

Chronologische Analyse

4. ›Altes Handwerk(en)‹ in FAZ und FAS 1990-2020

Einen ersten Überblick über den gesamten Untersuchungszeitraum gibt der Diskursverlauf in der FAZ von 1990 bis 2020, bzw. ab 2001 auch für die nun überregional erscheinende FAS. Den Ausgangspunkt für diese Untersuchung bildet die Frage, wie das Phänomen ›altes Handwerk(en)‹ und handwerkliches Selbermachen in diesem Zeitraum konstruiert wird, welche Rolle dabei ›Arbeit‹, ›Nicht-Arbeit‹ und Gender spielen und welche Subjekt- bzw. Diskurspositionen dabei relevant sind. Vor dem Hintergrund des Befundes, dass Ende der 2000er-Jahre ›altes Handwerk‹ und handwerkliches Selbermachen zunehmend als Lifestyle thematisiert werden, war es wichtig, dies mit der Diskursivierung in den 1990er-Jahren zu vergleichen.

Zwei Einschränkungen müssen für die Aussagekraft der folgenden Analyse gemacht werden: Erstens gelten FAZ und FAS als Leitmedium einer Leser*innenschaft, die über einen hohen Bildungsstandard und hohe bis überdurchschnittliche ökonomische Ressourcen verfügt und somit kein Abbild der Pluralität der Gesellschaft darstellt. Das Interesse der ›konservativen‹ Tageszeitung am Thema ›altes Handwerk(en)‹ soll jedoch nicht zu vorschnellen Rückschlüssen auf die thematische Aufbereitung verleiten: So lassen sich für denselben Zeitraum ähnliche Porträts (bisweilen derselben Handwerker*innen) in den als links-liberal geltenden Printmedien Tageszeitung (taz) oder Frankfurter Rundschau (FR) finden. Hier wäre eine kontrastierende Analyse sicherlich gewinnbringend, um die Pluralität des Diskurses abbilden zu können. Dies wird mit der intermedial vergleichenden Analyse der Deutungsmuster geleistet.

Notwendigerweise ist dieser zeitliche Überblick also zweitens einer komplexitätsreduzierenden Darstellung verpflichtet. Auf Widersprüchlichkeiten wird zwar eingegangen, dennoch sind durch die Anlage als Chronologie Glättungen und retrospektive Perspektivierungen unvermeidlich. Entsprechend der diskurstheoretischen Ausrichtung dieser Studie wurde das Augenmerk auf Verschiebungen und Diskontinuitäten gerichtet. Für jede der drei Dekaden wurden mindestens zehn relevante Fragmente feinanalysiert und verglichen.

4.1. Der Überlebenskampf des ›alten Handwerks‹ in den 1990er-Jahren

In den 1990er-Jahren bilden die Überlebensstrategien von kleinen und mittelständischen Handwerksbetrieben das Hauptinteresse.¹ Nicht nur in den Handwerksporträts in der FAZ, sondern auch in der TV-Serie DER LETZTE SEINES STANDES? ist die übergeordnete Fragestellung der Berichterstattung, unter welchen Voraussetzungen der porträtierte Betrieb fortbestehen kann oder weshalb er vom ›Aussterben‹ bedroht ist. In der FAZ werden Ursachen für das Bedrohungsszenario des ›Aussterbens‹ identifiziert, das vor dem Hintergrund kulturgeschichtlicher Informationen über das jeweilige Gewerk mit Bewahrungsimperativen verknüpft wird. Es werden aber auch, in Form von Forderungen, Lösungsvorschläge unterbreitet, wie die Betriebe zukunftsfähig werden oder bleiben können. Diese stützen sich auf Wirtschaftsdaten und die Aussagen von Expert*innen. Geschildert werden Arbeitsbedingungen und Arbeitsabläufe, die in einigen Fällen als ›gute Arbeit‹ bewertet werden. Die Porträts in der Tageszeitung FAZ sind überwiegend im Wirtschaftsteil platziert, einzelne auf den Regionalseiten für das Rhein-Main-Gebiet sowie Ende der 1990er-Jahre auf den Seiten »Aus aller Welt« und »Technik und Motor«. In der (bis 2001 lediglich regional erscheinenden) FAS erscheinen Porträts zudem unter den Rubriken »Freizeit« oder »Wohnliche Zeiten«.²

Die Verortung der Porträts im Wirtschaftsteil erklärt auch die dominante Verwendung von Wirtschaftsdaten, die zwei mediale Funktionen haben: Eine prognostische Funktion, mittels derer ›der Wirtschaftsteil‹ die Zukunft des Mittelstandes vorhersagt, und die Funktion des Ausbildungsmarketings. Der diskursive Hintergrund hierfür sind die in die Anfangszeit der 1990er-Jahre fallenden Debatten um die Novellierung der Handwerksordnung, um Fachkräftemangel und die Nachwuchsregelung in Handwerksbetrieben. Im Zuge der 1994 erlassenen Novelle waren von Seiten der Politik weitreichendere Liberalisierungen der Handwerksordnung gefordert worden, umgesetzt wurde jedoch letztlich lediglich eine moderate Lockerung der in der Handwerksordnung festgelegten Aufgabentrennung.³ Dies

-
- 1 Das Thema Do It Yourself, handwerkliches Selbermachen und Handarbeiten findet in dieser Zeit außerhalb von Fachzeitschriften wie *Selbst ist der Mann* und Handarbeitszeitschriften kaum Beachtung. Lediglich in zwei Fragmenten wurde DIY als Markt für handwerkliches Fachwissen und Produkte der Handwerker*innen beschrieben.
 - 2 Analysiert wurden einzelne Porträts sowie Fragmente der achteiligen Serie »Altes Handwerk neu entdeckt« (FAZ 8/1991) sowie der vierteiligen Serie »Seltene Handwerke in den neuen Bundesländern« (FAZ 12/1990). Insgesamt wurden 15 Fragmente feinanalysiert, von denen vier außerhalb des Wirtschaftsteils publiziert wurden.
 - 3 Handwerker*innen können nun im Rahmen eines Auftrags auch Tätigkeiten ausführen, die nicht zu ihrem Kerngeschäft gehören, so darf ein Maler beispielsweise auch die Wand verputzen, wenn dies für die Erledigung seiner Arbeit notwendig ist, vgl. dazu FAZ vom 20.07.1993, S. 13.

wird im Zusammenhang mit der Überlebensstrategie der ›Diversifizierung‹ implizit auch in den Handwerk(en)sporträts behandelt. Während das Thema ›Fachkräftemangel‹ in den Porträts regelmäßig auftaucht, wird etwa die Kritik an der wachsenden Akademisierung und den schwierigen Förderbedingungen für die handwerkliche Existenzgründung⁴ nicht explizit gemacht. Insbesondere zu Beginn der 1990er-Jahre spielt zudem die wirtschaftliche und politische ›Wiedervereinigung‹ mit der ehemaligen DDR eine zentrale Rolle. Der ›Systemkampf‹ zwischen sozialistischer Plan- und ›Sozialer Marktwirtschaft‹ spiegelt sich auch in den Handwerksporträts dieser Zeit wider: Die mangelnde Brauchtumpflege und die Defizite im marktwirtschaftlichen Wissen machen die ostdeutschen ›alten‹ Handwerksbetriebe in mehrfacher Hinsicht abhängig vom westdeutschen ›Siegssystem‹.

4.1.1. ›Altes Handwerk‹ in Westdeutschland: Mit Traditionsbewusstsein und Innovationsbereitschaft das Kulturgut ›Handwerk‹ bewahren

In der Berichterstattung in Tageszeitungen ist auffällig, dass immer wieder Serien über ›altes Handwerk‹ erscheinen, in deren Rahmen einzelne Berufe porträtiert werden. Zwei solcher Serien werden zu Beginn der 1990er-Jahre auf den Wirtschaftsseiten der FAZ publiziert. Die erste wird in einem Infokasten begründet:

Im Zeitalter der industriell gefertigten Massenware haben manche alten Handwerkskünste an Bedeutung verloren. Einige sind zum Aussterben verurteilt, nur wenige – meist ältere – Menschen üben diese Berufe noch aus. Doch manche der 125 in der Handwerksordnung aufgeführten Berufe erleben eine Renaissance, wobei der Drang, sich von der Masse abzuheben oder besonders hohe Qualität zu bekommen, oft die Triebfeder der Nachfrage ist. Wir werden in loser Folge einige Vertreter dieser nicht alltäglichen Handwerksberufe vorstellen. (FAZ vom 02.08.1991, S. 13)

Die Themen der Serie sind damit gesetzt: Kritik an der »industriell gefertigten Massenware«, die das Kulturgut des Handwerks und die Einkommensgrundlage von »meist ältere[n] Menschen« gefährde, und die Skizzierung der »Renaissance« auf Grundlage eines zu erwartenden Nachfrageanstiegs im Bereich des Luxus- und Nischenkonsums. Nimmt man die Frage nach den Überlebenschancen von ›alten‹ Handwerksbetrieben zum Ausgangspunkt, fällt auf, dass keines der Porträts in der FAZ einen ›letzten Handwerker‹ seiner Zunft vorstellt. Anders als in der mit ähnlichen Worten eingeleiteten TV-Serie DER LETZTE SEINES STANDES?, die im Dezember desselben Jahres erstmals ausgestrahlt wird, wird hier das Bedrohungsszenario des ›Aussterbens‹ zwar zitiert und als Movens der Berichterstattung genutzt, doch

4 Vgl. dazu die Forderungen des Verbands der Junghandwerker in der FAZ vom 13.03.1995, S. 26.

selbst diejenigen alten Handwerksmeister, die ihre Nachfolge nicht geregelt haben, werden als optimistische Mittelständler gezeigt. Die Ressourcen für ein solchen Optimismus sind ›Traditionsbewusstsein‹ und das richtige ›unternehmerische Handeln‹. Beide können die auf der Ursachenebene identifizierten Gründe für die Bedrohung des ›Aussterbens‹ beheben. Autorisiert wird dies meist durch Expert*innenmeinungen und Wirtschaftsdaten.

Obwohl letztlich keine Geschichten des ›Aussterbens‹ erzählt werden und der Fokus stattdessen auf Überlebens- und Unternehmensstrategien liegt, ist ein integraler Bestandteil der Handwerk(en)sporträts der frühen 1990er-Jahre die Schilderung von Schwierigkeiten für handwerkliche Betriebe. Diese Schwierigkeiten ergeben sich vor dem Hintergrund der Kontrastfolie einer besseren, profitableren Vergangenheit, die anhand von Umsatzrückgängen, Betriebsverkleinerungen und einer sinkenden Zahl der Betriebe und Beschäftigten belegt und mit ›Wehmut‹ (FAZ vom 22.08.1991, S. 14) bedacht werden. Als Hauptursachen für den konstatierten Wandel werden genannt: Nachfrageveränderungen durch die Bevorzugung der preislich günstigeren Massenproduktion, ausländische Konkurrenz sowie branchenspezifische Gründe wie das Aus- und Weiterbildungswesen im jeweiligen Handwerk und vor allem der Nachwuchsmangel. Aber auch betriebswirtschaftliche Gründe für den ökonomischen Niedergang werden angeführt, wie mangelnde Innovationsbereitschaft oder »typisch mittelständische Führungsdefizite« (FAZ vom 14.12.1993, S. 18).

Mit der Schilderung der Ursachen für Probleme im Handwerk sind stets Wertungen verbunden. Am deutlichsten wird Kritik am Nachfragerückgang wegen der mangelnden Wertschätzung des Handgemachten geäußert; hier vertritt die Stimme der Berichterstattung in der Regel die Position des wissenden Kenners, der die überlegene Ästhetik und Qualität handwerklicher Produkte richtig einschätzen kann und sich – anders als die noch unkundige Mehrheit der Konsument*innen – bereits »im Wahren« (Foucault 1991, S. 25) befindet. So wird über die Funktion der medialen Wissensvermittlung gleichsam angestrebt, die Leser*innen zu wissenden Konsument*innen zu erziehen, indem sie durch die detaillierte Schilderung der Arbeitsabläufe über den ›Wert‹ handwerklicher ›Arbeit‹ informiert werden.⁵

Diese positive Grundhaltung gegenüber dem ›alten Handwerk‹ und seinen Subjekten findet sich auch wieder, wenn man die Funktion der Wirtschaftsdaten in den Handwerk(en)sporträts betrachtet. Dabei wird der porträtierte Einzelbetrieb

5 Eine besonders kleinteilige Information über die Arbeitsabläufe, die verwendeten Materialien und die Eigenschaften der Objekte findet sich im gesamten Untersuchungszeitraum auf den Seiten »Technik und Motor«, hier wird auf die wirtschaftliche Situation der Betriebe eher am Rande eingegangen, vgl. beispielhaft den Bericht zur Naturhaarpinselherstellung in der FAZ vom 21.07.1998.

als Beispiel für die gesamte Branche genutzt, um daran die Auftrags- und Umsatzlage für Westdeutschland⁶ zu exemplifizieren. Die von der porträtierten Person gemachten Aussagen über ihre Zukunftsaussichten werden dadurch in aller Regel gestützt, sodass den statistischen Daten und den ebenfalls häufig zitierten Branchenvertreter*innen eine autorisierende Funktion zukommt: Das handwerkende Subjekt ist demnach in der Lage, seine oder ihre Situation objektiv und ›richtig‹ einzuschätzen und entsprechend zu handeln. Darüber hinaus wird das Problem des Nachwuchsmangels implizit über die wissensvermittelnde Funktion der Wirtschaftsberichterstattung angegangen, indem Ausbildungsmarketing betrieben wird: Welches Wissen wird in der Lehre erworben? Wie lange dauert die Lehrzeit? Für welche unterschiedlichen Berufe ist man dann qualifiziert? Wie sind die Chancen auf dem Arbeitsmarkt (vgl. etwa FAZ vom 08.08.1991, S. 12)? Auch Kritik am Ausbildungswesen und konkrete Verbesserungsvorschläge werden von Expert*innen geäußert, sodass die Frage nach handwerklicher Qualifizierung und Wissenserwerb als gesellschaftliches Anliegen behandelt werden.

Dieses Interesse für die Ausbildungs- und Arbeitsbedingungen im ›alten Handwerk‹ unterscheidet sich signifikant von der Diskursivierung der späten 2000er-Jahre, die ›Handwerk(en)‹ verstärkt auf der Grundlage von affektiver Befriedigung als attraktive berufliche (oder private) Tätigkeit konstruiert. Jedoch finden sich in den Betriebsporträts der frühen 1990er-Jahre auch Ansätze, ›Handwerk(en)‹ als ›gute Arbeit‹ darzustellen. Der Topos der Autonomie ist an vielen Stellen ersichtlich, wobei die Position von ›Einmannbetrieben‹ auch als strukturelle Schwächung gegenüber der Vergangenheit oder potenzielle Überforderung beschrieben wird. In zwei der 13 analysierten Porträts taucht die Figur des ›Künstler-Handwerkers‹ als explizite Subjektposition auf. So wird in dem Porträt eines Stuckateurs die Fähigkeit zum »freien Entwerfen und Gestalten« als anzustrebende Höchststufe der Qualifikation dargestellt. Eine hohe emotionale Affinität zum gewählten Beruf findet sich bei einer der zwei porträtierten ›weiblichen‹ Handwerkerinnen, einer Modistin, aber auch bei einem Messerschmied, der als Quereinsteiger seinen Beruf begann. Quantitativ dominieren für den Zeitraum der frühen 1990er-Jahre jedoch diejenigen Handwerker*innensubjekte, die ihre Tätigkeit weniger aus Motivlagen wie ›Leidenschaft‹ und ›Selbstverwirklichung‹ betreiben, sondern vielmehr aus unhinterfragter Familientradition. Dementsprechend spielt ›Traditionalität‹ in den 1990er-Jahren auf mehreren Ebenen eine zentrale Rolle.

Wie in den meisten Porträts von ›altem Handwerk(en)‹ hat in der Tagespresse die kulturgeschichtliche Kontextualisierung des jeweiligen Gewerks zwei Funktionen: Zum einen wird durch die Betriebsgeschichten und Erwerbsbiografien pars

6 Dies wird meist damit begründet, dass für den Wirtschaftsraum der neuen Bundesländer noch keine verlässlichen Daten vorliegen.

pro toto die deutsche Kulturgeschichte exemplifiziert, wobei Ereignisse wie Industrialisierung, Krieg oder Wirtschaftswunder häufig als Wendepunkte in den individuellen Geschichten fungieren. Mit dem Verweis auf antike Mythen oder durch längliche Zitate aus historischen Dokumenten wie mittelalterlichen Zunftordnungen wird die kulturgeschichtliche Bedeutung des Handwerks betont. Insbesondere über topografische Zuordnungen wird deutlich, dass der Erhalt des Betriebs als Erhalt eines Kulturguts die zentrale Forderung der Handwerk(en)sporträts ist. Beispielsweise wird in einem Bericht über einen Seilermeister aus Frankfurt das Handwerk als seit der »Steinzeit« existierende Menschheitstechnik beschrieben (FAS vom 07.10.1990, S. 24). Die durch den porträtierten Handwerksmeister hergestellte Kontinuität von der Frühgeschichte bis in die Gegenwart ist demnach zugleich Argument und Beweis für die Wichtigkeit des Erhalts. Noch deutlicher wird der Bewahrungsimperativ geäußert, wenn die Betriebsgeschichte als Teil der Zeitgeschichte (im Kerneinzugsgebiet der Regionalzeitung) lokalisiert wird: »Aber es gab auch schwierige Zeiten, in denen Aufträge und Verkauf zurückgingen. Im Stillen dachte Wenkemann sogar manchmal daran, aufzuhören. Nach mehr als siebzig Jahren wäre damit eine alte Seilerei in der dritten Generation aus Frankfurt verschwunden« (FAS vom 07.10.1990, S. 24).

Zum anderen wird ›Traditionsbewusstsein‹ als Wissensressource beschrieben, mittels derer zukünftige Anforderungen bewältigt werden können. Auf Subjektebene bildet demnach das nach historischen Traditionen überlieferte handwerkliche Wissen die Basis, um qualitativ hochwertige Objekte produzieren zu können. Das Hereditätsprinzip in Familienbetrieben wie etwa einer porträtierten »Glockengießerdynastie« wird als Schutzmechanismus vor dem ansonsten im Gießereihandwerk herrschenden Nachwuchsmangel angesehen; wobei die Übernahme des Familienbetriebs zu einer qua Geburt erworbenen Verpflichtung wird, die nicht hinterfragt – und auch nicht erklärt werden kann: »Da müssen Sie reingeboren werden« (FAZ vom 06.09.1991, S. 16).

Aus der Verbindung von Betriebs- und Familiengeschichte mit lokaler oder nationaler Kulturgeschichte und ggf. historischen Mythen wird darüber hinaus eine affektive Ressource gebildet: Die lange Zeitdauer, über die der handwerkliche Betrieb Krisenzeiten überstanden hat, motiviert einen ›Glauben‹ an die Beständigkeit und langfristige Überlegenheit traditioneller Techniken und fungiert zudem als Kompass für unternehmerisches Handeln, wie diese Passage über einen Silberschmiedebetrieb illustriert:

Wie sehr das ehrwürdige Handwerk an die Renaissance glaubt, demonstriert ein der Erfolgreichen der Gmünder Zunft, die Silberwarenfabrik Gayer & Krauss. Trotz der Schatten, die in den siebziger und achtziger Jahren den Silberhimmel über Schwäbisch Gmünd eingetrübt haben, hat das Unternehmen an seinen Investitionsplänen unbeirrt festgehalten. Kollektionen von ehemaligen Konkurren-

ten sind übernommen, eine moderne Fabrik ist errichtet worden. Und im Keller werden Hunderte von historischen Formen und Werkzeugen aufbewahrt, die irgendwann einmal, so hofft jedenfalls Geschäftsführer Rainer Corrinth, wieder aktiviert werden können – wenn die Silberwarenfreunde den Reiz des Alten wiederentdeckt haben werden. (FAZ vom 14.12.1993, S. 18)

Diese Mischung aus Traditionsbewusstsein und unternehmerischem Wissen sind die Kernkompetenzen, die von den Handwerker*innen-Subjekten gefordert werden, damit sie ihrer gesellschaftlichen Verpflichtung nachkommen und so ihren Betrieb, der als Teil des Kulturerbes markiert wurde, erhalten können. Ferner leisten sie damit, so die Argumentation, gleichzeitig einen Beitrag zur Verteidigung des Wirtschaftsstandorts Deutschland gegenüber ausländischer Konkurrenz.

Nicht erwünscht ist dagegen eine zu starke unternehmerische Orientierung am Markt, etwa, wenn Diversifizierungen das ›ursprüngliche‹ Kerngeschäft in den Hintergrund drängen oder die alten Techniken zu Gunsten einer Orientierung an »industrielle[r] Produktion« vernachlässigt werden (FAZ vom 15.08.1991, S. 15). Doch die Anpassungsfähigkeit und Innovationsbereitschaft von Handwerker*innen werden positiv bewertet, beispielsweise ihr Selbstbewusstsein, erworbenes Fachwissen in anderen Bereichen einzusetzen, neue Märkte wie den aufkommenden Bereich des handwerklichen DIY zu bedienen oder die Kombination aus alten Techniken und zeitgenössischem Design zu nutzen. Dabei gelten umgekehrt eine zu einseitige Ausrichtung auf die Vergangenheit und ein Mangel an Innovationsbereitschaft und Modernisierung als passiv und lethargisch. Diese Subjektpositionen des passiven, modernisierungsunwilligen oder des traditionsfeindlichen Handwerkers tauchen jedoch meist implizit als Negativbeispiele auf – zumindest im westdeutschen Berichterstattungsraum.

4.1.2. ›Altes Handwerk‹ in den neuen Bundesländern: Systemkritik, Traditionsverfall und mangelndes marktwirtschaftliches Wissen

Die Wiedervereinigung spielt auch im Handwerk(en)sdiskurs eine Rolle. Es gibt eine Reihe Porträts von Handwerksbetrieben ›im Osten‹ insbesondere zu Beginn des Jahrzehnts. Diese stehen stark unter dem Eindruck der neuen Situation der Wirtschafts- und Währungsunion. Analytisch sind diese Porträts, wie etwa jene der vierteiligen Serie »Seltene Handwerke in den neuen Bundesländern«⁷, insofern aufschlussreich, weil sie eine Kontrastfunktion zur Diskursivierung von ›altem Handwerk(en)‹ in den ›alten‹ Bundesländern einnehmen: So werden westdeutsche

7 Analysiert wurden drei der Porträts, da das vierte Porträt eines »Pfefferküchlers« Nahrungsmittelerzeugung behandelt, die hier nicht berücksichtigt wird. Die Porträts über einen »Gelbgießer« (FAZ vom 18.12.1990, S. 14), »Reetdachdecker« (FAZ vom 20.12.1990, S. 22) und einen »Posamentierer« (FAZ vom 22.12.1990, S. 14), erschienen alle im Wirtschaftsteil.

Handwerksbetriebe nie als ›westdeutsche‹ markiert; ihr hegemonialer Status als Teil der ›alten Bundesrepublik‹ ist so gefestigt, dass er gar nicht bezeichnet werden kann. Dagegen erhalten die alten Handwerker*innen in den ›neuen‹ Bundesländern in der Perspektive der westdeutschen Berichterstattung einen doppelten Exotenstatus. Zum einen wird auf ihre Sonderstellung als Privatbetriebe in der Planwirtschaft abgehoben, zum anderen auf ihre ›alten‹ oder ›seltenen‹ Produktionstechniken. Dabei wird in diesen Porträts nicht nur der vergangene ›Überlebenskampf‹ von Handwerker*innen und ihren ›alten Techniken‹ in der Planwirtschaft geschildert, sondern auch die Frage nach ihren ›Überlebenschancen‹ nach der Wiedervereinigung diskutiert.

Einen wichtigen Hintergrund bildet die Systemkonkurrenz zwischen BRD und DDR. Dies lässt sich insbesondere an der in den Fragmenten geäußerten Kritik am kulturellen, wirtschaftlichen und politischen System der DDR festmachen. Die Gefährdung der Handwerksbetriebe in Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft wird auf einer Ursachenebene dem fehlerhaften System der DDR zugeschrieben. Neben der als unfrei und ineffizient dargestellten Staatswirtschaft wird vor allem eine absurde und korrupte Bürokratie als Hindernis für persönliches und wirtschaftliches Wohlergehen beschrieben: Genehmigungen, Ausbildungswesen, Materialbeschaffung und Vergütung werden als von staatlicher Seite so reguliert beschrieben, dass in diesem ›Überlebenskampf‹ die Handwerker*innen gegen die staatliche Willkür agieren mussten.

Auf kulturpolitischer Ebene werden die ungenügende Brauchtumpflege und die Vernachlässigung des Erhalts von Kulturdenkmälern als weitere Ursachen für die Gefährdung des ›alten Handwerks‹ angeführt. Die darin implizierte Kritik an der mangelnden Verantwortung für ein gesamtdeutsches Kulturerbe plausibilisiert die Bundesrepublik als neue Hüterin dieses Kulturerbes. So erfolgt hier nicht nur die Legitimierung der Marktwirtschaft als Garantin für persönliche und ökonomische Freiheit, sondern auch die Legitimierung der Bundesrepublik als Garantin für ein ›Überleben‹ des materiellen Kulturerbes und des ›alten Handwerk(en)s‹ als dessen Instandhaltungsinstanz. Dementsprechend wird das veränderte Konsumverhalten und die Hinwendung der neuen Bundesbürger*innen zu industriell gefertigter Massenware als Resultat der Mangelwirtschaft dargestellt – die nun fehlende privatwirtschaftliche Nachfrage nach handwerklich gefertigten Produkten kann demnach lediglich durch bundesdeutsche Bemühungen um das DDR-Kulturerbe ausgeglichen werden.

In Bezug auf die Subjektpositionen zeigt sich außerdem, dass dem ›Systemversagen‹ der DDR längerfristige Auswirkungen zugeschrieben werden. Demzufolge wird es die ›Überlebenschancen‹ der Handwerksbetriebe nachhaltig beeinflussen. Hier sind die Dimensionen des Wissens und des Wissenserwerbs der Handwerker*innen ein wichtiger Teil der Diskursivierung. Das Fehlen einer ›ordentlichen‹, also traditionellen und durch (westdeutsche) Handwerkskammern kontrol-

lierten Handwerker*innenausbildung wird als eine potenzielle zukünftige Gefährdung der Betriebe dargestellt. Demzufolge sei möglich, dass diese nicht anerkannt werden, sie könnten selbst nicht ausbilden und müssten daher mit Nachwuchsproblemen rechnen.

Diese Dynamik wird jedoch nur begrenzt als Resultat der Systemzusammenführung auf einer strukturellen Ebene angesiedelt; vielmehr zeigt sich, dass der mangelhafte, weil nicht traditionalisierte, sondern improvisierte Wissenserwerb die Subjektpositionen der Handwerker*innen schwächt: Sie werden nicht als stolze Handwerksmeister*innen mit einem unwiederbringlichen Erfahrungswissen porträtiert, und auch nicht als innovative Jungunternehmer*innen mit guten Ideen und Zugriff auf staatliche Förderung. Vielmehr zeigt sich, dass selbst die Wissensbestände ›Tradition‹ und ›Unternehmertum‹ es nicht vermögen, die ostdeutschen ›alten Handwerker*innen‹ mit genügend Kompetenz ausstatten, um als wissende Subjekte qualifiziert zu werden. Während zwei der drei Texte männlich kodierte Quereinsteiger ohne ›ordentliche‹ Ausbildung vorstellen, ist das Porträt über den Posamentierer den Berichten über westdeutsche Betriebe am ähnlichsten. Doch auch dessen Qualifizierung durch Tradition kann sein fehlendes marktwirtschaftliches Wissen nicht ausgleichen, und das erworbene marktwirtschaftliche Wissen ist zu schwach, um die ›Traditionalität‹ westdeutscher Betriebe aufzuwiegen. Sogar der erfolgreiche autodidaktische Reetdachdecker, dem eine überdurchschnittliche Auftragslage zuerkannt wird, ist als »vorsichtige[r]« »junge[r] Inhaber« in der Berichterstattung kein souverän handelndes Subjekt (FAZ vom 20.12.1990, S. 22).

Die im Staatssystem der DDR gemachten Versäumnisse haben laut FAZ auch Auswirkungen auf die zukünftigen ›Überlebenschancen‹ der alten Handwerksbetriebe: Sie konnten ihre ›Arbeit‹ nur in prekären Nischen der Staatsökonomie ausüben, also »nach Feierabend« und am Rande der Illegalität; das so ausgebildete »Improvisationstalent« (FAZ vom 18.12.1990, S. 14) befähige die Ost-Handwerker*innen jedoch nicht, um in der Marktwirtschaft zu bestehen. Sämtliche Zukunftsäußerungen der Handwerker*innen sind als direkte oder indirekte Zitate formuliert und damit als subjektive Einschätzungen markiert; eine autorisierende Instanz, die diese Einschätzungen bestätigt oder revidiert, fehlt.

Zwei Interpretationen sind an dieser Stelle möglich: Erstens, die Folgen der Wiedervereinigung für die Handwerksbetriebe im Osten können nicht objektiv eingeschätzt werden, es gibt dazu keine statistischen Daten oder Expert*innenmeinungen. Zweitens, die subjektive Einschätzung und die Zukunftsplanung der Handwerker*innen wird implizit als unrealistisch eingestuft. Wenngleich die fehlenden statistischen Daten eine Tatsache sein mögen, ist die zweite Interpretation plausibler, was sich an einem Beispiel illustrieren lässt.

In dem Porträt über den Gelbgießer, der nach der Wiedervereinigung »keinen einzigen Auftrag« mehr hat, wird dessen prekäre Situation geschildert: Abhängig-

keit von Sozialleistungen, drohende Erwerbslosigkeit der Ehefrau, unklare Anerkennung seines noch nicht erlangten Meistertitels. Die Einschätzung des Gelbgießers, wonach er bei anstehenden Sanierungen von Schlössern zahlreiche Aufträge erhalten werde, wird mit dem Verweis auf die Rückständigkeit seines Unternehmens relativiert: »Eine wichtige Voraussetzung für ein blühendes Geschäft ist [...] mittlerweile erfüllt: Aufträge können entgegengenommen werden, denn seit kurzem gibt es ein Telefon« (FAZ vom 18.12.1990, S. 14). Die Aussicht auf eine gesicherte Auftragslage wird durch die hyperbolische Bezeichnung als »blühendes Geschäft« in Frage gestellt, die Einschätzung des Gelbgießers wird damit als naiv markiert: Als sei er gar nicht in der Lage, die eigene Situation realistisch einschätzen zu können, da er die Erfordernisse für einen erfolgreichen Betrieb nicht nach den Kriterien der Marktwirtschaft bewerten und priorisieren kann. Als fehle es also am notwendigen marktwirtschaftlichen Wissen. Demnach habe die Reflexion über die Wichtigkeit der Kundenakquise (»ein Telefon«) Vorrang vor allen weiteren Überlegungen. In den anderen Fragmenten wird dieser Wissensmangel ebenfalls mit Rückständigkeit, mit zu langen Produktionszeiten, fehlender Konkurrenzanalyse oder zu zögerlichem Investitionsverhalten beschrieben. Der Mangel an marktwirtschaftlichem Wissen kann also nicht durch die im abgelösten System der DDR bewiesene »Eigeninitiative« (FAZ vom 22.12.1990, S. 14) oder das »Improvisationstalent« (FAZ vom 18.12.1990, S. 14) aufgewogen werden.

Im Vergleich mit den nahezu zeitgleich entstehenden Porträts über »altes Handwerk« in westdeutschen Betrieben fällt auf, dass die Zeitmetaphorik für Ost und West gegensätzlich bewertet wird. Der einzige ostdeutsche Betrieb, der als traditionell markiert ist, der Posamentenmacher, wird implizit für seine zu langen und nicht abschätzbaren Produktionszeiten kritisiert. Im Gegensatz dazu werden für die westdeutschen Handwerksbetriebe der »Stillstand der Zeit« in den Werkstätten positiv als »gemütlich« und »intim« dargestellt, die langen Fertigungsdauern gelten als Qualitätsmerkmal oder Beleg für die »harte Arbeit«. Allerdings sind die in westdeutschen Porträts enthaltenen Verweise auf Effizienzdenken und Instanzen der Rationalität auch nicht negativ konnotiert – sofern sie den »Kern« der zeitintensiven, handwerklichen Produktion nicht berühren.

Dass diese Differenzierung zwischen ost- und westdeutschen Handwerksbetrieben noch Jahre nach der Wiedervereinigung anhält, zeigt das zweite Porträt des Dresdner Posamentierers von 1999 (FAZ vom 14.07.1999, S. 15). Diese Werkstatt wird ebenso als anachronistischer Ort beschrieben, allerdings »sickert« hier »[b]leierne Licht durch schmutzige Scheiben« – der Stillstand der Zeit ist als gefährliche Nostalgie problematisiert, die die Zukunftsfähigkeit des Betriebs bedroht: »Den Altmeister interessieren solche Fragen [nach Auftragslage und Ausbildungssituation, FS] kaum noch. Er hat seine Erinnerungen«. Für die geschäftsführende Tochter des Altmeisters werden zwei mögliche Szenarien angeboten: Eines ist die depressive Resignation, die anhand eines Kölner Posamentiermeisters skizziert wird, der

sich sogar der Porträtierung verweigert (»dat hat alles keinen Zweck mehr«), das andere die Modernisierung nach dem Vorbild eines Münchner Betriebs mit »schick antik herausgeputzte[m] Geschäftsraum« und einem Handwerker-Unternehmer mit »Mobiltelefon im Jackett« (FAZ vom 14.07.1999, S. 15).

4.2. Die Entdeckung der Leidenschaft: ›Altes Handwerk‹ und DIY in den 2000er-Jahren

In den 2000er-Jahren wird im Rahmen der Sozialstaatsreformen eine signifikante Novellierung der Handwerksordnung durchgesetzt. Mit der Reform der Handwerksordnung wird 2004 die Meisterpflicht für eine Vielzahl von Gewerken abgeschafft, sodass Selbstständigkeit auch für Gesell*innen möglich wird. Mehr als die Hälfte der Handwerke wird sogar zulassungsfrei, sodass weder Meister- noch Gesellenbrief für die selbstständige Ausübung notwendig sind. Dies betrifft einen Großteil der ›alten‹ Handwerksberufe, wie Modist*in, Damen- und Herrensneider*in, Korbmacher*in, Böttcher*in, Schuhmacher*in, Weinküfer*in, Gold- und Silberschmied*in, Geigenbauer*in, Buchbinder*in oder Drechsler*in. Befürworter*innen sehen in der großen Handwerksnovelle eine Chance für mehr Unternehmensgründungen, den Abbau von Schwarzarbeit und für das Wachstum der Branche; Kritiker*innen befürchten die Aushöhlung der handwerklichen Qualität. Zudem wird die mit der Novelle der Handwerksordnung ermöglichte Soloselbstständigkeit für ihre prekarisierenden Effekte kritisiert (vgl. Lorig 2018).

In den analysierten Porträts⁸ werden jedoch weder die Handwerksreform noch die diversen Krisendiskurse, die in dieses Jahrzehnt fallen, erwähnt. Dennoch ist die Auswahl der porträtierten Personen auch ein Resultat der neuen Handwerksordnung, was sich etwa an der deutlich gestiegenen Anzahl von Quereinsteiger*innen ablesen lässt. Ebenfalls an Bedeutung gewinnen die wachsende Nutzung des Internets und die damit verbundenen Möglichkeiten des Onlinehandels und der Kommunikation über Soziale Medien. Die seit 2001 bundesweit erscheinende FAS widmet sich in teilweise ganzseitigen Porträts im Ressort »Gesellschaft« alten Handwerksberufen, -techniken und ihren Produkten. Mit dieser Genreverschiebung von der datengestützten Wirtschaftsberichterstattung hin zur Lifestyle- und Konsumempfehlung lässt sich die in den 2000er-Jahren

8 Für die Jahre 2000-2010 wurden elf Porträts einer Feinanalyse unterzogen. Die überwiegende Zahl der Porträts widmet sich Handwerker*innen, ein Artikel stellt einen Stricktreff vor und ein weiterer Artikel porträtiert einen Unternehmer, der Strick- und Häkelwaren vertreibt. Es werden ein ostdeutscher Betrieb und ein Handwerker aus Südtirol sowie ein von Einwanderer*innen geführter Betrieb porträtiert.

stattfindende Veränderung in der Diskursivierung von ›Handwerk(en)‹ beschreiben und erklären. Auch dass nun – anders als in den 1990er-Jahren – der Bereich des handwerklichen Selbermachens stärker ins Gewicht fällt und insbesondere die ›Renaissance‹ des ›weiblichen‹ Handarbeitens in der FAZ im Regional- und Wirtschaftsteil thematisiert wird, zeigt, dass insgesamt die Grenzen zwischen ›Arbeit‹ und ›Nicht-Arbeit‹ in diesem Zeitraum neu verhandelt werden.

4.2.1. Erfolgsgeschichten für ›wissende Konsument*innen‹

Vielversprechende Unternehmensgründungen, erfolgreiche neue Produkte und eine kaum zu bewältigende Nachfrage sind die thematischen Schwerpunkte in den Handwerk(en)sporträts der 2000er-Jahre. Im Vergleich zu den 1990er-Jahren fällt auf, dass das Thema des ›Aussterbens‹ nur noch zu Beginn der Dekade in einem der analysierten Porträts das zentrale Narrativ bildet: Ein Holzfigurenschnitzer in den Südtiroler Bergen wird als chancenlos gegen die maschinelle Schnitzerei im Tal gezeigt (vgl. FAZ vom 17.04.2003, S. R3). Zwei weitere Porträts operieren zwar ebenfalls mit den Bedrohungsszenarien des Wissensverlusts und der Geschäftsaufgabe, stellen jedoch erfolgreiche Bewahrungsstrategien vor, die auf marktwirtschaftlichem Wissen und Managementtools basieren. Beispielsweise konnte in der familienbetriebenen Kürschnerei die Meisterin mit einer neuen Pelzkappe die Umsätze steigern, und der Firmenchefin einer traditionsreichen Messermanufaktur gelang es, die Arbeitskraft des »besten und letzten Schleifmeisters« für den Betrieb zu gewinnen (FAZ vom 14.11.2009, S. 50; FAZ vom 22.11.2009, S. V10).

Der Erhalt der handwerklichen Tradition als Kulturerbe wird weiterhin als Verpflichtung konzipiert, jedoch ist der Argumentationsaufwand hierfür gesunken. Dass ›altes Handwerk‹ zu erhalten sei, hat sich ebenso etabliert wie die Erkenntnis, dass es sich dabei mitunter um ein lukratives Geschäft handelt. Ein deutlicher Beleg dafür ist, dass im Laufe des Jahrzehnts die Angaben über die Fertigungsschritte weniger detailreich ausfallen und die historischen Hintergründe kürzer gehalten sind oder ganz wegfallen: Der Anteil der medialen Wissensvermittlung ist also wesentlich geringer als in den 1990er-Jahren. Daraus lässt sich schließen, dass sich im Laufe der 2000er-Jahre der zuvor antizipierte und geforderte ästhetische Shift hin zu einer großflächigeren Wertschätzung und Nachfrage traditioneller Fertigungsweisen und kleinbetrieblicher Produktion vollzieht. Das Medium der bürgerlichen Tageszeitung muss die Leser*innen nicht mehr zu ›wissenden Konsument*innen‹ erziehen, diese haben das ›alte Handwerk‹ bereits als bewahrungswürdig und als Segment des Luxuskonsums,⁹ der in der FAZ und besonders der FAS im Zuge einer

9 Folglich stehen häufig die Produkte und ihre Anwendung im Vordergrund, etwa bei den Maßschuhen (FAS vom 18.03.2007, S. R5), manuell gefertigten Küchenmessern (FAZ vom

zunehmenden Lifestyleberichterstattung wachsende Aufmerksamkeit erhält, angenommen und werden als ›wissend‹ angesehen. So kommt etwa ein Bericht über drei verschiedene Herrenschuhmacher gänzlich ohne die Erläuterung der verwendeten Fachbegriffe aus, auch der Produktionsablauf wird nur in einem Satz in einer Bildunterschrift geschildert, wobei die Fotografien nicht die Elemente des Herstellungsprozesses zeigen, sondern lediglich das Maßnehmen, Werkzeuge und fertige Leisten (vgl. FAS vom 18.03.2007, S. R5).

Darüber hinaus haben der Diskurs um das drohende ›Aussterben‹ von Berufszweigen und die Forderungen nach deren Bewahrung offenbar dazu geführt, dass in den 2000er-Jahren institutionelle, also politische Lösungen angeboten und gesucht werden. In drei der analysierten Porträts werden zum Teil erfolgreiche Versuche beschrieben, über Änderungen der Handwerksordnung und Qualitätssiegel die Nachwuchsausbildung bzw. handwerkliche Produkte zu schützen. Insgesamt ist die Frage der Nachwuchsregelung in den 2000er-Jahren wenig problematisch besetzt. Vielmehr tauchen in acht der elf analysierten Porträts junge¹⁰ Protagonist*innen auf, die das Handwerk bereits gemeinsam mit älteren Vorgesetzten ausüben oder den Betrieb selbstständig führen. ›Traditionalität‹ ist also nun keine hervorzuhebende, sondern eine selbstverständliche Ressource, die weiterhin durch die beiden Strategien Diversifizierung und Innovationen ergänzt wird. Zwei weitere Veränderungen sind hierbei zu beobachten: Zum einen die noch häufigere Hinwendung des ›alten‹ Handwerks zum ›jungem‹ Design, zum anderen die wachsenden Möglichkeiten, handwerkliche Praktiken im Rahmen von Kursen und Führungen zu vermarkten. In beiden Zusammenhängen treten Handwerker*innen verstärkt als Dienstleister*innen auf, die sich an den Vorgaben von Designer*innen und Wünschen von Kund*innen orientieren.

4.2.2. Neoliberale Tendenzen: Affektbezeugungen und Entgrenzung

Obwohl in den Porträts kein expliziter Verweis auf die 2004 erfolgte Lockerung der Handwerksordnung zu finden ist, hat dieses Ereignis doch Auswirkungen auf die Diskursivierung von ›altem Handwerk(en)‹. Die gesunkene Relevanz von ›Traditionalität‹ geht einher mit einer stärkeren Gewichtung von ›marktwirtschaftlichem Wissen‹, das als ausschlaggebend für den Erfolg der Handwerksbetriebe herausgestellt wird. Aber auch auf Ebene der Subjektanforderungen und -positionen lassen sich insbesondere in der zweiten Hälfte der 2000er-Jahre Tendenzen zur Neoliberalisierung des ›alten Handwerk(en)s‹ beobachten.

22.11.2009, S. V10) oder Designerhausschuhen (FAS vom 27.11.2005, S. 67). Auch die Porträts über einen Kürschnerbetrieb und eine Punzerei behandeln Luxusprodukte.

10 In etwa zwischen 20 und 40 Jahren.

Die affektiv belegte Identifikation mit der handwerklichen Tätigkeit etabliert sich in den 2000er-Jahren als neue Diskurskonvention. Waren in den Porträts der 1990er-Jahre lediglich zwei Protagonist*innen als ›Künstler-Handwerker‹ positioniert, ist die mit dieser Subjektposition verbundene affektive Bindung an den Beruf nun in sechs der analysierten Porträts angelegt. Mit dem Beruf des ›alten Handwerks‹ und dem neu entdeckten handwerklichen Selbermachen werden Leidenschaft, Spaß, Faszination, Liebe, Sinnstiftung, Selbstverwirklichung, Kreativität und Heilung verbunden. Die Frage nach der Motivation der Subjekte war in den 1990er-Jahren nahezu irrelevant. Dagegen wird das Ergreifen eines handwerklichen Berufs in den 2000er-Jahren zunehmend als Ergebnis einer freien und interessengeleiteten Entscheidung der Subjekte geschildert; weder materielle Notwendigkeit noch familiäre Verpflichtungen werden als Beweggründe erkennbar. Die wachsende Bedeutung des Topos der ›Liebe zum Handwerk‹ ist insofern auch als Effekt neoliberaler Diskurse zu verstehen. Denn die politischen Forderungen nach Eigenverantwortung, die mit dem in den 2000er-Jahren vorgenommenen Rückbau des Sozialstaats einhergehen, führen auch dazu, dass zum Sprechen über ›Arbeit‹ das Bekenntnis gehört, die Tätigkeit sei selbstgewählt und erfolge aus freien Stücken. Durch biografisch und affektiv belegbare Neigungen wird der ›alte‹ Handwerksberuf damit zu einer libidinösen Tätigkeit und Teil der Persönlichkeit der Subjekte (vgl. auch Bröckling 2016, S. 157).

Mit dieser Deutung werden zwei Funktionalisierungen möglich: Erstens kann damit eine geringere Entlohnung der handwerklich Tätigen begründet werden. Dies ist besonders deutlich im Bereich des handwerklichen Selbermachens, das ab Mitte der 2000er-Jahre im Bereich des Onlinehandels stärker vermarktet wird. So wird in einem Porträt über den Unternehmensgründer eines Ladengeschäfts und Onlinehandels für von weiblich kodierten Seniorinnen gefertigte Handarbeitsprodukte der »Spaß« der Handarbeiterinnen als legitime Geschäftsgrundlage herausgestellt: »wenn die Seniorinnen Spaß an Handarbeiten hätten, habe er [der Jungunternehmer, FS] sich gedacht, warum solle die Ware nicht vermarktet werden« (FAZ vom 20.12.2010, S. 16). Paradoxerweise werden die Preise für die Strickwaren als vergleichsweise hoch (29,90 Euro für Topflappen) bezeichnet und mit dem Arbeitsaufwand der Handarbeiterinnen begründet: Dieser liege bei »drei bis sechs Stunden« – womit abzüglich der Material- und Abschreibungskosten – ein Stundenlohn von deutlich unter 5 Euro wahrscheinlich ist. Welche Entlohnung die Handarbeiterinnen genau erhalten, wird jedoch nicht erwähnt. Da der »Spaß« der Seniorinnen am Stricken und Häkeln die Wertschöpfung ihrer Altersarbeit legitimiert, ist eine angemessene Entlohnung nicht notwendig, ließe sich schussfolgern. Das Abhängigkeitsverhältnis zwischen den Handarbeiterinnen und dem Jungunternehmer wird mit dem Verweis auf »Spaß« negiert.

Eine ähnliche Entpriorisierung von materieller Wertschätzung wendet der Strickwarenunternehmer jedoch auch bei sich selbst an: »Geld war nicht der

Grund, warum ich mich selbstständig gemacht habe. Sonst würde ich Handys verkaufen« (FAZ vom 20.12.2010, S. 16). Vielmehr wird durch den Verweis auf die Handarbeiten der Großmutter des Jungunternehmers ein affektiver Ursprung seines Geschäftsmodells herausgestellt. Zusätzlich wird die Motivation, unabhängig von Vorgesetzten und Geldgeber*innen zu sein, betont. In dieser zweiten Funktionalisierung des Topos von der ›Liebe zum Handwerk‹ werden Affektäußerungen Teil der Marketingstrategie. Sie verknüpft die Diskurskonvention von der Entscheidungsfreiheit mit einem post-materiellen Idealismus und ermöglicht, sich ungeachtet des wirtschaftlichen Standings als erfolgreiches unternehmerisches Subjekt zu positionieren. In dem Porträt wird mehrfach betont, dass der Strickunternehmer weder konkrete Umsatzzahlen noch Expansionspläne benennen möchte – er weicht also den Fragen nach dem quantifizierbaren ökonomischen Erfolg aus, indem er auf die Ebene von Werten und Gefühlen wechselt. Mit den Affektsemantiken kann der nichtmessbare Erfolg der Selbstverwirklichung und Eigenständigkeit bewiesen werden, unabhängig davon, ob marktwirtschaftlichen Erfolgsmaßstäben entsprochen wird. Die emotionale Sicherheit des unternehmerischen Subjekts kann – und muss – also die ökonomischen Unwägbarkeiten ausgleichen, damit die Narration als Erfolgsgeschichte gewahrt bleibt.

Man könnte annehmen, diese Verpflichtung zum emotionalen Bekenntnis und der Zwang zur positiven Selbstpräsentation gälten in besonderem Maße für den Fall des (selbst nicht handwerklich tätigen) Jungunternehmers. Jedoch sind Affektbezeugungen auch für Handwerker*innen-Subjekte eine Ressource, mit der sie als aussageberechtigte Sprecher*innen und als Gegenstand der Berichterstattung legitimiert werden: Die ›Liebe‹, ›Leidenschaft‹ oder ›Faszination seit der Kindheit‹ ersetzen gegebenenfalls die fehlende familiäre Prägung und fachliche Ausbildung. So wird im Porträt eines 31-jährigen Bogenbauers dessen Quereinstieg in den (durch die Handwerksnovelle zulassungsfrei gewordenen) Beruf mit seiner seit der Kindheit andauernden »Faszination« für Pfeil und Bogen plausibilisiert. Dank dieser ungebrochenen Affektbiografie werden seine fachfremden Ausbildungsberufe »[a]ls Orthopädiemechaniker und Forstingenieur« anerkannt und als hilfreiche Qualifizierungen bezeichnet (FAZ vom 03.02.2009, S. 49). Aber auch Handwerker*innen, die den Familienbetrieb übernommen haben, wird zugeschrieben, ihre ›Arbeit‹ zu ›lieben‹ bzw. ›Spaß‹ bei ihr zu empfinden.

In weiteren Sequenzen sind ebenfalls mit neoliberalen Diskursen verbundene Erscheinungen wie jene der Entgrenzung zu finden: Handwerkliche Tätigkeiten werden in den Bereich der sportlich-spielerischen Herausforderung gerückt oder sie werden als angenehm und Teil der freizeithlichen Lebenswelt markiert. Lediglich in einem der 13 analysierten Porträts wird erwähnt, dass ›Handwerk(en)‹ auch Elemente von Routine enthält: der »letzte« Schleifmeister, der allerdings über sein Rentenalter hinaus noch tätig ist, bezeichnet seine ›Arbeit‹ als »eintönig[!]<« (FAZ vom 22.11.2009, S. V10). Ambivalenter ist die Betonung eines Einklangs von

(Familien-)Leben und ›Arbeit‹, auf den in zwei der Porträts rekurriert wird. Dieses Element der Imagination eines frühindustriell-ruralen Idylls ließe sich auch als positive Wertung einer Entgrenzung von ›Arbeit‹ und ›Nicht-Arbeit‹ deuten: »Auch das ist traditionelles Solingen: Wohnen und Arbeiten in räumlicher Nähe, mit Tieren beim und im Arbeitsraum« (FAZ vom 22.11.2009, S. V10). Ähnlich wie bei der unkritischen Schilderung der hohen Lebensarbeitszeit des Schleifmeisters im selben Porträt wird auch hier suggeriert, dass sogar eine »eintönige[]« ›Arbeit‹ angenehm ist, wenn man die Arbeitsräume entsprechend gestaltet. Was wie eine nostalgische Betrachtung anmutet, entspricht gleichsam Forderungen nach längerer Arbeitszeit und einem produktiven Arbeitsklima, in dem ›Arbeit‹ nicht als solche erkennbar wird.

Von der Sphäre der Freizeit ausgehend finden sich in den zum Ende der 2010er-Jahre vermehrt auftretenden Porträts über handwerkliches Selbermachen zahlreiche Elemente des Produktivitätsdiskurses: Die Wertigkeit des selbstgefertigten Objekts wird mit Verweis auf hohe Materialkosten und die aufgewendete Arbeitszeit belegt – auch wenn angegeben wird, damit weniger Geld als für ein bereits gefertigtes Objekt ausgegeben zu haben. Gleichzeitig wird, meist als Expert*innenmeinung, geäußert, handwerkliches Selbermachen fungiere als Ausgleich zu »einer technisierten Arbeitswelt«, in der »viele etwas mit den eigenen Händen schaffen [wollten]« (FAZ vom 09.04.2010, S. 41). Freizeitliches Selbermachen ist in diesem Sinne mehrfach produktiv, da es Arbeitskraft reproduziert und die Warenproduktion ersetzt, zugleich aber eine Konsumleistung ist.

4.2.3. ›Die Handwerker-Unternehmerin‹ und der ›alte, bodenständige Handwerker‹ als gegenderte Subjektpositionen?

Auch im Hinblick auf die Geschlechterrollen lassen die 2000er-Jahre Anzeichen für Veränderung erkennen. In drei der Porträts über erwerbsmäßiges ›altes Handwerk‹ treten ›Frauen‹ als wissende und handelnde Subjekte auf. Dabei stehen sie für die Traditionsbewahrung durch Hartnäckigkeit, Belastbarkeit und Resoluitheit, Attribute, die auch der Subjektposition des ›alten, bodenständigen Handwerkers‹ zugeschrieben werden. Porträtiert werden die weiblich kodierten Subjekte jedoch nicht vorrangig als Vertreterinnen des ›alten Handwerks‹, sondern als erfolgreiche Unternehmerinnen. Ausschlaggebend für den Erfolg ihres Betriebs ist dabei ihre Bereitschaft, innovativ und flexibel zu sein sowie ihre optimistische Grundhaltung, wie sich am Beispiel des Kürschnereibetriebs veranschaulichen lässt: Der Einstieg in das Porträt erfolgt über die anekdotische Schilderung eines Ehestreits über eine neue Pelzkappe, welche die Kürschnerin gegen den Widerstand ihres Mannes kreierte und äußerst erfolgreich vertrieb. Zugleich verließ die Frau damit ihre Position als Buchhalterin und arbeitete wieder als Handwerkerin, was ihr gemäß Hereditätsprinzip als Tochter des Betriebsgründers auch zusteht, wie im Artikel nahege-

legt wird. Im Fragment wird der Mann als prekäres ›männliches‹ Subjekt markiert, er ist nicht nur ein Modernisierungsverweigerer und ein schlechter Verlierer, sondern auch passiv-resigniert: Er »scheint den Sieg seiner Frau bis heute nicht ganz verkräftet zu haben. ›Jetzt lass das doch mal, antwortet er und zieht an seiner Zigarette« (FAZ vom 14.11.2009, S. 50).

Dass insbesondere die ›weibliche‹ Vertreterin der Nachfolgegeneration die dominanten marktwirtschaftlichen Prinzipien verinnerlicht hat, zeigt die Passage über die Jungkürschnerin, die Tochter der Eheleute: Sie »blickt jedenfalls zuversichtlich in die Zukunft. ›Ich habe keine Sorgen, weil ich alles selbst lenken kann«, sagt Fani Tsanikidis. Und wenn sie sähe, dass es für bestimmte Produkte keine Nachfrage gäbe, ›dann ändere ich eben wieder etwas« (FAZ vom 14.11.2009, S. 50). Die mit der Selbstständigkeit einhergehende Eigenverantwortung wird positiv gesehen und die flexible Anpassung von bereits eingeführten Innovationen als unproblematisch. Der ostentative Optimismus der jungen Kürschnerin wird kontrastiert mit den Einlassungen eines Branchenvertreters, der auf den hohen »Anpassungsdruck« in der Modebranche hinweist: Flexibilität wird von ihm nicht als Gestaltungsmöglichkeit, sondern als »Notwendigkeit« bezeichnet, die vor allem dem schnellen Zeitregime der Modebranche entsprechen müsse: »Reagierst du nicht schnell genug auf die Mode, dann bleibst du auf der Strecke« (FAZ vom 14.11.2009, S. 50). Wie die Unternehmensleiterin einer Messermanufactur verfügt jedoch auch die Kürschnerin über betriebswirtschaftliches Wissen und zudem über eine internationale Ausbildung.

Ist der Wissenserwerb nach tradierter Weise und innerhalb der Familie – zumindest für ›Frauen‹ – also weniger ausschlaggebend als ihre unternehmerische Kompetenz? Oder qualifiziert die traditionelle Erwerbsbiografie weiblich kodierte Handwerkerinnen nicht genügend und sie kompensieren mit dem unternehmerischen Wissen ihre per se defizitäre Subjektposition als ›weibliche‹ Handwerkerin? Das Porträt einer Glockengießerin lässt letztere Deutung plausibler erscheinen, da auch hier eine Kombination aus ›altem, bodenständigem Handwerker‹ und neoliberaler Unternehmerin konstitutiv ist. So steht bei der Glockengießerin, die den seit dem 17. Jahrhundert bestehenden Familienbetrieb fortführt, zwar das »von ihrem Großvater« erworbene Fachwissen im Vordergrund, jedoch wird ihr gleichfalls zugeschrieben, sich »mit Haut und Haaren diesem Beruf verschrieben [zu haben].« Neben der »größte[n] Leidenschaft« für den Glockenguss, die sie offenbar problemlos mit der Betreuung ihrer drei kleinen Kinder vereinbaren kann, stellt auch sie Flexibilität und »kaufmännisch[es]« Geschick unter Beweis: Ihre Bereitschaft, für die Glockenwartungen viel unterwegs zu sein, und besonders der Aufbau eines »regelrechte[n] Touristik- und Besucherprogramm[s] um die Gießerei« beweisen, dass sie sich jenseits der handwerklichen Profession erfolgreich auf dem Markt positionieren kann.

Welche Folgen solche unternehmerischen Strategien für weniger privilegierte Subjekte haben, konnte bereits an der Position der handarbeitenden Seniorinnen gezeigt werden, deren »Spaß« am Handarbeiten eine geringe Entlohnung begründet. Darüber hinaus wird ihnen aber auch eine geringe handwerkliche Kompetenz zugestanden, indem der porträtierte Jungunternehmer die Fähigkeiten und das notwendige Wissen seiner weiblich kodierten Mitarbeiterinnen relativiert: »Häkeln ist einfach, man braucht nur eine Nadel« (FAZ vom 20.12.2010, S. 16).

Sind »weibliche« Handwerkerinnen im analysierten Sample vorrangig als unternehmerisch handelnde Subjekte positioniert, werden für »männliche« Handwerker hauptsächlich zwei unterschiedliche Subjektpositionen angeboten. Neben jener des affektbeglaubigten »Künstler-Handwerkers«, der sowohl als Quereinsteiger als auch über Traditionen zu seiner »Leidenschaft« Zugang erhalten hat, ist die Position des »alten, bodenständigen Handwerkers« am deutlichsten ausbuchstabiert. Dabei sind weder die Trennlinien zwischen beiden Subjektpositionen immer deutlich zu ziehen, noch die Zuordnung zum sozialen Geschlecht: So »liebt« auch der »alte, bodenständige Handwerker« seine Arbeit. Gleichsam wird der unternehmerisch handelnden Glockengießerin zugeschrieben »erdverbunden« zu sein und ihr wird zugetraut, »eine Reval rauchend, zum Hammer, zum Schweißgerät, zum Lehm und zum Pferdemit zu greifen« (FAZ vom 15.03.2003, S. 13).

Dennoch lassen sich anhand der Position des »alten, bodenständigen Handwerkers« die Implikationen der für die 2000er-Jahre konstatierten Verschiebung hin zur Erfolgsbranche noch genauer analytisch fassen. Die Subjektposition des »alten, bodenständigen Handwerkers« reflektiert und problematisiert nämlich genau diese Verschiebung, die sich zunächst in einer steigenden Nachfrage materialisiert. Mit der steigenden Nachfrage ist die Etablierung eines neuen Kund*innentypus verbunden, der Typus der »wissenden Konsument*innen«, die, so die Problematisierung, über ein übertriebenes Spezialwissen zum »alten Handwerk« verfügen und seine Objekte als Luxusgüter »fetischisieren«. Paradigmatisch lässt sich die Konstitution der Subjektposition des »alten, bodenständigen Handwerkers« an einem Porträt über drei verschiedene Herenschuhmacher zeigen, mit der Einschränkung, dass Schuhe generell dem Fetisch-Bereich und insbesondere die Sparte der Maßschuhherstellung dem gehobenen Luxuskonsum zugeordnet werden. Es darf also angenommen werden, dass hier in höherem Maße Spezialwissen generierbar ist als in anderen Handwerken.

In dem Fragment tritt neben einem »Künstler-Handwerker« und einem »Handwerker-Unternehmer«, der Teilbereiche seiner Produktion maschinell durchführt, »der bodenständige Göbel« als »alter, bodenständiger Handwerker« auf (FAZ vom 18.03.2007, S. R5.) Alle drei Schuhmacher sind mit steigender Nachfrage konfrontiert und mit einem wachsenden internetvermittelten Spezialistentum unter den »männlichen« Kunden. Dagegen positioniert sich der »alte, bodenständige Handwerker«, indem er »so manchem Mythos der Maßschuhfetischisten«

»nonchalant im Vorübergehen« diskreditiert und dagegen einzig ›traditionelle‹ Fertigungsweisen und Materialien als ›richtige‹ bezeichnet: Die »abstrusen Lederbegierden« nach Pferde- oder Fischhäuten bezeichnet er als »Blödsinn« und verweist darauf, dass noch immer das »ganz und gar unspektakuläre« Rindsleder am besten für die Schuhanfertigung geeignet sei (FAS vom 18.03.2007, S. R5.). Das Wissen der »Maßschuhfetischisten« wird durch sein etabliertes, »bodenständiges« Fachwissen als absurd, weltfremd und damit ›falsch‹ markiert.

Feldforschung zu männlichen Handwerkern im urbanen Kreativ-Milieu unterstützt die Einschätzung, dass Handwerker*innen von ›erfahrenen‹ (»experienced«) Konsument*innen unter Druck gesetzt werden, ihr Wissen über Trends und neue Produkte stetig zu erweitern (Ocejo 2017, S. 195). Diese von Kund*innen implizit eingeforderte Innovationsbereitschaft und die damit einhergehende Plausibilisierung einer Öffnung des ›alten‹ Handwerksberufs für jüngere Quereinsteiger*innen, liefert eine weitere Erklärung für die Distanzierungsrhetorik des ›alten, bodenständigen Handwerkers‹. Die soziale Abgrenzung des Schusters nach oben drückt der ›alte, bodenständige Handwerker‹ zusätzlich mit Spott über »Schickimickis« aus. Als Gegengewicht wird Bescheidenheit als Subjektressource genutzt: Sein vergleichsweise geringer Verdienst, die Referenz auf die kulturhistorisch geprägte Figur des ›armen Schusters‹ und auch die Verweigerung einer affektiven Überhöhung (»sieht seine Arbeit ganz entspannt«) sind hier zu nennen. Zugleich grenzt sich der ›alte, bodenständige Handwerker‹ auch nach unten gegen die teilweise maschinelle Herstellungsweise des ›Handwerker-Unternehmers‹ ab, die er als »bloße Gesellenarbeit« (FAZ vom 18.03.2007, S. R5) abwertet.

Im Vergleich zu den beiden anderen Subjektpositionen ist diejenige des ›alten, bodenständigen Handwerkers‹ am stärksten autorisiert, sie erhält den meisten Raum sowie die meisten direkten Zitate und ihr wird nicht widersprochen. Jedoch wird auch die ›Bodenständigkeit‹ als Projektion problematisiert und damit die durch die mediale Berichterstattung mitverursachte Ästhetisierung des erwerbsmäßigen ›alten Handwerks‹ als ›einfache‹ und zugleich schöpferische Tätigkeit: »Er [der ›bodenständige Göbel‹, FS] lacht über Besucher, die sein Werkzeug und seinen einfachen Schemel bestaunen, auf dem er sitzt und die Holzleisten in Form raspelt« (FAZ vom 18.03.2007, S. R5). In dieser Relativierung des aus der Distanz der Beobachterposition erwachsenden ›Staunen‹ der Kund*innen ist zudem eine Abgrenzung gegen den ›Künstler-Handwerker‹ und dessen zur Schau gestellte Virtuosität enthalten. Sie lässt sich als Reflexion der Diskurseffekte deuten: Die Subjektposition des ›alten, bodenständigen Handwerkers‹ darf entweder von seiner Diskursivierung nichts wissen, um authentisch und legitimiert zu sein, oder muss permanent versuchen sich ihr zu entziehen.

Auch die Orientierung an den Vorstellungen von ›jungen Designerinnen‹ wird als problematisch für die Subjektposition des ›alten, bodenständigen Handwerkers‹ konstruiert. Dabei wird die Widerständigkeit gegenüber einer als zu stark

markierten Ästhetisierung des ›alten Handwerk(en)s‹ genutzt, um damit die Authentizität und Integrität der Subjektposition zu gewährleisten. So wird im Porträt einer zum »Kult« (FAS vom 27.11.2005, S. 67) gewordenen Ostberliner Hausschuhmanufaktur die Zusammenarbeit mit jungen (westdeutschen) Designerinnen zwar als wirtschaftliches Erfolgskonzept beschrieben. Dennoch kann der Handwerksbetrieb nur ein authentischer »Kult« bleiben, indem sich die beiden ›alten, bodenständigen Handwerker‹ nicht von den Vorstellungen und Leistungen der Designerinnen leiten lassen, sondern sie vielmehr geringschätzen: Sie empfehlen ihren Kund*innen, zu extravagant designte Schleifen einfach abzuschneiden (vgl. FAS vom 27.11.2005, S. 67).

Aus gendertheoretischer Perspektive lässt sich festhalten, dass für den Zeitraum von 1990 bis 2010 insbesondere männlich kodierte Handwerker vom Niedergang oder vom mangelnden wirtschaftlichen Erfolg in ihrer Subjektposition bedroht sind. Neuerungen sind zwar nicht ausschließlich, aber vorrangig ›weiblich‹ besetzt; zudem ist keine einzige rückständige weiblich kodierte Subjektposition vorhanden. Dagegen gefährden Innovationen und die durch die Pluralisierung der Wissenszugänge und der spezialisierten Nachfrage entstehende Konkurrenz um das zuvor exklusive Fachwissen die Position des ›alten, bodenständigen Handwerkers‹.

Dabei kommt es zu einer Ambivalenz in der Positionierung: Der ›alte, bodenständige Handwerker‹ muss ›Traditionalität‹ als Subjektressource verkörpern, um als Sprecher im Diskurs positioniert werden zu können – und um sich und seine Produkte auf dem Markt als ›alter Handwerker‹ verkaufen zu können und so überhaupt von der ›neuen‹ Nachfrage oder den Neuerungen des ›Alten‹ profitieren zu können. Folglich darf er sich den Innovationen und Neuerungen, den Wünschen von Kund*innen und Designer*innen nicht gänzlich verschließen. Zugleich unterminiert aber diese Abhängigkeit von externen Vorgaben seine Position als Subjekt, das unabhängig vom Zeitgeist in traditioneller Weise seiner ›Arbeit‹ nachgeht. Deshalb sind Instanzen der ›eigen-sinnigen‹ (vgl. Lüdtke 1993) Widerständigkeit wie Spott und Sabotage als weiche Varianten der Rückständigkeit zulässig und sogar notwendig. Eine zu starke Rückständigkeit, also die pauschale Verweigerungshaltung gegenüber Innovationen, führt, wie im Beispiel des Kürschners, zur Prekarisierung der Subjektposition des ›alten, bodenständigen Handwerkers‹ und seiner Männlichkeit. Welches Verhalten ›richtig‹ ist, wird im Diskurs über die Parameter des ökonomischen Erfolgs gemessen.

Für ›weibliche‹ Handwerkerinnen ist es dagegen weniger problematisch, unternehmerisches Wissen als Handlungsmaxime anzuwenden und Innovationen durchzusetzen. ›Traditionalität‹ ist für sie eine mögliche, aber keine notwendige Ressource, um am Handwerk(en)sdiskurs und -markt beteiligt zu werden. Vielmehr wird ›Frauen‹ die Subjektposition der ›alten, bodenständigen Handwerkerin‹ ohnehin erst allmählich und nur unter Vorbehalten zugeschrieben,

ihnen wird ›zugetraut‹ die körperlichen Anforderungen des Berufs auszuhalten. Auch dass sie die notwendige fachliche Expertise besitzen, muss erst über den Verweis auf Auszeichnungen oder die Beschreibung von Arbeitsproben bewiesen werden. Da jedoch die dominante ›weibliche‹ Geschlechtsidentität nicht von der Berufsidentität abhängt, ist mit einer flexibleren Ausrichtung am Ideal des ›alten, bodenständigen Handwerkers‹ und der Priorisierung unternehmerischer Ziele weder eine Gefährdung der Position als ›Frau‹ noch als ›Handwerkerin‹ verbunden. Dagegen muss der ›alte, bodenständige Handwerker‹ seine ›Traditionalität‹ auch über ein gewisses Desinteresse an Moden und Neuerungen unter Beweis stellen. Dies betrifft auch seine Reaktion auf die wachsende externe Wahrnehmung seiner selbst als ›Kult-Figur, die durch Kund*innen, Auftraggeber*innen und letztlich auch die Medien geprägt ist. Um weiter als ›alter, bodenständiger Handwerker‹ wahrgenommen werden zu können, muss das Subjekt in der Lage sein, diese Position so authentisch zu performen, dass er weiterhin als davon nicht beeinflusster Markt- und Diskursteilnehmer bestehen bleiben kann.

4.3. ›Altes Handwerk(en)‹ als »Mode für jedermann«? 2010-2020

Das in den 2000er-Jahren vorgefundene narrative Schema einer ›Renaissance‹ des ›alten Handwerks‹ und seiner Techniken wird in den 2010er-Jahren fortgesetzt. So intensiv, dass eine Überdrüssigkeit erkennbar wird, mit der sich ab Mitte der 2010er-Jahre ein Rückgang in der medialen Berichterstattung erklären lässt. Zugleich wird wieder stärker über Arbeits- und Ausbildungsbedingungen berichtet und Ausbildungsmarketing betrieben: Mitte der 2010er-Jahre stellt eine achteilige Serie in der Rubrik »Beruf und Chance« unter anderem ›alte‹ Handwerksberufe vor, die sich auch für Abiturient*innen eignen, »die mit ihrer eigenen Hände Kraft etwas schaffen wollen und die Vorstellung scheuen, einen Acht-Stunden-Tag vor allem an einem Schreibtisch zu verbringen« (FAZ vom 05./06.07.2014, S. C1). Handwerkliche Berufe werden also weiterhin als ›gute Arbeit‹ präsentiert.

Nur drei Jahre später wird in einem Interview mit einem Händler von historischen Baustoffen konstatiert: »Ja, alles, was nach Lederschürze und altem Handwerk riecht, ist ja derzeit absolut angesagt«; die Hinwendung zu »abgeliebten Objekten« sei inzwischen eine »Mode für jedermann«¹¹ geworden (FAS

11 Der Verlust der ›Nische‹ des Luxuskonsums mag in diesem Falle lediglich bedeuten, dass breitere Teile der Mittelschicht sich für handwerkliche Produkte und Techniken interessieren und auch Baumärkte inzwischen ›rustikale‹ Bretter mit Rinde führen. Indem ›altes Handwerk(en)‹ als ästhetische Norm etabliert ist, wird es weniger stark als Distinktionsmerkmal angesehen.

vom 05.02.2017, S. 57). Diese Einschätzung lässt sich an drei Tendenzen festmachen: Erstens hat sich die Ökonomisierung des handwerklichen Selbermachens insbesondere zu Beginn der Dekade weiter deutlich verstärkt. Zweitens sind die Institutionalisierung von ›Handwerk(en)‹ als Kulturerbe und eine entsprechende Brauchtumpflege vollkommen etabliert. Drittens werden handwerklichen Berufen und Tätigkeiten vermehrt Wirkungen außerhalb der ökonomischen Sphäre zugeschrieben: ›Handwerk(en)‹ soll therapeutische und pädagogische Effekte haben, ist Teil eines ›Lifestyles‹ oder bewirke die ›Verbesserung der Welt‹. Hinzu kommen Elemente von ›Fairness‹ und Nachhaltigkeit, die im Zuge der Debatte um den Klimawandel häufiger genannt werden, wobei das ›alte Handwerk(en)‹ in Berichten über direkten Handel mit Handwerkskooperativen oder nur nach Bedarf produzierenden Schneider*innen als Kritik und Korrektiv der Industrie positioniert wird (vgl. FAS vom 31.05.2020, S. 15). Die Reflexion dieses Umstandes im medialen Diskurs führt dazu, dass ›altes Handwerk(en)‹ weniger zum außergewöhnlichen Gegenstand der Berichterstattung, sondern vielmehr selbst zum Merkmal gesellschaftlicher Verschiebungen wird.

Das Narrativ des ›aussterbenden Handwerks‹ wird als Bedrohungsszenario wieder stärker präsent. Hinzu kommt das Erzählmuster der Aventure, mittels dessen die Erwerbsbiografien von Handwerker*innen erzählt werden. Zu den Positionen des ›alten, bodenständigen Handwerkers‹ und des ›Künstler-Handwerkers‹ treten jene der ›DIY-Künstler-Handwerker*in‹ und des ›Handwerksforschers‹ hinzu. Insgesamt lässt sich für die in den 2010er-Jahren vertretenen Subjektpositionen sagen, dass sie zunehmend hybrid sind. Die Subjektanforderungen haben sich vervielfältigt. In den Porträts über erwerbsmäßiges ›altes Handwerk‹ werden unternehmerische Strategien der Handwerker*innen favorisiert, die nach wie vor auf einer Diversifizierung des Angebots basieren. Hinzu kommen eine stärkere internationale Ausrichtung des Handels und die Beteiligung an der eigenen Musealisierung bzw. Vermarktung als kulturelles Erbe über Kurse, Vorführungen und Vereinstätigkeiten.

Ein weiteres zentrales Thema ist die Pluralisierung des Wissenserwerbs und der Handel mit handwerklichem Wissen. Die Regierungskoalition aus CDU/CSU und SPD diskutiert die Wiedereinführung der Meisterpflicht (vgl. FAZ vom 24.07.2018, S. 15). Am 20. Februar 2020 wird die Meisterpflicht für zwölf der 53 Berufe, die 2004 von der Meisterpflicht befreit worden waren, wieder eingeführt (vgl. Presse- und Informationsamt der Bundesregierung 2020). Darunter sind mit Böttcher*in, Orgel- und Harmoniumbauer*in, Drechsler*in und Holzspielzeugmacher*in auch drei ›alte‹ Handwerksberufe. Zuvor wird erstmals in drei der insgesamt 13 analy-

sierten Porträts¹² dieser Dekade explizit Kritik an der Handwerksreform von 2004 und ihren Auswirkungen geübt.

Im Hinblick auf die Geschlechterrollen zeigt sich, dass ›Frauen‹ von der Pluralisierung des Wissenserwerbs profitieren, zugleich aber möglicherweise stärker von dem daraus entstehenden Konkurrenzdruck betroffen sind. Neben der Handwerksordnung stellen auch die Pluralisierung von Wissenszugängen durch internetvermittelte Lehrgänge und technologische Forschungen den exklusiven Wissenserwerb des ›traditionellen‹ Handwerks in Frage. ›Traditionalität‹ spielt in den 2010er-Jahren hauptsächlich eine Rolle als kommerzialisierte Ressource, die den Marktwert der Objekte erhöht und über die Vermarktungsmöglichkeiten im Handwerkstourismus eine zusätzliche Einkommensmöglichkeit generiert.

Am Ende des Untersuchungszeitraums fungiert das Ereignis der Covid-19-Pandemie wie eine Zäsur, sodass einige Tendenzen verschoben und andere verstärkt werden. So ist die Sphäre des Häuslichen in einem existenzielleren Ausmaß ein Rückzugsort für Privilegierte, wobei das angeordnete Verbleiben im ›Home-Office‹ vielfach als Einschränkung wahrgenommen wird. Dennoch ist festzustellen, dass insbesondere während der Pandemie die Themen häusliches Selbermachen, Einrichtung und Wohnen einen besonderen Stellenwert in der Berichterstattung einnehmen und dabei hochwertige, handwerklich hergestellte Produkte empfohlen werden. So wird etwa ein handgefertigter Teppich als »Alleskönner« bezeichnet: »Er bringt Wärme und Gemütlichkeit ins Zuhause, er schmückt Boden und Wände, spielt mit Farben und Mustern, dämpft Schall, schafft Räume und erzählt Geschichten. Wir können auf ihm sitzen, liegen, spielen, toben, schlafen, Fernsehen schauen oder essen« (FAZ vom 13.12.2020, S. 63). Zudem werden etablierte Argumentationen wie Langlebigkeit und ›Fairness‹ bei der Bezahlung von Handwerker*innen aus dem globalen Süden wiederholt.

Neu ist hingegen, dass ›Handwerk(en)‹ durch die Pandemie als Teil einer Notversorgung konzipiert wird und damit eine Deutungsebene erhält, die im gesamten Zeitraum seit 1990 lediglich in den Porträts über den doppelten ›Überlebenskampf‹ der ›alten Handwerker‹ im Sozialismus anklingt. Das Ende März 2020 in der FAS abgedruckte Schnittmuster für einen selbst herzustellenden Mund-Nasenschutz ist zwar von einer »Designerin« entworfen und diene der »Solidarität«, jedoch wird in diesem Zusammenhang weder auf ›Freude‹ noch ›Entspannung‹ abgehoben, sondern vielmehr die Notwendigkeit der Selbstversorgung als Hauptmotivation herausgestellt (FAS vom 29.03.2020, S. 15). Zugleich bietet die Orientierung an Effekten jenseits des Ökonomischen auch für die Diskursivierung während der Pandemie einen wichtigen Bezugspunkt: In derselben Ausgabe der FAS wird

12 Analysiert wurden 13 Porträts, die auf den Wirtschaftsseiten, in der Rubrik »Beruf und Chance« oder unter »Motor und Technik« erschienen sind, fünf davon in der FAS.

das häusliche ›Handwerk(en)‹ als Mittel »gegen den Corona-Blues« angesehen (FAS vom 29.03.2020, S. 45).

4.3.1. Handwerkliches Selbermachen als »Trend«: ›DIY-Künstler-Handwerker*innen‹

2012 greift unter der Überschrift »Deutschland strickt wieder« eine zweiseitige Reportage im Wirtschaftsteil der FAS das Thema Handarbeiten als »Trend«-Phänomen auf. Doch nicht nur das ›weibliche‹ Handarbeiten, das auch in Form von sogenannten DIY-Sets verkauft wird (vgl. FAZ vom 12.12.2013, S. 16), auch das Schmieden von Nägeln (vgl. FAZ vom 28.02.2018, S. 62) oder das Aufarbeiten von alten Möbelstücken (vgl. FAZ vom 05.02.2017, S. 57) werden in den 2010er-Jahren als populäre Freizeitbeschäftigungen beschrieben. Was gegen Ende der Dekade eher die Norm ist, wird zu Beginn noch als ungewöhnlicher »Trend« klassifiziert (FAS vom 28.12.2012, S. 40). Dafür wird das freizeitliche Selbermachen abgegrenzt von früheren Formen des Heimwerkens oder Handarbeitens, mit dem Verweis auf folgende Merkmale: Die Internationalisierung des Phänomens als »US-Import« und durch den internetbasierten Handel und Austausch, das Herausbilden einer urbanen »Szene«, in der gemeinschaftliches Handarbeiten in »Strickbars« als Lifestyle betrieben werde, aber auch Kurse und Lehrgänge, die großen Andrang fänden (FAS vom 28.12.2012, S. 40). Insgesamt wird das ›neue‹ handwerkliche Selbermachen als Lifestyle-Phänomen beschrieben: »Handarbeit [ist] längst ein gesellschaftliches Event geworden. Man trifft sich, man strickt und redet, näht und trinkt – und inspiriert sich gegenseitig« (FAS vom 28.12.2012, S. 40). Fotos zeigen bekannte ›Frauen‹ beim Handarbeiten, etwa die Moderatorin und Autorin Sarah Kuttner und die Skisportlerin Magdalena Neuner. Sie fungieren als Beleg dafür, dass Handarbeiten eine »junge« und »zeitgemäße« Freizeitbeschäftigung ist – und eine potenzielle Erwerbsquelle.

Zentral für die Platzierung von Berichten über Handarbeiten im Wirtschaftsteil sind die Möglichkeiten einer neuen »Selbstständigkeit«, die hier auf Unternehmensgründung im Internet- und Einzelhandel fokussiert ist, aber auch neue Erwerbsformen wie Bloggen und den Handel auf Handarbeitsplattformen wie Etsy und Dawanda einschließt. Bemerkenswert ist, dass, im Gegensatz zur sonst üblichen Diskursivierung, das ›Alte‹ nicht positiv bewertet wird, sondern Handarbeiten als ›neues‹ und erfolgreiches Lebens- und Arbeitsmodell in der binären Opposition zum »Muff« (FAS vom 28.12.2012, S. 40) früherer Formen des Selbermachens erst konstruiert wird.

Freizeitliches Handarbeiten wird explizit als Möglichkeit zum Einkommenserwerb konzipiert und nahegelegt: »raus aus dem Wohnzimmer und hinein in die Strick-Cafés und Nähläden. Rein ins Geschäft mit dem Verkauf der eigenen Produkte, die endlich jemand sieht, weil das Internet die Schaufenster dafür schafft«

(FAS vom 28.12.2012, S. 41). Dagegen wird die im Bereich der Reproduktionsarbeit verortete unentgeltliche und unsichtbare Selbstanfertigung von Kleidungsstücken vergangener Zeiten als ungewollte und überflüssige Zumutung abgewertet, wie das Handarbeiten für »das Baby der Schwester, das sich nicht wehren konnte. Oder für die Enkelin, wenn die überhaupt noch etwas Selbstgemachtes zu tragen bereit war« (FAS vom 28.12.2012, S. 40).¹³ Die Anerkennung im ›neuen‹ Handarbeiten hat demnach vor allem eine monetäre Dimension: »Es könnte sich lohnen« (FAS vom 28.12.2012, S. 41).

Als eine treibende Kraft für die Ausbreitung von Handarbeiten und DIY werden Unternehmen wie Myboshi (FAZ vom 12.12.2013, S. 16) und Etsy als Profiteure genannt. So wird der Unternehmensgründer von Etsy, Chad Dickenson, zitiert, dessen Ziel es sei, »immer mehr Menschen zur Selbstständigkeit zu verhelfen« und damit »die Funktionsweise der Weltwirtschaft fundamental zu verändern.« Zum Besseren [...] natürlich« (FAS vom 28.12.2012, S. 41). Da diese Forderung nach Selbstständigkeit als ›Verbesserung‹ sowohl neoliberale Diskurse der Selbstverantwortung aufgreift als auch dem Autonomie-Ideal des ›Künstler-Handwerkers‹ entspricht, spiegelt sie die gesamte Diskussion um Kreativität als Dispositiv und die Kreativsubjekte der 2010er-Jahre wider.¹⁴

Obwohl im Laufe der Dekade die mediale Aufmerksamkeit für das Thema Handarbeiten abnimmt, ist mit der Konstruktion des Handarbeitens als etwas ›Neues‹, insbesondere unter Verweis auf die Möglichkeiten des onlinebasierten Plattformhandels, eine entsprechende Dominanz in den Subjektpositionen zu beobachten. Auch über das Feld des (teilerwerbsmäßigen) handwerklichen Selbermachens hinaus ist in den 2010er-Jahren die Position des ›Künstler-Handwerkers‹ am häufigsten vertreten. Aspekte wie ›Leidenschaft‹, den Drang zur ›Selbstverwirklichung‹ und der Autonomie-Topos sind in den meisten Porträts konstitutiv für die Subjektposition der Protagonist*innen.

Jedoch lässt sich die Position der ›DIY-Künstler-Handwerker*innen‹ von jener der in einem ›alten‹ Handwerksberuf tätigen unterscheiden: Der Quereinstieg als neue Norm und eine schicksalhafte Hinwendung zum Beruf ersetzen zunehmend die auf ›Traditionalität‹ basierenden Formen des Wissenserwerbs und das Hereditätsprinzip bei der Berufsfindung, das im erwerbsmäßigen ›alten Handwerk‹ nach wie vor dominiert. Auf der semantischen Ebene ist dabei jedoch eine strukturelle Ähnlichkeit auszumachen. Die Schilderung einer langjährigen Familiengeschichte,

13 Die Abwertung des ›alten‹ Handarbeitens widerspricht der feministischen Agenda einiger DIY-Aktivist*innen, die mit der Sichtbarmachung vormalig unsichtbarer ›weiblicher‹ Produktivität auch eine Aufwertung der Leistung vorheriger Generationen verbinden, vgl. Eismann und Zobl 2011, S. 194.

14 Vgl. dazu u.a. Reckwitz 2014; Menke und Rebentisch 2012; McRobbie 2016 sowie Kannler et al. 2019.

die zum Erlernen des Metiers ›verpflichtet‹, stellt zugleich eine affektive Bindung des Subjekts an den handwerklichen Beruf her. In Bezug auf die ›DIY-Künstler-Handwerker*innen‹ wird diese Funktion ersetzt durch die Schilderung einer unverhofften Fügung, die das Subjekt zum Erkennen seiner ›wahren Bestimmung‹ bringt. Diese an die klassische Aventure angelehnte Narration wird zumeist mit expliziten Affektäußerungen beglaubigt sowie durch ökonomischen Erfolg. So ist die Eröffnung eines Strick-Cafés für die Protagonistin die Verwirklichung eines »Lebenstraums«, den sie jedoch erst durch ein ungeplantes Ereignis »entdeckte« und der ihr zu einem erfolgreichen Geschäftsmodell verhalf. Diese Herstellung einer Schicksalshaftigkeit, die nicht länger auf der Familientradition, sondern auf der affektbeglaubigten Individualbiografie basiert, wird in den 2010er-Jahren zum Standarderzählmuster, mit dem ›DIY-Künstler-Handwerker*innen‹ ihren Werdegang beschreiben und sich damit im Diskurs und am Markt als qualifizierte Subjekte positionieren können.

Dabei fungieren die Erzählungen des Werdegangs in den Medienporträts genau wie jene auf der eigenen Internetseite als Selbstmarketing: Die mit der erreichten Selbstständigkeit als Endpunkt positiv endenden Geschichten müssen die Hinwendung der Subjekte zum ›Handwerk(en)‹ plausibilisieren. Zudem wird das ›Erzählen‹ solcher »Geschichten der Menschen hinter den Produkten« (FAZ vom 28.12.2012, S. 41) durch Blogger*innen und die später so benannten Influencer*innen zu einem eigenständigen Berufsfeld. Was dagegen bei der Subjektposition der ›DIY-Künstler-Handwerker*innen‹ fehlt, ist der Aspekt der Genialität oder Virtuosität, ihre individuelle Kompetenz spielt in der Regel keine Rolle bzw. ist explizierbar und erlernbar – und damit wiederholbar. Anders als bei vielen ›traditionellen‹ ›Künstler-Handwerker*innen‹ fehlt in der Darstellung der Selbstständigkeit die Schilderung der Arbeitsbedingungen, auch unternehmerische Strategien werden nicht beschrieben. Die Subjektposition des ›DIY-Unternehmers‹ ist lediglich auf der Ebene global agierender Konzerne wie Etsy vorhanden, die Kleinunternehmer*innen werden dagegen als ›Künstler-Handwerker*innen‹ präsentiert, die unter Ausblendung materieller Beweggründe vorrangig aus ›Leidenschaft‹ erwerbstätig sind.

Parallel dazu ist in den 2010er-Jahren die Position des ›alten, bodenständigen Handwerkers‹ präsent, der sich sowohl von »folkloristischer Geschichtsklitterung« als auch von »Künstlern« abgrenzt und sich damit der Konstruktion von ›Traditionalität‹ ebenso verweigert, wie einer zu stark ausgerichteten ›Selbstverwirklichung‹ als Motivlage für handwerkliche Tätigkeiten (FAZ vom 12./13.07.2014, S. C2). Anders als in den 2000er-Jahren werden hier nicht Diversifizierung und Innovationen problematisiert, sondern der steigende Bedarf an Kommunikation und betriebswirtschaftlicher Planung. Die erforderliche Bürotätigkeit eines Schmieds wird kritisiert als partielle Aufgabe der Autonomie, die für die Positionierung als ›alter, bodenständiger Handwerker‹ essenziell ist. Dagegen steht die Anforderung,

»ganz Dienstleister« sein und dem »aktuellen Zertifizierungswahnsinn aus Brüssel« Folge leisten zu müssen, um wirtschaftlich bestehen zu können (FAZ vom 12./13.07.2014, S. C2). Dass eine solche Problematisierung von Selbstständigkeit als Verwaltungsakt und potenzielle Überbelastung in den Selbstvermarktungen der ›DIY-Künstler-Handwerker*innen‹ fehlt, lässt den Schluss zu, dass diese Subjektposition weniger gefestigt ist und Äußerungen von Kritik in dieser auf Positivität ausgerichteten Subjektnarration (noch) nicht sagbar sind.

4.3.2. Effekte jenseits des Ökonomischen?

›Handwerk(en)‹ wird in den 2010er-Jahren zunehmend als eine Technik dargestellt, die Mittel zu einem anderen Zweck ist als jenem der Herstellung von (besonderen, ausgefallenen oder seltenen) Objekten: Nicht nur der an Bedeutung gewinnende Bereich des handwerklichen Selbermachens, sondern auch das erwerbsmäßige ›alte Handwerk‹ werden als Kompensierungsstrategie, also als Technik zur Herstellung eines alternativen »Lebensgefühls« oder als »Erlebnis« diskursiviert (FAS vom 24.04.2011, S. V9; FAZ vom 21.12.2013, S. 16). Zunächst sind dabei die Effekte auf die handwerkenden Subjekte selbst ausschlaggebend. Den handwerklichen Betätigungen wird eine »therapeutische[] Wirkung« attestiert, »die alles andere in den Hintergrund treten lässt« (FAZ vom 09./10.08.2014, S. C2), sie gelten als »entspannend« (FAZ vom 02./03.08.2014, S. C2) oder »entschleunigend«. Diese häufig als Subjektäußerung präsentierte Feststellung wird zunehmend auch als gesellschaftsdiagnostische Analyse verwendet, um die steigende Hinwendung zum ›alten Handwerk‹ oder zu Handarbeitstechniken zu erklären. Dies geschieht entweder in Form von Expert*innenmeinungen oder als analytische Leistung, welche die mediale Berichterstattung unternimmt, um das Beschriebene zu erklären.

Wie bereits in den 2000er-Jahren wird dabei ein Kausalzusammenhang zur veränderten Arbeitswelt der digitalisierten Dienstleistungs- und Wissensberufe hergestellt, deren Mangel an Substanz und Abschließbarkeit die handwerkliche Betätigung zu kompensieren vermöge. So zitiert die FAS einen »Wissenschaftler und Trendforscher« mit den Worten:

»Seitdem sich die Mehrzahl der Menschen nicht mehr mit der Produktion von Waren, sondern mit der Herstellung von Wissen, Ideen und Dienstleistungen beschäftigt, ist ein Vakuum entstanden.« Das wiederum nähre die Sehnsucht nach dem Echten, dem Handgemachten, nach sinnlichen Erfahrungen und sinnvollen Erlebnissen [...]. (FAS vom 28.12.2012, S. 41)

Auch ein Hersteller von Häkelsets, Myboshi, verkauft diese über eine Umdeutung als spielerisches und »fernöstliches Erlebnis« (FAZ vom 21.12.2013, S. 16). Wenn gleich hier trotz der Bezugnahme auf Japan keine Entschleunigungssemantiken

bemüht werden, wird dabei handarbeitliches Selbermachen als Mittel zu etwas Anderem inszeniert und erfolgreich verkauft.

Gleiches gilt für Berichte über die pädagogische Nutzung von Handwerken im Kontext eines außerschulischen Freizeitangebots. Auch hier wird, wie schon in den 2000er-Jahren, ein nostalgisierter Einklang von ›Leben‹ und ›Arbeit‹ erzeugt. Die Situation der handwerkenden Kinder beim gemeinschaftlichen Restaurieren eines Bootes wird als »Korrektiv zum zunehmend abstrakt und artifiziell erfahrenen Schülerdasein und Arbeitsleben« konstruiert (FAS vom 24.04.2011, S. V9). Die Mischung aus – in der Schule nur mangelhaft vermittelter – mühseliger ›Arbeit‹ und Disziplinierung (›Pünktlich um drei geht es [...] los [...]. Viertel vor sechs wird gemeinsam aufgeräumt. Schreien, schubsen, springen sind in der Kutterbaustelle mit herumliegenden Werkzeugen und offenen Leinöldosen tabu«) und Kompetenzerwerb (Teamfähigkeit, Selbstmotivation, Erfahrung von Selbstwirksamkeit, »Zuverlässigkeit« und »Beharrlichkeit«) passt die Imagination einer ›besseren‹ Vergangenheit mühelos ein in das neoliberale Anforderungsgefüge des selbstständigen und selbstmotivierten Subjekts (FAS vom 24.04.2011, S. V9).

Eine Ökonomisierung der scheinbar marktfernen Nebeneffekte des ›Handwerk(en)s‹ lässt sich auch anhand der Rolle des Handwerkstourismus verdeutlichen, der in den 2010er-Jahren zu einer etablierten Ressource für die Handwerker*innen und zum Teil für ganze Regionen geworden ist. Wurde in den 2000er-Jahren noch länglich auf Handwerksmuseen und den Umstand der Musealisierung selbst hingewiesen, ist dies in den 2010er-Jahren eine Selbstverständlichkeit. Tatsächlich werden in fünf der 13 analysierten Porträts Institutionen wie Museen oder Vereine erwähnt, in denen die Handwerker*innen selbst beteiligt sind und die das kulturelle Erbe des jeweiligen Handwerks pflegen. Der Handwerkstourismus, den die Handwerker*innen mit der Produktion von Souvenirs, Veranstaltungen und Vorführungen bedienen, ist damit zu einer festen Größe im Angebot und Einkommen der Handwerker*innen geworden. Auch bei solchen Inszenierungen wird auf positive Nebeneffekte abgehoben, wie in diesem Beispiel über Köhler im Erzgebirge:

Am Wochenende und an Feiertagen lockt die Köhlerei als Ausflugsziel: mit Besichtigung der Köhlerei, Kinderspielplatz und Erlebnisgrill. Geplant ist auch eine Bühne für Hoffeste. »Ich will, dass die Menschen hier entschleunigen und miteinander ins Gespräch kommen«, sagt Austinat [ein Köhler, FS]. (FAZ vom 24.06.2016, S. 21).

Die Stiftung von Gemeinschaftlichkeit und ›Entschleunigung‹ ist also auch hier das Nebenprodukt, das über das ›Erlebnis Handwerk(en)‹ hergestellt werden soll.

Das Bedrohungsszenario des ›aussterbenden Handwerks‹ ist in diesem Zusammenhang wieder stärker präsent und wird weiterhin auf »billiger« produzierende ausländische (FAZ vom 24.06.2016, S. 21), aber auch auf inländische Konkurrenz

und Probleme bei der Nachwuchsregelung zurückgeführt. Zu den Überlebensstrategien der Diversifizierung der Produktpalette und der stärkeren Internationalisierung der Nachfrage gehört nun auch die Etablierung und Institutionalisierung von ›Handwerk(en)‹ als kulturelles Erbe. Jedoch könnten die einzelnen Betriebe vom Tourismus allein nicht ökonomisch bestehen. Umgekehrt werden ganze Städte wegen des Handwerkstourismus als abhängig vom ›Überleben‹ des ›alten Handwerks‹ gezeigt, wie etwa im Porträt über einen Geigenbauer in Mittenwald: »350 Jahre Geigenbau ist in Mittenwald fast an jeder Ecke zu spüren und zu sehen. Über die touristische Attraktion hinaus muss im Kampf gegen einen Bedeutungsverfall aber deutlich mehr passieren« (FAZ vom 10.09.2018, S. 18.). Insofern wird die institutionalisierte Brauchtumpflege zwar als legitim konstruiert, weil sie Wissen erhält und Wirtschaftsleistung über die Handwerksbranche hinaus bedeutet, gleichzeitig verhilft sie den einzelnen Betrieben nicht dazu, dauerhaft als aktiv produzierende Unternehmen zu bestehen. Vielmehr zeigt sich, dass die bedeutendste Ressource in den 2010er-Jahren das handwerkliche Wissen selbst ist.

4.3.3. Wissenskonkurrenzen und der Handel mit handwerklichem Wissen

Wurde in den 2000er-Jahren noch das Spezialwissen der Kund*innen als Problem für die Autonomie des ›alten, bodenständigen Handwerkers‹ herausgestellt, erfolgt gut zehn Jahre nach der Reform der Handwerksordnung erstmals explizite Kritik an der Pluralisierung des Wissenserwerbs. Im Bereich des DIY sind die neuen Möglichkeiten der Selbstständigkeit als Erfolgsgeschichten eindeutig positiv konnotiert, dagegen wird die Öffnung des ›alten Handwerks‹ für Quereinsteiger*innen zunehmend problematisiert. In mehreren Porträts wird der freie Zugang zu vormals durch die Meisterpflicht geschützten Gewerken als Qualitätsverlust und Kompetenzverfall kritisiert. Insbesondere beim Wissenserwerb wird deutlich, dass in Porträts über erwerbsmäßiges ›altes Handwerk‹ die Lehrlings- und Gesellenausbildung favorisiert wird, in der die Vermittlung von Erfahrungswissen durch die Meister*innen erfolgt. Diese Tendenz kulminiert in der Wiedereinführung der Meisterpflicht für zwölf Gewerke im Februar 2020. Die durch Institutionen geschützte Form des Wissenserwerbs wird jedoch vereinzelt infrage gestellt. Insofern lässt sich das Ergebnis der ab den 2000er-Jahren zu beobachtenden Pluralisierung des Erwerbs und der Weitergabe von handwerklichem Wissen auch vor dem Hintergrund der Debatte um kollaboratives Wissen und die Commons lesen.

Im Bereich des DIY zeigt sich, dass der Handel mit handwerklichem Wissen marktrelevant für die in diesem Bereich agierenden Unternehmen, Einzelhändler*innen und neue Selbstständige ist: Je mehr Menschen DIY-Praktiken beherrschen, desto mehr Produkte werden konsumiert. Die Wissensvermittlung in Form von Kursen, Treffs, Beratungen und vor allem (teilweise zahlungspflichtigen) Online-Tutorials wird damit selbst ein Produkt. Wissensvermarktung wird eindeu-

tig als Unternehmensstrategie von Handarbeitsplattformen wie Etsy und dem Anbieter von Häkelsets, Myboshi, identifiziert. Dabei wird der Handel mit handwerklichem Wissen zugleich kritisch gesehen, etwa wenn Etsy zugeschrieben wird, den »Trend« des Handarbeitens durch das eigene Kursangebot »permanent weiter [zu] befeuer[n]«, um so den Umsatz zu steigern (FAS vom 28.12.2012, S. 41). Dennoch sind die Niedrigschwelligkeit und die Möglichkeitsvielfalt der Zugänge zum Wissenserwerb überwiegend positiv konnotiert, wie im Beispiel der Betreiberin eines Kreuzberger Näh-Cafés:

Wer das Nähen lernen will, kann dort Kurse belegen oder sich von ihr stundenweise beraten lassen, wenn er mit seinem Kleidungsstück nicht mehr weiter kommt. Oder er kann einfach hingehen und sich einen Platz zum Nähen mieten, wenn er zu Hause keine Nähmaschine hat. Nichts ist unmöglich. (FAS vom 28.12.2012, S. 40f.)

Der zweiseitige Wirtschaftsartikel »Deutschland strickt wieder« enthält dementsprechend nicht nur einen Infokasten mit »Tipps und Links«, wie man »Handarbeit verkaufen« und »Handeln in Deutschland« kann, sondern auch eine bebilderte Strickanleitung (vgl. FAZ vom 28.12.2012, S. 40f.) Der berufliche Quereinstieg wird im DIY-Bereich als neue Norm gefeiert: »Eigentlich haben sie alle in ihrem Leben mal etwas ganz anderes gemacht oder gewollt. Jetzt stecken sie plötzlich mittendrin in der Welt der Handarbeit« (FAS vom 28.12.2012, S. 41).

Aus Perspektive der etablierten Handwerksberufe, die im Zuge der Reform 2004 zugangsfrei wurden, wird hingegen Selbstständigkeit ohne absolvierte Ausbildung bzw. Meisterprüfung als problematisch dargestellt. Kritik an der Handwerksreform wird insbesondere in der Serie der Rubrik »Beruf und Chance« geübt. Für die porträtierten Handwerkerinnen, eine Goldschmiedin und eine Damenschneiderin, bedeute die Reform eine wachsende Konkurrenz durch »[s]chwarze[] Schafe[]«, die Preise unterbieten (FAZ vom 09./10.08.2014, S. C2). Zugleich wird ein genereller reformverursachter Wissensverlust bemängelt, von dem das »ordentliche[] Handwerk« in seinem Bestand bedroht sei (FAZ vom 30./31.08.2014, S. C2). Auffallend ist, dass auch porträtierte »männliche« Handwerker im analysierten Sample von der Reform betroffene Gewerke ausüben, sie jedoch keine Kritik an ihren Auswirkungen üben. Dies könnte eine stärkere Gefährdung von »Frauen« in freien Handwerksberufen nahelegen. Studien belegen zwar, dass »Frauen« insgesamt stärker von prekärer Soloselbstständigkeit betroffen sind, jedoch gilt dies nicht im Bereich des »männlich« dominierten »Handwerks«, wo vor allem »Männer« unter prekären Bedingungen selbstständig sind (vgl. Lorig 2018, S. 145). Allerdings liegt zu »alten Handwerksberufen« keine Untersuchung für Deutschland vor. Zudem profitiert zumindest eine der Handwerkerinnen von der Neuregelung, da sie selbst keinen Meistertitel hat und so formal ohne die Reform nicht zum selbstständigen Führen eines Betriebes berechtigt wäre.

Eine weitergehende Pluralisierung des Wissenserwerbs wird von Seiten der Forschung gefordert und gefördert. Dabei gelten technologische Forschungsbeiträge, die zum Erhalt der handwerklich gefertigten Objekte beitragen, als wünschenswert, etwa, wenn mittels »Computersimulationen« weniger schädliche Glockenkümpel entwickelt werden (FAS vom 27.03.2016, S. 57). Nicht explizit gemacht wird dabei, dass die Forschung in diesem Bereich eine potenzielle Bedrohung des ›alten‹ Handwerks darstellt, da die Vermeidung von Glockenschäden die ohnehin sinkende Nachfrage nach neuen Glocken begünstigt. Zu einer binären Oppositionierung von Forschung und Entwicklung gegen den Wissenserwerb im ›alten Handwerk‹ als »[z]wei Welten«, die »aufeinander[prallen]«, kommt es in einem Porträt über das »Geigenbauzentrum Mittenwald« (FAZ vom 10.09.2018, S. 18). Hier wird das erfahrungsbasierte Wissen des »geniale[n] Geigenbauer[s]« als intransparentes »Herrschaftswissen« problematisiert und mit der Figur des technikaffinen Leiters der Berufsfachschule die Subjektposition des ›Handwerksforschers‹ als Gegenspieler eingebracht (FAZ vom 10.09.2018, S. 18).

Die Isotopieanalyse der beiden kontrastierten Positionen zeigt jedoch, dass trotz der Würdigung von Modernisierungen eine Präferenz für die Position des ›alten Handwerksmeisters‹ besteht: Das Wissen des ›Handwerksforschers‹ wird als abstraktes, theoretisches Wissen in den Bereich des Spekulativen gerückt, indem betont wird, dass der ›Handwerksforscher‹ »Worte in den Mund nimmt« oder über etwas »spricht«. Dagegen »weiß« der Geigenbauer, »wenn eine Violine oder ein Cello in Perfektion geschaffen worden ist«. Das praktische Wissen des Geigenbauers wird zwar als nicht explizierbar dargestellt, jedoch wird dies durch seine ›Genialität‹ und »Intuition« gerechtfertigt. Die Forderung des ›Handwerksforschers‹, die »Betriebsgeheimnisse« des Handwerks »aufzubrechen« und den Geigenbau durch computergestützte Berechnungen zu universalisieren, wird folglich nicht als Chance für das ›alte Handwerk‹, sondern als zusätzliche Bedrohung des ohnehin gefährdeten Berufsstandes geschildert: »[K]önnten am Ende gar Teile von Instrumenten maschinell gefertigt werden? Transparenz wird zur Gefahr für die hart erarbeitete Berufserfahrung« (FAZ vom 10.09.2018, S. 18).

Auf Ebene der handwerklich gefertigten Objekte selbst fungiert das Wissen über ihre Herstellungsweise als ein Marker von Authentizität und Qualität (vgl. Schaaf 2021). Ähnlich wie bei den in Blogs erzählten »Geschichten der Menschen hinter den Produkten« (FAS vom 28.12.2012, S. 41) wird die autorisierte Objektbiografie ein monetarisierbares Wissen, wie dieser Händler von historischen Baumaterialien schildert:

Wir dokumentieren alles, was wir wissen, wir machen Fotos beim Ausbau am Fundort und geben die Historie weiter. Ein Kunde weiß genau, dass es der Fliesenboden aus der Molkerei im Ort XY ist, den er gerade kauft. Er kann eine Geschichte weiterspinnen, indem er die Fliesen verbaut. Das ist ja gerade der Charme, außer

der besonderen Ästhetik. [...] Eine Story will man wohl heute mitkaufen, ohne sie ginge es kaum. Das ist wie ein Bilderbuch, das die Phantasie anstößt. (FAS vom 05.02.2017, S. 57)

Wurde die Erläuterung von Herstellungsweise und Herkunft in den Dekaden zuvor noch genutzt, um den Erhalt des ›alten Handwerks‹ zu fordern, ist sie zum Ende des Untersuchungszeitraums ein standardisierter und notwendiger Teil der Vermarktung.

Auf Grundlage der Auswertung von FAZ und FAS wird die Phänomenstruktur von ›Handwerk(en)‹ im Untersuchungszeitraum sichtbar, wie sie in der Tabelle dargestellt ist. Die hier beschriebenen Subjektpositionen, Forderungen und Strategien spielen auch in den anderen untersuchten Medienprodukten eine zentrale Rolle. Zudem sind im tagesaktuellen Format der FAZ der zeithistorische Kontext und die wichtigsten diskursiven Ereignisse relevante Bezugsgrößen. Jedoch sind sie und die vorgefundenen Deutungen noch nicht in ihrer Komplexität erkennbar geworden, auch die Bezugnahme auf wissenschaftliche Spezialdiskurse ist kaum berücksichtigt worden. Dies erfolgt im Rückgriff auf das gesamte Korpus medienvergleichend. Zwar wird dabei auch auf Veränderungen im Untersuchungszeitraum eingegangen, aber der Darstellungsmodus der Chronologie verlassen. Gleichwohl wird die hier beschriebene Verschiebung in der Diskursivierung vom als bedroht aufgefassten Objekt zur etablierten Kompensationsmaßnahme in der Reihenfolge der Deutungsmuster aufgegriffen: Zunächst wird ›Handwerk(en)‹ als kulturelles Erbe thematisiert, anschließend als ›kreative Selbstverwirklichung‹ und zuletzt als ›Therapie‹.

Tabelle 2: Phänomenstruktur ›Handwerk(en)‹ in FAZ/FAS 1990-2020

	1990-1999	2000-2009	2010-2020
Thema	drohender Niedergang des ›alten Handwerks‹	Erfolgs­geschichte der ›Renaissance‹ des ›alten Handwerks‹	DIY und ›altes Handwerk‹ als Mode und ›Lifestyle‹
Ursachen/ Erläuterung	Nachfrage priorisiert ›Massenproduktion‹; ausländische Konkurrenz; Nachwuchsmangel; Mängel in Aus- und Weiterbildung	unternehmerisches Wissen; Wertschätzung durch wissende Konsument*innen; Zugangs­erleichterung; Pluralisierung des Wissen­erwerbs	Internationalisierung, Vernetzung, Modernisierung; ›Lifestyle‹; Nebeneffekte; Pluralisierung des Wissen­erwerbs; Musealisierung; wachsende Konkurrenz
Strategien/ Lösungen	traditionsbewusstes unternehmerisches Handeln; maßvolle Diversifizierung und Innovationen; Hereditätsprinzip schützt vor Aussterben; handwerkliches Wissen sichert Qualität; Prognose: Ausweitung des individualisierten Konsums	institutionelle Schutzmechanismen; Diversifizierung; Innovationen; Dienstleistungen; Handwerkstourismus; DIY als wachsender Markt	Selbstständigkeit; Selbstmarketing; Kundenorientierung; Internationalisierung; Diversifizierung; Handel mit handwerklichem Wissen, ethische/ökologische Prinzipien
Forderungen	Erhalt der handwerklichen Praktiken als Kulturrebe; Verteidigung des Standorts Deutschland gg. ausländische Konkurrenz; Wertschätzung durch wissende Konsument*innen	›Liebe zum Handwerk‹; Schutz vor ›Fetischisierung‹ durch ›Schickimickis‹	mehr Transparenz/Aufgabe des ›Herrschaftswissens‹; Modernisierung/Technisierung; Rücknahme der HwO-Reform; Schutz des Handwerks vor Forschung; Reduktion der Bürokratie; ›Handwerk(en)‹ als Notversorgung
Subjekt­positionen (explizit)	traditionsbewusster Unternehmer (West); anpassungsfähiger souveräner Alleskönner (West); Künstler-Handwerker*in (West); noch nicht marktfähiger Handwerker (Ost)	Künstler-Handwerker; alter, bodenständiger Handwerker; Handwerker-Unternehmer*in; passionierte Hobby-Handwerkerin; Designer*in; Modernisierungsverweigerer	DIY-Künstler-Handwerker*in; Künstler-Handwerker; alter, bodenständiger Handwerker; Handwerksforscher*in
Subjekt­positionen (implizit)	traditionsvergessener Diversifizierer (West); lethargischer Modernisierungsverweigerer (West/Ost); wissende*r/unwissende*r Konsument*in	gering qualifizierte Handarbeiterin; wissende Konsument*innen; ›Schickimickis‹	DIY-Konsument*innen

