

MIT NADEL, FADEN + LAPTOP

Erfolgreiche Online-Portale wie Etsy und DaWanda führen zu einer Renaissance des Handwerks Text: Annika Hennebach

Produkte von Handytäschchen, Kissenbezügen aus 70er Jahre-Retrostoffen über gestrickte Totenkopfbroschen, selbst gesiedete Seifen und Tupfenröcke bis hin zu gefilzten Tragetaschen oder Wandtattoos werden dort angeboten. Alles hat mit Basteln, Stricken, Nähen, Malen, Häkeln oder Siebdrucken zu tun.

„Die Produkte dürfen nur nicht industriell gefertigt oder offensichtlich gebraucht sein“, sagt Claudia Helming, die 2006 mit Michael Pütz DaWanda in Berlin gegründet hat. Vor kurzem sind die beiden mit ihrem Team in größere Räume nach Mitte gezogen und verpassen der Internetseite einen Relaunch. Inzwischen beschäftigen sie zehn Mitarbeiter. Denn das Geschäft mit dem Handwerk im Internet boomt. Für die Betreiber der Seite, die pro Verkauf fünf Prozent Umsatz kassieren, aber auch für die insgesamt 70.000 Mitglieder – 80 Prozent davon Frauen –, die dort ihr Profil angelegt haben und mit Hilfe verschiedener Suchfunktionen in dem riesigen Angebot stöbern, die Produkte kommentieren und beurteilen.

Social-Shopping heißt der Trend aus den USA, bei dem sich die Käufer untereinander wie auch mit den Verkäufern über die Produkte auf einer Internet-Handelsplattform austauschen – wie auf einem echten Marktplatz eben. Pionier auf diesem Gebiet ist immer noch Etsy, 2005 in Brooklyn gegründet, eine wunderschön gestaltete Shops-in-Shop-Seite für Handgemachtes, die inzwischen 750.000 Mitglieder zählt, Tendenz weiter steigend. Etsys sowie DaWandas Erfolg belegt nicht nur die Faszination für handgefertigte Einzelstücke, sondern auch die Macht des Kunden auf dem Markt.

Erst die Email-Anfrage einer Kundin brachte Suse Bauer auf die Idee, Mutterpasshüllen zu nähen, in schönen Stoffkombinationen und mit Applikationen verziert. „Das ist für mich mit das Spannendste: wie sich da so ein neuer Markt entwickelt, der manche Produkte erst möglich macht – Produkte, die sonst nie entstanden wären“, sagt Portalbetreiberin Claudia Helming zu diesem Phäno-

Fotos: Suse Bauer

Früher nähte die Mutter, um Geld zu sparen. Heute näht die Tochter um kreativ zu sein und nebenher vielleicht noch ein bisschen Geld zu verdienen. Denn durch das Internet hat sich in den letzten Jahren ein neuer Markt entwickelt, auf dem handwerklich hergestellte Produkte ge- und verkauft werden und der auf einfachem Wege die Sehnsucht nach dem Einzigartigen, Individuellen stillt. Die Sehnsucht, einen Satz zu hören wie: „Nein, dieses T-Shirt ist nicht aus dem Sweatshop“. Oder: „Nein, dieses Kuschtier gibt es nicht im Kaufhaus, es wurde für mich gemacht“.

„Willst du lieber den Sternchen- oder den gestreiften Stoff?“, fragt Suse Bauer in ihrer Email. Die studierte Künstlerin aus Berlin näht Häuschen, Monster und andere Kreaturen aus bunten Stoffen für ihr Label „revoluzza“. Jedes Produkt ist vom Schnitt bis zu den gestickten Augen ein handgemachtes Einzelstück, auf das der Käufer viel Einfluss haben kann. Denn der Kontakt zu Suse Bauer verläuft sehr persönlich – wenn auch rein virtuell.

„Revoluzza“ ist einer von inzwischen 10.000 Shops voller Handarbeiten, Einzelstücke und limitierter Editionen auf dem Internet-Marktplatz DaWanda. Über 140.000 unterschiedliche Pro-

Stoffhase von Revoluzza



Virtuell einkaufen:
So sieht Suse Bauers
Seite auf dawanda.de aus

men, das sie täglich miterleben kann. „Ohne das Internet würde ich nicht nähen“ sagt gar Suse Bauer, die ihre Stoffroboter, Lavendelhäschen und Wichtelmänner nicht in einem der vielen Kinder- oder Szeneläden im Prenzlauer Berg anbieten will. „Da wüsste ich ja gar nicht, wer das Produkt kauft.“ Durch intensiven Mail-Kontakt weiß die zweifache Mutter, die selbstständig als Grafikerin und Konzepterin arbeitet, außerdem fleißig bloggt und näht, genau, was sie wem bisher verkauft hat: „So speziell ist der Kontakt zu den Käufern.“ Schließlich arbeitet sie ja auch eine Zeit lang an ihren „Viechereien“ und hängt an ihrem Werk. Der Preis für diese emotionale Komponente, die den kreativen und künstlerischen Produkten innewohnt und die besonders Frauen schätzen, wird in den seltensten Fällen materiell aufgerechnet. Ein kleiner Stoffhase von „revoluzza“ etwa kostet 16 Euro plus Versandkosten. Das ist für ein handgemachtes Einzelstück verhältnismäßig günstig, denn die „Products with love“, die auf DaWanda zu kaufen sind, werden ohne zusätzliche Kosten wie Laden-Miete produziert. Außerdem sind da die vielen tausend Mitglieder, die über ihre Kommentarfunktionen den Markt kontrollieren. So hat ausgerechnet das Internet – Inbegriff gesichtsloser Globalisierung und Motor der Vereinheitlichung des Angebotes an Produkten – eine Renaissance des Kunsthandwerks ermöglicht. Es ist zu einem neuen Nährboden für traditionelle Handarbeiten geworden, auf dem durch den individuellen und kollektiven Einfluss der Konsumenten völlig neue kreative Produkte und Designobjekte entstehen. Und sogar für die (männliche) Handarbeits-Zukunft ist bereits gesorgt: Suse Bauers vierjähriger Sohn Levin hat gerade seine eigene Nähmaschine bekommen.

www.dawanda.de
(Deutsche Handelsplattform für Handgemachtes)
www.etsy.com
(Amerikanische Handelsplattform für Handgemachtes)
www.revoluzza.de
(Seite von Suse Bauers Näharbeiten)
www.selfmademom.de
(Suse Bauers Blog über handarbeitende Mütter)



Arbeitsplatz einer modernen Kunsthandwerkerin