

Zeitschrift: Ferrum : Nachrichten aus der Eisenbibliothek, Stiftung der Georg Fischer AG

Herausgeber: Eisenbibliothek

Band: 86 (2014)

Artikel: Vom Handwerk zum Heimwerk? : Zur Diffusion professionellen Wissens in den Haushalten im Zuge der Do-it-yourself-Bewegung in der Bundesrepublik Deutschland

Autor: Voges, Jonathan

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-391854>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 08.02.2025

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

Jonathan Voges

Vom Handwerk zum Heimwerk?

Zur Diffusion professionellen Wissens in den Haushalten im Zuge der Do-it-yourself-Bewegung in der Bundesrepublik Deutschland

Als die amerikanische Idee des «Do it yourself» Ende der 1950er-Jahre in der Bundesrepublik Deutschland Fuss fasste, wurde sie von mancher Seite auch mit Verwunderung und Unverständnis aufgenommen. Bald jedoch wuchs die Popularität des Do-it-yourself-Gedankens dank der Unterstützung verschiedener Interessengruppen (Erwachsenenbildung, Verlage, Werkzeug- und Maschinenhersteller). Der Prozess der Verbreitung von professionellem Wissen und handwerklichen Kompetenzen im Alltag von immer mehr Bundesbürgern wird in diesem Artikel anhand dreier Kategorien von Wissenstransfer untersucht: Didaktisierung, Simplifizierung und industrielle Vorfertigung immer grösserer Elemente.

When the American idea of the do-it-yourself-movement entered the Federal Republic of Germany in the late 1950s, it was received with incomprehension and astonishment. But soon several agents from different fields (adult education, publishing houses, power tool manufacturers) started to popularize the idea of making things yourself. The process of diffusion of expert knowledge of handymen into the homes of the laypersons will be analyzed in this essay using three different categories of knowledge transfer: didactization, simplification and the industrial prefabrication of larger components.

Einleitung

Fröhlich pfeifend betritt Bruno, das Werbemaskottchen der Zigarettenfirma HB, seine Hobbywerkstatt im Keller seines Eigenheims und macht sich ans Werk: Die Kreissäge wird in Stellung gebracht, das Werkstück zurechtgerückt und mit der Arbeit begonnen, die natürlich – dem Gesetz der Serie folgend – in der Katastrophe endet: Werkbank, Werkstück, Werkzeug und Nervengerüst des Protagonisten sind ruiniert. Was Bruno in diesem kurzen Werbefilm Anfang der 1960er-Jahre versucht,¹ ist die seit Ende der 1950er-Jahre in der Bundesrepublik Deutschland immer populärer werdende Tätigkeit des «Do it yourself»: Frohgemut und selbstbewusst geht die «Karikatur des Bundesbürgers», so Gerhard Paul in seiner werbegehistorischen Analyse dieser Werbefigur,² daran, nach der Reise- und der Fresswelle³ nun auch noch die «Do it yourself-Welle»⁴ mitzumachen, und erliegt letztlich den Tücken der Technik.

Doch neben dem Beleg für die generelle Popularität des Selbermachens in der bundesrepublikanischen Bevöl-



„Guten Tag, haben Sie die Anzeige in die Zeitung gesetzt, daß Sie eine nagelneue Heimwerkstatt verschenken wollen. . . ?!“

Die Gefahr des unbedarften Heimwerkens.

[Quelle: Selbst ist der Mann 24, 1980, Heft 4, S. 69]

kerung versinnbildlicht dieser kurze Film noch etwas anderes: die potenziellen Gefahren, die mit derartigen Tätigkeiten verbunden waren. Deshalb verwundert es auch nicht, dass trotz der wachsenden Popularität des Do-it-yourself-Gedankens nie die mahnenden Stimmen verstummten, die darauf hinwiesen, dass gefähr-

liche Gerätschaften – wie elektrische Sägen, Bohrmaschinen etc. – nicht in Laienhände gehören, sondern ausschliesslich von professionellen Handwerkern zu betreiben seien: «Tue es selbst und gehe zum Arzt!»⁵ Ebenso seien andere Arbeiten am Haus, wenn sie auch ungefährlicher seien – Tapezieren, Streichen usw. – ebenfalls besser von ausgebildeten Experten auszuführen, wollte man keine funktionellen oder ästhetischen Einbussen in Kauf nehmen.

In einem dezidiert kulturgeschichtlich geprägten Zugriff⁶ soll im Folgenden gefragt werden, wie es dennoch dazu kam, dass vormalig professionelles Wissen und handwerkliche Kompetenzen Einzug in die alltägliche Lebenswelt von immer mehr Bundesbürgern hielten. Wer waren die Agenten dieser Wissensdiffusion? Wer ihre Gegner? Welcher Strategien bedienten sie sich und welche Medien wurden verwendet, um die Verbreitung des Do-it-yourself-Gedankens zu einer Erfolgsgeschichte zu machen? Aus den entsprechenden Quellen – Heimwerkerjournale, Anleitungen, Fernsehsendungen – lassen sich vor allem drei Methoden herausdestillieren, um Idee und in vielen Fällen auch Produkt (vor allem) an den Mann zu bringen: Didaktisierung, Simplifizierung und industrielle Vorfertigung immer grösserer Elemente. Bevor diese drei Strategien im weiteren Verlauf dieses Beitrags vorgestellt und die Ergebnisse dahingehend diskutiert werden, inwiefern mit der spezifischen Form des Wissenstransfers auch Wissens- (oder Kompetenz-)Einbussen verbunden sind, soll in einem ersten Schritt ein grober Überblick über die Entwicklung der Do-it-yourself-Bewegung in der Bundesrepublik Deutschland gegeben werden.

Die Do-it-yourself-Bewegung in der Bundesrepublik Deutschland seit den späten 1950er-Jahren

«In Deutschland steht die Do-it-yourself-Bewegung noch ganz in ihren Anfängen», so Jochen Zschocke in der Einleitung zu seiner 1958 in Köln angenommenen wirtschaftswissenschaftlichen Dissertation.⁷ Seine Nachforschungen in den USA jedoch liessen ihn zu der These gelangen, dass auch für die Bundesrepublik Deutschland von einem entstehenden Wachstumsmarkt in diesem Bereich auszugehen sei, der von vielerlei Akteuren bespielt werden könnte und sollte.⁸ Dass Zschockes Prognosen sich bewahrheiten sollten, zeigten spätestens die Entwicklungen der späten 1960er-Jahre. Ausgehend von Pionierunternehmen wie Obi und Hornbach, kam es zu einem raschen Wachstum des Einzelhandels-typs Bau- und Heimwerkermarkt – eines Formats, das bis zu dieser Zeit in der Bundesrepublik noch gänzlich unbekannt war.⁹ 1983 vermeldete der «Spiegel», dass «[w]eder die flaue Konjunktur noch steigende Preise [...] die Bundesbürger davon ab[halten], immer mehr Geld aufzuwenden, um in ihrer Freizeit Haus und Hof zu verschönern [...]».¹⁰ Heimwerken wurde zum Milliarden-



Bild 135
Längsdreheln an der Holzleibbank S 10. Anstelle des
Universaltisches bildet der Quenhalter mit eingeschmübter
Zentrierspitze den Gegenhalter.

Inszenierung einer Lehr-Lern-Situation in einem Heimwerkerratgeber.

(Quelle: Josef Kienzle (Hg.): Selbstgemacht mit Bosch. Das grosse Combi-Handbuch für begabte und unbegabte Bastler und Heimwerker. Stuttgart 1966, S. 64)

geschäft und zu einer massenhaft verbreiteten Freizeitbeschäftigung.

Dieser gut 30-jährigen Erfolgsgeschichte des Heimwerkens und des Do-it-yourself-Gedankens gehe ich innerhalb meiner derzeit entstehenden Dissertation genauer nach; neben den schon angesprochenen wirtschaftlichen Voraussetzungen und Konsequenzen, die innerhalb der Arbeit im Rahmen eines unternehmensgeschichtlichen Blicks vor allem auf die Hornbach Baumarkt AG abgedeckt werden sollen,¹¹ geht es mir dabei darum, vor allem auch nach sozial- und konsumgeschichtlichen Entwicklungen zu schauen und vor allem auch heimwerkerspezifische Konsummuster herauszuarbeiten. Dabei werden sowohl Fragen von Männlichkeit und Häuslichkeit zu stellen als auch auf schichtenspezifische Gemeinsamkeiten bzw. Unterschiede einzugehen sein.

Im Folgenden soll jedoch untersucht werden, wie überhaupt das vormalige professionelle Berufswissen von Malern, Lackierern, Schreibern, Maurern und Installateuren seinen Weg in die privaten Haushalte gefunden hat. Drei Vermittlungswege sollen dabei genauer beleuchtet werden.

Didaktisierung

Das Do it yourself sei an sich eine sinnvolle Freizeitbeschäftigung – ganz anders als der lediglich als passivkonsumierend beschriebene Fernsehkonsum –, so die einhellige Meinung der Tagungsteilnehmer und Tagungsteilnehmerinnen einer Konferenz zum Thema im Jahre 1958. Was allerdings nottäte, vor allem auch, um

die schon in der Einleitung angesprochenen Gefahrenmomente auszuschalten, sei eine gezielte Anleitung der potenziellen Selbsterbauer. Es gehe darum, den Do-it-yourself-Gedanken auf eine «solide Grundlage» zu stellen: «Anregung und Anleitung» müsse den Menschen gegeben werden, die so an die Hand genommen die Neigung zum «[b]eglückende[n] Tun» ausbilden könnten.¹²

Kam hier die Frage nach der Anleitung zum Selbsterbauen noch eher volkspädagogisch daher und bemühte sich der Autor eher noch um die Psyche des Menschen, die durch «handwerklich-künstlerische[s] Gestalten»¹³ gehoben werden könnte, so wurde die Idee der Anleitung und Anregung von anderer Seite bald schon begierig aufgenommen: Es entwickelte sich eine eigene Heimwerkerliteratur, die in Form von Schritt-für-Schritt-Anweisungen grössere Projekte in kleinere Einzelaufgaben zerlegte und sie so auch dem unbedarfteren Heimwerker¹⁴ zugänglich machte. Gerade die reiche Bebilderung und die kleinschrittige Aufteilung der Anleitungen können dabei als Mittel verstanden werden, Lernen über direkte und persönliche Anleitung durch ein Medium, eben den Ratgeber, zu substituieren. Was zuvor noch Frage des persönlichen Geschicks oder Ergebnis einer jahrelangen handwerklichen Ausbildung war, wurde so – zumindest in der Theorie – lediglich zur genauen Befolgung von Hinweisen.

Schaut man sich diese Literaturgattung genauer an, so wird deutlich, dass die darin gemachten Hinweise immer expliziter wurden – gleichzeitig wurden auch die vorgeschlagenen Arbeiten immer komplexer. Genügte dem «Werkbuch für's Heim» in den 1950er-Jahren eine realistische Zeichnung des Endprodukts und eine Risszeichnung der verwendeten Einzelteile, um dem Heimwerker den Bau z.B. einer reich verzierten Zigarettendose nahezu legen,¹⁵ so war es schon wenige Jahre später damit nicht mehr getan. In den späten 1960er-Jahren avancierten Handbücher mit Reparaturanleitungen und Do-it-yourself-Ratgeber zu «[h]eimliche[n] Bestseller[n]»¹⁶, und Hersteller von Elektrowerkzeugen gaben eigene Heimwerkbücher heraus, um den potenziellen Kunden die zielführende Verwendungsweise ihrer Geräte zu erläutern: «Ein unbefriedigendes Ergebnis [...] lässt sich jedoch vermeiden, wenn man mit gutem Werkzeug arbeitet und es richtig anwendet. Ebenso wie im Handwerk ist auch bei den Amateuren noch kein Meister vom Himmel gefallen. Doch bleibt der Erfolg nicht aus, wenn man mit Bedacht und etwas Sachkenntnis ans Werk geht.»¹⁷

Neben diesen Hinweisen in Papierform kann die didaktische Aufbereitung handwerklicher Fertigkeiten für einen grösseren Adressatenkreis auch in anderen Formaten und Medien beobachtet werden. Schon in den

1960er-Jahren wurden in verschiedenen bundesdeutschen Grossstädten Do-it-yourself-Zentren gegründet, in denen professionelle Handwerker ihr Wissen mit den Amateuren teilten und sie zum richtigen Umgang mit Werkzeugen und Material anleiteten.¹⁸ Der Ansturm auf diese Zentren soll enorm gewesen sein, von 100 Besuchern pro Tag berichtet die Zeitschrift «Selbst ist der Mann» in dem von ihr selbst betriebenen Zentrum in Hamburg.¹⁹

Den dort lehrenden Handwerkern wurde diese Form der Hilfestellung von ihren eigenen Kollegen zum Teil äusserst übel genommen, fürchteten diese doch um die Exklusivität ihrer Kompetenzen. Der «Spiegel» berichtet 1965 davon, dass eine aufgebrachte Schar von Handwerkern einen Kurs zum fachgerechten Tapezieren sprengte, dem erläuternden Profi-Tapezierer den Leimeimer entriss und ihn erst wieder hergab, als der Abbruch der Veranstaltung beschlossen worden war.²⁰

Dies ist die meistgekaufteste Decken- und Wandfarbe

Auch Vati und ich streichen mit decotric. Immer schon. Denn mit decotric ist das Streichen

- so leicht und so einfach, daß sogar ich es kann.
- decotric ist tropfgehemmt, so daß Müll nach dem Streichen kaum sauber zu machen braucht.

Und dies ist die neue Raumfarbe mit noch mehr Vorzügen

Vati und ich haben sie schon ausprobiert. Sie ist ganz große Klasse. Dann Super-decotric ist

- streichfertig: Deckel auf und schon kann's losgehen.
- wäscht: beschmutzte Wände (in der Küche oder in meinem Zimmer) kann Müll einfach abwaschen.

neu
SUPER decotric
IM PAC
für den modernen Raumanstrich
wäsfest - streichfertig

Vati und ich - wir sind begeistert von decotric

Frühe Werbeanzeige für nichttropfende Wandfarbe.

(Quelle: Selbst ist der Mann 10, 1966, Heft 9, S. 70)

In den 1970er- und 1980er-Jahren nahm die Heimwerkerpublikationstätigkeit weiter an Fahrt auf und strebte neuen Höhepunkten entgegen. Nahezu jeder Publikumsverlag hatte ein entsprechendes Buch im Programm, über Buchgemeinschaften und den ADAC fanden entsprechende Werke eine immer grössere Verbreitung, und auch das Fernsehen griff die Welle auf und nutzte die Vorteile des audiovisuellen Mediums, um in kleine Portionen verteilt die Renovierung einer kompletten Wohnung darzustellen – gemeinsam mit der Familie «Selbermacher» konnte der Zuschauer erfahren, wie er durch kleinschrittige Arbeitsgänge zu einem passablen Ergebnis gelangen könnte, ganz ohne auf das Wissen und das Können von professionellen Handwerkern zurückgreifen zu müssen.²¹

All dies zusammengenommen wird deutlich, wie über ein wachsendes Angebot an Lernmedien der Do-it-yourself-Gedanke zu einem immer niederschwelligeren Angebot werden konnte. Eine fundierte Ausbildung wurde immer weniger notwendig, konnten doch gezielte Anleitungen und Zerlegung einer Aufgabe in immer kleinere Teilbereiche die Grundlage dafür bilden, es tatsächlich auch einmal selber zu probieren. Dass neben dieser Form der Didaktisierung auch eine Veränderung des verwendeten Gerätes feststellbar ist, die Einstiegschürden also auch auf diesem Weg gesenkt wurden, wird im folgenden Abschnitt Gegenstand der Untersuchung sein.

Simplifizierung

Schon Rolf Meyersohn spricht in seinen theoretischen Überlegungen zu einer Soziologie der Freizeit davon, dass zunehmend auch komplexere Freizeitaktivitäten populärer würden. Was für den Sport zu beobachten sei, dass technische Innovationen und industrielle Produktion zu einer Absenkung von Zugangsschranken für bestimmte Teilbereiche der Freizeit bei zuvor ausgeschlossenen Teilen der Bevölkerung geführt hätten, «die vorher durch die scheinbare Komplexität, Schwierigkeit und Exklusivität abgeschreckt sein mochten»²², lässt sich mit leichten Anpassungen auch für den Bereich des Do it yourself beobachten. Und ebenso wie in anderen Freizeitbereichen waren es gerade die vormaligen Fachleute, die vermehrt Kritik an den niedrigeren Einstiegsschwellen übten.²³ Nur war es in diesem Bereich eben nicht eine Freizeitbeschäftigung, die nun durch die unterschiedlichen Schichten der Gesellschaft diffundierte, sondern vormaliges Berufswissen und professionelle Kompetenzen, die durch die industrielle Anpassung des entsprechenden Arbeitsgeräts auch vormalig Ausgeschlossenen verfügbar gemacht wurden.

Als auf den ersten Blick eher nebensächlich erscheinende Innovation ist hier z.B. die in der Heimwerkerpresse vielfach beworbene nichttropfende Wandfarbe zu nennen.²⁴ Seit den 1960er-Jahren ging es den Far-

benproduzenten darum, ihren Kunden zu vermitteln, dass sie in der Lage seien, ein dem Malermeister adäquates Ergebnis zu erzielen, sofern sie sich auf die neuesten Errungenschaften der chemischen Industrie verlassen: «Kein Mann von Fach und trotzdem Fachmann», wie das Unternehmen Tesa diesen Prozess zusammenfasste.²⁵

Eine ähnliche Verringerung des Kompetenz- und Wissensbedarfs lässt sich auch im Bereich der elektrischen Werkzeuge feststellen. Waren die 1950er-Jahre noch geprägt von Allzweckmaschinen, die durch unterschiedliche Aufsätze und Zubehörteile den jeweiligen Aufgabenbereichen angepasst werden mussten, fand mit der Zeit eine Ausdifferenzierung des Angebots an Maschinen statt. Es wurde zunehmend üblich, dass eine Maschine nur einen Zweck zu erfüllen hatte, was deren jeweiligen Gebrauch um ein Vielfaches vereinfachte. Das «Wolf-Club-Vielzweck-Werkzeug» der späten 1950er-Jahre, das von der Bohrmaschine bis zur Heckenschere alle Funktionen vereinigte,²⁶ wurde durch kleinere Kompaktmaschinen ersetzt, die jeweils nur mit wenigen Handgriffen zu bedienen waren. Dass diese Aufteilung der Funktionen zu einem nicht unbeachtlichen Anwachsen des Maschinenparks des ambitionierten Heimwerkers führte, den dieser dann wiederum stolz vorführen konnte, sei hier nur am Rande angemerkt.

Gleichzeitig führte die Reduzierung des möglichen Aufgabenspektrums der einzelnen Maschine dazu, dass sich das Einzelgerät verbilligte – und ein günstigerer Einstiegspreis war wiederum ein gutes Argument, sich als Heimwerker zu versuchen.²⁷ Ganz abgesehen davon, dass das Argument des Kaufpreises für Maschinen, das Anfänger vom Starten einer eigenen Heimwerkerkarriere abgehalten haben könnte, noch durch eine weitere Massnahme zu entkräften versucht wurde: Wer sich das Gerät nicht kaufen wollte, bekam immer mehr Möglichkeiten, es sich zu leihen. Die Do-it-yourself-Zentren, die schon als Orte des Kompetenzerwerbs angesprochen wurden, waren dafür eine Anlaufstelle.²⁸ Die dort vertretenen Unternehmen rechneten sich aller Wahrscheinlichkeit nach aus, dass das Verleihen von Geräten durchaus als Einstieg fungieren könnte, um so an zukünftige, auch kaufende Kunden zu kommen. Gleichzeitig ging es in diesen Ausstellungen darum, zu demonstrieren, «welche Fülle von Hilfsmitteln die Industrie dem Heimwerker heute zur Verfügung [stellt], um ihm die Arbeit leicht zu machen und auch den ungeübten Laien in die Lage zu versetzen, Freude und Genugtuung aus dem «Selbermachen» zu schöpfen. Hier die für alle Beteiligten nützliche Brücke von der Industrie zum Verbraucher zu schlagen, das ist eine der wesentlichen Aufgaben des Do-it-yourself-Zentrums.»²⁹

Wenn Sie gern Handarbeiten machen - hier eine, die Sie fesseln und begeistern wird:

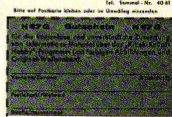


Selbstknüpfen mit „Kibek-Knüpf-Hobby!“

Vom größten Teppichhaus der Welt geschaffen - für alle, die sich zusätzlich ein schönes Schmuckstück selbst knüpfen möchten. Auch für Männer - sinnvolle Entspannung - Medizin für strapazierte Nerven. Bezugsende Smyrna-Muster nach alten Orient-Originale und beliebtem Berbermotiv. Ohne Vorkenntnisse, ohne Mühe, ohne Zählen - exakt vorgemalte hochwertige Stramine, 100 % reines Wollkommen von hervorragender Qualität, leicht, kräftig, mattschlecht durch E.U.L.A.N. Schon auf Knüpfgröße vorgeschritten - aparte Farbskala. Fordern Sie kostenlos und unverbindlich Informations-Material über das „Kibek-Knüpf-Hobby“-Programm.



Teppich-Kibek
Haustach H 67 G 22 Elmshorn
141 Bremer-Hd. 4011



Vertriebsstellen:
Kibek - Deutschland
Kibek - Österreich
Kibek - Schweiz
Kibek - Italien
Kibek - Frankreich
Kibek - England
Kibek - Spanien
Kibek - Portugal
Kibek - Griechenland
Kibek - Türkei
Kibek - Jugoslawien
Kibek - Bulgarien
Kibek - Rumänien
Kibek - Polen
Kibek - Tschechien
Kibek - Ungarn
Kibek - Slowakei
Kibek - Österreich
Kibek - Schweiz
Kibek - Italien
Kibek - Frankreich
Kibek - England
Kibek - Spanien
Kibek - Portugal
Kibek - Griechenland
Kibek - Türkei
Kibek - Jugoslawien
Kibek - Bulgarien
Kibek - Rumänien
Kibek - Polen
Kibek - Tschechien
Kibek - Ungarn
Kibek - Slowakei

Anzeige für ein vorgefertigtes Teppichknüpfset von Teppich Kibek.

(Quelle: Selbst ist der Mann 10, 1966, Heft 9, S. 85)

Genau um diese «Fülle von Hilfsmitteln», die dazu führten, dass viele der traditionellen Kompetenzen des Handwerkers nicht mehr benötigt wurden, ging es in diesem Abschnitt. Dass die hier angesprochene «Industrie» noch einen Schritt weiterging und nicht nur die Werkzeuge und Materialien vereinfachte, sondern standardisierte vorgefertigte Produkte anbot, die vom Heimwerker lediglich noch an Ort und Stelle zu platzieren waren, soll Thema des nächsten Abschnitts sein.

Industriell vorproduzierte Fertigteile

«Ohne Vorkenntnisse, ohne Mühe, ohne Zählen», so bewarb Teppich Kibek schon Mitte der 1960er-Jahre seine vorgefertigten Teppichknüpfsets, die per Post zu bestellen waren.³⁰ Trotz der wenig hohen Erwartung an die Kompetenzen des Bearbeiters wurde im Ergebnis ein «schönes Schmuckstück» versprochen.³¹ Was hier im Kleinen schon vorexerziert wurde, findet sich im Laufe der Zeit in immer mehr Bereichen des Do-it-yourself-Angebots. Vom Heimwerker selbst wird immer weniger an kreativer Eigenleistung gefordert; Geschmacksbildung und ästhetische Ausgestaltung übernahm die Industrie.

«Um Badezimmer, Duschen oder Küchen zu kacheln, braucht man keinen gelernten Plattensetzer (Stundenlohn acht Mark) zu bemühen. Die Keramikindustrie liefert Wandfliesen mit Fugenabstandshaltern zum Selbstverlegen», so wiederum die Bestandsaufnahme aus den 1960er-Jahren im «Spiegel».³² Die industrielle

Vorfertigung von Bauteilen für den Heimwerker machte jedoch nicht in Bad und Küche halt: Als in den 1980er-Jahren das Thema Wärmedämmung populärer wurde, warben Unternehmen mit selbst anzubringenden Klinkerplatten «aus echtem Mauersteinmaterial», das einfach vor die «alte[n] verwitterte[n] Fassaden» geklebt werden könne, um ihnen so «ein neues und wetterfestes Kleid» zu verschaffen: «Der Klinkerlook ist verblüffend.»³³ Schon in den 1970er-Jahren gehörten vorgefertigte Duschkabinen³⁴ oder Selbstbaumöbel («direkt ab Fabrik»)³⁵ zum Angebot. Die Firma Marley im niedersächsischen Wunstorf bot das komplette Programm an – von Falttüren über Balkonverkleidungen bis hin zu Regenrinnen; alles «für den Do-it-yourself-Bereich konzipiert» und bestehend aus «pflegeleichtem, langlebigen Kunststoff».³⁶

Kritische Beobachter der Do-it-yourself-Bewegung sahen in diesen vorgefertigten Industrieprodukten zum Selbstverbauen die einzige Möglichkeit, wie sich auch ein weniger betuchter und durchaus pragmatischer Heimwerker «repräsentative[s] Wohnen» erlauben könne.³⁷ Die Dienstleistung eines Handwerkers könne er nicht finanzieren, die Zeit und die Musse, selber handwerkliche Fähigkeiten zu erwerben, fehlten ihm oder er wolle sie nicht dafür aufwenden, und so biete die Industrie den Ausweg – sehr zum Leidwesen der professionellen Handwerkerschaft und des ambitionierteren Teils der Heimwerker, die darin ihre Grundidee, den unbedingten Willen zum Selbermachen, veraten sahen.³⁸

Nüchterner und allgemeintheoretischer hat Jonathan Gershuny ähnliche Prozesse in seiner kritischen Sicht auf die Thesen Daniel Bells³⁹ von der modernen Dienstleistungsgesellschaft beschrieben. Anders als Bell annehme, würden nämlich keineswegs mehr private Dienstleistungen nachgefragt; vielmehr würden vermehrt technische Geräte und industrielle Produkte erworben, die ihrerseits Dienstleistungen ersetzen.⁴⁰ Der Plattenspieler ersetzt den Konzertbesuch, Tiefkühlkost den Restaurantbesuch und die Bohrmaschine und die industriell vorgefertigte Holzinneverkleidung den Handwerker, dessen Kompetenzen und dessen Wissen nun nicht mehr benötigt würden, um sich ein behagliches Heim zu verschaffen.

Fazit

Schaut man sich die oben beschriebenen und analysierten Vermittlungsprozesse von Handwerkerwissen für heimwerkende Amateure an, so wird deutlich, dass sich im Grunde nur die erste Strategie mit der Übermittlung von Wissen auseinandersetzt; sowohl die Vereinfachung der Werkzeuge und Materialien als auch die Vorfertigung möglichst grosser Werkstücke, die dann vom Heimwerker nur noch an die Wand oder den Boden

gebracht werden mussten, gehen noch einen Schritt weiter. Das professionelle Wissen von Handwerkern und deren Kompetenzen sollten nicht mehr nur breitenwirksam unter die Bevölkerung gebracht werden, wofür paradigmatisch die Publikationsflut von Do-it-yourself-Ratgeberliteratur vor allem seit den 1970er-Jahren stehen kann. Vielmehr arbeiteten Unternehmen daran, ihre Produkte so herzustellen, dass handwerkliches Wissen für deren Benutzung letztlich überhaupt nicht mehr vonnöten war, meinte man doch, dieses durch industrielle Fertigungsmethoden und neue Werkstoffe – Kunststoffe und neue Chemieverbindungen – ersetzen zu können.⁴¹

Die Reaktion der Handwerker wiederum war erwartbar: Immer um ihren Ruf besorgt – um den es tatsächlich nicht sonderlich gut bestellt war; Reinhard Meys Chanson «Ich bin Klempner von Beruf»⁴² ist hier wohl nur ein besonders humorvolles Beispiel –, ging es ihnen darum, ihre eigenen Qualifikationen herauszustellen. Die Gleichzeitigkeit von Rufssorge und Imagepflege⁴³ auf der einen und Fundamentalkritik an dem «Zeitalter von Pfusch und Murks»⁴⁴, das mit der Do-it-yourself-Bewegung verbunden wurde, auf der anderen Seite zieht sich durch die Verbandspublikationen der Handwerker. Dass die hier beschriebene Erfolgsgeschichte des Do it yourselfs auch als eine Verlustgeschichte handwerklichen Wissens – oder jedenfalls als eine Transformationsgeschichte dieser Wissensbestände – geschrieben werden könnte, wird deutlich, wenn man die Perspektive weg von den Heimwerkern und der sie beliefernden Industrie und hin zu den vormals mit vergleichbaren Aufgaben betrauten Handwerkern richtet.⁴⁵



Jonathan Voges

Jonathan Voges ist seit Herbst 2012 wissenschaftlicher Mitarbeiter am Historischen Seminar der Leibniz Universität Hannover, wo er an seinem Dissertationsprojekt zur Do-it-yourself-Bewegung in der Bundesrepublik Deutschland arbeitet. 2012 schloss er sein Studium in Geschichte und Literatur mit der Masterarbeit «Ordnung in Zeiten neuer Unübersichtlichkeit? Die Volkszählung in den 1980er Jahren und ihre Gegner» ab. Er war an verschiedenen Ausstellungsprojekten beteiligt, u. a. 2011 an der Ausstellung «Wege nach Israel. Sechs Überlebende erinnern sich» in der Gedenkstätte KZ-Aussenlager Schillstrasse, Braunschweig. 2006–2012 studierte er Geschichte und Literatur an der Leibniz Universität Hannover und an der Washington University St. Louis, wo er in dieser Zeit auch als Research Assistant tätig war.

- ¹ Das Video ist einzusehen unter <https://www.youtube.com/watch?v=vE0BNJTalq8>, aufgerufen am 20.09.2013.
- ² Gerhard Paul: Das HB-Männchen – Werbefigur des Wirtschaftswunders. In: Zeithistorische Forschungen. Online-Ausgabe 4 (2007), Heft 1+2, http://www.zeithistorische-forschungen.de/app_support/print.aspx?tabid=40208752&mlID=12041&ModId=12041, aufgerufen am 20.09.2013, hier Abschnitt 10.
- ³ Zur «Fresswelle» vgl. auch Gunther Hirschfelder: Europäische Esskultur. Eine Geschichte der Ernährung von der Steinzeit bis heute. Frankfurt/Main 2001, S. 241 f. Zur Kritik am Modell der Konsumwellen vgl. vor allem Michael Wildt: Vom kleinen Wohlstand. Eine Konsumgeschichte der fünfziger Jahre. Frankfurt/Main 1996.
- ⁴ Paul beschreibt die Do-it-yourself-Bewegung als Welle; dass sie weniger eine wellenförmige, sondern vielmehr eine kontinuierlich wachsende Form hatte, versuche ich in meiner gerade entstehenden Dissertation aufzuzeigen. Vgl. Paul, HB-Männchen (wie Anm. 2), Abschnitt 5.
- ⁵ N.N.: Die Kehrseite der Amateur-Handwerkelei. Tue es selbst und gehe zum Arzt. In: Deutsches Handwerksblatt 8 (1956), Heft 4, S. 56. Dieser Artikel datiert noch vor dem eigentlichen Start der Do-it-yourself-Bewegung in der Bundesrepublik Deutschland, der mit dem ersten Erscheinen der Heimwerkerzeitschrift «Selbst ist der Mann» 1957 angenommen wird. Der warnende Artikel stützt sich deshalb auch vor allem auf Zahlen aus den USA, wo – so wird zumindest ein Versicherungsfachmann zitiert – in einem Jahr 600 000 Männer mit Verletzungen behandelt werden mussten, die ihre Ursache im Do it yourself hatten.

- ⁶ Ganz im Sinne von Hessler: «Vielmehr beschreibt und analysiert sie [die Technikgeschichte] die Entstehung, Verbreitung und Nutzung von Technik, kurz technischen Wandel und dessen Wechselwirkung mit der Gesellschaft.» Martina Hessler: Kulturgeschichte der Technik. Frankfurt/Main 2012, S. 8. Auch Reith fordert wiederholt, dass sich die Technikgeschichte des Reparierens annehmen möge – die Untersuchung der Do-it-yourself-Bewegung und des Heimwerkens wäre eine Möglichkeit, eine derartige Untersuchung anzugehen. Vgl. Reinold Reith: Reparieren. Ein Thema der Technikgeschichte? In: Reinhold Reith und Dorothea Schmidt (Hg.): Kleine Betriebe – Angepasste Technologie? Hoffnungen, Erfahrungen und Ernüchterungen aus sozial- und technikhistorischer Sicht. Münster u. a. 2002 (= Cottbuser Studien zur Geschichte von Technik, Arbeit und Umwelt 18), S. 139–161; Reinhold Reith und Georg Stöger: Einleitung. Reparieren – oder die Lebensdauer der Gebrauchsgüter. In: Technikgeschichte 79 [2012], Heft 3, S. 173–184.
- ⁷ Jochen Zschocke: Die distributionswirtschaftliche Bedeutung des amerikanischen «Do it yourself-Prinzips» und seine Anwendungsmöglichkeiten in der Bundesrepublik Deutschland. Diss. Köln 1958, S. 7.
- ⁸ Vgl. ebd., S. 218.
- ⁹ Vgl. Obi Group (Hg.): Obi. 40 Jahre. Wermelskirchen 2010; Ursula Dauth: Hornbach – es gab immer was zu tun. Die Geschichte von Hornbach. Neustadt/Weinstrasse 2007. Für einen allgemeineren Branchenüberblick auch Siegfried Rohn (Hg.): 30 Jahre Bau- und Heimwerkermarkt. Über den Tag hinaus... Geschichte und Zukunft der Do-it-yourself-Branche in Deutschland. Köln 1998.
- ¹⁰ N.N.: Für den Staat bleibt wenig hängen. Flaute oder Aufschwung – das Milliardengeschäft mit den Heimwerkern blüht. In: Der Spiegel (1983), Heft 18, S. 72–78; hier S. 72.
- ¹¹ An dieser Stelle möchte ich mich nochmals bei Frau Dr. Ursula Dauth von der Hornbach AG bedanken, die es mir ermöglichte, Einblicke in das Archiv des Unternehmens zu werfen.
- ¹² Donald Brinkmann: Vorwort. In: Ders. (Hg.): «Do-it-yourself» und der Handel. Vorträge von Michael David und Edith Hirsch und Diskussionsprotokolle. Rüschnikon 1958 (= Schriftenreihe der Stiftung im Grüene 10), S. 3–6; hier S. 5f.
- ¹³ Ebd., S. 3.
- ¹⁴ Vgl. dazu z. B. Josef Kienzle (Hg.): Selbstgemacht mit Bosch. Das grosse Combi-Handbuch für begabte und unbegabte Bastler und Heimwerker. Stuttgart 1966⁶.
- ¹⁵ Emil Lux (Hg.): Selbst ist der Mann. Das Werkbuch zum Wolf-Club-Vielzweck-Elektrowerkzeug. Remscheid o. J., S. 101.
- ¹⁶ N.N.: Heimliche Bestseller. In: Die Zeit 18.04.1969.
- ¹⁷ Bernd Käsche: Heimwerker-Handbuch. Basteln und Bauen mit elektrischen Heimwerkzeugen. Wiesbaden 1968, S. 9. Erst im Text und in der Bildgestaltung wird deutlich, dass das Buch massgeblich von Black&Decker mitgestaltet worden ist. Ähnliches Product-Placement findet sich auch von vergleichbaren Unternehmen der Branche, die Ratgeberliteratur dazu verwendeten, ihre eigenen Maschinen zu bewerben. Vgl. auch Peter Fellner: Liebe auf den zweiten Blick. Heimwerken. Stuttgart 1971. Als Herausgeber und Materialgeber dieser Publikation fungierte die AEG.
- ¹⁸ In den späten 1980er-Jahren beschreiben die Ethnologen Ronald Hitzler und Anne Honer diese neuen Aufgaben des Handwerksmeisters äusserst kritisch, müsse er doch nun die Rolle des «wohl-dotierten Bastelkurs-Leiters» einnehmen. Ronald Hitzler und Anne Honer: Reparatur und Repräsentation. Zur Inszenierung des Alltags durch Do-It-Yourself. In: Hans Georg Soeffner (Hg.), Kultur und Alltag. Göttingen 1988 (= Soziale Welt Sonderband 6), S. 267–283; hier S. 278.
- ¹⁹ Vgl. den Bericht in der Zeitschrift, in der genau beschrieben wird, welche Aussteller mit ihren Produkten vertreten waren und welchem Ziel sich das Zentrum verschrieben hat: «Das Do-it-yourself-Zentrum strebt vor allem eine Zusammenarbeit mit Werklehrern, Schulen und Jugendorganisationen an, um auch hier den Gedanken des Heimwerkens und Bastelns weiteren Kreisen von Jugendlichen nahezubringen.» N.N.: Neues aus dem Do it yourself Zentrum. In: Selbst ist der Mann 6 (1962), Heft 11, S. 4–8; hier S. 7.
- ²⁰ Vgl. N.N.: Do it yourself. Die Axt im Koffer. In: Der Spiegel (1965), Heft 17, S. 47–59; hier S. 56.
- ²¹ Die Sendung lief 1975 in den dritten Programmen. Produziert wurde sie vom Norddeutschen und vom Hessischen Rundfunk. Im selben Jahr wurde auch eine Begleitpublikation herausgegeben, die die einzelnen Schritte nochmals gesondert aufführt. Vgl. Winfried Köhnenmann: Die Selbermachers renovieren ihre Wohnung. Wiesbaden 1975. Die Sendung ist ein weiterer Beleg dafür, wie versucht wurde, Wissen durch direkte Anleitung auch in Abwesenheit eines konkret Lehrenden verfügbar zu machen.
- ²² Rolf Meyersohn: Kommerzialisierung und Komplexität in der Massenkultur. In: Rolf Meyersohn und Erwin K. Scheuch (Hg.): Soziologie der Freizeit. Köln 1972, S. 112–119; hier S. 116.
- ²³ Vgl. ebd.
- ²⁴ Zum wissenschaftlichen Hintergrund dieser Farbe auf Gelbasis vgl. N.N., Axt (wie Anm. 20), S. 56. Ein weiterer Bereich, in dem sich Ähnliches beobachten lässt, wäre die Einführung der Fischer-Dübel: «Eine Technik, die für jeden Schreiner und auch für jeden Heimwerker eine gewaltige Arbeiterleichterung und eine beträchtliche Zeitersparnis bedeutete», so die Haushistoriographie des Unternehmens über dessen Einführung 1958. Helmut Engisch und Michael Zerhusen: Die Fischers. Eine schwäbische Dübel-Dynastie. Stuttgart 1998, S. 111.

- ²⁵ Anzeige in *Selbst ist der Mann* 6 (1962), Heft 10, S. 67.
- ²⁶ Vgl. Lux, *Werkbuch* (wie Anm. 15).
- ²⁷ Vgl. Ronald Hitzler: Die Maschinen des Heimwerkers. Kreativer Lebensstil, alternative Lebensform oder technische Konsumhypertrophie. In: *Technik und Gesellschaft Jahrbuch* 5 (1989), S. 206–218; hier S. 215.
- ²⁸ Der Spiegel berichtete 1965 von einer anderen Initiative aus dem Bereich des Tapezierens; ein ehemaliger Tapezierermeister, nun in den Diensten der Tapetenindustrie, gäbe einerseits Kurse für angehende Renovierer. Gleichzeitig «beschaffte [er] sich für 15000 DM Laien-Hilfsgerät – zusammenklappbare Tapeziertische, Bürsten und Tapetenmesser –, das er an Selbstmacher ausleiht, wenn er ihnen die wichtigsten handwerklichen Kniffe beigebracht hat». N.N., *Axt* (wie Anm. 20), S. 55f.
- ²⁹ N.N., *Neues* (wie Anm. 19), S. 7.
- ³⁰ Anzeige in *Selbst ist der Mann* 10 (1966), Heft 9, S. 85.
- ³¹ Ebd.
- ³² N.N., *Axt* (wie Anm. 20), S. 53.
- ³³ Anzeige der Ruberoidwerke AG Hamburg in *Selbst ist der Mann* 25 (1981), Heft 4, S. 37.
- ³⁴ Vgl. *Selbst ist der Mann* 20 (1976), Heft 12, S. 12.
- ³⁵ Vgl. Anzeige der Hermann Fischer Möbelfabrik in *Selbst ist der Mann* 19 (1975), Heft 1, S. 42.
- ³⁶ Anzeige der Marley Werke GmbH in *Selbst ist der Mann* 21 (1977), Heft 4, hintere Umschlagsseite.
- ³⁷ Vgl. Hitzler und Honer, *Reparatur* (wie Anm. 18), S. 170.
- ³⁸ Vgl. ebd., S. 271.
- ³⁹ Vgl. Daniel Bell: *Die nachindustrielle Gesellschaft*. Reinbek bei Hamburg 1975.
- ⁴⁰ Vgl. Jonathan Gershuny: *After Industrial Society? The Emerging Self-service Economy*. London u. Basingstoke 1978, S. 143. Zu einer zeitgeschichtlichen Auseinandersetzung mit Gershunys Konzept vgl. Jan-Otmar Hesse: *Ökonomischer Strukturwandel. Zur Wiederbelebung einer wirtschaftshistorischen Leitsemantik*. In: *Geschichte und Gesellschaft* 39 (2013), S. 86–115; hier S. 105.
- ⁴¹ Die Soziologen Shove, Watson, Hand und Ingram weisen sicher zu Recht darauf hin, dass mit diesem Vorgang keineswegs ein Prozess des «deskilling» verbunden sei; vielmehr gehe es um eine veränderte Verteilung des Wissens, das nicht mehr nur beim Individuum liege, sondern zum Teil auch als «embedded knowledge» im Produkt selbst. Vgl. Elizabeth Shove, Matthew Watson, Martin Hand und Jack Ingram: *The Design of Everyday Life*. Oxford u. New York 2007. S. 55f.
- ⁴² Das Chanson ist aus dem Jahr 1974. Zum Text vgl. Reinhard Mey: *Ich bin Klempner von Beruf*. In: <http://www.reinhard-mey.de/start/texte/alben/ich-bin-klempner-von-beruf>, aufgerufen am 07.10.2013.
- ⁴³ Als frühes Beispiel vgl. Ewald Poppensieker: *Rufsorge ist mehr als Öffentlichkeitsarbeit*. In: *Deutsches Handwerksblatt* 16 (1964), S. 135–136; ebenso auch Hans-Günther Patzig: *Der «hässliche» Handwerker*. In: *Deutsches Handwerksblatt* 22 (1970), S. 7–8. Patzig zitiert hier die öffentliche Meinung, die im Handwerker den «Reparaturtyrannen» sähe, einen «Mann von geringem sozialen Status, den man bitten muss, eine Reparatur auszuführen, der keine Termine einhält, Schmutz ins Haus bringt, unhöflich ist, Bierspenden erpresst, der ungenügende Arbeit leistet und unverschämte Preise verlangt.» Ebd., S. 7. Zur Historisierbarkeit von Images – einer Fragestellung, der im Bereich des Handwerks in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts unbedingt nachzugehen wäre – vgl. Daniela Münkler und Lu Seegers: *Einleitung: Medien und Imagepolitik im 20. Jahrhundert*. In: Dies. (Hg.): *Medien und Imagepolitik im 20. Jahrhundert*. Deutschland, Europa, USA. Frankfurt/Main 2008, S. 9–24.
- ⁴⁴ Werner Lutz: *Boom der Baumärkte. Gefahr oder Chance für das Handwerk*. In: *Deutsches Handwerksblatt* 38 (1986), S. 22–24; hier S. 22.
- ⁴⁵ Für die Frage nach dem zunehmenden Verfall handwerklichen Könnens und dessen Wiederentdeckung in der Gegenwart vgl. den populären Band: Richard Sennett: *The Craftsman*. London 2009.