2012/11 Thema

https://jungle.world/artikel/2012/11/wie-alter-plunder-zu-teurem-vintage-wird

Wie alter Kram zu Vintage wird. Berichte aus Berlin-Friedrichshain

Wie alter Plunder zu teurem Vintage wird

Von **krsto lazarevic**

Vintage und Retro sind im Trend. Warum alter Kram so beliebt und teuer ist, erklären die Ladeninhaber im hippen Berliner Simon-Dach-Kiez.

»Henris Laden« befindet sich in Berlin-Friedrichshain, mitten im Simon-Dach-Kiez. Hier riecht es wie in einer Rockerkneipe. Das liegt sicherlich an der immensen Auswahl an gebrauchten Lederjacken aus den Jahren, in denen Punk und New Wave noch kein bloßes Zitat waren, aber auch daran, dass Henry in seinem Laden ununterbrochen raucht. Auch das ist oldschool.
Henri, der sein Geschäft in der Grünberger Straße nach sich selbst benannt hat, erklärt die Nachfrage nach gebrauchter Kleidung damit, dass diese einfach von guter Qualität sei: »Wir bieten seit 25 Jahren gute europäische Qualität, keine Chinaware«, verkündet er stolz. »Die Leute kaufen bei uns, weil sie über die Arbeitsbedingungen in der Massenherstellung Bescheid wissen.« Dass die von ihnen angebotenen Chucks von Converse in Thailand produziert werden und diesen ehrenhaften Standards entgegenlaufen, scheint keine so große Rolle zu spielen.
Henris Mitarbeiter heißt Adi, »wie die Adidas-Trainingsjacken an der Wand«, wie er präzisiert, und bringt das entscheidende Wort ins Spiel, wenn es darum geht, das Erfolgsrezept des Geschäfts zu erklären: »Vintage ist eine Auslese von älteren Produkten. Viele Kunden wollen das Alte erleben, unabhängig davon, ob sie zu der Zeit bereits gelebt haben oder nicht.« Vielleicht gerade, wenn sie die »alte Zeit« nicht erlebt haben.

Auch Martin Kaintor vom »Trash-Schick«, einem weiteren Second-Hand-Laden, der bei Henri um die Ecke liegt, bestätigt, dass die Sehnsucht nach dem Alten verbreitet ist. Deshalb ist es ihm offenbar wichtig, nicht nur Ware anzubieten, sondern eine Art Erlebnis: »In jedem gutsortieren Second-Hand-Laden ist eine Reise in die Vergangenheit möglich«, erzählt er. Diese Reise beinhaltet in seinem Laden sowohl schwarze Petticoats mit weißen Punkten wie auch trashig bunte Jacken, die auf keiner authentischen Neunziger-Party fehlen dürfen. Auch eine kleine Ecke mit alten Schallplatten darf nicht fehlen, schließlich

steigen die Vinylverkäufe seit Jahren wieder an.
Die Preise im »Trash-Schick« sind moderat. Das ist keine Selbstverständlichkeit im Geschäft mit alten Sachen. Warum in anderen Geschäften ähnliche Ware zu viel höheren Preisen angeboten wird, erklärt Kaintor damit, dass diese nicht als Second-Hand, sondern als Vintage gekennzeichnet werden: »Da wird man das eine oder andere schon für mehr Geld los«, weiß er.
Der Begriff Vintage lockt damit, dass die Kleidung aus einer anderen Zeit stammt. So wird der alte Kram von echten Raritäten getrennt. Während das Wort im Englischen nur für Kleidung verwendet wird, die wirklich aus Zeiten der Eltern und Großeltern stammt, bezeichnet es in Deutschland auch Mode, die nur auf alt gemacht ist.
Die Mode-Trends der letzen Jahre bezogen sich auf vergangene Jahrzehnte. Ähnlich wie in der bildenden Kunst, in der Musik und in der Literatur, gibt es wenig Neues. Die Krise der Kreativität äußert sich darin, dass scheinbar Neues nur dann entsteht, wenn Altes neu miteinander kombiniert wird. Manche Konsumenten verwehren sich konsequenterweise den neuen Retro-Artikeln, die von den großen Modeherstellern immer wieder neu aufgelegt werden, und greifen gleich zu den Originalen aus vergangenen Zeiten. Wer diese Geschäfte betritt, die sich vorzugsweise in den Trendvierteln europäischer Großstädte befinden, wird merken, dass der Hype um Retro kaum den Preisen geschuldet sein kann.
Dem Soziologen und Philosophen Georg Simmel zufolge gibt es in der Mode eine Spannung zwischen Nachahmung und Absonderung. Wer in den Berliner Trendvierteln nach Vintage-Kleidung, sucht, löst diese Spannung auf, indem er Vergangenes nachahmt, um sich vom Aktuellen abzusondern.

In der Vergangenheit indes findet sich zweierlei. Zum einen klare Rollenbilder, die in der Postmoderne zusehends verschwimmen und womöglich von einigen vermisst werden. Dem entsprechen zum Beispiel Kleidungsstücke wie der Petticoat für Frauen oder Levis-Jeans und Lederjacken für Männer. Zum anderen befindet sich der Konsument auf der Suche nach etwas vermeintlich Echtem. Das einzelne Kleidungsstück und seine Funktion als solches sind dabei nicht einmal so wichtig. Es ist das »Individuelle«, das nun an den Kleiderhaken der Vintage-Läden wiederentdeckt werden soll.
Dabei sollen die Vintage-Klamotten natürlich nicht in einem Ikea-Schrank landen. Das wäre inkonsequent, und so findet sich gleich gegenüber von »Henris Laden« der »Grünberger An-und Verkauf«. Der Name vermittelt den Eindruck, hier sei es möglich, für wenig Geld gebrauchte Möbel zu kaufen. Wer sich die Zeit nimmt, das Schaufenster näher zu betrachten, wird sich seines Irrtums allerdings schnell bewusst. Lampen aus den Siebzigern, Eierschalensessel in grellen Farben und zwischen den vielen Einrichtungsgegenständen passende Vintage-Modelle von Les-Paul-Gitarren.
Eine schwäbische Hausfrau würde das meiste für Schrott halten, die junge Berliner Kundschaft hält die Einrichtungsgegenstände für kultig und ist bereit, viel Geld auszugeben für Radios und Stühle, die sich wohl auch umsonst auf dem Sperrmüll finden lassen würden. »Ich mag die Ikea-Einrichtung nicht so gerne, da suche ich mir lieber alte Sachen, wie diesen Stuhl«, erzählt Marie und nimmt sich einen orangen DDR-Stuhl aus den Siebzigern mit, der farblich gut zu ihrem American-Spirit-Tabak und ihrer Club Mate passt. »Das ist nicht ganz günstig, aber viel leichter, als auf dem Sperrmüll nach Möbeln zu schauen.«

Für Marie, die ihre erste eigene Wohnung einrichtet, rechtfertigt die genaue Auswahl den Preis, und so finden manche DDR-Möbel für ein Vielfaches ihres ursprünglichem Preises einen neuen Besitzer.

© Jungle World Verlags GmbH