

»Es ist so interessant, für wen er sich entscheidet«

ZUR FASZINATION VON DER BACHELOR UND DIE BACHELORETTE

Christine Bulla/Maya Götz/Caroline Mendel

Eine IZI-Rezeptionsstudie mit 241 jungen ZuschauerInnen von *Der Bachelor* bzw. *Die Bachelorette* untersuchte, worin die Faszination der beiden Reality-Shows liegt.

DER BACHELOR

»Ein Mann, 20 Frauen und eine traumhafte Umgebung: genügend Platz für starke Emotionen und wahrhaftige Leidenschaft! In der neuen Staffel von *Der Bachelor* können SIE dabei sein! Exklusive Dates, traumhafte Ausflugsziele zu den schönsten Plätzen der Welt – und vielleicht sogar die ganz große Liebe. Wer träumt nicht davon?«¹

So startet RTL seit Jahren den Casting-Aufruf, auf den sich mehrere tausend Frauen zwischen 20 und 35 Jahren bewerben. Sie alle buhlen dann in der Sendung um die Gunst des Bachelors. In Einzel- und Gruppendates begegnet der Bachelor den 20 bzw. 22 Kandidatinnen – das Kamerateam ist stets dabei. Höhepunkt jeder Sendung ist die Entscheidungssituation, die »Nacht der Rosen« (Abb. 1). Hier präsentieren sich die Frauen mit professionellem Make-up und aufwendigen Frisuren, tragen glamouröse Abendgarderobe und High Heels. Bei diesem Event überreicht der Bachelor nur denjenigen eine langstielige rote Rose, die auch weiterhin auf seine Gunst hoffen können. Alle anderen müssen die Kuppelshow verlassen. In der finalen Folge 8 fällt er nach diversen romantischen und actionreichen Dates und vor einladender Kulisse seine letzte und endgültige Entscheidung zwischen

den 2 Übriggebliebenen.

Der Bachelor feierte seine Premiere 2002 in den USA (*The Bachelor*) und läuft 2015 dort in der 19. Staffel. Das Format wurde bis dato in 14 Ländern adaptiert. In Deutschland lief die erste Staffel im Jahr 2003 (RTL). Im Schnitt verfolgten über

4 Millionen ZuschauerInnen die erste Staffel. In Staffel 2 (2012) stieg diese Zahl auf durchschnittlich 4,7 Millionen und ging in den folgenden Jahren auf ca. 4 Millionen zurück.²

Gerade bei den 12- bis 17-jährigen Mädchen finden sich einzelne Folgen unter den Top Ten der Jahreshitliste. Für die 8-wöchige Sendezeit werden die Folgen zum festen Bestandteil ihres Alltags. Zum Teil werden sie gemeinsam im Freundeskreis gesehen, und am nächsten Tag wird darüber in der Uni oder auf dem Schulhof gesprochen. Besonders attraktiv ist auch das Lesen bzw. eigene Absetzen von Tweets via *Twitter* oder von Kommentaren auf *Facebook* parallel zur Sendung.

Was fasziniert vor allem junge Frauen an diesem anachronistischen Konzept, bei dem die teilnehmenden Kandidatinnen fast austauschbar gehandelt werden und so gut wie keine Entscheidungsgewalt haben?

Die Studie

Der Faszination der erfolgreichen Reality-Show *Der Bachelor* ging das IZI Anfang 2014 nach. Die Befragung wurde mithilfe von offenen und standardisierten Fragen online durchgeführt.³ Abgefragt wurde u. a., was an dem Format besonders gut gefällt und wie die Kandidatinnen bzw. der Bachelor gesehen werden. Von den insgesamt 319 ausgefüllten Fragebögen wurden nur die der Fans zwischen 12 und 26 Jahren (n = 174) in die hier veröffentlichten Ergebnisse einbezogen.

Bachelor-Fans sind eher hochgebildete Frauen

Die Fans des Formats sind zumeist Mädchen und junge Frauen (89 %). Die mit der Befragung erreichten Fans sind eher bildungsnah: 39 % der TeilnehmerInnen studieren und 18 % besuchen das Gym-

nasium. Die meisten sehen jede Folge der Staffel und über die Hälfte verfolgt das Format seit mehreren Jahren.

Bachelor-Fans sind keine naiven MediennutzerInnen

Ein großer Teil der regelmäßigen SeherInnen genießt die Sendung aus einer medienkritischen Distanz heraus. Sie gehen weder davon aus, dass der Bachelor wirklich die Frau fürs Leben sucht, noch dass er im Finale diejenige auswählt, die er wirklich liebt. Gleichzeitig sieht ein Großteil der Fans die Show nicht als Chance für die Kandidatinnen, den Mann fürs Leben kennenzulernen. Zwei Drittel vermuten, dass die Kandidatinnen gezielt gecastet sind und vor der Kamera nur eine Rolle spielen: »Ich denke, die meisten bekommen auch ein Skript und müssen ein wenig schauspielern« (17-Jährige). Die meisten (87 %) gehen davon aus, dass sich der Bachelor und die Kandidatinnen in der Show nicht so zeigen, wie sie im echten Leben wirklich sind. Oft vermuten sie, dass die Kandidatinnen »das Format als Karrieresprungbrett [nutzen], um ins Fernsehen zu kommen und C-Klasse-Promi zu werden« (26-Jährige). Bachelor-Fans sind also keine naiven MediennutzerInnen. Doch wenn sie die offiziellen Ziele des Formats kritisch gegenlesen, warum sehen sie sich dann die Sendung an?

Hauptsehmotive

Mitratens, wer weiterkommt und »wie weit« es geht

»Es ist spannend mitzuraten, welche der Frauen gewinnt.« (21-Jährige)

Das am häufigsten genannte Motiv, warum die Sendung geschaut wird, ist das Mitraten, für welche Frau sich der Bachelor entscheiden wird und ob die eigene Vermutung richtig war. Dabei genießen die ZuschauerInnen es, seine Entscheidungen nachzuvollziehen: »Es ist doch toll, einen schönen Mann zu sehen und zu versuchen zu verstehen,

warum er sich wie entscheidet«, schreibt eine 22-Jährige.

Nicht selten steht das Mitraten dabei auch in Verbindung mit voyeuristischen Momenten im erotischen Bereich, denn die Frage, »wie weit« die Frauen während ihrer Dates gehen, also welche erotischen und bisweilen sexuellen Akte sie zulassen, ist für drei Viertel der Befragten ein Grund, die Sendung zu sehen. Sexuelle Aufgeschlossenheit wird in ihren Augen als Erfolgsgarant gesehen. So stimmen drei Viertel der Fans der Aussage zu: »Frauen, die in der Show besonders »weit gehen« und mit dem Bachelor intim werden, kommen eher in die nächste Runde.«

Analyse der Kandidatinnen und des Bachelors

»Eine ist jung und impulsiv, die andere eher still und hinterlistig.« (19-Jährige)

Hinter dem Mitraten steht das zentrale Vergnügen für die Fans, den Ablauf der Show bis ins Detail zu analysieren. Dabei werden die unterschiedlichen Frauentypen herausgearbeitet und ihre Verhaltensweisen beobachtet und gedeutet. Zusätzlich werden die Muster der Beziehungsanbahnung und der Selbstdarstellung des Bachelors analysiert und Konstanten in seinen Handlungen erkannt: »Er hat schöne Augen, ist attraktiv und kommt sympathisch rüber. Nach einiger Zeit habe ich allerdings die Masche der Show bemerkt. Christian schwärmt über alle Kandidaten gleich und verhält sich auch zu allen gleich nett, als würde er in alle gleichzeitig verliebt sein« (18-Jährige). Die anfänglich reine Bewunderung für den als begehrenswert inszenierten Junggesellen weicht einer kompetenten und verstehenden Haltung, bei der seine »Masche« entlarvt wird.

Sich selbst erheben durch Lästern über die Show

»Ich gucke den Bachelor immer mit meinen Freundinnen und eigentlich nur, um uns über die Frauen lustig zu machen.« (22-Jährige)

Aufbauend auf dem Analysieren und Bewerten der ProtagonistInnen entsteht eine ausgesprochen attraktive Rezeptionshaltung: Die ZuschauerInnen erheben sich über den Bachelor und die Kandidatinnen und lästern über sie. Während des gemeinsamen Tratschens wird Gemeinsamkeit hergestellt, das Selbstwertgefühl erhöht und Werte werden abgeglichen. Schadenfreude stellt sich ein. Es ist der abwärts gerichtete Vergleich, der zu einer Selbsterhöhung führt: »Ich schaue mir das sehr gerne an, weil ich mich dadurch besser fühle, weil ich froh bin, dass mein Leben nicht so abläuft wie von diesen Frauen« (18-Jährige).

Ein zentrales und viel diskutiertes Thema ist der »Zickenkrieg« unter den Kandidatinnen, »wie sich die Frauen bekriegen und einfach schlecht schauspielern. Dabei stellen sie sich so doof an; das finde ich sehr unterhaltend« (20-Jähriger). In diesem Sinne nutzen die Fans das Format zur Selbstdefinition und zur Abgrenzung gegenüber den mitwirkenden Frauen.

Genießen und Miterleben der romantischen Dates

»Immerhin wünscht sich so was jede Frau.« (25-Jährige)

Bei den Befragten findet ein intensives emotionales Miterleben bei den Dates statt. Sie genießen die Einzeldates, bei denen sich der Bachelor und die von ihm erwähnte Kandidatin besser kennenlernen, reden und oft schon näherkommen. Angeboten werden dabei bis ins Detail inszenierte, ton- und kamerataugliche Settings: Auf einer Liegefläche voller kuscheliger Kissen im Kerzenschein betrachten der Bachelor und die Kandidatin den Sonnenuntergang und trinken Champagner. Dabei ist den Fans die Realitätsferne bis zu einem gewissen Maße bewusst, sie stören sich allerdings nicht daran: »Es ist eine kleine Traumwelt. Diese wunderschöne Location, tolle Kleider, super Ausflüge usw.« (20-Jährige).

Lernen, wie »Frau« bei Männern gut ankommt

Sehen, »wie ein Mann auf verschiedene Frauentypen reagiert.« (17-Jährige)

Die Figur des Bachelors wird für eine ganze Reihe von Fans zur Idealvorstellung eines Mannes: »Der Bachelor lässt einen vom eigenen Gentleman träumen, weckt also auch eine gewisse Sehnsucht« (18-Jährige). Sehr genau wird die Art und Weise, wie er die Kandidatinnen behandelt, wahrgenommen: »Weil ich es einfach schön finde, wie er mit jeder einzelnen Frau umgeht« (21-Jährige). Inszeniert wird hier ein »idealer Partner«. Die Reaktionen des Bachelors und seine Auswahl werden durchaus ernst genommen und zum allgemeinen Deutungsmuster erhoben. Entsprechend werden Verhaltensleitlinien für den Umgang mit Männern allgemein abgeleitet. Einige Fans lernen aus der Sendung, »wie man sich Männern gegenüber zu verhalten hat bzw. was sie abschreckt« (18-Jährige).

Sowohl beim Genießen der romantischen Szenen als auch bei der Rezeption der heterosexuellen Annäherung gelingt es den Fans nicht, ihr Medienwissen als Interpretationsrahmen einzusetzen: Sie wissen, dass hier Rollen gespielt werden, vieles gescriptet ist und die Szenen gezielt inszeniert werden. Trotzdem nehmen sie die Sendung für sich als Orientierungsleitlinie.

Übernahme von Geschlechterverhältnissen, die eigentlich längst überholt schienen

Die Rezeptionshaltung bei *Der Bachelor* schwankt also zwischen einer kritisch-bewussten, sich abgrenzenden Haltung und einer, bei der die Sendung genossen wird, sich die Fans einfühlen und die gezeigten Bilder kritiklos übernehmen. Auch wenn die Fans durchaus nicht naiv an das Format herangehen und die offiziellen Zielsetzungen und den dokumentarischen Charakter kompetent anzweifeln, fallen sie doch

bei anderen Punkten auf die ästhetisch ansprechende Inszenierung herein. Sie bemerken weder die moralische Unstimmigkeit des haremartigen Settings (Dubrofsky, 2006), noch wird die medienethische Frage gestellt, ob die intimen Situationen zwischen dem Bachelor und der jeweiligen Kandidatin abgefilmt, redaktionell bearbeitet und ausgestrahlt werden sollten. Vielmehr lassen sich die Fans an diesen Stellen ganz auf die Hauptlesart des Formats ein. Sie tauchen in die scheinbar intimen Situationen parasozial ein, ziehen für sich handlungsleitende Regeln heraus und stilisieren das Setting zum allgemeingültigen Ideal.

Kritik bezieht sich vor allem auf die einzelnen Kandidatinnen, nicht auf das dort präsentierte Frauenbild und so gut wie gar nicht auf das archaische, polygame Grundkonzept der Sendung. Die SeherInnen machen sich darüber lustig, dass sich die Frauen oft »anzicken«. Gleichzeitig tun sie in diesem Augenblick aber genau das Gleiche und lästern hypokritisch über die Kandidatinnen. Insofern tappen die *Bachelor*-Fans selbst quasi in eine Identitätsfalle: Frauenbilder und Eigenschaften, die sie eigentlich ablehnen, leben sie selbst praktisch oder gedanklich. Die Show generiert in diesem Augenblick keine positiven, bestärkenden Frauenbilder, sondern bietet den jungen Frauen vor dem Fernseher leicht zu dekonstruierendes Lästermaterial über das eigene Geschlecht.

Ändert sich dies, wenn sich das Konzept der Sendung umdreht?

Wir fragten die Fans, was sie sich vom Format *Die Bachelorette* erwarten. Die Antworten lassen erkennen, dass sich die jungen Frauen vor allem für das umgekehrte Geschlechterverhältnis interessieren und dafür, wie sich Männer in derselben Situation präsentieren: »Interessant: Zeigt, wie Frauen in der gleichen Situation wie Paul, Jan und Christian handeln. Zeigt, dass auch Männer zu Zicken werden können. Frau

als Objekt der Begierde, das eigenständig Entscheidungen trifft« (17-Jährige).

DIE BACHELORETTE

Die Bachelorette wurde 2003 als Ableger von *Der Bachelor* das erste Mal in Amerika (*The Bachelorette*) ausgestrahlt und läuft dort 2015 in der 10. Staffel. In Deutschland lief die Show 2004 das erste Mal. 25 Kandidaten buhlten damals um das Herz der Bachelorette. Im Schnitt verfolgten knapp 2,5 Millionen ZuschauerInnen die jeweilige Staffel (Staffel 1, Folge 1 2004: 2,6 Millionen⁴; Staffel 2, 2014: 2,5 Millionen⁵).

Die Studie

Mit demselben Fragensetting wie bei *Der Bachelor* wurden 147 Fans zwischen 16 und 67 Jahren erreicht, von denen 67 Antworten von Fans bis 26 Jahre im Weiteren kurz zusammengefasst werden. In dieser Studie sind die Befragten zu 96 % Frauen.

Sehmotive

Mitraten, analysieren und träumen

Vom Gebrauchswert ist *Die Bachelorette* ähnlich angelegt wie *Der Bachelor*, weshalb die Sehmotive der Fans in vielen Bereichen ähnlich sind (Abb. 2). Auch bei dieser Variante des Formats ist es vor allem spannend, zu sehen, für wen sich die Bachelorette entscheiden wird und ob die eigene Vermutung richtig war. Es wird mit dem Lieblingskandidaten mitgefiebert und gehofft, dass er noch länger dabei sein wird. Den Befragten gefallen wiederum die romantischen Dates, die sie zum Träumen anregen.

Gleichzeitig spielt jedoch das voyeuristische Moment eine geringere Rolle. Wie weit die Männer gehen, wird deutlich weniger als Motivation angegeben, die Sendung zu sehen. Anders ist auch die

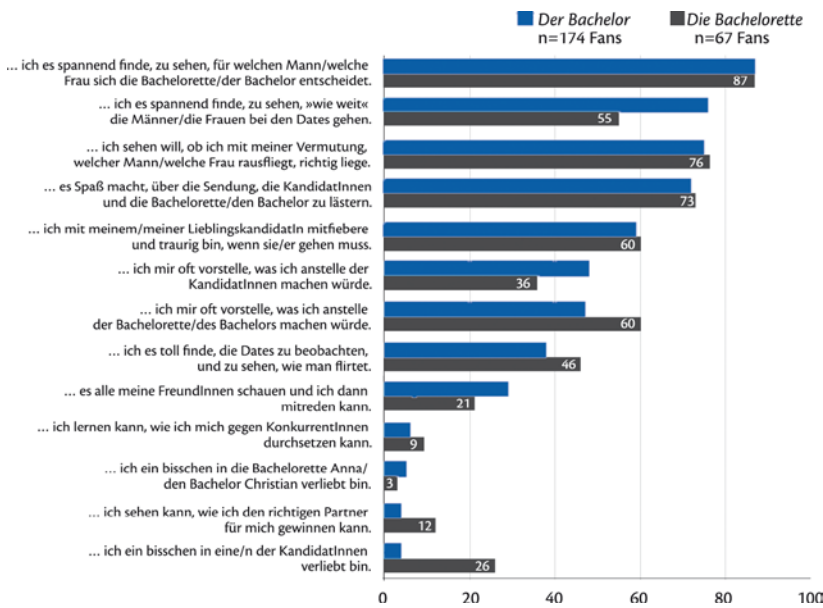


Abb. 2: Hauptseh motive: »Ich schaue mir *Die Bachelorette*/*Der Bachelor* an, weil ...«

Einschätzung, wer in der Sendung zur Anschlussfigur wird: Die Fans versetzen sich in die Bachelorette hinein, weniger in die Kandidaten. Ein Hinweis darauf, dass sich die Frauen entsprechend der eigenen Geschlechterzugehörigkeit zur Sendung positionieren. Noch deutlicher werden die Unterschiede in den qualitativen Aussagen.

Männer wirken scheinbar echter

Ein Unterschied zeigt sich in der Beschreibung der Kandidaten. Während bei der Charakterisierung der Kandidatinnen bei *Der Bachelor* ein häufig aggressiver Ton angeschlagen wurde, lautet eine typische Beschreibung der Männer bei *Die Bachelorette*: »Man bekommt schon das Gefühl, dass jeder der Kandidaten sich so gibt, wie er zu einem gewissen Grad selbst ist. Dennoch bin ich überzeugt, dass es ein Skript gibt und dass verschiedene Charakterzüge der Einzelnen (Manuel, der Verrückte; Tim, der Wilde; Marvin, der Sensible; Tom, der Verschlussene usw.) stark hervorgehoben werden und stilisiert werden« (23-Jährige). Erkennt wird zwar die mediale Inszenierung, die wohlwollende Akzeptanz und

Empathie gegenüber den Kandidaten ist aber deutlich höher. Sie werden eher als authentisch eingeschätzt.

Verliebt in einen der Kandidaten

Entsprechend ist die potenzielle parasoziale Beziehung zu den Kandidaten eine andere. Ein Viertel der jungen Frauen sieht sich *Die Bachelorette* an, weil sie in einen der Kandidaten verliebt sind. Für die Fans bilden die teilnehmenden Männer eine heterogene, optisch ansprechende Gruppe, die die Bedürfnisse jeder Frau abzudecken scheint: »Attraktive Männer, keine Frage. Für jeden was dabei, vom Macho bis hin zum Romantiker, vom Sportler bis hin zum Musiker (...). Habe schon meine Favoriten« (21-Jährige). Im Gegensatz dazu gaben nur 5 % der Fans an, sich *Der Bachelor* anzusehen, weil sie in den Protagonisten verliebt sind.

Männerfreundschaft statt »Zickenkrieg«

Aufbauend auf der wohlwollenderen Akzeptanz gegenüber Männern als Kandidaten wird auch deren Gewinn

aus der Sendung anders eingeschätzt. Bei *Die Bachelorette*, so vermuten 41 % der Befragten, lasse sich der beste Freund fürs Leben finden (bei *Der Bachelor* waren es 11 %). Statt eines aggressiven Hahnenkampfes nehmen die Fans häufiger eine gute Männerfreundschaft unter den Kandidaten wahr: »Ich finde es bewundernswert, dass die Jungs es sich z. T. gegenseitig gönnen, z. B. ein Einzeldate mit Anna zu bekommen. Außerdem finde ich es sehr angenehm, dass sie sich größtenteils so gut verstehen und Spaß zusammen haben« (19-Jährige). Dies gestaltet das Rezeptionserlebnis für sie auf eine andere Art amüsanter: »Geballter Männerhumor treibt den Spaßfaktor eher durch die Decke als everyday Zickereien« (19-Jährige).

FORMATVERGLEICH

Im Gegensatz zum Bachelor, zu dem die ZuschauerInnen aufschauen, sind es nur wenige Fans, die die Bachelorette als Frau bewundern. Sie empfinden die Darstellerin zwar als »echt« und nahbar: »Entspricht natürlich dem Idealbild der Frau. Sie wirkt schon natürlich und man kann sich teilweise mit ihr selbst identifizieren« (26-Jährige). Eine 22-Jährige formuliert: »Man fiebert mit ihr mit, da sie so menschlich/nahbar wirkt.« Trotzdem legen ihr einige der Befragten diese Eigenschaften auch negativ aus und empfinden sie als zu freundlich. Denn obwohl sie als die Auswählende »die Macht« hat, wird sie als zu naiv und zu sensibel bei ihren Entscheidungen bewertet: »Sich bereits in der zweiten Folge weinend von den Männern zu verabschieden, spricht zwar für ihren Charakter, ist aber in der Situation, in der sie ist, problematisch«, so eine 21-Jährige. Frauen erkennen das Ideal, das mit dem Casting der Bachelorette symbolisiert wird. Gleichzeitig werden die Grenzen, an die sie mit der (inszenierten) Einfühlbarkeit stoßen wird, gesehen, aber nicht infrage gestellt.

wiegend extrem stark geschminkt. Bekommen sie die erlösende Rose, lächeln sie den Bachelor dankbar und fast demütig an. So findet eine Inszenierung hierarchisierter Geschlechterverhältnisse statt, bei der sich die Frauen während der Auswahl vor allem über ihre optischen Reize definieren, die

authentischer wahrgenommen werden. Sind es bei *Der Bachelor* die zickigen Frauen, über die gerne gelästert wird, können sich nicht alle Fans mit der Bachelorette in der Rolle als Macht innehabende Frau anfreunden. In diesem Sinne fördert die Sendung eine Restabilisierung der normativen Geschlechterrollen (McRobbie, 2010), die die Frauen auf und vor dem Bildschirm selbst und unfreiwillig herstellen, und wodurch sie sich selbst auf Geschlechterstereotype begrenzen. ■

Inszenierung von Weiblichkeit und Männlichkeit

In beiden Formaten findet eine klicheehafte und sehr polarisierende Inszenierung von Weiblichkeit und Männlichkeit statt: Die Kandidatinnen werden oftmals als zickig inszeniert und lästern übereinander. Aufgrund ihres übertrieben glamourösen Stylings wirken sie affektiert und künstlich und werden deshalb von den Befragten nicht allzu ernst genommen. Die Kandidaten hingegen erscheinen in den Augen der Fans eher kumpelhaft und gehen fast schon wohlwollend miteinander um, weshalb sie eher authentisch und greifbar wirken. Unterschiede zeigen sich auch bei der »Nacht der Rosen«: Die Männer treten der Bachelorette auf Augenhöhe entgegen bzw. überragen sie je nach Körpergröße und haben oftmals einen witzigen Spruch parat, wenn sie eine Rose bekommen. Sie tragen legere und alltagstaugliche Kleidung: Jeans, kariertes Hemd oder Sakko (Abb. 3). Die Frauen hingegen setzen sich wie Models in Szene und stehen und sitzen um das Sofa in der Villa (Abb. 1). Dementsprechend müssen sie zum Bachelor aufschauen, wenn sie seine Entscheidung abwarten. Sie definieren sich während der Zeremonie durch ihr attraktives Aussehen, tragen oft sehr kurze oder weit ausgeschnittene Abend- bzw. Partykleider und sind über-

Männer hingegen als recht cool gezeitigt werden.

Dass dieses »Doing Gender« der KandidatInnen vielleicht wenig mit ihrer eigenen Gefühlswelt zu tun hat, die Männer wie Frauen in dieser Situation vermutlich eine Rolle spielen (müssen) und in dieser Rollenfestlegung die restlichen Folgen über stigmatisiert werden, wird von den Befragten oft übersehen.

FAZIT

Die Begeisterung für die Formate *Der Bachelor* und *Die Bachelorette* ist komplex und in den meisten Bereichen alles andere als von Naivität geprägt. Die in *Der Bachelor* dargelegten Bilderwelten, wie »Frau« sich als Kandidatin zu präsentieren hat, und kitschige Klischees romantischer Beziehungsanbahnungen innerhalb des Sendungssettings »Harem« werden jedoch nicht grundsätzlich hinterfragt und eher genossen. Kritik wird überwiegend auf individueller Ebene gegenüber den ProtagonistInnen geübt, kaum jedoch auf Formatebene, was bedeutet, dass vorwiegend die teilnehmenden Frauen sowie stereotype Handlungsmuster kritisiert werden. Auch das umgekehrte Format, *Die Bachelorette*, schafft es nicht, Geschlechterklischees zu durchbrechen. Insgesamt werden alle teilnehmenden Frauen härter kritisiert und abgewertet als die Männer, die oft idealisiert und als

ANMERKUNGEN

¹ <http://www.rtl.de/cms/sendungen/show/der-bachelor/der-bachelor-bewerben-sie-sich-jetzt-fuer-die-neue-staffel-2171a-a377-39-1101558.html> [08.05.2015]

² <http://www.itvstudios.de/format/der-bachelor> [08.05.2015] und <http://www.quotenmeter.de/n/75684/zum-start-das-rosenverteilen-versaemt-den-vorjahreswert> [08.05.2015]

³ *Der Aufruf, an der Befragung teilzunehmen, erfolgte über Facebook, Twitter, YouTube und in einigen Foren.*

⁴ <http://www.quotenmeter.de/n/7772/schwacher-start-fuer-the-bachelorette> [09.05.2015]

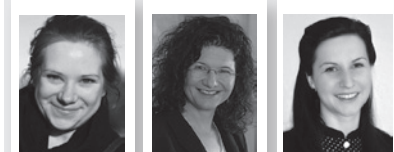
⁵ <http://www.itvstudios.de/format/die-bachelorette> [09.05.2015]

LITERATUR

Dubrofsky, Rachel (2006). *The Bachelor: Whiteness in the harem*. *Critical studies in media communication*, 23(1), 39-56.

McRobbie, Angela (2010). *Top Girls. Feminismus und der Aufstieg des neoliberalen Geschlechterregimes*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

DIE AUTORINNEN



Christine Bulla, Dipl.-Soz., ist freie Mitarbeiterin am IZI. Maya Götz, Dr. phil., ist Leiterin des IZI. Caroline Mendel, M.A. Soziologie, Psychologie und Ethnologie, ist freie Mitarbeiterin am IZI, München.