

## Schrille Kleider mit stiller Geschichte

▪ Eine Ausstellung von Stefanie Moshammer im Kunsthaus Wien über Konsumkultur und Kleidung als soziale Produkte.

vom 16.11.2022, 06:30 Uhr



Was macht Kleidung begehrenswert?  
© Stefanie Moshammer

**J** Jana Unterrainer

Unvergesslich sind die Bilder von Menschenmassen, die jedes Jahr am Black Friday in Geschäfte drängen. Bald, am 25. November, ist er wieder, dieser Festtag des Konsums. Unsere Beziehung zu Konsumobjekten ist oft überzeichnet, unser Fetisch für Waren aller Art stets wahrnehmbar. Die Ausstellung "We love Our Customers" im Kunsthaus Wien zeigt derzeit eine Auseinandersetzung damit. Die österreichische Künstlerin Stefanie Moshammer beschäftigt sich seit 2019 mit der gegenwärtigen Konsum- und Markenkultur.

### Mehr zu diesem Thema

Die Ausstellung ist mit fünf Exponaten eher klein geraten. Im Innenhof des Kunsthauses angesiedelt, wird man nach Eintritt sofort mit einem laut vorgelesenem Konsumgedicht beschallt. Genau wie im echten Leben kann man sich diesem kaum entziehen. Von einem Bügel hängt der Text: "Designer Dupes, you inspire me to write. How I love the way you care and reverse, let me compare you to a dreamy bill?"

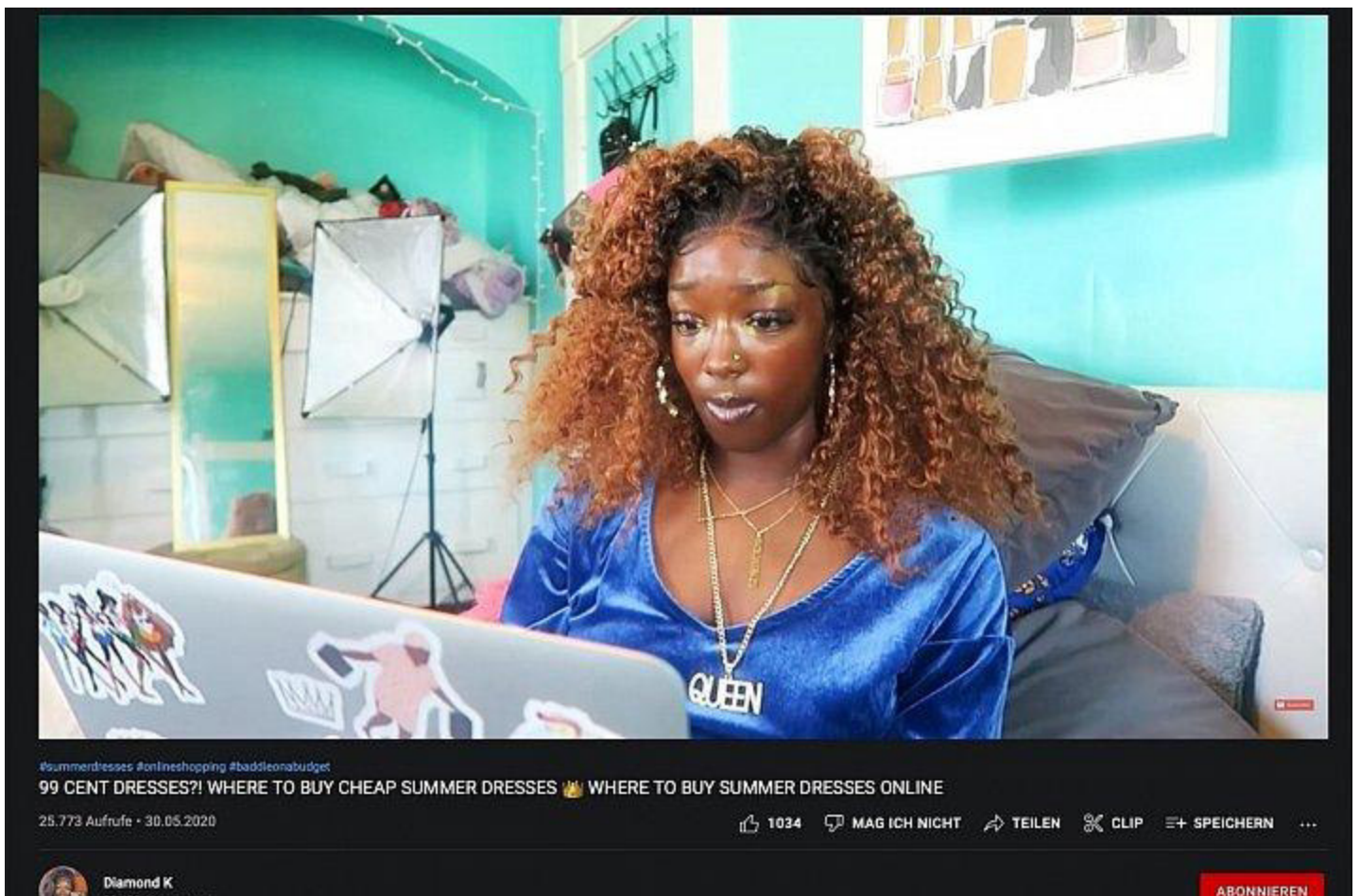


Ausstellung

We Love Our Customers

Kunsthaus Wien

bis 14.02.2023



In "Haul"-Videos werden Kleider inszeniert. - © Stefanie Moshammer

Neben dem Eingang werden YouTube-Videos auf eine Textilcollage aus Stoffstücken projiziert - sie stammen aus der Stoffsammlung von Moshammers Großmutter. Die Künstlerin schlägt so eine Brücke von heutigen Konsumgewohnheiten zu vergangenen: Die Kleider der Großmutter hatten vermutlich ein längeres Leben, als die heutige "Fast Fashion". Gezeigt werden sogenannte "Haul"-Videos - auf Deutsch so viel wie "Fang" oder "Ausbeute". Junge Menschen feiern darin Feste des Konsums und zeigen ihre neuesten Kleidungsstücke - die Trophäen der Online-Beutezüge. Sie posieren, tanzen und präsentieren die in Form gebrachten Stoffstücke, wollen ihre Materialität und sinnlichen Qualitäten herausarbeiten und herzeigen.

Was macht ein Kleidungsstück eigentlich begehrenswert? Zumindest der Warenpreis scheint relevant: Im Fokus ist meist Billigware, sogenannte "Fast Fashion". Aber es muss nicht immer billig sein: In einem anderen Video, das an die Wand projiziert wird, streichen zwei Hände mit riesigen Acrylnägeln über verschiedene Kleidungsstücke. Auf den kitschig-pinken Fingernägel prangen die Logos von Luxusmarken.

Bei all der blinden und ergebenen Leidenschaft findet auch eine sehr subtile, kritische Auseinandersetzung mit dem Thema Kleiderkonsum statt. Denn neben den knallbunten, quicklebendigen Videobildern und schallenden Verführungsbotschaften gibt es auch stille Bilder in der Ausstellung. Hinter einem deformierten Acrylbild ist das verzerrte Konterfei einer Frau zu erkennen, ein zweites ist nur eine abstrakte braun-schwarze Fläche mit Ausbuchtungen. Es sind auf Satin gedruckte, computergenerierte Porträts. Stets schwingt ein bisschen die Frage mit: Wer zahlt den wahren Preis für die Kleidungsstücke? Ist die Frau vielleicht eine ausgebeutete Textilarbeiterin?

Zu oft wird über die Geschichte von Kleidern hinweggesehen. Die Ausstellung lädt zum Nachdenken ein: Was macht Kleidung begehrenswert? Welche soziale Geschichte hat sie? Und: Konsum ist voller Konflikte, auch in uns selbst.

Leider ist die Ausstellung recht klein geraten. Wer Moshammer kennt, weiß: Ihre Arbeit zu dem Thema hätte mehr hergegeben.