

Modehandeln im Home-Office

Anna Kamneva-Wortmann

Abstract: Können Kleidungspraktiken im Home-Office als Mode bezeichnet werden? Am Beispiel des Modephänomens Zoom-Shirt wird aufgezeigt, wie modisch relevante Kleidungspraktiken sich jenseits der Öffentlichkeit, in der Zurückgezogenheit des häuslichen Arbeitszimmers, herauskristallisieren können. Der Beitrag geht der Frage nach, wie ungeplantes Handeln in der Wechselbeziehung zwischen ›Computer und Kleid‹ Individuen vernetzt und auf intersubjektiver Ebene gesellschaftliche Strukturen hervorbringt und wieder auflöst. Mit Fokus auf Praktiken wie Alltagsroutinen und Arbeitsabläufe zwischen Kleidung, Möbeln und Technik werden Wechselbeziehungen zwischen Mode und Medien jenseits ihrer kommunikativen Funktion beleuchtet. Zur adäquaten Beschreibung und Analyse solcher Prozesse werden neue Begriffe zur Erweiterung soziologischer Modetheorien vorgeschlagen.

Can sartorial practices springing from remote work be considered fashion? Using the example of the Zoom shirt phenomenon, this essay shows how fashion practices can emerge outside of the public eye, within the privacy of a homeworking environment. It examines how spontaneous actions at the intersection of ›computer and clothing‹ can connect individuals and, on an intersubjective level, create and dissolve social structures. By focusing on practices such as everyday routines and workflows involving clothing, furniture, and technology, it explores the interrelations between fashion and media beyond their communicative function. To effectively describe and analyze these processes, new concepts are proposed to expand sociological theories of fashion.

Die Arbeit im Home-Office hat eine Reihe von vestimentären Modepraktiken hervorgebracht, die während der Covid-19-Pandemie im Jahr 2020 Eingang in den Mainstream fanden. Nimmt man solche Modepraktiken ins Visier, rückt der häufig vernachlässigte Aspekt der Mode als Alltagspraxis – im Gegensatz zum Terrain avantgardistischer Designer*innen, rebellischer Subkulturen oder Neuheit propagierender Influencer*innen – in den Vordergrund. Denn wird im Einklang mit klassischen Modetheorien davon ausgegangen, dass Moden durch Nachahmung

bzw. Absonderung entstehen¹, so könnte die Arbeit im Home-Office als Hürde für die kohärente Trendbildung angesehen werden. »Eine Mode im geheimen Kämmerlein gibt es nicht; die Mode will immer zur Welt«², proklamierte beispielsweise der Modesoziologe René König. Wie die Bezeichnung *Fernarbeit* andeutet, sind die Akteur*innen, die modische Entscheidungen im Home-Office treffen sollen, körperlich-räumlich voneinander getrennt. »How will we know how we want to dress if we've got no colleagues around from whom to take our cues? No role models to emulate?«³, fragte z.B. die Kolumnistin der *The New York Times* Vanessa Friedman während eines Lockdowns zur Eindämmung der Covid-19-Pandemie.

Dank der technischen und medialen Vernetzung sind die Akteur*innen, die sich im Home-Office kleiden, nicht vollständig isoliert. Im Modus der Nachahmungstheorien könnte argumentiert werden, dass beispielsweise die am Heimcomputer, Notebook oder Smartphone durchgeführten Videokonferenzen Grundlagen für die Entstehung und den Wandel der Moden schaffen, indem sie für Gleichzeitigkeit, Sichtbarkeit, Überwindung räumlicher Distanzen durch virtuelle Kopräsenz, kommunikativen Austausch und zeitliche Wiederholung sorgen. Mein Vorschlag ist dagegen, Kleidungspraktiken im Home-Office als Modehandeln zu betrachten, bei dem Individuen auf eine bestimmte Art in und mit ihrer häuslichen Umgebung agieren und dadurch jenseits von aktiver Nachahmung bzw. Differenzierung miteinander vernetzt werden. Am Beispiel des Modetrends Zoom-Shirt werde ich im Folgenden aufzeigen, dass eine Modepraktik sich *bottom-up* aus einem Konglomerat von Normalisierungsprozessen zwischen Körper, Kleidung, Medien, Technik, Möbeln, Alltagsroutinen und Arbeitsabläufen herauskristallisieren und wieder auflösen kann. Dabei werde ich für eine Erweiterung des Begriffs *Modehandeln* plädieren, um solche Phänomene nicht aus dem Register des Modischen auszuschließen und rein anekdotisch oder phänomenologisch, als eine belanglose Episode kurzfristiger »Modetorheit«⁴ wie *fad* oder *craze*⁵, zu betrachten. Das Modehandeln wird auf zwei Ebenen nachzuzeichnen sein: auf der Ebene des Individuums, das ein bestimmtes Kleidungsverhalten aus alltäglichen Routinen heraus

-
- 1 Vgl. u.a. Simmel, Georg: »Philosophie der Mode«, in: *Moderne Zeitfragen* 11 (1905), S. 5–41; Tarde, Gabriel de: *Die Gesetze der Nachahmung*, Berlin: Suhrkamp 2009 (EV., frz.: 1890).
 - 2 König, René: *Menschheit auf dem Laufsteg. Die Mode im Zivilisationsprozeß*, Wiesbaden: Leske + Budrich 1999, S. 52.
 - 3 Friedman, Vanessa: »Behold, ›Workleisure‹. What Will We Wear Come Fall?«, in: *The New York Times* online vom 20.08.2020. <https://www.nytimes.com/2020/08/20/style/work-from-home-clothes.html>, abgerufen am 20.02.2024.
 - 4 R. König: *Menschheit auf dem Laufsteg*, S. 37.
 - 5 Vgl. Aguirre, Benigno/Quarantelli, Enrico/Mendoza, Jorge: »The Collective Behavior of Fads: The Characteristics, Effects, and Career of Streaking«, in: *American Sociological Review* 53, Nr. 4 (1988), S. 569–584; Blumer, Herbert: »Fashion. From Class Differentiation to Collective Selection«, in: *The Sociological Quarterly* 10, Nr. 3 (1969), S. 275–291.

entwickelt, und auf der Ebene der Modetrends als eine Praktik, die viele verteilte Akteur*innen zeitweise miteinander verbindet.

Paradoxien des Modehandelns

Modehandeln ist ein zentraler Begriff innerhalb praxeologischer Modetheorien, die Mode(n) nicht ausgehend von Artefakten wie Kleidung oder Textilien, sondern als gesellschaftliche Prozesse untersuchen.⁶ Die Modetheoretikerin Dagmar Venohr, die den Begriff des Modehandelns⁷ bzw. der Fashion Agency etabliert hat, definiert diesen als

einen selbstermächtigenden Wahrnehmungsakt im Handeln mit Modekleidung. Handlungsfähigkeit wahrnehmen und *wahr* nehmen, heißt in Bezug auf Modekleidung, den eigenen Umgang mit Kleidung zu hinterfragen, und sich zu fragen: Was will ich eigentlich von Kleidung? Welche Funktion erfüllt Mode für mich? Und für andere? Woran sind mögliche Unterschiede, Ähnlichkeiten und Entsprechungen im Umgang mit Kleidung erkennbar? [...] Modehandeln als emanzipatorische Praxis macht [...] deutlich, warum die Unterscheidung zwischen Kleidung und Mode sinnvoll ist. Sie ist die Demarkationslinie, an der sich soziale Machtgefüge, Differenzierung und Gemeinschaftsbildung festmachen lassen.⁸

In dieser Definition wird zwischen dem bewussten, aktiven, selbstermächtigenden, entscheidungsbasierten, auf Kommunikation gerichteten Modehandeln und dem auf Gewohnheit beruhenden, passiven, alltäglichen und oft unbewussten Sich-Kleiden unterschieden. Gegen diese Opposition lässt sich einwenden, dass es nicht möglich scheint, sich zu kleiden, ohne dass auf intersubjektiver Ebene Ähnlichkeiten und Differenzen, Gruppenbildungen und symbolische Bedeutungen entstehen – selbst wenn dies hinter dem Rücken der Akteur*innen geschieht, die möglicherweise nicht gezielt bzw. bewusst zu solchen Prozessen beitragen.

-
- 6 Vgl. u.a. Lehnert, Gertrud: *Mode: Theorie, Geschichte und Ästhetik einer kulturellen Praxis*, Bielefeld: transcript 2013, S. 159f.
 - 7 Für Venohr ist Modehandeln unmittelbar an Medien gebunden. Sie versteht Mode als ein Phänomen, das Artefakte und Medien temporär inkorporiert, durchdringt und dadurch als Struktur erfahrbar und aushandelbar wird (vgl. Venohr, Dagmar: »ModeMedien – Transmedialität und Modehandeln«, in: Rainer Wenrich (Hg.), *Die Medialität der Mode. Kleidung als kulturelle Praxis. Perspektiven für eine Modewissenschaft*, Bielefeld: transcript 2015, S. 109–126). Diese These wird in diesem Beitrag nicht weiter verfolgt.
 - 8 Venohr, Dagmar: »Exklusive Mode – Vestimentäre Inklusion«, in: Beate Schmuck (Hg.), *Fashion Dis/ability. Mode, Behinderung und vestimentäre Inklusion*, Münster: Waxmann 2020, S. 31–46, hier S. 38f.

Theoriegeschichtlich geht die Opposition von dem aktiven Modehandeln und dem passiven Kleiden auf die Behauptung zurück, Mode sei ein Phänomen der westlichen Moderne.⁹ Diesen Theorien zufolge gehören »Dynamisierung, Abwechslung, Rhythmisierung, Flüchtigkeit und Serialität«¹⁰ zu Hauptmerkmalen des modischen Verhaltens, welches insbesondere dem Zeitgeist der westlich-bürgerlichen Kultur im historischen Kontext der Industrialisierung entspricht. Demnach strebe die westliche Mode nach Neuem und verkörpere den Geist der Urbanität und Liberalität, sei unbeständig und künstlich. Nicht-westliche oder prämoderne vestimentäre Praktiken seien dagegen auf Traditionspflege ausgerichtet, regional gebunden und mit Ländlichkeit, Stabilität und vermeintlicher Natürlichkeit bzw. Authentizität assoziiert. Diese Dichotomie wird insbesondere im Rahmen der Kritik am Eurozentrismus in Frage gestellt.¹¹

Das aktive Modehandeln wird in Mode-als-Moderne-Theorien als ein Balanceakt zwischen Distinktion und Nachahmung bestimmt. Dem modisch handelnden Individuum wird dabei ein ständiger – vor allem zeitlicher – Druck unterstellt, modische Entscheidungen zu treffen, um sich bestimmten Modetrends anzuschließen und sich von anderen zu differenzieren. Paradigmatisch für ein solches Handlungsmodell steht das vom Soziologen Georg Simmel im Kontext der Moderne beschriebene klassenbezogene Moderverhalten.¹² Die unteren Gesellschaftsschichten ahmen die oberen nach, die oberen Klassen wechseln zu neuen Moden, um sich rechtzeitig abzusetzen, und somit sind alle in einem Kreislauf des Modehandelns, in einem paradoxen Wettrennen gegen die Zeit, gefangen. Laut Elena Esposito, die Widersprüchlichkeit aus systemtheoretischer Sicht zum modischen Strukturprinzip erklärt, geht das moderne Modehandeln unweigerlich mit Paradoxien einher: Das Individuum ahmt die anderen nach, um sich zu differenzieren; im ständigen Wandel

-
- 9 Vgl. u.a. Lipovetsky, Gilles: *The Empire of Fashion. Dressing Modern Democracy*, Princeton: Princeton University Press 2002 (EV., frz.: 1987); Wilson, Elizabeth: *Adorned in Dreams. Fashion and Modernity*, London: Tauris 2003 (EV., engl.: 1985); Lehmann, Ulrich: *Tigersprung. Fashion in Modernity*, Cambridge, MA: MIT Press 2000; Evans, Caroline: *Fashion at the Edge. Spectacle, Modernity and Deathliness*, New Haven: Yale University Press 2003; Wallenberg, Louise/Kollnitz, Andrea (Hg.): *Fashion and Modernism*, London: Bloomsbury Visual Arts 2019; Bertschik, Julia: *Mode und Moderne: Kleidung als Spiegel des Zeitgeistes in der deutschsprachigen Literatur (1770–1945)*, Köln: Böhlau 2005.
- 10 König, Gudrun M./Mentges, Gabriele/Müller, Michael R.: »Die Mode und die Wissenschaften«, in: Dies. (Hg.), *Die Wissenschaften der Mode*, Bielefeld: transcript 2015, S. 7–26, hier S. 8.
- 11 Vgl. Jansen, Angela/Craik, Jennifer (Hg.): *Modern Fashion Traditions: Negotiating Tradition and Modernity through Fashion*, London: Bloomsbury Academic 2016.
- 12 Vgl. G. Simmel: »Philosophie der Mode«.

liegt modische Beständigkeit; handelt man entgegen der Mode, wird diese in ihrer Gültigkeit bestätigt.¹³

Der Begriff des *modernen*, aktivistisch geprägten und von Paradoxien durchzogenen Modehandelns zielt auf die Betonung sowie Modellierung der Abgrenzungen zwischen sozialen Schichten, kulturellen Kreisen, Geschlechtern etc. ab. Daraus werden Dichotomien von Mode und Anti-Mode¹⁴ oder Nicht-Mode¹⁵, Elite Fashion und Everyday Fashion¹⁶, World Fashion und Ethnic Dress¹⁷ usw. abgeleitet, welche den Demokratisierungs- und Diversitätsansprüchen postmoderner Kleidungskulturen nicht mehr gerecht werden.

Paradoxien der Home-Office-Modetrends

Als temporäre Strukturen, die das Modehandeln hervorbringt, werden Modetrends häufig durch das Prisma der Gegensätze und Widersprüche betrachtet. Dies trifft ebenfalls auf Modetrends zu, die mit der Arbeit im Home-Office assoziiert werden: Business Casual und Workleisure. Ebenso wie der Begriff Home-Office, deuten zumindest die Bezeichnungen der beiden Trends auf eine paradoxe Vereinigung von zwei scheinbar gegensätzlichen vestimentären Kulturen hin.

Unter Business Casual, einer Unterkategorie von Smart Casual, wird in der Regel eine collagenartige Zusammenführung von Elementen formeller und informeller Garderobe verstanden – wenn beispielsweise ein Anzug mit Turnschuhen oder eine Bluse mit einer Bomberjacke kombiniert wird.¹⁸ Als historische Vorläufer solcher Kleidungsphänomene lassen sich unter anderem die vestimentären

-
- 13 Vgl. Esposito, Elena: Die Verbindlichkeit des Vorübergehenden: Paradoxien der Mode, Frankfurt a.M.: Suhrkamp 2004.
 - 14 Vgl. Polhemus, Ted/Procter, Lynn: Fashion and Anti-Fashion, London: Thames and Hudson 1978.
 - 15 Vgl. Hollander, Anne: Anzug und Eros. Eine Geschichte der modernen Kleidung, Berlin: Berlin 1995 (EV., am.: 1994).
 - 16 Vgl. Craik, Jennifer: The Face of Fashion. Cultural Studies in Fashion, London: Routledge 1994.
 - 17 Vgl. Eicher, Joanne B./Sumberg, Barbara: »World Fashion, Ethnic, and National Dress«, in: Dies. (Hg.), Dress and Ethnicity. Change across Space and Time, Oxford: Berg 1995, S. 295–306.
 - 18 Vgl. Müller-Elsner, Greta: »Die Kleiderordnung dazwischen. Smart Casual: So funktioniert der Dresscode, der Business und Freizeit vereint«, in: Vogue online vom 29.01.2021. <https://www.vogue.de/mode/artikel/smart-casual-dresscode-business-freizeit-3-looks-caro-daur>, abgerufen am 21.02.2024; Allaire, Cristian: »A Celebrity Guide to Nailing a »Smart Casual« Dress Code«, in: Vogue online vom 03.08.2023. <https://www.vogue.com/article/smart-casual-dress-code-celebrity-guide>, abgerufen am 21.02.2024; Schumer, Lizz: »What Business Casual Really Means«, in: The New York Times online vom 24.10.2018. <https://www.nytimes.com/2018/10/24/smarter-living/what-business-casual-really-means.html>, abgerufen am 21.02.2024.

Praktiken der Macaroni und der Dandys im 18. bzw. 19. Jahrhundert anführen¹⁹, welche als Anti-Moden auf Dichotomien und Übertreibungen basierten und provokativ die Grenzen der akzeptablen äußeren Erscheinung ausloteten. Ihre Vertreter inszenierten sich oft bewusst als Modenarren, die die Widersprüche der Mode selbst verkörperten: Ihr grenzüberschreitendes Kleidungsverhalten changierte zwischen Zeigen und Verbergen, Extravaganz und Zurückhaltung, Narrenfreiheit und Abhängigkeit vom Establishment.²⁰

Diese Assoziation wurde im Zusammenhang mit dem Wiederaufkommen des Business-Casual-Trends²¹ im Kontext des Home-Office erneut erweckt. Als im Zuge der Covid-19-Pandemie und der damit einhergehenden Verlagerung bestimmter Aspekte der Arbeit in die Sphäre des Privaten und Digitalen Videokonferenzen als Kommunikationsform an Bedeutung gewannen, schien der Mediengebrauch zum Ausloten modischer Paradoxien einzuladen. Nimmt man an einer Webkonferenz teil, werden der bekleidete Modekörper²² und seine Umgebung, abhängig von der Positionierung des Computers bzw. der Webcam im Raum, in zwei scheinbar separate Bereiche aufgeteilt: des Sichtbaren/des Öffentlichen/der ›Welt/der Arbeit und des Unsichtbaren/des Privaten/des ›geheimen Kämmerleins/der Freizeit. Paradigmatisch für diese auf Gegensätzlichkeiten und Widersprüchlichkeiten beruhende Konstellation steht das Schema eines Mannes in formeller Anzugjacke und Boxershorts oder Jogginghose vor dem Heimcomputer.²³ Der sichtbare Oberkörper ist

19 Vgl. u.a. Hüttemann, Felix: *Der Dandy im Smart Home: Ästhetiken, Technologien und Umgebungen des Dandyismus*, Bielefeld: transcript 2021.

20 Vgl. Lezama, Nigel: »The Nineteenth-Century Dandy's Heroic Renunciation through Fashion«, in: Efrat Tseelon/Laien Burton/Diana Crane (Hg.), *Fashion as masquerade*, Bristol: intellect 2014, S. 87–99.

21 Die Strategie, die im Rahmen randständiger Modepraktiken entwickelt wurde, findet sich im Verlauf der Modegeschichte in unterschiedlichen Ausprägungen und diversen Modetrends wieder. Im Zusammenhang mit Bürokleidung gehört der Business-Casual-Trend seit den 1980er Jahren zur Kategorie des Mainstreams, deren Nuancen ständig neu verhandelt werden (vgl. Londrigan, Michael: *Menswear. Business to Style*, New York: Fairchild 2008, S. 23–38).

22 Gertrud Lehnert definiert den Modekörper als eine skulpturale räumliche Formation, die aus einer Verschmelzung von Körper, Kleidung und Schmuck entsteht und in seinem Handeln Moderäume hervorbringt (vgl. Lehnert, Gertrud: »Der modische Körper als Raumskulptur«, in: Erika Fischer-Lichte (Hg.), *Theatralität und die Krisen der Repräsentation*, Stuttgart: Metzler 2001, S. 528–549).

23 Vgl. u.a. Tapley, John: »The Perfect Zoom Shirt and Other Lessons From 2020«, in: Gawda Media online vom 20.10.2020. <https://gawdamedia.com/2020/10/20/the-perfect-zoom-shirt-and-other-lessons-from-2020>, abgerufen am 20.02.2024; Yeomans, Capucine: »So, Who Else Owns a Zoom Shirt?«, in: LinkedIn News vom 30.06.2020. <https://www.linkedin.com/news/story/so-who-else-owns-a-zoom-shirt-4899860>, abgerufen am 21.02.2024; Priya, Elan: »Meet ›the Zoom Shirt‹: For People Who Don't Want to Dress for Work«, in: The Irish Times online vom 20.06.2021. <https://www.irishtimes.com/life-and-style/fashion/me>

overdressed, der unsichtbare Unterkörper underdressed – eine Übertreibung, die im Scherzartikel »The Zoom-ouflagé Shirt«²⁴ kulminiert, welches (mit zweifelhaftem Ergebnis) vollständigen Verzicht auf Kleidung bei Videokonferenzen ermöglichen soll. Der Designer Karl Lagerfeld, dessen häufig zitierte Aphorismen modische Paradoxien widerspiegeln, proklamierte in den frühen 2000er Jahren vermeintlich: »Wer eine Jogginghose trägt, hat die Kontrolle über sein Leben verloren.«²⁵ Gemäß dieser kaum ernstzunehmenden Behauptung stehen ein Teil des Modekörpers und seiner Umgebung für Kontrolle und ein Teil für Kontrollverlust, ein Teil für das Modehandeln und ein Teil für das Nicht-Handeln.

Doch außerhalb des Mediendiskurses scheint der antagonistisch-aktivistische Begriff der modernen Fashion Agency kaum geeignet zu sein, um das Modehandeln im Home-Office zu beschreiben. Statt der Kombination aus Sakko und Unter- bzw. Jogginghose setzt sich in der Praxis das Zoom-Shirt durch. Darunter wird ein Oberteil, in der Regel ein Hemd, verstanden, das ausschließlich für Online-Meetings genutzt wird.²⁶ Diese Praktik konstituiert keinen zweigeteilten, sondern einen hybriden Modekörper, der modische Entscheidungen suspendiert und sich weder strikt auf Business noch auf Casual festlegen möchte. In dieser Hinsicht ließe sich das Zoom-Shirt dem Trend Workleisure zuordnen, der eine Synthese aus Büro- und Hauskleidung repräsentiert. Dabei wird beispielsweise die Freizeitgarderobe in die Schnitte und Stoffe des Büros übersetzt.²⁷ Als Kompromiss zwischen Arbeit und Freizeit wird z.B. eine Jogginghose mit einer Bügelfalte versehen, oder es werden Sakkos aus Jersey getragen, die sich an den Körper anpassen, statt ihn in die gewünschte Form zu zwingen. Doch das Zoom-Shirt zeichnet sich weder durch spezifische Materialien noch durch bestimmte Schnitte aus. Vielmehr sind es Gebrauchsweisen und Prozesse, die für den Trend charakteristisch und für seine Entstehung verantwortlich sind.

et-the-zoom-shirt-for-people-who-don-t-want-to-dress-for-work-1.4309871, abgerufen am 21.02.2024; Lim, Lisa: »From ›Zoom Shirts‹ to ›Biz-leisure‹: How the Pandemic Altered Fashion and the Words We Use to Describe it«, in: South China Morning Post online vom 22.09.2020. <https://www.scmp.com/magazines/post-magazine/fashion/article/3101869/zoom-shirts-biz-leisure-how-pandemic-altered>, abgerufen am 05.02.2024.

24 Anonymous: »The Zoom-ouflagé Shirt™«, in: Unnecessary Inventions vom 12.11.2021. <https://unnecessaryinventions.com/zoom-oflage-shirt>, abgerufen am 05.02.2024.

25 Anonymous: »Karl Lagerfeld in Zitaten«, in: FAZ online vom 19.02.2019. <https://www.faz.net/aktuell/stil/mode-design/karl-lagerfeld-die-besten-zitate-des-verstorbenen-modedesigners-16049283.html>, abgerufen am 20.02.2024.

26 Vgl. Tavis, Anna/Lupushor, Stela: Humans at Work. The Art and Practice of Creating the Hybrid Workplace, London: Kogan Page 2022, S. 22; Priya, Elan: »The Zoom Shirt: How the Pandemic Changed Work Dress Codes«, in: The Guardian online vom 20.07.2020. <https://www.theguardian.com/business/2020/jul/20/the-zoom-shirt-how-the-pandemic-changed-work-dress-codes>, abgerufen am 21.02.2024.

27 Vgl. V. Friedman: »Behold, ›Workleisure‹«.

Passives Modehandeln am Beispiel des Zoom-Shirts

Es kann angenommen werden, dass das Phänomen Zoom-Shirt aus der Bestrebung heraus entstanden ist, aktives Modehandeln zu minimieren und die Gesamterscheinung des Modekörpers mit möglichst wenig Aufwand situativ, unverbindlich und flexibel zu adjustieren. Um dieses passive Modeverhalten zu modellieren, kann man auf die Begriffe *Handlungssuspension* und *Interpassion* zurückgreifen, die vom Soziologen Robert Seyfert im Rahmen seines Entwurfs einer relationalen Soziologie entwickelt wurden.

Seyferts Projekt besteht darin, kulturelle Praktiken ausgehend von Relationen und Wechselwirkungen zu modellieren.²⁸ Sein Ansatz ist als Gegenentwurf zu aktivistischen Handlungsmodellen zu verstehen:

Im Gegensatz zu der Vorstellung, dass Menschen, Akteure, Systeme und Aktanten Handlungen durchführen, Entscheidungen treffen und Effekte hervorrufen müssen, geht eine suspensive und interpassive Soziologie davon aus, dass zentrale Sozialbeziehungen in der Suspension von Handlungen, Entscheidungen, Kommunikationen bestehen bzw. dass sich soziale Beziehungen schlicht interpassiv ereignen, d.h. ohne das Eingreifen von Akteuren.²⁹

Seyfert argumentiert, dass Vermeidung und Aufschub von Handlungen für jene komplexe, heterogene Gesellschaften kennzeichnend sind, deren Mitglieder sich nicht auf feste Kategorien wie Geschlecht, Klasse oder Ethnie festlegen lassen möchten.³⁰ Appliziert auf das Terrain des Modehandelns ist Handlungssuspension nicht mit der vermeintlich passiven Nachahmung im Gegensatz zur aktiven Differenzierung oder dem blinden Ausagieren der Marktvorschriften gleichzusetzen. Beispielsweise sei der Modetrend Normcore laut Seyfert auf die Bemühungen zurückzuführen, Festlegungen auf einen konkreten, distinkten Kleidungs- bzw. Lebensstil zu vermeiden, wenig Aufmerksamkeit zu erregen und viele Handlungsmöglichkeiten offen zu halten:

Dessen [Normcores, Anm. d. Autorin] modische Kennzeichen sind T-Shirt, Jeans und Sneakers: Sowohl Abendgarderobe als auch Sportkleidung, kann man Sneakers sowohl im Theater als auch im Stadion tragen.³¹

28 Vgl. Seyfert, Robert: Beziehungsweisen. Elemente einer relationalen Soziologie, Weilerswist: Delbrück Wissenschaft 2019, S. 18ff.

29 Ebd., S. 141.

30 Vgl. ebd., S. 28.

31 Ebd., S. 185.

Stimmt man Seyferts Interpretation zu, lässt sich das Zoom-Shirt dem Normcore-Trend zuordnen:³² Als Kategorie der World Fashion³³ ist das Hemd sowohl als Arbeits- als auch als Freizeitkleidung akzeptabel. Statt die Aufmerksamkeit auf die vermeintliche Universalität des Hemdes zu lenken, lässt sich argumentieren, dass passives Modeverhalten in Form von automatisierten Abläufen in einer Wohnumgebung quer zum intendierten Gebrauch der Kleidung eine kollektive Resonanz auslöste und zu einer Trendbildung führte.

Die Passivität des Modehandels zeigt sich zunächst darin, dass es sich beim Zoom-Shirt meist nicht um mehrere gleiche oder ähnliche Hemden, sondern um ein einziges Kleidungsstück handelt, welches zur freiwilligen temporären Home-Office-Uniform wird:

It's time to log in to his first Zoom meeting of his workday, so Joe Farrell puts on a short-sleeve button-down from Brooks Brothers [...]. He has worn it for video calls on 70 consecutive days. This was not his plan. [...] This is a man who once owned 210 shirts because, as the host of a design show on TLC, he couldn't have viewers see him repeat.³⁴

Unabhängig vom Wahrheitsgehalt dieser Anekdote kann das tägliche Tragen eines Kleidungsstücks über einen langen Zeitraum nur dann ermöglicht werden, wenn das Shirt nicht oft gewaschen, sondern ständig an- und ausgezogen wird. Anders als ein Hemd für jeden Anlass entspringt das Zoom-Shirt dem Bedürfnis, kurzfristig und flexibel zwischen dem Online- und Offline-Modus, der Büro- und der Hausarbeit schalten zu können, statt diese Bereiche nahtlos miteinander zu verbinden. Die Suspension der Fashion Agency besteht darin, aktive Entscheidungen für ein neues Outfit durch adjustiv-situative Änderungen an der bereits getragenen Kleidung zu substituieren. Die Funktion des Zoom-Shirts kann ebenso ein Oberteil mit Knopfleiste, z.B. eine Strickjacke oder ein Kleid, erfüllen³⁵, das temporär über der Hauskleidung getragen werden kann.

32 Alternativ lässt sich Normcore als Gegentrend zur Hipster-Mode der 2010er Jahre deuten (vgl. Zeman, Mirna: »Lächerliche Normalitätsmaschine. Normaling und Normcore«, in: Thomas Ernst/Georg Mein (Hg.), *Literatur als Interdiskurs: Realismus und Normalismus, Interkulturalität und Intermedialität von der Moderne bis zur Gegenwart. Eine Festschrift für Rolf Parr zum 60. Geburtstag*, Brill: Fink 2016, S. 69–85).

33 Als World Fashion bzw. Cosmopolitan Fashion wird westlich geprägte Alltagskleidung (Jeans, T-Shirts, Turnschuhe, Pullover etc.) verstanden, die überall auf der Welt getragen wird (vgl. J.B. Eicher/B. Sumberg: »World Fashion«, S. 300).

34 Stein, Joel: »The Video Call is Starting. Time to Put on Your Zoom Shirt«, in: *The New York Times online* vom 29.06.2020. <https://www.nytimes.com/2020/06/29/business/zoom-shirt.html>, abgerufen am 05.02.2024.

35 Vgl. V. Friedman: »Behold, ›Workleisure«.

Wenn es nicht getragen wird, hängt das Zoom-Shirt oft an einem Kleiderhaken oder Kleiderbügel in der Nähe des Computers, meistens aber direkt auf der Rückenlehne des Stuhls, auf dem Videokonferenzen abgehalten werden.³⁶ Das Zoom-Shirt geht somit über die Sphäre des Vestimentären hinaus: Es wandert aus dem Kleiderschrank und wird zum sichtbaren Teil des Interieurs. So wird diese hybride Kleider-Möbel-Technik-Konstellation zu einer dauerhaften Übergangslösung, die mit der häuslichen Praktik des Kleiderstuhls verwandt ist.

Auf einem Kleiderstuhl stapelt sich einmal getragene Kleidung, die zu schmutzig für den Kleiderschrank, aber noch nicht bereit für die Wäsche ist.³⁷ Beide Praktiken umgehen den intendierten Umgang mit Möbeln und dienen als Platzhalter für den abwesenden Körper. Interieurgeschichtlich knüpfen beide Kleidung-Möbel-Konstellationen an die Funktion des sogenannten »Stummen Dieners« an, der seit der römischen Antike nachgewiesen ist.³⁸ In der Gegenwart verbindet sie die Funktion, Lücken im Kreislauf häuslicher Praktiken zu füllen, die durch binäre Normen des aktivistischen vestimentären Handelns und antagonistische Unterscheidungen von sauber/schmutzig, tragbar/untragbar, sichtbar/unsichtbar entstehen.

Die Prozesse, die sich zwischen dem Modekörper und seiner häuslichen Umgebung ereignen und die Funktionsweise des Zoom-Shirts konstituieren, gehören zum Register der Automatismen.³⁹ Aus medien- und kulturwissenschaftlicher Sicht werden Automatismen definiert als

ungeplante Abläufe, die im Grenzbereich zwischen bewussten und unbewussten Prozessen angesiedelt sind. Sie treten auf der Ebene individuellen und kollektiven Handelns sowie im Umgang mit Technik auf. Auch wenn sie Anteile intentionalen Handelns enthalten, gehen Automatismen nicht auf Planung oder Gestaltung zurück, sondern z. B. auf Prozesse der Wiederholung und der Verschiebung; sie haben eine generative Kraft.⁴⁰

36 Vgl. J. Stein: »The Video Call is Starting«.

37 Vgl. Bauer, Patrick: »Ein Stuhl für alle Fälle«, in: Süddeutsche Zeitung Magazin 39 (2015). <https://sz-magazin.sueddeutsche.de/design-and-wohnen/ein-stuhl-fuer-alle-faelle-81686>, abgerufen am 20.02.2024.

38 Vgl. Assadsolimani, Jasmin: »SitzPolsterModen. Wäsche & Stuhl«, in: Jan Watzlawik (Hg.), Begleitkatalog zur Ausstellung Auf Möbeln. SitzPolsterModen, Dortmunder Materialien zur Materiellen Kultur 9 (2019), S. 66.

39 Die interdisziplinäre Automatismenforschung wurde im Rahmen des Graduiertenkollegs *Automatismen* an der Universität Paderborn 2007 initiiert. Das Kolleg erforschte *Automatismen* als Mechanismen der *Strukturentstehung jenseits geplanter Prozesse in Informationstechnik, Medien und Kultur* sowie als *Kulturtechniken zur Reduzierung von Komplexität* (vgl. Forschungsprogramm des Graduiertenkollegs auf der Website der Universität Paderborn, <https://www.uni-paderborn.de/graduiertenkolleg-automatismen/forschungsprogramm>).

40 Forschungskonzept des Graduiertenkollegs *Automatismen*: https://www.uni-paderborn.de/fi/leadmin/automatismen/Infoflyer_CK_II.pdf

Zu Automatismen zählen Prozesse der Selbstkalibrierung, in denen das Selbst in zyklischen Rückkopplungsschleifen im Wechselverhältnis zur Umwelt, Gesellschaft und Technologie konstituiert wird.⁴¹ Aus der Wechselbeziehung zwischen Kleidung, Möbeln und Technik, aus der die vestimentäre Routine des Zoom-Shirts zunächst ungeplant (»this was not his plan«) hervorgeht, ergibt sich für den Modekörper ein emergenter Effekt der Singularisierung. Das wiederkehrende Kleidungsverhalten dient zunächst der Entlastung und steht in Opposition zum aktiven, Abwechslung und Neuheit voraussetzenden modischen Handeln: Das Individuum, das fortwährend ein- und dasselbe Hemd wählt, entzieht sich der Anstrengung, sich selbst immer wieder neu zu erfinden.⁴² Die Selbsterfindung wird jedoch automatisch *bottom-up* generiert, weil Wiederholung nach außen Dauer und Stabilität signalisiert und der rekursiven Verstärkung des individuellen Ausdrucks dient.

Die *top-down*-Strategie, sich *aktiv* dem Modewandel zu widersetzen, wird häufig von Personen des öffentlichen Interesses wie Künstler*innen, Designer*innen, Politiker*innen, Stars etc. angewandt, um an Wiedererkennungswert zu gewinnen. Wenn Steve Jobs über Jahrzehnte hinweg in Jeans und Rollkragenpullover auftritt oder Angela Merkel stets gerade geschnittene Blazer in auffälligen Farben trägt, wird ihre *individuelle Künstler-Uniform*⁴³ von der Öffentlichkeit als einzigartig wahrgenommen. Ein*e Zoom-Shirt-Träger*in setzt ungeplant und un- bzw. teilbewusst einen ähnlichen Singularisierungsprozess in Gang, indem sie durch wiederkehrende, für modische Taktung sorgende Online-Meetings Schritt für Schritt an Ähnlichkeit zu sich selbst und an Einzigartigkeit gegenüber anderen gewinnt.

Als Modetrend relevant wird das Phänomen erst, wenn es den individuellen Modekörper überschreitet und zur Gruppen- bzw. Strukturbildung führt, welche sich im Fall des Zoom-Shirts ebenfalls *bottom-up* ereignet. Diese geht nicht auf gerichtete Aushandlungen zwischen Differenz und Nachahmung, sondern auf verteilte Prozesse zurück, die man mit Seyfert als *Interpassionen* bezeichnen kann. Als *Interpassionen* beschreibt Seyfert soziale Beziehungen, die nicht auf intentionalen Handlungen basieren, sondern *zwischen* passiven, nicht handelnden, bewusste Entscheidungen und Festlegungen suspendierenden Beteiligten stattfinden.⁴⁴ Im Fall des Zoom-Shirts lässt sich die *Interpassivität* sowohl an der Strukturbildung als auch an der Strukturauflösung beobachten. Die Praktik entstand, weil mehrere Individuen synchron und unabhängig voneinander ein ähnliches passives vestimentäres Verhalten

41 Vgl. Bublitz, Hannelore/Marek, Roman/Steinmann, Christina L./Winkler, Hartmut: »Einleitung«, in: Dies. (Hg.), *Automatismen*, München: Fink 2010, S. 9–16, hier S. 14.

42 Vgl. R. Seyfert: *Beziehungsweisen*, S. 166.

43 Vgl. Drühl, Sven: *Der uniformierte Künstler: Aspekte von Uniformität im Kunstkontext*, Bielefeld: Kerber 2006.

44 Vgl. R. Seyfert: *Beziehungsweisen*, S. 157.

entwickelten. Als Modetrend war das Zoom-Shirt keine Innovation, sondern eine temporäre Umordnung des Gewohnten – eine Übergangspraktik, die sich für eine gewisse Zeit in einer Ordnung verfestigte. Es fügte sich in den organischen Fluss der gewohnten häuslichen Abläufe ein, und so musste nach seiner Abschaffung die Ordnung nicht strategisch, durch aktives Handeln, wiederhergestellt werden: Das Ende der Lockdowns markierte für viele Haushalte den Wiedereinzug des Zoom-Shirt in den Kleiderschrank.

In seiner Satire auf das aktivistische Modehandeln beklagt sich der Philosoph Denis Diderot darüber, dass der Ersatz eines alten Hausrocks ihn dazu zwingt, in einer Kaskade von aufeinanderfolgenden Handlungsakten seine gesamte Wohnumgebung umzugestalten.⁴⁵ Aus dieser Perspektive lässt sich Dingen – dem Hausrock, den Möbeln, der Wohndekoration – Fashion Agency unterstellen, insofern diese aktiv zur räumlichen und zeitlichen Koordination des Modeverhaltens beitragen.⁴⁶ Statt jedoch den *modernen*, aktivistisch und antagonistisch geprägten Handlungsbegriff auf Dinge zu applizieren, verweist der Begriff der *Interpassion* darauf, dass die Stillstellung, das Nicht-Agieren, ebenso zum Handlungsrepertoire der menschlichen und nicht-menschlichen Akteure gehört. Die Tatsache, dass das Aufkommen und Verschwinden des Zoom-Shirts keine drastischen, irreversiblen Folgen bei der Umstrukturierung der Abläufe zwischen Körper, Kleidung, Möbel und Technik hat, lässt darauf schließen, dass Entscheidungssuspension und behäbiges, von häuslichen Routinen und Automatismen geprägtes Kleidungsverhalten konstitutiv für modische Strukturentstehung und -zersetzung sein kann.

Das Zoom-Shirt, dessen Bezeichnung sich einer Software für Videokonferenzen und einem Kleidungsstück verdankt, beleuchtet Aspekte des Spannungsverhältnisses zwischen Medien und Mode, die in der Modetheorie bisher wenig Beachtung fanden. Die Rolle des Mediums Videokonferenz, und damit verbunden des Computers, geht im Fall des Zoom-Shirts in der kommunikativen, vermittelnden und darstellenden Funktion nicht auf, denn sie gibt keinerlei Aufschluss über die Praktiken, die sich hinter den Kulissen ›im stillen Kämmerlein‹ abspielen und das Zoom-Shirt als Modephänomen relevant machen. Diese Abläufe zu berücksichtigen bedeutet, die Alltäglichkeit und Gewöhnlichkeit der Mode mit ihrer gelegentlichen strukturellen Neigung zur Prokrastination anzuerkennen.

45 Vgl. Diderot, Denis: Gründe, meinem alten Hausrock nachzutruern, Berlin: Friedenauer Presse 1998, S. 3–12 (EV., frz.: 1772).

46 So stellt z.B. die Akteur-Netzwerk-Theorie den modernen Handlungsbegriff und die damit verbundenen Polarisierungen von Natur und Kultur, menschlichen Handelssubjekten und nicht-menschlichen, passiven Objekten in Frage und schreibt Dingen innerhalb hybrider Netzwerke aus Menschen, Artefakten, Zeichen, Normen etc. Handlungsmacht zu (vgl. Latour, Bruno: Wir sind nie modern gewesen. Versuch einer symmetrischen Anthropologie, Frankfurt a.M.: Fischer 1998).