



Krim J

Kriminologisches Journal

Kriminalität, Kultur und Medien

- **Robert Garot**
Gang Banging as Edgework
- **Jo Reichertz, Oliver Bidlo, Carina Jasmin Englert**
Vom Securitainment zum Media-Con-Act(ivat)ing
- **Susanne Regener**
RAF als Bild: Medialisierungen von Fahndungsfotografien der Roten Armee Fraktion
- **Raul Gschrey**
»Der typische Deutsche« oder »Automatisierte Erkennung erfordert individuelle Charakteristika – sei durchschnittlich.«
- **Stephan Gruber, Daniel Meßner, Christoph Musik**
Personen identifizieren – Eine Geschichte von Störfällen
- **Barbara Prainsack**
Durch die Gene sehen? Wider die Biosozialität hinter Gittern



Schwerpunkt Kriminalität, Kultur und Medien

Crime, Culture and Media

Editorial: Kriminalität, Kultur und Medien <i>Crime, Culture and Media</i>	163
Robert Garot Gang Banging as Edgework <i>Mitgliedschaft in Gangs als Edgework</i>	166
Jo Reichertz, Oliver Bidlo, Carina Jasmin Englert Vom Securitainment zum Media-Con-Act(ivat)ing – Die Bedeutung der Medien bei der Herstellung Innerer Sicherheit <i>From Securitainment to Media-Con-Act(ivat)ing – The role of the media in creating internal security</i>	181
Susanne Regener RAF als Bild: Medialisierungen von Fahndungsfotografien der Roten Armee Fraktion <i>RAF as symbol: medialisations of mug shots of the Red Army Fraction</i>	198
Raul Gschrey „Der typische Deutsche“ oder „Automatisierte Erkennung erfordert individuelle Charakteristika – sei durchschnittlich.“ Komposit & Kompositmaske, 2011 <i>“The typical German” or “Automatized recognition requires individual characteristics – be average.” Composite and composite mask</i>	215
Stephan Gruber, Daniel Meßner, Christoph Musik Personen identifizieren – Eine Geschichte von Störfällen (Kommentar zu Raul Gschrey) <i>Identifying Persons – A history of incidents</i> (<i>Comment on Raul Gschrey</i>)	219

RAF als Bild: Medialisierungen von Fahndungsfotografien der Roten Armee Fraktion

RAF as symbol: medialisations of mug shots of the Red Army Fraction

Von den 1970er bis in die 1990er Jahre fand in der Bundesrepublik Deutschland mit Fahndungsplakaten zur Roten Armee Fraktion die größte Steckbrief-Aktion in ihrer Geschichte statt. Zugleich war es eine umfassende Visualisierung von jungen, politisierten und kriminellen Frauen und Männern, die nicht nur per Bild stigmatisiert, sondern späterhin auch zum Mythos wurden. Fahndungsfotografien und Fahndungsplakate der Polizei über die Mitglieder der RAF wurden zu Symbolen einer Popkultur in Kunst, Printmedien und Mode. Der Artikel befasst sich mit den Bildstrategien der staatlichen Akteure, der Mediengeschichte der Fahndungsplakate und dem (Bild-)Diskurs der Mystifizierung, Ironisierung und Heroisierung in der Popkultur.¹

Schlüsselwörter: Fahndungsfotografien, RAF-Mythos, Symbole der Popkultur

From the 1970s until the 1990s the German Federal Republic launched the largest wanted poster campaign in its history, targeted at members of the RAF (Red Army Faction). This campaign represents at the same time a comprehensive visualization of young, politicized, and criminal women and men, who were not only stigmatized by these images, but later even became a myth. Mug shots and reward posters of members of the RAF used by the police became symbols of popular culture in art, print media, and fashion. This article explores the pictorial strategies used by state actors, the media history of wanted posters, and the (pictorial) discourse of mythification, travesty and heroization in popular culture.

Keywords: mug shots, RAF-myths, symbols of popular culture

Weniger politisch, mehr cool: Prada Melnhof

Das Brustporträt einer Frau (Abb. 1) ist im Stile einer erkennungsdienstlichen Fotografie gestaltet: Das wird durch das kleine Schild offenbar, das vor ihrer Brust ins Bild ragt. Auf diesem Schild sind ein Datum und eine Nummer angebracht, die typisch für Porträts der Polizei sind und als inter-

Dieser Artikel ist eine umgearbeitete und erweiterte Fassung meines Beitrages „Anarchistische Gewalttäter. Zur Mediengeschichte der RAF-Plakate“, in Gerhard Paul (Hg.), Das Jahrhundert der Bilder, Bd. 1, 1949 bis heute, Göttingen 2008, 402-409.

national codierte Zeichen ein Zwangsbildnis zeigen, das auf der ganzen Welt verstanden wird. Zusätzlich ist im Hintergrund angeschnitten eine Messlatte zu sehen, die als Bildmotiv historisch aus dem anthropologischen und polizeilichen Kontext stammt (Regener 1999). Sie kommt immer dort zum Einsatz, wo Menschen von staatlichen Institutionen (neben der Polizei war das historisch auch das Krankenhaus), zumeist unter Zwangs- und Gewaltanwendung, einer körperlichen Untersuchung zu Identifizierungszwecken unterzogen werden. Auch heute signalisiert die Messlatte eine körperliche Kontrollsituation.



Abb. 1, Abb. 2: Fotografie: Søren Kirkegård, in: Damernes Verden, März 1997 (Farbe, S/W)

Die Frau hat den Kopf leicht zur Seite geneigt, ihre schwarzen Haare sind toupiert, aus dem Gesicht nach hinten gekämmt und stehen auf dem Oberkopf etwas wild. Mit stark dunkel geschminkten Augen und einem mit Lippgloss bemalten, halbgeöffneten Mund schaut sie versonnen und zugleich lasziv seitlich am Kameraobjektiv vorbei. Sie trägt eine orangefarbene Samtjacke. Das ganze Porträt ist von einem hellen Glanz überzogen, als ob bei der Aufnahme starkes Blitzlicht benutzt worden wäre. Die Kleidung wird

im Begleittext bezeichnet: Die Jacke ist vom dänischen Modelabel Bruns Bazaar und kostet 1495 Dänische Kronen (derzeit ca. 200 €). Das lilafarbene Rib-T-Shirt darunter ist von Dries van Noten, einem niederländischen Designer, und kostet 689 Dänische Kronen (ca. 93 €). Zusätzlich zu diesen Fashion-Informationen gibt es noch einen Text, eine Legende, zu diesem Foto, der folgendermaßen lautet: „Auf der Polizeistation gelandet. Zur Gefangenen des Systems geworden. Voller Verachtung stellt sich Ulrike für die obligatorischen Fotos aus.“² Bild und Text sind Ausschnitte aus einer Mode-Fotostrecke von 1997 der eher betulichen und heute eingestellten dänischen Frauenzeitschrift *Damernes Verden* (Die Welt der Damen). Unter dem Titel „Moden der Revolution“ wurden von Models verschiedene Szenen nachgestellt, die Ulrike Meinhof, Andreas Baader und Jan-Carl Raspe bei zum Beispiel konspirativen Treffen, auf einer Demonstration, im Gerichtssaal und im Gefängnis darstellen sollen. Im Veröffentlichungsjahr 1997 jährte sich der so genannte Deutsche Herbst zum zwanzigsten Male. Über Ulrike Meinhof heißt es im dänischen Begleittext: „Sie ist seit über 20 Jahren tot, aber die Revolution lebt immer noch. Auf jeden Fall in der Mode, wo die 70er fortgesetzt inspirieren.“³ Den Abschluss der Modestrecke (Abb. 2) bildet ein Schwarz-Weiß-Foto, auf dem das Model melancholisch durch ein Gitter schaut. Die Legende dazu lautet: „Endstation: Hinter Gittern. Die Geschichte ist vorbei. Die Ulrike der Wirklichkeit wurde von ihren revolutionären Kameraden im Stich gelassen, als sie in ihrer Zeit – vor cirka 25 Jahren – im Gefängnis landete. Hier nahm sie sich das Leben. Das glänzende Diesel-Hemd aus 100 Prozent Polyamid hat lila und gelbe Karos. Der Preis für die 70er-inspirierte Sache ist 699 Kronen.“³ Das Thema RAF – so oberflächlich es hier auch erscheinen mag – war gänzlich in der Popkultur angekommen. Die Modezeitschrift übt sich hier quasi in Erinnerungskultur, indem sie die einzigen revolutionären KämpferInnen zu Statisten macht und lediglich die modischen Retro-Aspekte ihrer Existenz betont. Die bundesrepublikanische Politik und ihre Kriminalisierungsstrategien sowie die gesellschaftlichen Visionen der RAF werden damit ausgeblendet. Diese dänische Bildquelle ist meines Wissens der erste Beleg für eine öffentliche Vereinnahmung und triviale Auswertung der RAF im kommerziellen Lifestylebereich noch vor der Selbstauflösung der Roten Armee Fraktion im Jahr 1998. Mit der so genannten Selbstauflösung ereignete sich dann auch in Deutschland eine Welle von popkulturellen Wiederbelebungen der RAF-Embleme und werbewirksamen RAF-Inszenierungen sowie Bezugnahmen in Liedertexten. Der Schriftzug „Prada Meinhof“ auf Second Hand T-Shirts der Designerin Ina Kurz von *Maegde und Knechte* (Hamburg) entstand Ende 1998 und macht in ironischer Wendung deutlich, dass die RAF und ihre anarchistische und antikapitalistische Ideologie längst mit der Distanz einer vom Luxuswunsch beherrschten Generation betrachtet wird. Oder nehmen die pop-

2 Damernes Verden: März 1997.

3 Alle Übersetzungen aus dem Dänischen von Susanne Regener.

kulturellen Produkte damit erst eine Fokussierung auf die modischen Anteile der RAF vor, die schon in deren aktiven Jahren bestand?⁴ Wer aus der Generation der heute 20 bis 30-jährigen KundInnen hat sich denn mit der RAF-Geschichte auseinandergesetzt? Das post- oder neo-feministische Magazin *Tussi Deluxe* setzte 2001 den Schwerpunkt „RAF-Parade“ mit nachgestellten Bildern aus der kriminellen RAF-Geschichte. Das Hamburger Lifestyle-Magazin *MAX* druckte diese Fotoserie noch einmal ab. *MAX* nimmt eine Metaebene ein und spricht mit dem Fotografen der „RAF-Parade“, Andreas Schiko. „Die Zeit ist reif für das Thema“, sagte Schiko 2001, die Bilder von Terroristen würden nicht mehr den Schrecken von damals verbreiten. Außerdem sollten die Texte aus dem Lieblingsroman der RAF, Herman Melvilles „Moby Dick“, das Politische für die Leser greifbar und poetisch machen. Der Fotograf Schiko (Böker 2001) erklärte im Interview (siehe Kasten 1), dass schon drei Jahre nach der Selbstaflösung und dreißig Jahre nach der Gründung der RAF nicht über politische und kriminelle Aktivitäten gesprochen wird, sondern über den Kultstatus von Baader, Meinhof und Co. Als Grund wird angegeben, dass die LeserInnen-Zielgruppe die RAF nicht erlebt hätte und sich nicht vorschreiben lassen wolle, man könne sich nur ernst mit der RAF auseinandersetzen.

(1)

IST TERROR COOL?

Alexander Böker in: *MAX*, 5 (2001)

Ausschnitt: „Die Zeit ist reif für RAF-Popstars“

Andreas Schiko, 35, fotografiert Plattencover und setzt sich künstlerisch mit der RAF auseinander. Er entwarf und realisierte die Modestrecke für Tussi Deluxe. „Als mich die Redaktion fragte, ob ich eine RAF-Modestrecke fotografieren könne, habe ich sofort zugesagt, zusammen haben wir über ein Konzept nachgedacht. Die Zeit ist reif für das Thema. Ich habe vor drei Jahren eine der Tussis im RAF-Shirt fotografiert und das Bild ausgestellt. Das Thema kam so gut an, dass ich zur Jährgang des deutschen Herbstes eine Ausstellung mit Fotos von RAF-Waffen gemacht habe – wieder mit großem Erfolg. Die RAF umweht ein Mythos – und man kann aus den Terroristen ganz schnell Popstars machen. Das Bedürfnis ist da, die Symbolik von früher wird heute beklatscht. Für die Modestrecke gilt: Nicht das, was wir den Models angezogen haben, ist Kult, sondern das, was sie damals getragen haben. Deshalb sind auch Andreas Baaders Woolworth-Pantoffeln Kult. Wir haben die Fotos mit Texten aus Herman Melvilles „Moby Dick“ unterlegt. Das war ein wichtiges Buch für die Leute in Stammheim, Grundlage vieler Kassiber-Namen: Andreas Baader zum Beispiel war Ahab. Als ich den Roman las, fand ich viele Stellen, die das Feeling der RAF-Zeit beschreiben. Durch die Texte kann man das Politische greifbar machen und poetisch darstellen. Die Bilder sind authentisch, Abbilder von Bildern, aber sie verbreiten nicht den Schrecken wie die Terroristen früher. Wobei man sagen muss, dass sich viele meiner Generation wenig mit dem Geschehenen auseinander setzen konnten. Als ich sechs Jahre alt war, wurde mir der Terrorismus in der Schule erklärt. Da hat mein Lehrer gesagt: ‚Die RAF möchte, dass das T-Shirt, das du da trägst, allen gehört.‘ Das habe ich bis heute nicht vergessen.“

4 Überliefert ist ein Brief von Gudrun Ensslin aus der Haft (1968) an ihren Freund Bernard Vesper, in dem sie sich für ihren Auftritt im Gerichtssaal eine dunkelrote Lackjacke wünscht (Koenen 2003: 170).

Die Macherinnen von *Tussi Deluxe* kommen mit einer Lebenseinstellung zu Wort, die die Wiederverwertung der Fotos und Symbole aus der RAF-Bewegung zu Pop erklärt. Pop als Remix aus Zeichen und Tönen bereits gelebter Szenen, ohne dass die KundInnen überhaupt reflektierten, welche Inhalte damit verbunden waren. Alles reinster Zitatenschatz, die pure Lust auf Style und Camp-Sein kann man konstatieren, denn wenn die RAF-Mode erst bei H&M hängt, sei die Sache uncool, sagt das weibliche Reporterteam „Prada-Meinhoff“ (sic!) der Internet-TV-Seite *freshmilk* (Böker 2001). Darin deutet sich eine Lebenseinstellung an, die von programmatisch anti-politischer Sinnlosigkeit geprägt ist; es geht um Humor und Spaß.⁵ Die ostentative Abwehr gegenüber politischer Handlungsorientierung kann man als gesellschaftlich bedenklich einstufen. Dennoch stimme ich dem Politologen Wolfgang Kraushaar (2007) nur teilweise zu, dass mit der Trivialisierung auch eine Bagatellisierung der Taten der RAF einhergeht. Man muss aus kulturwissenschaftlicher Sicht beachten, dass die Emblematisierung durch eine Fanzine-Jugendkultur sich in vielen Fällen im Fahrwasser einer viralen Informations- und Spektakel-Kultur befindet, die wie Culture Jamming mal mehr subversiv und politisch-poetisch (dazu rechne ich auch die T-Shirt Produktion „Prada Meinhof“), mal provozierend aber inhaltsleer (wie der Song „Söhne Stammheims“ von Jan Delay) und aber auch platt und blind glorifizierend sein kann wie der Song „R.A.F.“ der Sindelfinger Punkrocker Wizo. Die Verniedlichung betrifft die visuellen Symbole der RAF und die mittlerweile unendlich oft und in verschiedensten Kontexten reproduzierten offiziellen Fotografien der Täter, Opfer und Tatorte.

Die Ausstellung „Zur Vorstellung des Terrors. Die RAF“ (Biesenbach 2005) in den Kunst-Werken/Institute for Contemporary Art in Berlin hat 2005 dann allerdings gezeigt, dass eine vielfältige künstlerische Auseinandersetzung mit dem RAF-Terror in Deutschland existiert. Arbeiten wie die von Hans-Peter Feldmann, Johannes Kahrs, Joseph Beuys, Lutz Dammbeck, Klaus Staeck, Katharina Sieverding oder Bettina Allamoda vermochten sehr wohl die politische Brisanz des Phänomens herauszuarbeiten. Der im Museum of Modern Art in New York beheimatete RAF-Zyklus „18. Oktober 1977“ (1988) des deutschen Malers Gerhard Richter hat in den letzten 20 Jahren eine kontroverse öffentliche Diskursgeschichte durchgemacht. Dem Künstler wurde Banalisierung und Glorifizierung des RAF-Themas vorgeworfen. Der Verkauf des Zyklus in die USA wurde ebenso kritisiert wie seine Präsentation im Rahmen des Publikumsmagneten der MoMa-Ausstellung in der Neuen Nationalgalerie Berlin 2004.⁶ Eine große Ehrung fand der Zyklus schließlich im Rahmen der Richter-Retrospektive in diesem Jahr.

5 Siehe den Artikel aus Der Spiegel vom 27.2.2002: „Die Prada Meinhof Bande“: <http://www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/0,1518,184222,00.html> [21.5.2012].

6 Siehe dazu: <http://www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/0,1518,286889,00.html> [21.5.2012].

Seit 2002 filtert der Kulturwissenschaftler Rudi Maier Bildmaterial aus der alltäglichen Werbung heraus, die mit Bildern und Symbolen aus der revolutionären und RAF-Geschichte arbeitet. Unter dem Stichwort politisierter Konsum wird deutlich, wie stark die authentischen Bilder in Konsumbot-schaften eingelassen sind und junge Lifestyle-Produzenten graphische Ele-mente mit den verschiedensten Inhalten verbinden (Maier 2006). Die RAF-Symbolik wird zum leeren Signifikanten (Baudrillard 1978); sie verselbst-ändigt sich und eine Auseinandersetzung mit politischen Inhalten der RAF wird öffentlich von den AkteurInnen nicht mehr diskutiert.

RAF-Plakate: Feindbilder veröffentlichen

Die RAF-Fahndungsplakate (Abb. 3) sind nur noch den Zeitgenossen in Erin-nerung und besonders denjenigen – der Anfang der 1970er Jahre 18- bis 25-Jährigen –, die den Gesuchten auffallend ähnlich sahen. Das war nicht besonders schwierig, hatten doch fast alle Mädchen damals lange Haare und Mittelscheitel wie Friederike Krabbe und Susanne Albrecht oder einen Pony wie Ulrike Meinhof und Gudrun Ensslin oder aber eine Rundhaar-Frisur wie Inge Viett und Silke Maier-Witt. Die jungen Männer trugen ‚ungepflegte struppige‘ halb-lange Haare zur provokativen Schau und hatten oftmals einen Bart, wie Klaus Jünschke und auf einem späteren Fahndungsplakat Jan-Carl Raspe.



Abb. 3:
Erstes Fahndungsplakat des Bundeskriminalamtes, „Baader/Meinhof-Bande“ ca. 1971, Sig. Regener, Courtesy BKA

Das erste Plakat, mit dem das Bundeskriminalamt (BKA) nach (wie es damals noch hieß) „Anarchistischen Gewalttätern“ suchte, hatte den Titel „Baader-Meinhof-Bande“ (Abb. 3). Ob diese Bezeichnung für die 1970 gegründete Rote Armee Fraktion vom BKA selbst oder von der Axel Springer-Presse erfunden wurde, ist relativ unerheblich, nicht aber, dass diese Institutionen den Ausdruck benutzten. Die Bezeichnung „Baader/Meinhof-Bande“ – wie auf dem Fahndungsplakat öffentlich gemacht – war eine verurteilende Haltung, ein Bekenntnis strikt gegen die RAF. Eine semantische Abschwächung war der Ausdruck „Baader-Meinhof-Gruppe“. In Abgrenzung zu „Bande“ ließ der zeitgenössische Sprachgebrauch „Gruppe“ erkennen, dass der/die SprecherIn eine Distanz zu der in den 1970er Jahren vorherrschenden medialen Hetze einnahm. Eine neutralere Wortwahl also, mit der man aber wiederum von Konservativen in eine ‚linke Ecke‘ gestellt wurde.

„Bande“ – diese Bezeichnung ist vielfältig konnotiert: romantische und sagenhafte Assoziationen an Räuberbanden des 18. und 19. Jahrhunderts drängen sich auf, an Schurken und Helden, deren Verklärung durch die Literatur Friedrich Schillers („Die Räuber“ 1781) oder Christian August Vulpius („Rinaldo Rinaldini“ 1798) vorangetrieben wurde und noch heute in Kinderbüchern modifiziert fortgeschrieben wird. Zur Romantisierung tritt aber auch die Kriminalisierung der Bandenmetapher, zum Beispiel in Gestalt der „Gladow-Bande“, die im Nachkriegs-Berlin (1947-49) zahlreiche Raubüberfälle mit tödlichem Ausgang verübte. Als „Kriminelle Menschenhändler-Banden“ bezeichnete die DDR Fluchthelfer-Organisationen, die sich selbst zum Teil als Widerstandsgruppen verstanden.

Eine solche zwiespältige metaphorische Deutung, mit der die moderne Mediengeschichte der Banden-Kriminalität begann, ist auch anhand des Falles der bundesrepublikanischen Nachkriegs-„Bande“ RAF festzustellen. Dämonisierung und Stempelung zu Outsidern und Anormalen auf der einen Seite (durch Presse, Polizei und Politik) sowie Verklärung und romantisches Schönreden von revolutionären Utopisten auf der anderen Seite (der linken Szene und Presse) prägten die ersten Jahre des RAF-Kampfes (Aust 2007: 311-323, siehe auch Kasten 2 über den RAF-Folklorismus).

(2)

Die volkstümliche RAF

Ausschnitt aus: Willi Winkler, Die Geschichte der RAF, Berlin 2007, 196

„(...) Obwohl ‚Über den bewaffneten Kampf in Westeuropa‘ wieder mit Lenin und Mao bewehrt ist, klingen zwischendurch sozial-romantische Töne an, die nicht zum kaderistischen Maoismus der RAF passen. In einem Beitrag für den Spiegel, in dem Mahler sein neues Konzept erläutert, schreibt er, die ‚Kriminalität der Revolutionäre‘ richte sich ‚gegen die Reichen und Mächtigen und schont die Besitzlosen und Unterdrückten. Wir werden siegen!‘ Die RAF als die Bande von Robin Hood.

Dabei ahnte die RAF nicht einmal, wie volkstümlich sie war. Im Frühjahr 1971, als sie eher als Fahndungsphantom und noch kaum durch Gewalttaten aufgefallen war, führte das Institut für Demoskopie in Allensbach unter rund zweitausend Bundesbürgern eine Umfrage über die ‚Baader-Gruppe‘ durch. Das Ergebnis war verblüffend: 82 Prozent der erwachse-

nen Bevölkerung kannten die Namen Baader und Meinhof. Immerhin 18 Prozent billigten der Gruppe politische Motive zu. Jeder vierte Bundesbürger unter dreißig hegte gewisse Sympathien für Baader-Meinhof. Und auf die Frage, ob sie den Verfolgten Nachtsyl gewähren würden, wollte sie von den in Norddeutschland Befragten jeder zehnte aufnehmen. Ein Dreivierteljahr darauf billigten der RAF sogar 40 Prozent politische Motive zu, nur 28 Prozent glaubten an kriminelle Gründe. (...)“

Die Fahndungsaktionen um die Terroristen, die fast drei Jahrzehnte anhielten, begannen mit dem Steckbrief zu Ulrike Meinhof nach der Befreiung von Andreas Baader im Mai 1970. Litfaßsäulen wurden mit einem Fahndungsaufdruck mit der Überschrift: „Mordversuch“ beklebt.



Abb. 4: Porträt von Ulrike Meinhof, identisch mit dem Foto des Steckbriefes BKA von 1970, hier: <http://diversejapan.files.wordpress.com/2011/08/ulrike-meinhof.jpg>

Auf dem schwarz-weißen Foto (Abb. 4), mit dem der Steckbrief illustriert war, ist der Blick von Ulrike Meinhof gesenkt, die Gesichtszüge sind entspannt. Die Polizei wählte für die des Mordversuchs verdächtige Meinhof ein Identifizierungsfoto aus einem offenbar privaten Zusammenhang, das Demut, Zartheit, Leiden ausdrückt und die Figur geheimnisvoll, mystisch und melancholisch zeichnet. Einer Madonnenfigur gleich war dieses erste Fahndungsporträt von Ulrike Meinhof gestaltet. Die Pathosformel taucht auch in der frühen psychiatrischen Ikonografie auf, und zwar dort, wo weibliche Melancholie und religiöser Wahn diagnostiziert wurden (Regener 2010). Von der damals sehr bekannten und auch umschwärmten Journalistin hat es unzählige öffentliche Bilder gegeben. Von der Polizei gewählt wurde dieses (Abb. 4), das die Gesuchte als Leidende darstellt, was auch insinuiert, dass sie selbst an der Situation leiden würde. Auch heute noch kursiert diese Fotografie in vielen verschiedenen Zusammenhängen im Internet. Die Bildgeschichte öffentlicher Darstellungen von Ulrike Meinhof oder präziser formuliert: die Fremdbild-Produktion durch die bundesrepublikanische Presse wäre eine eigene Untersuchung wert. Hingewiesen sei wenigstens auf die im Nachhinein durch die Historiografien konstruierte Darstel-

lungsgeschichte von der attraktiven und engagierten Journalistin zur Märtyrerin als Aktivistin der Baader-Meinhof-Gruppe und später zur widerpenstigen ‚herzlosen Mutter‘ bis hin zum Bild der ‚anormalen, gehirnkranken‘ Ulrike Meinhof. Stefan Aust berichtet in „Der Baader Meinhof Komplex“, dass der Auftritt Ulrike Meinhofs im Prozess 1974 Mitleid erregte und man sie in der zeitgenössischen Presse als Selbstmartyrerin und Jeanne d’Arc des proletarischen Internationalismus bezeichnete. Sie selbst hätte sich als vom religiösen Wahn befallene Nonne bezichtigt. Später sei sie von den Mitgefangenen Baader und Ensslin als anormal abgestempelt worden, als „fürchterlich desorientiertes Schwein“ (Aust 2007: 316).⁷

Ulrike Meinhof wird nach ihrem Selbstmord 1976 ohne Gehirn beerdigt – erst Jahre später wird bekannt, dass medizinische-pathologische Untersuchungen ihres Gehirns dazu dienen sollten, eine Deformation in ihrem Kopf nachzuweisen; man wollte sozusagen das ‚Böse‘ organisch verankern. Auf Anordnung der Staatsanwaltschaft suchte man also nach einem physiologischen Indiz, nach einem körperlichen Stigma, das die Vorstellung nährt, man könne das Böse lokalisieren, das sich bei Meinhof an der schönen Gesichts-Maske nicht nachweisen ließ.⁸

Bildstrategien: Kontrolle und Phantome

Die Fahndungsplakate des Bundeskriminalamtes aus den 1980er und 1990er Jahren sind mit der Überschrift „Terroristen“ versehen. Meistens sind ein Bundesadlerwappen und die Abkürzung BKA am oberen Plakatrand mit der Information: „Die Polizei bittet um Mithilfe“ platziert, am unteren Rand lautet die Schriftzeile: „Vorsicht Schusswaffen!“ und „Hinweise an jede Polizeidienststelle“. Die Grundfarbe der Plakate variiert zwischen weiß, gelb, rot, schwarz und violett. Das Beispiel von 1983 (Abb. 5) verwendet die Farben rot und schwarz, die auch in der Symbolik der RAF eine Rolle spielen. Eine Belohnung von DM 50.000 pro gesuchter Person war hier ausgeschrieben und sogar noch zehn Jahre gültig. Der Informationstext über ein anonymisiertes Verfahren der Informationsübermittlung an die Polizei und den Erhalt von Belohnungsgeldern ist bei dem älteren Plakat zentral, bei dem jüngeren in kleinerer Schriftgröße unter den Fotos platziert. Die Aus-

7 In einer Darstellung zwischen Märtyrerin, machtgieriger und zickiger Frau erscheint Meinhof in dem Theaterstück „Ulrike Maria Stuart“ von Elfriede Jelinek, das in der Regie von Nicolas Stemann im Oktober 2006 am Hamburger Thalia Theater uraufgeführt wurde. Damit wurde das revolutionäre Image von Meinhof (und Ensslin) dekonstruiert und die RAF als jämmerliche, egozentrische Politpopgruppe vorgestellt.

8 Nochmals wird das Gehirn 1997 von einem Neuropathologen im Universitätsklinikum Magdeburg untersucht, wobei die These einer Hirnschädigung aufgrund einer Operation verfolgt wurde. Das Gehirn Ulrike Meinhofs war jahrelang heimliche Trophäe und Material für abstruse Theorien über die Lokalisierung des Bösen im Gehirn; siehe <http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-25718126.html> [14.6.2012].

gabe von 1983 ist etwa 60 x 30 Zentimeter groß, mit insgesamt 16 Fotografien, während das Plakat von 1993 (Abb. 6) – übrigens war es das letzte vom BKA herausgegebene – nur halb so viele Fotografien abbildet und eine Größe von 30 x 42 Zentimetern hat. Die unterschiedliche Gestaltung der Plakate vermittelt, dass über eine Zeit von zehn Jahren der Kreis der verdächtigen Personen geschrumpft ist, weil einige der Gesuchten in der Zwischenzeit entweder inhaftiert wurden oder gestorben sind. Die Aufforderung zur Fahndungsmithilfe ist später weniger prominent platziert, weil sie vermutlich als bekannt vorausgesetzt werden konnte.



Abb. 5: Fahndungsplakat 1983, Sig. Regener, Courtesy BKA



Abb. 6: Fahndungsplakat 1993, Sig. Regener, Courtesy BKA

Die Porträts der Gesuchten sind Schwarz/Weiß-Fotografien auf weißem Grund. Auf dem älteren Plakat sind die Fotos relativ scharf; es sind Brustporträts, die kurz unter dem Hals enden. Keines der Fotos stammt aus einem erkennungsdienstlichen Zusammenhang der Polizei, sondern aus privaten Quellen. Die Fotografien von Friederike Krabbe, Gisela Dutzi und Helmut Pohl sind definitiv in einem Passbildautomaten entstanden, denn im Hintergrund ist jeweils der in Falten gelegte Vorhang zu sehen, der zu jener Zeit in den Bildautomaten üblich war. Eine andere Variante bestand darin, ihn zur Seite zu schieben, sodass ein glatter, heller Hintergrund entstand. Der Automat bringt standardisierte Größen für ein Ausweisfoto hervor. Die Porträts von Viett und Seckendorff-Gudent sind wahrscheinlich in Fotoateliers entstanden, erkennbar an den schrägen Kopfhaltungen. Die Aufnahmen von Maier-Witt und Helbing könnten aus Gruppenaufnahmen herausgeschnitten worden sein. Verschiedene Fotoformate wurden vereinheitlicht und gera-

de solche Fotos aus dem privaten Umfeld kamen zur Anwendung, die weitgehend den Polizeifotos, d.h. denen aus der erkennungsdienstlichen Behandlung ähnelten. Man versuchte also, für die öffentliche Fahndung die privaten Bildquellen zu manipulieren, um einen neuen Kontext zu schaffen. Auf dem Fahndungsplakat von 1993 (Abb. 6) wird das noch deutlicher: Die Abbildungen sind nicht nur unschärfer, sondern die von Barbara Meyer, Horst Ludwig Meyer und Christoph E. Seidler sind schablonenartig aus umfangreicheren Bildern herausgelöst worden, sodass die Konturen ungenau sind. Es ging bei der Polizei darum, aus unzureichendem Fotomaterial ein identifizierungsfähiges Bild zu machen. Für die Abbildung von Andrea M. Klump ist das Minolta-Bildmischgerät verwendet worden, um sie mit zwei verschiedenen Haarfarben und Frisuren darzustellen. Damit sehen wir auf dem Fahndungsplakat auch ein Phantombild (Regener 2002, siehe Kasten 3). Sowohl die zurechtgeschnittenen Porträtfotos als auch das Phantombild sollten etwas Typisches und Wiedererkennbares visualisieren.

(3)

Phantombilder

Ausschnitt aus: Susanne Regener, Phantombilder, in: Das Zweite Gesicht: Metamorphosen des fotografischen Porträts, hg.v. Comelia Kemp/Susanne Witzgall, München 2002, 159

„Phantombilder zeigen hybride Wesen, Geister, die etwas von den Lebenden haben und zugleich einer Welt des bloßen Scheins angehören. Das polizeiliche Phantombild stellt das rekonstruierte Porträt einer Person dar, die einer Straftat verdächtigt wird. Bei einem Phantombild werden die Wahrnehmungen, die im Gedächtnis eines Zeugen gespeichert sind, in ein visuelles Porträt umgesetzt, das aus gezeichneten oder fotografierten Versatzstücken montiert wird. Phantombilder gehören zu einer Bildgattung, die sich besonders dadurch auszeichnet, dass die Referenz des Bildes nicht eindeutig geklärt ist: Der Dargestellte befindet sich auf der Flucht, er ist durch die Polizei bildlich noch nicht erfasst, das Phantombild ist mithin nur Hinweis auf mögliche Übereinstimmungen. In der Vorstellungswelt des Zeugen entsteht eine Gestalt, die zwischen Abbild und Fiktion changiert. Das Phantombild ähnelt oftmals einer Karikatur, und in der Kriminalistik nimmt man an, dass eine Betonung bestimmter Kennzeichen die Wiedererkennbarkeit erhöht.“

Man kann sich rückblickend fragen, inwiefern die für die BRD von den 1970er bis in die 1990er Jahre der deutschen Vereinigung hinein charakteristischen Fahndungsplakate nicht eher als Symbol eines gesellschaftlichen Problems denn als polizeiliches Hilfsmittel fungierten. Wir wissen mittlerweile, dass nicht die polizeilichen Strategien zu Fahndungserfolgen führten, sondern stattdessen eine hysterisierte Bevölkerung genug Hinweise auf nicht übliche Lebensweisen gab, die in einigen Fällen zu Verhaftungen führten. Die Fahndungsplakate waren eine Bildstrategie des Staates, um die allgemeine Stimmung nicht nur gegen Terroristen, sondern überhaupt stereotyp gegen linksgerichtete junge Menschen zu lenken. Dabei ging es in den 1970er und 80er Jahren vor allem um die äußere Erscheinung, die als verdächtig eingestuft werden konnte. Im Zuge einer Ausdifferenzierung jugendlicher Lebensstile folgte die ‚Mode‘ der Linksgerichteten (und z.B.

auch der Stadtindianer und Punks) einem antibürgerlichen Aussehen und das hieß: lange Haare, Bärte, dunkle Kleidung, Parka-Jacke, Palästinenser-tuch. Die Bildstrategie der Fahndungsplakate setzte hier an, die Verkleidungsstrategie der RAF allerdings auch, indem sie späterhin bewusst einen bürgerlichen Kleidungsstil bevorzugte, um weniger aufzufallen, wie z.B. Gerhard Müller 1976.⁹

Die Bildstrategie des Staates setzte auf Visualisierung: Dem Begriff TERRORISTEN ein Gesicht geben, hieß gleichzeitig zu suggerieren, dass der Apparat des Staates das Problem im Griff hat. Die RAF konterte bei der Schleyer-Entführung mit einer ähnlichen Bildstrategie, indem sie den Gefangenen Hans-Martin Schleyer für Foto und Video entsprechend inszenierte: Seiner vornehmen Kleidung entledigt, wurde er mit dem Schild vor der Brust: „Gefangener der RAF“ als Krimineller visualisiert.

Ein Blick in die Geschichte des Fahndungsfotos zeigt, dass Steckbriefe und Verbrecher-alben immer schon durch eine Bilder-Wanderung zwischen wissenschaftlich-kriminalistischen und populärkulturellen Kontexten und zwischen öffentlichen und privaten Quellen gekennzeichnet waren. Das Anarchistenalbum der Polizeibehörde Hamburg – 1897 vom damaligen Leiter Gustav Roscher zusammengestellt – ist ein Beispiel für die Montage völlig heterogenen Bildmaterials mit dem Zweck, erstmals die polizeiliche Kontrolle auf internationaler Ebene zu behaupten (Regener 1999). Die Bildstrategie hatte – wie bei den Fahndungsplakaten hundert Jahre später – den Sinn, öffentliche Sicherheit und Sicherheit durch den Staat visuell vorstellbar zu machen. Die RAF-Plakate standen in der Tradition jener kriminologischen Theoriebildung, wonach Anarchisten nicht als politische Kriminelle qualifiziert, sondern als gewöhnliche Verbrecher behandelt werden sollten. Cesare Lombroso, der italienische Kriminalanthropologe, hatte um 1900 eine in viele Sprachen übersetzte Schrift über Anarchisten verfasst, die nachvollzog, was in allen Ländern Kontinentaleuropas üblich war: Man stigmatisierte Anarchisten als „unverbesserliche Verbrecher“ und naturalisierte quasi sozialrevolutionäre Einstellungen und politische Aktionen (Regener 1999).

Die RAF-Mitglieder indes bestanden auf einer Anerkennung als politisch motiviert Handelnde – damit wäre strafrechtlich eine besondere Behandlung möglich geworden. Bereits um 1900 war das für Terroristen wissenschaftlich und juristisch abgelehnt worden, um die Repression wirksamer zu machen. Ein weiterer Vergleich zur historischen Situation bietet die Mystifizierung von Anarchisten, denen Lombroso zwar ein ethisches Gefühl absprach und die er als gewöhnliche Kriminelle klassifizierte, sie aber gleichzeitig als „models of honesty“ bezeichnete: In dieser Wendung scheint die

9 Siehe: <http://www.sueddeutsche.de/politik/leben-im-untergrund-verstecke-mitten-in-der-gesellschaft-1.1194437>; www.zeit.de/1976/31/kaum-ein-zweifel-an-mueller [14.6.2012].

Verklärung wieder auf. Die erste RAF-Generation wurde von linksgerichteten jungen Leuten als *role model* bewundert, machten Baader, Meinhof, Ensslin, Raspe und andere doch tödlichen Ernst mit ihrer Kritik am kapitalistischen Staat und an der Hetze der Springer-Presse. Jan-Philipp Reemtsma fasst die Attraktivität der RAF und ihre Akzeptanz bei einem Teil der deutschen Linken wie folgt zusammen: Es waren der Wunsch nach Authentizität und das Bedürfnis, nicht in Bedeutungslosigkeit zu versinken, die einige Außenstehende dazu verleiteten, verständnisvoll gegenüber der in die Isolation getriebenen RAF zu sein (siehe Kasten 4).

(4)

Die Attraktivität der RAF

Ausschnitt aus: Jan-Philipp Reemtsma, Was heißt ‚die Geschichte der RAF verstehen‘?, in: Wolfgang Kraushaar u.a. (Hg.), Rudi Dutschke, Andreas Baader und die RAF, Hamburg 2005, 132.

“Die Selbstbilder, die einer oder eine Gruppe von sich entwirft, kommen nicht aus dem Nichts. Wie immer die individuellen Emotionen beschaffen sein mögen, die in ihnen ihren Ausdruck finden, wie immer die individuelle Lebensgeschichte aussehen mag, die ihr Wunschtelos in einem solchen Bild erblickt, die Teile, aus denen sie zusammengesetzt sind, sind vorgefunden – wäre es anders, sie könnten nicht nur nicht kommuniziert oder verstanden werden, sondern man würde überhaupt nicht merken, dass es sich um etwas wie Selbstbilder handelt; auch dort gibt es keine Privatsprache. Das Zusammenpassen von Selbstentwurf und gelebtem Leben findet im Medium der Anerkennung statt. (...) Die Geschichte der RAF zu verstehen heißt, die Attraktivität zu verstehen, die sie für andere hatte. (...)”

Man versteht nichts von der Geschichte der RAF, wenn man nicht insbesondere die Gewaltlockung erkennt, die in der Idee eines nichtentfremdeten, authentischen Lebens liegt.“

Die Visage der TerroristIn: unnahbar und sexy

Die Vorstellung, die hinter der polizeilichen Bildproduktion steht, ist die Vorstellung, man könne den Delinquenten an seinem Gesicht, an seiner Visage erkennen. Das Gesicht auf dem Fahndungsplakat des BKA konnotiert Anormalität. Mit dem Einfügen des Porträtfotos in die Grafik des Fahndungsplakates wird Individualität nivelliert. Die gefassten RAF-Mitglieder wehrten sich bekanntlich vehement, wenn sie vor der Polizeikamera standen: Mit der erkennungsdienstlichen Fotografie war eine Outsider-Darstellung geschaffen und zwar eine, die die Dargestellten in Zwängen der Strafjustiz zeigte. Schon die bearbeiteten Fotos aus privaten Zusammenhängen waren Symbole einer trophäenartigen Machtdemonstration mit der Aussage: ‚wir kennen die Gesichter der Täter‘. Die erkennungsdienstlichen Fotografien, die die Polizei herstellte, waren erst recht Trophäen: Die ED-Fotos von Baader oder der sich sträubenden Meinhof sind bis heute Ikonen einer erfolgreichen Polizeiarbeit, aber auch Verweise auf staatliche und visuelle Gewalt.

Terroristinnen



Ulrike Meinhof
Mitglied der Rote Armee Fraktion (RAF)
geb. am 14.12.1926, Ostpreußen
wurde am 3.10.1972 erschossen
in München, BRD, 45/11



Andrea Biagini
Mitglied der Rote Armee Fraktion (RAF)
geb. am 14.4.1947, Rom
wurde am 12.10.1977 erschossen
in München, BRD, 45/11



Ingeborg Weller
Mitglied der Rote Armee Fraktion (RAF)
geb. am 11.11.1927, Ostpreußen
wurde am 12.10.1977 erschossen
in München, BRD, 45/11



Ingeborg Baur
Mitglied der Rote Armee Fraktion (RAF)
geb. am 21.11.1926, Ostpreußen
wurde am 12.10.1977 erschossen
in München, BRD, 45/11



Katharina Zimmermann
Mitglied der Rote Armee Fraktion (RAF)
geb. am 14.12.1926, Ostpreußen
wurde am 12.10.1977 erschossen
in München, BRD, 45/11



Anneliese Scholz
Mitglied der Rote Armee Fraktion (RAF)
geb. am 11.11.1927, Ostpreußen
wurde am 12.10.1977 erschossen
in München, BRD, 45/11



Ingrid Schabert
Mitglied der Rote Armee Fraktion (RAF)
geb. am 12.11.1926, Ostpreußen
wurde am 12.10.1977 erschossen
in München, BRD, 45/11



Renate Meinhof
Mitglied der Rote Armee Fraktion (RAF)
geb. am 2.11.1926, Ostpreußen
wurde am 12.10.1977 erschossen
in München, BRD, 45/11



Annette Altmann
Mitglied der Rote Armee Fraktion (RAF)
geb. am 11.11.1927, Ostpreußen
wurde am 12.10.1977 erschossen
in München, BRD, 45/11

Vorsicht Schußwaffen!

Abb. 7:
„Superposterfahndungsplakat“
von Anke Jühe, aus: Tussi Deluxe,
März 2001

Die kurzlebige popkulturelle Zeitschrift *Tussi Deluxe* gibt in ihrer Ausgabe vom März 2001 ein „Superposterfahndungsplakat“ (Abb. 7) als Beigabe mit, das neun Frauen aus der RAF vorstellt: Neun Visagen im Stil von Comicfiguren und jeweils Kurzbiografien dazu, die mal von „Baader-Meinhof Bande“, mal von „RAF“ sprechen. Die semantische Uneindeutigkeit verrät die unpolitische Haltung. Die Phantomstruktur früherer Fahndungsplakate wird hier noch einmal aufgenommen, allerdings nun in Form einer Karikatur. Diese Gespenster hat das für diese Zeitschrift typische Lesepublikum nur aus zweiter Hand kennen gelernt. Gefallen findet es an den Figuren vermutlich deswegen, weil die eigene Jugend in den späten 1980er Jahren sozusagen harmlos war und in einer „Retroschneise“ gefangen, wie es im Artikel „RAF Parade“ heißt (Tussi Deluxe 2001). Zwar rückwärtsgerichtet wird das Objekt der einstigen Identifizierung und Mystifizierung nicht mit den ‚originalen‘ Fotografien visualisiert, sondern mit einer Neuinszenierung und grafischen Überarbeitung, die das Kollektiv, und zwar das weibliche, als fortschrittliches und modisches Team feiert. Das „Superposterfahndungsplakat“ von Anke Jühe ist eine Idee für die heimische Küche und Zeichen für die popkulturelle Aufwertung der weiblichen politischen Kriminellen, quasi eine auf visueller Ebene vorgenommene Gleichstellung mit den ansonsten männlich ausgerichteten Fragen zur Kriminalität. Besonders in der ersten Zeit der Berichterstattung wurden die „bewaffneten Frauen“

als besonders verschlagen und als besonders abweichend von und übertrieben kämpferisch im Vergleich mit den RAF-Männern beschrieben (Balz 2008: 198-203).

Die Aufarbeitung des „Deutschen Herbstes“ im Jahr 2007 war indessen von einer Historisierung des Kollektivs gekennzeichnet (Bernard 2007): Nach dreißig Jahren wurden Tathergänge erneut rekonstruiert. Gesucht wurde vor allem die individuelle Schuld. Fotografien, die den verschiedenen medialen Auseinandersetzungen zur Illustration beigegeben wurden, stammten zumeist aus dem vom BKA seinerzeit freigegebenen Fotopool. Bewusste Personalisierung wurde auch in den Spielfilmen *Blackbox BRD* (Andres Veiel, D 2001) und *Starbuck* Holger Meins (Gerd Conradt 2002) vorgenommen (Elter 2008: 242 f.).

Parallel zu diesen in der Öffentlichkeit verbreiteten Polizeifotos existierten von einigen RAF-Terroristen private Fotografien, die durch Fahndungsplakate und durch die Presse öffentlich gemacht wurden. Die visuelle Mystifizierung der RAF – diesmal durch die Print- und Online-Presse – ist weiblich: Besonders die Porträts von Ulrike Meinhof und Brigitte Mohnhaupt heben sich ab und beherrschen die Ikonografie der Verklärung bis heute. Während Ulrike Meinhof, wie oben beschrieben, die Märtyrerfigur verkörpert, ist Brigitte Mohnhaupt bis in die Gegenwart hauptsächlich mit einem Porträt visualisiert, das sie stark, selbstbewusst, modisch und sexy zeigt und das aus privatem Kontext stammt. Dieses Foto ist Bestandteil auf dem ersten Fahndungsplakat des BKA (Abb. 3). Mohnhaupt trägt darauf die mittelblonden Haare mit einem Seitenscheitel, ihre Augen scheinen auf der Schwarz-Weiß-Abbildung geschminkt, der Mund ist breit und deutet fast ein Lächeln an. Das, was von der Kleidung zu sehen ist, hat eine pelzartige Struktur, was das Porträt etwas mondän, zumindest weich unterstreicht.

Im Kontrast dazu steht das Foto von Brigitte Mohnhaupt, das bei ihrer Festnahme 1982 von der Polizei gemacht wurde und das das Gesicht sehr unvoreteilhaft wiedergibt: Die Augen sind dunkel umrandet, der Mund zusammengekniffen, die Haare strähmig und dunkel, das Gesicht wirkt aufgedunsen. Wenn dennoch an dem älteren und vorteilhafteren Bild von Brigitte Mohnhaupt festgehalten wird, dann wird damit die Bildstrategie der Anormalität, der Ausgrenzung, der Verurteilung geschwächt. Ein heimliches Auge generiert einen sexualisierten Blick. Aber die frühe Fotografie stand auch für eine moralische Anklage: Mohnhaupt wurde dafür kritisiert, dass sie öffentlich keine Reue zeigte (Elter 2008: 252). Die attraktive Visage signalisierte Standhaftigkeit und Willensstärke. Mit diesem ambivalenten visuellen Zeugnis von Sexyness und Unbelehrbarkeit wird am 26. März 2007 die Amnestie und die Entlassung Mohnhaupts aus dem Gefängnis (JVA Aichbach) in den Zeitungen verkündet. Zur Wahrung ihrer Identität wurde sie unerkannt hinausgebracht; bis heute ist ihr Aufenthaltsort nicht bekannt. Die Fotografie erhält unter diesen Umständen einen ikonischen Wert, der den Esprit einer längst vergangenen Zeit und einer historischen Frauenfigur einfriert.



Abb. 8: Fotomontage, Heike Runge, aus: *Jungle World*, 11. Jg., 21.2.2007

In der Montage, die Heike Runge 2007 für die linke Wochenzeitung *Jungle World* entwarf (Abb. 8), wird mit demselben Mohnhaupt-Foto das Gesicht eines Models auf dem fiktiven Cover der Frauenzeitschrift *Brigitte* kreiert: Mohnhaupt erscheint als deutsche Mode-Ikone. Die Stilmittel dieses Genres ausnutzend, wird das laszive Porträt ironisch kommentiert: Eine Vorher/Nachher-Typberatung wird angekündigt mit dem besprochenem ED-Foto von 1982 und einem weiteren Passfoto. Geworben wird ferner mit einem

Parfüm, „Senior Terroriste – der dezente Duft für die reife Frau“, einem „Fehlercheck – Was ist eigentlich falsch gelaufen“ und einem „Coaching – erst denken, dann handeln (nie umgekehrt)“. Die Fotografie von Mohnhaupt von 1971 wird nun in einen Kontext gestellt, der ironisch mit einem vorgeblichen „Frauschicksal“ die Trivialisierung des Umgangs mit der RAF kritisiert. In einer eher marginalen Wochenzeitung wird die Bildstrategie der großen Publikumsmedien dekonstruiert.

Literatur

- Aust, S. (2007): Der Baader Meinhof Komplex, 2. Aufl., Hamburg.
- Balz, H. (2008): Von Terroristen, Sympathisanten und dem starken Staat: Die öffentliche Debatte über die RAF in den 70er Jahren, Frankfurt a.M./New York.
- Bernard, A. (2007): Das Prinzip Terrorist, in: Magazin der Süddeutschen Zeitung, Nr. 18, 34.
- Biesenbach, K. (Hg.) (2005): Zur Vorstellung des Terrors. Die RAF, 2 Bände, Berlin (= Katalog der gleichnamigen Ausstellung in den Kunstwerken Berlin 30.1.-16.5.2005).
- Böker, A./Mitarbeit Albers, S. (2001): Ist Terror cool?, in: MAX, 05, 60-66.
- Elter, A. (2008): Propaganda der Tat: Die RAF und die Medien, Frankfurt a.M.
- Koenen, G. (2001): Das rote Jahrzehnt: Unsere kleine deutsche Kulturrevolution 1967-1977, Köln.
- Koenen, G. (2005): Vesper, Ensslin, Baader. Urszenen des deutschen Terrorismus, Frankfurt a.M.
- Kraushaar, W. (2007): Dossier RAF: Die popkulturelle Adaption des politisch verpufften RAF-Mythos, Bundeszentrale für politische Bildung, <http://bpb.de/themen/KQRPSQ.html> (08.06.2012).
- Kraushaar, W. (Hg.) (2007): Die RAF und der linke Terrorismus, Hamburg.
- Kraushaar, W./Reemtsma, J.P./Wieland, K. (Hg.) (2005): Rudi Dutschke, Andreas Baader und die RAF.
- Maier, R. (2006): Werbung und Revolte: Protestemblemata in kommerziellen Werbeanzeigen 1967 bis heute, in: Lamla, J./Neckel, S. (Hg.), Politisierter Konsum – konsumierte Politik, Wiesbaden, 143–161.
- Pfliederer, K. (2004): Die Rote Armee Fraktion – RAF: 14.5.1970 bis 20.4.1998, Baden-Baden.
- Regener, S. (1999): Fotografische Erfassung: Zur Geschichte medialer Konstruktionen des Kriminellen, München.
- Regener, S. (2002): Phantombilder, in: Kemp, C./Witzgall, S. (Hg.), Das zweite Gesicht. Metamorphosen des fotografischen Porträts, München et al, 159-162.
- Regener, S. (2010): Visuelle Gewalt: Menschenbilder aus der Psychiatrie des 20. Jahrhunderts, Bielefeld.
- Tussi Deluxe (2001), März, Düsseldorf.
- Wisniewski, S. (2003): Wir waren so unheimlich konsequent. Ein Gespräch zur Geschichte der RAF, 3. Aufl.
- Winkler, W. (2007): Die Geschichte der RAF, Berlin.

Prof. Dr. Susanne Regener
Lehrstuhl für Mediengeschichte
Universität Siegen, Philosophische Fakultät
Adolf-Reichwein-Str. 2, 57068 Siegen
E-Mail: regener@medienwissenschaft.uni-siegen.de
Homepage: www.mediengeschichte.uni-siegen.de