

netzwerk mode textil

nmt Jahrbuch
2018

Inhalt

Gundula Wolter	4
Wie wir wurden, was wir sind 10 Jahre <i>netzwerk mode textil e.V.</i>	
Maria Raid	10
Das Ambraser Hofämterspiel Kleidung als Ausdruck von Stand und Stellung in der höfischen Gesellschaft des 15. Jahrhunderts	
Dorothea Nicolai	22
Ohne Nadeln keine Theater-Festspiele Die Nadelherstellung in Aachen am Beispiel der Nadelfabrik <i>Leo Lammertz</i>	
Angelika Wöß	32
Die Theaterkostüme Eduard Josef Wimmer- Wisgrills und ihre Bedeutung für die Mode	
Thekla Weissengruber	48
dypol deductions /// Linz/Austria <i>Astrid Hofstetter & Renate Schuler</i>	
Katharina Tietze	68
»Kleider machen Leute« Der Modepavillon auf der <i>Schweizerischen Landesausstellung 1939</i>	
Regina Lösel	80
Der Saum – Textile Bewegung am Rand der Bekleidung	
Dagmar Venohr	92
Nähen im Netz Strategien vestimentärer Selbstverfertigung zwischen kommerzieller Abstinenz und rasantem Konsum	
Rezensionen	104
Autorinnenbiografien	119



Dagmar Venohr

Nähen im Netz

Strategien vestimentärer Selbstverfertigung zwischen kommerzieller Abstinenz und rasantem Konsum¹

Nähbloggen ist ein sich stetig ausbreitendes Phänomen des massenwirksamen Trends des Selbermachens, des *Do-It-Yourself*.² DIY-Nähblogs sind Special-Interest-Blogs, voller Kommentare und sehr stark verlinkt, sowohl untereinander als auch mittlerweile mit kommerziellen Werbepartnern.³ Inhaltlich geht es vor allem um intensiven Erfahrungsaustausch, detaillierte Nähanleitungen in Wort und Bild und somit auch um eine kollektive Wissensgenerierung und gemeinsames Lernen.⁴ Das Phänomen des Nähbloggens ist mir seit seinen Anfängen vertraut und aufgrund meiner jahrelangen Tätigkeit in einem Stoffgeschäft, in dem einige der Nähbloggerinnen einkauften, besteht zudem eine große persönliche Nähe und ein hohes Identifikationspotenzial mit dem Forschungsgegenstand.⁵ In diesem Beitrag werde ich aus kulturwissenschaftlicher, medienphilosophischer und modetheoretischer Perspektive untersuchen, inwieweit sich die Nähbloggerinnen der zunehmenden Verschränkung von artikulierten alternativen Konsumstrategien mit einer fortschreitenden kommerziellen Selbstverwertung und -disziplinierung bewusst werden, und inwieweit eine Reflexion die Wirkung der selbstermächtigenden Prozesse beeinflusst.⁶

Da die Szene inhaltlich sehr different und unüberschaubar groß ist, geht es im Folgenden nur um die, wie sie sich selbst nennen, *Nähnerds*⁷ im deutschsprachigen Raum, die insbesondere ihre eigene Kleidung selbst nähen. Es gibt circa tausend Aktive, von denen viele regelmäßig an diversen *Sew-Alongs* und Verlinkungs-Partys teilnehmen. *Sew-Alongs* sind gemeinsame Aktionen von *Nähnerds*, bei denen über einen längeren Zeitraum zu bestimmten Themen genäht wird,

zum Beispiel »Vom Laufsteg in den Kleiderschrank«.⁸ Eine besonders populäre Verlinkungs-Party ist der wöchentlich stattfindende »MeMadeMittwoch«⁹ mit durchschnittlich 150 Teilnehmenden: Als zentrales Vernetzungsmoment werden hier mittwochs kollektiv selbstgenähte Kleidungsstücke getragen, im Netz präsentiert und detailliert reflektiert.

Bei genauerer Betrachtung dieser Blogosphäre über einen längeren Zeitraum fällt auf, dass die beteiligten *Nähnerds* aufgrund ihrer eigenen Darstellungen der selbstgenähten Kleidung, ihres bekleideten Selbst in Bild und Text und der intensiven reflektierenden Bezugnahmen durch und auf die Anderen eine zunehmend selbstermächtigende Haltung einnehmen. Diesen Prozess bezeichne ich als VESTIMENTÄRE SELBSTVERFERTIGUNG.¹⁰ Der Begriff »Selbstverfertigung« bezieht sich sowohl auf die »allmähliche Verfertigung der Gedanken beim Reden«¹¹ Heinrich von Kleists (1777–1811) als auch auf die Verwendung des Begriffs in der Ratgeberliteratur des frühen 19. Jahrhunderts, in der unter anderem von der »Selbstverfertigung des weiblichen Putzes«¹² die Rede ist. Es geht bei der vestimentären Selbstverfertigung also um die Konzeptionalisierung der kleidungsspezifischen Verfertigung des Selbst beim Selbermachen der eigenen Kleidung und ihrer Darstellung sowie die des bekleideten Körpers im Nähblog.¹³

Bei der intensiven Reflexion des Handarbeitens, der Auseinandersetzung mit den eigenen Körperformen, der sehr persönlichen Vernetzung untereinander und der gegenseitigen Wertschätzung kommt es neben einer konsumkritischen Haltung und Reflexion



Abb. 2: *substanziellestoffsammlung ...vd: »gebügelt gefaltet gestapelt geliebt«* (2017), Detail.



Abb. 3: *reversiblerestressourcen ...vd: »bluejeans«* (2017), Detail.

des eigenen Handelns zunehmend zu einer Kommodifizierung und Kommerzialisierung des Nähbloggens selbst: Das präsentierte Eigene wird zur Ware und somit vermarktbar. Deswegen werden zunächst einige Strategien¹⁴ der *Nähnerds* vorgestellt, die darauf abzielen, das Begehren nach dem Ewig-Neuen zu kanalisieren, bevor anschließend versucht wird durch die genauere Analyse dessen, was KOMMERZIELLE ABSTINENZ, KOMMODIFIZIERUNG DES EIGENEN UND RASANTEN KONSUM wesentlich ausmacht, die Vision eines WERTSCHÄTZENDEN VERBRAUCHS aufzuzeigen.

Strategie I – Reglementieren durch Verzicht

»Stoffabbau, Austausch, gegenseitige Motivation« sind laut der Nähbloggerin *küstensocke* die Ziele der diesjährigen »Stoffdiät«.¹⁵ Es werden »Problemstoffe« diskutiert, das heißt es wird gemeinschaftlich analysiert, warum bestimmte Stoffe es noch nicht geschafft haben verarbeitet zu werden, und es werden »Strategien gegen die Rückfallgefahr«, erneut zu viele Stoffe zu kaufen, entwickelt.¹⁶ Das Habenwollen¹⁷ der *Nähnerds* ist vom Material inspiriert und auf ein mögliches Werden projiziert, auf Ideen, die das eigene Selbstbild betreffen und in der anvisierten Realisierung zum Ausdruck kommen sollen. Das Material stimuliert die Einbildungskraft, weckt die Sammelleidenschaft¹⁸ und erhöht letztlich den Schaffensdruck (Abb. 2). Denn Ideen wollen nicht nur gesammelt, sie wollen realisiert werden: Das Werden wird zum Ideal. So ist denn auch die Stoffdiät ein Weniger-Werden, das im doppelten Sinne das Haben-Wollen beflügelt: Die Stoffberge werden kleiner, die Garderobe größer, der Selbstgestaltungsspielraum weiter, und diese Veränderungen schaffen wiederum Platz für neue Ideen. Auf ihrem Blog beschreibt *elsasnäh(r)stoffe* dieses Phänomen folgendermaßen: »Stoffe kaufen ist ja wirklich was Feines – absolute Vorfreude, neue Ideen für Projekte ... Mein größtes Talent ist dabei aber, die Tatsache zu verdrängen, wie viel Zeit ich bräuchte, um die Pläne alle in die Realität umzusetzen. Logische Konsequenz: Meine Stoffberge wachsen und wachsen. Unzählige Male habe ich schon voller Überzeugung verkündet, dass ich ab jetzt keine Stoffe mehr kaufen werde – und bin meist keine zwei Tage später gescheitert. So ein bisschen ist es wirklich wie bei einer Diät: Gerade wenn man irgendetwas nicht haben kann/soll, will man es am meisten.«¹⁹ Das monetäre Potenzial,

das bereits in den Stoffbergen steckt, wird nicht thematisiert, ebenso wenig wie die damit verbundene Ressourcenbindung oder auch -verschwendung. Die konsumistische Maßlosigkeit gerät den *Nähnerds* nur selten in den Blick und wenn, dann meistens als verbindendes, gemeinsames Laster: die Stoffsucht. Die Nähbloggerin *marjakatz* nennt die Stoffdiät eine »FSK textile Deeskalation«²⁰ und benennt damit den Mechanismus der Kontrolle und des Sich-Selbst-Reglementierens als eine treibende Kraft.²¹ Die kollektive Stoffdiät bewirkt also durch das Weniger-Wollen, das Platz-Schaffen und das Endlich-Ideen-Realisieren somit letztlich auch eine Steigerung des Begehrens, nämlich ein erneutes Haben-Wollen und folglich ein Immer-mehr-Werden.

Strategie II – Profilieren mit Re-Fashion

»Wir sagen den angesammelten ausrangierten Jeanshosen den Kampf an – Mount Denim ade!«,²² so Katharina Chailaridis als *stitchydo*, Initiatorin des Jeans-Recycling-Projekts von 2016, das dieses Jahr in die Verlängerung geht und mittlerweile über vierhundert Verlinkungen hat (Abb. 4 und 5). In diesem Rahmen präsentieren zahlreiche Bloggerinnen ihre aus Jeansresten hergestellten Objekte jeglicher Art, viele Accessoires, aber auch Kleidungsstücke. Jeans-Recycling ist aufgrund der andauernden Omnipräsenz des Kleidungsstücks ein besonders verbreitetes Phänomen. Blue Jeans stehen wie kein anderes vestimentäres Material für das von Grund auf Neue. »Andersherum

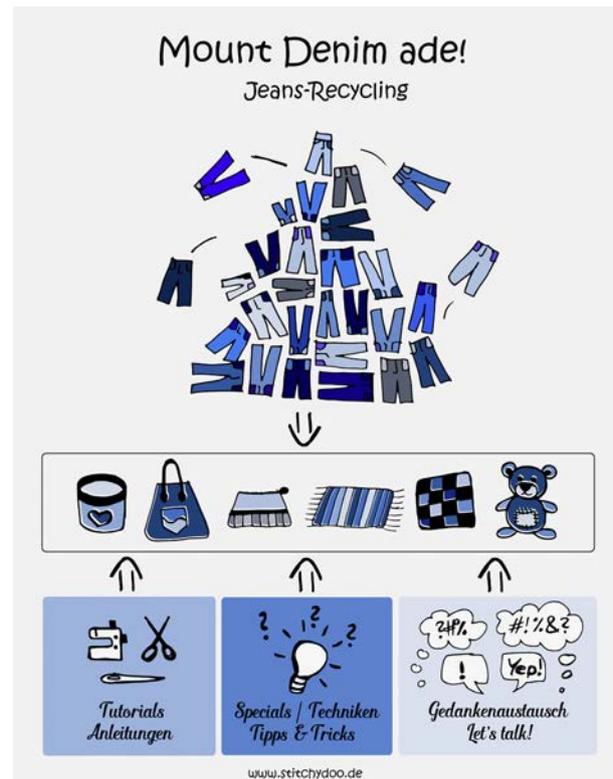


Abb. 4: Anleitung zu »Mount Denim ade! – Jeans-Recycling« (2016) von *stitchydo*, stitchydo.blogspot.de.

Abb. 5: Aufruf zur Aktion »Mount Denim ade! – Jeans-Recycling« (2016) von *stitchydo*, stitchydo.blogspot.de.

Abb. 6: *reversiblerestressourcen ...vd: »bluejeans«* (2017) und *»lesacdeclaudine«* (2013), Hamburg 2017.



betrachtet«, so die Modewissenschaftlerin Anna Schöber, »bleibt jede unserer Umbildungen eine verfehlte Repräsentation, eine unüberwindbare Verzerrung, durch die aber das Individuum oder die Gruppe, die sie produziert, erst die fiktionale Identität ihrer Kohärenz gewinnt.«²³ Das Ewig-Neue der Jeans und ihr stetiges *Recycling* sind somit auch als die ständige Erneuerung einer sozialen Vergewisserung von Gemeinschaft zu begreifen. »Aus alt mach anders«, formuliert es *allerleirauh*, die bei ihrem Projekt auch von einem gelungenen »Wiederbelebungsversuch« spricht.²⁴ *Re-Fashion* als Reanimation, als Umgestaltung dessen, was wir unter Mode verstehen, ist eine aktuelle Vision, die im *Recycling*, *Upcycling* und *Renewal*²⁵ steckt. Das Material wird als Ressource genutzt, um eine neue, andere Wertigkeit zu produzieren. Diese Umgestaltung kann als Profilierungsprozess verstanden werden, den sowohl das Produkt als auch seine Produzent*innen durchlaufen. Jedes gemeinschaftliche *Re-Use* ist somit auch eine gegenseitige Demonstration wertzuschätzender Ideale. *Re-Fashion* ist eine Aufwertung des Alten und produziert etwas Anderes als ein Neues: Der eigentliche Wert liegt im gemeinschaftlichen Erzeugen eines anderen Umgangs mit Kleidung und Mode.

Strategie III – Optimieren des Kleiderschranks

Die kritische Betrachtung des eigenen Kleiderschranks führt zu Selbstreflexion und -optimierung.²⁶ Die Optimierungsstrategien des Weniger,²⁷ Passender und Individueller werden nun beispielhaft anhand des »Minimalschranks«,²⁸ der »Kleiderschranks«²⁹ und des »Kopfkleiderschranks«³⁰ vorgestellt. Mit dem »Minimalschrank« möchte *machenstattkaufen* der täglichen Reizüberflutung ein Ende setzen: »Vor allem möchte ich nicht mehr darüber nachdenken müssen, was ich anziehe, weil mein Schrank so viele verschiedenen Möglichkeiten bietet, damit ich meine geistigen Kapazitäten für andere Dinge nutzen kann.«³¹ Der anvisierte, ultimative Inhalt soll uneingeschränkte Kombinationsmöglichkeiten bieten und zu vielen Gelegenheiten passen. Das nächste Optimierungsziel ist in Hinblick auf die Passform und die sich verändernden Körperformen zu verstehen, aber auch auf den Umfang des Kleidungsbesitzes sowie die Ausmaße des Schranks selbst. So macht sich *daskleinehaus* ihre »Kleiderschranks« zu der ganz grundlegenden Frage: »was zum teufel soll ich nur anziehen und nä-



Abb. 7: Screenshot des Posts »Kopfkleiderschrank verwirklicht. Und nun?« (2013) von crafteln, www.crafteln.de.

hen? mein leerer kleiderschrank lässt gerade sehr viel platz für grundlegendes.«³² Ausgehend von ihrer Aktion »Nähfragezeichen«³³ hat Meike Rensch-Bergner alias *crafteln* (Abb. 7) 2012 den Begriff »Kopfkleiderschrank« geprägt: Dieser »gibt uns die Möglichkeit, das Bedürfnis, genau die Kleider zu realisieren, von denen wir träumen, ernst zu nehmen.«³⁴ Es geht ihr also darum, sich ein individuelles vestimentäres Idealbild von sich selbst im Kopf zu schaffen, das dann realisiert werden soll. Sie beschreibt diesen Veränderungsprozess als eine ermächtigende Selbstverwirklichung: »Wenn eine Frau ihren Kopfkleiderschrank verwirklicht hat und Innen und Außen in Einklang sind, wenn die Menschen um sie herum sie so wahrnehmen, wie sie ist, wie sie sich fühlt, dann wird alles gut. So eine Frau wird authentisch sein und eine wunderbare Ausstrahlung haben, und das führt dazu, dass sie gesehen wird, dass sie erkannt wird, dass sie die Chancen bekommt, die sie verdient und dass das, was sie anpackt, gelingt. [...] Es gilt mit diesem Gefühl der Zufriedenheit, der Macht, etwas zu machen.«³⁵ Das kommentiert *Lucy in the Sky*, Constanze Derham alias *nahtzugabe*, folgendermaßen: »Und weißt du, was das bedeutet? Das ist Freiheit. Es gibt für die meisten von uns nicht sonderlich viele Gelegenheiten wirklich frei zu sein. Aber wenn man

sich für den Anfang wenigstens ein Gebiet erobert hat, halte ich es nicht für unwahrscheinlich, dass da noch mehr nachkommt.«³⁶

Die propagierten Strategien können demnach selbstermächtigend wirken, aber sind sie auch nachhaltig, breiten sie sich aus und etablieren sich? Oder ist es nicht eher so, wie es Elisabeth Chamberlain beschreibt: »It's the age-old struggle of counterculture: subversive movements want to get big, get noticed, get so loud and proud that people at the top start to get itchy. Yet getting popular means getting potentially profitable, and the mainstream likes money.«³⁷

KOMMERZIELLE ABSTINENZ meint bei den *Nähnerds* eine Abwendung vom Modesystem zugunsten einer eigenen Handelszone. Der Wert einer Sache wird anders verhandelt, die genähten Dinge bekommen ein Eigenleben. Ihre Entstehung, die Beweggründe ihrer Produktion, ihr Material und ihre Funktionalität werden hier nicht nur reflektierend dargestellt, sondern auch detailliert kommentiert und diskutiert. Über dieses prozessuale Eigenleben der Dinge entsteht ein Mehrwert, der von den Beteiligten als gegenseitige Wertschätzung wahrgenommen wird. Es handelt sich hierbei auch um eine ästhetische Wertschöpfung, die abseits von den Maßstäben des eigentlichen Modesystems³⁸ verortet wird, wie *lacouseuse* formuliert: »Ich nehme, was mir gefällt. Und lasse den Rest liegen. Ich habe den Eindruck, dass ich viel unabhängiger von ›der Mode‹ bin, seit ich nähe. [...] Kaufkleidung setzt mir

und meinem Ich enge Grenzen. Meine Nähwelt hat solche Grenzen nicht.«³⁹ Mit der Formel »Wertschätzung ist unsere Währung«⁴⁰ fasst Rensch-Bergner das Selbstverständnis der *Nähnerds* zusammen. Es geht dabei vor allem um eine Selbstwertsteigerung anhand der gegenseitigen konkreten und nachvollziehbaren sozialen und ästhetischen Anerkennung. Eine konkrete Bestätigung dieser Einschätzung findet sich beispielhaft in den Kommentaren zu *lacouseuse*, wenn *Emma* schreibt: »So ähnlich ging es mir schon lange durch den Kopf, von mir ließ es sich nur nicht so schön auf den Punkt bringen. Und mir gefällt das so gut, weil das ja nicht nur für gekaufte Kleidung gilt, sondern für Mode überhaupt, und das ist, finde ich, ein absolutes Privileg unserer Zeit.«⁴¹ In diesem Sinne wird hier durch die Versuche gemeinsamer kommerzieller Abstinenz ein persönlicher Selbstwert-Gewinn erzielt.⁴²

Auch die KOMMODIFIZIERUNG DES EIGENEN als neue Form materieller Teilhabe und der Konsum neuer, speziell für den wachsenden Markt der DIY-Szene produzierter Waren sind aktuelle Themen dieser Blogosphäre. Die Verbindung von persönlicher kreativer Leidenschaft und notwendigem Brotverdienst führt zu einer Vermischung der Interessen, zumal sich die Produktion der Waren, beispielsweise Bücher oder Schnittmuster, teilweise direkt aus der Tätigkeit des Bloggens generiert. Die Glaubwürdigkeit wird dadurch anzweifelbar, und es besteht die Gefahr, dass jene Authentizität verloren geht, die der eigentliche Kern dieser Allianz war. Die konkrete Akkumulation von Wissen im Nähblog *nahtzugabe* beschreibt Constanze Derham folgendermaßen: »Ohne diese Vernetzung mit der Nähcommunity, mit den vielen Frauen und wenigen Männern, die im Internet ihr Wissen über Textilien teilen, wäre dieses Buchprojekt nicht entstanden. Der Austausch, die fachkundigen Kommentare, das Interesse an Textilthemen und der Wunsch nach fundierten und schönen Nähbüchern jenseits des Einerleis der großen Verlage, ermutigten mich, das Materiallexikon *Stoff und Faden* anzugehen.«⁴³ Hier nimmt das Eigene und das Eigene der Anderen Warenform an. Das zuvor gemeinschaftlich gebildete Wissen fließt nun in das Produkt eines einzelnen *Nähnerds*. Ähnliches findet sich bei Rensch-Bergner, die ihr Blog um den *Schnittmusterkiosk* erweitert hat.⁴⁴ Die angebotenen Schnitte werden in *Sew-Along*s ausprobiert, detailliert diskutiert und darauf aufbauend modifiziert, kommo-



Abb. 8: Screenshot der »Mission 2011: Neues Leben für alte Kleider« (2011) von *nahtzugabe*, nahtzugabe.blogspot.de.



Abb. 9: *maximalemustermania ...vd: »gebügelt gefaltet gestapelt gezweifelt«* (2017).

difiziert und kommerzialisiert.⁴⁵ Das Eigene, das zuvor noch als selbstermächtigend und frei entfaltbar wahrgenommen wurde, wird nun gewinnbringend verhandelbar. Die Soziologin Lisa Wade formuliert die daran geknüpften Bedenken wie folgt: »When tokens of resistance can be bought and sold, rebellion becomes something you purchase and perform. The irony is that this [...] can actually connect you even deeper to the very structures you want to resist.«⁴⁶ Und dem lässt sich dann meist nur durch erneutes Mehrwerterschöpfen⁴⁷ begegnen, das wiederum kommodifiziert und rasant sinnentleert sehr schnell keine Rolle mehr im Inszenierungswahnsinn des ästhetischen Konsums spielt: Das Modesystem entfaltet so weiterhin seine sinnentleerende auf das Ewig-Neue setzende Wirkung.

Nicht nur die Modeproduktion an sich wird immer schneller, sondern auch der RASANTE KONSUM modischer Waren.⁴⁸ Er ist ein Zeichen der gewinnoptimierenden Linearität des modernen Modewechsels und seiner beschleunigten globalen Ökonomie und betrifft sowohl die kreativen *Nähnerds* als Prosumer⁴⁹, die ihre eigenen Produkte erzeugen, um sie selbst zu consu-

mieren, als auch die Idee einer nachhaltigen Mode. Dieser rasante Konsum ist allerdings lediglich der immer schneller werdende Verschleiß des ästhetischen Werts einer Sache und nicht der des materialen Dings an sich: Die *Nähnerds* kaufen und verarbeiten zwar sehr viel Stoff, aber sie verbrauchen ihn nicht, jedenfalls nicht in dem Sinne, dass das Material verschleissen, fadenscheinig, dünn, also verbraucht würde. Sie eignen ihn sich lediglich an, um Kleidung daraus zu nähen. Trotzdem empfinden sie ihr Machen als nachhaltig, und ihr scheinbar unstillbares Begehren wird gestillt. Denn dort, »[w]o es sich auf konkrete Objekte beziehungsweise einen konkreten Weltausschnitt richtet«, so Hartmut Rosa, »nimmt es die Form von *Bedürfnissen* oder *Begehrenungen* an, und diese sind (im Gegensatz zu jenem) stillbar. Sie erzeugen und eröffnen lokale, fokussierte und instrumentelle Weltbeziehungen und lenken unsere Energie, unsere Aufmerksamkeit und unser Handeln auf spezifische Weltausschnitte.«⁵⁰ Deshalb ist das NÄHEN IM NETZ für die *Nähnerds* als unmittelbare Weltaneignung und als echte Resonanz-erfahrung erlebbar. Das Problem ergibt sich erst beim Kaufen, Horten (Abb. 9) und Produzieren von Mate-

rialien, die als Speicher dieses Resonanzversprechens dienen sollen. Im Sinne Rosas handelt es sich dabei um den »Versuch, Resonanzpotenzial wie Kapital zu akkumulieren. Nur so lässt sich erklären, wieso das *Kaufen* [...] ein viel größeres Glücksgefühl und tiefere Befriedigung verschafft als das spätere *Konsumieren* [...]: Im Kaufakt ist die Resonanzverheißung noch spürbar und lebendig – in der Konsumtion dagegen löst sie sich meist nicht ein.«⁵¹ Der rasante Konsum wird im Nähbloggen reflektiert, kommentiert und ermöglicht so Resonanz, respektive Wertschätzung. Das käufliche Erwerben und Vertreiben sowie das Bearbeiten des ästhetischen Potenzials werden gezeigt und tragen so zum Selbstwertgewinn bei. Das Aktivieren dieses kreativen Potenzials durch das Präsentieren und Darstellen in der Blogosphäre steigert zudem die Selbstwirksamkeit, also die Überzeugung, die gesetzten Ziele durch eigene Kompetenzen und deren Steigerung zu erreichen. Beim rasanten Konsum ersetzt demnach die umfassende kollektive und kreative Aneignung des ästhetischen Potenzials einer Sache ihren eigentlichen materialen Verbrauch.⁵² Die Dinge haben dadurch eine sich ständig verkürzende Gültigkeitsdauer, und durch die schnelle mediale Verbreitung ihres ästhetischen Potenzials von *single to crowd*⁵³ fallen Erwerb, Distribution und kreativer Verbrauch⁵⁴ quasi zusammen.

Für Gernot Böhme ist dieses Phänomen, das ich hier rasanten Konsum genannt habe, ein markantes Zeichen des fortgeschrittenen, ästhetischen Kapitalismus. Es basiert auf der permanenten Erzeugung von neuen Begehrenissen, einer »Eskalation der Begehrenisse«.⁵⁵ Was aber lässt sich dieser Eskalation nun entgegensetzen? Böhme sieht einen Weg darin, die Konsument*innen zu bilden bzw. zu erziehen: Man »muss durch eine Haushaltung seiner Bedürfnisse seine Souveränität gegenüber dem Wirtschaftssystem zurückgewinnen. [...] Ferner sollte man lernen, so wie die Vermeidung von Süchten, auch die Transformation von Bedürfnissen in Begehrenisse im eigenen Gefühls-haushalt nicht zuzulassen. Dieser Akt der Selbstsorge ist zwar der Askese verwandt. Doch bedeutet keineswegs einfach Verzicht auf Konsum und Genuss [...]«.⁵⁶ Entsprechend lässt sich hier anhand der Strategien der *Nähnerds* erkennen, wie engagiert sie versuchen, der Steigerungs-Spirale der ästhetischen Innovation zu entkommen.⁵⁷ Und gleichzeitig wird auch deutlich, an welchen Stellen sie unmittelbar oder bewusst wieder einsteigen. Und auch Böhme wird nicht konkreter in

seinen Ausführungen, die letztlich wieder an Reglementierung, Selbstoptimierung und Steigerung der Selbstwirksamkeit erinnern.

Es ist deutlich geworden, dass die Strategien der *Nähnerds* hinsichtlich eines alternativen Umgangs mit den textilen Dingen durch die Herstellung eigener Kleidung und Aneignung individueller Kleidungsweisen, neben einer gemeinschaftlichen Selbstermächtigung durch Abstinenz auch das Potenzial zu einer erneuten Kommodifizierung und Kommerzialisierung des Selbst enthalten. Um diesen *Double Bind* zu umgehen, scheint es für die weitere Analyse nun schlüssig, einen Schritt vorher anzusetzen und sich den Dingen selbst zuzuwenden: dem textilen Material und seinem WERTSCHÄTZENDEN VERBRAUCH. Es weist einiges darauf hin, dass der eigentliche Mehrwert nicht nur im Gewinn gegenseitiger Wertschätzung, sondern vielmehr im Textilen selbst liegt: im Zuviel, im Umnutzen und im Verringern. Und dass die eigentliche Währung weder auf der ästhetischen Inszenierung des Selbst, noch auf der Wahrnehmung der Anderen beruht und auch nicht im Monetären verortet ist. Vielmehr ruht der eigentliche Mehrwert im materialen Ding an sich, seinen materialen Qualitäten und in seiner je eigenen Vergänglichkeit.⁵⁸

Als Vision soll deshalb zum Ende des Beitrags ein Wortspiel wirken: Wenn wir »Konsum« im Sinne von »con – zusammen« und »sum – ich bin« interpretieren würden, nähmen wir das gemeinschaftliche Aufbrauchen eines materialen Wertes in den Blick. Konsumieren kann dann wieder ein tatsächliches Verbrauchen sein, nicht nur ein Kaufen oder Sich-Aneignen. Beim NÄHEN IM NETZ ist es das Handeln mit den Stoffen sowie dem eigenen Körper, das die *Nähnerds* zu ihren umfassenden Reflexionen antreibt. Genau in diesem anderen Umgang liegt das eigentliche Potenzial des Materialen. Denn dem Textilen ist ein spezifisches Handlungspotenzial zu Eigen, das insbesondere auf die gemeinschaftliche VESTIMENTÄRE SELBSTVERFERTIGUNG abzielt. Die Kleidung geht eine Allianz mit dem menschlichen Körper ein, die es jenseits seiner Ästhetisierung im Material an sich aufzusuchen gilt. Entsprechend ist der wertschätzende Verbrauch auch bezogen auf die Annahme, dass wir den Dingen selbst eine Art Handlungsfähigkeit zugestehen müssen, an sich schon von konstitutiver Bedeutung, ohne dass wir

ihn der Sache zuschreiben.⁵⁹ Hier ist es wichtig herauszufinden, ob überhaupt die Möglichkeit besteht Räume zu schaffen, die nicht durch das Eigene belegt sind: Handlungsspielräume im Sinne von Michel de Certeau als ein »Geflecht von beweglichen Elementen«. ⁶⁰ In einem nächsten Forschungsschritt wird deshalb versucht, die Materialität des medialisierten Textilen in der Blogosphäre der *Nähnerds* zu erfassen, um damit das Konzept des MODEHANDELNS⁶¹ zu erweitern.

Zusammenfassung

Näh-Blogs sind in der DIY-Szene ein weit verbreitetes, sich zunehmend ausdifferenzierendes Phänomen, das dieser Beitrag aus kulturwissenschaftlicher, medienphilosophischer und modetheoretischer Perspektive hinsichtlich bewusst reflektierter und artikulierter alternativer Konsumstrategien in den Blick nimmt. Die VESTIMENTÄRE SELBSTVERFERTIGUNG in der Blogosphäre der *Nähnerds* ist geprägt durch intensive Reflexion des Handarbeitens, die Auseinandersetzung mit den eigenen Körperformen, die sehr persönliche Vernetzung untereinander und die gegenseitige Wertschätzung. Doch obwohl die *Nähnerds* ihr Handeln als ressourcenschonend, kompetenzerweiternd, oft kompromisslos und selbstermächtigend reflektieren, perpetuieren sie zunehmend die bekannten modischen Verhaltensmuster der Identifikation, Abgrenzung, Repräsentation und letztlich des Konsums und Kommerzes. Das Ziel des Beitrages ist es, durch die genauere Analyse dessen, was KOMMERZIELLE ABSTINENZ, KOMMODIFIZIERUNG DES EIGENEN und RASANTEN KONSUM wesentlich ausmacht, die Vision eines WERTSCHÄTZENDEN VERBRAUCHS aufzuzeigen.

Summary

Digital Network Sewing: Strategies of Vestimentary Selffabrication between Commercial Abstinence and Fast Fashion

Sewing blogs are a widespread, increasingly differentiated phenomenon in the DIY scene. This contribution takes a look at the cultural, media-philosophical, and fashion-theoretical perspective of sewing blogs with regard to consciously reflected and articulated alternative consumer strategies. The VESTIMENTARY SELF-FABRICATION in the blogosphere of the sewing nerds is characterized by intensive reflection of manual work, close examination of individual body shapes, very personal networking among each other and mutual appreciation and support. However, although the sewing nerds reflect their actions as resource-conserving, competency-expanding, often uncompromising and self-empowering, they increasingly perpetuate the well-known fashionable patterns of identification, delimitation, representation and, ultimately, consumption and commerce. The aim of this contribution is to examine the vision of APPRECIATIVE CONSUMPTION by analyzing strategies of COMMERCIAL ABSTINENCE, COMMODIFICATION OF OWNERSHIP and RASANT CONSUMPTION.

Anmerkungen

- 1 Der Text basiert auf einem Vortrag, der am 10.03.2017 auf der Tagung »Mode – Zwischen Ewigkeit und Flüchtigkeit« (Katholische Privat-Universität Linz/Wissenschaft & Kunst, Salzburg) gehalten wurde.
- 2 Vgl. LANGREITER, Nikola/LÖFFLER, Klara (Hg.): Selber machen. Diskurse und Praktiken des »Do it yourself«, Bielefeld 2017. Der Sammelband gibt facettenreiche, sowohl historische wie aktuelle Einblicke in die verschiedensten Praktiken des DIY und seine gesellschaftlichen und kulturellen Implikationen.
- 3 Ich beziehe mich hier auf die Blog-Definition von ROERING, Johanna: Krieg bloggen. Soldatische Berichterstattung in digitalen Medien, Bielefeld 2012, S. 70: »Blogs sind textlastige, multimediale, chronologisch-kumulative und vernetzte digitale Medien, deren standardisierte Merkmale eine Vielfalt von Formaten und Inhalten zulassen, die jedoch häufig einer Blog-Gattung angehören und deren wichtigste Merkmale der Sprecher und das computervermittelte Netzwerk sind.«
- 4 Die oft herangezogene Parallele zum Tagebuchführen halte ich nicht für sehr schlüssig, ein Weblog geht weit darüber hinaus. Vgl. hierzu die »Fertigkeit der Selbstführung« in Bezug auf das Bloggen in Anlehnung an das Tagebuchschreiben als weiblich konnotierte Kulturtechnik bei SCHÖNBERGER, Klaus: Doing Gender, kulturelles Kapital und Praktiken des Bloggens, in: SIMON, Michael/ u. a. (Hg.): Bilder. Bücher. Bytes – Zur Medialität des Alltags, Münster 2009, S. 378–386, S. 379 f.
- 5 Das macht die Sache ein wenig komplizierter, insbesondere in Hinblick auf eine mögliche Authentizität beiderseits. Nele Heise hat zu dieser Problematik einen klärenden Text verfasst, auf den ich mich insofern beziehen möchte, als dass ich sagen kann: Ich habe mich in meiner doppelten Doppelrolle eingerichtet, mache die Dinge »echt« und nehme das, was ich wahrnehme »für wahr«. Vgl. HEISE, Nele: »Doing it for real« – Authentizität als kommunikationsethische Voraussetzung onlinebasierter Forschung, in: EMMER, Martin u. a. (Hg.): Echtheit, Wahrheit, Ehrlichkeit. Authentizität in der computervermittelten Kommunikation, Weinheim 2013, S. 92–113, S. 106.
- 6 Da mich einige Nähbloggerinnen ausdrücklich bitten, die Nennung ihres zivilen Namens zu vermeiden, verwende ich nur dann die Reallife-Namen, wenn sie auch im Rahmen des Blogs erscheinen, oder wenn ich konkrete Freigaben bekommen habe.
- 7 Vgl. Fragebogen »Bin ich ein Nähnerd?« von nahtzugabe, <http://nahtzugabe.blogspot.de/2013/06/test-bin-ich-ein-nahnerd.html> (abgerufen am 20.08.2017).
- 8 <https://yvonetsurreal.blogspot.de/2017/01/vom-laufsteg-in-den-kleiderschrank-11.html> (abgerufen am 03.08.2017).
- 9 <http://memademittwoch.blogspot.de/2017/02/memademittwoch-am-15-februar-2017.html> (abgerufen am 03.08.2017).
- 10 Eine ausführliche begriffliche und konzeptionelle Annäherung hierzu findet sich in meinem Beitrag »Ich bin Andere und Ich ist eine andere – Vestimentäre Selbstverfertigungen im Netz« zur Tagung »Körperbilder – Körperpraktiken. Visuelle Repräsentationen, Regulationen und Aneignungen vergeschlechtlichter Körper und Identitäten in Medienkulturen«, Jahrestagung der DGPUK-Fachgruppen Medien, Öffentlichkeit und Geschlecht und Visuelle Kommunikation, 28. bis 31. September 2016 an der Universität Hamburg; eine Publikation ist in Arbeit.
- 11 KLEIST, Heinrich von: Über die allmähliche Verfertigung der Gedanken beim Reden, in: ders.: Sämtliche Erzählungen und andere Prosa, Stuttgart 1984, S. 340–346.
- 12 WAGNER, Johann Jakob: System der Privatökonomie. Das Ganze des Familienhaushaltes für das gebildete Publikum, Aaran 1836, S. 157; vgl. u. a. auch LEIDENFROST, Charlotte: Die junge Hausfrau vor der Toilette, am Näh- und Putzmachertisch, als Wirthschafterin und Bewirtherin, Wien 1828, S. 1 (Titelblatt).
- 13 Vgl. zum Begriff »Selbstverfertigung« auch ENGELL, Lorenz: Vom Widerspruch zur Langeweile. Logische und temporale Begründungen des Fernsehens, Bern 1989, S. 186; ders.: Beobachtungen zur Anthropologie der Filmkomödie, in: Zeitschrift für Medien- und Kulturforschung »Schwerpunkt Medienanthropologie«, 1 (2013), S. 101–118, S. 107.
- 14 Es handelt sich um offensive Strategien und nicht um subversive Taktiken, vgl. CERTEAU, Michel de: Die Kunst des Handelns, Berlin 1988, S. 23.
- 15 <http://kuestensocke.blogspot.de/2017/01/stoffdiat-2017-gemeinsame-aktion.html> (abgerufen am 04.08.2017).
- 16 Wie Anm. 15.
- 17 Vgl. ULLRICH, Wolfgang: Habenwollen. Wie funktioniert die Konsumkultur?, Frankfurt am Main 2006, S. 42.
- 18 Vgl. GROYS, Boris: Logik der Sammlung, München/Wien 1997, S. 25.
- 19 <http://naehrstoffe.blogspot.de/2017/01/stoffdiat-ich-bin-dabei.html> (abgerufen am 04.08.2017).
- 20 <https://www.marjakatz.de/2017/01/stoffdiaet-2017.html> (abgerufen am 04.08.2017). Mit »FSK«, verstanden als »freiwillige Selbstkontrolle«, verweist die Bloggerin auf das selbstauferlegte Bemühen um Mäßigung beim Kauf von immer neuen Stoffen.
- 21 Die grundlegende Diät-Thematik teilt jedoch das Lager der Näherds: Einerseits ist die ästhetische Formung des Körpers durch Kleidung und in diesem Zusammenhang die Body-Acceptance-Bewegung ein großes Diskussionsfeld, andererseits wird auch immer wieder die Unzufriedenheit mit den eigenen Körperformen zum Beispiel in Bezug auf die Unzulänglichkeit der Schnittmuster beklagt. Bemerkenswert ist jedoch, dass auch das körperliche Diät-Programm bei Erfolg noch mehr Bedarf an passgenauer Kleidung produziert, so dass der Abbau des Stoffberges dann der Neueinkleidung des

- neuen, schlankeren Körpers zugute kommt. Eskaliert ist der Streit um das Thema Diät im »WinterKleidSewAlong 2016«, bei dem cutandbaste offensiv über ihre derzeitige Abnehmphase gebloggt hatte, vgl. <http://cutandbaste.blogspot.de/2016/12/wksa-2016-4-treffen.html> (abgerufen am 02.08.2017).
- 22 <http://stitchydooblogspot.de/p/mount-denim-ade-jeans-recycling-2016.html> (abgerufen am 22.08.2017).
- 23 SCHÖBER, Anna: Blue Jeans. Vom Leben in Stoffen und Bildern, Frankfurt/New York 2001, S. 243.
- 24 <http://allerleirauh-bittet-zum-tee.blogspot.de/search?q=aus+alt+mach+anders> (abgerufen am 04.08.2017).
- 25 Der Begriff »Renewal« lässt sich im Deutschen nur schwer wiedergeben: »Erneuerung« hat viel eher die Anmutung, etwas würde maßgeblich verändert, um aus sich heraus wieder als Neuigkeit zu erscheinen. Als nachhaltige Strategie jedoch meint Renewal viel mehr das Gegebene als Gegebenes zu nehmen und seine Gebrauchsform neu zu definieren, umzudeuten oder aufzufrischen.
- 26 Zur Selbstoptimierung in Bezug auf Foucault (1984) und Bröckling (2002) vgl. FRANZ, Julia: Praktiken des Bloggens im Spannungsfeld von Demokratie und Kontrolle, in: *kommunikation@gesellschaft* 6 (2005), S. 6, http://www.soz.unifrankfurt.de/K.G/B6_2005_Franz.pdf (abgerufen am 22.08.2017).
- 27 Vgl. DERWANZ, Heike: Die diskursive Konstruktion des »Weniger«. Vom Voluntary Simplicity-Movement zum Minimalismus, in: TAUSCHEK, Markus / GREWE, Maria (Hg.): *Knappheit, Mangel, Überfluss*, Frankfurt/New York 2005, S. 205–226.
- 28 <http://machenstattkaufen.blogspot.de/2016/02/projekt-minimalschrank-teil-1.html> (abgerufen am 04.8.2017).
- 29 <http://daskleinehaus.blogspot.de/2016/08/kleiderschrankgedanken.html> (abgerufen am 05.08.2017).
- 30 http://www.crafteln.de/2012/01/meine-antwort-auf-das-nahfragezeichen_12.html (abgerufen am 05.08.2017).
- 31 Wie Anm. 28.
- 32 Wie Anm. 29.
- 33 Wie Anm. 30.
- 34 <http://www.crafteln.de/2016/02/neue-worte-fur-neue-kleidungsstuecke.html> (abgerufen am 05.08.2017).
- 35 <http://www.crafteln.de/2013/11/kopfkleiderschrank-verwirklicht-und-nun.html> (abgerufen am 05.08.2017).
- 36 Kommentar vom 25.11.2013, 14:22, <http://www.crafteln.de/2013/11/kopfkleiderschrankverwirklicht-und-nun.html> (abgerufen am 05.08.2017).
- 37 CHAMBERLAIN, Elisabeth: Buy-it-yourself: How DIY Got Consumerized, http://harlotofthearts.org/issues/issue_14/chamberlain/index.html (abgerufen am 28.11.2016).
- 38 Vgl. KAWAMURA, Yuniya: *Fashion-ology. An Introduction into Fashion Studies*, Oxford/New York 2005, S. 103.
- 39 <https://lacouseuse.wordpress.com/2015/07/31/freiheit-zur-veraenderung/> (abgerufen am 22.08.17).
- 40 Sie verweist damit allerdings terminologisch gleichzeitig auf die ebenfalls vorhandene kommerzielle Subebene des Deals: Die gegenseitige Wertschätzung wird zu einem abstrahierbaren, schätzbaren Zahlungsmittel, der Wert wird gewährleistet. Vgl. <https://www.youtube.com/watch?v=pY0bAOrK9xw> (abgerufen am 04.08.2017).
- 41 Die Kommentatorin Emma am 19.08.2015 um 8:12 Uhr zu dem Beitrag von <https://lacouseuse.wordpress.com/2015/07/31/freiheit-zur-veraenderung/> (abgerufen am 22.08.17).
- 42 Jedoch nur solange es keine Misstöne und Unstimmigkeiten gibt: Die Währung der gegenseitigen Wertschätzung verliert ihren Wert, »wenn da jemand am Selbst- und Fremdbild kratzt«, wie es daskleinehaus formuliert, nachdem es wegen der Diät Diskussion zu einigen Meinungsverschiedenheiten gekommen ist. <http://daskleinehaus.blogspot.de/2016/12/abschlusspraesentation.html> (abgerufen am 03.08.2017).
- 43 <http://www.texte-und-textilien.de/p/blog.html> (abgerufen am 02.08.2017).
- 44 Mittlerweile ist aus crafteln ein kleiner Online-Shop mit Blog geworden: <http://shop.crafteln.de> (abgerufen am 22.01.2018).
- 45 Vgl. Rensch-Bergners kritisches Reflektieren über Authentizität und Transparenz, <http://www.crafteln.de/2015/10/alles-bleibt-anders.html#comment-form> (abgerufen am 05.08.2017).
- 46 WADE, Lisa: *The Commodification of Rebellion*, <http://socimages.tumblr.com/post/126304531122/the-commodification-of-rebellion-by-lisa-wade> (abgerufen am 02.08.2017).
- 47 Vgl. BÖHME, Gernot: *Ästhetischer Kapitalismus*, Frankfurt am Main 2016, S. 12 f.
- 48 Als Unternehmensstrategie ist Fast Fashion »der schnelle Wechsel durch die Beschleunigung der Produktion«, <http://www.fastfashion-dieausstellung.de/de/konsum> (abgerufen am 05.08.2017). Sie bezeichnet aber auch die netzbeschleunigte Distribution der Modewaren und deren zunehmend durch Iteration, Redundanz und Mikrodifferenzierung gekennzeichnete permanente Erneuerung, vgl. »quick consumption« bei CHAMBERLAIN, Buy-it-yourself (wie Anm. 28).
- 49 Vgl. TOFFLER, Alvin: *Die dritte Welle, Zukunftschance. Perspektiven für die Gesellschaft des 21. Jahrhunderts*, München 1983.
- 50 ROSA, Hartmut: *Resonanz. Eine Soziologie der Weltbeziehung*, Frankfurt am Main 2016, S. 200.
- 51 ROSA, Resonanz (wie Anm. 50), S. 698.
- 52 Vgl. BRÖCKLING, Ulrich: *Das unternehmerische Selbst. Soziologie einer Subjektivierungsform*, Frankfurt am Main

- 2007, S. 179: »Kreativität braucht Muße, der Markt erzwingt Beschleunigung. [...] Das Gebot entfesselter Kreativität untergräbt zugleich deren Existenzbedingung.«
- 53 In Abgrenzung zur Top-Down- und Bottom-Up-Verteilung soll mit dieser Bezeichnung deutlich werden, dass die Einzelnen ihre eigene Zielgruppe selbst bilden und unmittelbar erreichen.
- 54 Vgl. den demonstrativen Verbrauch bei VEBLEN, Thorstein: Theorie der feinen Leute. Eine ökonomische Untersuchung der Institutionen, München 1981.
- 55 BÖHME, Gernot: Asthetik. Vorlesungen über Ästhetik als allgemeine Wahrnehmungslehre, München 2001, S. 184; vgl. zur »Eskalation«: BÖHME, Kapitalismus (wie Anm. 47), S. 28: »Begehrnisse sind solche Bedürfnisse, die dadurch, dass man ihnen entspricht, nicht gestillt, sondern gesteigert werden.«
- 56 BÖHME, Kapitalismus (wie Anm. 47), S. 22.
- 57 Vgl. HAUG, Wolfgang Fritz: Kritik der Warenästhetik, Frankfurt am Main 1972, S. 54: »Die ästhetische Innovation, als Funktionsträger der Regeneration der Nachfrage, wird so zu einer Instanz von geradezu anthropologischer Macht und Auswirkung, d. h. sie verändert fortwährend das Gattungswesen Mensch in seiner sinnlichen Organisation: in seiner dinglichen Einrichtung und materiellen Lebensweise ebenso wie in Wahrnehmung, Bedürfnisbefriedigung und Bedürfnisstruktur.«
- 58 Vgl. MÜLLER, Christa/PAECH, Niko: Suffizienz & Subsistenz. Wege in eine Postwachstumsökonomie am Beispiel von »Urban Gardening«, in: Der kritische Agrarbericht 2012, S. 148–152.
- 59 Vgl. BARAD, Karen: Agentieller Realismus. Über die Bedeutung materiell-diskursiver Praktiken, Frankfurt am Main 2012, S. 73.
- 60 Vgl. CERTEAU, Kunst (wie Anm. 14), S. 218.
- 61 Vgl. VENOHR, Dagmar: ModeMedien – Transmedialität und Modehandeln, in: WENRICH, 61 Vgl. VENOHR, Dagmar: ModeMedien – Transmedialität und Modehandeln, in: WENRICH, Rainer (Hg.): Die Medialität der Mode, Bielefeld 2015, S. 109–126, S. 124.

Bildnachweis

- Abb. 1–3,
6 und 9: Dagmar Venohr.
- Abb. 4, 5: Katherina Chailaridis,
<http://stitchydooblogspot.de/p/mount-denim-ade-jeans-recycling-2016.html>.
- Abb. 7: Meike Rensch-Bergner, <http://www.crafteln.de/2013/11/kopfkleiderschrank-verwirklicht-und-nun.html>.
- Abb. 8: Constanze Derham,
<http://nahtzugabe.blogspot.de/2011/01/mission-2011-neues-leben-fur-alte.html>.



Abb. 11: *substanziellestoffsammlung ...vd: »gebügelt gefaltet gestapelt geliebt«* (2017).