

Methodischer Zugang und Material

3. Interdiskurstheorie und Wissenssoziologische Diskursanalyse

Um die Fragestellungen dieser Studie zu untersuchen, werden die Forschungsansätze der Interdiskurstheorie nach Jürgen Link, Ursula Link-Heer und Rolf Parr mit dem Forschungsprogramm der Wissenssoziologischen Diskursanalyse (WDA) nach Reiner Keller kombiniert. Das methodische Vorgehen beider Ansätze zusammenzuführen, ist für die Bearbeitung der Forschungsfragen notwendig. Die erste Frage nach der Art und Weise der Diskursivierung von ›Handwerk(en)‹ und den aufgegriffenen diskursiven Vorläufern ist mit dem interdiskurstheoretischen Ansatz zu ermitteln. Für die zweite Frage nach den vorgenommenen Deutungen, implizierten Forderungen und angebotenen Subjektpositionen ist der Ansatz der WDA sinnvoll, wobei Analyseinstrumente der Interdiskurstheorie ergänzend hinzugezogen werden. Auf bestehende theoretisch-methodische Differenzen zwischen Interdiskurstheorie und WDA wird ebenfalls kurz eingegangen und erläutert, wie sich diese Studie dazu positioniert.

Die im Anschluss an Michel Foucault entstandenen diskursanalytischen Ansätze umfassen sowohl theoretische als auch methodische Überlegungen. In Foucaults Schriften wird das Diskurskonzept mit unterschiedlichen Schwerpunkten entwickelt. Zusammengefasst beginnt Foucault mit einem stärker sprachlich-textlich konzipierten Diskursbegriff und fokussiert in seinen späteren Schriften soziale Praktiken und gesellschaftliche Machtverhältnisse, jedoch ohne beides methodisch voneinander zu trennen (vgl. Parr 2011, S. 237). Für die methodisch-theoretische Fundierung dieser Studie sind insbesondere Foucaults Diskurskonzeptionen in *Die Archäologie des Wissens* (1981) sowie deren Erweiterungen in *Die Ordnung des Diskurses* (1991) wichtig. Foucault fasst in der *Archäologie des Wissens* Diskurse als Ensembles von Aussagen, die zu einem bestimmten Zeitpunkt Wissensbestände und -ordnungen evozieren, konstituieren und vermitteln. Kernelement von Diskursen ist die »Aussage«, die Foucault beschreibt als »Funktion, die ein Gebiet von Strukturen und möglichen Einheiten durchkreuzt und sie mit konkreten Inhalten in der Zeit und im Raum erscheinen lässt« (Foucault 1981, S. 126). Diskurse werden demnach zusammengefügt aus »eine[r] Menge von Aussagen, die einem gleichen Formationssystem zugehören« (Foucault 1981, S. 156). Folglich stehen in der *Archäologie*

des Wissens die Formationsregeln *innerhalb* von Diskursen bzw. zwischen einzelnen Diskurselementen oder Äußerungen im Vordergrund (vgl. Parr 2011, S. 234f.). Damit liefert Foucault wichtige, auch begriffliche Grundlagen für spätere methodologische Entwicklungen seiner Theorie durch andere Forschende.

In seinen späteren Schriften geht Foucault stärker auf die Wechselwirkungen zwischen Diskursen und Gesellschaft ein. In *Die Ordnung des Diskurses* (Foucault 1991) beschreibt Foucault die gesellschaftlich regulierende Funktion von Diskursen von *außerhalb* von Diskursen selbst (vgl. Parr 2011, S. 234f.). Sagbarkeiten und Nicht-Sagbarkeiten werden demnach durch die Funktionsweise externer »Ausschließungssystemen« und »Verknappungssysteme« (re)produziert (Foucault 1991, S. 18). Dazu gehöre etwa die »Verknappung [...] der sprechenden Subjekte«, also die Frage, wer sich überhaupt an welchem Diskurs beteiligen darf, was wiederum rituell organisiert sei (Foucault 1991, S. 26-28). So ist die mediale Darstellung von »Handwerk(en)« beispielsweise daran gekoppelt, welchen Aufmerksamkeitsökonomien die Produzent*innen von Medieninhalten folgen. Ebenso wird entschieden, welche Subjekte als »Handwerk(en)s«-Darsteller*innen legitimiert sind, im medialen Diskurs über diesen Gegenstand zu sprechen und porträtiert zu werden.

Wie genau können Diskurse untersucht werden? Welche Analysekategorien werden herangezogen? Wie sind die sozialtheoretisch sehr unterschiedlich situierten Ansätze der Interdiskurstheorie und der WDA sinnvoll zu kombinieren? Wie wird konkret vorgegangen und wie ist das Korpus zusammengesetzt?

3.1. Interdiskurse, Spezialdiskurse und Elementardiskurs

Jürgen Link konzipiert den Begriff der Interdiskurse auf Basis seiner Auseinandersetzung mit entsprechenden Überlegungen Foucaults, Michel Pêcheuxs und Julia Kristevas. Dabei grenzt Link seinen Interdiskursbegriff von dem Foucaults ab: Foucault habe sich auf die Verflechtungen »ganze[r] Texte« bezogen, während Link sich nur Teilelementen widme (Link 1983, S. 16). Link zieht darüber hinaus Parallelen zu Kristevas Konzept der Intertextualität, also der inhaltlichen, referentiellen Verknüpfung verschiedener Texte bzw. kultureller oder medialer Erzeugnisse (vgl. Link 1983, S. 16). Damit ist das Element der partiellen Kopplung unterschiedlich positionierter und produzierter Diskurse als zentrale Funktion von Interdiskursen benannt. Daraus ergibt sich die Annahme, dass Diskurse als um Wissen oder Wahrheiten konkurrierende Instanzen aufzufassen sind, deren Positionierung stets in Abgrenzung zu anderen Diskursen entsteht (vgl. Link 2011, S. 446f.). Die grundlegende Annahme der Interdiskurstheorie ist also, dass verschiedene Spezialdiskurse mit unterschiedlichen Funktionen und Operativitäten existieren. Diese unterschiedlichen Spezialdiskurse und dasjenige Wissen, das sie produzieren, können wiederum miteinander gekoppelt werden. Solche Kopplungsverfahren werden als

interdiskursive bezeichnet. Diskurse, wie etwa der Literatur oder der Medien, die besonders viele Kopplungsinstanzen zu anderen Diskursen aufweisen, gelten als »institutionalisierte Interdiskurse« (vgl. Link und Link-Heer 1990, S. 93). Mediale Diskursivierungen von »Handwerk(en)« haben also interdiskursive Funktionen, auf die in dieser Studie eingegangen wird.

Dies wird besonders deutlich, wenn das Verhältnis von Interdiskursen in Abgrenzung zu zwei weiteren Konzepten betrachtet wird: Dem der Spezialdiskurse und dem des Elementardiskurses. Interdiskurse sind als vermittelnde Instanzen zwischen spezialisiertem Wissen und Allgemeinverständlichkeit angesiedelt. Link bezeichnet die von Foucault selbst analysierten Diskurse als Spezialdiskurse, da sie »als eng begrenzte Sagbarkeits- und Wißbarkeitsräume Objekte und Subjekte eines jeweils sehr speziellen Wissens generieren« (2011, S. 437). Darüber hinaus hebt Link hervor, Spezialdiskurse konstituierten sich in »Abschließung gegen arbeitsteilig »externes« Diskursmaterial« (1997, S. 50). Spezialdiskursen gelänge es dadurch, in sich möglichst konsistent zu bleiben (vgl. Link 1997, S. 50).

Wie funktioniert die gesellschaftliche Verständigung über diskursiv getrennt (re-)produziertes Wissen? Elemente der Spezialdiskurse, etwa verschiedener Wissenschaftsdisziplinen, der Politik, des Rechts oder des Sports, werden durch interdiskursive Elemente integriert. Durch die zunehmende Ausdifferenzierung in gesellschaftliche Spezialsysteme und ihre Diskurse sei auch die Verwendung von interdiskursiven, integrativ wirkenden Symbolen stark gestiegen (vgl. Link und Parr 1997, S. 123). So würden in Interdiskursen »Grundbegriffe[], Exempel, symbolische Modelle, systematische und narrative Schemata« der Spezialdiskurse verwandelt in »netzartige Konnotationsnetze, die sich typischerweise mit Kollektivsymbolen kombinieren« (Link 2011, S. 437f.). Neben der für Jürgens Links Studien zentralen Kategorie des Kollektivsymbols als allgemeinverständliches, diskursübergreifend integrierendes Element gelten aber auch Weltanschauungen, Darstellungsweisen, Narrative, Stereotype, Mythen etc. als aus Spezialdiskursen integrierbare Einheiten (vgl. Link 1983, S. 6). Da im hier untersuchten Handwerk(en)sdiskurs Kollektivsymbole nicht signifikant auftreten, sind stattdessen die letztgenannten Elemente zentrale Analyseeinheiten, die in dieser Studie herangezogen werden: Welche Argumentationsmuster, welche Vorstellungen, Erzählformen, Topoi und Inszenierungsweisen aus wissenschaftlichen Spezialdiskursen lassen sich im medialen Interdiskurs wiederfinden? Dabei ist zu berücksichtigen, dass die Integrationsleistung von Interdiskursen stets »in selektiv-symbolischen, exemplarisch-symbolischen, also immer ganz fragmentarischen und stark imaginären Brückenschlägen über Spezialgrenzen hinweg« erfolgt (Link 2011, S. 437f.). Es gilt also, von Verkürzungen, Ungenauigkeiten und Widersprüchen auszugehen, die sich beim interdiskursiven Rückgriff auf Spezialdiskurse ergeben.

Eine weitere wichtige Größe bei dieser Konzeption von Interdiskursen als Vermittlungsinstanzen ist der Elementardiskurs. Diesen bezeichnet Link auch als

»Alltagsdiskurs« (1997, S. 50). Er steht als Träger der Elementarkultur und ihres »Alltagswissen[s]«, wie Link mit Rekurs auf die Wissenssoziologen Peter Berger und Thomas Luckmann formuliert, in der von Link beschriebenen Diskursordnung auf der untersten Stufe (vgl. Link 2011, S. 440). Dies sei allerdings nicht als soziale Hierarchisierung zu verstehen:

Vielmehr sind beide [die »elaborierte« und »elementare« Stufe, FS] gleichermaßen funktional notwendig, weil die Elementarkultur nicht in erster Linie als Kultur sozialen Defizits, sondern vor allem als Kultur intensivster Subjektivierung des Wissens fungiert. In der Elementarkultur kombiniert sich das stark komplexitätsreduzierte historisch-spezifische Wissen [...] mit dem sogenannten anthropologischen Alltagswissen. (Link 2011, S. 444)

So ist Link zufolge auch eine Wissensspeisung aus »nicht hegemoniale[n] Elementardiskurse[n]« in den »elaborierte[n] Interdiskurs« im Rahmen des »Kreativzyklus von elaborierter und elementarer Kultur« möglich (vgl. 2005, S. 91-93). Die dominierende Richtung der Vermittlung ist für Link und in seinen Analysen jedoch top-down: Mit welchen literarischen bzw. sprachlichen Mitteln werden nun Wissensselemente der Spezialdiskurse in Interdiskursen integriert und dadurch subjektivierbar? Mediendiskurse als »institutionalisierte[] Interdiskurse[]« sind bei der Verfolgung dieser Frage ein wichtiger Untersuchungsgegenstand (vgl. Link und Link-Heer 1990, S. 93). Dieser Richtung folgt auch die vorliegende Untersuchung. Allerdings mit einer Erweiterung der Perspektive durch die WDA und ihren Rückgriff auf den Ansatz der Cultural Studies, wonach durchaus auch subkulturelles Spezialwissen aus dem Elementardiskurs bottom-up in den Interdiskurs eingespeist und dort vermittelt wird. Insbesondere beim »Crafting Revival« der 1990er- und 2000er-Jahre wird ein solcher Einfluss aus Subkulturen des Punk beobachtet (vgl. Langreiter 2017, S. 332).

Mit der Konzeption des Elementardiskurses ist ein wichtiges Bindeglied zur WDA hergestellt, die sich mit diskursiv geprägtem Alltagswissen befasst. Jedoch wird in dieser Studie keine Rezeptionsforschung betrieben, sodass der Elementardiskurs als Untersuchungsebene ausgespart wird. Stattdessen werden Spezialdiskurse zu »Handwerk(en)« analysiert. In den Abschnitten zur Genealogie des Handwerk(en)sdiskurses wird erforscht, welche Diskursivierungen aus Spezialdiskursen in den medialen Interdiskurs eingespeist werden. Hintergrund dafür ist die Überlegung, dass Spezialdiskurse maßgeblich beeinflussen, wie »Handwerk(en)« medial und gesellschaftlich bewertet wird. Sie liefern »wissenschaftlich bewiesene« Deutungen und Argumentationsmuster für wiederkehrende Annahmen über »Handwerk(en)«, die mit Handlungsaufforderungen versehen werden können, wie etwa, dass »Handwerk(en)« eine »grundlegend menschliche« Tätigkeit sei, die daher als Erbe oder »Kulturgut« bewahrt werden müsse. Diese These lässt sich sowohl in kulturanthropologischen Diskursen wie auch in nationalökonomischen Texten

und in der Volkskunde finden. Auf sie wird in zahlreichen Fragmenten im Mediendiskurs rekuriert, teilweise wird sie als Spezialwissen markiert und dabei mit unterschiedlichen Forderungen verknüpft, etwa ›Handwerk(en)‹ als museales Erbe zu bewahren, handwerkliche gefertigte Objekte zu erwerben oder Wissen und Praktiken frei verfügbar zu machen und so zu bewahren.

Im Vordergrund steht jedoch die Analyse der Mediendiskurse. Spezialdiskurse werden lediglich punktuell untersucht, dabei wird mit Hilfe von Sekundärliteratur ermittelt, welche Primärtexte relevant für die Diskursivierung im jeweiligen Fachgebiet sind und in welchen Fragmenten signifikante Deutungen von ›Handwerk(en)‹ vorgenommen werden. Obwohl die zentralen spezialdiskursiven Vorläufer für die im Mediendiskurs vorgefundenen Deutungen betrachtet werden, kann eine umfängliche Genealogie von ›Handwerk(en)‹ im Rahmen dieser Studie nicht geleistet werden.

3.2. Grounded Theory und Deutungsmuster

Das seit den 1990er-Jahren steigende Interesse der Sozialwissenschaften an Diskursanalyse als einer Form von Gesellschaftsanalyse hat auch dazu geführt, dass die Diskurstheorie im Anschluss an Foucault für die Zwecke sozialwissenschaftlicher Forschung operationalisierbar gemacht wurde (vgl. Keller et al. 2011). Diskurse als gesellschaftlich wirkmächtige Orte der Wissensproduktion befanden sich bis dahin lange außerhalb des Fokus der Sozialwissenschaften. Über die Integration der an Foucault anschließenden Diskursanalyse in wissenssoziologische Forschungsmethoden werden explizit auch Mediendiskurse in sozialwissenschaftliche Untersuchungen einbezogen. Einen Ansatz liefert Reiner Keller, indem er sozialwissenschaftlich-hermeneutische Interpretationsmethoden mit sozialkonstruktivistischen wissenssoziologischen Annahmen sowie mit Ansätzen des symbolischen Interaktionismus und den diskursanalytischen Überlegungen Foucaults kombiniert. Kellers »Wissenssoziologische Diskursanalyse« will er als »Kürzel« für eine »wissenssoziologisch-hermeneutische[] Diskurstheorie und Diskursanalyse« verwenden (Keller 2011c, S. 187). Insgesamt bietet die Wissenssoziologische Diskursanalyse Kellers keine fixierte Methode an, sondern vielmehr eine Forschungsperspektive (vgl. Keller 2011b, S. 149). Wie die vorliegende Studie bezieht sich Keller dabei auf Foucaults Ausführungen zum Diskurs sowohl in seinen archäologischen als auch in seinen genealogischen Schriften (vgl. Keller 2011c, S. 149).

Das Verfahren der Wissenssoziologischen Diskursanalyse orientiert sich an der gegenstandsbezogenen Theoriebildung, der Grounded Theory. Die Grounded Theory, vorgestellt von Barney Glaser und Anselm Strauss (2005), nimmt ihren Ausgangspunkt am zu analysierenden Material und entwickelt ihre theoretischen Annahmen ergebnisoffen aus den erhobenen Daten. Für die Untersuchungen in die-

ser Studie werden Texte und Filme kodiert, das heißt, einzelne Passagen werden mit abstrahierenden Kategorien versehen, die unterschiedliche Eigenschaften haben können und sukzessive präzisiert und gebündelt werden. Die Kodierung und Analyse des Materials erfolgen dabei parallel zur Datenerhebung, jedoch in unterschiedlicher Gewichtung: Im Laufe des Forschungsprozesses wird zu Beginn mehr erhoben, am Ende fast ausschließlich analysiert (vgl. Glaser und Strauss 2005, S. 79). Glaser und Strauss legen dem eine »Methode des ständigen Vergleichens« zugrunde (2005, S. 113). Dazu gehört auch, den Forschungsprozess selbst zu unterbrechen, etwa um weiterführende Gedanken während des Kodierungsprozesses in Form von Forschungsmemos festzuhalten, um später auf sie zurückkommen zu können (vgl. Glaser und Strauss 2005, S. 112).

Während das Ziel der Grounded Theory die Genese einer formalen Theorie ist, die Gültigkeit für verschiedene Sachbereiche beanspruchen kann (vgl. Glaser und Strauss 2005, S. 86f.), zieht Keller die Methode vor allem für die Korpusbildung und das Kodieren heran (vgl. Keller 2011a, S. 90, 98). So hat auch diese Studie nicht das Ziel, eine abstrahierbare Sozialtheorie zu formulieren. Das »ständige Vergleichen« lag hier zum einen in der Kontrastierung von erwerbsmäßigem »alten Handwerk« und freizeitleichem »Handwerken«, Handarbeiten und DIY. Zum anderen wurden mittels der vorgenommenen genealogischen Untersuchungen und durch Bezugnahme auf verschiedene Medienformate und den Untersuchungszeitraum von dreißig Jahren ständig einzelne Fragmente miteinander vergleichen. Zudem wurden theoretische Fundierungen in die Analyse und Kodierung miteinbezogen, die aber nicht eine im Vorfeld bereits feststehende Struktur bilden, in die die Interpretation »hineingebogen« werden muss. Tatsächlich standen zu Beginn der Untersuchung die Vorannahmen über die Beschaffenheit und Funktion von Diskursen. Die Einschränkung des Gegenstandes und die Ermittlung von sinnvollen Kriterien aus Theorien und Begriffsgeschichte zu »Arbeit«/»Nicht-Arbeit« und Gender erfolgten im Wechselspiel mit Datenerhebung und -analyse.

Das zentrale analytische Vorgehen der WDA liegt darin, relevante, also typische Aussagen zu identifizieren, die den Diskurs konstituieren. Dabei wird im Hinblick auf die verfolgte Fragestellung davon ausgegangen, dass Aussagen zu »Handwerk(en)« in diesen Diskursen mit wiederkehrenden Deutungsmustern versehen werden. Mit dem Analyseinstrument der Deutungsmuster können die für die Interdiskurstheorie ebenfalls als zentral geltenden Elemente wie Narrationen, Stereotype, Mythen etc. in ihrer Komplexität erfasst und verglichen werden. Keller zufolge werden mehrere, unterschiedliche Deutungsmuster diskursiv zu »Deutungsarrangements« verbunden (vgl. 2011c, S. 243). Keller und Truschkat definieren Deutungsmuster als

allgemeine Deutungsfiguren, die in konkreten Deutungsakten zum Einsatz kommen und dabei in unterschiedlicher sprachlich-materialer Gestalt manifest wer-

den. Darüber hinaus meint die Rede von einem Muster auch, dass hier mehrere, durchaus verschiedene Wissens- bzw. Deutungselemente, Argumentationsbausteine und bewertende Bestandteile verknüpft werden. Und natürlich muss ein Weltbezug oder Sachverhalt bestehen, auf die eine solche Deutungsfigur rekurriert. (Keller und Truschkat 2015, S. 303)

Diese Verwendung des Deutungsmusters greift zum einen das Konzept des Framings aus dem Symbolischen Interaktionismus auf, orientiert sich aber im Vorgehen an wissenssoziologischen Ansätzen (vgl. Keller 2011a, S. 108). Es gilt also, ähnlich wie in der »objektiven Hermeneutik« Ulrich Oevermanns (Oevermann et al. 1979), mittels Hypothesenbildung die jeweils plausibelste Bedeutung für zentrale Sinneinheiten des Diskurses herauszuarbeiten.¹ Dies geschieht mithilfe einer Sequenzanalyse, wobei Aufbau und Funktion der Deutungsmuster erschlossen werden. Insofern ist das Konzept des Deutungsmusters einerseits eine heuristische Kategorie, mit der Diskurse untersucht werden, und zugleich erhält sie einen ontischen Status, insofern die WDA annimmt, »dass in Diskursen mehr oder weniger spezifische Kombinationen von Deutungsmustern prozessiert werden, bzw. dass die Gegenstandskonstitution in Diskursen auf der Aussageebene in Gestalt von Deutungsmustern wissensanalytisch beschrieben werden kann« (Keller und Truschkat 2015, S. 303).

In dieser Studie wird der Deutungsmusteransatz verwendet, um die wichtigsten Deutungen, Forderungen und Subjektpositionen des Handwerk(en)diskurses zu erschließen. Insofern richtet sich der Blick auf diskursiv erzeugte oder benannte Kausalzusammenhänge, Wertvorstellungen, Verantwortlichkeiten, Lösungsansätze, Selbst- und Fremdbilder, mit denen im Rahmen der Deutungsmuster operiert wird. Beispielsweise wird im Deutungsmuster ›Handwerk(en) als kulturelles Erbe‹ das ›Aussterben‹ alter Handwerksbetriebe problematisiert. Es wird in einen Kausalzusammenhang mit mangelndem Interesse von Auszubildenden, aber auch mit einer geringen Nachfrage gebracht. Das heißt, für die Dimension der ›Ursache‹ lassen sich zwei inhaltliche Ausführungen feststellen: Nachwuchsmangel und geringe Nachfrage. Daran werden Verantwortlichkeiten und Forderungen gekoppelt, etwa das geringe Durchhaltevermögen von Jugendlichen und die zunehmende Akademisierung bzw. ein Mangel an ästhetischem Wissen und Qualitätsbewusstsein bei den Konsument*innen. Wie in diesem Beispiel ersichtlich, entstehen dabei auch (hier implizite) Subjekt- und Diskurspositionen, also etwa ›die desinteressierten Jugendlichen‹ oder ›die unwissenden Konsument*innen‹. Die Untersuchung dieser

1 Allerdings distanziert sich Keller von der Auffassung Oevermanns, Deutungsmuster seien als kollektiver Vorrat in Form von »latenten Sinnstrukturen« von Individuen in Alltagssituationen abrufbar, Keller 2011c, S. 241, und stärkt dagegen die diskursive Produktion von Deutungsmustern als »grundlegende bedeutungsgenerierende Schemata«, wobei er auch die Invention neuer Bedeutungsmuster einschließt, Keller 2011c, S. 243.

Subjektpositionen und ihr Vergleich erfolgen in dieser Studie als Teil der Analyse der Deutungsmuster.

3.3. Konvergenzen und Differenzen: Interdiskurstheorie und WDA

Die Ansätze der WDA und der Interdiskurstheorie wurden für die Untersuchungen dieser Studie kombiniert. Dabei zeigt sich, dass beide Verfahren kompatibel sind, sodass bestehende Unterschiede in der Terminologie und im methodischen Vorgehen aufgehoben werden können. Beispielsweise fungiert die Erweiterung des Korpus um Spezialdiskurse wie das kontrastierende Vergleichen, das die WDA vorschlägt. Obwohl bei Keller die Differenzierung zwischen Spezial- und Interdiskursen nicht forschungsleitend ist, ist die Analyse von Fachdiskursen aus Perspektive der WDA ebenfalls zielführend. Zudem stellt die WDA mit der Kategorie des Deutungsmusters eine Analyseeinheit vor, welche die von Link, Link-Heer und Parr angesprochenen Elemente wie Argumentationsmuster, Narrative, Mythen etc. integriert. Umgekehrt liefert die Interdiskurstheorie mit ihren sprachwissenschaftlich fundierten Methoden eine Möglichkeit, die Feinanalyse der WDA zu erweitern. Außerdem ist die Interdiskurstheorie offener für medienwissenschaftliche Analysemethoden (vgl. Parr 2007), die in dieser Studie herangezogen wurden, um die TV-Dokumentationen und Video-Tutorials zu untersuchen. Prinzipiell ist die WDA mit ihrem modifizierbaren methodischen Leitfaden und ihren ausgeprägten Reflexionen über theoriegeleitete Forschung anschlussfähig auch für andere diskurstheoretische Ansätze.

Ein weiteres Argument für eine Kombination stellt die in dieser Studie analysierte Materialbasis dar, die durch ihre empirische Breite und den Untersuchungszeitraum von dreißig Jahren eine Methode erfordert, mit der aus der Menge der Untersuchungsmaterialien ein handhabbares Korpus erzeugt werden kann. Hier ist der Fokus auf Deutungsmuster als materialübergreifende Perspektive hilfreich. Die Analyse von Deutungsmustern wurde mit semanalytischen Verfahren der Interdiskursanalyse ergänzt.

Trotz der starken Bezugnahme auf Foucault in beiden Ansätzen lassen sich drei zentrale theoretische Differenzen benennen, die gegen eine Kombination von Interdiskurstheorie und WDA eingebracht werden könnten. Alle drei wurden jedoch für den Rahmen der vorliegenden Studie vorläufig gelöst bzw. umgangen. Die erste Differenz ist die Frage nach handelnden Subjekten bzw. Akteur*innen in der Diskursproduktion und -rezeption. In Kellers WDA wird von Akteur*innen ausgegangen, die Diskurse herstellen und zwar im Rahmen des Repertoires, das in Diskursen bereitgestellt wird; Akteur*innen sind demnach »[i]ndividuelle oder kollektive Produzenten der Aussagen; diejenigen, die unter Rückgriff auf spezifische Regeln und Ressourcen durch ihre Interpretationen und Praktiken einen Diskurs

(re-)produzieren und transformieren« (Keller 2011c, S. 234). Link wendet sich in einem programmatischen Beitrag zur Subjekt-Frage deutlich gegen die Vorstellung, diskursive Positionen seien ein Resultat intersubjektiver Aushandlungsprozesse. Vielmehr sieht er das Entstehen neuer Diskurspositionen als in den Diskurs eingebettet an, z.B. in Form von diskursiven Ereignissen (vgl. Link 2005, S. 82, 92). Angenommen wird also, dass das Handeln von einzelnen Menschen oder Gruppen nach bestimmten Mustern verläuft, was wiederum an Foucaults Subjektivitäten-Begriff zurückgebunden werden kann, der Individuen in Gesellschaften eine eher begrenzte Wirkmächtigkeit zuschreibt (vgl. Bublitz 2011, S. 293).

Die Position dieser Studie ist etwas näher an der Auffassung der WDA: Diskurse können von Akteur*innen beeinflusst und auch verändert werden, dabei liefern Haltungen, Erwartungen und Zwänge, die wiederum diskursiv konstruiert sind, den entscheidenden Rahmen und meist auch Vorgaben, unter denen Diskurspositionen entstehen. Allerdings ist der erste Teil dieser Annahme nicht Untersuchungsgegenstand dieser Studie; sie kann in ihrem Rahmen nicht überprüft werden. Dies wäre mit einer stärkeren wissenssoziologischen Betonung oder – interdiskurstheoretisch formuliert – mit der Fokussierung des Elementardiskurses zwar möglich, aber nicht zielführend, da die Fragestellungen auf Mediendiskurse bzw. Spezialdiskurse konzentriert sind. Die Ebene und Relevanz von Akteur*innen wird in dieser Studie zwar anerkannt, jedoch in der Analyse ausgeblendet. Stattdessen werden Subjektpositionen analysiert, die für die jeweiligen Deutungsmuster relevant sind. Unter Subjektpositionen werden hier relativ fixe diskursive Konstrukte verstanden, die zur Identifikation oder Abgrenzung angeboten werden. Um diese Konstrukte zu untersuchen, werden ihre Eigenschaften betrachtet, etwa wenn ›der bodenständige alte Handwerker‹ mit seinem Erfahrungswissen als Personifizierung des ›Handwerk(en)s als kulturelles Erbe‹ konzipiert wird. Nicht untersucht wird dagegen, wie diese Subjektposition realisiert wird oder welche Funktionen und Positionen am Diskurs beteiligte Akteur*innen einnehmen, wie etwa der jeweilige Vorsitzende des Zentralverbands des Deutschen Handwerks, Politiker*innen oder Gewerkschaftsvertreter*innen.

Die zweite Differenz liegt in der unterschiedlichen Positionierung von WDA und Interdiskursanalyse gegenüber der Hermeneutik. Die Debatte um die Hermeneutik kann und soll hier nicht detailliert nachgezeichnet werden, zentrale Punkte weisen mit der Frage nach dem Subjekt als Gegenstand und Verursacher von Textanalysen jedoch auf die erste Differenz zwischen Akteur*innen und Subjektivitäten.² Während Link sich in seiner frühen Beschreibung einer »generativen Diskursanalyse« dezidiert gegen hermeneutische Verfahren der Textauslegung wendet (vgl. 1983, S. 157-174), bezeichnet Keller seinen Ansatz knapp dreißig Jahre spä-

2 Zur (Un-)Vereinbarkeit von Strukturalismus und Hermeneutik in diskursanalytischen Ansätzen vgl. Wrana 2014.

ter ebenso dezidiert als hermeneutisch (vgl. 2011a, S. 76). Links frühes Plädoyer für eine »generative Textanalyse« als »prinzipielle Alternative zur Hermeneutik« und ihren politischen Vereinnahmungen und metaphysischen Glaubenssätzen ist von der Überzeugung geprägt, strukturalistische Textanalysen würden nach dem Vorbild der Naturwissenschaften exakt und verifizierbar objektive bzw. »rationale« Ergebnisse liefern (Link 1983, S. 157, 164). Die Auseinandersetzung des frühen Link mit der Hermeneutik lässt sich an einer Debatte mit Jochen Hörisch und Hans-Georg Pott nachzeichnen, denen Link – nicht unbegründet – eine hypostasierende Interpretationsweise vorwirft und belegt, dass Interpretationen insbesondere literarischer Texte durch strukturalistische Methoden gestützt werden können (vgl. Link 1983).

Reiner Kellers Vorgehen würde ein solcher Vorwurf auch seitens des frühen Link kaum treffen. Ziel von Kellers rekonstruktiv verfahrenender Interpretation ist weder die Entdeckung der von der Autorin intendierten ›Bedeutung‹ eines Textes noch die Formulierung von allgemeingültiger und objektiver ›Wahrheit‹. Kellers Hermeneutik-Auffassung entspricht also nicht der (vom frühen Link kritisierten) klassischen philosophischen und literaturwissenschaftlichen Textauslegung, sondern sieht sich einer sozialwissenschaftlichen Hermeneutik verpflichtet, welche »die systematische Reflexion der eigenen Deutungsprozesse der Forschenden« einfordert (Keller und Truschkat 2015, S. 296). Insofern geht Keller davon aus, dass Forschung generell nicht vom forschenden Subjekt zu trennen ist; dies bezieht er auch auf Strukturanalysen, die »nur als hermeneutische Auslegearbeiten zu begreifen [seien]« (2011c, S. 133). Folglich würde Keller auch die strukturalistisch verfahrenende Semanalyse der Interdiskursanalyse als hermeneutisch bezeichnen, was für Link mit Verweis auf sein Subjektverständnis wohl nicht annehmbar wäre. Dennoch erscheinen die skizzierten Positionen zur Hermeneutik gerade mit Kellers Verweis auf die sozialwissenschaftliche Hermeneutik-Schule eher als Pseudodifferenz. Für den Rahmen dieser Studie ist wichtig, Diskursanalyse methodisch so kontrolliert zu betreiben, dass am Ende valide Ergebnisse stehen. Dabei ist weder die strukturalistische Überzeugung, wiederkehrende, relativ stabile Strukturen vorzufinden, noch der Prozess des Kodierens unabhängig von der Interpretationsleistung der Forscherin zu denken. Da aber die subjektive Interpretation durch einen reflektierten und dokumentierten Kodierungsprozess nachvollziehbar gemacht wird, lösen sich für den Rahmen dieser Studie die skizzierten Widersprüche zwischen (Post-)Strukturalismus und (Post-)Hermeneutik zumindest vorläufig auf.

Eine dritte Differenz liegt in den sozialtheoretischen Verortungen beider Ansätze. Die Interdiskurstheorie ist als sprach- und literaturwissenschaftlicher Ansatz keiner soziologischen Theorie zuzuordnen, ihr werden jedoch Schnittmengen mit der Systemtheorie von Niklas Luhmann attestiert (vgl. Link 2003; Parr 2003; Reinhardt-Becker 2004; Stäheli 2004). Dagegen orientiert sich die WDA neben ih-

rer wissenssoziologischen Ausrichtung lose an Anthony Giddens' Strukturations-theorie (vgl. Keller 2011c, S. 205) und versucht im Sinne der Grounded Theory sozialtheoretische Vorannahmen auszuschließen. Giddens (1984) geht davon aus, dass gesellschaftliche Realitäten aus dem Zusammenspiel von Akteur*innen (z.B. Individuen oder Institutionen) und Strukturen konstituiert werden. Akteur*innen erzeugen und reproduzieren Strukturen, die wiederum die Handlungsräume für Akteur*innen eröffnen oder eingrenzen. Diese Idee der Dopplung ist durchaus kompatibel mit Foucaults Vorstellung des Dispositivs, das »immer auch an eine oder an mehrere Wissensgrenzen gebunden [ist], die daraus hervorgehen, es aber genauso auch bedingen« (Foucault 2003, S. 395). Dieser Einschätzung folgend, basiert die vorliegende Studie auf dem Verständnis, dass Diskurse Teil gesellschaftlicher Realität sind und diese mitkonstituieren, aber auch verändern.

Ebenfalls auf Foucaults Dispositiv-Konzept fußt die Annahme der Interdiskurstheorie, wonach Gesellschaften arbeitsteilig organisiert und zudem sozial stratifiziert sind (vgl. Link 2011, S. 446). Dabei wird implizit eine Engführung vorgenommen, da die Bedeutung von sozialen Hierarchien für die Durchsetzungsfähigkeit von Diskursivierungen überbetont wird. Der Fokus auf die gesellschaftliche Position der im Diskurs angesprochenen Personen oder Gruppen und ihre Privilegien impliziert sehr starke Vorannahmen für die Untersuchung und birgt das Risiko eines Zirkelschlusses: So könnte man anzunehmen, dass die Diskursivierung ›Handwerk(en) als kreative Selbstverwirklichung‹ von gesellschaftlichen Eliten und für sie vorgenommen und daher gehört wird, sich deshalb als dominante Deutung etabliert und fortan auch von anderen, weniger privilegierten Gruppen rediskursiviert wird.

Als verkürzte Darstellung mag diese Einschätzung zunächst überzeugen. Zwei Probleme ergeben sich jedoch unmittelbar: Die soziale Positionierung lediglich entlang von Einkommenskategorien muss als zu stark vereinfachend zurückgewiesen werden. Stattdessen ist davon auszugehen, dass die Inszenierung als ›kreative‹ ›DIY-Unternehmerin‹ nicht zwangsläufig mit hohem Einkommen korrespondiert. Ist sie also als ›Elite‹ einzuordnen oder als ›unterprivilegiert‹?³ Für diese Studie ist durchaus von Interesse, welche Stellung der ›DIY-Unternehmerin‹ im Vergleich zu anderen Subjektpositionen zukommt, dabei führt jedoch ihr vermuteter sozialer Status womöglich zu einer Fehleinschätzung: Um zu erfahren, ob (und zu welcher Zeit und in welchem Kontext) die ›DIY-Unternehmerin‹ eine angesehenere Subjektposition ist als etwa der ›bodenständige, alte Handwerker‹, ist vielmehr ent-

3 Zu dieser Frage ermöglichen Untersuchungen über das subkulturelle Kapital aus den Cultural Studies ein differenziertes Bild, vgl. Thornton 1995; McRobbie 2016; mit Blick auf die sozio-ökonomische Verortung von Kreativberufen vgl. Basten und Sigurt 2020 sowie auf die Debatte um die empirische Evidenz der »neuen Mittelklasse« bei Andreas Reckwitz vgl. Kumkar und Schimank 2021 sowie Reckwitz 2021.

scheidend, welches Wissen und welche Kompetenz den Subjektpositionen jeweils zugeschrieben werden. Zweitens ist das hier untersuchte Korpus, wenn man die Zielgruppen der Medien vergleicht, relativ homogen: Adressiert werden überwiegend Personengruppen, die ›der Mittelschicht‹ bzw. der ›gehobenen Mittelschicht‹ zuzuordnen sind, zudem weiß und gebildet sind. Folglich ist zu vermuten, dass soziale Stratifikation auf die hier untersuchten Diskursivierungen zwar einen Einfluss hat, dessen Wirkungsweise jedoch nicht vorab bestimmt werden kann. Es gilt also zu berücksichtigen, ob und in welcher Form Verdienst, soziale Absicherung und Prekarität angesprochen werden, beispielsweise wenn ›Handwerk(en)‹ als selbstständige Arbeit thematisiert wird.

Daher orientiert sich die vorliegende Studie stärker an der Prämisse der WDA, möglichst wenig sozialtheoretische Vorannahmen in die Analyse miteinzubeziehen. Zusammenfassend zeigt sich, dass die Ausrichtung an der Diskurstheorie im Anschluss an Foucault zusammen mit den Erweiterungen im Hinblick auf die Ko-Konstruktion von ›Arbeit‹/›Nicht-Arbeit‹ und Gender den notwendigen Rahmen liefert, um das theoretisch-methodische Vorgehen der Interdiskurstheorie und der WDA kombiniert umzusetzen.

3.4. Analysekategorien und Vorgehen

Die Vorgehensweise lässt sich in einzelne Analyseschritte strukturieren, die jedoch nicht streng sequenziell erfolgen. Vielmehr handelt es sich um einen Prozess, bei dem Sichtung, Auswahl, Auswertung, Analyse und Verschriftlichung parallel vorgenommen wurden. Dabei wurden Verfahren der WDA mit jenen der Interdiskurstheorie kombiniert. Die eigentliche Untersuchung beginnt mit der Erfassung des äußeren Kontexts eines für relevant erachteten Diskursfragments; dieses Vorgehen schlagen beide methodischen Ansätze vor. Den Kern bildet eine Feinanalyse: Mit Hilfe eines software-gestützten Kodierungsverfahrens (MAXQDA) wurden die häufigsten Deutungsmuster von ›Handwerk(en)‹ ermittelt, deren jeweiliger Aufbau und Funktionsweise abstrahiert dargestellt werden. Dieser Ansatz wird von der WDA vorgeschlagen, das Konzept des Deutungsmusters enthält jedoch Analysekomponenten der Interdiskursanalyse. Fragmente, in denen besonders viele Komponenten der Deutungsmuster enthalten sind, wurden zusätzlich auf ihre binäre Opposition und verwendete Semantiken untersucht, was sich auf das sprachwissenschaftlich fundierte Verfahren der Interdiskursanalyse stützt.

Für die Diskursivierung von ›Handwerk(en)‹ sind drei besonders häufig auftretende und komplexe Deutungsmuster ausschlaggebend: ›Handwerk(en) als kulturelles Erbe‹, ›Handwerk(en) als kreative Selbstverwirklichung‹ und ›Handwerk(en) als Therapie‹. Ihre Reihenfolge entspricht ihrer Häufigkeit und ihrer Relevanz, so ist das ›Handwerk(en) als Therapie‹ am wenigsten häufig vergeben und auch deut-

lich weniger komplex als ›Handwerk(en) als kulturelles Erbe‹. Einige weitere Deutungen, wie etwa diejenige, dass ›Handwerk(en)‹ eine Erziehungsmaßnahme sei, sind im untersuchten Sample unterrepräsentiert. Andere erfüllen nicht das Kriterium von Deutungsmustern, komplexe Zusammensetzungen von Deutungen zu enthalten. Solche Deutungselemente und die dazugehörigen Codes wurden entweder obsolet oder sie wurden beim Clustern der Codes neu zugeordnet. So ist etwa die Aussage, dass ›Handwerk(en)‹ eine Alternative zum Konsum sei, als Teil des Autonomietopos im Deutungsmuster ›Handwerk(en) als kreative Selbstverwirklichung‹ aufzufassen.

Eine weitere Analysekategorie sind Subjektpositionen, welche die Analyse der Deutungsmuster erweitern. Dabei werden sechs unterschiedliche diskursive Subjektentwürfe aufgezeigt und zueinander in Beziehung gesetzt. Die Analyse der Subjektpositionen basiert auf den Subjekteigenschaften, die den Positionen zugeschrieben werden und die je nach Deutungsmuster unterschiedlich ausfallen. Als zentrale Kategorien wurden hier ›Einstellungen, Fertigkeiten und Tugenden‹, ›Wissensgefüge‹ sowie ›Erwerb von Wissen‹ und ›Weitergabe von Wissen‹ erfasst. Zudem wurde, um die Konstruktion von ›Arbeit‹/›Nicht-Arbeit‹ zu untersuchen, die Beschreibung der Herstellungsprozesse analysiert. Dabei wurden Verweise auf ›Mühsal‹, als aus der Begriffsgeschichte abgeleitetes Kriterium, mit der Kode-Kategorie ›Arbeitsbedingungen‹ erfasst. In diesem Zusammenhang wurde auch die ›Nutzung von Maschinen‹ als Kode-Kategorie vergeben. Zudem wurden sämtliche Passagen, in denen Genderzuschreibungen gemacht werden, kodiert. Eine weitere relevante Kategorie bilden Zeitsemantiken.

Zudem wurden genealogische Einflüsse auf die Konstruktion der Deutungsmuster identifiziert und ihrerseits analysiert. Hierbei waren die Annahmen der Interdiskursanalyse über die Funktionen von Spezial- und Interdiskursen forschungsleitend; dabei wird davon ausgegangen, dass Deutungsmuster in Spezialdiskursen ausführlicher und komplexer vorliegen und im medialen Interdiskurs selektiv auf sie zurückgegriffen wird. Methodisch wurde bei der Analyse der Spezialdiskurse lediglich der Aufbau der Deutungsmuster untersucht, dabei wurden in einzelnen Fällen auch semanalytische Verfahren bemüht. Auf Subjektentwürfe in den Spezialdiskursen wird ebenfalls eingegangen.

3.4.1. Korpusbildung und Kriterienentwicklung

Wie wird ein Diskursfragment als zum analysierenden Korpus zugehörig identifiziert? Die Feinanalyse einzelner Aussageereignisse eines Diskurses sei, so Keller,

ein interpretativer Akt, der auf den Kompetenzen des bzw. der Forschenden beruht. Sie ist ressourcenaufwändig und kann im Regelfall nicht alle Daten des Korpus miteinbeziehen, sondern muss eine systematisch reflektierte und begründete

Auswahl von Texten oder Textteilen innerhalb des Korpus treffen, also das Datenkorpus weiteren Einschränkungen unterziehen, gerade auch im Hinblick auf den Anspruch, Aussagen über einen Diskurs insgesamt zu treffen. (Keller 2011a, S. 91f.)

Die Auswahl der für die Feinanalyse geeigneten Passagen erfolgte entsprechend kriteriengeleitet und mit Bezug auf die Fragestellungen. Zunächst wurden vergleichsweise offene Kriterien herangezogen: Es wurden lediglich diejenigen Fragmente zur Feinanalyse herangezogen, die ausführliche argumentative oder deskriptive Textteile enthalten und dabei auch auf die jeweilige handwerkliche Praktik oder handwerkliches Selbermachen, Handarbeiten oder altes Handwerk eingehen. Es wurden also nur solche Diskursfragmente betrachtet, in denen in irgendeiner Weise Deutungen zum ›Handwerk(en)‹ vorgenommen werden. Besonders knappe Fragmente wie Veranstaltungsankündigungen, Handarbeitsmuster, Bauanleitungen und Produktempfehlungen wurden folglich ausgeschlossen.

Den Kern bilden Porträts über vorindustrielle handwerkliche Berufe, Herstellungstechniken und/oder die sie ausübenden Personen. Dabei ist unerheblich, ob die Techniken als ›alte‹ handwerkliche Techniken beschrieben werden oder nicht. Insgesamt wurde lediglich auf Praktiken eingegangen, die der Definition des ›Herstellens‹ im Sinne Hannah Arendts (1981) entsprechen. Mit dem Fokus auf das Genre des Handwerk(en)sporträts konnte ein homogener Datensatz gebildet werden, der die vergleichende Untersuchung von Diskursivierungen von ›Handwerk(en)‹ gender-, medien- und epochenübergreifend ermöglicht. Den Kernbestand des Korpus machen Firmenporträts aus, wie sie insbesondere in der Wirtschaftsberichterstattung typisch sind, sich aber auch in Lifestylezeitschriften und Wochenendbeilagen etabliert haben. Hier ist zu berücksichtigen, dass Firmenporträts von Unternehmen als PR genutzt werden und insbesondere bei kleinen Betrieben eine kritische Außensicht schwer zugänglich ist, sodass für Journalist*innen »[d]ie Gefahr der Jubelarie« besteht, wie es in einem Handbuch zum Wirtschaftsjournalismus heißt (Frühbrodt 2007, S. 141). Ohne Zweifel sind Berichte über ›alte Handwerksbetriebe‹ oder Selbermachkurse in auflagenstarken Medien wie *Landlust* oder TV-Dokumentationen im Vorabendprogramm ein nicht zu unterschätzender Werbefaktor für die porträtierten Unternehmen.

Das Genre des Porträts wird jedoch weit gefasst: Ein Online-Tutorial zum Tischlern ohne Maschinen wird hier ebenso als Porträt (einer ›alten‹ Handwerks-technik) aufgefasst wie Blogeinträge einer Strickerin, die als Selbstporträt angelegt sind. So sind insbesondere diese Porträtierungen von ›Nicht-Arbeit‹ vergleichbar mit Zeitungs- und TV-Porträts über ›alte Handwerksmeister‹ oder Zeitschriften-Porträts über Designer*innen, die mit ihrem Handarbeitshobby ebenfalls Geld verdienen. Um den jeweiligen Kontext näher analysieren zu können, wurden darüber hinaus auch längere argumentative Fragmente, wie Editorials, Einführungstexte, Kommentare oder Reportagen und Selbsterfahrungsberichte über

handwerkliches Selbermachen und erwerbsmäßiges ›altes Handwerk‹ hinzugenommen. Oftmals sind Anleitungen an Porträts angegliedert oder Teil des Porträts.

Um diese Kriterien für die Korpusbildung im Sinne des »theoretic sampling« zu erstellen (vgl. Keller 2011a, S. 90f.), wurden zahlreiche weitere Fragmente insbesondere aus Zeitschriften gesichtet, digitalisiert und teilweise analysiert, aber nicht in das Korpus aufgenommen. Dabei zeigte sich, dass die offenen Kriterien einen zu großen (nicht digitalisierten) und heterogenen Datensatz ergeben.⁴ Daher wurde mit dem Genreübergreifend des ›Porträts‹ eine Präzisierung vorgenommen, die dazu führte, dass Handarbeits- und Heimwerkerzeitschriften wider Erwarten nicht in das Korpus aufgenommen werden konnten. ›Handwerk(en)‹ wird in Frauenzeitschriften wie *Brigitte* oder monothematischen Zeitschriften wie *Burda Handarbeiten*, *Brigitte Kreativ* oder *Selbst ist der Mann* im Untersuchungszeitraum mit wenig Argumentationsaufwand dargestellt. Das handwerkliche Selbermachen ist insbesondere im Bereich des ›weiblichen‹ Handarbeitens wie Häkeln, Stricken und Nähen eine Praktik, die in diesen Zeitschriften nicht gesondert begründet oder gar porträtiert werden muss. Stattdessen wird auf das zu fertigende Objekt und dessen Vorzüge fokussiert, während die jeweilige Technik und ihre Anwender*innen nebensächlich sind. Dies ist auch dem Umstand geschuldet, dass ›weibliche‹ Handarbeiten als häusliche Freizeitbeschäftigung, Reproduktionsarbeit, Heimarbeit oder Nebenerwerbstätigkeit seit geraumer Zeit etabliert sind. Auch das Genre der Näh-, Häkel- oder Strickanleitung in Zeitschriftenform ist seit Mitte des 18. Jahrhunderts bekannt (vgl. Freiß 2011, S. 33). Anhand der Anleitungen ließen sich zwar ästhetische und technische Veränderungen sowie Veränderungen in der Popularität von Handarbeiten und in den Anforderungsprofilen an die Handarbeitende untersuchen, was jedoch nicht Gegenstand dieser Studie ist. Ganz anders verhält es sich im Diskurs überwiegend ›weiblicher‹ Handarbeitsblogger*innen, deren Passion für Stricken, Spinnen oder Häkeln in Selbstporträts ausführlich begründet wird. Daher wurden ausgewählte kommerzielle und nichtkommerzielle Handarbeitsblogs als Teil des Diskursereignisses des ›Crafting-Revivals‹ ab den 2000er-Jahren untersucht.

Dagegen wird Heimwerken als neue, aus den USA ›importierte‹ Praktik der Nachkriegszeit im Diskurs der Zeitschrift *Selbst ist der Mann* erst erläutert, begründet und gefestigt. Dieser Prozess vollzieht sich in den ersten beiden Jahrzehnten des Erscheinungszeitraums der Zeitschrift, also von 1957 bis in die 1970er-Jahre

4 FAZ/FAS war das einzige untersuchte Printmedium, das in digitalisierter Form vorlag und mittels Schlagwortsuche bearbeitet werden konnte. Bei allen anderen Zeitschriften wurden sämtliche Jahrgänge des Untersuchungszeitraums aus dem Bestand der Deutschen Nationalbibliothek eingesehen, relevante Fragmente digitalisiert und ausgewertet.

(vgl. Voges 2017, S. 190f.). Zu Beginn des Untersuchungszeitraums dieser Studie ist das Heimwerken als Freizeitpraktik also etabliert. Die Wiederentdeckung unter dem Stichwort ›Craft(ing)‹ geht vor allem von Internetdiskursen aus. Jedoch ist es – im Vergleich zum ›weiblichen‹ Handarbeiten – ungleich schwerer, in klassischen Heimwerkerzeitschriften DIY-Praktiken zu identifizieren, die überhaupt als ›altes Handwerk(en)‹ untersucht werden könnten: Renovierungsarbeiten und der Bau von Kleinmöbeln oder Gartenobjekten sind dort die häufigsten Themen. Auch hier liegt der argumentative Fokus auf den Objekten. In der Ausführung wird die Verwendung von Maschinen und vorgefertigten Elementen vorausgesetzt (vgl. Schulze 2012; Voges 2017, S. 196–198), sodass das Kriterium der ›vorindustriellen Techniken‹ nicht erfüllt wird. Am Beispiel von Heimwerkerzeitschriften ließen sich also auch veränderte Anforderungen und Ästhetiken untersuchen, wobei zu vermuten ist, dass zumindest ästhetisch ein zunehmendes Interesse an ›handwerklichen‹ Vollholzmöbeln im Laufe der 2010er-Jahre auch in *Selbst ist der Mann* zu beobachten ist. Um ein ›männliches‹ Heimwerken zu untersuchen, das kompatibel zur vorgenommenen Eingrenzung auf Porträts und ›altes Handwerk(en)‹ ist, wurden hier die DIY-Selbsterfahrungsberichte des ›Männermagazins‹ *Walden* sowie zwei Video-Tutorials zur Fertigung von Kleinmöbeln in Handarbeit ausgewertet.

3.4.2. Feinanalyse

Das von Keller vorgeschlagene Verfahren sieht eine Sequenzanalyse der als relevant erachteten Fragmente bzw. Passagen vor. Dabei werden die zunächst abstrakt vergebenen Kode-Kategorien zu komplexeren Deutungsmustern erweitert und zugleich verdichtet. Erste Hinweise auf vorgenommene Deutungen und die Funktionsweise und Dimensionen des Deutungsmusters wurden bereits während des ersten Sichtens und Kodierens in Forschungsmemos festgehalten. Um die Konstruktion des Deutungsmusters korrekt zu erfassen, wurden möglichst viele Hypothesen darüber gebildet, was in der jeweiligen Passage gemeint sein könnte (vgl. Keller 2011a, S. 109), und in Form von Memos notiert. So wurde das Augenmerk insbesondere auch auf Aussagen gerichtet, die nicht gemacht werden, also nicht sagbar sind. Diese Bedeutungshypothesen wurden anschließend auf die plausibelste reduziert (vgl. Keller 2011a, S. 109). Dies erfolgte stets im Hinblick auf die Fragestellungen.

Was Kellers Deutungsmusteranalyse unbeachtet lässt, sind der sprachlich-symbolische Aufbau, interdiskursive Verflechtungen sowie die mediale Inszenierung der Darstellung, die jedoch ebenso darüber Aufschluss geben, welche Wertungen, Deutungen und Interpretationen ermöglicht und unterstützt werden. Um diese sinngenerierenden Elemente ebenfalls in die hier vorgenommene Diskursanalyse einbeziehen zu können, wurde auf Verfahren der Interdiskursanalyse zurückgegriffen. Binäre Oppositionen bilden das Grundgerüst für die

Isotopieanalyse nach Greimas (1971, S. 63ff.). Es werden zunächst Äquivalenzen für eine Isotopie gebildet und deren Denotationen und Konnotationen in einem Zwei-Kolonnen-Schema aufgeführt. Gegenüberstellungen verlaufen oftmals über binäre Isotopieketten, beispielsweise können ›Tradition‹ und ›Fortschritt‹ die binären Isotopien ›Natur‹ vs. ›Technik‹, ›Land‹ vs. ›Stadt‹, ›Hand‹ vs. ›Maschine‹ ausbilden. In Filmen können die Isotopien auch auf Ebene der Tonspur, des Bildes und ggf. auf der eines eingeblendeten Textes erscheinen (vgl. Parr 2007). Dieses Vorgehen wurde sowohl für Fragmente des Mediendiskurses als auch insbesondere für längere Fragmente der Spezialdiskurse angewandt. So konnte die Argumentationsweise in Fragmenten relativ schnell und umfassend analysiert werden. Auch Positionierungen, also die Konstruktion von Diskurs- und Subjektpositionen wurden so erfasst.

Um TV-Dokumentationen und Video-Tutorials zu analysieren und zu vergleichen, wurden für ausgewählte Episoden Sequenzprotokolle erstellt. Diese fassen Handlungsinhalte zusammen, weisen auf Besonderheiten hin und wurden ebenfalls kodiert. Dabei wurde für einzelne Szenen auf weitere Analyseeinheiten der Film- und Fernsehanalyse (vgl. Hickethier 2012) eingegangen, also etwa die Einstellungsgrößen, eingespielte Musik sowie Kameraaktivitäten. Durch die Verschriftlichung in Form von Tabellen werden das komplexe Geschehen und die Inszenierungsweise, die entscheidend dafür ist, welche Deutungsinhalte transportiert werden, vergleichbar. So konnten beispielsweise Unterschiede in der Diskursivierung im Untersuchungszeitraum herausgestellt werden. Da jedoch die meisten der analysierten Videos online verfügbar sind, wurde auf eine umfassende Transkription und die Anlage der Protokolle verzichtet.

Die Feinanalyse gilt mit Keller dann als abgeschlossen, wenn »das Material erschöpfend analysiert ist, sich also in Bezug auf die Forschungsfragen keine neuen Erkenntnisse mehr ergeben« (Keller 2011a, S. 114). Ziel der gesammelten Feinanalysen ist, die relevanten Deutungsmuster und zugehörigen Subjektpositionen des Handwerk(en)sdiskurses zu rekonstruieren und aufeinander zu beziehen. Dies geschah auch im Hinblick auf Verschiebungen und Veränderungen.

3.5. Korpus

Um die Übersicht über die analysierte Materialvielfalt und den zeitlichen Rahmen zu erleichtern, wurden für die einzelnen Medienprodukte die Produktionskontexte erfasst. Dabei sind Art und Verbreitung des Dokuments, politische Ausrichtung und Zielgruppen ausschlaggebend. Hier wird darüber hinaus auf Veränderungen eingegangen, die sich mit Blick auf die untersuchten Fragestellungen im Untersuchungszeitraum ergeben.

3.5.1. Print

3.5.1.1. Frankfurter Allgemeine Zeitung und Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung

Die Frankfurter Allgemeine Zeitung (FAZ) erscheint seit 1949 und ist, gemessen an den Zahlen der verkauften Auflagen, nach der *Bild-Zeitung* und der *Süddeutschen Zeitung* die drittstärkste überregionale Tageszeitung in Deutschland und zählt zur ›Qualitätspresse‹ (vgl. Statista 2020b, S. 17). Wie bei allen Tageszeitungen ist auch bei der FAZ ein Rückgang der verkauften Auflagen im Untersuchungszeitraum festzustellen (vgl. Statista 2020b, S. 14). Im Vergleich zu 1990 hat sich die Auflage der FAZ halbiert, im dritten Quartal 2020 erzielte die FAZ eine verkaufte Auflage von annähernd 200.000 Exemplaren (vgl. IVW 1990, S. 21; Statista 2020b, S. 17). Herausgegeben wird die Zeitung von einem wechselnden Team (bislang ausschließlich ›männlicher‹) Herausgeber. Die politische Ausrichtung der FAZ gilt als konservativ, was sich jedoch insbesondere auf Auswertungen politischer Kommentare stützt (vgl. Eilders 2004; Scherer 2020); das Feuilleton und der Regionalteil der Zeitung treten dagegen pluralistischer auf (vgl. Reus und Harden 2005, S. 169; Hoeres 2019, S. 358, 429). 2007 modernisiert die Zeitung ihre grafische Gestaltung, eine farbige Fotografie erscheint auf der Titelseite und sie übernimmt weitestgehend die Schreibweise der Rechtschreibreform (vgl. Hoeres 2019, S. 315f., 395). 2001 wird, vergleichsweise spät, eine Internetausgabe publiziert, die sukzessive erweitert wird (vgl. Hoeres 2019, S. 400f., 445).

Von 2001 an erscheint zudem die zuvor lediglich als Regionalzeitung aufgelegte *Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung* (FAS) bundesweit. Diese ist redaktionell eigenständig, wird jedoch als Sonntagsausgabe der FAZ publiziert und kooperiert eng mit dieser (vgl. Hank 2017, S. 149). Die Haushalte der Leser*innen beider Zeitungen verfügen über ein hohes monatliches Nettoeinkommen von im Jahr 2020 durchschnittlich über 4.000 Euro, wobei dasjenige der FAS- noch über dem der FAZ-Leser*innenschaft liegt (vgl. Statista 2020a, S. 12). Folglich wird bei der FAS von einer finanziell abgesicherten Zielgruppe ausgegangen, die als »bürgerliche Elite« imaginiert wird (Hank 2017, S. 149). Die FAS wird 2015 grundlegend umgestaltet; beispielsweise wird das Ressort »Gesellschaft«, in dem viele Handwerk(en)sporträts erscheinen, in »Leben« umbenannt und prominenter platziert. Dabei ist – im Vergleich zur FAZ – ein stärkerer Fokus auf ›Lifestyle‹-Themen wie Mode, Ernährung und Einrichtung auszumachen. Auch die Auflagen der FAS sind rückläufig, und sanken zuletzt auf etwas über 200.000 Exemplare (vgl. Statista 2020a, S. 18).

Mit dem Medium der überregionalen Tageszeitung FAZ konnte der gesamte Untersuchungszeitraum kontinuierlich betrachtet werden, da alle Ausgaben der

FAZ und FAS⁵ seit den 1990er-Jahren vollständig digitalisiert als einzelne Zeitungsseiten abrufbar sind, sodass Kontext, Satz und Bilder ersichtlich sind. Bei der Recherche relevanter Fragmente wurde auf die Datenbank der FAZ zurückgegriffen, die den Zugang zu sämtlichen digitalisierten Ausgaben seit 2001 und zu über 1,6 Millionen Artikeln seit 1993 sowie zu über 2,6 Millionen Artikeln von 1960 bis 1993 ermöglichte. Die Eingabe der Schlagworte »alt + Handwerk« und die Eingrenzung auf den Untersuchungszeitraum sowie einen Artikelumfang von mehr als 700 Wörtern ergab über 10.000 Treffer für beide Zeitungen, die dann mit Hilfe zusätzlicher Eingrenzungen nach Ressort⁶ gesichtet wurden. Zusätzlich wurden mit dem Schlagwort »Handarbeiten« für beide Zeitungen rund 150 Artikel mit mehr als 700 Wörtern identifiziert und gesichtet und aus beiden Samples zusammen über vierzig Artikel für die Feinanalyse ausgewählt. Zusätzlich wurden Fragmente gesichtet, in denen sich Vertreter*innen des Zentralverbands des Deutschen Handwerks äußern oder in denen die Reformen der Handwerksordnung thematisiert sind. Diese Diskursereignisse sind als Hintergrundinformationen relevant und liefern den Kontext für die Analyse der Fragmente aus der FAZ, die als Teil einer wirtschaftspolitischen Berichterstattung anzusehen sind. Dies gilt weniger für die Wochenzeitung FAS, wo etliche Porträts im Ressort »Gesellschaft« bzw. »Leben« erscheinen.

Da FAZ/FAS das einzige Medienprodukt ist, mittels dessen Veränderungen im gesamten Untersuchungszeitraum festgestellt werden konnten, wurde die Untersuchung stärker auf Veränderungen, diskursive Ereignisse und Deutungsverschiebungen fokussiert. Insofern liefert die Auswertung von FAZ/FAS einen Überblickskontext für die Analyse der Deutungsmuster. In diesem Zusammenhang wird auch auf die historisch-soziale Situation eingegangen, die für die Diskursivierung von »Handwerk(en)« relevant ist. Diskursereignisse wie die Wiedervereinigung, die Reform der Handwerksordnung im Rahmen der Agenda 2010 und die internetbasierte »Renaissance« des »weiblichen« Handarbeitens werden in dieser Diachronie berücksichtigt.

3.5.1.2 Landlust

Die Zeitschrift *Landlust* (LL) erscheint erstmals 2004 als Ergebnis eines internen Projekts des Deutschen Landwirtschaftsverlags Münster mit dem Ziel, eine Publikumszeitschrift über das Landleben herauszugeben und sich damit neue Zielgruppen abseits des Fachpublikums zu erschließen (vgl. Baumann 2018, S. 156f.). Dieses

5 Die FAS erscheint erst ab 2001 überregional, zuvor lediglich als Regionalausgabe für die Rhein-Main-Region.

6 Zuvor hatte eine Sichtung erster Jahrgänge ergeben, dass die relevanten Porträts in den Ressorts »Wirtschaft«, in »Bilder und Zeiten«, »Technik und Motor« und im »Reiseblatt« veröffentlicht sind. Gegenstandsferne Artikel aus dem Feuilleton und dem Politikteil waren somit ausgegliedert.

Ergebnis wird als Erfolgsgeschichte während der Krise der Printmedien bewertet; *Landlust* gilt als stilprägend für ein ganzes Segment ähnlicher Landmagazine zum Ende der 2000er-Jahre. Die Verkaufszahlen des sechsmal im Jahr erscheinenden Magazins erreichen in den 2010er-Jahren über eine Million pro Ausgabe (vgl. Baumann 2018, S. 9f.). Seit 2017 sind die Verkaufszahlen etwas zurückgegangen und haben sich zwischen 2018 und 2020 bei um die 800.000 verkauften Exemplaren pro Auflage eingependelt (vgl. IVW 2020b). Damit bleibt die Zeitschrift auch über ihr Segment hinaus marktführend und hat deutlich höhere verkaufte Auflagen als etablierte Publikumszeitschriften wie *Stern* oder *Der Spiegel*. Hinzu kommen Nebenprodukte wie *Landkind*, *Landgenuss* oder *Landlust Zuhause* (ab 2018) sowie diverse Sonderhefte (z.B. zu Reisen, Kochen oder Weihnachten); kurzzeitig wird im NDR zudem LANDLUST TV ausgestrahlt.

Wie *Flow* lässt sich auch *Landlust* dem Genre der Lifestylezeitschriften zuordnen, auch wenn sich die Herausgeberschaft von diesem Konzept distanziert (vgl. Baumann 2018, S. 159). Gelistet wird die Zeitschrift, die nach TV-Programmzeitschriften zu den erfolgreichsten Publikumszeitschriften Deutschlands zählt, jedoch als »Wohn- und Gartenzeitschrift« (IVW 2020b). Insgesamt wird die Marktplatzierung der Zeitschrift von Abgrenzungsbemühungen begleitet: Wie Christoph Baumann in seiner Auswertung der Zeitschrift darlegt, werden der Verweis auf den Fachverlag, entsprechende Qualifikationen der Redakteur*innen und Autor*innen sowie die Vermeidung von Anglizismen und »Lifestyle«-Themen genutzt, um das in *Landlust* hergestellte »Ländliche« zu authentisieren (vgl. Baumann 2018, S. 161). Allerdings wird die Zeitschrift seit 2016 von der Deutschen Medienmanufaktur herausgegeben, eine gemeinsame Tochterfirma von Gruner + Jahr und dem Münsterer Landwirtschaftsverlag. Die damit einhergehende Anpassung an Konventionen wird im Sommer 2020 durch einen Wechsel in der Chefredaktion fortgeführt: Die bisherige Chefredakteurin Ute Frieling-Huchzermeyer gibt im Mai ihren Rückzug in die Herausgeberschaft bekannt, im Juni wird öffentlich gemacht, dass die Chefredakteurin von *Flow*, *Hygge* und *Living at Home* Sinja Schütte ihren Posten übernimmt. Damit geht eine erste Modernisierung einher, beispielsweise werden im Oktober 2020 erstmals Facebook und Instagram als Kommunikationskanäle genutzt (bei Twitter ist *Landlust* seit 2014) und im Editorial wird gegendert: So werden statt ausschließlich »Leser« nun explizit »Leserinnen und Leser« angesprochen (vgl. LL Nov/Dez 2020, S. 3).

Die zuerst angedachte Zielgruppe von Landwirtinnen und Dorfbewohnerinnen wird nach dem großen Erfolg der ersten Jahrgänge erweitert (vgl. Baumann 2018, S. 163). In den Mediadaten wird aus einer vom Verlag beauftragten Leser*innenerhebung eine entsprechende Zielgruppe abgeleitet:

Landlust spricht eine anspruchsvolle, gut situierte Zielgruppe an, die eine Nähe zum naturverbundenen kultivierten Landleben verspürt. Die Leser zeichnen sich durch einen gehobenen Lebensstil und einen überdurchschnittlichen finanziellen Spielraum aus. Neben der hohen Kaufkraft ist ihre Marken- und Qualitätsorientierung bemerkenswert. Landlust-Leser empfinden eine besondere Wertschätzung für das Echte, für die Solidität und Wertigkeit von Dingen. Bereiche mit hoher Ausgabebereitschaft sind das eigene Haus, der Garten und die Einrichtung. Kein Wunder, denn rund zwei Drittel der Landlust-Leser leben im eigenen Haus und 82 % haben einen Garten. Unter den Lesern – darunter 75 % Frauen – stellt die Altersgruppe zwischen 40 und 59 Jahren den Schwerpunkt dar. (Landlust 2012, S. 8)

Diese erklärte »Qualitätsorientierung« (Landlust 2012, S. 8) ist für diese Studie insofern relevant, als in *Landlust* zahlreiche Porträts über Handwerksbetriebe und die dort gefertigten Objekte enthalten sind, bei denen auf eine höhere Qualität und Langlebigkeit abgehoben wird. Auch Berichte über Handarbeitspraktiken und handwerkliches Selbermachen sind ein fester Bestandteil der Zeitschrift und meist mit Informationen versehen, wo Produkte und Zubehör erworben bzw. Praktiken erlernt werden können. Insbesondere Handarbeitsanleitungen, Schnittmuster und Wolle, aber auch Produkte aus einzelnen porträtierten Betrieben werden zudem über den Landlust-Shop vertrieben.

Zugleich wird die Abkehr von nahezu jeglicher Tagesaktualität als Alleinstellungs- und Qualitätsmerkmal bei der Vermarktung und in der Konzeption des Selbstverständnisses von *Landlust* angeführt. Zwar wird auf die Gegenwart Bezug genommen, indem etwa in zahlreichen Editorials der »Zeitgeist« kritisiert wird: Beispielsweise wird moniert, dass »Umgangsformen [...] der Emanzipation und Selbstverwirklichung zum Opfer gefallen« seien (LL Sep/Okt 2012, S. 3), oder der »Lebensstil von heute« mit dem hohen Anteil an »Kopfarbeit« wird als ungesund und widernatürlich bezeichnet (LL Mär/Apr 2014, S. 3). Insofern kann die Zeitschrift als kulturkonservativ bezeichnet werden.⁷ Dennoch folgen die in der Zeitschrift vorgestellten Einrichtungsstile, Produkte und Praktiken je zeitgenössischen Ästhetiken und Trends, betonen jedoch deren »Zeitlosigkeit« oder »Traditionalität«. Beispielsweise werden zahlreiche Strickmodelle als »klassisch«

7 Dies legen auch abgedruckte Zuschriften von Leser*innen nahe, die kritisieren, dass englischsprachige Schriftzüge als Stickerei vorgeschlagen werden (LL Mai/Jun 2006, S. 6) und die neue Rechtschreibung verwendet wird (LL Jan/Feb 2007, S. 6), oder die befürworten, dass im Editorial das generische Maskulinum verwendet wird (LL Jul/Aug 2020, S. 6). Auf offener nationalistic Leser*innenbriefe, die bemängeln, dass Selbstbauanleitungen »mit einer ausländischen Weinflasche« statt mit einer deutschen bebildert werden (LL Mär/Apr 2006, S. 6), oder Reisereportagen über Österreich statt über eines der »16 Bundesländer« vorgestellt werden (LL Jan/Feb 2008, S. 7), reagieren andere Leser*innen ablehnend und warnen vor einer »faden Deutschtümelei«, was ebenfalls veröffentlicht wird (LL Mär/Apr 2007, S. 6).

bezeichnet, eine Anleitung für ein Hochbeet wird vorgestellt, ohne das Phänomen des Urban Gardenings zu erwähnen (LL Jan/Feb 2007, S. 34-37), oder das Verwerten von gebrauchten Stoffen als Traditionspflege gewürdigt – ohne es als »Upcycling« zu benennen. Zudem ist auffällig, dass Entwicklungen in Politik und Gesellschaft konsequent ignoriert werden, die selbst in vergleichbar »unpolitischen« Publikationen erwähnt werden. Als ein prominentes Beispiel ist hier die Covid-19-Pandemie anzuführen, auf die lediglich in Leser*innenbriefen eingegangen wird. Stattdessen wird in der Vermarktung die Orientierung an »den jahreszeitlichen Rhythmen« (Landlust 2012, S. 2) betont.

Inhaltlich ist die Zeitschrift untergliedert in Rubriken zu Gartenarbeit und -pflanzen, Kochen und Backen, Wohnen und Einrichtung sowie zu »Landleben« und Natur. Zahlreiche Handwerk(en)sporträts erscheinen in der Rubrik »Landleben«. In manchen Ausgaben sind sogar mehrere Porträts über »alte« Handwerksbetriebe enthalten, insgesamt nimmt die Zahl der jährlich porträtierten Betriebe im Verlauf des Untersuchungszeitraums jedoch ab. Es werden zum einen Traditionsbetriebe wie eine Pfannenschmiede (LL Nov/Dez 2008, S. 100-103), eine Glockengießerei (LL Jan/Feb 2011, S. 106-115) oder ein Pinselhersteller (LL Jan/Feb 2015, S. 124-127) vorgestellt. Zum anderen sind zahlreiche Porträts über Personen enthalten, die alte Materialien ver- und aufwerten und als Quereinsteiger*innen (neben-)beruflich oder im Privaten »alte« Techniken anwenden. Solche Berichte, in denen »alte« Handwerks- und Handarbeitspraktiken vorgestellt werden, sind häufig unter dem Stichwort »Ländlich wohnen« veröffentlicht. In den ersten Jahrgängen sind etliche Porträts über Handarbeitsgruppen veröffentlicht, die nach »altem« Vorbild Hausschuhe anfertigen (LL Jan/Feb 2009 S. 82-85), Teppiche weben (LL Mär/Apr 2008, S. 86-89), Decken quilten (LL Jan/Feb 2007, S. 72-79) oder Socken stricken (LL Jan/Feb 2008, S. 76-79). In weiteren Ausgaben sind auch Berichte über Lehrgänge und Kurse enthalten, etwa zum Buchbinden (LL Sep/Okt 2014, S. 122-125), Bootsbau (LL Mär/Apr 2017, S. 140-145) oder Schmieden (LL Jan/Feb 2009, S. 120-125). Hinzu kommt ein fester Bestandteil an Bastel-, Strick- und Häkelanleitungen, die jedoch im Rahmen dieser Studie nicht als Porträt angesehen und daher nicht berücksichtigt wurden. Analysiert wurden insgesamt rund 30 Porträts.

3.5.1.3. Missy Magazine

Die Zeitschrift *Missy Magazine* (MM) erscheint seit 2008 und wird von einem Herausgeber*innen-Kollektiv in wechselnder Besetzung im Eigenverlag publiziert (vgl. Gerdes 2012, S. 13). Zentral bei der Vermarktung ist die Positionierung jenseits etablierter Diskurse, sodass die Zeitschrift als »sub-kulturell« klassifiziert wird (vgl. Seidel 2010). Dies betrifft zum einen den Umstand, dass es sich nicht um eine »klassische« Frauenzeitschrift handelt, zum anderen grenzt sich *Missy Magazine* mit

seiner pop-feministischen Ausrichtung auch von etablierten feministischen Publikationen wie *Emma* ab. In diesem Zusammenhang wird diskutiert, ob *Missy Magazine* als Teil eines »neuen Feminismus« bzw. eines »Post-Feminismus« zu betrachten sei (vgl. Zobl und Reitsamer 2012, S. 42-45; Gerdes 2012). Dagegen ordnen sich die Gründerinnen dem Feminismus der »dritten Welle« zu und betonen den Einfluss des »Do-It-Yourself-Gedanken« bei der Konzeption des Magazins (Eismann et al. 2012, S. 43). Insofern wird auch die Publikation des Magazins selbst als DIY-Praktik gedeutet, was auch ein Verweis auf die feministische Zine-Kultur, also die Selbstherstellung von Zeitschriften ist (vgl. Eismann und Zobl 2011, S. 30-35). Dementsprechend werden queer-feministische, intersektionale Ansätze auf hohem theoretischem Niveau, politische Analysen und pop-kulturelle Themen aus breiten Sparten wie Musik, bildender Kunst, Film, Literatur, Pornografie und Gaming aufbereitet. Im Laufe des Untersuchungszeitraums werden dabei auch verstärkt Ausschlussmechanismen in der Medienproduktion diskutiert und Wert auf Diversität gelegt. So heißt es im Selbstverständnis:

Feminismus, klar. Haste gehört. Findste gut. Beyoncé ist Feministin und Emma Watson und so. Also, was kann daran nicht geil sein? Geht das überhaupt? Ungeilerweise geht das. Weil unter dem Deckmantel des Feminismus auch großer Mist passiert. Nämlich immer dann, wenn Menschen ausgeschlossen werden: Migrant*innen, Rom*nja, Schwarze Menschen und Menschen of Color, muslimische und jüdische Menschen, Menschen mit Fluchterfahrung – und jep, es geht noch weiter – Menschen mit Be_hinderung, Menschen ohne akademischen Background, Menschen mit wenig Kohle, Sexarbeiter*innen, trans Menschen, queere Menschen, dicke Menschen, Menschen außerhalb des sogenannten Westens. (Missy Magazine 2020)

Mit einer seit 2008 stetig gestiegenen Auflage (von 15.000 auf heute 30.000) und einer ab 2017 von vier auf sechs Ausgaben pro Jahr gesteigerten Frequenz richtet es sich an eine »urban[e]«, trendbewusste und »gebildet[e]« sowie bereits politisierte Leser*innenschaft (vgl. Gerdes 2012, S. 10; Missy Magazine 2019). Die Medienproduktion im Selbstverlag und die damit einhergehende prekäre finanzielle Situation werden regelmäßig thematisiert und es wird über Crowd-Funding zu Spenden aufgerufen (vgl. MM 02/2015; 05/2018, S. 3f.)

Für diese Studie wurde *Missy Magazine* ausgewählt, da es mit einer großen Nähe zur Riot-Girl-Bewegung und zu selbst-organisierten feministischen politischen Gruppen als einziges deutsches Printmedium gilt, das die »Crafting«-Bewegung kritisch begleitet. Die dabei entstehenden Vermischungen von Medialisierung, Kunst, Forschung und Aktivismus sind eine Besonderheit, die *Missy Magazine* von den anderen untersuchten Medien unterscheidet. So wurde ein Standardwerk zur aktivistischen Handarbeitsszene von einer Mitherausgeberin des *Missy Magazine* publiziert (vgl. Critical Crafting Circle 2011) und die Kulturwissenschaftlerin

und DIY-Forscherin Verena Kuni gibt als Prof. Dr. Ladynerd in der Anfangszeit des Magazins Tipps zum Reparieren von Kleidung (vgl. MM 04/2010, S. 14). Die porträtierten Handarbeits-Künstler*innen sind meist auch Aktivist*innen und zugleich theoretisch versiert. Bis zum Relaunch 2017 sind zwei Rubriken, »Mach es selbst« bzw. »1,2,3«, dem DIY gewidmet. In ihnen wird ein weites Feld unterschiedlichster Selbermach-Anleitungen präsentiert, wie etwa das Sticken eines Streetart-Wandteppichs (MM 03/2009, S. 70), das Verschlüsseln von Emails (MM 02/2014, S. 47) oder das Fertigen von Sexspielzeug aus Fahrradschläuchen (MM 02/2013, S. 52f.). Die wenigsten porträtierten Praktiken fallen unter das hier untersuchte »alte Handwerk(en)«. Jedoch sind insbesondere in den ersten Jahrgängen Porträts von Künstler*innen vertreten, die Handarbeitstechniken verwenden und entsprechende Anleitungen beisteuern. Insofern wird im *Missy Magazine* mit dem Fokus auf Anwendbarkeit (meist werden herkömmliche Materialien oder Müll verwendet), der Vermittlung und Aneignung von Wissen sowie der Betonung des Kollaborativen ein emanzipatorisches DIY-Ethos verbreitet.

Im Unterschied zu den anderen Zeitschriften werden dabei jedoch auch die finanziellen und sozialen Rahmenbedingungen thematisiert und die Herstellungsdauer von Handarbeiten problematisiert. So werden die porträtierten Künstler*innen immer gefragt, ob sie sich durch ihre »Handarbeit« finanzieren können. Insbesondere die Verknüpfung von feministischem Aktivismus, »neoliberaler« Selbstausbeutung und DIY wird immer wieder und besonders ausführlich in einem Dossier (MM 02/2010, S. 33-41) behandelt. In der Folge ist eine graduelle Abkehr von der emanzipatorischen Darstellung von DIY zu beobachten: So wird 2012 konstatiert, dass »Crafting [...] keine Subkultur mehr« sei (MM 01/2012, S. 54).

Ab 2017 werden in der neuen Rubrik »Work work work« vereinzelt auch Handwerker*innen porträtiert, etwa eine Tischlerin (MM 02/2017, S. 16-17), eine Bierbrauerin (MM 04/2017, S. 12f.) oder eine Fahrradmechanikerin (MM 06/2018, S. 14f.). Insgesamt werden dabei »Frauen« und queere Personen vorgestellt, die in traditionellen »Männer«-Berufen tätig sind, welche jedoch nicht als »altes Handwerk(en)« kategorisiert werden können. Dem DIY wird unter dem Stichwort »Mode und Machen« weniger Platz eingeräumt; ab 2017 sind nur noch selten Anleitungen enthalten. Stattdessen sind längere Berichte über Arbeitsbedingungen in der Modeindustrie, die diskriminierenden Effekte von Modetrends oder über politische Modelabels vertreten. Das Verschönern des Zuhauses im minimalistischen Stil wird als klassistische Praxis kritisiert (vgl. MM 06/2020, S. 98). Auch werden die massenmedialen Tendenzen zur ästhetischen Gestaltung und Inszenierung des Zuhauses in Form von »Life-Hacks« ironisch kommentiert, etwa wenn empfohlen wird, den klebrigen Küchentisch mit einer Zeitung zu bedecken (vgl. MM 02/2017, S. 82).

Insgesamt ist die Diskursivierung im *Missy Magazine* ein Indiz dafür, dass das handwerkliche Selbermachen im Untersuchungszeitraum von einem Nischen-

thema mit zugesprochenem subversivem Potenzial zu einem ›Massenphänomen‹ wird. Gerade deshalb wird es kaum noch als ›emanzipatorisch‹ angesehen und verliert gegen Ende des Untersuchungszeitraums seine Existenzberechtigung als Thema im *Missy Magazine*. Dennoch ist *Missy Magazine* ein zentrales Beispiel, um die Reflexivität des Diskurses insbesondere im Hinblick auf die Ko-Konstruktion von ›Arbeit‹ und ›Geschlecht‹ berücksichtigen zu können.

3.5.1.4. Flow

Die Zeitschrift *Flow* erscheint in Deutschland erstmals 2013, nach dem Vorbild einer seit 2008 erscheinenden niederländischen Zeitschrift mit gleichem Titel (vgl. Flow 01/2013, S. 5). *Flow* wird von Gruner + Jahr herausgegeben und seit 2016 zusammen mit weiteren Kulinarik- und Interior-Zeitschriften sowie *Landlust* von der Deutschen Medienmanufaktur, einem Joint Venture von Gruner + Jahr und dem Landwirtschaftsverlag Münster, vertrieben. Die Zeitschrift erzielt in den ersten drei Jahren steigende Auflagenverkäufe von bis zu 120.000 verkauften Heften und erhöht 2015 ihre Frequenz von sechs auf acht Ausgaben jährlich (vgl. IVW 2020a). Die verkaufte Auflage bleibt lange bei rund 90.000 verkauften Heften und ist zuletzt auf ca. 70.000 zurückgegangen (vgl. IVW 2020a). Damit gilt die Zeitschrift mit einem Einzelpreis von ca. 7 Euro⁸ als Beispiel für ein neues, erfolgreiches Genre am Zeitschriftenmarkt, das als »Mindstyle-Magazin« bezeichnet wird (vgl. Zimmermann 2014; Christmann 2017).⁹ Die Verbindung aus Lifestyle und der Beschäftigung mit Innerlichkeit wird umgesetzt, indem längere Erfahrungsberichte und Ratgeberformate mit Porträts über Personen aus der Kultur- und Kreativbranche sowie Bilderstrecken, Kaufempfehlungen und Anleitungen zu Selbstmanagement und Lebensführung, aber auch zu Einrichtung, Basteln, Handarbeiten, Kochen und Backen alternieren. Dabei richtet sich *Flow* an eine ›weibliche‹ Zielgruppe, distanziert sich aber vom Aktualitätsbezug¹⁰ etablierter Frauenzeitschriften:

FLOW ist das Magazin für gebildete, kreative und neugierige Frauen. Es beschäftigt sich nicht mit schnelllebigem Trends, sondern mit Themen, die der Leserin wichtig sind. FLOW zeichnet sich durch liebevolle Gestaltung, viele Illustrationen und eine eigene Leserinnen-Sprache aus. Dabei besticht es durch sein Papier-

8 Zunächst kostet die Zeitschrift 6,95 Euro, ab Ausgabe 28 (2017) 7,50 Euro.

9 »Mindstylemagazine« ist der Untertitel der seit 2012 erscheinenden, ähnlich konzipierten Zeitschrift *Happinez* und wird zwar vom Verlag Gruner + Jahr, nicht aber in *Flow* selbst verwendet. Bei der IVW ist *Flow* als ›Frauenzeitschrift‹ gelistet, vgl. IVW 2020a.

10 Im Unterschied zu *Landlust* geht *Flow* durchaus auf aktuelle gesellschaftliche Entwicklungen ein und greift auch politische Themen auf, so etwa Initiativen zur Unterstützung Geflüchteter (Flow 16/2016, S. 46-50), Müllvermeidung (Flow 37/2018, S. 30-35), Feminismus (Flow 39/2019, S. 41-44), Menstruation (Flow 48/2020, S. 30-35) und die Corona-Pandemie (Flow 50/2020).

erlebnis: Aufwendige Ausstattung und Papier-Extras machen das Magazin einzigartig. (Gruner + Jahr 2020b)

Das Verkaufsargument spiegelt sich wider in hochwertigen, unterschiedlichen Papiersorten, umfangreichen Zugaben wie Notizheften, Aufklebern oder Postkarten und vergleichsweise wenig Anzeigen.¹¹ Das auf der ersten Doppelseite jeder Ausgabe befindliche Etikett zum Eintragen des eigenen Namens (»diese Flow gehört«) fasst die Grundkonzeption der Zeitschrift als »langlebige Begleiterin« zusammen. Inhaltlich werden »positive Psychologie« und »Achtsamkeit« in den Vordergrund gestellt. »Achtsamkeit« ist ein Oberbegriff für »Mindfulness Based Stress Reduction«, das als Meditationsprogramm zur Schmerzbehandlung und Stresstherapie in den 1990er-Jahren von dem US-amerikanischen Molekularbiologen Jon Kabat-Zinn entwickelt wurde (vgl. Kabat-Zinn 2006, S. 12f.). Entsprechende Erfahrungsberichte, Interviews und zahlreiche Anleitungen für Achtsamkeitsübungen sind ein fester Bestandteil der Zeitschrift. Hinzu kommen unterschiedlich hergeleitete Lebensratschläge zur Selbstakzeptanz und Entschleunigung. In diesem Zusammenhang wird die Nutzung digitaler Medien kritisch betrachtet und immer wieder ein reduzierter Umgang empfohlen.

Diese Fokussierung auf Strategien der Selbstsorge ist bereits ein Hinweis darauf, wie »Handwerk(en)« in *Flow* diskursiviert wird, nämlich als Möglichkeit, »achtsam« und »kreativ« zum »Selbst« zu finden: Fotografien und Illustrationen von Handarbeitsutensilien und handarbeitenden Personen werden häufig als Bildmaterial für Achtsamkeits-Berichte verwendet. Umgekehrt werden Handarbeiten und der Konsum handwerklich gefertigter »alter« Produkte als Zugänge zu einem achtsamen Lebensstil angesehen. Jedoch ist diese Kontextualisierung nicht ausschließlich auf »Handwerk(en)« beschränkt; in *Flow* werden die verschiedensten Alltagspraktiken, Naturerlebnisse, Musizieren, Lesen oder die Gestaltung sozialer Beziehungen als Möglichkeiten für »Achtsamkeit« betrachtet.

Ästhetisch markiert *Flow* einen Bruch mit der konventionellen Aufmachung von Frauen- und Lifestylezeitschriften, die überwiegend Personen oder Fotografien auf dem Cover zeigen. Stattdessen werden in *Flow* fast ausnahmslos¹² Illustrationen oder Grafiken auf der Titelseite abgebildet. Auch im Heftinneren sind mehrere ganzseitige Illustrationen, Grafiken, stilisierte Schriftzüge mit Sinnsprüchen oder

11 Ab Ausgabe 40/2019 sind erstmals mehrere Seiten mit kommerziellen Kleinanzeigen enthalten.

12 Lediglich zwei Cover (Flow 07/2015; 34/2018) zeigen eine Fotografie. In beiden Fällen sind fotografierende »Frauen« zu sehen, 2015 ist das Gesicht des Modells von einer Polaroid-Kamera verdeckt, 2018 ist die Person im Profil zu sehen, wie sie lächelnd mit einer Spiegelreflexkamera mit Teleobjektiv hantiert. Während das Schwarz-weiß-Porträt von 2018 von der üblichen Komposition der Titelbilder abweicht, stellt das Cover von 2015 in der Farbgebung und Ästhetik keinen Bruch zu den sonst üblichen Illustrationen und Grafiken dar.

Fotografien von Objekten und Landschaften als Unterteilungen zwischen einzelnen Rubriken und innerhalb von Beiträgen angeordnet. Grafisch werden stilprägende webbasierte Gestaltungselemente wie die Anordnung in Form von nebeneinander liegenden quadratischen ›Kacheln‹ und die Verwendung von Farbfiltern und Weichzeichnern wie etwa bei Instagram (vgl. Gunkel 2018) aufgegriffen. Dabei wird das Analoge inszeniert (vgl. Luckman 2013), etwa indem Schreibmaschinentypografie und Stempel simuliert werden, Rubriküberschriften und Kästen packpapierfarben unterlegt sind oder Papierclips über Textpassagen montiert sind, sodass der Eindruck entsteht, die Zeitschrift sei ebenfalls mit Papier und Kleber ›handgefertigt‹ worden.¹³

Für diese Studie sind längere und kürzere Porträts über Künstler*innen und ›Kreative‹, die handarbeitliche oder handwerkliche Praktiken anwenden, relevant. Zentral ist dabei die Rubrik »Was machst du gerade?«, in der drei Personen und ihre Berufe, Hobbys oder Nebenerwerbstätigkeiten in Form von kurzen Interviews vorgestellt werden. Daneben sind längere Porträtierungen einzelner Handarbeitstechniken Teil des Korpus. So treten im Untersuchungszeitraum Reportagen über Häkeln, Sticken oder Handweben auf, in denen mehrere Personen porträtiert werden, die diese Praktiken ausüben. Häufig sind auch entsprechende Anleitungen enthalten. Zudem sind in den ersten Jahrgängen Anleitungen zum Basteln ein fester Bestandteil der Zeitschrift, diese konnten jedoch wegen ihres geringen Umfangs meist nicht in die Untersuchung mit einbezogen werden. Auch die Möglichkeit, mit dem handwerklichen Selbermachen Geld (dazu) zu verdienen, wird in *Flow* regelmäßig thematisiert (vgl. etwa *Flow* 21/2016, S. 118-121; 07/2018, S. 124f.). Darüber hinaus gibt es Reportagen über handwerkliches Selbermachen in verschiedenen Kontexten, etwa als Möglichkeit zur Erwerbstätigkeit von Frauen oder Jugendlichen im globalen Süden (*Flow* 05/2014, S. 47-50; 42/2019, S. 54-57), als politischer Aktivismus (*Flow* 36/2018, S. 34-36) oder in Form eines »Retreats« (*Flow* 41/2019, S. 114f.).

Insgesamt wird in *Flow* die flexible Gestaltung von ›Arbeit‹ positiv eingeschätzt, wie in Berichten zur Ausübung zweier Berufe (»Das Beste aus zwei Welten«, *Flow* 27/2017, S. 119), zur beruflichen Umorientierung (*Flow* 45/2019, S. 114-118) und

13 Diese Tendenz, die Zeitschrift als gebastelt zu inszenieren, lässt im Laufe des Untersuchungszeitraums nach. Die Packpapier-Optik und Büttentränder um Fotografien verschwinden nach einem ersten Relaunch: »Wir haben übrigens aufgeräumt, mehr Leere und Klarheit geschaffen auf den Seiten – um auch den Augen eine Ruhepause zu gönnen« (*Flow* 23/2017, S. 5). Die in diesem Zuge eingeführte Papierklammer wird in einem weiteren Relaunch Ende 2018 (*Flow* 38/2018) ebenfalls entfernt. Dabei werden die Rubriken neu geordnet und betitelt. Seit diesem letzten Relaunch sind auch nur noch Vorschläge und ›Inspirationen‹, aber – mit Ausnahme von einzelnen Kochrezepten – keine vollständigen Anleitungen zum Basteln und Selbermachen mehr enthalten. Stattdessen liefert die Rubrik »Achtsamkeit für jeden Tag« Anleitungen in nummerierten Schritten.

Selbstständigkeit (Flow 10/2015, S. 118) oder zum Arbeiten von zu Hause aus (Flow 33/2018, S. 126-129; 39/2019, S. 90-95). Auffällig ist dabei, dass Überforderung und Überlastung problematisiert werden, diese Kritik jedoch integriert wird (vgl. dazu auch Maaß 2019, S. 149f.) und so am Ideal der Selbstverwirklichung im Erwerbsberuf festgehalten wird: Beispielsweise wird mit Verweis auf Marx, »der als Philosoph, Historiker und Wirtschaftswissenschaftler ebenfalls mehrere Berufe ausübte«, empfohlen, »aus einem geliebten Hobby« einen »angenehmen Nebenverdienst« zu machen (Flow 27/2017, S. 119, 121). Damit lässt sich festhalten, dass in *Flow* eine Form der privilegierten Selbstständigkeit¹⁴ vorausgesetzt wird, für die auch und insbesondere »Handwerk(en)« als geeignetes Betätigungsfeld vorgeschlagen wird.

3.5.1.5. Wolf/Cord

Die Zeitschrift *Wolf* erscheint im November 2016 als Versuch eines Spin-Offs von *Flow*. Der Name, ein Palindrom von »Flow«, wird ab der ein Jahr später erscheinenden zweiten Ausgabe (06/2017) in *Cord* geändert. Die Zeitschrift erzielt zunächst eine verkaufte Auflage von ca. 30.000 und soll mit sechs jährlichen Ausgaben fortgeführt werden (vgl. Hein 2018). Jedoch bleiben die Folgeausgaben hinter den Erwartungen von Gruner + Jahr zurück, sodass das Magazin nach vier Ausgaben im Mai 2018 eingestellt wird (vgl. Hein 2018). *Wolf/Cord* versucht, analog zum Vorbild *Flow*, die Themen Achtsamkeit, Lifestyle und Entschleunigung für ein männliches Publikum aufzubereiten. Der Heftpreis liegt mit 8,50 Euro sogar etwas über dem von *Flow*. Bei der Marktpositionierung wird eine Abgrenzung von etablierten »Männermagazinen« vorgenommen, deren Inhalt im Editorial der ersten Ausgabe als »Bullshit« und »Lügengeschichte[n]« beschrieben wird (Wolf 01/2016, S. 3). Themen wie »Hochseeangeln in der Karibik« oder »Gin Tonic Gelage mit Super-Models« gingen an der Lebensrealität der Zielgruppe vorbei:

In Wahrheit lebt die aktuelle Generation von Männern ganz anders. Nämlich ein Hochgeschwindigkeitsleben in einer sich beschleunigenden Welt. Ein Leben, in dem wir vieles sein sollen und wollen: Väter, die um 16 Uhr an der Kita stehen, ein Mann mit echten Freunden, der zu sagen schafft, wie es ihm wirklich geht, ohne vorher eine halbe Kiste Bier trinken zu müssen. Einer, der seine Arbeit auf die Kette bekommt und die Schulterbreite hat zu sagen, wenn ihm etwas nicht passt. Und der sich dann mit allem, was er hat, dagegenlehnt. Wir würden hier gern schreiben: Der auf sich achtet. Doch das steht im Verdacht, unmännlich zu sein, oder? Zu durchtherapiert, soft. Und das ist das Problem mit Männermagazinen, oder? Das komisch verkrampfte Harter-Hund-sein-müssen, um keine Klassenkeile

14 Dass diese Ausrichtung auf eine selbstgewählte Selbstständigkeit nicht für alle Handwerksberufe und -diskurse naheliegend ist, zeigt Lorig 2018.

von den anderen Jungs zu bekommen. Der Bullshit. Dieses Heft ist eine Pause davon. (Wolf 01/2016, S. 3)

Aus dem hier skizzierten Anforderungsprofil für ›Männer‹ wird zugleich die Mission der Zeitschrift abgeleitet, Anleitungen zur Selbstsorge zu liefern, die es ›Männern‹ ermöglichen, im »Hochgeschwindigkeitsleben in einer sich beschleunigenden Welt« (Wolf 01/2016, S. 3) bestehen zu können. Zudem soll sich damit gegen die Ansprüche traditionaler Männlichkeitskonzepte gestellt werden können. Diese werden als oberflächlich, unwahr, krankhaft und überholt markiert. Dennoch wird ihnen zugesprochen, als dominantes Bewertungssystem eine konfliktfreie Bezugnahme auf und die gelungene Ausübung von Achtsamkeit und männlicher Selbstsorge zu verhindern. Diese Selbsttechniken werden hier als punktuelle Rückzugsmöglichkeit aus dem geschilderten Anforderungsgeflecht konzipiert, gelehrt und als Applikation verkauft.

Dabei orientiert sich die Zeitschrift inhaltlich an den Themen und Rubriken von *Flow*, weicht jedoch insbesondere in der Gestaltung und Ästhetik vom Vorbild ab. Das Thema Männlichkeit wird in Form von längeren Essays (»Wann ist ein Mann ein Mann?«, Cord 03/2018, S. 11) direkt verhandelt; gleichzeitig wird es in Berichten über Astronauten (Cord 02/2018), Väter (Cord 06/2017) oder ein Cowboy-College (Cord 01/2018) aufgegriffen. Dass dabei eine ›neue Männlichkeit‹ konzipiert wird, ist insofern naheliegend, als in solchen Berichten betont wird, wie wichtig Kommunikation, psychologisches Wissen und Wertorientierung sind. Wie in *Flow* werden Digitalisierung und Konsum kritisch gesehen, insbesondere der zeitweise Verzicht auf das Smartphone und Minimalismus werden empfohlen (vgl. etwa Cord 06/2017, S. 54-58; 02/2018, S. 12-18; 03/2018, S. 78-81).

Die *Flow*-Rubrik »Was machst du gerade?« mit Kurzporträts wird in *Wolf/Cord* unter »Hier und jetzt« geführt; porträtiert werden ausschließlich Männer. Dabei kommt es zu personellen Überschneidungen mit *Flow*: Einige Porträts und Texte werden nahezu identisch in späteren Ausgaben von *Flow* übernommen.¹⁵ Dies gilt fast ausnahmslos für diejenigen Porträts über ›Männer‹, die wegen ihrer Beschäftigung mit ›altem Handwerk‹ vorgestellt werden. Während beide Zeitschriften mit Objekten und Ästhetiken der 1950er-Jahre spielen, sind in *Wolf/Cord* statt Nähmaschinen und Blumen entsprechend Illustrationen oder Fotografien von Rennrädern, Campingbussen oder Radioapparaten eingefügt. Achtsamkeitsübungen werden mit Schwarz-weiß-Collagen von Bowling oder Boxen illustriert (»Dem Stress eine reinhauen«, Wolf 01/2016, S. 63). Beilagen wie Hefte mit Kurzgeschichten und Reportagen und Poster sind ebenfalls beigelegt. Zwar wird auch *Wolf/Cord* auf un-

15 Auch Beiträge aus der niederländischen und französischen Version von *Flow* werden in der deutschsprachigen Ausgabe übernommen und umgekehrt.

terschiedlichen, hochwertigen und festen Papiersorten gefertigt, jedoch spielt das Thema Basteln mit Papier keine Rolle.

Die Zeitschrift ist trotz ihres kurzen Erscheinungszeitraums und der vergleichsweise niedrigen Auflage relevant für diese Studie. Hier wurden vor allem die Kurzporträts der Rubrik »Hier und jetzt« sowie ein längerer Text über Van Bo Le-Mentzel, den Architekten der »Hartz-IV-Möbel«-Serie herangezogen (Wolf 01/2016). Insgesamt bildet der Versuch, »Männlichkeit«, »Handwerk(en)« und Selbstsorge zu verknüpfen, einen Kontrast zum ebenfalls untersuchten Männermagazin *Walden*. Dies ist für die Frage nach der Ko-Konstruktion von »Nicht-Arbeit« und Gender zentral, wobei das Ende des Magazins darauf hindeutet, dass das Thema Selbstsorge – auch über das Vehikel des »Handwerk(en)s« – für eine männlich kodierte Zielgruppe in dieser Form nicht erfolgreich auf dem deutschen Zeitschriftenmarkt etabliert werden konnte.

3.5.1.6. Walden

Seit 2015 erscheint das Outdoor-Männermagazin *Walden* als Ableger des Wissenschaftsmagazins *Geo* also ebenfalls im Verlag Gruner + Jahr. Mit einer nach Verlagsangaben stabilen Auflagenzahl von 25.000 verkauften Exemplaren pro Ausgabe (vgl. Hein 2017; Gruner + Jahr 2020c) wird nach zwei Jahrgängen die Erscheinungshäufigkeit des Magazins von zwei auf vier Ausgaben pro Jahr erhöht; 2020 liegt sie erstmals bei fünf Ausgaben. Ähnlich wie bei *Landlust*, *Flow* und *Wolf/Cord* wird das Magazin als Gegenentwurf zum von Digitalisierung geprägten Alltag der Zielgruppe positioniert (vgl. Hein 2017). Statt den Rückzug in die häusliche Sphäre des selbstgestalteten Zuhauses als Strategie vorzuschlagen, wird in *Walden* zur »Flucht« aus dem Alltag angeregt: Der Titel der Zeitschrift spielt auf Henry David Thoreaus (1972 [1854]) Schrift über ein weitgehend autarkes *Leben in den Wäldern* an. Dabei steht die Integration in den (Berufs-)Alltag der Zielgruppe im Vordergrund; die Erholung in der Natur wird als jederzeit verfügbares, aber gleichzeitig außergewöhnliches Ereignis konzipiert:

in WALDEN geht es ja vor allem um Erlebnisse, die gleich draußen vor der Tür auf uns warten. Um Abenteuer also, für die man weder Profi-Ausrüstung noch Expeditionsbudget, Vorbereitungs-Workshop oder Sabbatical braucht. Sondern einfach nur ein paar Tage Zeit, eventuell ein paar Freunde, vor allem aber den Willen, mal wieder loszugehen. Am besten jetzt gleich. (*Walden* 02/2015, S. 6)

Dementsprechend liegen die Ziele der Reiseberichte und -empfehlungen überwiegend in Deutschland. Das Konzept des »Mikroabenteuers«, also eines kurzen Naturaufenthalts im Nahraum der Stadt, wie etwa das Schwimmen im Fluss, das Übernachten unter freiem Himmel oder einen Berg in der Nähe zu besteigen, ist prägend für die Zeitschrift und wird ab 01/2017 mit dem Claim »Abenteuer vor der Haustür« im Untertitel des Magazins aufgegriffen.

Zudem wird die Outdoor-Thematik für eine männliche Zielgruppe aufbereitet. Damit trägt das Magazin der konstatierten zunehmenden Präzisierung (und damit Neuerschließung) von Zielgruppen im Zeitschriftensegment Rechnung (vgl. Beck 2018, S. 123). Mit Walden soll eine kaufkräftige, berufstätige ›männliche‹ Mittelschicht angesprochen werden:

WALDEN verkörpert die Sehnsucht nach Natur, stilvollem Unterwegssein und ursprünglichen Outdoor-Erlebnissen. [...] WALDEN verknüpft die Ästhetik hochwertiger Gestaltung mit bodenständigen Selbstbauanleitungen. Jede einzelne Ausgabe ist ein inspirierender, unterhaltsamer und kundiger Begleiter für einen Kurztrip mit Rucksack und Zelt – oder einfach für eine Dosis Wildnis auf der Couch. (Gruner + Jahr 2020a)

Davon zeugen auch die mehrseitigen Kaufempfehlungen für hochpreisige Outdoorprodukte und die Anzeigenstrecken. Als Zugabe ist jeder Ausgabe ein heraus-trennbares, kleinformatiges Heft, der »Field Guide«, beigelegt. In der Zeitschrift selbst wird neben den Rubriken »Entdecken« mit Reisereportagen und »Wissen« mit Tier- und Pflanzenkunde handwerkliches Selbermachen unter dem Stichwort »Können« vorgestellt. DIY-Projekte sind in Form von Selbsterfahrungsberichten der beiden Chefredakteure Harald Willenbrock und Markus Wolff mit zusätzlichen bebilderten Anleitungen geschildert. Hergestellt werden meist Objekte für den Outdoorbedarf, also etwa ein Kanu (Walden 01/2015 S. 80-86), Messer (Walden 02/2017, S. 110-119), Rucksäcke (Walden 01/2017, S. 64-69), eine Hütte (Walden 02/2015, S. 36-49) oder ein Baumhaus (Walden 04/2019, S. 76-85). Dies erfolgt meist in Zusammenarbeit mit einem professionellen Handwerker, der die beiden Redakteure anleitet. In späteren Ausgaben sind die Textpassagen des Berichts knapper gehalten, stattdessen wird Fotostrecken mit Arbeitsschritten mehr Platz eingeräumt. Zwar wird ›Handwerken‹ in diesen Berichten auch als ›Abenteuer‹ konzipiert, zugleich wird es jedoch in Naturerlebnisse integriert. So werden aus Stöcken »Outdoor-möbel« für das »Walden-Camp« gefertigt (Walden 02/2020, S. 13-19, 92-99) oder das Schnitzen eines Löffels als tägliches Ritual während eines Outdoor-Kurzurlaubs empfohlen (Walden 03/2019, S. 88). Zusätzlich zu den ausführlicheren Berichten sind knappe Anleitungen zu weniger aufwendigen Projekten, wie das Schnitzen eines Wanderstocks (Walden 02/2016, S. 38-39) oder der Bau einer Pflanzenpresse (Walden 04/2018, S. 54-55), unter der Rubrik »Mach's einfach« ein fester Bestandteil der Zeitschrift, die hier jedoch nicht ausgewertet wurden.

Die in den Mediadaten angesprochene »Ästhetik hochwertiger Gestaltung« (Gruner + Jahr 2020c) wird sowohl im Hinblick auf die in den Erfahrungsberichten gefertigten DIY-Objekte umgesetzt als auch in der Grafik des Magazins selbst. So werden in den Berichten vergleichsweise teure Grundmaterialien verwendet oder »japanische[s] Design« imitiert (Walden 04/2019, S. 82). Zudem wird bei der grafischen Gestaltung der Zeitschrift, ähnlich wie in *Flow* und *Wolf/Cord*, mit

Nostalgie-Inszenierungen operiert. *Walden* ist auf mattem und griffigem Papier in Recycling-Optik gedruckt, es werden Typografien verwendet, die Schreibmaschinen und Handschrift nachahmen. Zusätzlich wird die Ästhetik abgenutzt: Landkarten und Notizbücher simuliert, indem Flecken und Risse abgebildet sind; seit einem Relaunch 2020 sind einige Texte auf liniertem bzw. kariertem Papier gedruckt und auf Fotografien werden Bilder von Klebestreifen montiert. Längere Bildstrecken mit Landschaftsaufnahmen, gezeichneten Landkarten sowie Kupferstichen oder Illustrationen von Tieren sind ebenfalls ein fester Bestandteil der Zeitschrift. Diese offenkundige Abkehr von digitaler Ästhetik wird zugleich – wie auch in *Flow* – durch die Übernahme digitaler Gestaltungselemente etwa in der Anordnung von Bildern in Form von ›Kacheln‹ unterlaufen. Zudem wird Mediennutzung in Beruf und Freizeit zwar problematisiert, jedoch erfolgt dies wesentlich knapper und weniger psychologisierend als in *Flow* und *Wolf/Cord*. Vor allem aber werden daraus keine Empfehlungen für eine Verhaltensveränderung der Subjekte abgeleitet. Vielmehr ist das Naturerlebnis konzipiert als ›Auszeit‹, nach der eine Rückkehr zum gewohnten Verhalten möglich ist.

Diese Konstruktion einer ›Auszeit‹ vom Alltagsleben lässt sich auch im Hinblick auf die Männlichkeitsthematik aufzeigen. Der Untertitel der ersten Ausgabe lautet »Die Natur will dich zurück« (Walden 01/2015). ›Natur‹ wird in *Walden* als ursprünglicher und zugleich homosozialer Raum konzipiert, der es männlich kodierten Subjekten ermöglicht, frei von Zwängen und Verpflichtungen zu sein. Ein Beleg dafür sind die Inszenierungen von nackten ›männlichen‹ Körpern in der Natur, etwa stehend in einem Bergsee (Walden 04/2018, S. 74) oder gemeinsam auf der Waldtoilette (Walden 02/2020, S. 96). Da es sich hierbei nicht um professionelle Models, sondern um die Redakteure und Autoren handelt, die in Rückansicht gezeigt werden, geht es nicht um die Darstellung des durchtrainierten ›männlichen‹ Körpers als kontrollierbares Lifestyleobjekt und Erfolgsmarker (vgl. Meuser 2001, S. 223–225), sondern vielmehr um eine ›natürliche‹ Männlichkeit.¹⁶

Zudem sind zahlreiche Verweise auf die Kindheit und Jugend als in der Natur partiell wiederherstellbaren, positiv konnotierten Seinsmodus vorhanden. Den Vorstellungen der Kindheit wird andauernde Gültigkeit zugesprochen und sie werden als realisierbar betrachtet, wie in diesem Beispiel über den Selbstbau einer Blockhütte:

Früher haben wir Hütten gebaut, als gäbe es kein Morgen. Laubhütten, Baumstangen-Tipis, Erdhütten und Baumhäuser aus Bauabfällen, Ästen und

16 Dementsprechend sind auch keine ›weiblichen‹ Körper als sexualisierte Objekte enthalten. In einigen Reportagen sind auch eine oder zwei ›Frauen‹ als Teil der Reisegruppe beschrieben und auf Fotografien zu sehen. Dabei sind zwar auch ›Frauen‹ in Badebekleidung zu sehen, jedoch stets im Kontext, also beim Schwimmen oder Paddeln und zusammen mit einem ›Mann‹ ebenfalls in Badebekleidung, vgl. etwa Walden 03/2019, S. 85.

Stämmen, die uns Dreikäsehochs überragten und dennoch nur halb so groß waren wie unsere Ambitionen. Wir wurden älter, unsere Behausungen verfielen, die Idee aber blieb: dass jeder irgendwo einen Ort haben sollte, wo er für sich sein kann. (Walden 03/2017, S. 3)

Insbesondere Handwerkspraktiken werden zudem in den Bereich des kindlichen Spiels gerückt. Zwar werden stets gelungene Objekte als Ergebnis gezeigt, dass der ›Spaß‹ beim ›Handwerk(en)‹ im Vordergrund steht, wird jedoch in zahlreichen ›lustigen‹ Fotos, dem witzelnden, selbstironischen Duktus und in von Kalauern durchsetzten Bildunterschriften betont (»Beim Tisch bauen bricht sich WALDEN-Macher Markus keinen Ast ab, sondern sagt ihn zu«, Walden 02/2020, S. 94). Diese Distanzierungsstrategien entsprechen jenen klassischer Männermagazine (vgl. Meuser 2001, S. 233) und liefern bereits einen ersten Hinweis auf die mit ›Handwerk(en)‹ erzeugten ambivalenten Männlichkeiten.

3.5.2. Online

3.5.2.1. Handarbeitsblogs

Aus dem einflussreichen US-amerikanischen DIY-Diskurs etabliert sich mit der zunehmenden Nutzung des Internets Anfang der 2000er-Jahre auch im deutschsprachigen Raum eine Gemeinschaft von Handarbeitsblogger*innen. Obwohl unabhängige Zahlen zur Verbreitung und Nutzung nicht vorliegen und viele der Blogs nicht mehr abrufbar sind, ist davon auszugehen, dass das Genre der Handarbeitsblogs – wie auch das Medium des Weblogs generell – insbesondere während der 2000er-Jahre die größte Verbreitung findet. So wurden bis 2016 allein auf der Seite »Deutschsprachige Strickblogs« 1.093 Handarbeitsblogs von ihren Betreiber*innen eingetragen und verlinkt (vgl. Tichiro-Blog, 09.10.2016). Diese Übersichtsseite existiert seit 2019 nicht mehr und von den meisten dieser frühen Blogs ist heute eine weitaus geringere Zahl noch aktiv. Viele sind lediglich auszugsweise über das Internetarchiv The Archive einzusehen.¹⁷ Trotz dieser Einschränkung in der Zugänglichkeit stellen DIY- und Handarbeitsblogs die wichtigste Quelle dar, um die ›Renaissance‹ des handwerklichen Selbermachens in den 2000er-Jahren zu untersuchen.

In den 2010er-Jahren verlagert sich die öffentliche Selbstdarstellung von Handarbeitenden stärker auf Soziale Netzwerke wie Facebook und die Fotoplattformen

17 Das Internetarchiv archive.org macht Momentaufnahmen zahlreicher Webseiten zugänglich die über einen normalen Browser nicht mehr aufrufbar sind. Allerdings sind dabei nicht alle eingebetteten Links und Bilder erhalten. Die Frequenz der Momentaufnahmen variiert, so dass Lücken in der Dokumentation bestehen. Außerdem lassen sich frühere Versionen heute zugänglicher Webseiten abrufen.

Pinterest und Instagram. Auch Online-Tutorien in Form von kostenlosen oder kostenpflichtigen Videos werden insbesondere für die Wissensvermittlung immer relevanter. Zahlreiche Blogs aus den 2000er-Jahren werden in den 2010er-Jahren eingestellt. Die in dieser Dekade neu entstehenden Handarbeits- und DIY-Blogs sind häufiger kommerziell orientiert. Neben der Möglichkeit, Werbung auf dem Blog zu schalten, nutzen einige Blogger*innen einen eigenen Onlineshop oder externe Verkaufsplattformen wie Dawanda oder Etsy¹⁸ bzw. geben in ihren Einträgen Produktempfehlungen für Sponsoren ab. Für einige wenige Handarbeitsblogger*innen entwickelt sich aus dem ›Hobby‹ Handarbeiten und seiner Medialisierung eine Form der Erwerbstätigkeit. Die Diskursivierungen von ›Handarbeiten‹ in Blogs zwischen 2005 und 2020 zeigen folglich besonders deutlich, wie durchlässig die Grenzen zwischen ›Arbeit‹ und ›Nicht-Arbeit‹ sind. Die Funktion vieler Blogs verändert sich von der semi-öffentlichen Produktivitätsdokumentation innerhalb der Blogger*innencommunity hin zur Verkaufs- und Marketingplattform und damit zur Kommodifizierung der eigenen Produktivität. Handarbeitsblogger*innen erscheinen dabei als Subjekte, die sich zwischen den Feldern der Reproduktionsarbeit, der ›Arbeit‹ und ›Nicht-Arbeit‹ hin und her bewegen. Zudem konstituiert die Gemeinschaft der Handarbeitsblogger*innen einen Bezugsrahmen für die Subjekte und ihre ›Handarbeiten‹.

Handarbeitsblogs werden in dieser Studie als ›Selbstporträts‹ von überwiegend nichterwerbstätig handarbeitenden ›Frauen‹¹⁹ untersucht. Bestehend aus zahlreichen, bisweilen mehrmals täglichen, einzelnen Einträgen (›Posts‹), gerichtet an ein mehr oder weniger großes Publikum und changierend zwischen persönlicher Reflexion, öffentlicher Selbstdarstellung und Werbetext bilden Blogs ein eigenes, schwer eingrenzbares Genre (vgl. Augustin 2015, S. 90ff.). Insofern unterscheiden sich die Handarbeitsblogs von den strukturell ähnlich aufgebauten Porträts von Handwerker*innen und Handwerkstechniken in Print und TV. Dennoch liegen in den Selbstbeschreibungen, den Schilderungen der Herstellungsprozesse und der geleisteten Wissensvermittlung genügend Parallelen für einen Vergleich. Darüber hinaus sind sie wegen ihrer Fokussierung auf Handarbeiten als identitätsprägende Freizeitbeschäftigung, aber auch unter formalen Gesichtspunkten ein stilbildendes Medium. So adaptiert etwa die Lifestylezeitschrift *Flow* das aktualitätsbezogene Format sowie Jargon und Darstellungsweisen von Handarbeitsblogs. Ähnlich den Statusmeldungen im Blog porträtiert *Flow* Handwerker*innen und Handarbeitende – darunter viele Blogger*innen – in der Rubrik ›Was machst du gerade?‹. Handarbeitsobjekte werden hier wie dort als ›Projekte‹ bezeichnet und im Laufe

18 Die deutsche Plattform Dawanda wird 2018 eingestellt, der Marktkonkurrent Etsy übernimmt zahlreiche der Online-Shops.

19 Das Sample der sechs näher untersuchten Blogs enthält den Blog einer Trans*person und eines queeren Mannes.

der Zeit mit immer anschaulicheren Anleitungen versehen. Die Zeitschrift *Wal-den* stellt »alte« Handwerkstechniken in Form von Selbsterfahrungsberichten vor, die auch in den Blogs dominieren. Zudem sind Handarbeitsblogs, -plattformen und -foren ausschlaggebend für die zunehmende Verbreitung von und schließlich den Handel mit Handarbeitstechniken und handwerklichem Wissen. Damit werden sie selbst als Beleg für die »Renaissance« des Handarbeitens zum Gegenstand der Berichterstattung.

Handarbeitsblogs sind themenzentriert und informieren über die Eigenherstellung von Handarbeitsobjekten und -materialien. Häufig wechseln diese mit Einträgen über die Lebensumstände und den Alltag der Blogger*innen sowie über andere, nichtverwandte Themen (Glaube, Bücher, Politik, Rezepte etc.). Typisch ist die Beschreibung einzelner Werkstücke (»Projekte«) in mehreren konsekutiven Einträgen, so entsteht ein idealer Erzählverlauf von der Materialakquise bis zum fertiggestellten Objekt. Die Einträge sind häufig bebildert, meist werden auch die technischen Daten (Material, Materialverbrauch, Anzahl der Maschenansläge etc.) und auch Anleitungen mitgeteilt. Zentral sind kommunikative Elemente, wie beispielsweise die Schilderung von auftretenden Problemen, auf die in Form von Kommentaren von anderen Handarbeitenden reagiert werden kann. Auch wiederkehrende Blogaktionen, an denen sich mehrere Blogger*innen beteiligen, dienen dem Austausch sowie ggf. der Kommerzialisierung bzw. Popularisierung und der »Pflege« der einzelnen Blogs.

Beispielsweise bietet die Blogaktion »Die verstrickte Dienstagsfrage« den Blogger*innen regelmäßig Anlässe zur Selbstbeschreibung und die Möglichkeit, ihren Blog bekannt zu machen. Um einen Überblick über die Themen innerhalb der Szene deutschsprachiger Handarbeitsblogger*innen zu erhalten, wurden die Fragen und ausgewählte Antworten im Rahmen der Blogaktion »Die verstrickte Dienstagsfrage« für den Zeitraum 2005-2010 analysiert. An der seit 2003 durchgeführten Aktion vom Blog »Das Wollschaf« beteiligen sich bis zu 100 Blogger*innen, indem sie auf die wöchentlich gestellte Frage auf ihrem eigenen Blog »antworten« und diese Antwort in den Kommentarspalten des »Wollschaf«-Blogs verlinken.²⁰ Ab Ende 2006 reichen Blogger*innen und Interessierte eigene Fragen beim »Wollschaf« ein, was die Resonanz auf die Blogaktion deutlich erhöht. Die höchste Resonanz erfährt die »Dienstagsfrage« 2006 und 2007 mit durchschnittlich 75 Reaktionen pro Eintrag. Der deutliche und stetig sinkende Rückgang der Popularität der Aktion ab Ende 2007 ist zunächst auf einen Wechsel des Blogproviders zurückzu-

20 Zugriffen werden konnte lediglich auf die Fragen von 2005 bis 2015. Für die Jahre 2005 bis 2007 waren die Kommentarspalten nicht mehr aktiv, sodass Antworten nur über externe Suchmaschinen gefunden werden konnten.

führen.²¹ Jedoch erreicht die Aktion auch ab 2015 über den problemlos zugänglichen Wordpress-Account nie wieder die vorherige Beliebtheit – was mit der Einstellung vieler Blogs zu begründen ist.²²

Zwischen 2005 und 2010 thematisieren mehr als die Hälfte (rund 63 Prozent) der Fragen Handarbeitsgewohnheiten, wie etwa zu welcher Musik oder Fernsehsendung gestrickt wird, zu welchen Tageszeiten oder welche Objekte vorrangig gefertigt werden. Das Thema ›Konsum‹ wird im Bereich der Gewohnheiten besonders häufig aufgegriffen (»Habt ihr eine Lieblings-Stricknadelmarke?«, Die verstrickte Dienstagsfrage 14/2007, 03.04.2007). Am zweithäufigsten sind mit 22 Prozent meist konkrete Fragen zu Strick- und Handarbeitstechniken. Thematisiert werden aber auch das Bloggen und die internetbasierte Medialisierung von Handarbeiten, indem etwa der ›Hype‹ ums Handarbeiten und sein Abflauen, der inhaltliche Aufbau von Handarbeitsblogs oder neue Medienformate diskutiert werden.

Das Stellen und Beantworten der Fragen fungiert also zum einen als Anlass zur ›Selbstporträtierung‹ der Handarbeitenden. Damit werden, ähnlich wie in den Porträts in Tageszeitungen und Zeitschriften, Subjekteigenschaften wie Wissenserwerb und -weitergabe oder Einstellungen, Fertigkeiten und Tugenden thematisiert. Dabei treten in den Blogs diejenigen Diskurspositionen als explizite auf, die im Diskurs der etablierten Medien oft implizit bleiben. Zum anderen wird im Zusammenhang mit der Metareflexion über das Handarbeitsbloggen und die ›Renaissance‹ des Handarbeitens deutlich, dass durch die Verquickung der Aktivität des ›Bloggens‹ mit der Positionierung als Handarbeitende*r andere Kriterien zur Grenzziehung verwendet werden: Statt der Betonung des ›Alten‹ an der Handwerkstechnik gilt Mitte der 2010er-Jahre das ›alte‹ Bloggen als Gegenpol zu den ›neuen‹ Sozialen Medien wie Instagram und den Praktiken der Influencer*innen sowie als Marker für Authentizität.

Für die Analyse wurden sechs Handarbeitsblogs näher untersucht, die sich regelmäßig oder zeitweise an der Aktion »Die verstrickte Dienstagsfrage« beteiligen. Relevante Passagen dieser Blogs wurden feinanalysiert. Ausgewählt wurden solche Blogs, die über einen Zeitraum von mehr als fünf Jahren aktiv waren und innerhalb der ›Blogosphäre‹ der Handarbeitsblogger*innen – zumindest zeitweise – eine gewisse Sichtbarkeit aufweisen. Um das sehr vielfältige Spektrum der Handarbeitsblogger*innen-Gemeinschaft zumindest ansatzweise zu erschließen, wurden vier nichtkommerzielle Blogs mit geringerer Reichweite analysiert sowie

21 Der Anbieter Stricknetz.de erfordert eine vorherige Registrierung, um kommentieren zu können, was von vielen Blogger*innen als Hindernis beschrieben wird.

22 Ab 2013 übernimmt die Verkaufsplattform Etsy das Format mit einer wiederkehrenden »Donnerstagsfrage«, vergleichbare Aktionen wie »Auf den Nadeln« oder »WIP-Wednesday« (für »Work in Progress Wednesday«) dienen eher dem Präsentieren von Produktionsständen.

zwei populäre Blogs, die im Laufe der Zeit zur Haupterwerbsquelle ihrer Betreiberinnen werden. Diese nichtkommerziellen Blogs sind zwar öffentlich, jedoch von so geringer Reichweite, dass sie in einem ›geschützten Raum‹ geschrieben und gelesen werden. Entsprechend den dazu geltenden ethischen Standards (vgl. Stainton und Iordanova 2017) wurden sie im Rahmen dieser Studie pseudonymisiert. Die angegebenen Blognamen sind also fiktiv, Zitate sind mit Eintragsdatum und Überschrift des Blogeintrags belegt, der (ohnehin begrenzt haltbare) Internetlink wird jedoch nicht angegeben. Die beiden kommerzialisierten Blogs mit relativ großer Reichweite werden dagegen mit dem Namen des Blogs und Internetadresse angegeben, da hier davon auszugehen ist, dass für eine größere Öffentlichkeit geschrieben wird. Als ›privat‹ anzusehende Informationen aus der frühen Phase der Blogs, die in einem Fall auch eine Umgestaltung und Namensänderung des Blogs beinhalten, wurden dagegen ebenfalls pseudonymisiert.

Drei der Bloggerinnen, deren Blogs hier als »Strickblog 1« (2003-2009) und »Strickblog 2« (2010-2014) bezeichnet sind sowie der Blog »Maschenfein« (2014-2020), definieren sich als verheiratete Frauen mit eigenen Kindern. Der Blog »Schoenstricken« (2012-2020) wird von einer Alleinerziehenden betrieben. Insofern sie sich in ihren Einträgen teilweise ausführlich auch mit Alltagsschilderungen aus Familien- und Eheleben befassen, können sie als »Mom-Blogs« bezeichnet werden. Der hier als »Strick-Mann« (2003-2008) benannte Blog wird von einem schwulen Mann betrieben, ein weiterer, »Queerer Strickblog« (2008-2015) ist dem queer-feministischen und politisch linken Milieu zuzuordnen.

Der queer-feministische Blog wurde ausgewählt, weil in der Fachliteratur davon ausgegangen wird, dass die »Renaissance« des Handarbeitens auf die politisch linksgerichtete Punk- und Hardcore-Szene in den USA zurückzuführen ist und für die feministische Bewegung der Riot Girls prägend war (Langreiter 2017, S. 332). Wenngleich dies für den US-amerikanischen Kontext inzwischen gut belegt ist, fehlt für den deutschen Diskurs eine umfassende Untersuchung (vgl. lediglich Peper 2017). Obwohl diese hier nur in Ansätzen erfolgt, wird deutlich, dass der Einfluss politischer und feministischer Handarbeitender in der deutschsprachigen Blogger*innen-Gemeinschaft marginal ist. Vielmehr ist davon auszugehen, dass deutschsprachige politische Handarbeitsaktivist*innen primär englischsprachige Blogs konsultieren. Die Deutung von Handarbeiten als gesellschaftskritischer Tätigkeit kommt außerhalb dezidiert politischer Blogs nicht vor. Damit ist der Einfluss des politischen Handarbeitsaktivismus innerhalb des internetbasierten Handarbeitsdiskurses als gering einzuschätzen. Dennoch ist die Analyse der politischen Blogs für diese Studie relevant. Denn in diesen Blogs wird das Thema »Arbeit/Nicht-Arbeit« und »Gender« – oftmals mit Bezug auf die einschlägige Fachliteratur zum Thema – explizit verhandelt.

3.5.2.2. Online-Tutorials

Online-Tutorials sind als Fortführung des Prinzips der Anleitung aufzufassen. Damit fallen sie der hier vorgenommenen Einschränkung folgend nicht in die erweiterte Kategorie des Porträts. Tatsächlich sind viele ›Handwerk(en)s‹-Anleitungen in Videoform für die Fragestellungen dieser Studie wenig relevant. Viele der frühen Handwerks- und Handarbeitstutorials auf der Plattform YouTube²³ zeigen lediglich das notwendige Material und die Hände, die einzelne Herstellungsschritte durchführen, was auf der Tonspur erklärt wird. Das Gesicht der Person wird nicht gezeigt und abseits der Anleitung werden wenig Informationen vermittelt. Jedoch etabliert sich im Laufe der Zeit eine zunehmende Personalisierung von Tutorials, insofern sie als Teil eines Vlogs, also eines Video-Blogs entstehen. So wird das ›Teilen‹ persönlicher Informationen, das Zeigen der gesamten Person und/oder Familie sowie – im Falle erfolgreicher ›Handwerk(en)s‹-Vlogs – das Etablieren einer Webseite mit einem Forum zum Austauschen für die ›Community‹ der Anhänger*innen zur Konvention.

Im Bereich des Handarbeitens, des handwerklichen Selbermachens und DIY existieren sehr viele unterschiedliche und teilweise sehr erfolgreiche ›Kanäle‹, die teilweise von mehreren Millionen Menschen aufgerufen und von mehreren hunderttausend Menschen abonniert werden. Durch die zunehmende Kommerzialisierung von YouTube fungieren zahlreiche Video-Tutorials als Produktempfehlungen bzw. Werbung, was die Produktion der Videos stark beeinflusst (vgl. Schwemmer und Ziewiecki 2018; Bishop 2020). Dies gilt in besonderem Maße für die Vielzahl von ›Heimwerker‹-Kanälen, in denen unterschiedliche Maschinen und Werkzeuge ›getestet‹ werden und die teilweise von Werkzeughändlern betrieben werden. Diese ›Heimwerker‹- bzw. DIY-Tutorials sind ausschlaggebend, um den Bereich des handwerklichen Selbermachens für ›Männer‹ zu untersuchen, während das weiblich kodierte Handarbeiten in dieser Studie primär über die Auswertung der Handarbeitsblogs analysiert wird. Obwohl Online-Tutorials also am weitesten von der Kategorie des Porträts entfernt sind, wird hier aus drei weiteren Gründen auf einzelne Episoden aus zwei verschiedenen Online-Tutorials Bezug genommen, die sich dezidiert ›altem Handwerk‹ widmen.

Erstens sind Online-Tutorials, wie sie ab Ende der 2000er-Jahre auf der Plattform YouTube erscheinen, stilprägend für andere, hier untersuchte Medienformate. So ist die Frage »How to ...«, die mit unterschiedlichen Ergänzungen als Suchmaschinenanfrage verwendet wird, titelgebend für die Anfangszeit des Online-Tutorials als »Howto«. Die ab 2015 produzierte mehrteilige TV-Dokumentation HANDWERKSKUNST! (SWR) greift diese Frage in jedem Episodentitel auf (»Wie man einen Sattel macht« usw.) und generiert damit auch eine höhere Sichtbarkeit auf

23 Für einen Überblick zum Mediendispositiv YouTube und seiner Entwicklung vgl. Kim 2012 sowie Arthurs et al. 2018.

YouTube, wo alle Episoden der Serie im SWR-Kanal bereitgestellt werden. Obwohl diese Handwerk(en)sporträts keine klassischen DIY-Anleitungen sind, greifen sie auf einige Merkmale des Online-Tutorials zurück und werden zum Teil auch als solche rezipiert. Dies belegen etwa Kommentare von YouTube-Nutzer*innen, die konkret nach dem Vorgehen oder verwendeten Materialien fragen, und die Tatsache, dass der SWR zum Ende des Untersuchungszeitraums mit einzelnen Protagonist*innen einen eigenen HANDWERKSKUNST!-YouTube-Kanal pflegt, für den auch »Q&A«-Kurzfilme und Tutorials produziert werden (vgl. SWR 2020).

Zweitens tragen Online-Tutorials maßgeblich zur Popularisierung des handwerklichen Selbermachens in den 2000er-Jahren bei. Sie werden zunächst in Zeitschriften und Zeitungen Einsteiger*innen empfohlen und gehören damit mehr und mehr zu einer etablierten Form des Wissenserwerbs über »Handwerk(en)«. Ab Mitte der 2010er-Jahre wird es zum Standard, dass nicht nur TV-Sender, sondern auch Zeitschriften in eigenen Online-Videos Arbeitsschritte erklären.

Drittens lassen sich vor allem populäre DIY-Tutorials durchaus als Selbstporträts untersuchen, insofern die Subjektinszenierung Teil der »Arbeit« von YouTuber*innen ist. Schließlich ist die Personalisierung und direkte Ansprache eine Möglichkeit, die »Monetarisierung« des eigenen YouTube-Kanals über Nutzer*innenkommentare zu forcieren, wobei professionelle YouTuber*innen auch auf die Dienste Dritter zurückgreifen (vgl. Arthurs et al. 2018, S. 7).

Insofern sind aus den YouTube-Videos der Anfangszeit die Paradigmen der Nicht-Professionalität und Intimität zu ästhetischen Prinzipien geworden (vgl. Arthurs et al. 2018, S. 8). Der Erfolg einzelner YouTuber*innen, die als »micro-celebrities« (Schwemmer und Ziewiecki 2018, S. 1) gelten und sich über direkte und indirekte Werbeinnahmen finanzieren, wird weniger auf die Inhalte der Videos, sondern vielmehr auf die Herstellung einer glaubwürdigen, »authentischen Persönlichkeit« zurückgeführt (vgl. Schwemmer und Ziewiecki 2018, S. 3). Zu den Authentisierungsstrategien zählt, dass die Situation des Filmens transparent gemacht wird (vgl. Schaaf 2021), etwa indem die Person hinter der Kamera kommentiert oder angesprochen wird, oder deutlich wird, dass selbst gefilmt wird. Zudem wird das Zeigen und Inszenieren von Missgeschicken und Fehlern zu einem zentralen Faktor: So basiert der Erfolg des Vlogs des »Heimwerkerkings Fynn Kliemann«²⁴ auf dem Unterhaltungswert seines Dilettantismus und dem bewussten Regelbruch. Diese Strategie, das freizeitliche Handwerken mit vielen Witzen, Off-Topic-Kommentaren, Einspielen und Flüchen über Fehlleistungen

24 Der Webdesigner Fynn Kliemann geht nach einigen erfolgreichen DIY-Videos eine Kooperation mit Funk, also dem Jugendprogramm von ARD und ZDF ein. Auf seinem Grundstück in einem niedersächsischen Dorf wird eine Art Dauerfestival für DIY- und Kreativarbeit eingerichtet. Später ist er auch als Musiker äußerst erfolgreich, vgl. Hof 2019; Cranach 2020.

und Verletzungen zu erklären, wird von einigen Heimwerker-YouTubern adaptiert, etwa von den Kanälen »Lets-Bastel« oder »Holzkunst Scholz«.

Seit etwa 2010 gibt einige YouTube-Videos, die sich dem handwerklichen Selbermachen nach dem Vorbild des »alten Handwerks« und mit alten Werkzeugen widmen, also auf elektrische Maschinen verzichten. Dabei sind vor allem englischsprachige Videos erfolgreich, die auch das Fertigen alten Werkzeugs zeigen, wie etwa die YouTube-Kanäle von Paul Sellers oder Mr. Chickadee mit 450.000 bzw. 250.000 Abonnent*innen (Stand Januar 2021). Bei deutschsprachigen Videos dominieren insgesamt Videos über das klassische, maschinelle »Heimwerken«, wobei zwar meist Holzarbeiten im Vordergrund stehen, oftmals aber auch elektronische Geräte bearbeitet oder Renovierungsarbeiten durchgeführt werden. Ausgewertet wurden daher Episoden aus zwei YouTube-Kanälen, die sich auf »altes Handwerk(en)« konzentrieren. Der Kanal TISCHLERARBEITEN, HANDWERK, RESTAURIERUNGEN, ANTIQUITÄTEN (THRA) wird von einem gelernten Tischler und Restaurateur, Lothar Jansen-Greef, betrieben. Darin werden unterschiedliche alte Werkzeuge vorgestellt und erklärt, Hinweise für den Bau und das Restaurieren von Möbeln mit Hilfe vorindustrieller Materialien und Werkzeuge gegeben und auch vollständige Anleitungen gezeigt. Jansen-Greef weist explizit darauf hin, dass er Monetarisierung über die Beteiligung an YouTube-Werbeanzeigen betreibt. Seine Videos sind mit Stativ gedreht und wenig bearbeitet, sodass sie stark dem Ursprungsprinzip des von Nutzer*innen generierten Inhalts bei YouTube entsprechen. Dennoch nimmt auch er vereinzelt Produktplatzierungen vor. Jansen-Greef betreibt seinen YouTube-Kanal seit 2011 und hat mit 53.000 Abonnent*innen (Stand Januar 2021) eine vergleichsweise geringe Reichweite.

Dagegen fungiert der seit 2017 vom Werkzeughandel Maschinenhandel Meyer (MHM) betriebene YouTube-Kanal wie eine Mischung aus Tutorial und Werbesendung. In den meisten Videos testen ausgebildete »männliche« Handwerker Maschinen und leiten zu Holz- und Werkarbeiten an. Dabei kooperiert der Hersteller mit YouTubern aus den Bereichen Handwerk und Garten. Ab Ende 2018 präsentiert der Tischler und Kursanbieter Dominik Ricker »DIY-Projekte«, aber auch einzelne Werkzeuge im Rahmen des Kanals. Seine Videos erhalten mehr Aufrufe als die vorherigen und sukzessive etabliert sich Ricker als YouTuber für den Kanal des Maschinenhandels.²⁵ Im Mai 2020 präsentiert Ricker ein Video mit dem Titel »Altes Handwerk – Tischlern vor 100 Jahren« als erstes einer mehrteiligen

25 Die eigene Professionalisierung im Hinblick auf Performanz, den Umgang mit Kommentaren und Zeitressourcen wird wiederum in einem Rückblick auf die ersten zwei Jahre thematisiert, vgl. MHM, Erfolgreichste Videoreihe, 28.12.2020; Schluss, 31.12.2020. In diesem Zuge wird ebenfalls reflektiert, dass die Konzeption, Gestaltung und Ausrichtung der Videos sich an der Zuschauer*innenresonanz ausrichtet und vom Format klassischer Werbevideos entfernt und stattdessen an Handwerksdokus, Vlogs und Tutorials annähert.

Serie. Dabei werden einzelne Möbelstücke mit manuell betriebenen Werkzeugen gefertigt und die Herstellungsschritte erläutert. Die Videos der Serie erzielen mit teils über 350.000 Klicks vergleichsweise hohe Aufrufzahlen, generieren zahlreiche Kommentare und gelten als »erfolgreichste Videoreihe« des Kanals (MHM, Erfolgreichste Videoreihe, 28.12.2020). Diese Videos enthalten keine direkten Kaufempfehlungen, sind aber durch Werbeanzeigen monetarisiert. Darüber hinaus ist zu berücksichtigen, dass sie Teil des Marketings des Werkzeughandels MHM sind. Der Kanal hat zum Ende des Untersuchungszeitraums, im Dezember 2020, 95.000 Abonent*innen.

Die ALTES HANDWERK-Videos werden mit Hilfe von professionellen Kameraleuten produziert und sind mit erkennbar langen Produktionszeiten, Außen- und Luftaufnahmen an TV-Sehgewohnheiten orientiert. So sind längere ästhetisch motivierte Sequenzen enthalten, in denen Ricker sich vor einer ländlichen Kulisse aus der Ferne auf die Kamera zubewegt oder Werkstücke transportiert, schweigend arbeitet oder am Lagerfeuer Leim erhitzt. Das Werkstatt-Studio des Maschinenhändlers, der Drehort der sonst auf dem Kanal präsentierten Videos, wird verlassen und im Freien oder in einem alten Haus gedreht; in einer Folge wird ein Schmied aufgesucht, in einer anderen ein Freilichtmuseum als Kulisse gewählt. Indem Sets verdunkelt, elektrisches Licht reduziert bzw. Sepia-Filter verwendet werden, wird zudem eine »vorindustrielle« Atmosphäre suggeriert. Der Protagonist trägt Handwerkskluft statt eines T-Shirts des Maschinenhändlers. Für diese Studie wurden je fünf Videos beider Kanäle gesichtet und ausgewertet.

3.5.3. Fernsehen

3.5.3.1. Unter unserem Himmel

Seit November 1969 wird im Bayerischen Rundfunk (BR) die Reihe UNTER UNSEM HIMMEL ausgestrahlt. Zu verschiedenen Themen werden zunächst 30-, später 45-minütige Dokumentationen aus Bayern gezeigt. Mit dem festen Sendeplatz sonntags um 19:15 Uhr ist die Sendung prominent im Vorabendprogramm platziert. Spektakuläre Filme, wie etwa die von der Kamera begleitete Besteigung der Eiger Nordwand (DIE EIGER-NORDWAND, BR 1969) oder des Nanga Parbat (NANGA PARBAT – DER TÖDLICHE BERG, BR 2005) sind ebenso Teil wie Einblicke in die Vergangenheit unter dem Stichwort »Damals«. Zu den thematischen Schwerpunkten wie Brauchtum, Musik oder Landschaft zählt auch »Handwerk und Arbeit«, wobei diese Rubrik erst für das Online-Marketing in der BR-Mediathek etabliert wurde (vgl. Rank 2021). In der Dokumentationsreihe werden auch einige »alte Handwerker*innen« porträtiert. Die Sendereihe wird, gerade in der Anfangszeit, als außergewöhnlicher Freiraum innerhalb des öffentlich-rechtlichen Rundfunks angesehen (vgl. Rohrbach 2020). Zu den Autor*innen zählen etablierte Spiel- und Dokumentarfilmemacher*innen wie Jo Baier, Matti Bauer, Sybille Krafft oder Dieter Wie-

land, der wegen seiner Dokumentationen zur Umweltzerstörung in den 1970er-Jahren als »kritische Stimme Bayerns« gilt (BR 2019).

Wegen dieser Nähe zum cineastischen Dokumentarfilm der 1960er-Jahre bildet die Serie trotz ihrer thematischen Vielfalt eine relevante Vergleichsgröße für diese Studie. Dies umso mehr, als Schnittmengen zwischen ethnografischen Handwerksfilmen und vom Direct Cinema inspirierten Dokumentarfilm bestehen, die beide wiederum einflussreich für die hier untersuchten TV-Porträts sind. In der Selbstkonzeption verpflichtet sich UNTER UNSEREM HIMMEL dokumentarischen Standards und der »individuelle[n] Handschrift des Autors, der Autorin« (Rohrbach 2020). Zwar überwiegt der Kommentar der Autor*innen, aber viele Szenen sind unkommentiert bzw. die Protagonist*innen kommen selbst zu Wort und die Situation des Filmens wird transparent gemacht. Auch einigen Handwerk(en)sporträts der Reihe ist ein sozialkritisches Moment anzumerken. Insgesamt unterscheiden sie sich von den beiden hauptsächlich untersuchten TV-Serien. Dafür ist insbesondere der Umstand, dass im Rahmen der Serie ein breiteres Themenspektrum angesprochen wird, verantwortlich. So ist die Dokumentationsreihe nicht auf »Handwerk(en)« fokussiert, sondern folgt einem weiten Verständnis von »Arbeit«. Viele der Sendungen thematisieren Landwirtschaft, aber auch häusliches Backen oder Berufe wie Schornsteinfeger oder Wirtshausbienung. Bei den untersuchten Porträts bildet der Herstellungsprozess eines Objekts selten den einzigen Erzählrahmen, vielmehr werden der Arbeitsalltag und Lebensumstände verschiedener Beschäftigter eines oder mehrerer Betriebe angesprochen. Auch die wirtschaftliche Situation der Region oder Branche werden thematisiert. Im Rahmen dieser Studie wurden fünf Episoden gesichtet und eine Episode zum Thema Glockenguss ausgewertet und mit den monothematischen Handwerksfilmreihen HANDWERKSKUNST! und DER LETZTE SEINES STANDES? verglichen.

3.5.3.2. Der Letzte seines Standes?

Von 1991 bis 2008 wird im Bayerischen Rundfunk die Serie DER LETZTE SEINES STANDES? ausgestrahlt. Insgesamt werden in 63 Einzelsendungen (mit zwei Doppelfolgen) 61 Handwerkende vorgestellt, die meist hauptberuflich ein »altes Handwerk« ausüben oder ausgeübt haben. Der thematische Fokus liegt auf außergewöhnlichen und selten gewordenen Berufen und es werden überwiegend alte und ältere Männer aus dem deutschsprachigen Raum porträtiert. Der Filmemacher Benedikt Kuby gibt an, sich mit mehrstündigem Filmmaterial über einen Wagner an den Bayerischen Rundfunk gewendet und schließlich mit einer stark gekürzten Version die Möglichkeit erhalten zu haben, eine Serie mit 30-minütigen Episoden für das Vorabendprogramm zu produzieren (vgl. Kuby 2001). Die Erstausstrahlung der ersten Episode DER WAGNER erfolgt am zweiten Weihnachtsfeiertag 1991 um 20:30 Uhr. Weitere Erstausstrahlungen werden ebenfalls an Feiertagen

platziert, jedoch ins Vorabendprogramm vorgerückt. Einzelne Episoden erzielen bei der Zielgruppe 50 plus deutlich höhere Marktanteile als bei der Gesamtmenge der Zuschauer*innen, wo sie in den 1990er-Jahren mit Marktanteilen von insgesamt durchschnittlich 2,5 Prozent bereits als erfolgreich gelten darf (vgl. AGF Videoforschung 2021). Bis in die Gegenwart ist die Serie weiterhin durch häufige Wiederholungssendungen in den dritten Programmen und privat hochgeladene YouTube-Versionen, die zum Teil mehrere hunderttausend Klicks erreichen, präsent. Beim BR ist der verantwortliche Redakteur meist Tilman Steiner, später übernimmt Bernd Strobel; zu weiteren Autor*innen zählen Rüdiger Lorenz, Werner Kubny und Anne Wiesigel. Die Serie ist 2005 für den Adolf-Grimme-Preis nominiert (vgl. BR 2005).

Der Vorspann der Serie setzt sich zunächst aus abgefilmten Handwerksfolgen zusammen, später werden Szenen verschiedener Episoden aneinandergefügt. Begleitet von den Streicherklängen der Titelmelodie, deutet der von Achim Höppner eingesprochene Voice-Over-Kommentar die Grundstimmung der TV-Dokumentation bereits an:

Fortschritt hat auch diese Namen: Zukunft und Abschied. Ein Erbe von Können und von Weisheit ungezählter Generationen steckt in den alten Berufen, von denen manche Zukunft haben in anderer Gestalt und einige zu neuem Leben erwachen könnten. Wir haben gerade noch Zeit, sie im Bilddokument bei uns zu behalten: Die Letzten ihres Standes. Was war der Wert ihrer Arbeit? Welche Werkstattgeheimnisse können sie uns noch verraten? Wie sind sie geworden in ihrem Werk? (BR, DLsS, 1991-2008)

Die einzelnen Episoden sind zwar unterschiedlich aufgebaut, folgen jedoch stets einem ähnlichen Schema. Meist werden der Wohn- und Arbeitsort der porträtierten Person gezeigt und die Funktion und Bedeutung der jeweiligen Profession erläutert. Dabei werden oftmals historische Dokumente abgefilmt oder eingespielt. Die Handwerker*innen werden als möglicherweise »letzten« Vertreter*innen ihrer Berufsgruppe vorgestellt und bei der jeweiligen Arbeit gezeigt. Auch über ihre Kindheit, ihre Erwerbsbiografie und ihr Alltagsleben wird informiert. Im Vordergrund steht jedoch der Herstellungsprozess eines Objekts, das häufig durch einen »letzten Auftrag« motiviert ist, dessen Zustandekommen ebenfalls Teil des Films ist. Meist übernimmt der Voice-Over-Kommentar die Erklärungen, in einzelnen Sequenzen kommen auch die Protagonist*innen zu Wort, etwa wenn sie von ihrer Kindheit erzählen. Dass die Handwerker*innen ihre Arbeitsschritte selbst erläutern, bildet die Ausnahme. Für diese Studie wurden mehr als zwanzig Episoden gesichtet und ausgewertet.

3.5.3.3. Handwerkskunst!

Im Südwestrundfunk (SWR) wird ab Oktober 2015 die Reihe **HANDWERKSKUNST!** ins Programm genommen. Bereits ein Jahr zuvor wurden in einem – nicht als solchem klassifizierten – Pilotfilm zehn »letzte[]« Handwerksberufe aus dem südwestdeutschen Raum vorgestellt (Zunft, SWR 2014). Die anschließend lancierte Serie widmet sich in 45-minütigen Episoden je einem handwerklichen Herstellungsvorgang. Den vier ersten Episoden zum Schmieden, Korbflechten, Schuhmachen und Brotbacken werden jedes Jahr mehrere weitere hinzugefügt; 2020 werden allein 18 neue Einzelfolgen ausgestrahlt. Bei der Vermarktung wird betont, dass auf »störende Hintergrundmusik« verzichtet werde und lange Einstellungen verwendet werden (ARD-Mediathek 2020). Die Sendung wird mit freitags, 21:00 Uhr auf einem festen Sendeplatz gelegt und erzielt solide Marktanteile von 1,5 bis 2 Prozent (vgl. AGF Videoforschung 2022). Wie bei **DER LETZTE SEINES STANDES?** ist der Zusppruch bei der Zielgruppe 50 etwas deutlicher, jedoch sind die Unterschiede zu den von der AGF erfassten Gesamtzuschauer*innen weniger stark (vgl. AGF Videoforschung 2022). Dass »Handwerk(en)« für den SWR ertragreich ist, legen besonders die Etablierung eines eigenen YouTube-Kanals für die Sendung (vgl. SWR 2020) und weitere Spin-Offs wie das mehrteilige moderierte Unterhaltungsformat **DIE SCHEUNE** (SWR 2020) nahe, in dessen Rahmen Handwerker*innen Objekte von Zuschauer*innen reparieren.

Thematisch konzentriert sich die Serie, anders als der Pilotfilm **DIE LETZTEN IHRER ZUNFT**, nicht auf »alte« Handwerksberufe, sondern porträtiert stattdessen unterschiedlichste handwerkliche Tätigkeiten, etwa auch Tätowieren, das Bauen eines Hochbeetes oder das Restaurieren von Möbeln. Dabei sind nicht immer ausgebildete »Meister*innen« zu sehen und viele der Protagonist*innen sind zwischen 20 und 40 Jahre alt. Anders als bei **DER LETZTE SEINES STANDES?** wird also nicht auf die traditionelle Fertigung abgehoben, vielmehr soll die Serie das »Handwerk im 21. Jahrhundert abbilden«, wie das Online-Team der SWR Landesschau Rheinland-Pfalz in einem Kommentar auf YouTube erklärt (SWR Landesschau RLP, Antwort auf Stefan W.).

Produziert wird die Serie **HANDWERKSKUNST!** von der Eikon Media GmbH im Auftrag des SWR. Unterschiedliche Autor*innen konzipieren die einzelnen Folgen, beim SWR sind meist Dorothee Eisinger und Rolf Hüffer als Redakteur*innen verantwortlich. Der Plot jeder Episode folgt dem Herstellungsprozess eines Objekts. Dabei bildet die Materialauswahl den Anfang und die Inbetriebnahme bzw. Auslieferung des Produkts meist das Ende jeder Episode. Im Vorspann sind in Nahaufnahme Sequenzen der Herstellungsprozesse zu sehen, wobei der laute Originalton der Werkgeräusche dominiert. Der Voice-Over-Kommentar macht in kurzen Sätzen auf die Herausforderung des jeweiligen Ablaufs und die erforderliche Kompetenz aufmerksam, die den*die jeweilige*n Protagonist*in als Vertreter*in der

titelgebenden HANDWERKSKUNST! legitimieren. Der Wohn- bzw. Arbeitsort des jeweiligen Betriebs wird meist kurz genannt, wobei die Auswahl der Orte auf das Sendegebiet des SWR beschränkt ist.

Die Handwerker*innen kommentieren viele der Arbeitsschritte selbst, teils im Voice-Over-Kommentar, teils im Originalton. Eine Sprecherperson liefert meist Zusammenfassungen, erläutert das Vorgehen und gibt Informationen über mögliche Schwierigkeiten und die bereits verstrichene Zeit. Im Unterschied zu DER LETZTE SEINES STANDES? sind dabei die Autor*innen und gelegentlich auch Teile des Kamerateams zu sehen bzw. zu hören. Für diese Studie wurden zwanzig Episoden gesichtet und ausgewertet.

