

70
JAHRE

Ausg. 1-2/2019 | 18. Januar 2019 | 71. Jahrgang

Deutsche Handwerks Zeitung

DIE WIRTSCHAFTSZEITUNG FÜR DEN MITTELSTAND



Porträt einer **Konditormeisterin**: Die **DHZ** versteht sich als Stimme des Handwerks. Foto: Pattlairs



Pionier: **Hans Holzmann** gründet die Handwerker-Zeitung nach dem Zweiten Weltkrieg.



Die **Deutsche Handwerks Zeitung** wird 1984 erstmals in Augsburg gedruckt. Verleger **Peter Holzmann** (li.) und der Hauptgeschäftsführer der Handwerkskammer für Schwaben **Max Rauch** begutachten das Ergebnis.



Satztechnik per Computer (undatiert): Rechner sind in den 1980er-Jahren nicht allgegenwärtig.



Gespräch vor der Kamera: Die **Deutsche Handwerks Zeitung (DHZ)** erscheint nicht nur auf Papier, sondern verbreitet ihre Texte, Fotos und Videos auch im **Internet**. Foto: www.id-fotos.de



Trikots für die Jugendfußballer in Bad Wörishofen: **Alexander und Peter Holzmann** 1991.



Modernste Satztechnik: Diese Aufnahme aus dem Jahr 1989 zeigt die **Setzerei** des Hans Holzmann Verlags.



Gute Laune auf der Hüpfburg: Peter Holzmann (links) beim **Tag der offenen Tür** 1986.



Übergabe des Staffelstabs an die **dritte Generation**: Alexander Holzmann übernimmt den Verlag im Jahr 2000.



Das 50-jährige Bestehen der Zeitung wird 1999 mit einem **Festakt in Berlin** gefeiert. Foto: Andreas Friese



Grafikabteilung bei Holzmann Druck 1989: Mitarbeiter sichten konzentriert das Material.



Holzmann-Logo: Ein Handwerker lackiert einen Skihelm. Foto: Bischof & Broel



Partystimmung beim **Betriebsabend** des Holzmann Verlags 1973: Frisuren und Brillen, Kleider und Anzüge verraten die Epoche. Alle Fotos (wenn nicht anders gezeichnet): Archiv Holzmann Medien



Internationale Handwerksmesse in München 1984: Zum Experten-Treffpunkt sind Betriebsberater von Handwerkskammern und Fachverbänden zu Gast am Stand der **DHZ**.



Zentrale von Holzmann Medien in Bad Wörishofen 2018: Gute Ideen entstehen auch an der Tischtennisplatte oder im **Kreativraum**. Fotos (2): www.id-fotos.de

Acht Seiten, null Fotos

Die Titelseiten der *Deutschen Handwerks Zeitung* sind ein Spiegelbild der Geschichte

Von Stefanie Mayr und Steffen Range

Für die erste Nummer der Bayerischen Handwerker-Zeitung griff Ministerpräsident Hans Ehard (CSU) selbst zur Feder. „Die Erhaltung eines gesunden Mittelstandes und eines gesunden Handwerkerstandes sind (...) eins“, schrieb er – und wünschte sich ein „unternehmungslustiges Handwerk“. Die Folgen von Krieg und Nazi-Herrschaft prägten die frühen Ausgaben, wie die Rubrik „Wir antworten unseren Lesern“ zeigt. Ein Handwerker aus Schweinfurt warf das Thema auf: „Ich bin mir nicht klar darüber, wie die Kosten für die Entnazifizierung berechnet werden.“ Ein Leser aus München fragte: „Besteht das Zuchtungsrecht auch gegenüber einem 18jährigen Lehrling?“ Dominierten in den Anfangsjahren offizielle Verlautbarungen, wandelte sich die Zeitung nach und nach zu einer Publikation mit höchsten journalistischen Ansprüchen, die die großen Themen der Zeit aus Sicht des Handwerks begleitete.

■ Alte Titelseiten zum Anschauen:
www.dhz.net/70jahre



Die erste Ausgabe der Bayerischen Handwerker-Zeitung – Vorläuferin der *Deutschen Handwerks Zeitung* – umfasste acht Seiten und hatte keine Fotos. Sie trägt das Erscheinungsdatum 1. Februar 1949, kam also vor 70 Jahren heraus.



Nach intensiver Debatte beschloss der Bundestag 1953 die „Deutsche Handwerksordnung“ und schuf damit die Grundlage für die heutige Struktur des Handwerks. Kanzler Konrad Adenauer (CDU) versicherte dem Handwerk im Jahr darauf seine Unterstützung: „Nur Qualitätsarbeit sichert unser Volk.“ Um 1954 fanden sich vereinzelt Fotos im Innenteil.



Für Arbeitnehmer brach 1969 ein goldenes Zeitalter an. Die sozialliberale Koalition aus SPD und FDP verabschiedete im folgenden Jahrzehnt etliche Gesetze, die Betriebsinhaber bisweilen verstimmen, doch Gesellen und Lehrlinge freuten. Zwischen Handwerk und Industrie entbrannten in dieser Zeit häufig Konflikte.



Die Ölpreiskrise traf die Industrienationen wie ein Schock, die Arbeitslosigkeit stieg, Firmenpleiten mehrten sich. Der Staat versuchte gegenzuhalten: 1973 wurden Sonntagsfahrverbote verhängt. 1970 erhielt die Zeitung ihren jetzigen Namen: *Deutsche Handwerks Zeitung*. In dieser Zeit wurde das Titelthema farblich hervorgehoben.



Nach dem Fall der Mauer 1989 warb das Handwerk für einen freien Mittelstand in der DDR. Zur *Deutschen Handwerks Zeitung* kamen mit der Wiedervereinigung sechs Kammern aus den neuen Bundesländern hinzu.



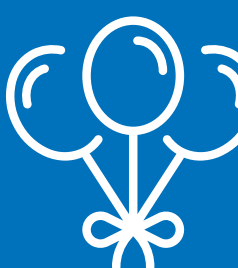
Kanzler Gerhard Schröder (SPD) fand beim Amtsantritt 1998 ein geschwächtes Land vor. Seine rot-grüne Regierung senkte die Steuern und brachte die Hartz-Reformen auf den Weg – Vorhaben, die der Wirtschaft entgegenkamen. Andererseits gaben es auch neue Belastungen, so durch die Ökosteuer. Seit 1997 wurde komplett farbig gedruckt.



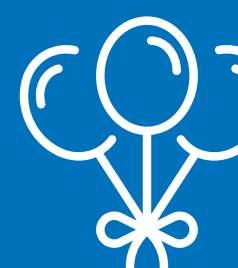
Die Novellierung der Handwerksordnung 2004 war für das Handwerk ein gravierender Einschnitt. Für zahlreiche Berufe wie Orgelbauer, Fliesenleger oder Rollladenbauer entfiel fortan die Meisterpflicht, um sich mit einem Betrieb selbständig zu machen.



Die Union vollzog 2011 eine Kehrtwende, die das Handwerk aufschreckte und den Koalitionspartner FDP überumpelte: Bundeskanzlerin Angela Merkel (CDU) machte sich für verpflichtende Lohnuntergrenzen stark. Die Proteste der Wirtschaft waren vergeblich. Vier Jahre später trat der gesetzliche Mindestlohn in Kraft.



Sortimo gratuliert der Deutschen Handwerks Zeitung zum 70-jährigen Jubiläum und wünscht weiterhin viel Erfolg!














✓ Ihre Seite.

✓ Ihre Produkte.

✓ Ihre Services.

mySortimo.de

WORK your WAY

„Unsere Aufgabe ist es, Hintergründe zu erläutern“

Verleger Alexander Holzmann über 70 Jahre *Deutsche Handwerks Zeitung* und erstaunliche Konstanten in einer sich beständig ändernden Medienlandschaft

Interview: Barbara Oberst

DHZ: Herr Holzmann, Sie feiern dieses Jahr 70 Jahre *Deutsche Handwerks Zeitung*. Welche Bedeutung hat die Zeitung heute am Markt?

Holzmann: Sie ist die größte Wirtschaftszeitung für das Handwerk in Deutschland, wahrscheinlich sogar in Europa, vielleicht sogar weltweit. Mit einer Druckauflage von über 480.000 Exemplaren und dank der gewachsenen Zusammenarbeit mit 23 Handwerkskammern sind wir ein wichtiges politisches Sprachrohr für das Handwerk in Deutschland.

DHZ: Ist Politik die wichtigste Aufgabe der Zeitung?

Holzmann: Unsere Aufgabe ist ja im Schwerpunkt nicht die allgemeine politische Berichterstattung der Tageszeitungen und Politikmagazine oder die Kommunalpolitik, sondern die Darstellung von politischen Zusammenhängen für das Handwerk und das Aufzeigen der möglichen Folgen und Handlungsoptionen für den Betrieb und den Unternehmer. Daneben werden von unseren Lesern vor allem die betriebsrelevanten Themenfelder Recht und Steuern geschätzt, in denen wir fachlich versierte Autoren aus der Praxis Sachverhalte erklären lassen, damit sie auch ein Handwerker versteht, der in der Regel über wenige bis gar kein juristische Vorkenntnisse verfügt. Das Filtern von relevanten Themen, das Einordnen in Zusammenhänge und das Vermitteln von Wissen haben dabei mehr Bedeutung denn je.

DHZ: Warum?

Holzmann: Im Zeitalter von Beschimpfungen wie „Fake News“ geben seriöse Medien dem Leser einen

Anker und damit ein Gefühl dafür, welche Informationen glaubwürdig und vertrauenswürdig sind. Bei vielem, was heute im Internet kursiert, weiß man doch nicht, wer es eingestellt hat und ob es bewusst gesteuerte Falschinformationen sind. Wir als seriöses Medienunternehmen stehen für eine qualitativ gut geführte Medienmarke und müssen natürlich umso mehr dem Anspruch an die journalistische Sorgfaltspflicht gerecht werden.

DHZ: Dann haben Internet und soziale Medien die Zeitung eher bereichert?

Holzmann: Sie haben die Rolle der Zeitung verändert. Unsere Leser wünschen sich zwar noch ganz überwiegend ein gedrucktes Medium, trotz Internet. Aber die Print-Inhalte haben sich stärker in Richtung Hintergrundinformationen und Nutzwert verlagert. Aktualität erreichen wir über unsere Website, die im vergangenen November über eine Million Besucher verzeichnete – sie ist damit wohl das größte branchenübergreifende B2B-Onlineangebot für das Handwerk in Deutschland.

DHZ: Als Ihr Großvater vor 70 Jahren die Zeitung gründete, waren das noch andere Dimensionen.

Holzmann: In der ersten Ausgabe der „Bayerischen Handwerker-Zeitung“ von 1949 ist von „größten Schwierigkeiten“ die Rede. In den Nachkriegswirren mussten Verleger und auch die Verbände und Organisationen erst mal wieder dafür kämpfen, eigene Publikationen herauszugeben. Dazu waren wohl aufwendige und nervenzehrende Verhandlungen mit den damaligen Besatzungsmächten vonnöten, insbesondere wenn auch politische Inhalte Gegenstand der Berichterstattung waren. Außerdem war die Infrastruktur in Deutschland am Boden. Als endlich die erste Zeitung erschien, wurde sie nur in Bayern verteilt und bestand aus acht eng beschriebenen Seiten ohne ein einziges Foto.

DHZ: Heute würde das so niemand mehr lesen!

Holzmann: Richtig. Durch Smartphones, durch das Fernsehen, durch eher visuell geprägte Medien hat sich der Anspruch der Leser an ein Printmedium vollkommen verändert. Wir legen heute viel mehr Wert auf Bildsprache und Grafiken – Informationen, die sich auf einen Blick erfassen lassen. Deswegen arbeiten wir gerade wieder an einem Relaunch, um die *Deutsche Handwerks Zeitung* den Bedürfnissen der Betriebe noch mehr anzupassen. Wir sind da am Anfang eines Prozesses, der uns zu einer moderneren und relevanten Zeitung führen wird, die auch im Digitalzeitalter ihre Berechtigung hat.

DHZ: Das heißt, alles ändert sich?

Holzmann: Nein! Was ich ganz spannend finde, sind die Inhalte der aller-



„Internet und soziale Medien haben die Rolle der Zeitung verändert“, beobachtet Alexander Holzmann.

ersten Ausgabe von '49: Da geht es bereits um den großen Befähigungsnachweis und um die Rolle der Meisterfrauen – Themen, die auch 2019 noch aktuell sind. Aber wir würden diese Themen heute sicher anders

journalistisch aufarbeiten und grafisch gestalten.

DHZ: Ihr Großvater kämpfte mit den Nachkriegswirren. Welche sind Ihre größten Herausforderungen?

Holzmann: Das Umfeld ist härter geworden. Wir sehen uns in fast allen Bereichen, die für uns wirtschaftlich von Bedeutung sind, mehr oder weniger monopolistischen Strukturen gegenüber: Beim Versand beziehungsweise der Zustellung der Zeitung ist es die Post, die uns stetig mit Preissteigerungen konfrontiert. Im Internet sind es Marken wie Google oder Facebook, die von unseren Inhalten profitieren und Einnahmen generieren, diese aber nicht an die Verlage vergüten und dann auch noch kaum Steuern auf die dadurch in Deutschland erzielten Gewinne zahlen. Was wir auch spüren, sind die viel kürzeren Innovationszyklen. Heute finden Technologiesprünge in ein, zwei Jahren statt – und damit ändern sich auch die Ansprüche der Leser und die Anforderungen an unsere Mitarbeiter.

DHZ: Wie werden Sie dem gerecht?

Holzmann: Wir nennen das in unserer strategischen Ausrichtung den „Markenkrantz“. Neben der gedruckten *Deutschen Handwerks Zeitung* bieten wir unseren Lesern aktuelle

Informationen über das Internet, via Smartphone, über eine App, per Newsletter, über die sozialen Medien, aber auch klassisch über Bücher und Veranstaltungen.

DHZ: Seit dem Jahr 2000 führen Sie den Verlag in dritter Generation. Fühlen Sie sich mehr der Tradition oder der Moderne verbunden?

Holzmann: Beiden – denn Tradition und Innovation müssen keine Gegensätze sein. Als modernes Medienunternehmen entwickeln wir uns ständig weiter und auch die Zeitung muss sich permanent neu erfinden. Das ist ein evolutionärer Prozess. Aber ich glaube auch an traditionelle Werte wie die Kaufmannslehre, wie sie mein kürzlich verstorbener Vater verkörpert hat. Ich verwende sehr viel Zeit und Engagement auf die Pflege der Beziehungen zu unseren Partnern, den Handwerkskammern, weil ich an den Wert einer vertrauensvollen, gewachsenen Zusammenarbeit glaube. Ich finde, das ist auch im 21. Jahrhundert immer noch ein guter Leitfaden, um ein Unternehmen zu führen.



70 Jahre *Deutsche Handwerks Zeitung* sind auch ein Spiegel von 70 Jahren deutscher Geschichte. Verleger Alexander Holzmann erläutert die Entwicklungen der vergangenen Jahrzehnte.

Fotos: Ulrich Steudel

Der Aufstieg von Holzmann Medien

Im Jahr 1936 gründete Hans Holzmann in Berlin die „Deutsche Fleischer-Zeitung“. Nachdem Berlin zerbombt und Holzmanns Anlagen stark zerstört worden waren, kehrte er 1945 nach Bad Wörishofen, in seine alte Heimat, zurück. Hier baute er seinen Verlag neu auf und gründete die „Bayerische Handwerker-Zei-



Das Verlagsgelände in Berlin befand sich im berühmten Zeitungsviertel.

tung“. Nach dem plötzlichen Tod Hans Holzmanns übernahm dessen Sohn Peter Holzmann 1961 die Leitung des Verlags. Unter ihm wuchs das Verbreitungsgebiet der Zeitung, so dass sie 1970 in „Deutsche Handwerks Zeitung“ umbenannt wurde. Mit der Wiedervereinigung erweiterte Peter Holzmann die Reichweite auf die Bundesländer Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen. Im Jahr 2000 übergab Peter Holzmann die Leitung des Verlags an seinen Sohn Alexander. Der Verleger in dritter Generation gibt in dem Familienunternehmen 15 Zeitungen und Zeitschriften für Handwerk, Gesundheitswesen, Hotellerie und Smart Engineering heraus. Dazu kommen digitale Produkte, Bücher und Veranstaltungen. Der Jahresumsatz von Holzmann Medien beträgt etwa 30 Millionen Euro. **bst** www.holzmann-medien.de

Wirtschaftswunder trifft Raumwunder.

Ford Transit Courier & Connect

Profis glauben für gewöhnlich nicht an Wunder – bis sie den Ford Transit Courier und den Ford Transit Connect live erlebt haben. Dann staunen sie über die Kraftstoffeffizienz und die niedrigen Betriebskosten sowie über die Agilität und das clevere Laderaumkonzept des Ford Transit Courier. Apropos Laderaum: Hier sorgt der Ford Transit Connect in puncto Flexibilität für große Augen – in Kombination mit zahlreichen neuen Assistenzsystemen.

Abbildungen zeigen Wunschausstattung gegen Mehrpreis.

Eine Idee weiter

Die Welt der Deutschen Handwerks Zeitung

Konzeption: Daniela Lorenz, Illustration: Sascha Bierl

Ein Korrespondent berichtet aus Brüssel

In der Redaktion der *Deutschen Handwerks Zeitung* arbeiten sechs Journalisten und ein Volontär. Sie schreiben Artikel, recherchieren Fakten, wählen Fotos aus und bearbeiten Texte. Unterstützt werden sie von zwei Assistentinnen

Im Creative Room wird an der Zukunft der *Deutschen Handwerks Zeitung* gearbeitet: Dienstleistungsstrategie, neue Produkte und ein modernisiertes Layout sind Projekte im Jahr 2019

Die Aufgabe der Produktmanagerin besteht darin, die Marke *Deutsche Handwerks Zeitung* zu betreuen und erfolgreich am Markt zu platzieren
Eine der Aufgaben der Audience-Development-Managerin ist es, zu ermitteln, für welche Themen sich die Online-Nutzer interessieren, und die Zugriffe auf die digitalen Angebote zu steigern
Die Werbeleiterin konzipiert Werbekampagnen und wacht über das Corporate Design

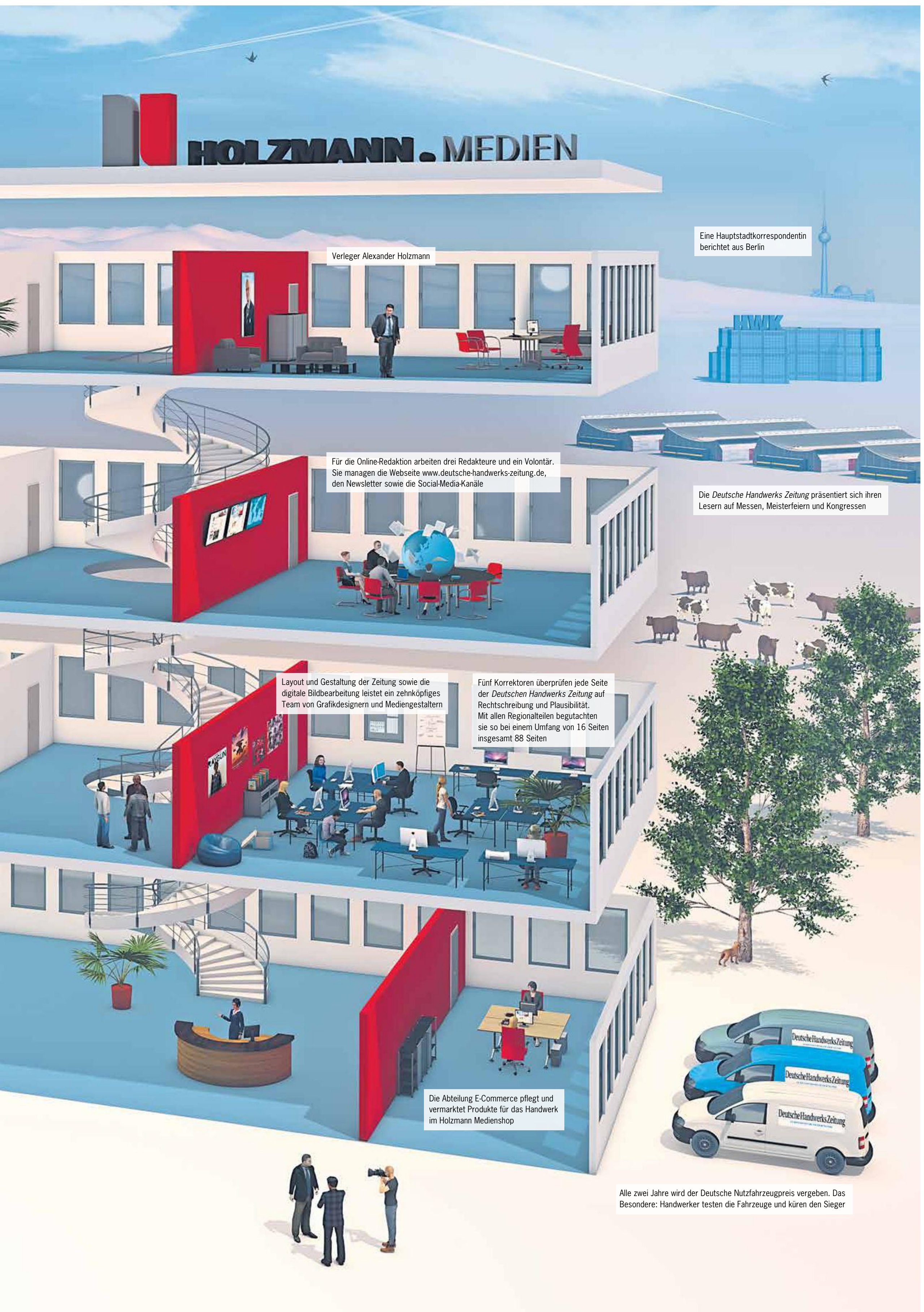
Das Team der Online-Werbung besteht aus zwei Salesmanagern, zwei Campaignmanagern und einer Disponentin

In der Anzeigenvermarktung kümmert sich ein zehnköpfiges Team um Verkauf und Disposition

Drei Ansprechpartner stehen den Lesern in der Abteilung Kundenservice zur Verfügung

Mit regelmäßigen Schulungen und Seminaren bleiben Redakteure und Grafiker immer auf dem neuesten Stand. Die Redaktion bietet auch Workshops für die Handwerkskammern an

Die *Deutsche Handwerks Zeitung* bietet ihren Lesern regelmäßig besondere Aktionen wie ein Handwerkerinnen-Team für die Rallye Aïcha des Gazelles. Der Verlag engagiert sich außerdem unter anderem im Sportsponsoring – aktuell für den Weltcup-Skirennläufer Sebastian Holzmann



HOLZMANN . MEDIEN

Verleger Alexander Holzmann

Eine Hauptstadtkorrespondentin berichtet aus Berlin

Für die Online-Redaktion arbeiten drei Redakteure und ein Volontär. Sie managen die Webseite www.deutsche-handwerks-zeitung.de, den Newsletter sowie die Social-Media-Kanäle

Die *Deutsche Handwerks Zeitung* präsentiert sich ihren Lesern auf Messen, Meisterfeiern und Kongressen

Layout und Gestaltung der Zeitung sowie die digitale Bildbearbeitung leistet ein zehnköpfiges Team von Grafikdesignern und Mediengestaltern

Fünf Korrektoren überprüfen jede Seite der *Deutschen Handwerks Zeitung* auf Rechtschreibung und Plausibilität. Mit allen Regionalteilen begutachten sie so bei einem Umfang von 16 Seiten insgesamt 88 Seiten

Die Abteilung E-Commerce pflegt und vermarktet Produkte für das Handwerk im Holzmann Medienshop

Alle zwei Jahre wird der Deutsche Nutzfahrzeugpreis vergeben. Das Besondere: Handwerker testen die Fahrzeuge und küren den Sieger

Prophetische Zeilen

Und Geschichte wiederholt sich doch. Viele Sorgen, die das Handwerk jetzt plagen, bestanden schon vor zwei Generationen. Einige Probleme sind – in anderer Gestalt – zurückgekehrt. Das zeigen Schlagzeilen der *Deutschen Handwerks Zeitung* aus sieben Jahrzehnten, die früher wie heute passen.

40-Stunden-Woche – ein Produktionsproblem
Ausgabe 46 (1954)

Bekämpfung des Wuchers auf dem Wohnungsmarkt!
Ausgabe 5 (1954)

Krankengeld – neue Belastung für das Handwerk
Ausgabe 5 (1957)

Was bringt der gemeinsame Europäische Markt?
Ausgabe 13 (1957)

Ein Gebot der Zeit: „Bargeldlos zahlen!“
Ausgabe 18/19 (1961)

Handwerk vom Fachkräftemangel besonders betroffen
Ausgabe 20 (1961)

Gefährliche Ausgabenpolitik des Bundes
Ausgabe 8 (1963)

Sonntagsfahrverbote: Ausnahmen für die gewerbliche Wirtschaft
Ausgabe 22 (1973)

Es fehlt überall an Lehrlingen
Ausgabe 1/2 (1989)

„Angehende Meister wie Studenten fördern“
Ausgabe 8 (1994)

Was tun, wenn kein Nachfolger zur Verfügung steht?
Ausgabe 1/2 (2002)

Ohne Migrantenkinder geht es nicht
Ausgabe 20 (2009)

Von Steffen Range

„Gerade in einer Zeit, in der von den Besatzungsmächten und oft auch vom Staate nicht immer genügend Verständnis für das Handwerk eingebracht wird, ist es von größter politischer und wirtschaftlicher Bedeutung, daß auch das Handwerk ein Publikationsorgan besitzt, das seine Interessen vertritt.“ Dies schrieben die Präsidenten des bayerischen Handwerks 1949 in der ersten Ausgabe der Bayerischen Handwerker-Zeitung. Die Redaktion sollte dieses Versprechen einlösen.

Als die Handwerker-Zeitung erstmalig erschien, hatten die Amerikaner gerade verfügt, in ihrer Besatzungszone die schrankenlose Gewerbefreiheit einzuführen. Kammern und Innungen wurden zu „freien Vereinen mit freier Mitgliedschaft“. Das änderte sich vier Jahre später wieder. Im Jahr 1953 beschloss der Bundestag die Handwerksordnung – und schrieb mit den Stimmen aller demokratischen Parteien die Existenz der Kammern, den Meisterbrief und die duale Ausbildung fest, 125 Berufe wurden dem Handwerk zugeschlagen. 2004 fiel die Meisterpflicht für 53 Gewerke. In den 1970er-Jahren stellten Gewerkschaften die duale Ausbildung infrage, in den 2000er-Jahren zog Brüssel den Meisterbrief in Zweifel. Solch schicksalhafte Auseinandersetzungen forderten das Handwerk stets aufs Neue heraus – und verlangten starke Nerven.

Gesicht verändert

Das Handwerk hat sich nach dem Zweiten Weltkrieg stark gewandelt – auch durch Revolten und Revolutionen



Historisches Handwerk: Buchdruckerlehrlinge in Mainz (1969), Bundespräsident Heinemann und ein Konditor (undatiert), Ofensetzer in Frankfurt/Oder (1973), Hufschmied in Garmisch-Partenkirchen (1968), Friseur in Köln (undatiert), Maßschneiderin in Berlin (1971), Bundespräsident Walter Scheel mit Handwerkern (undatiert). Fotos: dpa/picture alliance, ZDH

Das zeigte sich vor allem im Schicksalsjahr 1968, als sich die Lehrlinge in den Betrieben erhoben. Der Aufstand der Azubis wurzelte im Selbstverständnis der Lehrherren nach dem Krieg. Mancher Handwerker führte seinen Betrieb mit harter Hand. Nach dem Krieg verstanden viele Meister die Lehre als „Erziehungsverhältnis mit arbeitsrechtlichem Einschlag“. Doch Fabrikhallen fegen, Kopfnüsse kassieren, Privatarbeiten für den Ausbilder verrichten: Das wollten sich die jungen Leute Ende der 1960er-Jahre nicht mehr

bieten lassen. Handwerksvertreter beobachteten die Proteste der Lehrlinge mit Sorge. So hieß es zum Jahreswechsel 1968/1969 in der Handwerker-Zeitung: „Wir haben auch erlebt, daß manche erstrebenswerten und berechtigten Erneuerungswünsche in unserer Gesellschaft allzu schnell in gewalttätigen Radikalismus und Anarchismus ohne festes Ziel außer dem der Zerstörung aller Werte umschlagen können.“ Die Arbeitgeber beließen es indes nicht bei Appellen. Sie beseitigten die größten Ungerechtigkeiten in den Betrie-

ben, so dass die Revolte der Azubis in sich zusammenfiel. Innerhalb weniger Jahre hatte das Handwerk sein Gesicht verändert. Die Maschinisierung verwischte die Grenzen zwischen Handwerk und Kleinindustrie. Konsumgüterhersteller wie Schneider, Bäcker, Metzger verloren an Bedeutung, Produktionsgüterhandwerke aus dem Metall- und Elektrobereich wuchsen. Doch der von Karl Marx im 19. Jahrhundert vorhergesagte, angeblich gesetzmäßige Niedergang des Handwerks angesichts industrieller Konkurrenz

stellte sich nicht ein. Das Handwerk erwies sich als anpassungsfähig. Forscher rechnen das Handwerk inzwischen zu den Gewinnern der ökonomisch-technologischen Revolution. Unlängst bemerkte der Philosoph Richard David Precht: Neben Spitzenprogrammierern und „Empathieberufen“ stellten Handwerker die künftige Elite. Die Entwicklung der 1960er-Jahre kehre sich gewissermaßen um: Der gesellschaftliche Status der Handwerker nehme zu, während Büroangestellte in der digitalisierten Arbeitswelt an Bedeutung verlören.



WIR GRATULIEREN ZU 70 JAHREN DEUTSCHE HANDWERKS ZEITUNG UND WÜNSCHEN FÜR DIE ZUKUNFT ALLES GUTE UND VIEL ERFOLG.

BESUCHEN SIE UNS UND BESTELLEN SIE IHRE PRODUKTE UNTER WWW.WIR-DRUCKEN-DEINE-ZEITUNG.DE



pd
Presse-Druck- und Verlags-GmbH

Telefon 08 21/777-28 11
portal@presse-druck.de

Geistesblitze im Zigarettennebel

Der Entstehungsprozess der *Deutschen Handwerks Zeitung* im Wandel der Zeiten: Geblieben ist der Anspruch, Handwerker mit nutzwertigen Informationen zu versorgen

Von Ulrich Steudel

Wenn Zeitungsmacher einmal in Nostalgie verfallen, dann riechen sie ihn noch, den Geruch von Zigarettenrauch. Früher waberte dieser Qualm auch durch die Redaktionsstuben der *Deutschen Handwerks Zeitung* in Bad Wörrishofen. Doch nicht nur der Nebel der Raucher ist schon vor langer Zeit verfliegen. Der gesamte Entstehungsprozess der Zeitung hat sich im Laufe der Jahre grundlegend verändert.

Mit Papier beschäftigen sich die Redakteure heute nur noch sehr selten. Ihre Texte hämmern sie über eine Tastatur in den Computer, Manuskripte freier Autoren flattern nicht mehr als Brief ins Büro, sondern landen im Posteingang des E-Mail-Programms. Die Inhalte der Regionalseiten senden die Handwerkskammern via FTP, ein Dateiübertragungsprotokoll auf Basis des Internets.

In den 1980er-Jahren war das alles ganz anders. Damals hörte man in den Fluren des Verlags noch das Rattern der Schreibmaschinen, auf denen die Redakteure ihre Texte zu Papier brachten. Heute kommen die Buchstaben erst mit Papier in Berührung, wenn im Druckhaus die fertige Zeitung von den Rotationsmaschinen läuft.

Deutlich stärker gewandelt hat sich die Gestaltung des Layouts der *Deutschen Handwerks Zeitung*, der sogenannte Umbruch. Ältere Kollegen können sich noch an den Klebeumbruch erinnern, als Lineal, Schere und Kleber noch wichtige Werkzeuge waren und der Fotosatz als Stand der Technik galt. Gemeinsam stellten Metteure und Redakteure die Zeitungsseiten an Leucht-



Druckfrisch: Chef vom Dienst Sepp Steinbrenner, Verlagsleiter Harald Bos und der stellvertretende Chefredakteur Ewald Rischer (v.l.) freuen sich im Januar 1984 über eine neue Ausgabe der *Deutschen Handwerks Zeitung*.

Archivfotos: Holzmann Medien

tischen mit gewachstem Papier zur Druckvorbereitung zusammen. Heute werden die Seiten von Mediengestaltern mit Maus und Tastatur am Bildschirm umbrochen, anschließend kürzen Redakteure den Übersatz der Texte ein, passen Überschriften an und können Bildausschnitte verändern. Bis zur fertigen Druckvorlage läuft alles digital.

Trotz des technischen Fortschritts bleibt die Zeitungsproduktion aber ein Termingeschäft. Je näher der Redaktionsschluss rückt, desto größer die Konzentration. Jede Abweichung vom gewohnten Ablauf kann jetzt schnell zu Hektik und in deren Folge zu Fehlern führen.

Umso erstaunlicher war die Leistung der Zeitungsmacher in den

1980er-Jahren, wenn zur Internationalen Handwerksmesse in München die Ehrengäste schon unmittelbar nach der Eröffnung eine Sonderaus-

gabe mit einer Titelseite in den Händen hielten, die ein aktuelles Foto von der Messe zeigte. Der logistische Ablauf für diese aufwändige Aktion war minutiös geplant, aber mit dem Ergebnis konnte die *Deutsche Handwerks Zeitung* bis hin zum bayerischen Ministerpräsidenten Franz Josef Strauß Eindruck erwecken und ihren Ruf als führende wirtschaftspolitische Zeitung im Bereich Handwerk begründen.

Mit bis zu 56 Seiten Umfang waren diese Messeausgaben, die von jungen Frauen in werbeträchtigen Overalls an die Besucher verteilt wurden, Ausdruck der Schlagkraft des Teams hinter der *Deutschen Handwerks Zeitung*. Damit konnte der Holzmann Verlag (heute Holzmann Medien), in dessen Haus die Zeitung seit ihrer Gründung erscheint, unmittelbar nach dem Mauerfall auch viele Handwerkskammern in Ostdeutschland für sich gewinnen.

Umfänge von mehr als 50 Seiten gehören inzwischen genauso der Vergangenheit an wie der Zigarettenqualm in den Büros. Das Angebot der Zeitung ist heute trotzdem viel um-

fangreicher. So informiert die Zeitung ihre Leser weiterhin alle zwei Wochen in gedruckter Form. Darüber hinaus liefert sie aber über Webseite und Newsletter täglich Wissens-

wertes für Betriebsinhaber, Meister, Gesellen und Lehrlinge im Handwerk. Und alles so aufbereitet, dass die Informationen jederzeit auch mobil abrufbar sind.



Viel Papier, wenig Technik: Redaktionsleiter Helmut Pfeifer in den frühen 1980er-Jahren an seinem Schreibtisch.



Metteur in der Druckvorstufe: Ludwig Roch 1982 beim Klebeumbruch.

Prominente mit der Deutschen Handwerks Zeitung

Bayerns Ministerpräsident Franz Josef Strauß (CSU) 1986.

Der bayerische Ministerpräsident Max Streibl (CSU, li.) 1989.

Wirtschaftsminister Jürgen Möllemann (FDP, li.) in den 90er-Jahren.

Bundesentwicklungshilfeminister Gerd Müller (CSU) 2016.

70 Jahre Deutsche Handwerks Zeitung

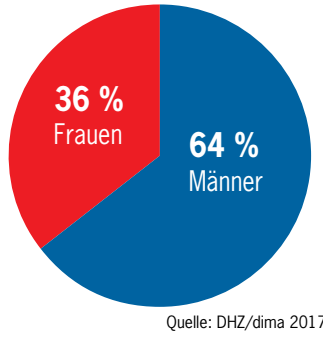
Wenn das kein Grund für ein Feuerwerk ist.
Wir gratulieren herzlich und wünschen alles Gute für die nächsten 70 Jahre.
www.signal-iduna.de

SIGNAL IDUNA
gut zu wissen

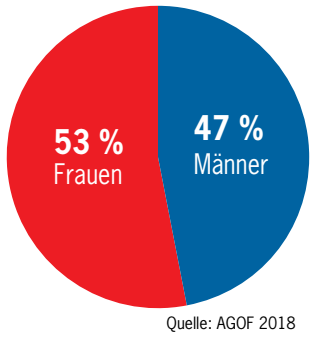
Harte Fakten und historische Fundstücke

Daten und Schnipsel aus der 70-jährigen Geschichte der *Deutschen Handwerks Zeitung*

Leser der Printausgabe



Onlinenutzer



Seit dem Gründungsjahr 1949 waren **Heiratsanzeigen** überaus populär in der *Deutschen Handwerks Zeitung* ...



Papier werden pro Ausgabe benötigt.

192

Druckplatten wurden für diese Ausgabe verwendet.

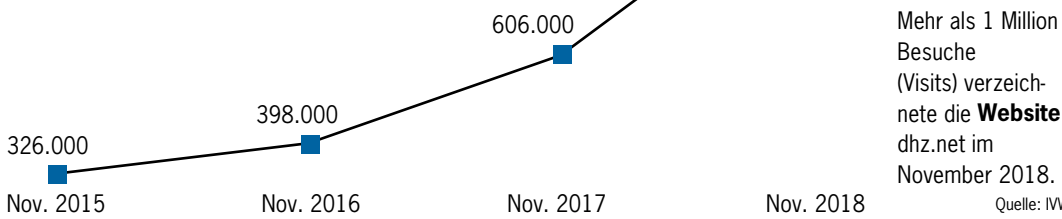


wiegt diese Ausgabe (24 Seiten).



... die beliebte **Rubrik** trug den Titel „Heiraten“ und umfasste zeitweise 30 Anzeigen pro Ausgabe ...

1.048.000



18.000 **Fans** gefällt die Facebook-Seite der *Deutschen Handwerks Zeitung*.



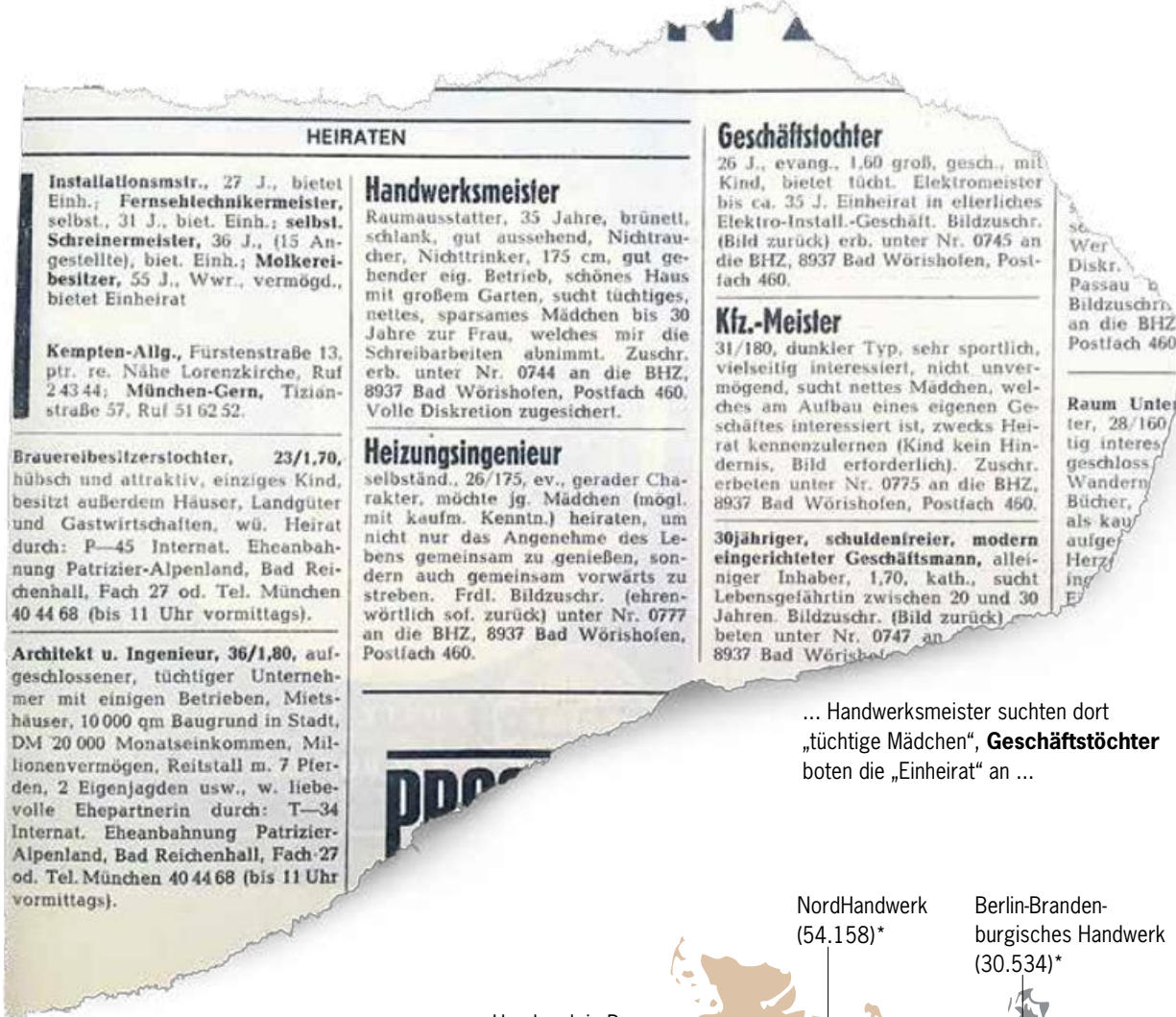
4.100 **Follower** hat die *DHZ* auf Twitter.

60.000

betrug die **Startauflage** der Bayerischen Handwerker-Zeitung.

74 %

der Leserinnen und Leser der *Deutschen Handwerks Zeitung* sind **Betriebsinhaber**, selbstständige Meister oder Geschäftsführer.



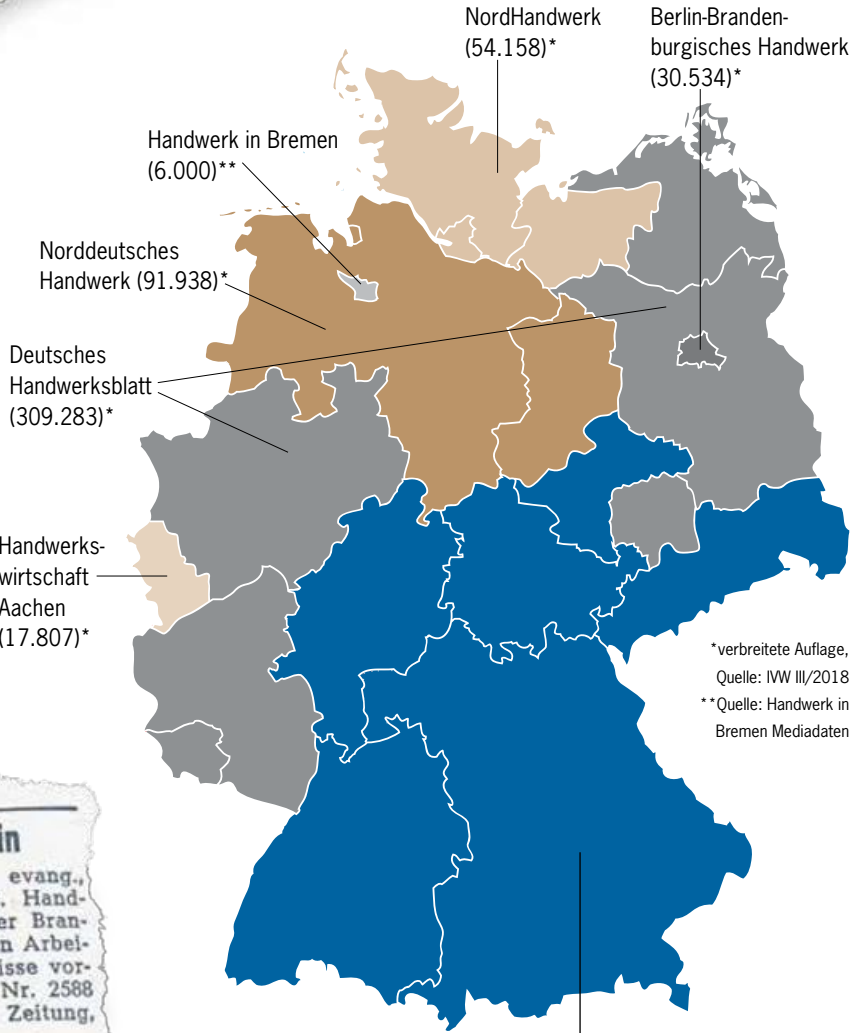
... Handwerksmeister suchten dort „tüchtige Mädchen“, **Geschäftstöchter** boten die „Einheirat“ an ...

23 Handwerkskammern

aus Baden-Württemberg, Bayern, Hessen, Thüringen, Sachsen und Sachsen-Anhalt **geben die Zeitung gemeinsam heraus**

1/3

der durchschnittlichen **Lesezeit** entfällt auf den Regionalteil



... Mitte der 1980er-Jahren verloren **Kontaktanzeigen** an Bedeutung in der Zeitung.

Bilder: pico – stock.adobe.com

Deutsche Handwerks Zeitung
(485.563)*

Konzeption: Stefanie Mayr und Daniela Meier



ES GIBT AMATEURE

UND PROFIS WIE SIE



Z. B. DEN FIAT DUCATO
ALS EASY ANGEBOT AB **15.990 €¹**

¹ UPE des Herstellers i. H. v. 22.760,00 € abzgl. Fiat Professional- und Händler-Bonus i. H. v. 6.770,00 €, zzgl. MwSt. und Überführungskosten, für den Fiat Ducato Kastenwagen 2.8i 2.0 MultiJet 85 kW (115 PS) (Version 290.510.6). Nachlass, keine Barzahlung.
² 2 Jahre Funktionsgarantie und 2 Jahre Funktionsgarantie „Maximum Care Flex 100“ der FCA Germany AG bis maximal 100.000 km gemäß deren Bedingungen. Optional als „Maximum Care Flex“ auf bis zu 250.000 km Gesamtfahrleistung und um des 5. Fahrzeugjahr erweiterbar. Gilt für die Modelle Fiat Ducato, Fiat Talano, Fiat Doblo Cargo und Fiat Fiorino.
³ 3 Jahre Funktionsgarantie und 1 Jahr Funktionsgarantie „Maximum Care Flex 100“ der FCA Germany AG bis maximal 100.000 km gemäß deren Bedingungen. Optional als „Maximum Care Flex“ auf bis zu 250.000 km Gesamtfahrleistung und um des 5. Fahrzeugjahr erweiterbar. Gilt für den Fiat Fullback.
Angebot nur für gewerbliche Kunden, gültig für nicht bereits zugelassene Neufahrzeuge bis 31.03.2019. Nicht kombinierbar mit anderen Aktionen. Nur bei teilnehmenden Fiat Professional Partnern. Abbildung zeigt Sonderausstattung.

FCA BANK Deutschland



PROFIS WIE SIE