb gerade junge Menschen gefährdet sind (siehe Kapitel 2.1). Mit ihrer Selbstinszenierung wollen extrem Rechte ein Identifikationsangebot für Jugendliche schaffen, virtuelle Netzwerke kreieren und Jugendlichen die Möglichkeit geben, sich als Teil eines größeren Zusammenhangs oder einer mächtigen Gruppe zu fühlen (Ipsen/Wörner-Schappert/Eisentraut 2017, 32f.). Die Akteur\*innen im Foto präsentieren sich als Einheit und konstruieren das Zugehörigkeitsgefühl einer harmonischen Freundesgruppe. Dies spricht junge Menschen an, für die soziale Beziehungen eine hohe Bedeutung haben. Der Auftritt von Freya Rosi auf dem Profil Winterfeldts ist eine Strategie aus dem Influencer-Marketing, um mehr Reichweite zu generieren (siehe Kapitel 1.1.2). Gleichzeitig wird die Kommunikationsstrategie angewandt, über die eigene Radikalität hinwegzutäuschen, indem die politische Gesinnung der drei Frauen nicht thematisiert wird. Dass die drei Frauen Weiß gelesen werden, ist kein per se

extrem rechtes Motiv, jedoch passt es in ihr ideologisches Weltbild. Insofern wird impliziert, dass der Zugang zur Freundesgruppe nur denjenigen gewährt wird, die diesem äußerlichen Erscheinungsbild entsprechen.

Der Beitrag wurde 311 Mal geliked und zwei Mal kommentiert (siehe Abb. 22). Ein Kommentar stammt von der rechten Akteurin Marie-Thérèse Kaiser (siehe Kapitel 5.2), die drei Mal den Herzaugen-Emoji kommentiert hat. Die Akteurinnen der AfD und IB sind demzufolge online miteinander vernetzt. Der zweite Kommentar wurde von Ingrid Weiss geschrieben und bezieht sich inhaltlich darauf, dass sie mit Freya Rosi und Paula Winterfeldt eine schöne Zeit hatte. Durch die Kommentare kann nicht auf die extrem rechte Weltanschauung der Frauen geschlossen werden. Die fehlende Bildbeschreibung oder Benutzung von Hashtags tragen zur Verschleierung des Kontextes bei. Die im Vergleich zu anderen rechten Akteurinnen geringe Follower-Anzahl von 1714 auf dem Profil *paula.winterfeldt* deutet darauf hin, dass Winterfeldt Instagram eher für private Zwecke nutzt. Für ihre politischen Aktivitäten verlinkt sie in ihrer Profilbeschreibung ihren X-Account *\_\_Loewenherz\_\_*, wo sie über 4500 Follower\*innen verzeichnen kann. Dort postet sie irregulär Fotos und Textmeldungen über ihre politischen Ansichten. Instagram nutzt die rechte Akteurin hingegen, um Eindrücke aus ihrem Leben hochzuladen, beispielsweise über ihren Wohnort Berlin und ihr Hobby, das Segeln. Kontextualisierungen fehlen dabei oft. Politische Inhalte spielen insgesamt eine untergeordnete Rolle, obwohl diese sporadisch auf dem Profil zu finden sind.

In einem Fotobeitrag vom 03.08.2019 zeigt sich Paula Winterfeldt beispielsweise bei einer Hausbesetzungsaktion in Halle (siehe Abb. 23). Das Haus in der Adam-Kuckhoff-Straße 16 wurde von 2017 bis Ende 2019 von der Identitären Bewegung besetzt. Im Bild ist Winterfeldt erkennbar, die sich aus dem Fenster lehnt. Sie trägt zu ihrem schwarzen Top und den schwarzen Haaren zusätzlich eine dunkle Sonnenbrille. Hinter ihr werden schwarze Fahnen aus den Fenstern geschwenkt. Die helle Hauswand ist mit schwarzer Farbe bespritzt. Über fünf Fenster hinweg hängt ein Banner, worauf *20. Juli 2019 / Halle Saale – Demonstration und Sommerfest* zu lesen ist. Welchen Hintergrund hatte die Aktion? Eine Organisation wie die IB kann sich offline kaum etablieren. Ihre Veranstaltungen wurden in Halle fast ausschließlich von eignen Kadern besucht, das besetzte Haus war weitestgehend von der Stadtgesellschaft isoliert (Stegemann/Musyal 2020, 103). Das Teilen der Demonstrationen im Netz ist daher oftmals wichtiger für die öffentliche Aufmerksamkeit als die eigentliche Aktion. Am Beispiel der Hausbesetzungsaktion zeigt sich die Kommunikationsstrategie, dass rechte Akteur\*innen

öffentlichkeitswirksame Auftritte generieren, wobei konkrete politische Inhalte in den Hintergrund geraten (siehe Kapitel 1.1.1).

Das Foto wurde lediglich mit *#Sommer* untertitelt und wurde 194 Mal geliked. Kommentare gibt es keine. Auch bei diesem Beitrag muss anhand der bildlichen Symbolik erkannt werden, dass es sich um eine extrem rechte Aktion der IB handelt. Die Untertitelung mit dem Hashtag *Sommer* ist zum einen eine Verharmlosung des Bildinhalts. Zum anderen zeugt sie von zynischem Humor und Provokation, da eine Normalisierung der Hausbesetzung stattfindet, indem sie als alltägliches Ereignis im Sommer präsentiert wird, sogar als *Sommerfest*. Wie bereits beschrieben, zeigt Winterfeldt als einzige Akteurin der IB ihr Gesicht im Foto. Das hat die Ursache, dass bei Demonstrationen gezielt Frauen in den vorderen Reihen platziert werden, um ein feminines Erscheinungsbild inmitten der ansonsten stark maskulinen und patriarchalischen Gruppierung zu schaffen (Hornuff 2019, 63). Extrem rechte Bewegungen erreichen neue Zielgruppen, indem sie Körper als Leinwände nutzen. So wird auch bei Paula Winterfeldt die Performanz von Weiblichkeit mit politischen Inhalten verknüpft.

Inwiefern instrumentalisiert Winterfeldt außerdem die Performanz von Weiblichkeit für die Verbreitung rechtsideologischer Inhalte? Winterfeldt wird vom Katapult-Magazin als besonders einflussreiche extrem rechte Frau eingestuft.<sup>60</sup> Seit 2017 ist sie in der IB politisch aktiv. Bekannt wurde die rechte Akteurin vor allem durch ihr Mitwirken an einer vermeintlichen Frauenrechtskampagne namens *#120db*, mit der die IB die *#MeToo*-Kampagne für ihre eigenen Interessen einzunehmen versuchte. *120db* steht dabei für 120 Dezibel, was der Lautstärke eines Taschenalarms entspricht, den laut Winterfeldt jede Frau bei sich tragen sollte, um sich vor Übergriffen von Männern mit Migrationshintergrund zu schützen (ibid.). In diesem Rahmen trat Winterfeldt in einem YouTube-Video auf, in dem angebliche Forderungen nach Frauenrechten mit geschlechterbinären, rassistischen und antifeministischen Positionen verknüpft wurden (Drüeke/Klaus 2019, 84). Winterfeldt instrumentalisiert folglich das Thema Weiblichkeit, um das Bedrohungsszenario zu kreieren, dass Frauen in Deutschland überall im öffentlichen Raum Opfer von Vergewaltigung werden könnten (ibid., 89).<sup>61</sup> Diese Erzählung ist charakteristisch für rechtspopulistische Kommunikationskontexte (siehe Kapitel 1.1.1).

---

<sup>60</sup> KNICKER-Redaktion (2021) Sympathisch – aber Nazi. In: *Katapult-Magazin* [<https://katapult-magazin.de/de/artikel/sympathisch-aber-nazi>] (letzter Zugriff am 21.11.2023)].

<sup>61</sup> Feministische Forschungen haben gezeigt, dass sexualisierte Gewalt Frauen vor allem in privaten Räumen oder am Arbeitsplatz begegnen. Die Täter sind meist Verwandte, Bekannte oder Arbeitskollegen. Das Narrativ einer angeblichen Bedrohung im öffentlichen Raum durch Männer mit Migrationshintergrund dient als Bedrohungsszenario für die Agenda rechter Akteur\*innen (Drüeke/Klaus 2019, 88f.).

Winterfeldts Selbstinszenierung ordnet sich in das Konzept der *Nipster* ein, was sich von *Nazi* und *Hipster* ableitet. Die neofaschistische Lifestyle-Szene der Nipster wird vor allem von männlichen Idolen geprägt, die eine ästhetische und weltanschauliche Vorbildfunktion in der Szene erfüllen (Hornuff 2019, 28). Somit stellt Paula Winterfeldt als Frau eine Ausnahme als öffentlich agierende Aktivistin in der extrem rechten Szene dar. Die Selbstinszenierung als Nipster soll den zeitgemäßen Vorstellungen eines angesagten ‚Lifestyles‘ entsprechen, um junge Menschen zu erreichen. Dabei ist das Abgrenzen nach außen hin durch ästhetische Codes Mittel zum Zweck, um eine verschworene Einheit gegenüber der vermuteten Mehrheitsgesellschaft zu konstruieren (Hornuff 2019, 28). Auch im oben analysierten Beitrag bilden die drei Frauen eine solche Einheit. Gerade in der männlich dominierten rechten Szene mag der Zusammenhalt von Frauen besonders relevant sein. Durch Freya Rosi wird im Foto eine Brücke zur Betrachter\*in gebaut. Sie trägt das Bild durch ihre zugängliche Ausstrahlung und liefert durch ihre bunte Kleidung, die schüchterne Mimik und ihren direkten Blick zur Kamera eine wichtige Komponente, um bei der Zuschauer\*in den Wunsch einer Zugehörigkeit zur Freundesgruppe zu wecken. Indem Winterfeldt sich mit anderen extrem rechten Frauen im freundschaftlichen Kontext zeigt, bietet sie ihrer Community ein Identifikationsangebot. Dass Winterfeldt selbst als Frau gelesen wird, spielt für ihre politische Aktivität insofern eine Rolle, dass sie sich medienwirksam für vermeintliche Frauenrechte einsetzen und den Zusammenhalt von Frauen in der rechten Szene inszenieren kann. Schlussendlich spielt die Performanz von Weiblichkeit aber eine untergeordnete Rolle. Vielmehr wird eine ‚natürlich‘ konstituierte Weiblichkeit instrumentalisiert, um extrem rechte Inhalte zu verharmlosen und zu rechtfertigen.

## **5.6 Freya Honold – Antifeministische Performanz als ästhetisierter Werbekörper für Weiblichkeit**

Auf dem Instagram-Account *freyarosi* wurde am 08.05.2022 ein Foto von einer jungen Frau hochgeladen (siehe Anhang 7, Abb. 24). Ihr Alter könnte auf Anfang zwanzig geschätzt werden. Die leicht wellig getragenen, dunkelblonden Haare reichen ihr bis zur Taille und werden vom Wind verweht. Die Frau lächelt direkt in die Kamera. Ihre Augen werden durch lange, schwarz geschminkte Wimpern betont. Auch die Augenbrauen werden durch Make-up stärker hervorgehoben, ebenso wie die dunkelrot geschminkten Lippen. Als Accessoires sind zwei silberne Ketten und ein Kreol-Ohring erkennbar. Die Kleidungsauswahl besteht aus einem schwarzen Pullover mit kurzem Rollkragen, worüber eine Lederjacke mit silbernen Verzierungs-elementen gezogen wurde. Dazu trägt die junge Frau einen klein-karierten, grau-schwarzen Rock, der an der Taille beginnt und bis zum unteren Bildrand reicht. Der

Bildausschnitt endet auf einer Höhe über den Knien, weshalb die genaue Rocklänge nicht erkennbar ist. Die Pose der jungen Frau ist aufrechtstehend mit leicht angewinkelten Armen, wobei sie ihr Gewicht auf das rechte Bein verlagert, was sich von der ungleichen Schulterhöhe ableiten lässt. Über der höher gelegenen, linken Schulter hängt zudem eine kleine schwarze Tasche mit silbernen Applikationen. Die Hände der Frau werden zum Teil durch den unteren Bildrand abgeschnitten. Ersichtlich sind aber silberne Ringe, künstliche, hellrosa Nägel und ein aufgemaltes rotes Herz auf der rechten Hand. Die junge Frau steht im Vordergrund des Bildes. Der verschwommene Hintergrund zeigt einen städtischen Platz mit künstlich angelegten Bäumen und einer bunten Häuserreihe. In der linken Bildhälfte sind schemenhaft Menschen zu sehen, die auf einer Bank sitzen. In der rechten Bildhälfte befindet sich ein weißer Pavillon.

Bei der Person im Foto handelt es sich um Freya Rosi. Ihr bürgerlicher Name lautet Freya Honold.<sup>62</sup> Die rechte Akteurin ist als Aktivistin bei der Identitären Bewegung bekannt. Sie nahm beispielsweise bei der Besetzungsaktion des Justizministeriums in Berlin im Mai 2017 teil. Des Weiteren unterstützte sie das extrem rechte Projekt *Kontrakultur Halle* in Halle, Saale (Lauer 2018). Sie trat auch im Rahmen der Kampagne #120db (siehe Kapitel 5.5) in Erscheinung und arbeitete dort mit Paula Winterfeldt zusammen (Rösch 2023, 32). Ihre politische Einstellung wird im Instagram-Beitrag jedoch nicht offenbart. Das Bild legt den Fokus auf Freya Honold in ihrem sorgfältig gewählten Outfit. Zwar ist im Hintergrund eine Altstadt erkennbar, jedoch wird diese bewusst nur verschwommen gezeigt. Die Aufmerksamkeit soll auf die Selbstinszenierung der rechten Akteurin gelenkt werden, die sich in der Bildmitte platziert hat. Durch die auf Augenhöhe fotografierte Aufnahme und den Blick in die Kamera spricht Freya Honold die Betrachter\*in direkt an. Die Inszenierung wirkt professionell und entspricht dem Auftreten von Influencer\*innen. Diesem Schema folgt auch die Bildbeschreibung, wo Honold ihre 3785 Follower\*innen als „Freunde der Sonne“ (siehe Abb. 25) adressiert. Weiterhin teilt sie ihrer Community mit, dass sie sich aktuell Gedanken zu ihrem Kanal mache und daher weniger aktiv sei. Nach diesem Beitrag folgt allerdings nur noch ein weiterer im Jahr 2022, während im Jahr 2023 keine Inhalte auf dem Account veröffentlicht wurden. Der momentane Status der rechten Akteurin ist aufgrund dessen ungewiss.

Die gewählten Hashtags geben Aufschluss über Freya Honolds Weltanschauung. Unter anderem ist der Beitrag mit #weiblichkeit, #weiblichkeitleben, #feminin, #traditionell,

---

<sup>62</sup> Antifa Recherche Köln (2020) Die Verbindungen der Identitären Bewegung Köln zur AfD und zur Kölner Burschenschaft Germania. In: *de.indymedia.org* [<https://de.indymedia.org/node/81955> (letzter Zugriff am 21.11.2023)].

*#tradwoman*, *#tradgirl* und *#weiblichjungtraditionell* kategorisiert. Anhand dieser Stichworte lässt sich bestimmen, dass sich die rechte Akteurin als Anhängerin der Tradwife-Bewegung einstuft und antifeministische Ansichten vertritt. Ihre Follower\*innen verstehen die unterschwellige Botschaft, was sich an einigen Kommentaren zeigt. Eine Person schreibt beispielsweise, dass Honold in traditioneller Kleidung noch besser aussehe (siehe Abb. 26). Die Kommentare sind ausschließlich positiv und beziehen sich inhaltlich auf das ästhetische Aussehen der jungen Frau. Der Beitrag ist aus zweierlei Gründen eine Ausnahme im Instagram-Feed von Honold und wurde daher zu Analyse ausgewählt. Erstens fotografiert sie sich selten in der Stadt, sondern inszeniert sich meist in der Natur. Zweitens ist die moderne Kleidung mit schwarzer Lederjacke eine Ausnahme in der Kleidungswahl. Auf vielen Fotos ist die rechte Akteurin in langen Röcken oder Kleidern abgebildet, die farbig und gemustert sind. In einem Instagram-Beitrag bestätigt sie, dass sie diese Art der Kleidung bevorzugt (Freya Honold 12.12.2021). Die Vorliebe für lange Kleider und Röcke ist zwar nicht per se rechtsideologisch, zeugt aber von einer konservativen Einstellung.

Welche Bedeutung hat der analysierte Beitrag für den Instagram-Feed von *freyarosi*? Mit dem Foto zeigt Freya Honold einerseits, dass sie sich auch in Lederjacke und insgesamt modernem Look inszenieren kann und will so möglicherweise ihre Zielgruppe erweitern. Andererseits trägt sie auch in diesem Foto einen längeren Rock, sodass kein gänzlicher Stilbruch vorliegt und die bestehenden Follower\*innen den Beitrag positiv aufnehmen. Die Kleidungsauswahl ist für die rechte Akteurin zentral für ihr *Doing Gender*. Den Sinn für Ästhetik begreift Honold neben Sozialsinn, Hingabe und Sanftmut als eine der wichtigsten Eigenschaften von Weiblichkeit (Rösch 2023, 36). Der weibliche Körper stellt für die junge Frau aufgrund der geschwungenen Formen den Inbegriff von Ästhetik dar (ibid.). Mehr als jede andere der analysierten rechten Akteurinnen knüpft Freya Honold ihre politische Botschaft an die Performanz von Weiblichkeit. Dabei ordnet sie sich in antifeministische Kommunikationskontexte ein. Ein wiederkehrendes Thema auf dem Account *freyarosi* sind Ratschläge für ein traditionelleres Leben, was sich besonders auf die Punkte *Bedeutung von Weiblichkeit*, *weibliche Kleidung*, *Beauty* und *Entschleunigung* bezieht (ibid.). Die Kommunikation gleicht einem Ratgeber-Stil. Freya Honold stellt sich selbst als Guru für traditionelles Leben dar. Rösch beweist, dass der Account dem eines Lifestyle-Gurus entspricht, was sich von dem sorgsam aufgebauten medialen Selbst,

der überzeugenden Erzählung und den ästhetischen Bildern ableiten lässt (ibid.).<sup>63</sup> Zusammenfassend ist ihre Ästhetisierung strukturbildend für den Account *freyarosi* (ibid., 34).

Honolds Fixierung auf das Thema Weiblichkeit setzt sich auf ihrem YouTube-Kanal *Freya Rosi* fort. Dort wurden zwischen 2020 und 2022 unregelmäßig Videos hochgeladen. Im Jahr 2023 fanden keine Aktivitäten auf dem Kanal statt. Die vorhandenen Videos behandeln Themen wie „Tugenden der Weiblichkeit“ (Freya Honold 17.10.2020), „Was bedeutet es, traditionell zu leben?“ (ibid., 21.06.2020) oder „Traditionell auf Tinder“ (ibid., 07.03.2022). Inhaltlich werden antifeministische Inhalte in abgeschwächter Form vermittelt. Deutlich wird in den genannten Videos, dass Freya Honold am binären Geschlechtersystem festhält und die Idealvorstellung von einer heteronormativen Ehe und Kleinfamilie vertritt. Die rechte Akteurin orientiert sich folglich an der in Kapitel 3.3 beschriebenen Weltanschauung der Tradwife-Bewegung, die eine Re-Traditionalisierung der Frauenrolle fordert. Besonders in ihrer Naturverbundenheit inszeniert sich Freya Honold in ihrem traditionellen Weiblichkeitsverständnis. Durch die Konstruktion einer Tradwife-Persona auf Instagram streben Anhänger\*innen der Bewegung eine Legitimierung der antifeministischen Weiblichkeitskonstruktion an (siehe Kapitel 3.3). Dabei sind Akteur\*innen nie zu radikal in ihren Aussagen, da eine offene sexistische oder rassistische Haltung den Anschluss an die Mitte der Gesellschaft verhindern könnte. Bei Honold kann dies auch beobachtet werden. Obgleich ihrer Verortung in der extrem rechten IB kommuniziert sie in der digitalen Öffentlichkeit in gemäßigter Art und Weise. Ihre Kommunikationsstrategien unterscheiden sich damit von den in Kapitel 1.1.1 dargelegten Methoden rechter Akteur\*innen. Es werden weder Bedrohungsszenarien kreiert, noch werden Nachrichten skandalisiert oder Hass und Hetze verbreitet. Freya Honold kommuniziert ihre Weltanschauung unterschwellig. Mithilfe eines bestimmten Vokabulars und einer harmlosen Selbstinszenierung täuscht sie über die eigene Radikalität hinweg. Hashtags wie *traditionell* und *feminin* (siehe Abb. 25) geben Gleichgesinnten zu erkennen, dass *freyarosi* in rechten Kontexten zu verorten ist.

Wie lässt sich die Forschungsfrage nach der Performanz von Weiblichkeit für Freya Honold beantworten? Wie wirkt ihre Weiblichkeitskonstruktion affirmativ für rechte Kontexte? Für Honold spielt ihre Performanz als konservative Frau eine wichtige Rolle. Dazu gehört erstens eine bestimmte Kleidungsauswahl mit Schwerpunkt auf langen Kleidern und Röcken.

---

<sup>63</sup> Doch nicht nur der weibliche Körper wird von *freyarosi* ästhetisiert. Oft stehen Naturmotive im Fokus, die in ihrer Farbgebung den jeweiligen Jahreszeiten angepasst sind und professionell fotografiert wurden. So ergibt sich ein ästhetischer Gesamteindruck mit sorgfältig aufeinander abgestimmten Motiven und Farben (Rösch 2023, 33).



Allerdings weiß sich die rechte Akteurin auch modern zu kleiden, was ihr den Anschluss an eine weniger konservative Zielgruppe ermöglicht. Zweitens inszeniert sie ihre langen, welligen und blonden Haare als Symbol für Weiblichkeit. Insgesamt achtet Freya Honold stark auf ihr äußerliches Erscheinungsbild und entspricht der von Influencer\*innen bekannten Ästhetik. Die Bilder auf ihrem Instagramprofil sind keine Momentaufnahmen, sondern überästhetisch gestaltete Fotos, die sinnbildlich für die Ästhetik von Weiblichkeit stehen. Rösch hat sich in ihrer Analyse von Honold ebenfalls mit deren Ästhetisierung von Weiblichkeit und der Bedeutung für die rechte Ideologie befasst:

Weiblichkeit wird im ganzen Account als positiv bewertet und von Freya Rosi verkörpert. Die Vorzüge von Frauen werden erläutert und die Notwendigkeit ‚weiblicher Eigenschaften‘ für das Kollektiv herausgestellt. [...] Ästhetik und ästhetisches Handeln bilden das Scharnier zwischen Individuellem und Kollektivem, aber auch zwischen Sehgewohnheiten auf Instagram und rechter Ideologie. (Rösch 2023, 37)

Die Neue Rechte setzt zur Gewinnung von neuen Mitgliedern auf ein positives Identifikationsangebot in sozialen Netzwerken (ibid.). Hierbei wirkt Honold maßgeblich mit. Durch ihr harmloses Auftreten eignet sie sich dafür, dem Mainstream subtil rechte Ansichten nahe zu bringen. Auf ihrem Instagram-Account lassen sich keine Hinweise auf Freya Honolds Verbindungen zur IB entdecken, woraus geschlussfolgert werden kann, dass sie dies nicht öffentlich zeigen will, vermutlich, um sich vor Anfeindungen zu schützen. Dafür weiß sie ihre politische Botschaft über die Ebene des Influencing zu transportieren. Sie tritt selbst als Werbekörper für ‚weibliche Ästhetik‘ auf. Honolds *Doing Gender* basiert auf einer traditionellen Weiblichkeitskonstruktion und damit einhergehenden Geschlechterrollen, sodass ihre Selbstinszenierung affirmativ für die antifeministische Ideologie wirkt.

### **5.7 Eva-Marie Doerfler – Diskrepanz zwischen emanzipiertem Weiblichkeitsbild und gleichzeitigem Angriff auf Gender**

Auf dem Instagram-Account *eva\_luiert* wurde am 15.06.2023 ein Bild von einer posierenden Frau veröffentlicht (siehe Anhang 8, Abb. 27). Die Frau sitzt in einem Raum vor einer schwarzen Wand, die nahtlos in einen schwarzen Boden übergeht. Darauf befindet sich ein pinker, kreisrunder Bodenbelag. Im Vordergrund des Bildes sind unscharf schwarze Bälle erkennbar. Am vorderen Rand des pinken Kreises stehen zwei schwarz-glänzende Absatzschuhe, die ebenfalls im Bereich der Unschärfe liegen. Am hinteren Rand des Kreises hat sich die Frau in seitlich sitzender Pose platziert. Der Kamerafokus liegt auf ihr. Sie hat die Beine angewinkelt und zur linken Bildseite ausgestreckt. Ihre nackten Füße werden von den im

Vordergrund stehenden High-Heels verdeckt. Die Frau stützt sich mit dem linken Arm auf und wirft mit der rechten Hand einen schwarzen Ball in die Luft. Dabei hebt sie leicht den Kopf und blickt in die Kamera, wobei sie mit geöffnetem Mund lächelt. Ihre dunkelbraunen Haare trägt sie locker zusammengebunden. Die Augenbrauen, Augen und Lippen werden mit Make-up betont. Als Schmuck trägt die Frau eine weiße Perlenkette und ein Perlenarmband am linken Arm. Ein Perlenohrring ist am linken Ohr sichtbar. An der rechten Hand, mit der sie den Ball wirft, trägt sie eine goldene Uhr. Zudem hat sie lange künstliche Nägel. Ihre Kleidung setzt sich aus einer schwarzen Leggings in Lederoptik und einem schwarzen T-Shirt mit dem Aufdruck *Zuckerbrot ist alle* zusammen. Hinter der Schrift ist ansatzweise der Aufdruck einer Peitsche zu sehen und unter dem Spruch befindet sich ein kleiner Totenkopf.

Die Person im Bild ist Eva-Marie-Doerfler. Sie wurde 1986 in Berlin geboren und ist dort ansässig. Beruflich ist sie Physikerin. Im Rahmen der Bundestagswahl 2021 trat Doerfler als Kandidatin der Alternative für Deutschland im Wahlkreis Berlin-Charlottenburg-Wilmersdorf an.<sup>64</sup> Ihr Instagram-Account namens *eva\_luiert* leitet sich von *evaluieren* ab. Entsprechend dem Profilnamen nutzt die politische Akteurin ihren Account, um gegenwärtige Ereignisse aus ihrer eigenen Perspektive zu analysieren und zu bewerten. Sie verfügt über eine Reichweite von 15.000 Follower\*innen. Der beschriebene Instagram-Beitrag wurde zur Analyse ausgewählt, weil er verschiedene rechte Diskurs-Ebenen eröffnet und diese in einen scheinbaren Zusammenhang setzt. Dabei ergeben sich einige Widersprüchlichkeiten, die die folgende Analyse aufdecken wird.

Die formale Komposition des Instagram-Fotos setzt sich aus einer klar definierten Struktur von Bildvorder-, -mittel- und -hintergrund zusammen. Das Foto wurde aus einer leicht unterschichtigen Perspektive aufgenommen, wodurch die Betrachter\*in zu Doerfler aufschaut. Die Politikerin ist in der Bildmitte positioniert, wobei die Kulisse dazu beiträgt, die Aufmerksamkeit auf sie zu lenken. Die gezielte Beleuchtung von Doerfler vor dem schwarzen Hintergrund, die ästhetische Selbstinszenierung sowie die exakte Anordnung der Requisiten im Vordergrund deuten auf eine professionelle Fotografie hin, wie sie bei Influencer\*innen zu finden ist. Die Absatzschuhe wurden zwar unscharf, aber dennoch deutlich erkennbar im Vordergrund fotografiert. Sie fungieren als Symbol für Weiblichkeit und Dominanz, was durch die Farbe Schwarz zusätzlich verstärkt wird. Da sich Doerfler mit nackten Füßen abgelichtet

---

<sup>64</sup> Die Landeswahlleiterin, Berlin (2021) *Wahlvorschläge der Bundestagswahl in Berlin am 26. September 2021* [[https://www.berlin.de/wahlen/wahlen/wahlen-2021/parteien/wahlbewerber-btw\\_voe-internet\\_final.pdf](https://www.berlin.de/wahlen/wahlen/wahlen-2021/parteien/wahlbewerber-btw_voe-internet_final.pdf)] (letzter Zugriff am 21.11.2023)].

hat, könnte die Szenerie so interpretiert werden, dass sie die Schuhe vor der Aufnahme des Fotos ausgezogen hat. Grund dafür könnte sein, dass sie sich ungezwungen und locker präsentiert. Durch die Geste des Ballwerfens erhält das Bild eine dynamische Wirkung. Dieser Eindruck wird durch das ‚Bällebad‘ verstärkt, auf das mit dem Hashtag *Bällchenbad* verwiesen wird (siehe Abb. 28). Bällebäder werden in der Regel eher von Kindern genutzt. Indem Doerfler ihre Schuhe auszieht, um selbst im Bällebad aktiv zu sein, verleiht sie dem Foto den Eindruck von kindlicher Unbeschwertheit. Auch eine selbstironische oder humoristische Konnotation könnten damit einhergehen. Die kindliche Verspieltheit und Selbstironie stehen im Kontrast zum vermittelten Weiblichkeitsbild für den Male-Gaze.

Doerflers Lächeln und der direkte Blick in die Kamera sprechen die Betrachter\*in unmittelbar an. Ihre Botschaft an die Zuschauer\*in ergibt sich erstens durch ihren T-Shirt-Aufdruck und zweitens durch den Beschreibungstext und die Hashtags zum Foto. Zunächst soll auf das T-Shirt mit dem Aufdruck *Zuckerbrot ist alle* eingegangen werden. Die Redewendung *Zuckerbrot und Peitsche* bezeichnet eine Strategie, die sowohl Belohnung als auch Bestrafung einsetzt, um ein gewünschtes Ziel zu erreichen. Dabei steht das Zuckerbrot für positive Anreize zur Beeinflussung des Verhaltens einer Person. Die Aussage *Zuckerbrot ist alle* bedeutet, dass keine Motivation durch positive Verstärkung mehr stattfinden kann. Zurück bleibt die Peitsche, mit der Maßnahmen kompromisslos durchgesetzt werden sollen. Überträgt man dies auf einen politischen und gesamtgesellschaftlichen Kontext, wird das Narrativ genähert, dass die Zeiten der Stabilität und Ordnung in Deutschland vorüber wären. Künftige Konflikte müssten daher mit der Peitsche gelöst werden, also durch die Ausübung von Macht, Autorität und Unterdrückung. Die Interpretation lässt sich darauf zuspitzen, dass Deutschland aus Doerflers Sicht ein radikaler politischer Umbruch bevorsteht.

Der Spruch *Zuckerbrot ist alle* könnte aber auch im Kontext der Selbstbestimmung der Frau interpretiert werden. Positive Anreize oder Belohnungen, die Frauen an traditionelle Geschlechterrollen gebunden haben, sind in der heutigen Welt oftmals überholt. Frauen können heute nach Autonomie und Selbstbestimmung streben und sind weniger an gesellschaftliche Konventionen gebunden. Die Botschaft würde in diesem Sinne lauten, dass Doerfler sich als Frau von gesellschaftlichen Erwartungen löst und nach Selbstermächtigung strebt. Diese Deutungsweise ergänzt sich mit der Selbstinszenierung im Bällebad und dem Ausziehen der Absatzschuhe, was symbolisch für das Ablegen der traditionellen Frauenrolle steht. Eine dritte Interpretationsmöglichkeit ist der Kontext von *Zuckerbrot und Peitsche* mit Pferden. Das Prinzip wird metaphorisch in der Pferdeerziehung so verwendet, dass die Aufmerksamkeit des

Tieres gezielt gelenkt werden kann. So erlernt das Pferd bestimmte Kommandos und Verhaltensweisen. Doerflers TikTok-Account *eva\_doepler* dreht sich um das Thema Pferdereiten als Freizeitsport. Mit knapp neuntausend Follower\*innen teilt sie ihr Wissen über Pferde, Erlebnisse beim Reiten, Tipps zur Pferdepflege und weitere ähnliche Inhalte. Der TikTok-Account gibt inhaltlich kaum Aufschluss über ihre politische Tätigkeit. Allein durch ihre Profilbeschreibung wird deutlich, dass sie neben ihrem Interesse für Pferden auch Physikerin und Politikerin ist.

In der Bildbeschreibung des analysierten Instagram-Beitrags finden sich weitere Hinweise auf die Botschaft Doerflers. Die rechte Akteurin greift verschiedene Thematiken auf, indem sie schreibt:

Ausgerechnet die Leute, die das biologische Geschlecht für ein soziales Konstrukt halten, sind oft auch die, die behaupten ‚Die Wissenschaft‘ sei sich sicher, dass der Klimawandel in 30 Jahren die Welt zerstört. Und ich frage mich, ob deren angeblichen wissenschaftlichen [sic!] Erkenntnisse Resultate der Forschung an der Clowns Uni sind. (Doerfler 15.06.2023)

Mit der Aussage werden drei Aspekte scheinbar in Verbindung gesetzt. Erstens wird die Debatte über das Geschlecht als soziales Konstrukt angesprochen. Die Politikerin nimmt die Position ein, Geschlecht als biologisch vorbestimmt anzusehen, was charakteristisch für eine politisch rechte Einstellung ist. Doerflers Kritik richtet sich gegen Menschen, die das Geschlecht als soziales Konstrukt betrachten und gleichzeitig davon ausgehen, dass es bei anderen wissenschaftlichen Themen absolute Gewissheit gibt. Darüber kommt sie auf den Klimawandel zu sprechen. Die rechte Akteurin suggeriert, dass die Bedrohung durch den menschengemachten Klimawandel eine fragwürdige, unwissenschaftliche Behauptung sei. Drittens werden Universitäten und Wissenschaft degradiert und deren Glaubwürdigkeit angezweifelt. Der Wissenschaft wird eine Unzuverlässigkeit unterstellt, die sich durch vermeintlich widersprüchliche Aussagen von Wissenschaftler\*innen begründet. Insgesamt versucht Doerfler mit ihrer Aussage, politisch andersdenkenden Menschen eine scheinbare Inkonsistenz oder Doppelmoral zu unterstellen. Durch eine zugespitzte Rhetorik wie *Clowns-Uni* soll die Glaubwürdigkeit der Gegenseite herabgewürdigt werden. Doerflers provokante Rhetorik verfolgt die Absicht, die Diskussion zu polarisieren. Für eine sachliche Debatte bietet ihr Account keine Plattform.

Die gewählten Hashtags unterstützen die Rhetorik aus Neologismen, zynischem Humor und eigenem Vokabular. Das Leugnen von Wissenschaft wird durch die Hashtags *#clownsuni*, *#spinner* und *#wissenschaft* hervorgehoben. Die Clowns-Symbolik steht in extrem rechten

Kontexten für die demokratische, pluralistische Gesellschaft, die nur mit zynischem Humor zu ertragen sei.<sup>65</sup> Diese metaphorische Botschaft verstärkt Doerfler durch ihre Selbstinszenierung im Bällebad. Obwohl sie selbst Physikerin ist, zweifelt sie die Zuverlässigkeit der Wissenschaft an. Auf ihrem YouTube-Kanal *Eva-Marie Doerfler* hat die Politikerin beispielsweise ein Video veröffentlicht, in dem sie erklärt, wie man sich der einrichtungsbezogenen Impfpflicht zur Corona-Pandemie entziehen kann (Doerfler 08.07.2022).<sup>66</sup> Nicht nur die Wissenschaft im Allgemeinen, sondern insbesondere die Gender-Studies und das Gendern an Universitäten werden von Doerfler diffamiert, wie die Hashtags *#geschlecht* und *#gendergaga* beweisen. Zuletzt hat Doerfler die Hashtags *#freiheit* und *#berlinerfreiheit* gesetzt. Damit könnte die Politikerin darauf verweisen, dass sie sich als gebürtige Berlinerin für eine rechts-konservative Heimatpolitik einsetzen will. Unter den Kommunikationsstrategien Doerflers fallen neben der zugespitzten Rhetorik auch ihre Affinität zu Verschwörungserzählungen und alternativen Fakten auf. Die rechte Akteurin lehnt nicht nur fachliche Expertise und die Impfpflicht ab, sondern leugnet im analysierten Instagram-Beitrag auch den Klimawandel. Sie kommuniziert außerdem mit einer Aggressivität, die sie durch Ironie und Humor zu überspielen versucht. Die AfD-Politikerin trägt bewusst zum Aufbau einer (digitalen) Gegenöffentlichkeit bei und ist insofern rechtspopulistischen und neurechten Kommunikationskontexten zuzuordnen.

Wie äußern sich Kommentierende dazu? Die Kommentare unter dem Instagram-Foto beziehen sich teilweise auf das attraktive Erscheinungsbild Doerflers und teils auf die im Beschreibungstext angesprochenen Thematiken. Ein Kommentierender schreibt, dass es „früher schon“ Bücher gegeben habe, die „alles besser wussten, als es die Wissenschaft je erklären konnte“ (siehe Abb. 29). Diese Aussage beinhaltet eine esoterische und verschwörungstheoretische Konnotation. Andere Kommentierende machen Doerfler Komplimente in Bezug auf ihr Aussehen und bringen dies mit ihrer politischen Einstellung in Verbindung. Ein Kommentar lautet zum Beispiel: „Bei diesem Photo glaubt nur ein Narr das [sic!] das Geschlecht ein soziales Konstrukt ist!“ (siehe Abb. 30). Damit wird auf Doerflers Konstruktion eines Weiblichkeitsbildes für den Male-Gaze verwiesen. Der Kommentarschreiber fährt fort, dass ihm beim Anblick des Fotos warum werde und dass dies nicht am Klimawandel läge. Ein anderer Kommentar schließt sich ihm an. Wieder wird die Performanz von Weiblichkeit mit einer politischen Botschaft in Verbindung gebracht. Doerflers

---

<sup>65</sup> Bundesamt für Verfassungsschutz (2022) *Rechtsextremismus: Symbole, Zeichen und verbotene Organisationen* [[https://www.verfassungsschutz.de/SharedDocs/publikationen/DE/rechtsextremismus/2022-02-rechtsextremismus-symbole-zeichen-organisationen.pdf?\\_\\_blob=publicationFile&v=10](https://www.verfassungsschutz.de/SharedDocs/publikationen/DE/rechtsextremismus/2022-02-rechtsextremismus-symbole-zeichen-organisationen.pdf?__blob=publicationFile&v=10) (letzter Zugriff am 21.11.2023)].

<sup>66</sup> Der YouTube-Kanal von Eva-Marie-Doerfler enthält fünf Videos aus dem Jahr 2022 und eines aus dem Jahr 2021. Im Jahr 2023 war die rechte Akteurin auf der Plattform inaktiv.

Community ist folglich von gleichdenkenden Menschen geprägt, die rechtsideologische und antifeministische Ansichten teilen und Verschwörungstheorien nicht ablehnen. Außerdem folgen sie dem Account *eva\_luiert* für die ästhetischen Selbstporträts der rechten Akteurin.

Wie wird zusammenfassend Weiblichkeit von Eva-Marie Doerfler inszeniert und wie wird dadurch die rechte Ideologie bekräftigt? Insgesamt handelt es sich bei Doerfler um eine widersprüchliche Persönlichkeit. Die kindliche Verspieltheit im Bällebad steht der professionalisierten Performanz von Weiblichkeit für den Male-Gaze gegenüber. Während Doerfler auf ihrem TikTok-Account die harmlose Welt der Pferde präsentiert, nutzt sie Instagram und YouTube, um radikale politische Aussagen zu verbreiten. Dazu verwendet sie auch ihren eigenen Körper als Leinwand, was der Methode von Influencer\*innen entspricht. Ihr T-Shirt-Aufdruck verspricht im weiteren Interpretationssinne einen politischen Umbruch in Deutschland. Gemeint ist der Aufstieg der AfD, der aktuell schon vollzogen wird. Obwohl Doerfler Physikerin ist, leugnet sie die Glaubwürdigkeit der Wissenschaft. Die widersprüchliche Persönlichkeit wird auch in der Ambivalenz zwischen Bild und Text widerspiegelt. Der T-Shirt-Aufdruck und das Ausziehen der Absatzschuhe können, wie oben dargelegt, als Selbstermächtigungsakt der Frau interpretiert werden. Das Lösen von traditionellen Rollen und Erwartungen wird auch durch das Spielen im Bällebad symbolisiert. In der Bildbeschreibung spricht sich Doerfler aber gegen „Gendergaga“ (siehe Abb. 28) aus, was auf eine antifeministische Haltung schließen lässt. Auch der für Influencer\*innen charakteristischen Selbstinszenierung liegen antifeministische Tendenzen inne. Durch die Kontextualisierung von Bild und Text auf Instagram werden das eigene Erscheinungsbild und die politische Botschaft in einen Zusammenhang gesetzt, der von den Kommentierenden ebenfalls aufgegriffen wird. Die Performanz von Weiblichkeit wird von der Politikerin instrumentalisiert, um Aufmerksamkeit zu generieren. Anschließend nutzt sie die gewonnene Aufmerksamkeit, um ihre politische Meinung im Beschreibungstext zum Foto zu vermitteln. Sie bedient sich also der Aufmerksamkeitsökonomie der sozialen Netzwerke, die auf eine ästhetische, Influencer-typische Weiblichkeitsinszenierung ausgelegt ist.

## **6. Auswertung: Kommunikationsstrategien und Weiblichkeitskonstruktionen rechter Akteurinnen**

In diesem Kapitel erfolgt eine Auswertung der gewonnenen Erkenntnisse. Zum einen steht die konstruktivistische Auswertung im Kontext von *Doing Gender* im Mittelpunkt. Zum anderen wird die dekonstruktivistische Auswertung unter Berücksichtigung der fünf Thesen von Judith

Butler behandelt (siehe Kapitel 4.3). Im Anschluss werden die angewandten Methoden reflektiert und evaluiert, inwiefern der Methodenmix das Forschungsziel erreichen konnte. Das Kapitel schließt mit einem umfassenden Fazit, in dem die Forschungsfragen beantwortet werden.

## **6.1 *Doing Gender* und performative Weiblichkeit: eine (de-)konstruktivistische Auswertung**

Im interaktionistischen Konstruktivismus nach Lünenborg und Maier (siehe Kapitel 4.3) wird das Frau-Sein als prozesshafter Akt in sozialen Praxen verstanden, wobei das Mediennutzen und -handeln diesen fortlaufenden Prozess beeinflussen. Der performative Akt wird dabei als *Doing Gender* bezeichnet. In Kapitel 5 wurden rechte Akteurinnen auf ihre Performanz von Weiblichkeit analysiert. Es wurde geprüft, inwiefern diese Inszenierung zur Verbreitung rechter Inhalte in der digitalen Öffentlichkeit beiträgt. Dabei ist deutlich geworden, dass das *Doing Gender* oft über eine für Influencer\*innen charakteristische Selbstinszenierung für den Male-Gaze hergestellt wird. Diese Weiblichkeitskonstruktion basiert auf der Verwendung des eigenen Körpers als Leinwand und geht meist mit professioneller Fotografie einher. Sowohl Marie-Thérèse Kaiser als auch Freya Honold und Eva-Marie Doerfler bedienen sich dieser Kommunikationsstrategie. Über die visuelle Inszenierung von Weiblichkeit generieren sie Aufmerksamkeit. In der Bildbeschreibung wird dann die politische Botschaft vermittelt. So können wirkungsvoll Radikalisierungsprozesse in der digitalen Öffentlichkeit angestoßen werden.

Besonders subtil vermittelt Freya Honold ihre antifeministischen Botschaften. Durch Ihre Ästhetisierung von Weiblichkeit und den Ratgeber-artigen Stil kann sie eine weite Zielgruppe erreichen, die nicht per se in rechten Kommunikationskontexten zu verorten ist. Mit der Metapher des warenästhetischen Verpackungsdesigns (siehe Kapitel 1.1.2) lässt sich die Selbstinszenierung von Kaiser beschreiben. Sie inszeniert sich als charismatische Influencerin, die gleichzeitig als AfD-Politikerin agiert. So wird sie zum Produkt der AfD, wobei das äußere Erscheinungsbild über die eigene Radikalität hinwegtäuscht. Die Handlungsweisen von *Doing Gender* werden folglich von rechten Akteurinnen instrumentalisiert, um für Instagram-Nutzer\*innen einen Einstieg zu rechtsideologischen Inhalten zu schaffen. Im performativen Akt des *Doing Gender* stellen sich die politischen Akteurinnen in Selbstporträts dar, die mindestens aus einer halbnahe, oft aus einer halbtotale Einstellung aufgenommen wurden, sodass der

gesamte Körper zu sehen ist.<sup>67</sup> Dabei wählen einige Akteurinnen wie Mailbeck, Kaiser und Doerfler eine untersichtige Perspektive, wodurch sie größer und präsenter erscheinen und sich damit selbst ermächtigen. Dies verdeutlicht den Einfluss der Fotografie, also der Mediennutzung, auf das *Doing Gender*.

Die diskurstheoretische Dekonstruktion verfolgt das Ziel, durch Medien geprägte Geschlechterbilder und -konzepte zu dekonstruieren, wobei auch das Ungeschriebene eine wesentliche Rolle für die Sinnggebung spielt (Lünenborg/Maier 2013, 25). Im Folgenden werden die fünf Thesen Butlers auf die rechten Akteurinnen bezogen und damit die verschiedenen Facetten performativer Weiblichkeit in rechten Kontexten ausgewertet. Erstens betont Butler, dass Geschlechtsidentitäten performativ gestaltet werden. Butlers These lautet, dass das binäre System stetig wiederhergestellt wird, indem sich Akteur\*innen so verhalten, als gäbe es eine ‚männliche‘ und ‚weibliche‘ Natur (Nussbaum 1999, 457). Die Analyse zeigt, dass Weiblichkeit in unterschiedlichen Formen performativ hergestellt wird, insbesondere durch die Inszenierung für den Male-Gaze, um die Aufmerksamkeit der Betrachter\*in zu lenken. Für die Kommunikationsstrategien der rechten Akteurinnen spielt die Selbstinszenierung als Frau oftmals eine zentrale Rolle. Reinhild Boßdorf, die sich als Tradwife inszeniert, setzt sich vermeintlich für Frauenrechte sowie die Sicherheit von Frauen ein, bewegt sich dabei jedoch in antifeministischen bis extrem rechten Kommunikationskontexten. Ihrer Kommunikationsstrategie liegt das biologisch begründete, zweigeschlechtliche System zugrunde, das sie durch ihre Instagram-Seite performativ hervorbringt und aufrechterhält.

Die zweite These Butlers lautet, dass ihr Konzept von *Geschlechtsidentitäten* den Widerstand gegen normative Geschlechterbilder erlaubt. Während Akteurinnen wie Freya Honold und Gabrielle Mailbeck bewusst mit der Ästhetisierung der weiblichen Geschlechtsidentität arbeiten, entziehen sich andere dem stereotypischen Weiblichkeitsbild. Alice Weidel unterscheidet sich dabei maßgeblich von den anderen Akteurinnen, da sie ihre eigene Weiblichkeit weder thematisiert noch instrumentalisiert. Im Gegensatz zu Mailbeck, Kaiser, Winterfeldt und Honold versucht sie nicht, ihre Radikalität durch die eigene Weiblichkeit zu verschleiern. Ihr Widerstand gegen stereotypische ‚weibliche‘ Merkmale kann nach Butlers These als progressives und emanzipiertes Handeln interpretiert werden. Dies verdeutlicht die widersprüchliche Persönlichkeit Weidels. Auch bei anderen rechten Akteurinnen ergeben sich

---

<sup>67</sup> Wie in Kapitel 2.2 dargelegt wurde, waren Männer historisch eher als ‚Kopfmenschen‘ in den Medien vertreten, während Frauen im Ganzkörper-Format abgebildet wurden. Die Assoziation des Ganzkörper-Porträts mit Weiblichkeit könnte daher bis heute in den Sehgewohnheiten verankert sein.



Widersprüche zwischen ihrer Geschlechtsidentität und ihrer Kommunikation. Bei Gabrielle Mailbeck steht ihre Selbstermächtigung gegen geschlechtsspezifische und rassistische Vorurteile in der AfD ihrer Selbstinszenierung in der traditionellen Frauenrolle als Ehefrau und Mutter gegenüber (siehe Kapitel 5.1). Eva-Marie Doerfler symbolisiert einerseits durch das Ausziehen von Absatzschuhen und dem Spielen im Bällebad das Ablösen von Geschlechterrollen. Sie macht somit Gebrauch von der Möglichkeit des Widerstands gegen normative Geschlechterbilder, die durch Instagram gegeben ist. Andererseits vertritt sie antifeministische Werte und nutzt Hashtags wie *Gendergaga* (siehe Kapitel 5.7). Bei allen analysierten Akteurinnen besteht eine Widersprüchlichkeit zwischen ihrer Selbstermächtigung als Frau durch politische Teilhabe in der digitalen Öffentlichkeit und ihren rechtsideologischen, antifeministischen Ansichten.

Drittens betont Butler die Notwendigkeit, Geschlechtsidentitäten im Kontext anderer Machtverhältnisse wie nationaler Identitäten, *Race* und Alter zu betrachten. Die analysierten rechten Akteurinnen sind Teil einer relativ homogenen Gruppe junger, weiblicher, Weißer Frauen aus rechten Kontexten. Mailbeck zeigt als einzige der analysierten rechten Akteurinnen auf ihrem Instagram-Account einen Migrationshintergrund auf. Insgesamt impliziert die äußerliche Ähnlichkeit der Frauen einen eingeschränkten Zugang zur Gruppe. Das junge Alter der Frauen dient ihnen als Vorteil in den sozialen Medien, welche vor allem junge Menschen erreichen (Haltenhof 2023). Die älteste der Akteurinnen ist Alice Weidel mit 44 Jahren. Als erfolgreiche AfD-Politikerin hat ihr Account außerdem die höchste Reichweite. Eine kausale Verbindung zwischen der Anzahl der Follower\*innen und den Kategorien Alter, Nationalität und weiteren Identitätsmerkmalen der Akteurinnen konnte im Rahmen der Forschung in dieser Masterarbeit nicht verzeichnet werden. Die Analyse verdeutlicht aber die Komplexität von Geschlechtsidentitäten, die durch verschiedene soziale Machtstrukturen geprägt werden und die Notwendigkeit, nicht nur das Geschlecht, sondern auch andere Dimensionen der Identität einzubeziehen.

Viertens stellt Butler die Macht der Sprache fest, welche Geschlechterbilder aufrechterhalten und unterwerfen kann. In der Rhetorik der Akteurinnen zeigt sich die sprachliche Vielseitigkeit, mit der rechtsideologische und antifeministische Inhalte vermittelt werden können. Während Freya Honold auf ein positives Identifikationsangebot im Ratgeber-Stil setzt, arbeitet Boßdorf aktiv an der Aufstellung einer Gegenöffentlichkeit durch eine radikale Rhetorik mit Bedrohungsszenarien und Hetze. Beide Akteurinnen beziehen sich auf das Thema Weiblichkeit und Frau-Sein. Kaiser verfolgt auf ihrem Account *hallofrau-kaiser* die Strategie der positiven

Assoziationen und nutzt den Account *kaiser.afd* für die Verbreitung radikaler politischer Botschaften. Weidel und Doerfler bedienen sich einer offensiven, aggressiven Rhetorik, die das Ziel verfolgt, Gruppen zu unterwerfen. Während sich Weidel gegen die demokratischen Parteien richtet, verurteilt Doerfler die Gender-Bewegung und Klimaaktivist\*innen. Butlers These wurde in der Analyse folglich bestätigt.

Zuletzt stellt Judit Butler die Behauptung auf, Weiblichkeit sei nicht natürlich gegeben. Dem widersetzen sich die rechten Akteurinnen. Ihre politische Haltung basiert auf der Vorstellung einer natürlich gegebenen Zweigeschlechtlichkeit. Insbesondere im Rahmen der Tradwife-Bewegung agierende Aktivistinnen wie Boßdorf, Honold und Mailbeck befürworten traditionelle Frauenrollen. Boßdorf äußert sich am radikalsten gegen queere Personen. Freya Honold nutzt ihr Selbstverständnis als traditionelle Frau, um konservative Geschlechterrollen und Anweisungen fürs Frau-Sein auf Instagram und YouTube zu teilen. Die Vorstellung einer natürlich gegebenen Weiblichkeit ist darüber hinaus grundlegend für extrem rechte Aktivistinnen wie Paula Winterfeldt, die das Narrativ einer angeblichen Bedrohung von Frauen in Deutschland durch Männer mit Migrationshintergrund verbreiten. Winterfeldt inszeniert darüber hinaus den Zusammenhalt von Frauen in rechten Kontexten. Die dargestellte Frauenfreundschaft zwischen Freya Honold, Ingrid Weiss und Paula Winterfeldt wirkt verharmlosend für ihren extrem rechten Hintergrund (siehe Kapitel 5.5). Gleichzeitig wird die hohe Vernetztheit rechter Akteurinnen deutlich, die sich auch in gegenseitigen Kommentaren, Likes und Gastauftritten auf anderen Accounts äußert.<sup>68</sup> Die weibliche Geschlechtsidentität wird also nicht nur auf verschiedene Weisen performativ von rechten Akteurinnen hergestellt, sondern auch instrumentalisiert, um rechtsideologische Inhalte zu verharmlosen und zu verbreiten. Zusammenfassend liefern Butlers Thesen eine produktive Grundlage, um die verschiedenen Aspekte der performativen Weiblichkeit zu analysieren und die Weiblichkeitsbilder der rechten Akteurinnen zu dekonstruieren. Inwiefern die Forschungsmethoden insgesamt zum intendierten Erkenntnisinteresse geführt haben, wird im folgenden Kapitel ausgewertet.

---

<sup>68</sup> Beispiele für die hohe Vernetztheit sind der Kommentar von Marie-Thérèse Kaiser unter Winterfeldts Foto (siehe Kapitel 5.5), die unterstützenden Kommentare mehrerer AfD-Politikerinnen unter Mailbecks Beitrag (siehe Kapitel 5.1) sowie Mailbecks Gastauftritt auf dem von Reinhild Boßdorf angeführten Netzwerk *Lukreta* auf Instagram (siehe Kapitel 5.4).

## 6.2 Methodenreflexion

Die Forschungsmethode setzte sich aus drei Komponenten zusammen. Zuerst erfolgte eine Teilnehmende Beobachtung im Rahmen der Netnographie. Anschließend wurde die Dokumentarische Bildanalyse auf die ausgewählten Instagram-Posts angewendet. Zuletzt fand eine Auswertung anhand des (De-)Konstruktivismus statt. In diesem Kapitel werden eine Fehlerbetrachtung und Reflexion des Methodenmix vorgenommen. Bei der qualitativen Analyse von Instagram-Inhalten können einige Komponenten zur Verfälschung der Ergebnisse führen. Erstens ist die ausgewählte Stichprobe nicht repräsentativ für die Gesamtheit der Instagram-Beiträge rechter Akteur\*innen. Aufgrund des eingeschränkten Umfangs der Masterarbeit konnte nur eine geringe Menge an Instagram-Beiträgen analysiert werden. Die Auswahl der für die Forschungsfrage relevanten Posts erfolgte nach eigenem Ermessen. Zudem werden extrem rechte Inhalte auf Instagram oft geblockt oder gelöscht, weshalb das zu analysierende Material flüchtig ist. Auf der anderen Seite erweitern sich die bestehenden Accounts regelmäßig um weitere Foto- und Videoinhalte. Die Datenerhebung fand im Juni 2023 statt. Somit stand nur das zu diesem Zeitpunkt erfasste Material für die Analyse zur Verfügung. Des Weiteren kann ein eventueller Einfluss des Algorithmus auf die Analyse nicht nachverfolgt werden. Möglich ist, dass bestimmte Accounts, Bilder und Kommentare bevorzugt angezeigt wurden. Auch das Identifizieren von Fake-Follower\*innen und Fake-Likes war im begrenzten Rahmen der Forschung nicht möglich. Mit dem zusammengestellten Methodenmix sollte den Hürden der Instagram-Analyse entgegengewirkt werden. Inwiefern wurde dieses Ziel erreicht?

In der Teilnehmenden Beobachtung konnten die Vernetzungen rechter Akteurinnen über einen Fake-Account erschlossen werden sowie deren Sprache und Symboliken in Form von Hashtags und Emojis decodiert werden. Die individuellen Kommunikationsstrategien konnten in Bezug auf verschiedene rechte Kommunikationskontexte eingeordnet werden. Allerdings fehlte eine tatsächliche Teilnahme der Forscherin in diesen Kontexten, was sich mit dem moralischen Dilemma begründet, selbst in extrem rechte Kreise einzutreten und deren Handlungsweisen anzunehmen. Auch sind das private Kennenlernen und Befragen rechter Akteurinnen schwer möglich. Politische Gruppierungen auf Instagram lassen sich jedoch produktiv mit der Methode der Netnographie analysieren. Diese ist multimethodisch angelegt und kann daher mit anderen Analysemethoden kombiniert werden. Außerdem ist sie im Hinblick auf die Datenerhebung flexibel und erlaubt die ausschließliche Nutzung des Internets zur Datensammlung. Die

Netnographie bezieht sich in der Regel auf textuelle Daten, lässt sich aber auch mit einer Bildanalyse vereinbaren.

Inwiefern eignete sich die Dokumentarische Bildanalyse für das Forschungsinteresse? Die Methode erlaubt die Analyse von Text und Bild im Kontext. Zudem schlägt Bohnsack eine Analysemethode für Videoinhalte vor, weshalb nicht nur Foto-Beiträge, sondern auch Instagram-Reels analysiert werden können. Bei den Analysen rechter Aktivistinnen (siehe Kapitel 5) zeigte sich, dass die einzelnen Analyseschritte teils fließend ineinander übergehen oder miteinander vermischt werden. Die Reihenfolge der Schritte kann nicht starr eingehalten werden, da der Fokus bei jeder rechten Aktivistin anders gesetzt wird, sodass die Methode dahingehend angepasst werden muss. Von Bohnsack ist es beispielsweise vorgesehen, Text-Elemente im Bild zunächst nur als Grafikelemente anzusehen. Die Bildbotschaft soll außerdem schon vor der Textanalyse ermittelt werden (siehe Kapitel 4.2). Bei Eva-Marie Doerfler musste aber der T-Shirt-Aufdruck *Zuckerbrot ist alle* eingangs erst analysiert werden (siehe Kapitel 5.7), um dann Schlussfolgerungen auf ihre Botschaft ziehen zu können. In der Analyse von Paula Winterfeldt (siehe Kapitel 5.5) gab es hingegen keine Text-Elemente. Winterfeldts politischer Hintergrund musste durch eine Online-Recherche sowie einen weiteren Instagram-Beitrag ermittelt werden. Bei allen Aktivistinnen mussten externe Informationen hinzugezogen werden, zum Beispiel YouTube-Videos oder Daten aus anderen sozialen Netzwerken wie TikTok. Diese Kontexte, die wichtige Implikationen zu den Kommunikationsstrategien und Performanzen der rechten Aktivistinnen lieferten, mussten durch eine Recherche ergänzt werden. Dennoch erwies sich die Dokumentarische Bildanalyse als produktiv für das Forschungsinteresse, da sie sowohl auf visueller als auch textueller Ebene eine detaillierte Analyse erlaubt. Darüber hinaus greift sie die Frage auf, inwiefern Bild und Text miteinander einhergehen oder welche Widersprüche sich zwischen ihnen ergeben. Letztendlich führte die Bildanalyse in jedem Fall zur Beantwortung der Frage, wie die rechte Aktivistin Weiblichkeit inszeniert und inwiefern damit rechtsideologische Inhalte verbreitet werden. Darüber hinaus ist die Dokumentarische Bildanalyse mit dem Konstruktivismus kombinierbar, weil beide Ansätze nicht ‚die Realität‘ oder das *Was* untersuchen wollen, sondern die Herstellungsprozesse von Realität(en), also das *Wie* (siehe Kapitel 4.2).

Zur Auswertung wurde die Methode des (De-)Konstruktivismus angewendet. Anhand dessen konnte ermittelt werden, wie Geschlechtsidentitäten auf Instagram performativ erzeugt werden. Kritisiert wird an der dekonstruktivistischen Forschung, dass die Forschungsrichtung eine geringe Alltagsnähe aufweist, da die Ergebnisse nicht unmittelbar in politische Forderungen

transportiert werden können (Lünenborg/Maier 2013, 20). Mit der Methode muss daher besonders selbstkritisch gearbeitet werden. Eine zentrale Herausforderung für die Gender-Studies besteht weiterhin darin, dass die Analyse ebenjene Zuweisungen von Männlichkeit und Weiblichkeit herstellt, die sie beabsichtigt, kritisch zu analysieren und zu dekonstruieren (ibid., 25). Es ergibt sich eine Diskrepanz zwischen dem Ziel des Dekonstruktivismus, die Idee der Zweigeschlechtlichkeit aufzulösen und der rechten Ideologie, die auf der Annahme des biologischen Geschlechts und einem binären Geschlechtersystem basiert. Hier kann jedoch die konstruktivistische Forschung eingreifen, die die Frage nach dem *Doing Gender* stellt, also danach, wie Weiblichkeit performativ durch und mit Medien hergestellt wird.

Die Analyse von Weiblichkeitskonstruktionen erfolgte unter Zuhilfenahme der Thesen von Judith Butler. Kritiker\*innen bemängeln beispielsweise an Butlers Ansatz, dass das Geschlecht nicht auf seine soziale Repräsentationsform reduzierbar sei. Für viele Menschen sei das Geschlecht ein wichtiger Bestandteil ihrer Identität und eine grundlegende Veränderung dessen sei in vielen Fällen nicht gewünscht (Bublitz 2002, 51). Ferner sei nicht ausreichend bewiesen, dass kein biologisches Geschlecht existiere (Nussbaum 1999, 456). Diese These sei im Feminismus keinesfalls der Konsens, weshalb Nussbaum die Verleugnung physischer Unterschiede zwischen den Geschlechtern als zu radikal ansieht (ibid., 460). Auch bleibt Butlers Theorie laut Nussbaum der Zugang in die Praxis verwehrt, da sie sich nicht mit Gesetzesreformen beschäftigt (ibid., 456). Daneben kritisiert Seier den Performativitätsbegriff Butlers. Judith Butler hat erstmals Gender-Konzeptionen in den Zusammenhang mit Performativität gebracht. Dadurch hat der Begriff *Performativität* einerseits an Komplexität gewonnen, andererseits sind daraus Ungenauigkeiten hinsichtlich des Verhältnisses von Gender und Medien entstanden (Seier 2007, 33). Laut Seier müsste der Performativitätsbegriff in der Medienwissenschaft noch weiter entfaltet werden. Es müsste die Frage beantwortet werden, inwiefern nicht nur Gender, sondern auch Medien als performative Akte gelten können (ibid., 69). Diese Diskussion bietet Anschlussmöglichkeiten für weitere Forschungen.

Schlussendlich erwies sich der gewählte Mix dreier Forschungsmethoden als sinnvolle, sich ergänzende Kombination. In ihrem Zusammenspiel trugen die Netnographie, die Dokumentarische Bildanalyse und der (De-)Konstruktivismus dazu bei, ein umfassendes Verständnis für die visuelle und textuelle Kommunikation rechter Akteurinnen auf Instagram zu entwickeln. Die Netnographie und Teilnehmende Beobachtung dienten der Datenerhebung. Die Dokumentarische Bildanalyse widmete sich den rechten Akteurinnen, deren *Doing Gender* sowie ihren Kommunikations- und Inszenierungsstrategien. Mit dem (De-)Konstruktivismus

konnten die Ergebnisse in eine übergeordnete Diskursanalyse der Gender-Studies eingeordnet werden. Trotz der Kritikpunkte an den einzelnen Methoden hat deren Zusammenspiel zu einer vielschichtigen Analyse von Weiblichkeitskonstruktionen in rechten Kontexten auf Instagram geführt. Auf Grundlage der gewonnenen Erkenntnisse werden im folgenden Kapitel die Forschungsfragen beantwortet.

### **6.3 Fazit: Ambivalenzen rechter Performanzen in der digitalen Öffentlichkeit**

Diese Masterarbeit ging der Forschungsfrage nach, wie sich rechte Akteurinnen auf Instagram inszenieren, welche Kommunikationsstrategien sie nutzen und inwiefern die Inszenierung von Weiblichkeit eine Rolle bei der Verbreitung rechter Inhalte auf Instagram spielt. Außerdem wurde untersucht, wie die rechte Ideologie Weiblichkeit und Frauenbilder konstruiert, wie sich rechte Gender-Diskurse in der Selbstinszenierung der rechten Akteurinnen widerspiegeln und inwiefern durch die Handlungsweisen der Akteurinnen eine Aneignung der digitalen Öffentlichkeit stattfindet. Diese Fragen sollen im Folgenden beantwortet werden. Eingangs wird rekapituliert, wie die rechte Ideologie Weiblichkeit konstruiert. Rechtsideologische Haltungen basieren auf der These einer biologisch begründeten Zweigeschlechtlichkeit. Dies bildet die Grundlage für die von rechten Akteur\*innen entwickelten Geschlechterbilder. Das Weiblichkeitsbild wird in rechten Kontexten oftmals von einer traditionellen, konservativen Rollenvorstellung geprägt. Der Frau wird dabei beispielsweise die Rolle als Hausfrau, Mutter und Ehefrau zugesprochen. Die traditionelle Kleinfamilie gilt als erwünschtes Familienbild. Allerdings setzen sich auch rechte Frauen in ambivalenter Weise für Frauenrechte ein. Dabei werden beispielsweise Frauenquoten abgelehnt und die Gender-Bewegung als Feindbild angesehen. Zudem wird das Frau-Sein instrumentalisiert, um rassistische Vorurteile und Narrative zu prägen, zum Beispiel Muslimfeindlichkeit und Hetze gegen Männer mit Migrationshintergrund. Das Weiblichkeitsbild in der rechten Ideologie ist also in jedem Fall antifeministisch geprägt und mit komplexen sozialen Machtstrukturen und patriarchalen Hierarchien verknüpft.

Wie inszenieren sich rechte Akteurinnen auf Instagram? Um diese Frage zu beantworten, wurde die Wechselwirkung zwischen dem *Doing Gender* und rechten Kommunikationskontexten untersucht. Die Auswertung anhand von Judith Bulters Thesen (siehe Kapitel 6.1) ergab, dass die rechten Akteurinnen Weiblichkeit in verschiedener Form performativ herstellen. Meist stützen ihre Weiblichkeitskonstruktionen die in rechten Kontexten verankerte Vorstellung eines

biologisch begründeten zweigeschlechtlichen Systems. Insbesondere trifft dies auf die Selbstinszenierungen als *Tradwife* von Gabrielle Mailbeck, Freya Honold und Reinhild Boßdorf zu. Außerdem wird die eigene Weiblichkeit instrumentalisiert, um politische Botschaften zu rechtfertigen, zum Beispiel die vermeintlich bedrohte Sicherheit der Frauen und Kinder in Deutschland durch Migration und die Gender-Bewegung (siehe Kapitel 5.4). Dem gegenüber brechen rechte Akteurinnen teilweise aus normativen Geschlechterbildern aus. Die AfD-Politikerinnen Weidel und Doerfler und inszenieren sich als eigenständige, willensstarke Frauen, die sich patriarchalen Strukturen nicht unterordnen. Gleichzeitig verbreiten sie antifeministische und rechtsideologische Ansichten, was sie als ambivalente Persönlichkeiten erscheinen lässt (siehe Kapitel 5.3, 5.7). Des Weiteren konnte mit der Forschungsarbeit nachgewiesen werden, dass die Analyse von Geschlechtsidentitäten nicht allein zielführend ist, um die Kommunikationsstrategien der rechten Akteurinnen zu decodieren. Komplexe soziale Machtstrukturen und weitere Ebenen der Identität der Akteurinnen müssen in die Analyse einbezogen werden.

Welche Kommunikationsstrategien nutzen die rechten Akteurinnen? Grundlegend kann zwischen der Strategie eines positiven Identifikationsangebotes und der einer radikalen Rhetorik unterschieden werden. Mit beiden Strategien wird Aufmerksamkeit generiert. Beim Schaffen eines positiven Identifikationsangebotes wird ein Influencer\*innen-ähnliches Auftreten genutzt. Dazu gehören die persönliche Ansprache der Community, das Teilen privater Einblicke und ästhetischer Fotos sowie Strategien aus dem Influencer-Marketing wie Kooperationen mit anderen rechten Akteurinnen. Visuell wird oftmals die Selbstinszenierung für den Male-Gaze bedient. Gabrielle Mailbeck, Freya Honold und Marie-Thérèse Kaiser nutzen diese Strategie zur Verharmlosung ihrer rechtsideologischen Haltung. Kaiser verabschiedet sich beispielsweise mit einem ‚Spaßfoto‘ bei ihren Follower\*innen ins Wochenende (siehe Kapitel 5.2) und Mailbeck gratuliert ihrer Community zum Muttertag (siehe Kapitel 5.1). Das Teilen des Alltagslebens wird auch von Paula Winterfeldt angewendet, um über die eigene Radikalität hinwegzutäuschen (siehe Kapitel 5.5). Mailbeck und Honold agieren über eine Metapolitik, die ihre Forderungen im kulturellen Bereich ansiedelt (siehe Kapitel 5.1, 5.6).

Dieser positiv konnotierten Kommunikationsstrategie steht die radikale Rhetorik anderer rechter Akteurinnen gegenüber. Weidel, Doerfler und Boßdorf versuchen, die eigene Community mit alternativen Fakten von den etablierten Medien zu entfremden. Sie legen keinen Anspruch auf politische Korrektheit oder demokratische Grundwerte. Hass gegen

Andersdenkende, Destruktivität und Aggressivität prägen die Rhetorik der drei Akteurinnen. Sie bedienen sich des Narrativs von Deutschland im Chaos, mit dem sie an die Ängste der Instagram-Nutzer\*innen anknüpfen können. Ihre Sprache zeichnet sich durch Wut und Provokation, eine zugespitzte Rhetorik mit eigenem Vokabular und Neologismen aus. Es gibt allerdings auch Überschneidungen bei Akteurinnen, die sich sowohl der positiv konnotierten als auch der negativ konnotierten Kommunikationsmethode bedienen. So kreiert Mailbeck beispielsweise ebenfalls das Bedrohungsszenario einer vermeintlichen Gefahr für alle Mütter in Deutschland (siehe Kapitel 5.1) und Kaiser arbeitet auf ihren beiden Instagram-Seiten mit je einer unterschiedlichen Kommunikationsstrategie (siehe Kapitel 5.2).

Judith Butler ist der Ansicht, dass Weiblichkeit nicht natürlich gegeben ist (siehe Kapitel 4.3). Die rechten Akteurinnen halten jedoch an dieser Vorstellung fest, um ein konservatives Weiblichkeitsbild aufrecht zu erhalten. Mit der Selbstinszenierung als traditionelle Frau werden von Mailbeck, Boßdorf und Honold antifeministische Ansichten gestützt. Durch das Teilen des Tradwife-Konzepts auf Instagram wird eine Legitimation dieses Lebensstils angestrebt (siehe Kapitel 3.3). Inwiefern spielt also die Performanz von Weiblichkeit eine Rolle bei der Verbreitung rechter Inhalte auf Instagram? Für die rechten Akteurinnen spielt die Weiblichkeitskonstruktion oftmals eine zentrale Rolle. Die Funktionsweise sozialer Medien basiert auf einer Aufmerksamkeitsökonomie, bei der eine Selbstinszenierung für den Male-Gaze mehr Aufrufe generiert (siehe Kapitel 1.1.2). Über die Performanz von Weiblichkeit wird Aufmerksamkeit erzeugt, um dann anschließend über die Bildbeschreibung und Hashtags antifeministische und rechte Inhalte zu propagieren (siehe Kapitel 5.1, 5.2, 5.6, 5.7).

Wie spiegeln sich zusammenfassend die in Kapitel 3 dargelegten rechten Gender-Diskurse in der Kommunikation der rechten Akteurinnen wieder? Erstens nehmen die Akteurinnen teilweise stereotypische Rollenbilder ein, um die normativen Geschlechterbilder aufrecht zu erhalten. So präsentiert sich beispielsweise Gabrielle Mailbeck in der Rolle als Ehefrau und Mutter, was sie sowohl bildlich als auch textlich sowie über Emojis mehrfach betont (siehe Kapitel 5.1). Auch bei anderen Akteurinnen wurde die in rechten Kommunikationskontexten verbreitete, strukturelle Misogynie deutlich. Freya Honold gibt zum Beispiel Tipps zum ‚richtigen‘ Frau-Sein (siehe Kapitel 5.6). Die Inszenierung einer traditionellen Weiblichkeit und die Forderung nach einer Re-Traditionalisierung der Frauenrolle erfolgen insbesondere im Rahmen der Tradwife-Bewegung. Auch eine Ästhetisierung dieses Frauenbildes findet auf Instagram statt (ibid.). Die antifeministischen Ansichten weisen Anknüpfungspunkte für rassistische Weltanschauungen auf. Die Diskriminierung von Männern mit



Migrationshintergrund wird als Selbstbestimmungsrecht der Frau interpretiert, wie etwa in der Kampagne #120db mit Paula Winterfeldt (siehe Kapitel 5.5). Zuletzt spiegelt sich in der Analyse der Anti-Genderismus wieder, der für rechte Kontexte charakteristisch ist. Besonders explizit haben sich Boßdorf und Doerfler gegen die Gender-Bewegung ausgesprochen, die sie mit Synonymen wie *Gendergaga* (siehe Kapitel 5.7) beschreiben.

Schlussendlich stehen die antifeministischen Ansichten der Akteurinnen im Widerspruch zu ihrer Selbstermächtigung als Frau durch ihre politische Teilhabe in der digitalen Öffentlichkeit. Die Dynamiken sozialer Medien begünstigen dabei Radikalisierungsprozesse (siehe Kapitel 1.1.) und können deswegen von rechten Akteur\*innen besonders effektiv für die Verbreitung rechtsideologischer Inhalte genutzt werden. Die Akteurinnen bedienen sich gezielt der Mechanismen sozialer Netzwerke und den Strategien des Influencer-Marketings. Mit ihrer ästhetisierten (Körper-)Präsenz in der digitalen Öffentlichkeit festigen sie ihre gesellschaftliche und politische Bedeutung. Über gezielte Kommunikationsstrategien stellen sie Weiblichkeit performativ her, um einerseits Aufmerksamkeit auf Instagram zu generieren und andererseits die normativen Weiblichkeitsbilder in rechten Kontexten aufrechtzuerhalten. Die besonders intensive Beschäftigung mit dem Thema *Gender* in rechten Kommunikationskontexten begründet sich damit, dass die ‚natürlich‘ konstituierte Zweigeschlechtlichkeit funktional für den inneren Zusammenhalt der rechten Szene ist (siehe Kapitel 3.2). Mit dem *Doing Gender* als prozesshaftem Handeln, das Weiblichkeitskonstruktionen hervorbringt, können rechte Gender-Diskurse auf Instagram der breiten Bevölkerung zugänglich gemacht werden. Die rechten Akteurinnen haben das Potential, durch die Performanz von Weiblichkeit Radikalisierungsprozesse in der digitalen Öffentlichkeit zu beeinflussen. Die Instrumentalisierung von Weiblichkeit für rechtsideologische Kontexte stellt letztendlich eine Bedrohung für die Demokratie dar.

## Literaturverzeichnis

Ayyadi, Kira (2021) Rechte Influencerinnen. Rechtsextreme Inhalte schön verpackt. In: *Belltower News* [<https://www.belltower.news/rechte-influencerinnen-rechtsextreme-inhalte-schoen-verpackt-120301/>] (letzter Zugriff: 10.01.2024)].

Barthels, Inga et al. (2021) Der Genderwahn der AfD. In: *Tagesspiegel* [<https://interaktiv.tagesspiegel.de/lab/der-genderwahn-der-afd/>] (letzter Zugriff am 26.09.2023)].

Beckmann, Suzanne C. / Langer, Roy (2009) Netnographie. In: *Qualitative Marktforschung. Konzepte – Methoden – Analysen*. Hg. v. Renate Buber & Hartmut H. Holzmüller. 2. Aufl. Wiesbaden: Gabler/GWV, S. 219–228.

Birsl, Ursula (2011) Rechtsextremismus und Gender: ein Paradigmenwechsel in der Forschung? In: *Rechtsextremismus und Gender*. Hg. v. ders. Opladen/Farmington Hills: Barbara Budrich, S. 11–26.

Bitzan, Renate (2011) "Reinrassige Mutterschaft" versus "nationaler Feminismus". Weiblichkeitskonstruktionen in Publikationen extrem rechter Frauen. In: *Rechtsextremismus und Gender*. Hg. v. Ursula Birsl. Opladen/Farmington Hills: Barbara Budrich, S. 115–127.

Bohnsack, Ralf (2011) *Qualitative Bild- und Videointerpretation*. Opladen/ Farmington Hills: Barbara Budrich.

– (2013) Die dokumentarische Methode in der Bild- und Fotointerpretation. In: *Die dokumentarische Methode und ihre Forschungspraxis. Grundlagen qualitativer Sozialforschung*. Hg. v. Ralf Bohnsack, Iris Nentwig-Gesemann & Arnd-Michael Nohl. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 75–98.

Bruns, Julia / Glösel, Kathrin / Strobl, Natascha (2016) Die Identitären. Der moderne Rassismus einer Jugendbewegung der Neuen Rechten. In: *Kulturkampf von rechts – AfD, Pegida und die Neue Rechte*. Hg. v. Helmut Kellershohn & Wolfgang Kastrop. Münster: Unrast, S. 82–91.

Bublitz, Hannelore (2002) *Judith Butler zur Einführung*. Hamburg: Junius.

Butler, Judith (1991) *Das Unbehagen der Geschlechter*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.

– (1995) *Bodies That Matter. On The Discursive Limits Of "Sex"*. New York: Routledge.

Dietze, Gabriele (2018) Rechtspopulismus und Geschlecht. Paradox und Leitmotiv. In: *Femina Politica* 27,1, S. 34–46.

Dorer, Johanna / Geiger, Brigitte (2002a) Feminismus – Kommunikationswissenschaft – feministische Kommunikationswissenschaft. In: *Feministische Kommunikations- und Medienwissenschaft. Ansätze, Befunde und Perspektiven der aktuellen Entwicklung*. Hg. v. dens. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 9–21.

– (2002b) Diskurs, Medien und Identität. Neue Perspektiven in der feministischen Kommunikations- und Medienwissenschaft. In: *Feministische Kommunikations- und*

*Medienwissenschaft Ansätze, Befunde und Perspektiven der aktuellen Entwicklung.* Hg. v. dens. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 53–79.

Drüeke, Ricarda / Klaus, Elisabeth (2010) Öffentlichkeit und Privatheit: Frauenöffentlichkeiten und feministische Öffentlichkeiten. In: *Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung. Theorie, Methoden, Empirie.* Hg. v. Ruth Becker & Beate Kortendiek. 3. Aufl. Wiesbaden: Springer, S. 244–251.

– (2017) Internetöffentlichkeiten und Gender Studies: Von den Rändern in das Zentrum? In: *Öffentlichkeiten und gesellschaftliche Aushandlungsprozesse. Theoretische Perspektiven und empirische Befunde.* Hg. v. dens. Bielefeld: Transcript, S. 101–128.

– (2019) Die Instrumentalisierung von Frauenrechten in rechten Diskursen am Beispiel der Kampagne #120db. In: *GENDER - Zeitschrift für Geschlecht, Kultur und Gesellschaft* 11,3, S. 84–99.

Echtermann, Alice et al. (2020) Kein Filter für Rechts. Wie die rechte Szene Instagram benutzt, um junge Menschen zu rekrutieren. In: *Correctiv* [<https://correctiv.org/topstories/2020/10/06/kein-filter-fuer-rechts-instagram-rechtsextremismus-frauen-der-rechten-szene/>] (letzter Zugriff: 04.01.2024)].

Fielitz, Maik / Marcks, Holger (2020) *Digitaler Faschismus. Die sozialen Medien als Motor des Rechtsextremismus.* Berlin: Duden.

Glaesner, Katja (2009) Angela Merkel - mit "Soft Skills" zum Erfolg?. In: *Bundeszentrale für politische Bildung.* [<https://www.bpb.de/shop/zeitschriften/apuz/31552/angela-merkel-mit-soft-skills-zum-erfolg/>] (letzter Zugriff am 20.11.2023)].

Habermas, Jürgen (1990) *Strukturwandel in der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft.* Frankfurt a.M.: Suhrkamp.

Haltenhof, Matthias (2023) Demografische Statistiken zu Instagram: Wie viele Nutzer hat Instagram? [2023]. In: *matthiashaltenhof* [<https://www.matthiashaltenhof.de/blog/instagram-nutzer-statistiken/#:~:text=Im%20Jahr%202023%20liegt%20Instagram,die%20App%20jeden%20Monat%20nutzen>] (letzter Zugriff: 04.01.2024)].

Hark, Sabine / Villa, Paula-Irene (2015) »Eine Frage an und für unsere Zeit«. Verstörende Gender Studies und symptomatische Missverständnisse. In: Dies.: *Anti-Genderismus. Sexualität und Geschlecht als Schauplätze aktueller politischer Auseinandersetzungen.* Bielefeld: Transcript, S. 15–40.

– (2017) *Unterscheiden und herrschen. Ein Essay zu den ambivalenten Verflechtungen von Rassismus, Sexismus und Feminismus in der Gegenwart.* Bielefeld: Transcript.

Hornuff, Daniel (2019) *Die Neue Rechte und ihr Design. Vom ästhetischen Angriff auf die offene Gesellschaft.* Bielefeld: Transcript.

Hufer, Klaus-Peter (2018) *Neue Rechte, altes Denken. Ideologie, Kernbegriffe und Vordenker.* Weinheim: Beltz Juventa.

Illgner, Lea Johanna (2018) Hass-Kampagnen und Silencing im Netz. In: *Antifeminismus in Bewegung. Aktuelle Debatten um Geschlecht und sexuelle Vielfalt*. Hg. v. Juliana Lang & Ulrich Peters. Hamburg: Marta Press UG, S. 253–272.

Ipsen, Flemming / Wörner-Schappert, Michael / Eisentraut, Steffen (2017) Rechtsextreme Medienstrategien. Inszenierung von Radikalität im Social Web und ihre Attraktivität für Jugendliche. In: *Digitale Medien und politisch-weltanschaulicher Extremismus im Jugendalter. Erkenntnisse aus Wissenschaft und Praxis*. Hg. v. Sally Hohnstein & Maruta Herding. Halle: Deutsches Jugendinstitut, S. 17–38.

Jukschat, Nadine / Kudlacek, Dominic (2017) Ein Bild sagt mehr als tausend Worte? Zum Potential rekonstruktiver Bildanalysen für die Erforschung von Radikalisierungsprozessen in Zeiten des Internets – eine exemplarische Analyse. In: *Digitale Medien und politisch-weltanschaulicher Extremismus im Jugendalter. Erkenntnisse aus Wissenschaft und Praxis*. Hg. v. Sally Hohnstein & Maruta Herding. Halle: Deutsches Jugendinstitut, S. 59–82.

Kailitz, Steffen (2004) *Politischer Extremismus in der Bundesrepublik Deutschland. Eine Einführung*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Lang, Juliane (2015) Familie Vaterland in der Krise. Der extrem rechte Diskurs um Gender. In: *Anti-Genderismus. Sexualität und Geschlecht als Schauplätze aktueller politischer Auseinandersetzungen*. Hg. v. Sabine Hark & Paula-Irene Villa. Bielefeld: Transcript, S. 167–182.

– / Peters, Ulrich (2018) Antifeminismus in Deutschland. Einführung und Einordnung des Phänomens. In: *Antifeminismus in Bewegung. Aktuelle Debatten um Geschlecht und sexuelle Vielfalt*. Hg. v. dens. Hamburg: Marta Press UG, S. 13–36.

Lauer, Stefan (2018) #120db – Wie Rechtsradikale versuchen, die Sexismus-Debatte zu kapern. In: *Belltower-News* [<https://www.belltower.news/120db-wie-rechtsradikale-versuchen-die-sexismus-debatte-zu-kapern-46946/> (letzter Zugriff: 07.11.2023)].

Lünenborg, Margreth / Maier, Tanja (2013) *Gender Media Studies. Eine Einführung*. München/Konstanz: UVK.

Nymoen, Ole / Schmitt, Wolfgang M. (2021) *Influencer. Die Ideologie der Werbekörper*. Berlin: Suhrkamp.

Mannheim, Karl (1929) *Ideologie und Utopie*. Bonn: Cohen.

Maier, Tanja / Thiele, Martina (2019) Theoretische Perspektiven auf mediale Geschlechterbilder. In: *Handbuch Visuelle Kommunikationsforschung*. Hg. v. Katharina Lobinger. Wiesbaden: Springer, S. 403–420.

Mulvey, Laura (1994) Visuelle Lust und narratives Kino [1975]. In: *Weiblichkeit als Maskerade*. Hg. v. Liliane Weissberg. Frankfurt a.M: Fischer, S. 48–65.

Münst, Agnes Senganata (2010) Teilnehmende Beobachtung: Erforschung der sozialen Praxis. In: *Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung. Theorie, Methoden, Empirie*. Hg. v. Ruth Becker & Beate Kortendiek. 3. Aufl. Wiesbaden: Springer, S. 380–385.

Nussbaum, Martha C. (1999) Judith Butlers modischer Defätismus. In: *Leviathan* 27,4, S. 447–468.

Proctor, David (2022) The #Tradwife Persona And The Rise Of Radicalized White Domesticity. In: *Persona Studies* 8,2, S. 7–26.

Rafael, Simone (2017) Hass im Netz – Rechtsextreme Onlinestrategien. In: *Bundeszentrale für politische Bildung* [<https://www.bpb.de/themen/rechtsextremismus/dossier-rechtsextremismus/259259/hass-im-netz-rechtsextreme-onlinestrategien/>] (letzter Zugriff am 08.01.2024)].

Rommelspacher, Birgit (2011): Frauen und Männer im Rechtsextremismus. Motive, Konzepte und Rollenverständnisse. In: *Rechtsextremismus und Gender*. Hg. v. Ursula Birsl. Opladen/Farmington Hills: Barbara Budrich, S. 43–68.

Rösch, Viktoria (2023) Heimatromantik und rechter Lifestyle: Die rechte Influencerin zwischen Self-Branding und ideologischem Traditionalismus. In: *GENDER - Zeitschrift für Geschlecht, Kultur und Gesellschaft* 15,2, S. 25–40.

Sanders, Eike / Berg, Anna O. / Goetz, Judith (2020): *Frauenrechte und Frauenhass. Antifeminismus und die Ethnisierung von Gewalt*. 2. Aufl. Berlin: Verbrecher.

Schäfer, Fabian (2023) *Konnektiver Zynismus. Politik und Kultur im digitalen Zeitalter*. Bielefeld: Transcript.

Schedler, Jan (2019) Rechtsextremismus, Rechtsradikalismus, Extreme Rechte, Rechtspopulismus, Neue Rechte? Eine notwendige Klärung für die politische Bildung. In: Ders.: *Rechtsextremismus in Schule, Unterricht und Lehrkräftebildung*. Wiesbaden: Springer, S. 19–39.

Schnabel, Annette / Beyer, Heiko / Ülpenich, Bettina (2021) Die wahrgenommene feministische Bedrohung: Empirische Befunde zum Antifeminismus in Deutschland. In: *Österreich Z Soziol* 47, S. 175–198.

Seier, Andrea (2007) *Remediatisierung. Die performative Konstitution von Gender und Medien*. Münster: Lit Verlag.

Spittler, Gerd (2001) Teilnehmende Beobachtung als Dichte Teilnahme. In: *Zeitschrift für Ethnologie* 126,1, S. 1–25.

Stegemann, Patrick / Musyal, Sören (2020) *Die rechte Mobilmachung. Wie radikale Netzaktivisten die Demokratie angreifen*. Berlin: Ullstein.

Thiessen, Barbara (2010) Feminismus: Differenzen und Kontroversen. In: *Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung. Theorie, Methoden, Empirie*. Hg. v. Ruth Becker & Beate Kortendiek. 3. Aufl. Wiesbaden: Springer, S. 37–44.

van Dreumel, Jannes (2023) WhatsApp: Das bedeutet das weiße Herz-Emoji. In: *Netzwelt* [<https://www.netzwelt.de/news/214774-whatsapp-bedeutet-weisse-herz-emoji.html#:~:text=Was%20steckt%20hint%20dem%20wei%20%20Freunden%20Zuneigung%20zu%20zeigen>] (letzter Zugriff am 15.01.2024)].

Vials, Christopher (2018) White Supremacy. Geschichte und Politik des Weißseins in den USA. In: *Bundeszentrale für politische Bildung* [<https://www.bpb.de/shop/zeitschriften/apuz/266277/white-supremacy/>] (letzter Zugriff am 09.01.2024)].

Villa, Paula-Irene (2010) (De)Konstruktion und Diskurs-Genealogie: Zur Position und Rezeption von Judith Butler. In: *Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung. Theorie, Methoden, Empirie*. Hg. v. Ruth Becker & Beate Kortendiek. 3. Aufl. Wiesbaden: Springer, S. 146–157.

Wernet, Andreas (2009) *Einführung in die Interpretationstechnik der Objektiven Hermeneutik*. 3. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Wielowiejski, Patrick (2018) Homosexuelle gegen Gender Mainstreaming. Antifeministische und antimuslimische Homofreundlichkeit in der Alternative für Deutschland. In: *Antifeminismus in Bewegung. Aktuelle Debatten um Geschlecht und sexuelle Vielfalt*. Hg. v. Juliana Lang & Ulrich Peters. Hamburg: Marta Press UG, S. 139–158.

Wimmer, Jeffrey (2017) Ebenen der Partizipation in der Auflösung? Das Drei-Ebenen-Modell und Ansätze partizipatorischer Öffentlichkeit im digitalen Zeitalter. In: *Öffentlichkeiten und gesellschaftliche Aushandlungsprozesse. Theoretische Perspektiven und empirische Befunde*. Hg. v. Elisabeth Klaus & Ricarda Drüeke. Bielefeld: Transcript, S. 197–216.

## Anhang

### Anhang 1: Anträge der AfD zum Verbot der geschlechtergerechten Sprache im Zeitraum November 2022 bis Juli 2023

Bei der Durchsuchung des Dokumentations- und Informationssystems für Parlamentsmaterialien (DIP) des Deutschen Bundestages nach dem Begriff *Gendern*, ergaben sich folgende Treffer.<sup>69</sup>

BT-Drucksache 20/4569 (Antrag Fraktion der AfD): *Feministische Entwicklungspolitik stoppen - Stattdessen Frauen- und Mädchenrechte effektiv stärken*. Verteildatum: 22.11.2022.

BT-Drucksache 20/4895 (Antrag Fraktion der AfD): *Beibehaltung des generischen Maskulinums in Rechts- sowie in Verwaltungsvorschriften sowie im dienstlichen Schriftverkehr*. Verteildatum: 14.12.2022.

BT-Drucksache 20/4898 (Antrag Fraktion der AfD): *Änderung der Geschäftsordnung des Deutschen Bundestages hier: Bessere Lesbarkeit von Drucksachen durch Verzicht auf Gendersprache*. Verteildatum: 14.12.2022.

BT-Drucksache 20/4894 (Antrag Fraktion der AfD): *Auswirkungen geschlechtergerechter Sprache sowie des generischen Maskulinums auf die Wort- und Schriftsprache und ihre Wahrnehmung in der Bevölkerung*. Verteildatum: 14.12.2022.

BT-Drucksache 20/5226 (Antrag Fraktion der AfD): *Deutsche Identität verteidigen - Kulturpolitik grundsätzlich neu ausrichten*. Verteildatum: 18.01.2023

BT-Drucksache 20/5612 (Antrag Fraktion der AfD): *Verständliche Sprache gewährleisten - Sprachverunstaltungen der Bundesregierung verhindern*. Verteildatum: 14.02.2023

BT-Drucksache 20/7348 (Antrag Fraktion der AfD): *Beschluss des Thüringer Landtags aufgreifen - Regeln der deutschen Sprache einhalten - Keine Verfremdung durch sogenannte Gendersprache*. Verteildatum: 20.06.2023

---

<sup>69</sup> Deutscher Bundestag: *Dokumentations- und Informationssystem für Parlamentsmaterialien (DIP) des Deutschen Bundestages*. [<https://dip.bundestag.de/suche?f.wahlperiode=20&rows=25> (letzter Zugriff am 20.11.2023)].

## Anhang 2: Gabrielle Mailbeck – Screenshots zur Analyse



Abb 1: Beitrag von Mailbeck, 14.05.2023.



Abb 2: Profilbeschreibung (Stand: 30.06.2023).



Abb 3: Bildbeschreibung von Mailbeck, 14.05.2023.





Abb. 4: Kommentare zu Mailbeck.

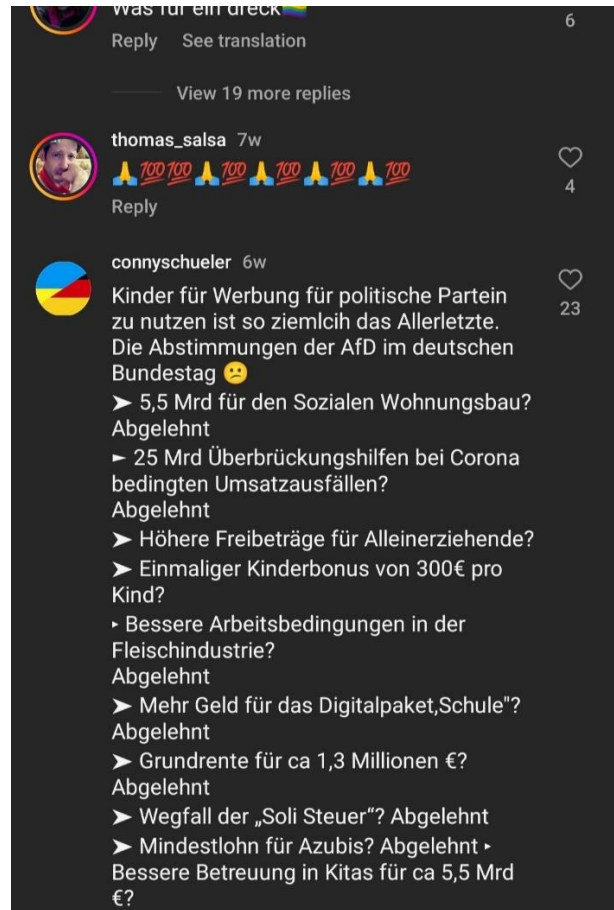


Abb. 5: Kommentare zu Mailbeck.

### Anhang 3: Marie-Thérèse Kaiser – Screenshots zur Analyse



Abb. 6: Beitrag von Kaiser, 16.06.2023.

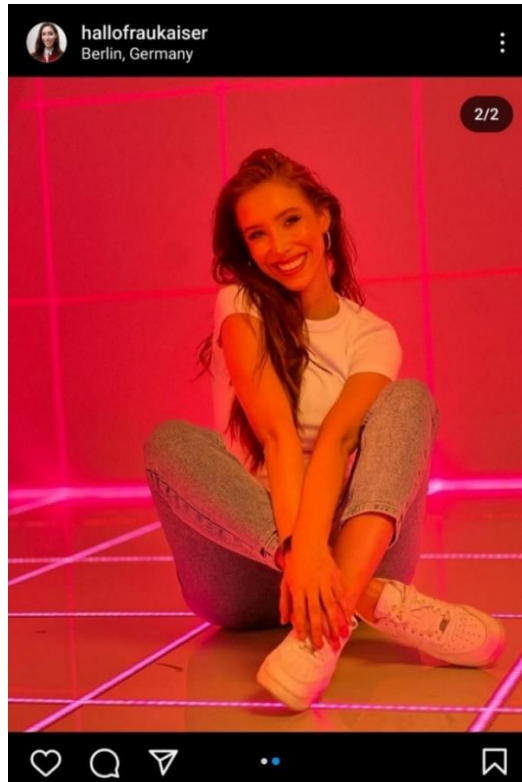


Abb. 7: Beitrag von Kaiser, 16.06.2023.

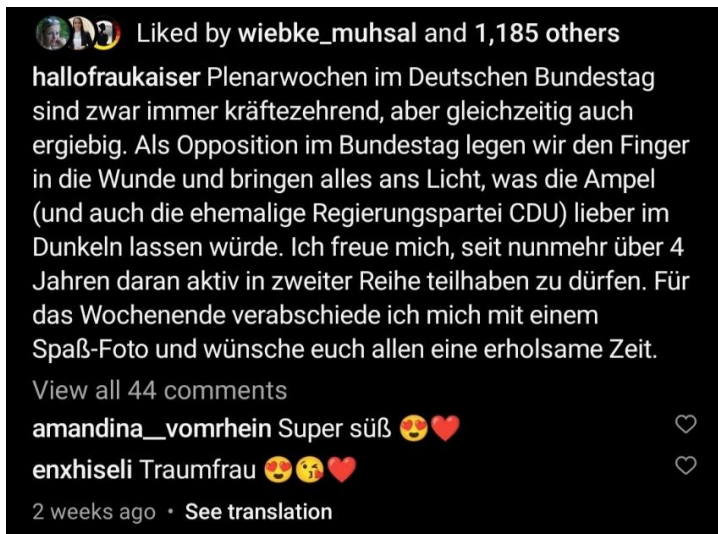


Abb. 8: Bildbeschreibung von Kaiser, 16.06.2023.



Abb. 9: Kommentare zu Kaiser.



Abb. 10: Kommentare zu Kaiser.

## Anhang 4: Reel von Alice Weidel vom 28.06.2023

Lfd Nr.	Länge min:s	Timecode	Handlung/ Bild	Kamera	Geräusche	Sprache
1	00:13	00:00:00	Alice Weidel am Rednerpult im Bundestag. Sie blickt ins Publikum, verschränkt die Hände auf dem Pult und lehnt sich nach vorn.	Halbnah	Applaus	Weidel: „Ein Wort noch an die CDU. Während diese Regierung dieses Land in den Abgrund treibt, verschwenden Sie Ressourcen und Zeit für antidemokratische Brandmauerdebatten.“
2	00:07	00:00:13	Politiker*innen im Bundestag blicken zu Weidel. AfD-Politiker*innen Applaudieren.	Weite	Applaus	Weidel: „Sie sind keine Oppositionskraft, Sie sind Oppositionsverweigerer. Die einzige Brandmauer, die wir brauchen-“ Leiterin der Parlaments-sitzung aus dem Off: „Kommen Sie bitte zum Schluss“
3	00:11	00:00:20	Weidel am Pult, zeigt mit dem Finger auf sich selbst und gestikuliert ausladend. Dann sammelt sie ihr Skript ein.	Halbnah	Applaus, Protest-laute	Weidel: „ist die Brandmauer gegen diese grüne Politik, die unser Land ruiniert und die Bürger um ihren Wohlstand und um ihre Freiheit bringt. Vielen herzlichen Dank.“
4	00:04	00:00:31	AfD-Politiker*innen Applaudieren.	Weite	Applaus	-

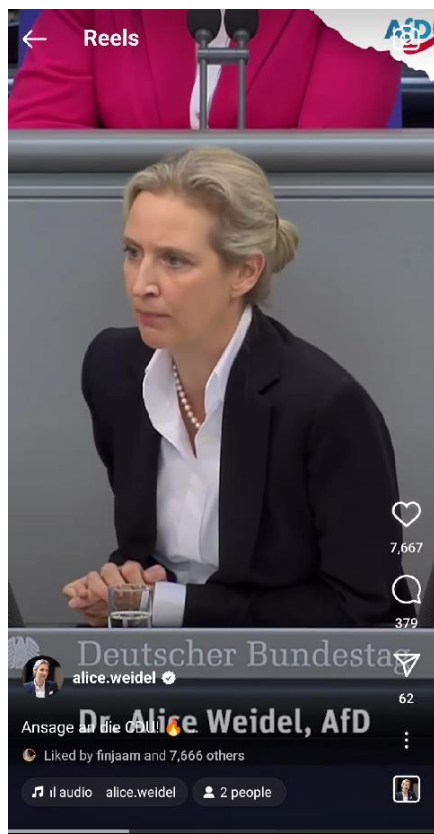


Abb. 11: Einstellung 1 und 3.



Abb. 12: Einstellung 2 und 4.



Abb. 13: Kommentare zu Weidel.



Abb. 14: Kommentare zu Weidel.



Abb. 15: Kommentare zu Weidel.

## Anhang 5: Reinhild Boßdorf – Screenshots zur Analyse



Abb. 16: Profilbeschreibung Boßdorf (Stand: 30.06.2023).



Abb. 17: Beitrag von Boßdorf, 04.06.2023.

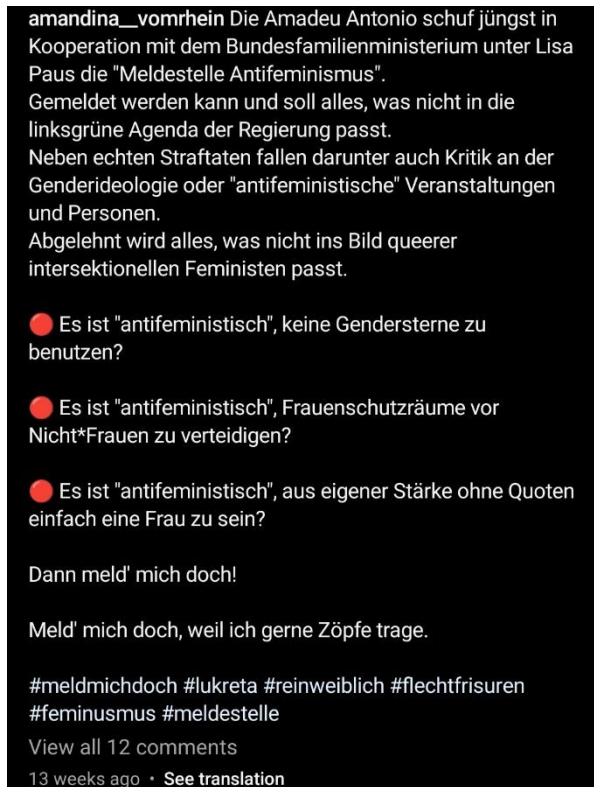


Abb. 18: Bildbeschreibung von Boßdorf, 04.06.2023.



Abb. 19: Kommentare zu Boßdorf.



Abb. 20: Kommentare zu Boßdorf.

## Anhang 6: Paula Winterfeldt – Screenshots zur Analyse



Abb. 21: Beitrag von Winterfeldt, 18.06.2021.



Abb. 22: Kommentare zum Beitrag vom 18.06.2021.



Abb. 23: Beitrag von Winterfeldt, 03.08.2019.

## Anhang 7: Freya Honold – Screenshots zur Analyse



Abb. 24: Beitrag von Freya Honold, 08.05.2022.



Abb. 25: Bildbeschreibung von Freya Honold, 08.05.2022.



Abb. 26: Kommentare zu Freya Honold.

## Anhang 8: Eva-Marie Doerfler – Screenshots zur Analyse

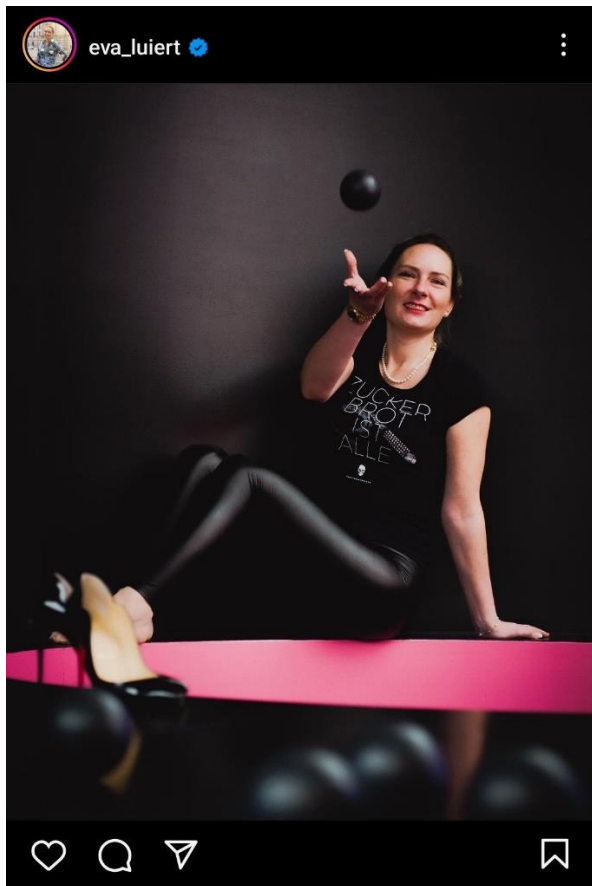


Abb. 27: Beitrag von Doerfler, 15.06.2023.



Abb. 28: Bildbeschreibung von Doerfler, 15.06.2023.





Abb. 29: Kommentare zu Doerfler.



Abb. 30: Kommentare zu Doerfler.

## Anhang 9: Netzwerk rechter Akteur\*innen (Stand: 11.01.2024)

Die Tabelle veranschaulicht die 26 Kanäle, denen mit dem Fake-Profil *aschenputtel\_x* gefolgt wurde. Falls der bürgerliche Name und die Funktion der Person in der rechten Szene bekannt sind, werden diese in der zweiten Spalte vermerkt. Die Identitäre Bewegung wird mit *IB* abgekürzt, die Junge Alternative mit dem Kürzel *JA* und die Alternative für Deutschland mit *AfD*. Die dritte Spalte zeigt an, wie viele Accounts aus dem Netzwerk aus 26 Kanälen dem jeweiligen Profil folgen. Zusätzlich werden drei bis vier Beispiele angegeben. Dabei wird die hohe Vernetztheit der rechten Akteur\*innen deutlich. Jedem Profil folgen mindestens einer und maximal 19 der übrigen Accounts. Im Durchschnitt weisen die Profile 9,8 Follower\*innen aus dem Netzwerk von 26 Accounts auf.

	<b>Instagramprofil, Follower-Zahl</b>	<b>Bürgerlicher Name, Funktion</b>	<b>Anzahl der Follower*innen aus dem Netzwerk, Beispiele</b>
1	<i>alice.weidel</i> , 200.000	Alice Weidel, AfD-Politikerin	17, darunter <i>naomiseibi2000</i> , <i>kaiser.afd</i> , <i>eva_luiert</i> , <i>gabrielle.mailbeck.afd</i>
2	<i>amandina_vomrhein</i> , 4.029	Reinhild Boßdorf, IB	13, darunter <i>hallofrau-kaiser</i> , <i>candy.afd</i> , <i>paula.winterfeldt</i> , <i>marykhan194</i>
3	<i>andrea_zuercher</i> , 3.503	Andrea Zürcher, AfD-Politikerin	7, darunter <i>gabrielle.mailbeck.afd</i> , <i>hallofrau-kaiser</i> , <i>wiebke_muhsal</i>
4	<i>anna.herta.marie</i> , 4.403	Anna Leisten, JA	13, darunter <i>paula.winterfeldt</i> , <i>lukreta_official</i> , <i>amandina_vomrhein</i>
5	<i>candy.afd</i> , 2.033	Anonym, JA	10, darunter <i>lukreta_official</i> , <i>eva_luiert</i> , <i>gabrielle.mailbeck.afd</i> , <i>gina_alternativ</i>
6	<i>clichtenheld003</i> , 2.201	Carolin Lichtenheld, JA	11, darunter <i>gabrielle.mailbeck.afd</i> , <i>kaiser.afd</i> , <i>wiebke.muhsal</i>
7	<i>enxhiseli</i> , 5.541	Enxhi Seli-Zacharias, AfD-Politikerin	10, darunter <i>paula.winterfeldt</i> , <i>kaiser.afd</i> , <i>marykhan194</i> , <i>gabrielle.mailbeck.afd</i>
8	<i>eva_luiert</i> , 14.500	Eva-Marie Doerfler, AfD-Politikerin	11, darunter <i>gabrielle.mailbeck.afd</i> , <i>enxhiseli</i> , <i>kaiser.afd</i> , <i>candy.afd</i>
9	<i>feminin_und_heilig</i> 1.672	Anonyme Bloggerin, Tradwife	1, darunter <i>juliaschmitzberger</i>
10	<i>finjaam</i> , 2.437	Unbekannt, Bloggerin	7, darunter <i>gabrielle.mailbeck.afd</i> , <i>lukreta_official</i> , <i>marykhan194</i> , <i>candy.afd</i>
11	<i>freyarosi</i> 3.667	Freya Honold, Bloggerin	8, darunter <i>hallofrau-kaiser</i> , <i>candy.afd</i> , <i>paula.winterfeldt</i> , <i>marykhan194</i>
12	<i>gabrielle.mailbeck.afd</i> , 10.500	Gabrielle Mailbeck AfD-Politikerin	11, darunter <i>amandina_vomrhein</i> , <i>paula.winterfeldt</i> , <i>kaiser.afd</i>
13	<i>germanyspride</i> , 786	Anonyme Fotograf*in, die rechte Frauen porträtiert.	6, darunter <i>hallofrau-kaiser</i> , <i>marykhan194</i> , <i>candy.afd</i> , <i>eva_luiert</i>

14	<i>gina_alternativ</i> 1.047	Unbekannt, AfD/ Bloggerin	5, darunter <i>hoechstnicole</i> , <i>marykhan194</i> , <i>amandina_vomrhein</i> , <i>anna.herta.marie</i>
15	<i>hallofrau-kaiser</i> 6.540	Marie Thérèse Kaiser, AfD-Politikerin	19, darunter <i>gabrielle.mailbeck.afd</i> , <i>naomiseibt2000</i> , <i>lukreta_official</i>
16	<i>hoechstnicole</i> , 20.600	Nicole Höchst, AfD-Politikerin	12, <i>gabrielle.mailbeck.afd</i> , <i>eva_luiert</i> , <i>kaiser.afd</i> , <i>magdalena_manuela</i>
17	<i>j.schuelke.mdl</i> 1.042	Jessica Schülke, AfD-Politikerin	6, darunter <i>gabrielle.mailbeck.afd</i> , <i>mariekhan194</i> , <i>wiebke.muhsal</i>
18	<i>juliaschmitzberger</i> , 12.600	Julia Schmitzberger, FPÖ (Österreich)	2, darunter <i>hallofrau-kaiser</i> , <i>kaiser.afd</i>
19	<i>kaiser.afd</i> , 15.400	Marie-Thérèse Kaiser, AfD-Politikerin	17, darunter <i>paula.winterfeldt</i> , <i>marykhan194</i> , <i>germanyspride</i>
20	<i>lukreta_official</i> , 3.213	Antifeministisches Netzwerk	14, darunter <i>eva_luiert</i> , <i>kaiser.afd</i> , <i>hoechstnicole</i> , <i>amandina_vomrhein</i>
21	<i>magdalena_manuela</i> , 2.222	Manuela Pluta, AfD	10, darunter <i>lukreta_official</i> , <i>kaiser.afd</i> , <i>hoechstnicole</i> , <i>amandina_vomrhein</i>
22	<i>marykhan194</i> , 5.311	Mary Khan, AfD-Politikerin	20, darunter <i>hallofrau-kaiser</i> , <i>eva_luiert</i> , <i>alice.weidel</i> , <i>gabrielle.mailbeck.afd</i>
23	<i>naomiseibt2000</i> , 8.971	Naomi Seibt, Content-Creator, bekannt als <i>Anti-Greta</i>	1, darunter <i>kaiser.afd</i>
24	<i>paula.winterfeldt</i> , 1.812	Unbekannt, IB	6, darunter <i>hallofrau-kaiser</i> , <i>marykhan194</i> , <i>amandina_vomrhein</i> , <i>anna.herta.marie</i>
25	<i>sarah_wagenknecht</i> , 233.000	Sarah Wagenknecht, Bündnis Sarah Wagenknecht	4, darunter <i>hallofrau-kaiser</i> , <i>eva_luiert</i> , <i>marykhan194</i> , <i>paula.winterfeldt</i>
26	<i>wiebke.muhsal</i> , 5.994	Wiebke Muhsal, AfD-Politikerin	14, darunter <i>alice.weidel</i> , <i>kaiser.afd</i> , <i>paula.winterfeldt</i> , <i>lukreta_official</i>

## Erklärung

Ich erkläre, dass die vorliegende schriftliche Arbeit selbstständig und nur unter Zuhilfenahme der genannten Quellen und Hilfsmittel angefertigt wurde. Die Arbeit wurde weder im Rahmen einer anderen Lehrveranstaltung oder Prüfungsleistung an der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg noch an einer anderen Hochschule zur Erlangung eines akademischen Grads eingereicht. Gegebenenfalls zum Druckexemplar vorgelegtes digitales Material ist identisch.

Halle, 30.01.2024

Ort, Datum

Unterschrift