Andreas Kraß

Geschlechterordnung

Poetik der Brautwerbung im *König Rother*

I Einfache und komplexe Formen

Meinem Beitrag, in dem ich die Poetik der Brautwerbung im *König Rother* untersuche,¹ möchte ich einige Überlegungen vorausschicken, die ich zwei älteren narratologischen Studien entnehme: den *Einfachen Formen* von André JOLLES (1930)² und der *Morphologie des Märchens* von Vladimir PROPP (1928)³. Zum einen möchte ich ausgehend von JOLLES festhalten, dass sich das Narrativ der gefährlichen Brautwerbung sowohl in einfachen wie in komplexen Formen findet. Als einfache Form begegnet es im Märchen, nämlich im sogenannten Brautwerbungsmärchen. Als komplexe Form begegnet es in Brautwerbungsepen wie beispielsweise dem *König Rother*, in Heldenepen wie dem *Nibelungenlied* und in Romanen wie dem *Tristan* Gottfrieds von Straßburg. Während sich das Erzählmuster der gefährlichen Brautwerbung im *Nibelungenlied* und im *Tristan*

1 Zitierte Ausgabe: *König Rother*. Mittelhochdeutscher Text und neuhochdeutsche Übersetzung von Peter K. STEIN. Hrsg. von Ingrid BENNEWITZ unter Mitarbeit von Beatrix KOLL/Ruth WEICHSELBAUMER, Stuttgart 2000. – Verwendete Forschungsliteratur: FROMM, Hans: Die Erzählkunst des ‚Rother‘-Epikers. In: *Euphorion* 54 (1960), S. 347–379; SZKLENAR, Hans: Art. ‚König Rother‘. In: *Verfasserlexikon* 5 (1985), Sp. 82–94; SCHMID-CADALBERT, Christian: Der Ortnit AW als Brautwerbungsdichtung, Bern 1985 (*Bibliotheca Germanica* 28); KIENING, Christian: Zwischen Körper und Schrift. Text vor dem Zeitalter der Literatur, Frankfurt a. M. 2003, S. 130–156 (Text), 353–362 (Anmerkungen); BOWDEN, Sarah: *Bridal-Quest Epics in Medieval Germany: A Revisionary Approach*, London 2012. – Vgl. auch die strukturalistische Untersuchung zum Brautwerbungsnarrativ, die Peter STROHSCHNEIDER am Beispiel des *Nibelungenlieds* durchgeführt hat: STROHSCHNEIDER, Peter: Einfache Regeln, komplexe Strukturen. Ein strukturanalytisches Experiment zum ‚Nibelungenlied‘. In: *Mediävistische Komparatistik. Festschrift für Franz Josef Worstbrock zum 60. Geburtstag*. Hrsg. von Wolfgang HARMS/Jan-Dirk MÜLLER in Verbindung mit Susanne KÖBELE und Bruno QUAST, Stuttgart, Leipzig 1997, S. 43–75. Anregend sind ferner Jan-Dirk MÜLLERS strukturalistische Überlegungen zu historischen Erzählkernen, vgl. MÜLLER, Jan-Dirk: *Höfische Kompromisse. Acht Kapitel zum höfischen Roman*, Tübingen 2007, S. 6–45.

2 JOLLES, André: *Einfache Formen. Legende, Sage, Mythe, Rätsel, Spruch, Kasus, Memorabile, Märchen, Witz*. Studienausgabe der 5., unveränderten Auflage, Tübingen 1974 (*Konzepte der Sprach- und Literaturwissenschaft* 15).

3 PROPP, Vladimir: *Morphologie des Märchens*. Hrsg. von Karl EIMERMACHER, München 1972.

Prof. Dr. Andreas Kraß, Humboldt-Universität zu Berlin, Institut für deutsche Literatur, Unter den Linden 6, 10099 Berlin, andreas.krass@hu-berlin.de

auf einzelne Episoden beschränkt, bietet es im *König Rother* die Grundform für die gesamte Erzählung. Zum anderen möchte ich festhalten, dass PROPP anhand der russischen Zaubermärchen die typischen Handlungskreise herausarbeitete und sie bestimmten Aktanten zuordnete, die auch für das Brautwerbungsmärchen konstitutiv sind. Es sind: (1) der Held, (2) die Zarentochter und ihr Vater, (3) der Gegenspieler, (4) der Schenker, (5) der Helfer, (6) der Sender und (7) der falsche Held. Bezeichnend ist, dass PROPP die Prinzessin und ihren Vater in einem Aktanten zusammengefasst. Er schreibt: „Funktionsmäßig lassen sich die Zarentochter und ihr Vater nicht völlig voneinander abgrenzen“.⁴

Aus diesen Vorüberlegungen ergibt sich das doppelte Anliegen meines Beitrags. Zum einen möchte ich, ausgehend von JOLLES, den Weg von der einfachen zur komplexen Form nachvollziehen. Dabei beschränke ich mich auf den vermutlich zwischen 1152 und 1180 entstandenen *König Rother*,⁵ ein typisches Beispiel der Brautwerbungsepik, dessen Poetik sich meines Erachtens als Steigerung des Brautwerbungsschemas erklären lässt. Ich möchte also zeigen, wie aus der einfachen Form des Brautwerbungsschemas, wie es im Märchen begegnet, die komplexe Form des Brautwerbungsepos entwickelt werden kann. Zum anderen möchte ich, ausgehend von PROPP, die Geschlechterverhältnisse im *König Rother* beschreiben. Wie die Subsumierung von Brautvater und Braut in einer Funktion anzeigt, geht es in Brautwerbungsgeschichten nicht nur um die heterosoziale Beziehung zwischen Brautwerber und Braut, sondern auch um die homosoziale Beziehung zwischen Brautwerber und Brautvater. Zugleich möchte ich zeigen, wie der *König Rother* im Sprung von der einfachen zur komplexen Form der Braut eine eigenständige Handlungsrolle zuweist, wie er sie also zu einer Figur aufwertet, die sich vom Brautvater nicht nur ablöst, sondern ihm auch entgegentritt und ihn womöglich überwindet.

II Brautwerbung: Von der einfachen zur komplexen Form

Im ersten Schritt möchte ich am Beispiel des *König Rother* den Übergang von der einfachen zur komplexen Form untersuchen. Ich rekonstruiere streng strukturalistisch die Stufen, die vom Brautwerbungsschema zum Brautwerbungsepos führen. Dabei orientiere ich mich an der Chronologie der Handlung.

⁴ Ebd., S. 79.

⁵ Zur Datierung vgl. SZKLENAR, Art. ‚König Rother‘, Sp. 89 f. (Anm. 1).

1 Fünf Stufen des Schemas

Stufe 1: Brautwerbung durch einen Boten

Am Anfang steht die Brautwerbung des Helden, der übers Meer reist, um die ferne Prinzessin zu gewinnen. Diese Handlungsrollen sind im Falle des *König Rother* auf das west- und oströmische Reich verteilt. Der im süditalienischen Bari residierende König von Rom wirbt um die Tochter des Königs von Konstantinopel. Es geht nicht um Liebe, sondern um Heiratspolitik. Die Brautwerbung zielt auf die Sicherung eines Thronerben und die Verbindung zwischen den römischen Reichen zugunsten des weströmischen Königs. Derartige Verbindungen gab es im Hochmittelalter wie beispielsweise im Falle Irenes von Byzanz, die in erster Ehe (1193) mit dem normannischen König Roger III. von Sizilien und in zweiter Ehe (1197–1208) mit dem staufischen König Philipp II. verheiratet war. Bereits Roger II. (gest. 1154) hatte versucht, seinen Sohn Wilhelm mit einer byzantinischen Prinzessin zu verheiraten.⁶ Die erste Brautwerbung im *König Rother* erfolgt aber nicht durch den König selbst, sondern durch eine Gesandtschaft. Ein Vasall wird als Bote ausgesandt, der zahlreiche weitere Dienstleute des Königs im Gefolge hat. Der Versuch schlägt fehl, der Brautvater lässt den Boten und sein Gefolge einkerkern. Die Brautwerbung bleibt erfolglos.

Stufe 2: Brautwerbung durch den König

Das Brautwerbungsschema wird in der Weise wiederholt, dass sich diesmal kein Bote, sondern der König selbst auf die Reise begibt. Er hat nun zwei Missionen: zum einen die Befreiung seiner Vasallen und zum anderen die Erwerbung der Braut. Die Werbung durch die Boten und die Werbung durch den König selbst sind zwei Varianten desselben Schemas, die hier chronologisch aneinandergereiht werden. In beiden Fällen geht es um politische Themen, die das Verhältnis von Männern betreffen: zum einen das innenpolitische Verhältnis zwischen dem König und seinen Vasallen (Stufe 1), zum anderen das außenpolitische Verhältnis der rivalisierenden Könige (Stufe 2). Die innenpolitische Problematik wird in der Weise gespiegelt, dass Rother bei seiner eigenen Brautwerbungsfahrt vorgibt, ein exilierter Vasall namens Dietrich zu sein, der in Konstantinopel um Aufnahme bittet. Die Figur des Königs wird also aufgespalten in die Variante des guten Königs, der Rother eigentlich ist, und die imaginäre Variante des tyrannischen Kö-

⁶ Vgl. ebd., Sp. 86.

nigs, dessen Opfer zu sein er in der Rolle Dietrichs vorgibt. Die Brautwerbung gelingt. Die Vasallen werden befreit, die Braut wird heimgeführt.

Stufe 3: Rückentführung durch den Brautvater

Auf die erfolglose Brautwerbung durch die Vasallen und die erfolgreiche Brautwerbung durch den König folgt drittens die Rückentführung durch den Brautvater. Diese lässt sich strukturell als Inversion der eigentlichen Brautwerbung lesen, die sie unter umgekehrten Vorzeichen und in umgekehrter Richtung, aber in denselben Handlungsschritten wiederholt. Nun geht die Bewegung nicht von Westen nach Osten, sondern von Osten nach Westen; und es ist nicht der Brautwerber, der um die Prinzessin wirbt, sondern der Brautvater, der seine Tochter zurückhaben will. Die Braut ist Objekt eines politischen Begehrens, insofern sie das Königreich ihres Vaters verkörpert. Rainer WERNING prägte einmal die Formel, dass ein ritterliches Abenteuer aus den Komponenten Konfrontation, Domination und Attribution bestehe.⁷ Das trifft hier genau zu, und zwar sowohl auf Rother wie auch auf Konstantin, die sich jeweils die Braut attribuieren bzw. reattribuieren wollen. So wird das politische Thema der rivalisierenden Königreiche fortgeführt; der oströmische König sucht den hegemonialen Vorstoß des weströmischen Königs abzuwehren. Zu diesem Zweck fährt er aber nicht selbst aus, sondern schickt einen Boten, der sich als Spielmann ausgibt. Insofern spiegelt diese Episode beide Varianten der vorausgegangenen Brautwerbungen: die erste, weil ein Bote geschickt wird, die zweite, weil die Werbung in fingierter Rolle erfolgt. Die Rückentführung ist vorläufig erfolgreich und spiegelt in dieser Hinsicht die vorläufig erfolgreiche Brautwerbung durch Rother alias Dietrich.

Stufe 4: Die Rückentführung durch den Brautwerber

Das Pendel schlägt noch einmal zurück. Nachdem der Brautvater seine Tochter zurück entführt hat, zieht Rother ein zweites Mal aus, um die Königstochter seinerseits zurück zu entführen. Man kann dies einerseits als Inversion der Inversion und andererseits als Verdoppelung und Variante der ersten eigenen Brautwerbungsfahrt des Königs sehen. Auf den vorläufigen Erfolg der Braut-

⁷ WERNING, Rainer: Formen narrativer Identitätskonstruktion im Höfischen Roman. In: Identität. Hrsg. von Odo MARQUARD/Karlheinz STIERLE, München 1979 (Poetik und Hermeneutik VIII), S. 553–589, hier S. 559.

werbung folgt nun der endgültige Erfolg der Rückentführung. Wieder wird ein neues Thema angeschlagen. Bislang ging es um die Loyalität Rother gegenüber seinen Vasallen und seine Rivalität mit dem oströmischen König, nun geht es um seine Identität als König. Bei seiner ersten Reise nach Konstantinopel hatte er vorgetauscht, ein Exilant zu sein, und dabei das Bild eines tyrannischen Herrschers von sich entworfen. Dieses Bild wird nun revidiert, wenn Rother ein weiteres Mal auszieht, um seinen rechtmäßigen Anspruch auf die schwangere Königstochter zu behaupten, die er inzwischen geheiratet hat. Zwar schlüpft er zunächst erneut in eine Verkleidungsrolle, diesmal als Pilger, und gibt somit dem Unternehmen einen religiösen Anstrich. Doch schon bald wird seine wahre Identität offenbar, und er muss als der König agieren, der er tatsächlich ist. Während die bisherigen Entführungen und Rückentführungen durch einzelne oder wenige Personen erfolgten, rückt er nun wie zu einer Schlacht mit einem Heer an. Jetzt geht es um ein Kräfteressen zwischen den Königen nicht nur in Bezug auf die Prinzessin, sondern auch auf die Heere, die sie hinter sich versammeln. Rother gerät in große Gefahr; als er entdeckt wird, droht ihm die Hinrichtung am Galgen. Doch kommen ihm seine Vasallen und sein Heer zu Hilfe, aber auch die Freunde, die er bei seiner ersten Reise am Hof Konstantins gefunden hatte. Die Heimholung der Braut gelingt endgültig, nun gar mit dem Einverständnis der Brauteltern.

Stufe 5: Brautwerbung durch einen Tyrannen

Parallel zu den Brautwerbungen und Rückentführungen, die einen Konflikt zwischen West- und Ostrom darstellen, entwickelt sich im Hintergrund des Geschehens eine weitere Dynamik, die ebenfalls auf die Braut zielt. Es tritt ein zweiter Brautwerber auf, der die Zustimmung des Brautvaters erzwingt, nämlich der babylonische König Ymelot, der die Hand der Prinzessin für seinen Sohn gewinnen will. Er spielt, mit PROPP gesprochen, die Rolle des falschen Helden. In diesem Handlungsstrang verschiebt sich das Merkmal der Gefahr vom Brautvater auf den Brautwerber. Die Nebenhandlung um den falschen Brautwerber vollzieht sich in zwei Etappen. Bei seiner ersten Werbungsfahrt kann Rother die Prinzessin deswegen entführen, weil der babylonische König in das oströmische Reich eingedrungen ist. Rother nutzt die Wirren der Schlacht zwischen Konstantin und Ymelot für seine eigenen Zwecke. Zu diesem Zeitpunkt ist von einer Brautwerbung seitens des babylonischen Königs noch keine Rede. Als Rother ein zweites Mal nach Konstantinopel reist, um seine schwangere Braut zurückzuholen, sitzen Ymelot und sein Sohn bereits am Tisch des oströmischen Königs, die Verheiratung der Prinzessin ist beschlossene Sache. Durch diese Wendung, die man (im Unterschied zur Umkehrung) als Verkehrung des Brautwerbungsschemas bezeichnen

kann, wird die politische Thematik um weitere Facetten erweitert. Hatte Rother bei seiner ersten Brautwerbungsfahrt das fiktive Bild eines Tyrannen von sich selbst entworfen, tritt er nun einem tatsächlichen Tyrannen entgegen. Hatte sich der Konflikt zwischen Brautwerber und Brautvater bislang zwischen zwei christlichen Reichen entwickelt, kommt nun ein ‚heidnisches‘ Reich ins Spiel, wird der Konflikt also um eine religiöse Dimension erweitert. Rother hat es mit zwei Rivalen zu tun: einem christlichen und einem ‚heidnischen‘ König. Der eine rivalisiert in der Rolle des Brautvaters, der andere in der Rolle des feindlichen Brautwerbers. Zugleich besteht eine grundsätzliche Parallele zwischen Rother und Ymelot, denn beide verfolgen mit ihren Brautwerbungen einen hegemonialen Anspruch gegenüber dem oströmischen König, jedoch aus verschiedenen Richtungen. Rother kommt aus dem christlichen Westen, Ymelot aus dem ‚heidnischen‘ Osten. Wieder erweist sich der Konflikt mit dem babylonischen König als nützlich für die Brautwerbung. Indem Rother für Konstantin gegen Ymelot kämpft und ihm zum Sieg verhilft, erlangt er das Einverständnis des Brautvaters. Der Konflikt zwischen den christlichen Königen wird beigelegt, indem sie gemeinsam den Konflikt mit dem ‚heidnischen‘ König bewältigen. Da es sich um einen Kampf der Christen gegen die ‚Heiden‘ handelt, kommt die Thematik der Kreuzzüge ins Spiel (daher wohl auch Rother's Pilgerrolle), allerdings nur in latenter Weise. Ziel ist ja nicht die Rückeroberung Jerusalems, sondern der Braut aus Konstantinopel, das seinerseits eine wichtige Rolle während der Kreuzzüge spielte.

2 Gesamtkomposition

Unter strukturalistischen Gesichtspunkten betrachtet lässt sich am *König Rother* beobachten, wie in fünf Stufen durch die Strategien der Variation, Umkehrung und Verkehrung dem einfachen Brautwerbungsschema die komplexe Form eines Brautwerbungsepos abgewonnen werden kann. Die Variation betrifft die Brautwerbungen (durch Rother's Boten, durch Rother selbst), die Umkehrung die Rückentführungen (durch den Brautvater, durch den Brautwerber), die Verkehrung die gegenläufige Brautwerbung (durch den ‚heidnischen‘ Tyrannen). Hinsichtlich der beteiligten Figuren, die sich um die Braut bemühen (Brautwerber, Brautvater), und des Erfolgs ihrer Bemühungen (Misserfolg, vorläufiger Erfolg, endgültiger Erfolg) lassen sich also folgende Konstellationen unterscheiden:

1. Brautwerbung durch Rother's Boten: Misserfolg (V. 1–429)
2. Brautwerbung durch Rother: vorläufiger Erfolg (V. 430–2986)
3. Rückentführung der Braut durch Konstantin: vorläufiger Erfolg (V. 2987–3268)
4. Rückentführung der Braut durch Rother: endgültiger Erfolg (V. 3269–4994)
5. Brautwerbung durch Ymelot: Misserfolg (vgl. V. 3795–3825)

Komplex ist auch die Raumstruktur. Während sich die räumlichen Bewegungen zunächst auf Pendelschläge zwischen dem weströmischen und dem oströmischen Reich beschränken, kommt ein dritter Raum hinzu, nämlich Babylon, das gewissermaßen dem ‚nahen‘ Osten einen ‚fernen‘ Osten hinzufügt und die Perspektive umkehrt. Konstantinopel ist, aus Rother's Perspektive besehen, der nahe Osten, mit dem man die christliche Religion teilt, Babylon aber der ferne Osten, der als ‚heidnischer‘ Gegenraum die ursprüngliche Opposition von West- und Ostrom in die Einheit des christlichen Raums überführt.

Komplex ist schließlich die Figurenkonstellation. Auf die Zuordnung der drei männlichen Figuren, die um die Braut rivalisieren, wurde schon hingewiesen: es sind Rother als Brautwerber, Konstantin als Brautvater und Ymelot als falscher Brautwerber. Mit den Rivalen gehen verschiedene Familienkonstellationen einher. Die erste Familie umfasst Konstantin, seine Gattin und seine Tochter; sie besteht bereits zu Beginn der Handlung. Die zweite Familie entsteht erst während der fortschreitenden Handlung; sie umfasst Rother, seine Braut und den Sohn Pippin, mit dem sie schwanger ist. Die dritte Familie besteht ebenfalls schon; sie umfasst Ymelot, seine Gattin und den Sohn Basilistium, den es zu verheiraten gilt. Als abgewiesene Option kommt schließlich noch eine vierte Familie hinzu, die politische Sprengkraft in sich birgt. Sie besteht aus Basilistium, der Braut und ihrem noch ungeborenen Sohn Pippin, dessen Vater Rother ist. Im ersten Teil der Erzählung geht es um die Frage, ob Rother die Braut bekommt und mit ihr einen Sohn zeugt; im zweiten Teil geht es um die Frage, ob Rother seine Braut und den gezeugten Sohn behalten kann oder ob er beide an den babylonischen Herrscher verliert.

Signifikant sind auch die Proportionen der Erzählung. Sie lässt sich in zwei Teile gliedern, die jeweils zwei Reisen umfassen. Die Länge der betreffenden Teile und Episoden ist ungleich verteilt:

Teil I: Brautwerbung (2986 Verse)

1. Fahrt: Werbungsfahrt des Boten (429 Verse)
2. Fahrt: Werbungsfahrt des Helden (2557 Verse) | Erster Angriff des falschen Helden

Teil II: Rückentführung und Heimholung der Braut (2007 Verse)

3. Fahrt: Rückentführung durch den Boten des Vaters (282 Verse)
4. Fahrt: Rückentführung durch den Helden (1725 Verse) | Zweiter Angriff des falschen Helden

Der erste Teil umfasst drei Fünftel (ca. 3.000 Verse), der zweite Teil zwei Fünftel (ca. 2.000 Verse) der gesamten Erzählung (5.000 Verse). Das ist ungefähr der

Goldene Schnitt. Das Verhältnis des Ganzen zum ersten Teil (*Major*) entspricht dem Verhältnis des ersten zum zweiten Teil (*Minor*). Der erste Teil gliedert sich in den doppelten Bogen zweier Werbungsfahrten: zunächst die erfolglose Fahrt des Boten (429 Verse), dann die vorläufig erfolgreiche Fahrt des Helden (2557 Verse). Letztere hat sechsfachen Umfang. Der erste Bogen ist nur ein Vorspiel, das den zweiten Bogen vorbereitet und die Gefahren und Aufgaben bereitstellt, die der Held zu bewältigen hat. Im zweiten Teil sind die Verhältnisse ähnlich: Die Rückentführung der Braut durch den Helden hat den sechsfachen Umfang der Rückentführung der Braut durch den Boten des Vaters. Die Komposition ist also insgesamt wohlproportioniert, und aus den Proportionen geht die Hierarchie der Figuren und Themen hervor.

Die erhebliche Länge der beiden Fahrten, die der Held selbst unternimmt, nämlich der Brautwerbung und der Rückentführung der Braut, lässt sich wiederum mit dem Brautwerbungsschema erklären. Sie hat zum einen damit zu tun, dass die Handlungsschritte in diesen Fällen ausführlicher erzählt werden. So wird beispielsweise die Beratung vor der Werbungsfahrt des Helden verdoppelt, indem sie teils in Bari, teils in Rom stattfindet. Der Hoftag in Rom dient der Einwerbung eines Heers und gibt Gelegenheit, die Reichweite von Rothers Herrschaft zu erweisen. Ähnlich verhält es sich mit den beiden Kirchenfesten, die den zeitlichen Rahmen für die Ereignisse in Konstantinopel geben: zunächst Ostern, dann Pfingsten. Der römische Reichstag hat ein Gegenstück in der umfangreichen Schilderung der Belehnungen, die Rother nach seinem endgültigen Erfolg vornimmt. Wieder wird die Reichweite seiner Herrschaft demonstriert, er vergibt ganz Europa als Lehen an seine Vasallen. Doch hat die Länge der beiden Fahrten, die der Held selbst unternimmt, zum anderen auch damit zu tun, dass sich im Hintergrund eine gegenläufige Geschichte entwickelt, nämlich die Brautwerbung durch den babylonischen König. Die Verschränkung der gegenläufigen Werbungen, die, von Konstantinopel aus gesehen, teils aus dem christlichen Westen, teils aus dem ‚heidnischen‘ Osten erfolgen, trägt erheblich zur Komplexität der Erzählung bei, und zwar nicht nur in struktureller, sondern auch in thematischer Hinsicht.

III Geschlechterordnung: Die Rolle der Braut

Im letzten Schritt möchte ich in die poetologischen Überlegungen die Frage nach der Geschlechterordnung einbeziehen. Wie eingangs betont, ist zu unterscheiden zwischen den männlich-homozialen Beziehungen (Brautwerber/ Brautvater) und den heterozialen Beziehungen (Braut/ Brautvater, Braut/ Brautwerber). Beide Beziehungstypen sind miteinander verschränkt.

1 Männlich-homoziale Beziehungen

Ausgehend von der Gedankenfigur des erotischen Dreiecks, die Eve Kosofsky SEDGWICK im Anschluss an René GIRARD entwickelt hat,⁸ kann man festhalten, dass die Braut das Medium für Rivalitäten zwischen Männern ist. Dies betrifft zunächst die Rivalität zwischen dem Brautwerber und dem Brautvater, also Rother und Konstantin, dann aber auch, als der falsche Held ins Spiel kommt, zwischen dem falschen Brautwerber und dem Brautvater, also Ymelot und Konstantin, sowie zwischen dem falschen und dem richtigen Brautwerber, also Ymelot und Rother. Allerdings handelt es sich eher um politische als um erotische Dreiecke, da es ja nicht um Liebesgeschichten geht, sondern um hegemoniale Vorstöße und heiratspolitische Strategien.

Als politische Themen können wir festhalten: erstens die Loyalität zwischen dem König und seinen Vasallen, zweitens die Rivalität zwischen den Königen von West- und Ostrom und drittens der Konflikt zwischen gerechter und tyrannischer Herrschaft. Diese Problematik verschärft sich nun dadurch, dass die Braut einen Sohn erwartet. Die Frage ist also, wem der Sohn, der ja immer auch ein potentieller Thronfolger ist, gehören wird: dem Vater des Kindes, also Rother, oder dem Vater der Braut, also Konstantin, oder dem Angreifer aus dem ‚heidnischen‘ Osten, also Ymelot bzw. Basilistium. Während die Braut gewissermaßen das Medium der politischen Konflikte ist, erweist sich das Kind, das sie in sich trägt, als entscheidendes Objekt des politischen Begehrens der rivalisierenden Herrscher. Aus Rother's Perspektive besteht die Gefahr, das Kind an den Brautvater (das oströmische Reich) oder den falschen Brautwerber (das ‚heidnische‘ Reich) zu verlieren. Dieses Problem ist deswegen so gravierend, weil es

⁸ SEDGWICK, Eve Kosofsky: *Between Men. English Literature and Male Homosocial Desire*, New York 1985, S. 21–27. SEDGWICK bezieht sich auf GIRARD, René: *Figuren des Begehrens. Das Selbst und der Andere in der fiktionalen Realität*, Münster ²2012 (Beiträge zur mimetischen Theorie 8).

sich bei dem Sohn um Pippin, den künftigen Vater Karls des Großen, handelt (historisch ist Pippins Vater Karl Martell).

Hier öffnet sich die fiktive Brautwerbungsgeschichte auf die Reichs- und Heilsgeschichte hin. Es ist erforderlich, dass Pippin im weströmischen Reich bleibt und weder ins oströmische noch ins ‚heidnische‘ Reich gelangt. Der geschichtliche Ablauf darf nicht gestört werden, das Reich nicht in die falschen Hände geraten. Es muss im Sinne der *translatio imperii* verhindert werden, dass Pippin im ‚nahen‘ oder ‚fernen‘ Osten, in Konstantinopel oder Babylon, geboren wird, und es muss garantiert werden, dass er im Westen geboren wird, denn er soll ja Karl den Großen zeugen, den fränkischen Kaiser, der in der Zukunft der fiktiven, aber in der Vergangenheit der realen Geschichte liegt. Ziel- und Fluchtpunkt der Erzählung ist also Pippins Geburt. Dessen Sonderrolle wird (um noch einen Blick auf die Zeitstruktur zu werfen) durch Vorausdeutungen während der Erzählung markiert, aber auch durch den Ausblick am Schluss, der zeitlich durch einen Sprung von 22 Jahren und räumlich durch die Einführung eines neuen Orts, nämlich Aachens, abgehoben wird. Geschlechterordnung ist in dieser Hinsicht also als genealogischer Sachverhalt zu verstehen.

2 Heterosoziale Beziehungen

Hinsichtlich der männlich-homozialen Beziehungen spielt die Braut die Rolle eines Spielballs. Als Tochter des oströmischen Königs, als Gattin des weströmischen Königs und als Mutter des Kindes, das einmal Vater Karls des Großen werden soll, ist sie Dreh- und Angelpunkt der politischen Rivalitäten. So scheint sich zu bestätigen, dass die Braut keine eigenständige Figur ist, sondern dem Brautvater und dann dem Brautwerber attribuiert wird. Das wäre allerdings ein unbefriedigendes Ergebnis, und es stellt sich die Frage, ob nicht auch der Braut wenigstens partiell eine eigenständige Handlungsrolle zukommt, die das Brautwerbungsschema in seiner einfachen Form nicht vorsieht? Verfügt die Braut womöglich über eine *agency*, die auch in politischer Hinsicht von Belang ist?

Mir scheint, dass dies der Fall ist. Dabei geht es mir nicht nur um den Anteil der Königstochter an der Befreiung der eingekerkerten Vasallen. Vielmehr ist in der Reihe der Variationen des Brautwerbungsschemas noch eine sechste Stufe festzuhalten, die bislang unerwähnt blieb, nämlich die *Werbung der Braut um den Bräutigam*. Auch dies ist eine Inversion, denn die klassischen Rollen werden umbesetzt: Die Braut wird zur Bräutigamswerberin, der Brautwerber zum umworbenen Prinzen, die Zofe der Prinzessin zur Botin und Bräutigamswerbungshelfe-

rin.⁹ Es geschieht während Rother's erster Brautwerbungsfahrt. Die Prinzessin schickt ihre Botin Herlint zu Rother, um ihn in ihre Kemenate zu bitten. Rother lehnt ab, gibt der Zofe aber als Geschenk ein Paar Schuhe mit. Doch handelt es sich um zwei Schuhe, die beide nur an einen Fuß passen. Der scheinbare Irrtum ist eine strategische List, um eine zweite Einladung in die Kemenate zu initiieren. Der Plan geht auf. Nachdem die Botin die Schuhe überbracht und die Prinzessin festgestellt hat, dass jeweils das Gegenstück fehlt, wird die Botin ein zweites Mal entsandt und bringt nun erfolgreich Rother in die Kemenate der Prinzessin. Dort kommt es zur Anprobe, bei der Rother selbst der Prinzessin in die Schuhe hilft – zweifelsohne ein Symbol der erotischen Annäherung. Hier schlägt die heiratspolitische Begründung der Brautwerbung in eine intime Begegnung um, Brautwerbung ist nun nicht mehr nur eine Frage der Politik, sondern auch der Intimität, der Liebe.¹⁰ Um das Thema der Intimität in das Brautwerbungsnarrativ einzubringen, bedarf es also der Initiative von weiblicher Seite, insbesondere von Seiten der Braut selbst. Die einseitige Entführung wird in eine gegenseitige Werbung umgedeutet und so ein Gleichgewicht zwischen den Partnern hergestellt. Im Horizont der frühen höfischen Dichtung bedarf die männlich-homosoziale Politik auch der heterosozialen Intimität. Der Vater Karls des Großen soll ein legitimes Kind sein, und das heißt auch: ein Kind der Liebe.

9 Ich danke den Diskussionsteilnehmer*innen für ihre Beiträge. Annette Gerok-Reiter wies daraufhin, dass auch die Werbung der Braut insofern gedoppelt sei, als sie zunächst ‚Dietrich‘, dann Rother betreffe. Peter Strohschneider machte darauf aufmerksam, dass die Werbung der Braut strukturell nicht dem Prinzip der Sukzession (vgl. Stufe 1 bis 4), sondern der Schachtelung (vgl. Stufe 5) folge.

10 Ich verwende die Begriffe ‚Intimität‘ und ‚Politik‘ hier im Sinne von Niklas LUHMANN als Teilsysteme der funktional differenzierten Gesellschaft. Sie sind insofern vergleichbar, als die Intimität der Herstellung personaler Nahbeziehungen und die Politik der Herstellung kollektiv bindender Entscheidungen dient. Freilich geht es im *König Rother* um historische Vorformen dieser Systeme in der stratifikatorisch differenzierten Gesellschaft des Mittelalters. Beide Systeme treffen sich im Phänomen der Heiratspolitik, die im höfischen Mittelalter zunehmend mit dem Anspruch der Liebe verknüpft wird, wie auch der *König Rother* zeigt. Dynastische Allianz wird als Liebesallianz erzählt.