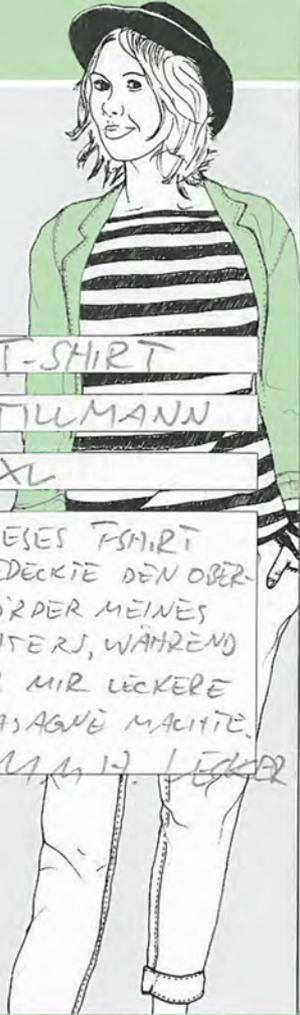


netzwerk mode textil

# nmt Jahrbuch 2017

# Inhalt

<b>Vorwort</b> .....	4
Isa Fleischmann-Heck <b>»Kleidersammt« – für eine Herrenweste aus dem 18. Jahrhundert</b> .....	7
Susanne Evers <b>Adler und Kronen auf rotem Samt</b> Entstehung, Gestaltung und politische Bedeutung des Krönungsmantels Augustas von Preußen (1861) .....	21
Waleria Dorogova <b>Leo Baksts Beitrag zur Haute Couture</b> Zum 150. Jahrestag seiner Geburt .....	31
Andrea Weber Marin/Tina Tomovic <b>Silk Memory oder der Weg vom Firmen- ins Webarchiv</b> .....	47
Sabina Muriale <b>Edwina Hörl und das Nachdenken über Mode und Gesellschaft</b> .....	57
Melanie Haller <b>Mode – Sport – Körper</b> Vom zeitgenössischen Phänomen zur historischen Betrachtung .....	71
Lioba Keller-Drescher <b>Die permanente Erfindung von Tradition</b> Lagerfelds Métiers-d'Art-Kollektionen für Chanel .....	79
Heike Derwanz <b>Kleidertausch – Kleiderrausch</b> Fragen an unsere Beziehung zu Kleidung am Beispiel öffentlicher Kleidertauschpartys .....	91
<b>Rezensionen</b> .....	100
<b>Autorinnenbiografien</b> .....	119

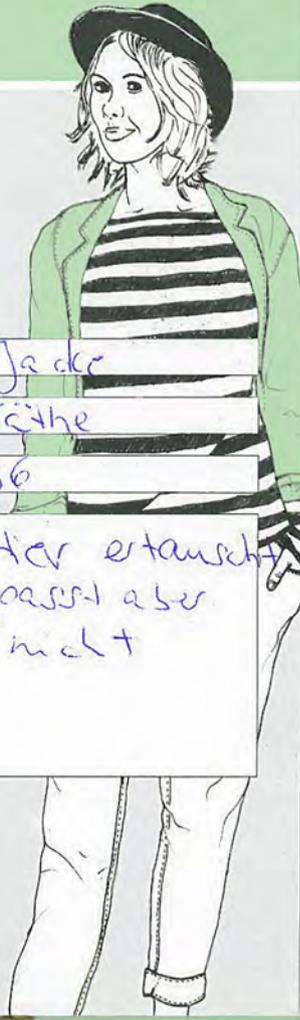


WAS T-SHIRT

VON TILMANN

GRÖSSE XL

SCHÖNSTES  
ERLEBNIS  
MIT DIESEM  
KLEIDUNGSSTÜCK  
DIESES T-SHIRT  
BEDECKTE DEN OBER-  
KÖRPER MEINES  
VATERS, WÄHREND  
ER MIR LÜCKERE  
WASAGNE MACHTE.  
MAH 17. LÜCKER



WAS Jacke

VON Käthe

GRÖSSE 36

SCHÖNSTES  
ERLEBNIS  
MIT DIESEM  
KLEIDUNGSSTÜCK  
Hier erstanden  
passiert aber  
nicht



WAS T-Shirts

VON Lisa

GRÖSSE 36/38

SCHÖNSTES  
ERLEBNIS  
MIT DIESEM  
KLEIDUNGSSTÜCK



WAS Jacke

VON Marie

GRÖSSE M

SCHÖNSTES  
ERLEBNIS  
MIT DIESEM  
KLEIDUNGSSTÜCK  
Superbequem im  
ganzen Jahr =>

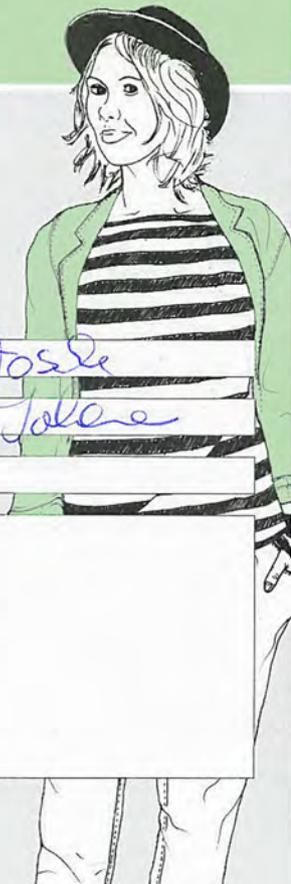


WAS Sommerkleid

VON Lena

GRÖSSE XS/S

SCHÖNSTES  
ERLEBNIS  
MIT DIESEM  
KLEIDUNGSSTÜCK  
Eis essen  
an einem  
Schönen ♡  
Sommertag  
☀️



WAS Joste

VON Jolene

GRÖSSE

SCHÖNSTES  
ERLEBNIS  
MIT DIESEM  
KLEIDUNGSSTÜCK

Heike Derwanz

## Kleidertausch – Kleiderrausch

### Fragen an unsere Beziehung zu Kleidung am Beispiel öffentlicher Kleidertauschpartys

**A**uf den Kleidertauschpartys von Greenpeace in Hamburg werden am Eingang kleine Anhänger ausgegeben, auf denen man die Spalten »Was«, »Von«, »Größe« und »Schönstes Erlebnis mit diesem Kleidungsstück« ausfüllen kann. Die Anhänger sollen dabei helfen, auf den großen anonymen Tauschpartys die Kleidungsstücke mit einer persönlichen Geschichte und einem individuellen Wert zu versehen. In wenigen Stunden tauschen rund 600 Menschen maximal zehn mitgebrachte Kleidungsstücke miteinander und können später bis zu zehn Stücke wieder mit nach Hause nehmen. Viele Menschen, Schnelligkeit und Überraschungen im Sekundentakt charakterisieren diese Partys, die sich mit Internetplattformen wie *www.kleiderkreisel.de* parallel zu den schnellen Konsumzyklen der Fast-Fashion-Käufe entwickelten. Die Organisation und Ausrichtung der Partys erfolgt nach den Vorstellungen der Ausrichter, der Begriff des »Tausches« wird vielfältig und offen interpretiert. Ich möchte öffentliche Kleidertauschpartys mit über 100 Gästen zum Anlass nehmen, um aus der Perspektive der Kulturanthropologie des Textilen über die Beziehung von Kleidung und Verbraucher\*innen in der post-industriellen Überflussgesellschaft nachzudenken. Zwei Aspekte sind dabei besonders interessant: erstens, welche Beziehung zu unserer Kleidung sich darin ausdrückt und ob zweitens durch die Zirkulation des Tausches der Wert der Objekte steigt, wie es Simmel und später Appadurai beschreiben.<sup>1</sup> Die Antworten auf den Anhängern, die ich im Rah-

men einer ethnographischen Feldforschung als Helferin und Besucherin auf Tauschpartys von Greenpeace sammelte, dienen als Raster, die »Erlebnisse mit diesem Kleidungsstück« zu beschreiben. Sie gliedern im Folgenden als Zitate die Textteile und werden durch weitere Daten von fünf anderen Anbietern regelmäßiger Partys<sup>3</sup> in Hamburg sowie einer Bachelorarbeit<sup>2</sup> ergänzt.

#### T-Shirt // Dominika // 36 //

#### Mein erstes getauschtes Ding

Seit 2015 unterstützt die internationale Umweltschutzorganisation Greenpeace über ihre Kampagne der Konsumbotschafter nachhaltiges Verhalten von Verbraucher\*innen. Um eine Identifikation zu erreichen, werden unterschiedliche Typen von Verbraucher\*innen als gezeichnete Charaktere dargestellt, die in persönlichen Statements auf Handlungsmöglichkeiten wie Reparieren, Tauschen oder Leihen verweisen. Das Tauschen wird nicht nur den Verbraucher\*innen im privaten Rahmen überlassen, sondern von den regionalen Greenpeace-Gruppen in Deutschland durch öffentliche Tauschpartys »gelehrt«. Greenpeace vollzog damit eine Wende: Hat die Organisation ab 2011 noch in der Detox-Kampagne die Textilindustrie mit ihren Aktionen zu Veränderungen gezwungen, steht nun das Konsumverhalten der Verbraucher\*innen selbst im Fokus.<sup>4</sup> Ohne offen Konsumverzicht zu fordern, promotet Greenpeace seit 2015 die gesamte Bandbreite der Konsumalternativen zur *Fast Fashion* durch Wissensvermittlung, aber eben auch durch praktische Umsetzung.

Greenpeace reagiert damit auf einen urbanen Trend und das große Interesse der Öffentlichkeit an

<< **Abb. 1:** Hangtags einer Greenpeace-Tauschparty, Hamburg 5. Dezember 2015.



Abb. 2: Werbetafel mit Konsumbotschafter und Warteschlange, Greenpeace-Tauschparty, Hamburg 5. Dezember 2015.

Kleidertauschpartys im globalen Norden, d. h. in den reichen Industrieländern Nordamerikas, Europas und Asiens. Denn sie vermitteln die nachhaltigste Form der Wiederverwertung von Altkleidung durch Rezirkulation des gesamten Kleidungsstücks.<sup>5</sup> Ohne weitere Energie zuführen zu müssen oder lange Transportwege auf sich zu nehmen, werden Kleidungsstücke als das weiter getragen, was sie ursprünglich waren. Durch populäre Medien wie das Buch *Green is the new black* von Tamsin Blanchard 2007 oder Beiträge in Mode- oder Lifestyleblogs<sup>6</sup> wurde der Nachhaltigkeitsgedanke der Kleidertauschpartys mit finanziellen Überlegungen verschränkt, wie folgendes Zitat einer Tauschpartybesucherin beschreibt:

»Ich mag Shoppen überhaupt nicht. Weil ich halt immer so dieses Preis-Leistungs- und dann auch noch Nachhaltigkeits-Ding im Kopf hab', und dann immer irgendeine Bilanz in meinem Kopf aufstelle und mich dann meistens gegen alles entscheide. Und hier

ist es halt so: Ich zahl' dafür nichts, ich weiß, dass ich nichts Neues kaufe, dass ich nicht nochmal Kinderarbeit irgendwo unterstütze und Chemikalienproduktion.«<sup>7</sup>

**Top // Lena // 40 (S–M) //  
Gehörte mal meiner Mama. Perfekt an  
heißen Sommertagen**

Historische Untersuchungen belegen, dass das Tauschen von Kleidung schon immer existierte: vor allem innerhalb von Familien und Haushalten.<sup>8</sup> Doch ab Mitte der 1990er-Jahre minimierte sich die materielle und finanzielle Notwendigkeit zum Tausch durch günstige Massenware ein weiteres Mal seit der Einführung der Massenkonfektionsware am Ende des 19. Jahrhunderts. Eine gut organisierte Versorgungs- und Entsorgungsstruktur unterstützte zudem die Gewöhnung an schnelle Käufe und kurze Gebrauchs-

phasen.<sup>9</sup> Auch den internationalen Second-Hand-Handel gibt es schon seit Jahrhunderten.<sup>10</sup> Er unterscheidet sich von den Tauschpartys, indem eine Übersetzung in kommerzielle Werte stattfindet.

Der Begriff ›Tauschparty‹ definiert zunächst keine eindeutige Form des Tauschs von Kleidung. Form und Organisation werden jedoch stark diskutiert und von vielen Organisator\*innen in der Praxis ständig optimiert, wie die Interviews und zahlreiche Anleitungen in Büchern und Blogs dokumentieren. Die Erwartungen der Besucher\*innen der von mir untersuchten Partys zeigen Wünsche nach Äquivalenz der getauschten Stücke und Hochwertigkeit, die als Gegensatz zum teilweise mitgebrachten ›Ramsch‹ gesehen wird. In mythologisierender Weise wird von Partybesucher\*innen »die schöne Idee des gleichwertigen Tausches«<sup>11</sup> dabei angemahnt.

Auf den öffentlichen Partys erfolgt am Anfang eine anonyme eigene Auslage oder Sammlung der Kleidung, so dass im Unterschied zu Kleidertauschpartys im Freundeskreis kein direkter Tausch zwischen zwei Menschen stattfindet. Von einem Gabentausch, der eine soziale Bindung zwischen den Menschen erzielt, kann deshalb nicht gesprochen werden, eher vom Anhäufen eines kollektiven Reservoirs. Ich möchte deshalb die These aufstellen, dass es sich um eine neue soziale Praktik handelt, die durch den Überfluss an Kleidung entstanden ist und die hier eingeübt werden muss, wie folgendes Zitat illustriert:

»Und die waren dann zum ersten Mal da. Meine kleine Cousine war dann irgendwie 14, die war total verschüchtert, und meine große Cousine meinte so: Hä? Kann ich mir jetzt ... also sie konnte das nicht begreifen, dass man sich einfach die Sachen nimmt, ohne dafür zu bezahlen, oder sonst was. Und dann meinte ich so: Hier, gefällt dir das? Nimm mit.«<sup>12</sup>

Indem die Regeln des Tauschs von den Organisator\*innen bestimmt werden, lassen Tauschpartys einen alternativen Konsumraum entstehen. Wie oben beschrieben, handelt es sich nicht um einen Tauschhandel, denn es wird nicht ›gehandelt‹ und kein monetäres oder anderes ausgehandeltes Äquivalent gegeben, sondern um eine Alternative zum alltäglichen, eingeübten Kaufen.

Eine Tauschpartyveranstalterin erzählt: »Ja, das Gute ist ja, es ist ja 'ne absolute Win-Win-Situation. Weil das, was man gibt, will man ja aber gar nicht mehr. Also es ist kein ... wie Geld. Also es ist nicht wie

Geld, dass es einem jetzt irgendwie weh tut, wenn man Geld ausgibt. Sondern man will's nicht mehr. Es ist ein positives Weggeben, weil man hat Platz im Schrank. Und dann kriegt man auch noch neue Sachen für umsonst dafür.«<sup>13</sup>

Es scheinen stattdessen die Aspekte eines Warentauschs zu gelten, wenn es beim »Warentausch um das Festlegen von Gleichwertigkeit zwischen Objekten geht, während bei Gaben die Verhältnisse zwischen Menschen im Vordergrund stehen«,<sup>14</sup> wie es die ethnographische Tauschtheorie vermittelt. Durch die Abgabe von Kleidungsstücken ist das Mitnehmen anderer legitimiert. Doch das Zitat der Tauschpartyveranstalterin sowie zahllose andere Kommentare machen deutlich, dass Altkleider eben nur sehr schwer objektiv zu bewerten sind. In ihrem Zitat erfolgt verbal eine Entwertung indem man, ›das was man nicht mehr haben will, gegen etwas tauscht, ›was umsonst ist‹. Man eignet sich die Stücke an, weil trotzdem ein Wert darin gesehen wird und sie im eigenen Kleiderschrank ›neu‹ sein werden. Man könnte den Wert der Kleidung auf den Partys als in einer Übergangsphase schwebend bezeichnen, von der ehemaligen Besitzer\*in getrennt und noch nicht wieder von einer neuen Person positiv bewertet.

### **Pullover // Niklas // M // Hat mich im Winter warm gehalten**

Kleidung erfüllt verschiedene soziale und materielle Funktionen, wie zum Beispiel den Schutz vor Kälte. Doch unser Körper schreibt sich auch in die Kleidungsstücke ein. Körperformen bilden sich ab, Körpergerüche haften den Stücken an und Abnutzungserscheinungen zeigen sich. Der Erwerb gebrauchter Kleidung unterscheidet sich deshalb von dem anderer Gebrauchsgegenstände. Die Existenz der Vorbesitzer wirkt sich, außer bei Celebrity-Stücken, gerade negativ auf den Wert der Kleidung aus. Auf dem Altkleidermarkt werden diese Nutzungs- und Gebrauchsspuren genutzt, um die Kleidungsstücke zu bewerten und verschiedenen Verwertungswegen zuzuordnen.<sup>15</sup> Auf den Kleidertauschpartys entscheiden die Gäste, welche Sachen sie mitbringen und die Organisator\*innen sortieren dann höchstens nach Flecken oder Löchern aus. Da Stücke mit starken Gebrauchsspuren aussortiert werden, kann man davon ausgehen, dass Kleidung im Tauschprozess vor allem über den Stil

bewertet wird. So sind viele Kleidungsstücke auf den Partys von einer ästhetischen Obsoleszenz betroffen, die nicht auf materielle Funktionen zurückzuführen ist. Die Bemerkung des Tauschpartybesuchers Niklas, dass ihn der Pullover warmgehalten hätte, führt beispielsweise zur provozierenden Frage, warum der Pullover nicht auch im nächsten Winter noch warm halten könne? Die materielle Eigenschaft des Pull-overs hat sich nicht verändert, nur der persönliche Wert für den Träger. In den vielfachen Prozessen des Sortierens auf Kleidertauschpartys durch Gastgeber\*innen und Gäste werden sozial strukturierte Geschmäcker und Moden performativ umgesetzt und tragen trotzdem zu einer Pluralisierung des Angebots an Kleidung bei. Wie im Second-Hand-Handel entfaltet sich auf den Partys ein modisches Potenzial außerhalb der aktuellen Kollektionen im ersten Konsumkreislauf.

Die Kleidung wird jeweils aufgrund einer aktuellen Bewertung doppelt sortiert: erstens im Haushalt, wo neben der materiellen Beschaffenheit noch Erfahrungen mit dem Kleidungsstück verknüpft sind und zweitens auf der Tauschparty, wo die immaterielle Geschichte und der damit verknüpfte emotionale Wert der Kleidungsstücke nicht mehr sichtbar ist. Der Greenpeace-Anhänger dreht genau diesen Prozess um und ahmt den privaten Tausch nach: Um das Kleidungsstück in der Masse der Altkleider individuell zu markieren, wird es anhand der Hangtags über den Vorbesitzer und seine Erfahrungen personalisiert.

### **T-Shirt // Jan // M // Hat mehr als ein Jahr in Australien überstanden**

Der Altkleiderhandel steht durch die sich stetig verringende Qualität der Kleidungsstücke vermehrt unter Druck, da diese oft nicht mehr für einen weiteren Lebenszyklus nutzbar sind. Gerade *Fast-Fashion*-Kleidung ist durch eine geringe Qualität der Stoffe und der Verarbeitung gekennzeichnet und gerade Käufer\*innen dieser Ware strömen auf die Partys. In meiner Forschung habe ich mich neben den handelnden Menschen besonders für die Eigenschaften der mitgebrachten Kleidung interessiert, die durch die Schnelligkeit und die Menge der getauschten Kleidungsstücke während des Tauschens sehr schwer zu belegen sind. Eine Auszählung dokumentiert die Kleidungsmarken, die mit mindestens zwei Stücken

nach zwei unterschiedlichen Partys übrig blieben: *Atmosphäre, C&A, Clockhouse, Canda, Colors of the World, Esprit, Fishbone, H&M, Madonna, Only, Orsay, Pimkie, Primark, Street One, Vero Moda, Yessica, Zara*.<sup>16</sup> Eine der Partyveranstalter\*innen kommentiert, dass sie den Sachen oft ansieht, dass sie übrig bleiben werden, nur hat sie nicht die »Manpower oder die Zeit«,<sup>17</sup> zu sortieren. Folgender Eindruck, der auf der Facebook-Seite von Greenpeace geschildert wird und nicht auf diese beiden Partys bezogen ist, ist deshalb ein typischer:

»Leider hatte ich dieses Mal das Gefühl, dass es viel ›Ramsch‹ gab. Vielleicht hab' ich eine schlechte Zeit erwischt, aber ich habe acht echt hochwertige Teile abgegeben (die ich z. B. auch sonst bei Kleiderkreisel verkaufen würde), und fand ein Meer von eher ollen, billigen, verwaschenen, fusseligen T-Shirts und Pullis vor.«<sup>18</sup>

Die Enttäuschung, dass nicht gleichwertig oder höherwertig getauscht werden konnte, zeigt das Bewusstsein für den Wert von Altkleidung und das Wissen um noch weitere alternative Verwertungsformen. Die auf den Partys entstehenden Reste an Altkleidung spenden alle von mir interviewten Veranstalter an karitative Organisationen.<sup>19</sup>

### **Hose // Vanessa // 36–38 // Ich hab die geschenkt bekommen und finde sie potthässlich – deshalb ist mein schönstes Erlebnis, sie heute los zu werden**

Trotz des häufig geäußerten Eindrucks, dass die Sachen »nicht mehr gut genug sind, von mir getragen zu werden«,<sup>20</sup> leben die Tauschpartys von der Illusion, dass andere dieses Trendempfinden »noch« nicht haben. Die Machtkomponente einer Geber- und Nehmerbeziehung zeigt sich hier:

»Weil man ja irgendwie es selber nicht mehr so mag und ob das dann noch jemand anders mögen könnte. Ich muss auch sagen, das find ich jetzt eigentlich das Schönste an dem ganzen Tag, dass ich am Ende gesehen hab: meine Sachen haben irgendwie 'nen neuen Träger gefunden, anscheinend. Dass es noch jemand anderem anscheinend gefällt.«<sup>21</sup>

Besucher\*innen nutzen die Partys, um mit einem guten Gewissen, ihre Kleidungsstücke auszutauschen oder auch nur abzugeben. Denn viele haben das ausgesprochene Ziel, weniger Kleidung mitzunehmen

als sie gebracht haben.<sup>22</sup> Ebenso wie die Betonung des Karitativen in Altkleidersammlungen, ist auf Kleidertauschpartys das schlechte Gewissen beruhigt. Der Anstoß zum Aussortieren ist jedoch meist der Mangel an Platz,<sup>23</sup> der wieder durch Neukäufe aufgefüllt wird, so eine Befürchtung der Helfer\*innen bei Greenpeace.<sup>24</sup> Die englische Konsumwissenschaftlerin Louise Crewe sieht darin die Funktionsweise der Fast Fashion, durch die sich nicht nur die Produktion, sondern auch der Konsum dynamisiert: »Disposable fashion is unsettling, objects become expendable, things feel impermanent and consumers become restless awaiting the next quick fix, a fix that ultimately rarely satisfies. We are left hungry, wanting, desiring the next purchase.«<sup>25</sup> Damit würden die Kleidertauschpartys den Konsum der einzelnen Verbraucher\*innen weiter erhöhen, aber eben ohne Sozial- und Umweltkosten. Aus dieser Perspektive wäre, ähnlich, wie es der deutsche Soziologe Stephan Lorenz beschreibt,<sup>26</sup> die Kleidertauschparty ein finanzielles und moralisches Mittel den eigenen Überkonsum zu kanalisieren und moralisch zu legitimieren.<sup>27</sup>

### Jacke // Käthe // 36 //

#### Hier ertauscht, passt aber nicht

Auf den Tauschpartys werden Stücke schnell mitgenommen und auf einer nächsten wieder zurückgebracht.<sup>28</sup> Entscheidungen müssen, wie beim Schlussverkauf, zügig getroffen werden, denn wenn neue Sachen durch neue Gäste hingelegt werden, sind die »besten« Stücke in wenigen Sekunden weg.<sup>29</sup> Diese unerwarteten Momente gehören zu den vielen emergenten Faktoren der Partys, die gleichzeitig den Spaß ausmachen. Wie beim Kauf in Second-Hand-Läden oder auf dem Flohmarkt entsteht er durch das »uncovering the unexpected«.<sup>30</sup> Um eine größere Auswahl zu haben, bleiben deshalb die regelmäßigen Tauschparty-Besucher\*innen lange und warten,<sup>31</sup> teilweise über die gesamte Länge der Party.<sup>32</sup> Die Atmosphäre, wenn viele neue Kleidungsstücke reinkommen und es deshalb viel zu entdecken gibt, gleicht einem Rausch. Besucher\*innen beschreiben ihn so:

»Das war halt ja auch so, dass man da immer so angstachelt war, dann nochmal und nochmal und nochmal zu gucken. Weil mit jeder neuen Person, die reinkommt halt neue Kleidung kam. Das ist ja sonst gar nicht mal so im normalen Second-Hand-Laden. Da

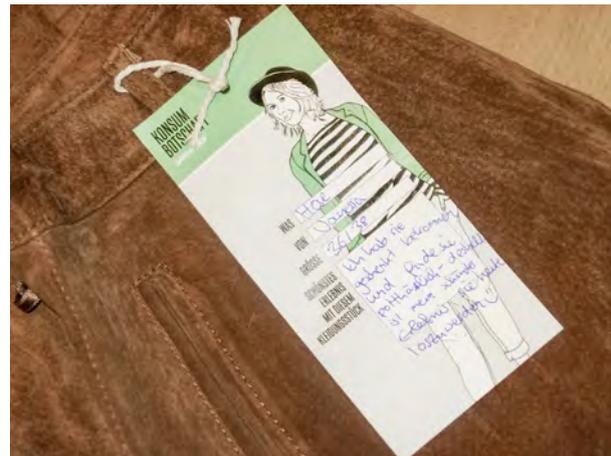


Abb. 3: Hochwertige Lederhose mit Hangtag, Greenpeace-Tauschparty, Hamburg 16. Januar 2016.

geh'ste halt einmal durch und guckst alles durch und wenn nichts ist, dann halt nicht. Aber bei der Tauschparty, ja, da konntest du ja immer wieder durchgehen, [...] jetzt kann man dem Rausch hier auch so ein bisschen nachgehen.«<sup>33</sup>

In einem anderen Interview heißt es dazu: »Also, die Hemmschwelle ist geringer, da was mitzunehmen, wo man sich eigentlich unsicher ist, ob man es dann wirklich trägt.«<sup>34</sup> Der Besuch der Partys kann also unter Umständen zu einer Erhöhung des Konsumzyklus führen und gleichzeitig eine Entwertung der Kleidung mit sich bringen, die man umsonst mitgenommen hat. Die weitere Zirkulation auf der nächsten Party ist der Ausweg. Die Gefühle dazu sind manchmal ambivalent, wie eine Teilnehmerin feststellt: »Also ich bin fassungslos, was für tolle Sachen die Leute dahin bringen. Ich sag: Sind die alle verrückt? Die sind für mich verrückt! Die teuersten Sachen teilweise gefunden! In was für 'nem Überfluss leben wir!«<sup>35</sup>

Im Second-Hand-Sektor könnte sich durch den günstigeren Preis von Markenkleidung, die auf den Partys sogar umsonst ist,<sup>36</sup> der Konsum ins »Exzessive« steigern, wie schon Nicky Gregson und Louise Crewe in ihrem Buch *SecondHand Cultures* beschreiben: »Far from being anti-consumerist then, for some these second-hand worlds are attractive precisely because they enable, even legitimize, »excessive« consumption of that that confers respectability and status, the brand and the label.«<sup>37</sup> Über die Rausch-Atmosphäre und die Auswirkungen auf den Konsum wird in der Gruppe der Veranstalter\*innen bei Greenpeace sehr kritisch diskutiert, da sie ihren Intentionen



Abb. 4: Ausstattung und Reste nach einer Greenpeace-Tauschparty, Hamburg 16. Januar 2016.

zuwider laufen könnten. Auf der Facebook-Seite positionieren sie sich zu diesem Aspekt der Partys:

»Wir veranstalten Kleidertauschpartys, um der zerstörerischen Mentalität des ›Immer-Mehr‹ etwas entgegen zu setzen. Unsere Kleidertauschpartys sollen ein Ort des bewussteren Umgangs mit Konsum im Allgemeinen und Kleidung im Speziellen sein. Wir wollen keine ›Grabsch-Wühltisch-Atmosphäre‹ bei unseren Veranstaltungen.«<sup>38</sup>

### **Bluse // Mia // 38? //**

#### **leider nicht: Du kannst ja welche machen**

Die Gäste auf Kleidertauschpartys haben einen sehr hohen Anspruch an die Organisation, der sich in den sozialen Medien spiegelt. Die Veranstalter\*innen jedoch haben unterschiedliche Motive, die Partys anzubieten, vom Community-Event zur Versorgung mit neuen ›Partykleidern‹ über die Versorgung bedürfti-

ger Menschen bis hin zur Vermittlung von Nachhaltigkeit. Auf Greenpeace-Partys werden über Filme, ausgelegte Broschüren und Upcycling-Stationen weitere Praktiken und Wissen zu nachhaltigem Umgang vermittelt. Die Hauptarbeit aller Partyveranstalter\*innen liegt jedoch darin, den Fluss an Menschen und Objekten zu steuern und so zu ordnen, dass die Kleidung nicht entwertet und nicht als Ramsch empfunden wird. Gebrauchsspuren entscheiden neben der dominierenden stilistischen Einordnung, ob ein Stück getauscht werden kann oder als Rest übrig bleibt. Marken dienen dabei als positive Orientierung. Der tatsächliche materielle Wert der Kleidung spielt jedoch kaum eine Rolle, er tritt neben den ästhetischen Merkmalen in den Hintergrund. »Cost, value and the worth of objects have become confused«<sup>39</sup> schreibt Louise Crewe und weist damit darauf hin, dass auch das allgemein verbreitete Wissen über Kleidung und textile Techniken mit ihrer Qualität abgenommen

hat. Heutige Erwachsene gewöhnen sich an immer niedrigere Preise und durch die Tauschpartys sogar daran, dass man sich umsonst mit Kleidung versorgen kann. Dies ist punktuell nachhaltig und sozial, doch verstärkt es die Talfahrt des Werts von Kleidung und schafft eine weitere, schnelle Konsummöglichkeit. Es verkürzt damit die persönliche Beziehung zur Bekleidung weiter.

Diese Entwicklung sehe ich in Korrelation zu drei wirtschaftlichen Entwicklungen: Zum einen dem Versuch der Verbraucher\*innen durch Tauschpartys als Form des *Urban Mining* ihre Wirkmächtigkeit in der Überflussgesellschaft außerhalb des Kaufs zu stärken. Ich habe zweitens gezeigt, dass im Sinne einer *Sharing Economy* von Seiten der Verbraucher\*innen kollektive Konsumerlebnisse ›mit Spaß, aber ohne Verantwortung‹ gewünscht sind und drittens im Sinne einer *Circular Economy* auch darauf gebaut wird, dass eine so große Masse an aussortierter Kleidung vorhanden ist. Die Partys vermitteln einen Eindruck davon, wie sich privater Überkonsum kollektiv summiert. Die Kleidung wird hier ohne festen Tauschwert und ohne sich stabilisierende soziale Beziehungen weiter gereicht. Durch sie eröffnen sich alternative Konsumräume, durch die sich wenige Individuen fast ausschließlich mit gebrauchter Kleidung versorgen können und in denen viele andere die gesellschaftliche Partizipation durch Kleidung neu erlernen. Große öffentliche Tauschpartys sind faszinierende Erlebnisse, die es im Strudel der ökonomischen Entwicklungen nicht vermögen, den Wert von Kleidung zu steigern. Sie können zeigen, dass unsere Beziehung zu Kleidung im Gebrauch weniger eng und weniger komplex zu werden scheint.

---

### Zusammenfassung

Der Artikel nimmt öffentliche Kleidertauschpartys mit über 100 Gästen zum Anlass, um aus der Perspektive der Kulturanthropologie des Textilen über die Beziehung von Kleidung und Verbraucher\*innen in der post-industriellen Überflussgesellschaft nachzudenken. Seit circa zwanzig Jahren haben sich die Verbraucher\*innen durch *Fast Fashion* an immer niedrigere Preise für Kleidung gewöhnt und nun bieten die Partys sogar eine Versorgung mit Kleidung an, die ohne monetären und manchmal sogar ohne Tauschgegenstand funktioniert. Dies ist zunächst nachhaltig und sozial, doch verstärkt es die Talfahrt des Werts von Kleidung und verkürzt die persönliche Beziehung zu ihr. Zwei Aspekte werden deshalb diskutiert: erstens, wie sich Veränderungen in der subjektiven Beziehung zu Kleidung in den Tauschpartys ausdrücken und zweitens welche Effekte das öffentliche anonyme Tauschen auf den Wert der Objekte hat.

### Summary

#### **Clothes Swap – Clothes Ecstasy. Questioning our relationship with garments by examining public clothes swap parties**

Public clothes swap parties with more than 100 participants will be used as a starting point to examine the relationship between consumers and clothes in post-industrial affluent society. For about twenty years, ›fast fashion‹ has been accustoming consumers to ever decreasing prices for garments. Now swap parties offer a way of obtaining clothes without the exchange of money. Initially this appears both sustainable and social, but it also accelerates the reduction in the value of clothes as well as the personal relationship with garments. Two aspects will be examined from an anthropological perspective: how changing subjective relationships to garments are expressed in clothes swap parties and the effect of this public, anonymous exchange on the value of the objects.

---

## Anmerkungen

- 1 Siehe: SIMMEL, Georg: Philosophische Kultur. Mit einem Text von Jürgen Habermas »Simmel als Zeitdiagnostiker«, Frankfurt am Main 2008, S. 184; APPADURAI, Arjun: *The Social Life of Things. Commodities in Cultural Perspective*, Cambridge 1986, S. 3; vgl. auch GRAEBER, David: *Die falsche Münze unserer Träume. Wert, Tausch und menschliches Handeln*, Zürich 2012, S. 66; zusammenfassend GREGORY, Chris A.: *Exchange*, in: CARRIER, James G./GEWERTZ, Deborah B. (Hg.), *The Handbook of Socio-Cultural Anthropology*, London u. a. 2013, S. 209–226, hier S. 220.
- 2 Ich danke Katharina Sophia Berger und Friderike Mieß für die Diskussion und das Bereitstellen ihrer Bachelorarbeit »Reingetauscht. Umgang mit Secondhandkleidung am Beispiel einer Kleidertauschparty«, Institut für Materielle Kultur, Carl von Ossietzky Universität Oldenburg, Oldenburg 2009.
- 3 Für die Datensammlung nahm ich zwischen 2015 und 2016 in Hamburg wiederholt an öffentlichen Tauschpartys von Greenpeace, dem BUND, der Initiative »*Wir wollen es anders*«, dem Kulturzentrum *Motte* und den privaten Initiativen *TauschRock* und *TauschRausch* teil. Ich besuchte auch einzeln organisierte Tauschpartys zum Beispiel in einer Bar, die für sich werben wollte (Protokoll HD, 29.09.15). Auf allen Veranstaltungen nahm ich neben der teilnehmenden Beobachtung auch Interviews auf, die mit mittlerer Transkriptionsgenauigkeit transkribiert wurden.
- 4 Die Kampagne wird auf der Webseite von Greenpeace mit einem jeweils aktualisierten Text dargestellt, siehe <https://www.greenpeace.de/kampagnen/detox>, abgerufen am 31.01.2017.
- 5 Nachhaltigkeit und Kleidung ist seit den 2000er-Jahren eine Forschungsrichtung in Europa und Amerika. Am bekanntesten sind die Publikationen der Engländerin Kate Fletcher, die aus der Perspektive der Designforschung schreibt. Sie hat neben der Pflege im Haushalt drei Bereiche des nachhaltigen Umgangs der Verbraucher\*innen mit Altkleidern definiert: *reuse* – die Wiedernutzung mit dem gleichen Gebrauch durch Rezirkulation oder Wiederverkauf, *repair* – das ganze Produkt oder ein Teil werden bearbeitet, um sie so lang wie möglich in Gebrauch zu halten und schließlich *recycling* – die Nutzung des Materials zur Produktion anderer Güter. Siehe: FLETCHER, Kate: *Sustainable Fashion and Textiles. Design Journeys*, London/New York 2014, S. 117.
- 6 Organisationen wie *Oxfam* bieten Informationen, wie eine Kleidertauschparty organisiert werden kann (<http://www.oxfam.org.uk/fashion-blog/2016/05/swap-party>, abgerufen am 07.02.2017), die größte Aufmerksamkeit wurde jedoch über private Mode-Blogs generiert, z. B. mit Artikeln wie »How to host your own clothes swap party« (z. B. Led by Lucy: <http://www.ledbylucy.com/fashion-and-beauty/how-to-host-your-own-clothes-swap-party/>, abgerufen am 07.02.2017). Die präzisen Anleitungen zur Organisation der Partys sollen sozialen Spannungen beim Tauschen vorbeugen und eine geregelte Verteilung der Kleidung ermöglichen. Siehe BLANCHARD, Tamsin: *Green is the New Black*, London 2008, S. 137–140.
- 7 Interview HD: Studentin, 29.05.2016.
- 8 Siehe: STRASSER, Susan: *Waste and Want: A Social History of Trash*, New York 1999, S. 48–52; WAGENER-BÖCK, Nadine: *Generation, Garderobe, Geschlecht: Kleiderpraxis bei Mutter-Tochter-Paaren*, Göttingen 2015. Einer englischen Studie zufolge, ist diese Weitergabe zwar immer noch bedeutend, aber verringert sich; vgl. DEFRA: *Maximizing Reuse and Recycling of UK Clothing and Textiles*, 2009. [http://randd.defra.gov.uk/Document.aspx?Document=EV0421\\_8745\\_FRP.pdf](http://randd.defra.gov.uk/Document.aspx?Document=EV0421_8745_FRP.pdf), abgerufen am 10.08.2016, S. ii.
- 9 Zur gegenseitigen Beeinflussung von Alltagspraktiken und Infrastrukturen, siehe SHOVE, Elizabeth: *Comfort, Cleanliness, Convenience. The Social Organization of Normality*, Oxford/New York 2003.
- 10 Vgl. zum Beispiel: McROBBIE, Angela (Hg.): *Zoot Suits and Second Hand Dresses. An Anthology of Fashion and Music*, London 1989; STÖGER, Georg: *Disorderly Practices in the Early Modern Urban Second-Hand Trade (Sixteenth to Early Nineteenth Centuries)*, in: BUCHLER, Thomas/HOFFMANN-REHNITZ, Philipp (Hg.), *Shadow Economies and Irregular Work in Urban Europe. 16th to Early 20th Centuries*, Wien 2011, S. 141–63; LEMIRE, Beverly: *Budgeting for Everyday Life. Gender Strategies, Material Practice and Institutional Innovation in Nineteenth Century Britain*, in: *Eurozine*, 30 (2012), S. 1–13.
- 11 Kommentar auf Facebook: 05.12.2016 um 4.49 Uhr, [https://www.facebook.com/events/180841588920410/?active\\_tab=posts](https://www.facebook.com/events/180841588920410/?active_tab=posts), abgerufen am 10.08.2016.
- 12 Interview HD: Hamburger Tauschpartyveranstalterin II, 30.03.2016.
- 13 Interview HD: Hamburger Tauschpartyveranstalterin II, 30.03.2016.
- 14 GRAEBER, *Die falsche Münze* (wie Anm. 1), S. 62.
- 15 DERWANZ, Heike: »Teilen, tauschen, helfen?« Zur urbanen Kollektivnutzung von Kleidung, in: *Österreichische Zeitschrift für Kulturwissenschaft*, 3/4 (2015), S. 59–80.
- 16 Daten von Tauschrausch 22.02.2016 und Greenpeace im ökumenischen Forum am 25.06.2016. Hinter vielen dieser Marken verstecken sich die gleichen Ladenketten; so gehören *Canda*, *Clockhouse* und *Yessica* zu *C&A*, *Colours of the World* zu *Takko* und *Fishbone* und *Madonna* zu *New Yorker*.
- 17 Interview HD: Hamburger Tauschpartyveranstalterin, 30.03.2016. Ich notiere in mein Feldforschungstagebuch nach einem Einsatz als Helferin: »ALLE schönen

- Sachen waren weg, ALLE guten Sachen waren weg.«, Protokoll HD: 16.01.2016.
- 18 Kommentar auf Facebook am 06.12.2016, [https://www.facebook.com/events/180841588920410/?active\\_tab=posts](https://www.facebook.com/events/180841588920410/?active_tab=posts), abgerufen am 10.08.2016.
- 19 Eine Veranstalterin sieht noch weiterhin die Ressource, die nur gesellschaftlich verteilt werden muss: »Ich seh' das nicht als Problem, weil ich den Müll auch grundsätzlich ja gar nicht als Problem sehe, sondern als Mehrwert wiederum für eben Menschen, die dann wirklich gar nichts haben. Wo ich glaube, denen ist es egal ob das jetzt 'ne Klamotte von *H&M* ist oder von *Jack Wolfskin*. Weil die vielleicht gar nicht das Bewusstsein dafür haben, sondern erstmal froh sind, wenn sie überhaupt was Neues zum Anziehen erstmal haben.«, Interview HD: Hamburger Tauschpartyveranstalterin II, 30.03.2016.
- 20 Siehe z. B. Textbeitrag »Der Subtext bei einem Kleidertausch unter Frauen ist komplex« von Sadie Stein, in: SHAPTON, Leanne/HETI, Sheila: Frauen und Kleider. Was wir tragen, was wir sind. Frankfurt am Main 2015, S. 391.
- 21 Interview HD: Studentin, 29.05.2016.
- 22 Interview HD: Tauschpartyveranstalterin III, 05.06.2016.
- 23 DEFRA: Maximizing Reuse (wie Anm. 7), hier S. 18.
- 24 Protokoll HD: 16.01.2016.
- 25 CREWE, Louise: Tailoring and Tweed. Mapping the Spaces of »Slow Fashion«, in: BRUZZI, Stella/GIBSON, Paula Church (Hg.), Fashion Cultures Revisited. Theories, Explorations and Analysis, London u. a. 2013, S. 200–214, hier S. 201.
- 26 LORENZ, Stephan: Von der Akteur-Netzwerk-Theorie zur prozeduralen Methodologie. Kleidung im Überfluss, in: STEGBAUER, Christian (Hg.), Netzwerkanalyse und Netzwerktheorie. Ein neues Paradigma in den Sozialwissenschaften, Wiesbaden 2008, S. 579–588.
- 27 Häufig tauchen auf den Partys auch Fehlkäufe auf, oder es werden ganze Fehlkaufpartys veranstaltet. Fehlkäufe sind die begehrten Stücke, die noch keine Gebrauchsspuren aufweisen und deshalb besonders interessant auf Tauschpartys sind.
- 28 Interview HD: Tauschpartyveranstalterin III, 05.06.2016.
- 29 Z. B. Protokoll HD: 22.02.2016.
- 30 GREGSON, Nicky/CREWE, Louise: Performance and Possession. Rethinking the Act of Purchase in the Light of the Car Boot Sale, in: Journal of Material Culture 2 (1997), S.241–263, hier S. 250.
- 31 Interview HD: Tauschpartyveranstalterin III, 05.06.2016.
- 32 Protokoll HD: 22.02.2016.
- 33 Interview Katharina Berger: Bremer Studentin, 01.07.2009, S. 10. Ich danke Friederike Miess und Katharina Berger für die Bereitstellung ihrer Bachelorarbeit »Reingetauscht. Umgang mit Secondhandkleidung am Beispiel einer Kleidertauschparty«, Universität Oldenburg, 30.09.2009.
- 34 Interview Katharina Berger: Bremer Studentin, 01.07.2009, S. 15.
- 35 Interview HD: Rentnerin, 22.05.2016.
- 36 Die Marke kommuniziert immer noch viel über den Wert auch von gebrauchter Kleidung, denn ihre Einordnung in Marktsegmente ist bekannt: »Ich glaube man hat dann da auch teilweise ein besseres Gefühl bei Second-Hand, wenn man da ja irgendwie auch irgendwie Marken günstig kriegt und irgendwie denkt, ja »woah« das ist jetzt aber ein Pullover, der irgendwie voll teuer war und jetzt kann ich den hier voll günstig kaufen.«, Interview Katharina Berger: Bremer Studentin, 01.07.2009, S. 19.
- 37 GREGSON, Nicky/CREWE, Louise: Second-Hand Cultures. Oxford/New York 2003, S. 198.
- 38 Kommentar auf Facebook am 06.12.2016, [https://www.facebook.com/events/180841588920410/?active\\_tab=posts](https://www.facebook.com/events/180841588920410/?active_tab=posts), abgerufen am 10.08.2016.
- 39 CREWE, Tailoring (wie Anm. 25), S. 201.

### Bildnachweis:

Abb. 1–4: Heike Derwanz