

Strategien der politischen Selbstinszenierung
Ségolène Royal und ihr Wahlkampfbüro im französischen
Präsidentschaftswahlkampf 2007.

Luisa Neurath
2018



Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	3
2. Forschungsstand	4
3. Theorie: Grundlagen der Geschlechterforschung	5
4. Royals Selbstinszenierung am Beispiel ihres Wahlkampfbüros	7
4.1. Räumliche Abgrenzung zur Parti Socialiste (PS)	7
4.2. Einrichtung des Büros	8
4.3. Weiblichkeit	10
5. Fazit	12
Literaturverzeichnis	13
Abbildungsverzeichnis	14

1. Einleitung

„Der Staat ist männlich“¹, schreibt die Politikwissenschaftlerin Birgit Sauer, und meint damit, dass politische Systeme durch maskuline Strukturen geprägt sind, die auch heute noch den Zugang für Frauen zur Politik erschweren. Demnach werden Frauen trotz eines Jahrzehntelangen Kampfes um politische Teilhabe auch heute noch als „als ‚Fremde‘ in der Politik wahrgenommen“². Die politische Herrschaft von Frauen lässt sich jedoch historisch über viele Jahrhunderte zurückverfolgen. So haben Frauen vermutlich bereits zur Gründungszeit des pharaonischen Reiches regiert³. Eine Vielzahl dieser „starken Frauen der Geschichte“ hat heutzutage eine große Popularität, bekannte Beispiele sind Kleopatra, Elisabeth I. oder Katherina II. Auch bei demokratischen Wahlen haben Frauen in den letzten Jahrzehnten immer wieder die höchsten politischen Ämter weltweit besetzt⁴. Dennoch erregt ihre Kandidatur oftmals mediales Aufsehen und wirft immer wieder Fragen nach ihren Kompetenzen auf, wie sich zuletzt bei den Präsidentschaftswahlen in den USA zeigte⁵. Während einige Politikerinnen die Kategorie Geschlecht daher bewusst nicht thematisieren, lassen sich aber auch Strategien der politischen Selbstinszenierung beobachten, in denen Geschlecht eine zentrale Rolle einnimmt.

Eine solche Strategie wird in dieser Arbeit am Beispiel von Ségolène Royal untersucht werden. Sie kandidierte 2007 als erste Frau für das Amt des französischen Staatsoberhauptes. Anhand der Fragestellung „Inwiefern instrumentalisiert Ségolène Royal die Kategorie Geschlecht im französischen Präsidentschaftswahlkampf 2007?“ wird die Funktion der sozialen Kategorie Geschlecht für Royals Selbstinszenierung untersucht. Dazu soll nach einem kurzen Überblick über die bisherige Forschung zunächst der Begriff Gender erläutert und in den Kontext historischer Inszenierungspraktiken von Herrscherinnen gebracht werden. Auf dieser Basis wird anschließend die Selbstinszenierung Royals am Beispiel ihres

¹ Sauer 2001: Sauer, Birgit, Die Asche des Souveräns. Staat und Demokratie in der Geschlechterdebatte, Frankfurt a.M. 2001, S. 11.

² Ebd.

³ vgl. Willeitner 2016: Willeitner, Joachim, Königin Neithhotep. Die erste Frau auf dem Pharaonenthron, in: Spektrum, Heidelberg 2016, zugänglich über: <http://www.spektrum.de/news/die-erste-frau-auf-dem-pharaonenthron/1401358> (letzter Zugriff: 17.02.2018).

⁴ Einen Überblick bietet der Wikipedia-Artikel „Liste weiblicher Staatsoberhäupter und Regierungschefinnen“, zugänglich über https://de.wikipedia.org/wiki/Liste_weiblicher_Staatsoberhäupter_und_Regierungschefs (letzter Zugriff: 17.02.2018).

⁵ vgl. Shabad 2016: Shabad, Rebecca, Donald Trump assails „incompetent“ Hillary Clinton in fiery speech, in: CBS New, 2016, zugänglich über: <https://www.cbsnews.com/news/donald-trump-hillary-clinton-lacks-temperament-judgment-competence-to-be-president/> (letzter Zugriff: 01.03.2018).

Wahlkampf büros analysiert. Die Ergebnisse der Analyse werden in einem abschließenden Fazit zusammengefasst.

2. Forschungsstand

Da Frauen wie bereits erwähnt häufig „als ‚Fremde‘ in der Politik“⁶ betrachtet werden spielt Geschlecht auch in der Forschung zur Präsidentschaftswahl 2007 eine große Rolle. Einen Schwerpunkt bilden dabei Analysen zu der Rolle von Geschlecht in der Presseberichterstattung im Vorfeld der Wahl. Hierbei sind maßgeblich die Arbeiten von Absolu⁷, Holtz-Bacha und König-Reiling⁸ sowie Leidenberger und Koch⁹ zu nennen. Ein weiterer Schwerpunkt liegt in der Analyse des politischen Werdegangs der Kandidat*innen sowie ihres Auftretens und ihrer Wahlkampagne. Karakurt¹⁰ und Kimmel¹¹ vergleichen dabei Royal und Sarkozy während sich Clift¹², Gaspard¹³, Spencer¹⁴ sowie Dolez und Laurent¹⁵ näher mit Royals Biografie, ihrer Kampagne und ihrem Verhältnis zur Parti Socialiste (PS) befassen. Matonti¹⁶ betrachtet zudem Royals Wahlkampagne vor dem Hintergrund der sozialen Situation von Frauen in der französischen Politik.

In Hinblick auf den Stand der Forschung fällt dabei auf, dass viele Autor*innen die Biografie und das Auftreten Royals mit einbeziehen, sich aber kein Forschungsbeitrag dezidiert mit der Selbstinszenierung Royals als geeignete zukünftige Präsidentin

⁶ Sauer 2001: S. 11.

⁷ Absolu 2014: Absolu, Florence, *Les femmes politiques dans la presse: mythes, biographemes et archétype. Politikerinnen in der Presse: Mytheme, Biographeme und Archetyp*, Würzburg 2014.

⁸ Holtz-Bacha/König-Reiling 2007: Holtz-Bacha, Christina, König-Reiling, Nina (Hg.), *Warum nicht gleich? Wie die Medien mit Frauen in der Politik umgehen*, Wiesbaden 2007.

⁹ Leidenberger/Koch 2008: Leidenberger, Jacob, Koch, Thomas, „Bambi und der böse Wolf“. *Ségolène Royal und der französische Präsidentschaftswahlkampf in der deutschen und französischen Presse*, in: Holtz-Bacha, Christina (Hg.): *Frauen, Politik und Medien*. Wiesbaden 2008, S. 122-150.

¹⁰ Karakurt 2006: Karakurt, Türkan, *Das Phänomen Ségolène Royal*, in: Friedrich-Ebert-Stiftung, Paris 2006, zugänglich unter: https://www.fes.de/aktuell/documents/segolene_royal.pdf (Eingesehen am 04.02.2018).

¹¹ Kimmel 2007: Kimmel, Adolf, *Die französischen Wahlen vom Frühjahr 2007*, in: *Aus Politik und Zeitgeschichte*, 38, 2007, S. 3-11.

¹² Clift 2007: Clift, Ben, *The Ségolène Royal Phenomenon: Political Renewal in France?*, in: *The Political Quarterly*, 78/2, 2007, S. 282-291.

¹³ Gaspard 2007: Gaspard, Françoise, *Gender and Politics in France. Ségolène Royal and the Socialist Party*, in: *Dissent*, 53/4, 2007, S. 27-29.

¹⁴ Spencer 2010: Spencer, Samia I., *La Campagne de Ségolène Royal: bilan et perspectives*, in: *The French Review*, 83/5, 2010, S. 1006-1020.

¹⁵ Dolez/Laurent 2007: Dolez, Bernard, Laurent, Annie, *Une primaire à la française. La désignation de Ségolène Royal par le parti socialiste*, in: *Revue française de science politique*, 57/2, 2007, S. 133-161.

¹⁶ Matonti 2007: Matonti, Frédérique, *La Singularité Française. La Campagne Présidentielle de Ségolène Royal*, in: *French Politics, Culture & Society*, 25/3, S. 86-101.

auseinandersetzt. Zudem wurde der Großteil der Literatur in zeitlicher Nähe zur Präsidentschaftswahl im Mai 2007 veröffentlicht. Insbesondere der bereits 2006 erschienene Beitrag von Karakurt, der als Dossier zu Royales Kandidatur verstanden werden kann, sticht dabei hervor. Ein gewisse historische Distanz zu dem Ereignis lässt sich nur bei dem Beitrag von Absolu aus dem Jahr 2014 betrachten. Diese Arbeit geht daher einerseits auf das oben benannte Forschungsdesiderat ein und beleuchtet andererseits die Ereignisse von einem heutigen Standpunkt aus neu.

3. Theorie: Grundlagen der Geschlechterforschung

Die Geschlechterforschung unterscheidet zwischen den Begriffen Sex und Gender zur Beschreibung der Kategorie Geschlecht. Unter Sex wird dabei das biologische Geschlecht verstanden, während Gender das soziale oder kulturelle Geschlecht beschreibt¹⁷. Der Begriff Gender umfasst dabei „geschlechtstypische Verhaltensweisen, Markierungen und auch die Selbst-Darstellung des eigenen biologischen Geschlechts“¹⁸, die durch die sozialen Verhältnisse konstruiert werden und sich daher in einem stetigen Wandel befinden.

Entlang der geschlechterspezifischen Arbeitsteilung sind in historischen kulturellen Prozessen daher Stereotype von Geschlecht entstanden, die Sauer als liberales Trennungsdispositiv bezeichnet¹⁹. Diese teilen die Gesellschaft in die beiden Sphären Öffentlichkeit und Privatheit und verknüpfen damit vermeintlich weibliche und männliche Eigenschaften und Verhaltensweisen. So wird Weiblichkeit mit der privaten bzw. häuslichen Sphäre verbunden, die der Reproduktionsarbeit gewidmet ist, während Männlichkeit oftmals mit Produktivarbeit und der öffentlichen Sphäre verknüpft wird²⁰. Diese oftmals binären Stereotype strukturieren unsere Gesellschaft und geben ihr eine klare Ordnung, sodass ein Durchbrechen dieser Ordnung einerseits Unsicherheit und Ablehnung hervorrufen, aber durch den Reiz etwas Verbotenes oder Kontroverses zu sein auch anziehend wirken kann²¹.

¹⁷ vgl. Alshut 2012, S. 20: Alshut, Marlene, Sex, Gender und Gender Mainstreaming - Die Zusammenwirkung dreier Konstrukte, in: dies. (Hg.), Gender im Mainstream? Geschlechtergerechte Arbeit mit Kindern und Jugendlichen. Herbolzheim 2012, S. 20-33.

¹⁸ ebd.: S. 20.

¹⁹ Sauer 2001: S. 184.

²⁰ ebd.

²¹ vgl. Hall 2004, S. 119: Hall, Stuart, Das Spektakel der Anderen, in: Koivisto, Juha, Merckens, Andreas (Hg.), Stuart Hall - Ideologie, Identität, Repräsentation. Ausgewählte Schriften 4, Hamburg 2004, S. 108-166.

Historische Beispiele von Frauen in politischen Ämtern zeigen, dass diese Trennung der Sphären nicht immer zwingend so bestand. Demnach waren im 18. Jahrhundert „die Sphären des Öffentlichen und Privaten, der Politik und der Familie [...] noch nicht kategorial getrennt“²², weshalb beispielsweise die Regentschaft Maria Theresias von Österreich von ihren Zeitgenoss*innen nicht als ungewöhnlich wahrgenommen wurde²³. Es wurde vielmehr zwischen einem biologischen Geschlecht und einem politischen Geschlecht der Herrscher*innen unterschieden, indem Maria Theresia in ihrer Funktion als Herrscherin männlich konnotierte Attribute zugeschrieben wurden²⁴.

Gleichzeitig unterlagen Herrscherinnen auch immer einem besonderen Druck zur Legitimierung ihrer Herrschaft. So konnte beispielsweise Maria Magdalena von Österreich in Vormundschaft für ihren minderjährigen Sohn nur auf bestimmte Zeit regieren, weshalb sie die Villa Poggio Imperiale während dieser Zeit umstrukturierte um von diesem Schwellenraum aus politisch agieren zu können²⁵. Maria Theresia hingegen gelang es, „das symbolische wie politische Kapital der Kaiserwürde für sich und ihr Haus zu nutzen, ohne sich doch ihrem Mann als dem Kaiser unterzuordnen“²⁶, indem sie auf die Krönung zur Kaiserin verzichtete und das Amt ihres Mannes symbolisch unter ihre Ämter als *König* stellte²⁷. In diesen Prozessen um die Legitimierung weiblicher Herrschaft werden somit auch immer Vorstellungen von Geschlecht bewusst bedient oder subvertiert.

Für die Beantwortung der Forschungsfrage ist daher interessant, inwiefern Royal Stereotype von Weiblichkeit aufgreift und instrumentalisiert oder ablehnt. Dies wird am Beispiel des Wahlkampfbüros am Boulevard St. Germain untersucht. In Hinblick auf die Forschungsfrage sollen dabei folgende Analysenfragen beachtet werden: 1. Inwiefern grenzt sich Royal in ihrem Büro von ihrer Partei ab? 2. Wie werden Royals Wahlkampfstrategien innenarchitektonisch umgesetzt? 3. Inwiefern ist die Einrichtung weiblich konnotiert?

²² Stollberg-Rilinger 2017, S. XV; Stollberg-Rilinger, Barbara, Maria Theresia: Die Kaiserin ihrer Zeit. Eine Biographie, München 2017.

²³ vgl. ebd.

²⁴ vgl. ebd. S. XVI.

²⁵ vgl. Hoppe 2013, S. 88; Hoppe, Ilaria, Die Villa Poggio Imperiale in Florenz als Schwellenraum, in: Ananieva, Anna [u.a.] (Hg.), Räume der Macht. Metamorphosen von Stadt und Garten im Europa der Frühen Neuzeit. Bielefeld 2013, S. 65 - 90.

²⁶ Stollberg-Rilinger 2017, S.150.

²⁷ vgl. ebd. 146ff.

4. Royals Selbstinszenierung am Beispiel ihres Wahlkampfbüros

Im Folgenden werden nun Royals Strategien zur Selbstinszenierung im Wahlkampf analysiert. Dieser begann inoffiziell bereits im September 2005, als sie in einem Interview der *Paris-Match* beiläufig die Möglichkeit einer Kandidatur erwähnte²⁸. Sie konnte sich gegen sexistische Äußerungen²⁹ ihrer Parteikollegen Dominique Strauss-Kahn und Laurent Fabius behaupten und gewann bereits die erste Runde der Vorwahlen der PS im November 2006 mit 60% der Stimmen der Parteimitglieder³⁰. Im ersten Wahlgang der Präsidentschaftswahlen am 22. April 2007 erzielte sie 25,9% der Stimmen, unterlag ihrem Gegenkandidaten Sarkozy jedoch in der Stichwahl am 06. Mai 2007 mit 36%³¹. Royal hatte damit als erste Frau in der französischen Geschichte die unmittelbare Chance, die französische Präsidentschaft anzutreten.

4.1. Räumliche Abgrenzung zur Parti Socialiste (PS)

Wie für die Kandidat*innen der PS üblich verfügte auch Royal während ihres Wahlkampfes über ein Büro in der Parteizentrale in der Rue de Solférino. Als tatsächliches Nervenzentrum ihrer Kampagne fungierte jedoch ein Appartement am Boulevard Saint-Germain³². In dem 300m² großen Appartement, das mit abhörsicheren Geräten ausgestattet und lange Zeit für Parteikolleg*innen und Presse unzugänglich war³³, befanden sich die Büros von Royal und ihren engsten Mitarbeiter*innen³⁴.

Durch die Auslagerung ihres Hauptquartiers distanziert sich Royale räumlich von ihrer Partei. Da die französischen Präsident*innen direkt vom Volk gewählt werden, scheint sich Royale damit weniger als Kandidatin der PS und mehr als Kandidatin aller Wähler*innen zu inszenieren. Dies deckt sich auch mit dem Fokus auf Bürger*innennähe im Rahmen ihrer Internetkampagne „Désirs d’Avenir“, in der Royale ihre Unterstützer*innen auffordert ihr Wahlprogramm und somit ihre zukünftige Politik mitzugestalten³⁵. Gleichzeitig erregt sie mit

²⁸ vgl. Dolez/Laurent 2007, S. 136.

²⁹ vgl. ebd., vgl. Karakurt 2006, S. 1.

³⁰ vgl. Matonti 2007, S. 92.

³¹ vgl. Kimmel 2007, S. 6f.

³² vgl. Spencer 2010, S. 1012.

³³ vgl. ebd.

³⁴ vgl. 20Minutes 2007: 20 Minutes, Le QG secret de Royal, in: 20 Minutes, Paris 2007, zugänglich unter: <https://www.20minutes.fr/france/134324-20070123-qg-secret-royal> (Eingesehen am 22.02.2018).

³⁵ vgl. Spencer 2010, S. 1009.

diesem Schritt aber auch das Aufsehen der Medien. Diese spekulieren und berichten in zahlreichen Artikeln über das „QG Secret“³⁶. Der Ausschluss von Parteimitgliedern und Journalisten brachte ihm den Beinamen „cité interdite“³⁷. Diese Aspekte von Geheimhaltung haben, wenn auch möglicherweise unbeabsichtigt, das mediale Interesse an Royals Wahlkampf gesteigert. Das Büro am Boulevard Saint-Germain fungiert somit nicht nur als Ort Abseits des unmittelbaren Einflusses der PS, sondern spielt auch eine wichtige Funktion für Royals Selbstinszenierung, indem er einerseits ihre überparteiliche Kampagne betont und andererseits für mediales Aufsehen sorgt.

4.2. Einrichtung des Büros

Royal hat das Wahlkampfbüro von der Innenarchitektin Nicole Masset im Stil der 70er Jahre einrichten lassen. Wie auf Abb. 1 zu sehen, wird die Einrichtung farblich von Weiß- und Rottönen dominiert, was einen Bezug zur sozialistischen Tradition herstellt. Die Fenster sind gelb und violett getönt, was einerseits als Sichtschutz fungiert, andererseits aber auch die überparteiliche Farbgebung ihrer Website „Désirs d’Avenir“ widerspiegelt.



Abb. 1: Thierry Esch. Rendezvous with Segolene Royal. 2007. Frankreich, Paris

³⁶ 20 Minutes 2007.

³⁷ vgl. Spencer 2010, S. 1012.

Auffallend ist, dass an Stelle des Schreibtischs meist ein quadratischer Konferenztisch im Zentrum der Fotoaufnahmen steht, auf den an dieser Stelle und auch in Kapitel 4.3 näher eingegangen werden soll. Eine Vielzahl von Bildern, wie auch Abb. 1 und 2, zeigen Royale an diesem Tisch sitzend. Der Tisch ist meist mit geöffneten Mappen und Dokumenten bedeckt, oft ist sie mit ihren Mitarbeiter*innen ins Gespräch vertieft. Dies lässt sich als Symbol für die von Royal angestrebte Partizipation im politischen Prozess verstehen, indem sie und ihre Berater*innen auf Augenhöhe gemeinsam über politische Ziele diskutieren. Es wird suggeriert, dass sie die Präsidentschaft nicht im Alleingang anstrebt, sondern demokratische Teilhabe im Zentrum ihres Wahlkampfes steht.



Abb. 2: Jean-Luc Luysen. Segelone Royal and Aurelie Filipetti in her office. 2007. Frankreich, Paris.

Ein weiterer Blickfang ist der Kaminsims, der auf Abb. 3 in einer Detailaufnahme zu sehen ist. Darauf sind Ausschnitte aus Zeitungen zu sehen, unter Anderem ein Artikel der Le Monde mit einem großen Foto von Royals verschränkten Händen, der die Überschrift „Ségolène Royal vue d’Amérique“ trägt. Daneben stehen Fotos von öffentlichen Auftritten und Treffen mit Wähler*innen, eine Ausgabe des Wirtschaftsmagazins „Stratégies“, ein Buch des Dichters Arthur Rimbaud sowie eine Lampe, Kerzen, Schmuck und eine große Goldmünze. Über dem Kamin befindet sich ein großer Spiegel.

Erneut sticht die Farbe rot ins Auge, die durch Royals Kleidung auf den Fotos, die Plakate von ihren Unterstützer*innen und die Kerzen mehrfach präsent ist. Neben dieser Farbgebung können auch die Werke Rimbauds als eine Referenz an sozialistische Ideale interpretiert werden. Rimbauds Dichtung ist geprägt von Gesellschaftskritik und seinen Erfahrungen in der Pariser Kommune³⁸. Die Positionierung des Buchs an einer so prominenten Stelle lässt auf eine besondere Bedeutung des Werks für Royals politisches Selbstverständnis schließen.



Abb. 3: Thierry Esch. Rendezvous with Segolene Royal. 2007. Frankreich, Paris.

In der Gestaltung des Büros orientiert sich Royale somit an sozialistischen Idealen von politischer Partizipation. Dies wird durch die rot-weiße Farbgebung nochmals unterstrichen, in Hinblick auf ihren überparteilichen Wahlkampf jedoch auch teilweise durchbrochen. Neben dem dekorierten Kaminsims fällt die zentrale Rolle des Konferenztisches an Stelle eines Schreibtisches auf.

4.3. Weiblichkeit

An dieser Stelle wird auf die besondere Betonung von Weiblichkeit in der Raumgestaltung von Royals Wahlkampfbüro eingegangen. Unter diesem Blickwinkel

³⁸ vgl. Wetzel 1987, S. 202: Wetzel, Hermann H., Arthur Rimbaud: après le déluge, in: Stenzel, Hartmut, Thoma, Heinz (Hg.), Die Französische Lyrik des 19. Jahrhunderts: Modellanalysen, München 1987, S. 200-218.

betrachtet lässt sich erneut maßgeblich die Dichotomie zwischen Schreibtisch und Konferenztisch im Zentrum der räumlichen Inszenierung nennen. Entlang des liberalen Trennungsdispositivs lässt sich der Schreibtisch der männlich konnotierten öffentlichen Sphäre politischer Macht zuordnen. Als wohl berühmtestes Beispiel für eine solche Machtrepräsentation lässt sich der massive *Resolute Desk* des Oval Offices nennen, der das Siegel des US-Präsidenten trägt und auf vielen Fotografien als mediales Symbol für die Macht des amerikanischen Staatsoberhauptes steht³⁹. Royal hingegen rückt einen unscheinbar wirkenden quadratischen Fliesentisch in das Zentrum ihres Büros. In seiner Funktion als Konferenztisch kommt ihm dabei die Funktion des kollektiven Ideenaustauschs zu. Entlang des liberalen Trennungsdispositivs nach Sauer könnte der Tisch demnach eher einem weiblichen Repräsentationsmuster zuordnen werden, weil er eher einen (kreativen) Verhandlungsprozess anstelle eines (autoritären) Regierungsprozesses vermittelt.

Interessant ist auch, dass Royal in ihrer Einrichtung die mediale Repräsentation ihrer (biologischen) Weiblichkeit aufgreift. Dies wird durch den eingerahmten Artikel aus der *Le Monde* verdeutlicht. Der Fokus auf Royals Hände auf dem Foto aus der Zeitung erinnert an Darstellungen von Angela Merkel, wie sie 2012 beispielsweise in der „Zeit“ abgedruckt wurden⁴⁰. Ihre Handhaltung in Form der „Merkel-Raute“ ist laut Philip Manow „zum ikonographischen Kürzel ihrer Regierungszeit geworden“⁴¹. Auch *Le Monde* nutzt Royals Hände als Symbol für ihre Politik hinsichtlich der französischen Beziehungen zu den USA und rückt sie somit in die Tradition Merkels als neue weibliche Regierungschefin in Europa. Royals Handhaltung suggeriert dabei Selbstsicherheit und Eleganz, die manikürten Nägel und der Schmuck betonen Stereotype von Weiblichkeit. Dieses Medienbild wird durch den auf dem Kaminsims liegenden Schmuck gespiegelt.

Insgesamt nimmt Weiblichkeit somit eine bedeutende Rolle in der Selbstinszenierung anhand Royals Büro ein. Sie inszeniert Weiblichkeit maßgeblich indem sie kollektiver politischer Arbeit eine zentrale räumliche Funktion in ihrem Büro gibt. Zudem greift sie auch

³⁹ vgl. Brooks 2011, S.4: Brooks, Darrin S., Political Decorating and Branding: A Historical Retrospective of the Oval Office Interiors from 1934 to 2010, in: *Journal of Interior Design*, 36/4, S. 1-18.

⁴⁰ vgl. Wegner 2014: Wegner, Jochen, Angela Merkel: Der Schwarze Schwan, in: *Die Zeit*, Hamburg 2014, zugänglich unter: <http://www.zeit.de/politik/deutschland/2014-07/angela-merkel-zum-60-geburtstag> (eingesehen am 22.02.2018).

⁴¹ Manow 2016, S. 256: Manow, Philip, Der Politiker als „ephemeres Denkmal“ seiner selbst, in: Diehl, Paula, Steilen, Felix (Hg.), *Politische Repräsentation und das Symbolische*, Wiesbaden 2016, S. 245-266.

die mediale Rezeption ihrer weiblichen Selbstinszenierung auf und stellt diese bewusst zur Schau.

5. Fazit

Aus der Analyse geht hervor, dass Ségolène Royal ihr Wahlkampfbüro am Boulevard Saint-Germain maßgeblich auch für ihre Selbstinszenierung nutzt, und dass Weiblichkeit dabei eine zentrale Rolle spielt. So grenzt sie sich einerseits räumlich und personell von ihrer Partei ab und stellt sich mit ihrem Verein Désirs d’Avenir als überparteiliche Kandidatin aller Wähler*innen Frankreichs dar. Gleichzeitig behält sie in ihrer Einrichtung die Nähe zum Sozialismus bei, beispielsweise bei der Farbgebung und durch ausgewählte Präsentation von Literatur.

In der Einrichtung spiegeln sich zudem die Vorstellungen von Politik als einem gemeinschaftlichem Prozess wider. Dies wird beispielsweise durch die Aufstellung von Pressefotos von Royal und ihren Unterstützer*innen suggeriert. Indem als zentrales Möbelstück nicht Royals Schreibtisch sondern ein quadratischer Konferenztisch fungiert bricht Royal zudem mit einer konventionellen Inszenierungspraxis von politischer Macht. Anstelle dieser männlich geprägten Konvention rückt bei Royal die Inszenierung von Politik als gemeinschaftliche soziale Praxis. Weiblichkeit fließt somit nicht nur explizit durch Royals biologisches Geschlecht oder durch Parallelen zu Angela Merkel in ihre Selbstdarstellung ein, sondern wird auch implizit durch sozial kodierte Vorstellungen eines weiblichen Politikstils repräsentiert.

Literaturverzeichnis

- 20 Minutes, Le QG secret de Royal, in: 20 Minutes, Paris 2007, zugänglich unter: <https://www.20minutes.fr/france/134324-20070123-qg-secret-royal> (Eingesehen am 22.02.2018).
- Absolu, Florence, Les femmes politiques dans la presse: mythemes, biographemes et archétype. Politikerinnen in der Presse: Mytheme, Biographeme und Archetyp, Würzburg 2014.
- Alshut, Marlene, Sex, Gender und Gender Mainstreaming - Die Zusammenwirkung dreier Konstrukte, in: dies. (Hg.), Gender im Mainstream? Geschlechtergerechte Arbeit mit Kindern und Jugendlichen. Herbolzheim 2012, S. 20-33.
- Brooks, Darrin S., Political Decorating and Branding: A Historical Retrospective of the Oval Office Interiors from 1934 to 2010, in: Journal of Interior Design, 36/4, S. 1-18.
- Clift, Ben, The Ségolène Royal Phenomenon: Political Renewal in France?, in: The Political Quarterly, 78/2, 2007, S. 282-291.
- Dolez, Bernard, Laurent, Annie, Une primaire à la française. La désignation de Ségolène Royal par le parti socialiste, in: Revue française de science politique, 57/2, 2007, S. 133-161.
- Gaspard, Françoise, Gender and Politics in France. Ségolène Royal and the Socialist Party, in: Dissent, 53/4, 2007, S. 27-29.
- Hall, Stuart, Das Spektakel der Anderen, in: Koivisto, Juha, Merckens, Andreas (Hg.), Stuart Hall - Ideologie, Identität, Repräsentation. Ausgewählte Schriften 4, Hamburg 2004, S. 108-166.
- Holtz-Bacha, Christina, König-Reiling, Nina (Hg.), Warum nicht gleich? Wie die Medien mit Frauen in der Politik umgehen, Wiesbaden 2007.
- Hoppe, Ilaria, Die Villa Poggio Imperiale in Florenz als Schwellenraum, in: Ananieva, Anna [u.a.] (Hg.), Räume der Macht. Metamorphosen von Stadt und Garten im Europa der Frühen Neuzeit. Bielefeld 2013, S. 65 - 90.
- Karakurt, Türkan, Das Phänomen Ségolène Royal, in: Friedrich-Ebert-Stiftung, Paris 2006, zugänglich unter: https://www.fes.de/aktuell/documents/segolene_royal.pdf (Eingesehen am 04.02.2018).
- Kimmel, Adolf, Die französischen Wahlen vom Frühjahr 2007, in: Aus Politik und Zeitgeschichte, 38, 2007, S. 3-11.
- Leidenberger, Jacob, Koch, Thomas, "Bambi und der böse Wolf". Ségolène Royal und der französische Präsidentschaftswahlkampf in der deutschen und französischen Presse, in: Holtz-Bacha, Christina (Hg.): Frauen, Politik und Medien. Wiesbaden 2008, S. 122-150.
- Manow, Philip, Der Politiker als „ephemeres Denkmal“ seiner selbst, in: Diehl, Paula, Steilen, Felix (Hg.), Politische Repräsentation und das Symbolische, Wiesbaden 2016, S. 245-266.
- Matonti, Frédérique, La Singularité Française. La Campagne Présidentielle de Ségolène Royal, in: French Politics, Culture & Society, 25/3, S. 86-101.
- Sauer, Birgit, Die Asche des Souveräns. Staat und Demokratie in der Geschlechterdebatte, Frankfurt a.M. 2001, S. 11.
- Shabad, Rebecca, Donald Trump assails „incompetent“ Hillary Clinton in fiery speech, in: CBS News, 2016, zugänglich über: <https://www.cbsnews.com/news/donald-trump-hillary-clinton-lacks-temperament-judgment-competence-to-be-president/> (letzter Zugriff: 01.03.2018).

Spencer, Samia I., La Campagne de Ségolène Royal: bilan et perspectives, in: The French Review, 83/5, 2010, S. 1006-1020.

Stollberg-Rilinger, Barbara, Maria Theresia: Die Kaiserin ihrer Zeit. Eine Biographie, München 2017.

Wegner, Jochen, Angela Merkel: Der Schwarze Schwan, in: Die Zeit, Hamburg 2014, zugänglich unter: <http://www.zeit.de/politik/deutschland/2014-07/angela-merkel-zum-60-geburtstag> (eingesehen am 22.02.2018).

Wetzels, Hermann H., Arthur Rimbaud: après le déluge, in: Stenzel, Hartmut, Thoma, Heinz (Hg.), Die Französische Lyrik des 19. Jahrhunderts: Modellanalysen, München 1987, S. 200-218.

Willeitner, Joachim, Königin Neithotep. Die erste Frau auf dem Pharaonenthron, in: Spektrum, Heidelberg 2016, zugänglich über: <http://www.spektrum.de/news/die-erste-frau-auf-dem-pharaonenthron/1401358> (letzter Zugriff: 17.02.2018).

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Thiery Esch. Rendezvous with Segolene Royal. 2007. Frankreich, Paris. Paris Match.

Abb. 2: Jean-Luc Luysen. Segolone Royal and Aurelie Filipetti in her office. 2007. Frankreich, Paris.

Abb. 3: Thiery Esch. Rendezvous with Segolene Royal. 2007. Frankreich, Paris. Paris Match.