

WAS STECKT HINTER DEM TREND ZUM SELBERMACHEN?

«Es geht mehr um den Prozess als um das Produkt»

INTERVIEW UND FOTO: DANIEL KRUCKER

Ob Gärtnern, Kochen, Schreinern oder Reparieren: Immer mehr Menschen finden Gefallen daran, Dinge wieder selbst herzustellen. Sanna Frischknecht und Moritz Maurer von der Uni Basel erforschen die Hintergründe dieses Trends beim Wohnen und in der Landwirtschaft.

Wohnenextra: Überall entstehen Repair-Cafés, Koch- und Handwerkskurse sind im Nu ausgebucht, und wer einen Schrebergarten möchte, landet auf der Warteliste. Was motiviert Menschen, Dinge wieder mit den eigenen Händen herzustellen?

Sanna Frischknecht: Man will zum Beispiel erleben, was alles passiert von der Aussaat bis zur Ernte. Oder man möchte wissen, wann welcher Arbeitsschritt beim Herstellen eines Stuhls fällig ist. Häufig steht gar nicht so sehr das fertige Produkt im Zentrum, man nimmt sogar Abstriche bei Qualität oder Funktionalität in Kauf, wenn man etwas selber herstellt. Im Vordergrund steht vielmehr der eigentliche Prozess des Selbermachens. Leute, die etwas selber machen, betonen, wie wichtig es ihnen ist, selbst zu entscheiden, wie ein Produkt aussehen soll und welche Materialien verwendet werden.

Sie sprechen die Bedeutung des Prozesses an. Wer etwas selber macht, muss Zeit investieren. Zeit gilt heute ja als Luxus. Ist Selbermachen letztlich also Ausdruck unserer Wohlstandsgesellschaft?

Moritz Maurer: Selber etwas herzustellen bedeutet in der Tat, dass ich die Zeit und die Möglichkeit habe, mir Wissen anzueig-

nen, wie ich etwas produziere. Zudem sind wir ja auch nicht mehr gezwungen, Dinge selber herzustellen, meist sind gekaufte Produkte günstiger zu haben. Der Hype ums Selbermachen hat also durchaus etwas mit unserer Wohlstandsgesellschaft zu tun. Das ist aber nur die eine Seite. Wir sollten nicht vergessen, dass Selbermachen auch heute und immer noch für viele ein Zwang ist, weil gewisse Produkte nicht erhältlich sind oder man eben doch Geld damit spart. So wird zum Beispiel in der Altenpflege unglaublich viel selber geleistet. Und dies sicherlich auch aus Kostengründen. An diese Seiten des Selbermachens denken die wenigsten, weil im Moment die Scheinwerfer vor allem aufs «kreative Selbermachen» gerichtet sind.

Bleiben wir kurz beim kreativen Aspekt. Wie nachhaltig ist dieser Trend? Glauben Sie, dass wir da eine tiefgreifende gesellschaftliche Veränderung erleben?

S.F.: Das ist schwierig abzuschätzen. Schaut man hundert Jahre zurück, stellt man fest, dass immer weniger selbst hergestellt wird. Bei gewissen Tätigkeiten wie Kochen und Gärtnern allerdings hat in den letzten Jahren ein starker Trend zum Selbermachen

eingesetzt. Dieser hat nicht zuletzt durch die mediale und wissenschaftliche Begleitung besonders viel Aufmerksamkeit erlangt. Ob der aktuelle Hype tatsächlich einer Abkehr von arbeitsteiliger Produktion entspricht, ist zumindest fraglich. Wenn er aber nur schon ein klein wenig dazu beiträgt, dass der Ressourcenverschleiss in unserer Wegwerfgesellschaft etwas vermindert wird, ist dies trotzdem zu begrüßen.

M.M.: Man muss genau hinschauen. Kochen ist ein gutes Beispiel. Einerseits hat sich das Wissen über Kochtechniken und -zutaten verbreitet: Die Leute stehen wieder in der Küche und machen zum Beispiel ihren eigenen Blätterteig. So können sie ihn nachhaltiger herstellen, etwa durch den Verzicht auf Palmöl aus Monokultur. Andererseits wurde Selbermachen als Markt entdeckt. Die Motivation der Leute wird genutzt, um unzählige Dinge zu verkaufen, die das Selbermachen erleichtern sollen. In diesem Fall kann der Nachhaltigkeitsaspekt neben der wachsenden Kochbuch- und Messersammlung zur Nebensache werden.

Das Internet unterstützt den Trend. Einerseits kann man auf Plattformen wie Dawa oder Pinterest Selbstgemachtes

zum Verkauf anbieten, andererseits findet man Videoanleitungen zu allem Möglichen. Welche Rolle spielen solche Plattformen?

M.M.: Auch im Internet entstehen neue Selbermachmärkte. Die Bereiche des Selbermachens und der Kreativindustrie vermischen sich.

S.F.: Die sozialen Medien können dazu beitragen, das Selbermachen zu demokratisieren. Es ist ja nicht so, dass alles immer nur eine Frage der Zeit wäre – auch das Wissen spielt eine Rolle. Über YouTube beispielsweise lassen sich unzählige Anleitungen finden, wie etwas anzupacken und umzusetzen ist. Die thematische Breite ist riesig, angefangen von Videos zum Cupcakebacken bis zu Anleitungen, wie man Silikonfugen im Bad ersetzt oder eine Mauer fachmännisch betoniert. Durch die neuen Kanäle wird Wissen tendenziell für alle und häufig kostenlos verfügbar. Dass man damit einfach zu Informationen kommt, ist zu begrüßen. Für die junge Generation ist es ganz selbstverständlich, sich auf solchen Plattformen zu informieren. Interessant dabei ist, dass die beliebtesten Videos meist sehr einfach und nicht selten von Laien gemacht sind. Der Trend zum Selbermachen wird so digital gespiegelt.

Welche Rolle spielen Konsumreduktion und Ressourcenschonung?

M.M.: Je nach Standpunkt eine ganz unterschiedliche. Baumärkte zum Beispiel haben wir noch nicht angesprochen. Dabei sind Do-it-yourself-Läden ein ganz wichtiger Faktor im gesamten Selbermachmarkt. Ein Heimwerker denkt wohl nicht in erster Linie an die Ökologie, wenn er das Badezimmer selbst fliest. Hier dürften vor allem ökonomische Gründe bestimmend sein – oder die pure Lust, etwas mit den eigenen Händen zu schaffen. Bei der Gemüseproduktion hingegen gehören ökologische Überlegungen wahrscheinlich zu den wichtigsten Motivationstreibern überhaupt. Selbermachen hat also ganz unterschiedliche Facetten.

S.F.: Ich bin ebenfalls der Meinung, dass man genau hinschauen muss, was wo passiert. In den Medien geht es meist ums kreative Selbermachen, während andere Bereiche kaum im Rampenlicht stehen. Die mediale Begleitung könnte dazu beitragen, dass nicht nur das Selbermachen an sich, sondern auch Konsumreduktion und Ressourcenschonung in der breiten Öffentlichkeit diskutiert werden. Wohin sich das effektiv entwickelt, wird sich aber noch zeigen müssen.



Sanna Frischknecht (33) studierte Soziologie, Religions- und Politikwissenschaft und ist seit 2016 wissenschaftliche Mitarbeiterin am Seminar für Soziologie der Universität Basel. Ihre Forschungsschwerpunkte sind das Entstehen genossenschaftlicher Projekte, Städte und Wohnen. **Moritz Maurer** (30) studierte Agrarwissenschaften und Nachhaltige Entwicklung, er befasst sich mit Märkten und Tauschpraktiken, Landwirtschaft und Genossenschaften. Beide promovieren derzeit in dem vom Schweizerischen Nationalfonds geförderten Projekt «Transformative Gemeinschaften als innovative Lebensformen?», Sanna Frischknecht zu Wohnbaugenossenschaften, Moritz Maurer zu landwirtschaftlichen Kooperativen.