

Zeitschrift: FRAZ : Frauenzeitung
Band: - (2001-2002)
Heft: 2

Artikel: Aufs Auto abfahren
Autor: Mennel, Kelechi / Caprez, Christina / Söll, Änne
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1053903>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 27.01.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Kelechi Mennel

Pinke Strategie

In einer mobilen Gesellschaft sind verschiedene Formen der Fortbewegung von wichtiger Bedeutung. Ein Fortbewegungsmittel ist das Auto. Die Konstellation Frau und Auto ist noch immer ungewohnt. Im Gespräch mit der Kuratorin Frederikke Hansen, die sich mit dem Thema auseinander gesetzt hat, kommen interessante Aspekte zum Vorschein.



Jayne Holsinger, Bree(Detail)

Obwohl das Auto eine zentrale Rolle in unserer Gesellschaft einnimmt, gibt es erstaunlich wenig Werke zum Thema «Auto» im Allgemeinen und zur Kombination «Frau und Auto» im Speziellen. In einer patriarchalen Gesellschaft wird die Frau möglichst immobil gehalten: Wie zum Beispiel die viktorianische Frau mit den zu vielen Röcken, sich schlecht bewegen konnte, oder die eingebundenen Füße der Chinesinnen, die das Laufen nur unter Schmerzen erlaubten. Aber es gibt auch Bilder

aus dem 19. Jahrhundert auf denen Frauen, der oberen Gesellschaftsschicht, in Autos zu sehen sind. Also kann die Mobilität der Frau für die patriarchalische Gesellschaft nicht so gefährlich sein. Denn es ist natürlich sehr praktisch, wenn die Frau, die klassische Hausfrau, ein Auto besitzt, oder Zugang zu einem Auto hat. Besonders in den 50er Jahren, als viele elektronische Haushaltgeräte Einzug hielten, haben die Frauen auch die Mobilität in Form von Autos erhalten, ihre Rolle in der Gesellschaft hat sich damit jedoch nicht geändert. Es ist vielmehr so, dass sie nun ein Fahrzeug haben, um ihre häuslichen und mütterlichen Pflichten zu erfüllen. Jetzt könnte man denken, dass damit alles einfacher wurde, der Alltag der Hausfrau anders gestaltet werden konnte, mehr Zeit zur Selbstentfaltung blieb, aber dem war nicht so. Die Erwartungen wurden höher geschraubt, die Frauen mussten ihre Hausarbeit perfektionieren. So gesehen, hat sich die Geschlechterrolle also nicht wesentlich geändert. Es gibt Leute, die behaupten, dass das Auto eine emanzipatorische Wirkung hat, da die Frau jetzt mobiler ist. Aber diese neu erworbene Mobilität ändert nichts am Rollenbild der Frau.

Aufs Auto abfahren

Das Auto als Projektionsfläche

Das Auto ist mehr als nur Transportmittel oder Statussymbol. Es ist nicht nur ein Objekt, sondern auch Projektionsfläche für Gefühle und Gedanken. Wir haben das Auto längst verinnerlicht, es zu einem Teil unseres Selbst gemacht. Für die einen vermittelt es das Gefühl, sich in einem persönlichen Freiraum zu bewegen. Anderen wiederum dient es zur Befriedigung der Grundbedürfnisse nach Macht. Mit dem Autofahren werden verschiedene Bilder und Ansichten verbunden. Noch vor 20 Jahren erschienen Frauen, die am Steuer saßen und ihre Männer und Kinder herumchauffierten, als mutig und emanzipiert. In Roadmovies wird die Illusion vermittelt, das man mit dem Auto allem entrinnen kann, was man gerne hinter sich lassen möchte. Der Unterschied in Roadmovies mit weiblichen oder männlichen Hauptrollen ist die Vorgeschichte. Während Männer die Freiheit genießen, fliehen die Frauen vor ihrer schrecklichen Ehe oder sie wurden vergewaltigt. Es scheint, dass bei Frauen die Gewalt das glaubwürdigste Fluchtmotiv ist. Bei Männern reicht es ein einsamer Wolf sein zu wollen oder einfach die Freiheit zu suchen.

Das feminine Design

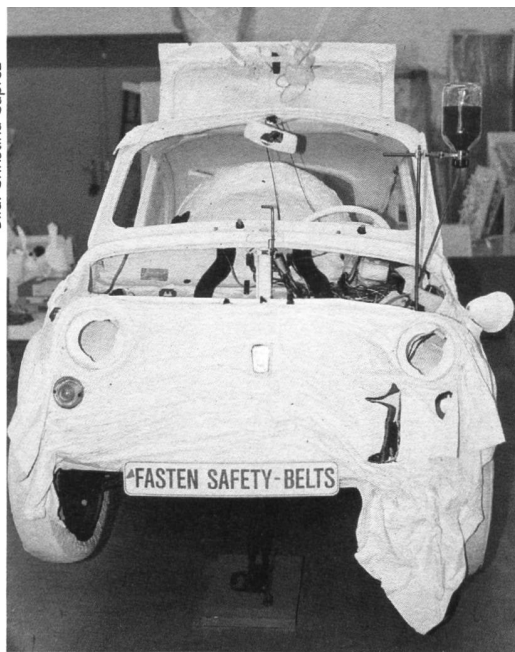
In den 50er Jahren entdeckten verschiedene amerikanische Autohersteller die Frau als Kundin. Sie konstruierten Autos speziell für die Frau. Wie zum Beispiel der Dodge La Femme, ein pink- und weissfarbener Zweitürer mit farblich passendem Interieur und einer sogenannten femininen Grundausstattung. Diese bestand aus Kamm, Geldbörse, Regenschutz, Puderdose und Lippenstift. Selbstverständlich alles in pink. Dass Frauen auch in den 60ern immer noch nur als Beiwerk zum Auto, das von ihren Männern für sie gekauft wurde galten, ist aus einem Benutzerhandbuch zum Studebaker ersichtlich. Eine barbieähnliche Frau gibt hier Besitzerinnen des Studebakers folgenden Ratschlag bei einem

platten Reifen: «Legen sie etwas frischen Lippenstift auf, zupfen sie Ihre Frisur zurecht, positionieren sie sich an einem sicheren Ort neben der Strasse, winken sie und schauen sie hilflos drein. Wir Frauen können einfach nicht mechanisch denken....»¹⁾. Zur selben Zeit wechselte der Hersteller des Dodge von der erfolglosen pinken Strategie zur Farbe beige und zum Image des «rebellischen Mädchens». Diese Kampagne traf den Nerv der Zeit



Jayne Holsinger, Billboards

Bild: Christina Caprez



Wohin fährt das Welt(ner)mobil?

Christina Caprez

Thea Weltners Sorge um die Welt

In ihrem Atelier in der Roten Fabrik verwandelte die Künstlerin Thea Weltner ein Auto in ein Mahnmal der heutigen Zeit.

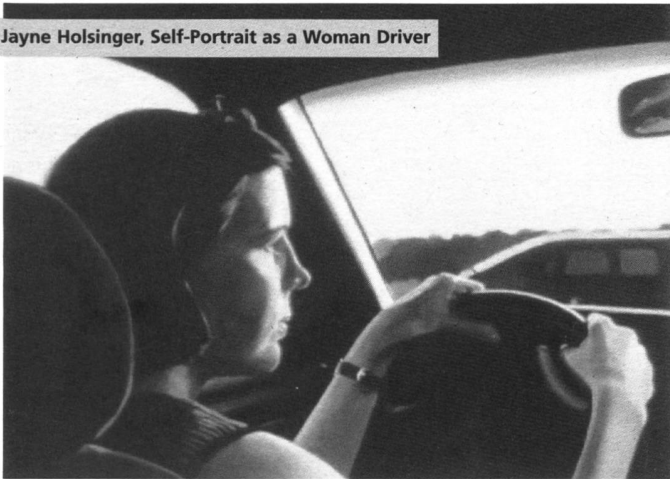
Weiss, alles ist weiss. Der Raum – licht, hoch und vollgestellt mit weissen Gegenständen – steht in eigenartigem Kontrast zu seiner Gestalterin, der kleinen, lebhaften Thea Weltner. Die 84-jährige sprüht nur so vor Energie, und ihre Augen lachen. «In meinem Leben kam immer alles zu mir, ich suchte nicht», erklärt sie das Sammelsurium von Objekten, das von medizinischen Fläschchen über einen zertrümmerten Flügel bis hin zu einem lädierten Fiat 500 so ziemlich alles enthält, was man im Atelier einer Künstlerin *nicht* erwarten würde. Auch das Auto fand Thea Weltner scheinbar zufällig auf einem Autofriedhof und schloss es sofort ins Herz. Liebevoll bespannte sie es mit weissem Stoff, verband seine Lädierungen und sparte sorgsam einzelne rote und schwarze Bestandteile aus. Herunterhängende Stoffteile verleihen dem Auto einen traurigen «Gesichtsausdruck», der charakteristisch ist für das ganze Werk. Eine ebenfalls weisse Erdkugel sitzt im Auto, die Autogurte geben ihr Halt. Eine Injektionsspritze verabreicht ihr Medizin, und von aussen wird sie mit Blutkonserven versorgt. Zwei aus dem Autodach ragende Hände halten Zügel, die in die Unendlichkeit reichen. Die Aussage ist unmissverständlich: Die Erde ist ins Wanken geraten; sie ist krank und braucht dringend unsere Fürsorge. Die Zukunft ist eine Reise ins Ungewisse. Auch die Wissenschaften, symbolisiert durch fünf weisse, mit wissenschaftlichen Ergebnissen beschrifteten Streifen, die das Auto hinter sich nachzieht, können die Frage nach dem «Wohin» nicht beantworten.

Das Bild der kranken Erde ist uns aus der breiten öffentlichen Diskussion über Umweltschutz Ende der Achtziger Jahre vertraut. Thea Weltner schuf ihr Werk allerdings 1981, und sie will damit grundsätzliche Fragen aufwerfen, denen sich alle Menschen stellen müssen. Dass ihre Sorge um die Welt auch mit ihrer eigenen Lebensgeschichte zusammenhängt, lässt sich nur erahnen, denn Thea Weltner spricht nicht gerne über sich. Lieber lässt sie ihre Werke sprechen – was sie glücklicherweise auch tun.

und wurde ein Erfolg. Auch heute noch wird die Autowerbung speziell auf die selbstbewusste und besser verdienende Frau abgestimmt. Sie benutzt das Auto nicht mehr nur zum Kindertransport oder zum Einkaufen von Lebensmitteln. Vielmehr spielt die Werbung mit der Freizeit, der Lust und der Sinnlichkeit.

Die Eroberung des Autos durch die Frau nimmt stetig zu. Das haben auch die Autohersteller erkannt und zählen Frauen zu einer ernst zu nehmen-

Jayne Holsinger, Self-Portrait as a Woman Driver



menden Kundschaft. Während früher die Klischeebilder der technisch unbegabten Frau in der Marketingstrategie einen festen Platz hatten, denkt man heute praktischer. Es wird bei der Herstellung darauf geachtet, dass Frauen kleiner sind, dass sie auch während der Schwangerschaft nicht aufs Auto verzichten möchten usw. Frauen kaufen ihre Autos selber, schauen beim Autokauf nicht mehr nur auf die Farbe und auch die Autotechnik ist ihnen kein Fremdwort mehr. Die PS-Zahl, Sicherheit, Handlichkeit und gewisse ökologische Aspekte stehen inzwischen im Vordergrund. Obschon die wirtschaftliche Bedeutung der Frau in der Autobranche wächst, ist es immer noch eine Sensation, wenn eine Frau gegen Männer in einem Autorennen gewinnt. Schnelligkeit, Kraft und der Gestank nach Öl und Schweiß sind eben nach wie vor noch rein männliche Attribute.

1) gefunden unter [www. ask.yahoo.com/20000316.html](http://www.ask.yahoo.com/20000316.html)

Frederikke Hansen geboren in Dänemark lebt heute in Berlin und Zürich, wo sie als Autorin und Kuratorin arbeitet. Sie hat mehrere nicht kommerzielle Ausstellungs- und Projekträume geleitet, u.a. die letztjährige Ausstellung «automobility» in der zürcher Shedhalle. Sie schreibt für verschiedene Kunstzeitschriften und Ausstellungskataloge. Schwerpunkt ihrer Themen ist die Geschlechter- und Sexualpolitik der zeitgenössischen Gesellschaft.

Kelechi Mennel ist Redaktorin bei der FRAZ.

Christina Caprez ist Redaktorin bei der FRAZ.

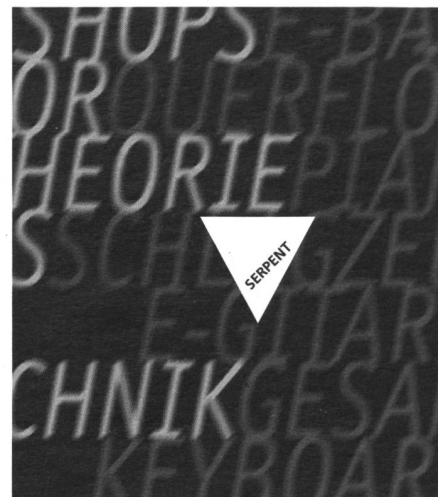
GENDER STUDIES IN KUNST, MEDIEN UND DESIGN Hochschule für Gestaltung und Kunst Zürich

Wollen Sie Netzwerke in den Bereichen Kunst, Medien und Design bilden?

Möchten Sie in Zusammenarbeit mit Personen aus den Bereichen Kunst, Medien und Design Projekte gestalten?

Sie können Mediatorin, Mediator für die Anliegen des Gender Mainstreaming werden!

Für weitere Auskünfte stehen Ihnen Herr Christian Baer, Sekretariat Nachdiplomstudiengänge, HGK Zürich, Tel: 01 446 26 52, christian.baer@hgkz.ch oder www.hgkz.ch/nds



20 Jahre engagiert parteilich feministisch

1. Juli: Feministische Friedenspolitik en vague
Schiffsmatinée zu Krieg und Frieden auf dem Zürichsee
17. August: Soirée Femmeuse
Solidaritätsbankett auf dem Schloss Au am Zürichsee
11. September: Berichterstattung aus Krisengebieten
Ein kritischer Blick aus feministischer Perspektive
Premiere des Films der Palästinenserin Alia Arasoughly

Mehr Informationen und Anmeldung bei der cfd-Frauenstelle für Friedensarbeit, Postfach 9621, 8036 Zürich, frieda@cf-d.ch.org, www.cf-d.ch.org/femini.html
Jubiläumsspenden auf PC-Konto 30-7924-5

VON FRAU ZU FRAU



GESUNDHEITSPRAXIS

PANTA RHEI

ZÜRICH-WIEDIKON

TEL. 01/451 49 90

Zum Auftakt der Gemeinderatswahlen Zürich

FraP!wärts 2002

24. Juni 2001 10.30-14.00 h

Brunch für Frauen und Kinder

Hotel Atlantis Sheraton

Döltschweg 234,

→ 10.30 Uhr

Eröffnung Buffet

→ 11.00 Uhr

Auftakt und Begrüssung

→ 11.15 Uhr

99 bunte Gründe für einen
Frauenwahlkampf

[Szenen mit dem Playback-Theater I. Teil]

→ 5 vor 12 Uhr

Was FraP!-Frauen anrichten wollen

→ 13.00 Uhr

99 bunte Gründe...

[Szenen mit dem Playback-Theater II. Teil]

→ 14.00 Uhr

Schlusspunkt

Musik: Regula Bickel, Kathrin Staehelin
(Bariton-Sax)

Erwachsene Fr. 50 / Kinder Fr. 15 inkl. Hüten

Anmeldung bis 17. Juni:

FraP! Postfach 9353, 8036 Zürich

Tel. 01-242 44 18, E-mail: frap@frapzueri.ch

«Kick Off»

Beratungsstelle
für Karriere und
Weiterbildung



Lust auf Neues?

- ✓ Eine neue Herausforderung?
- ✓ Ein neues Arbeitsumfeld?
- ✓ Neue Arbeitskolleginnen?
- ✓ Neue Entfaltungsmöglichkeiten?
- ✓ Neue Anerkennung?

Ihre Chance!

Wir unterstützen Sie dabei:

- ✓ Standortbestimmung
- ✓ Zieldefinition
- ✓ Möglichkeiten aufzeigen
- ✓ Vorgehen bestimmen
- ✓ Kontakte vermitteln

Am Schanzengraben 29, 8002 Zürich

www.frauenzentrale.ch

zuerich@frauenzentrale.ch

Los geht's!

Der Startschuss in die Zukunft:

Voranmeldung und Auskunft:

Telefon 01 202 69 30

Montag bis Freitag

08.30 – 11.00 und 13.30 – 16.00 Uhr

Von Frauen für Frauen!

«KickOff» – Beratungsstelle für Karriere
und Weiterbildung



ZÜRCHER FRAUENZENTRALE

Neue Wege öffnen, neue Wege gehen.

Über Virginia Scharffs Buch «Taking the Wheel»

Es ist selbstverständlich, dass Frauen Autos fahren. Oder? Längst nicht so selbstverständlich ist es, dass Frauen Autos reparieren, Autos bauen, geschweige denn Autorennen fahren. Wann wird es Michaela Schumacher gelingen, die nächste Weltmeisterschaft zu gewinnen? Schwer zu sagen. Während im alltäglichen Gebrauch das Auto Frauen mittlerweile zur Verfügung steht, ist das Wissen um Herstellung, Wartung und insbesondere die Teilnahme am Autosport immer noch fest in Männerhänden: Am Nürburgring sitzen Frauen nicht hinterm Steuer, sondern noch immer dekorativ auf der Motorhaube.

In ihrem Buch «Taking the Wheel» hat Virginia Scharff herausgearbeitet, wie sich in der Anfangsphase des Autos, d.h. um die Jahrhundertwende bis in die 20er Jahre hinein, in den USA die stereotype Geschlechtertrennung im und um das Auto herum einschrieb. Gleichzeitig wurde diese Ordnung von Anfang an empfindlich gestört: durch den Autoeinsatz der amerikanischen Suffragetten, die Beteiligung von Frauen am Ersten Weltkrieg u.a. als Krankenwagenfahrerinnen und schliesslich durch die Frau als Autokundin, d.h. als ernstzunehmende Kaufkraft, wurde die männliche Vorherrschaft über das Automobil gleich zu Beginn in Frage gestellt und die stereotype Vorstellung von Frau als dekorative Passagierin negiert.

Automobilität als Massstab für die Emanzipation

Frauen am Lenkrad hatten es von Anfang an nicht einfach. Scharff zeigt, dass, als das Auto um 1900 noch zu den Luxusobjekten der Oberschicht gehörte, Frauen hinterm Steuer Aufsehen und Empörung hervorriefen, denn so symbolisierten diese vereinzelter Fahrerinnen ihre Verfügungsmacht über Geld und Status. Die langen Röcke und komplizierten Frisuren unter schweren Mänteln und Hüten verdeckt, setzten sie sich über die viktorianischen Vorstellungen von Weiblichkeit hinweg und verliessen die häusliche Sphäre der Frau zu Gunsten von Strasse und Öffentlichkeit.

Als Beispiele für die geschlechtliche Konnotation der Autotechnologie steht für Scharff das Elektroauto und der Kampf um die Einführung der Startautomatik. Schon vor 1900 wurden elektrisch betriebene Fahrzeuge entwickelt, die dank ihrer «sauberen» Fahrweise und kleinerem Radius wie für die Anforderungen der bürgerlichen Frau gemacht schienen. Das diese Technologie scheiterte, zeigt, so Scharff, dass die Vorteile von Benzinern (grösserer Radius, flexiblere Fahrweise etc.) auch vor den Schranken der Geschlechterordnung keinen Halt machten. Der Wunsch, Frauen durch das elektrische Auto nur in ihrem häuslichen Umfeld mobil werden zu lassen, liess sich nicht realisieren. Ebenfalls als überholt erwies sich die Kurbel («cranker»), die als Zeichen «männlicher» Kraft eng mit dem Autofahren verbunden war. Das Ersetzen durch einen elektrischen Starter (Anlasser) brachte Probleme für das harte, «männliche» Image des Autofahrens und ersetzte Kraft mit Komfort, ein Aspekt des Autofahrens, der angeblich nur ein Bedürfnis von Frauen sein sollte. Orientierte sich die Weiterentwicklung der Autotechnologie Anfang der Zehner Jahre auch an «weiblichen» Aspekten wie Komfort und Sicherheit, so brachte die Suffragettenbewegung durch ihren Einsatz von Autos im Kampf um das Wahlrecht für Frauen Vorstellungen von «Weiblichkeit» generell ins Wanken. En Detail beschreibt Scharff, wie die Autokonvois der Suffragetten durchs Land fuhren und damit die Bewegungsfreiheit des Automobils mit der Freiheit der Frau aufs eindrücklichste verbanden. Auch die damals auftretenden Rennfahrerinnen wie z.B. Joan Newton Cuneo entzündeten eine Debatte um «weibliches» Können, wobei gerade diese Fahrerinnen trotz ihres ungewöhnlichen Hobbys nicht automatisch als Verfechterinnen der Emanzipation auftraten. Der Einsatz von Fahrerinnen im Ersten Weltkrieg trug allerdings wei-

ter zur Destabilisierung der Rollen bei. Die Erkenntnis, dass Frauen unter allen Bedingungen zum Fahren fähig waren, ebnete den Weg für eine grössere gesellschaftliche Akzeptanz von Frauen hinterm Steuer, so wie sie dann auch vermehrt in den Strassen der Zwanziger Jahre zu sehen sein sollten. Die Weiterentwicklung des Autos zum Massenprodukt - als prominentestes Beispiel gilt Fords T-Model - ermöglichte es immer mehr Frauen, das Vehikel für ihren Alltag zu nutzen. Dies bedeutete keine Revolution für das Leben der meisten Frauen, sondern allenfalls eine Veränderung ihrer Pflichten als Hausfrau und Mutter, was dann die Besorgungen mit dem Auto und (gerade in den USA) das Chauffieren der Kinder mit einschloss. Seine «revolutionäre» Seite entwickelte das Autofahren zu dieser Zeit im Zusammenhang mit dem neuen Frauenbild des «Flappers». Mit kurzen Haaren, noch kürzerem Rock oder sogar Hosenanzug setzte sich die unabhängige Frau - meist zum puren Vergnügen - hinterm Steuer und wurde damals zum Inbegriff der Emanzipation.

Wenn es in der öffentlichen Debatte um das Anrecht auf und Kontrolle über Mobilität, Virilität und Freiheit durch das Automobil ging, so stellt Scharff fest, war (und ist) das Geschlecht der wichtigste Faktor. Die Automobilisierung von Frauen hinterfragte Geschlechterstereotypen, verwischte die Grenzen zwischen Privat und Öffentlichkeit, veränderte aber auch Umwelt und Landschaft; machte zum Beispiel (besonders in den USA) das Leben im Vorort erst möglich. Scharffs Studie zeigt, dass sich gerade wegen seines hohen Potentials an individueller Flexibilität, Kraft und persönlicher Mobilität, das Verhältnis der Geschlechter im Gebrauch des Autos und in der Diskussion um das Auto niederschlägt. Als Gradmesser für die Emanzipation der Geschlechter eignet sich kein anderes modernes Objekt besser als das Auto.

Virginia Scharff, *Taking the Wheel, Women and the coming of the motor age*, University of New Mexico Press, 1992

Weitere Literatur

Judy Wajcman, *Technik und Geschlecht. Die feministische Technikdebatte*, Frankfurt 1994

Katharina Steffen, *Übergangsrituale einer automobilen Gesellschaft*, Frankfurt 1990.

Kristin Ross, *Fast Cars, Clean Bodies: Decolonization and the Reordering of French Culture* Cambridge: M.I.T. Press, 1996.

Änne Söll studierte Kunstgeschichte und Anglistik in London, Frankfurt und den USA. Sie ist Stipendiatin des Graduiertenkollegs an der Hochschule der Künste in Berlin und promoviert über die Funktion und Bedeutung des Körpers in den Arbeiten Pipilotti Rists. Sie ist Herausgeberin des Internetmagazins www.depict.de und Mitherausgeberin des Buches «Material im Prozess. Strategien ästhetischer Produktivität.»