



universität
wien

Diplomarbeit

Titel der Diplomarbeit

***Leobersdorfer Flohmarkt -
Eine Studie zum Verhältnis von Dingen,
Personen und Zeit am Sonntagmorgen***

Verfasserin

Julia Haslbauer

angestrebter akademischer Grad

Magister der Philosophie (Mag. phil)

Wien, 2009

Studienkennzahl lt. Studienblatt: A 307

Studienrichtung lt. Studienblatt: Diplomstudium Kultur- und Sozialanthropologie

Betreuer: ao. Univ.-Prof. Dr. Thomas Fillitz

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	1
1.1 Prozess der Annäherung	
1.2 Prozess der Assimilation	
1.3 Prozess der Materialauswertung und Verabschiedung	
2. Leobersdorfer Flohmarkt	27
2.1 Die Organisation	
3. Das Angebot	35
3.1 Woher kommen Sie?	
3.2 Wer sind Sie und wie würden Sie sich selbst charakterisieren?	
4. Ein Tag am Flohmarkt	56
4.1 „Man kann einen Stein um viel Geld verkaufen, wenn man ihn gut präsentiert.“	
4.2 Nach welchen Kriterien werden Sie entlohnt?	
4.3 Wie sieht ihre weitere Karriere aus?	
5. Flee the market	73
6. Zusammenfassung	79
7. Quellenverzeichnis	86
7.1 Literatur	
7.2 Filme	
8. Anhang	92
Skizze Parkdeck	
Abstract	
Zusammenfassung	
Lebenslauf	

1. Einleitung

Von Kind auf besichtigten meine Schwester und ich des Öfteren mit unserem Vater diverse Flohmärkte in verschiedensten Ländern. Der Pariser Flohmarkt mit seinen zahlreichen Artikeln blieb mir besonders stark in Erinnerung. Als wir ins Triestingtal zogen, sammelte mein Vater immer wieder unterschiedliche Objekte, die er mit uns auf dem Flohmarkt in Leobersdorf verkaufte. In meinem Studium der Kultur- und Sozialanthropologie entdeckte ich erneut die Leidenschaft der Flohmärkte, als ich in den Sommerferien 2007 zufällig wieder auf den Leobersdorfer Flohmarkt stieß. Beim Durchstöbern der angebotenen Objekte kam mir der Gedanke, dass dieser ein spannendes Forschungsfeld für meine Diplomarbeit werden könnte. In groben Zügen überlegte ich mir ein Konzept zu „Interkulturalität, Multikulturalität und Diversität am Leobersdorfer Flohmarkt“. Meine damalige Betreuerin war mit diesem Thema einverstanden, musste mir allerdings nach drei Monaten mitteilen, dass ihr Betreuungsangebot auf spezielle theoretische Arbeiten eingeschränkt wurde und somit die Betreuung meines ausgewählten Themas nicht zustande kommen konnte. Ich machte mich unmittelbar auf die Suche nach einem neuen Betreuer, der mir den Hinweis gab mich eventuell auf materielle Kultur zu spezialisieren. Dies bedeutete für mich, entweder von der bereits gelesenen Literatur Abschied zu nehmen und mich auf ein neues Terrain der Objekte zu begeben oder weiterhin auf mein bisheriges Konzept zu beharren. Nach einiger Überlegung beschloss ich, den Fokus auf die Objekte zu legen, da ich beim Durchblättern meiner Notizen eines Proseminars über Dinge großen Anreiz, dieses Thema auf den Flohmarkt umzulegen, fand. Die Fragestellungen bewegten sich rund um Dinge und Personen, die allerdings so offen wie möglich gehalten werden sollten, um Neufassungen, Ergänzungen und auch Revisionen sowohl in der Methode als auch in der theoretischen Struktur zu ermöglichen, falls der Gegenstand diese erforderte. Zudem war die Herstellung des Feldkontaktes vorrangig.

Mit der Feldforschung des Leobersdorfer Flohmarktes begann ich im November 2007 und beendete diese im September 2008. Das Anliegen der Feldforschung ist generell, *„Aussagen darüber zu machen, wie sich der Mensch in seiner sozialen und materiellen Umwelt verhält, auch wenn er nicht Gegenstand einer Untersuchung ist, was er tut, wenn kein Versuchsleiter ihn direkt oder indirekt beeinflusst, und was ihn veranlasst, es zu tun.“*¹ Die Feldforschung des Leobersdorfer Flohmarktes teilte sich einerseits in den Zugang zum Feld und andererseits in einen hermeneutischen Zirkel von Spezialisierung von Fragestellungen, Materialsammlung und -auswertung. Die anfangs geringe Strukturierung entwickelte sich durch ständige Modifizierungen und Erweiterungen von Hypothesen im Laufe des Forschungsprozesses weiter:² *„Der Bösewicht ist die deduktive Theorie mit ihrem Labyrinth der verschiedensten logischen, mathematischen und technischen Anhänge. Was ich meine, ist der Bedarf an mehr induktiver begründeter Theorie à la Glaser und Strauss.“*³ *Grounded Theory* „ist eine gegenstandsverankerte Theorie, die induktiv aus der Untersuchung des Phänomens abgeleitet wird, welches sie abbildet. Sie wird durch systematisches Erheben und Analysieren von Daten, die sich auf das untersuchte Phänomen beziehen, entdeckt, ausgearbeitet und vorläufig bestätigt. Folglich stehen Datensammlung, Analyse und die Theorie in einer wechselseitigen Beziehung zueinander. Am Anfang steht nicht die Theorie, die anschließend bewiesen werden soll. Am Anfang steht viel mehr ein Untersuchungsbereich – was in diesem Bereich relevant ist, wird sich erst im Forschungsprozess herausstellen.“⁴

Ähnlich vergleicht Umberto Eco den Forschungsprozess mit einer Autoreise. Es wird ein Reiseziel wie zum Beispiel Wien-Paris bestimmt. Auf dem Weg nach Paris mögen einige Ortschaften eingeplant sein, es ist aber unbedeutend, ob der Aufenthalt in Strassburg ein bis zwei Tage länger dauert, weil es mir so gut gefällt.⁵ Diese Reise durch den Leobersdorfer Flohmarkt startet mit dem ...

¹ Patry, J.-L. (Hrsg.) (1982) *Feldforschung. Methoden und Probleme sozialwissenschaftlicher Forschung unter natürlichen Bedingungen*. Bern, Huber: S. 27 In: Mayring, P. (2002): S. 55

² vgl. Glaser, B. G.; Strauss, A. L. (2005): S. 10ff.

³ Filestead, W. J. (1979) *Soziale Welten aus erster Hand*. In: Gerdes (Hrsg.) (1979) *Explorative Sozialforschung*. Stuttgart: S. 30 In: Girtler, R. (2001): S. 51

⁴ Strauss, A. L.; Corbin, J. (1996): S. 7f.

⁵ vgl. Eco, U. (1989): S. 140fff.

1.1 ... Prozess der Annäherung und Orientierung

Ich verfasste im Oktober 2007 einen Probefragebogen, der an die StandlerInnen und BesucherInnen ausgeteilt wurde um festzustellen, wie das Thema Flohmarkt bei ihnen ankommen würde. Es wurden unter anderem Fragen nach Alter, Geschlecht, der Motivation für den Flohmarkt und der Preisstruktur gestellt. Unmittelbar klärte sich bei der Auswertung auf, dass diese Methode meinen Vorstellungen einer Feldforschung nicht gerecht werden würde. Fragen wurden zum Teil nicht beantwortet, weil sie überlesen oder möglicherweise nicht verstanden wurden. Zudem war die deutsche Sprache nicht die Muttersprache von vielen Befragten, die die Methode eines Fragebogens in deutscher Sprache unverzüglich wegfallen ließ. Ich stand erneut am Anfang und überlegte, wie ich mich am besten an die StandlerInnen und BesucherInnen herantasten könnte. Schließlich beschloss ich die Methode der teilnehmenden Beobachtung aus der Position als Standlerin einerseits und später als Besucherin andererseits zu verwenden. Der Vorteil der teilnehmenden Beobachtung bestand darin, dass ich an der sozialen Situation selbst partizipierte und in einer direkten persönlichen Beziehung zu Personen und Dingen stand.⁶ „Für unsere Zwecke definieren wir teilnehmende Beobachtung als einen Prozess, in dem die Anwesenheit des Beobachters in einer sozialen Situation zum Zwecke wissenschaftlicher Erhebung unterhalten wird. Der Beobachter steht in unmittelbarer persönlicher Beziehung zu den Beobachteten, und indem er mit ihnen an ihrem natürlichen Lebensbereich partizipiert, sammelt er Daten. So ist der Beobachter Teil des unter Beobachtung stehenden Kontextes, und er modifiziert nicht nur diesen Kontext, sondern wird auch von ihm beeinflusst.“⁷ Girtler zufolge hat die Feldforschung einerseits das Privileg der Offenheit und andererseits unterliegt sie einem ständigen Lern- und Kommunikationsprozess, indem der/die ForscherIn sich in die Alltagssituation begibt, lernt und belehrt wird. Girtler vertritt die Meinung, dass erst, wenn der/die Befragte sich selbst emotional engagiert und

⁶ vgl. Mayring, P. (2002): S. 72

⁷ Schwartz, M. S.; Schwartz, Ch. G. (1955) *Problems in Participant Observation*. In: American Journal of Sociology. LX. January: S. 344 In: Girtler, R. (2001): S. 63

dies für seine/ihre Alltagswelt auch Bedeutung hat, interne Gültigkeit zu erhoffen ist.⁸

Das informelle oder auch ero-epische Gespräch Girtler zufolge soll den/die GesprächspartnerIn nicht nur als Auskunftsperson sehen, sondern ForscherIn und InformantIn auf gleiches Niveau stellen.⁹ Der/die GesprächspartnerIn sollte keinesfalls unter Zugzwang geraten etwas erzählen zu müssen, sondern dazu bereit sein etwas erzählen zu wollen. Diese Geduld macht den/die ForscherIn zu einer lernenden Person, die sich durch ein Gespräch anstatt konkreter Einstiegsfragen an die Wirklichkeit herantastet.¹⁰ Es zeigt sich erst im Rechercheprozess, welche Fragen sinnvoll gestellt werden können und erst am Ende der Forschung wird klar, welche Problematiken eine Forschung beantworten kann.¹¹

Als zukünftige Verkäuferin ergab sich das erste Problem, nämlich der Mangel an zu verkaufender Ware. Um dies zu ermöglichen, machte ich bei mir selbst ein *Housecleaning*, befreite mich von alten Sachen und weihte Bekannte und Verwandte in mein Projekt ein. Neben dem Sammeln von Waren begann ich mit der Literaturrecherche zu Flohmärkten in Österreich und anderen Ländern sowie auch zum Bereich materieller Kultur. Um mein Vorverständnis am ersten Ort dieser Reise zu erweitern, bezog sich die erste Fragestellung auf den Stand der Forschung in Bezug auf Flohmärkte.

Die Vorläufer des Flohmarktes beziehungsweise seines synonymen Ausdrucks Trödelmarkt finden sich vor allem in Frankreich, Österreich, England und den Benelux-Staaten. Die Herkunft des Begriffs „Flohmarkt“ ist bis dato trotz zahlreicher Vermutungen noch wissenschaftlich umstritten. Der Handel mit Trödel wurde im Jahre 1404 erstmals urkundlich erwähnt. Die „*Käufler*“ siedelten sich neben frequentierten Plätzen wie zum Beispiel Kirchen oder auch Cafés an und unter Kaiser Maximilian I. befanden sich die AltwarenhändlerInnen auf dem Wiener Platz

⁸ vgl. Girtler, R. (2001): S. 54ff.

⁹ vgl. Girtler, R. (2001): S. 147

¹⁰ vgl. Girtler, R. (2001): S. 150

¹¹ vgl. Lueger, M. (2000): S. 53

Am Hof. 1614 kam es zu einer „festgelegten Ordnung der bürgerlichen Tandler“¹², die vorsah, dass die Anzahl von 18 Zunftgenossen nicht überstiegen werden durfte. 1623 erhob Kaiser Ferdinand der II. die Trödlergesellschaft zur „Wohl erbaren zunft der bürgerlichen Tandler.“¹³ Schugt suchte den Ursprung des Flohmarktes im 19. Jahrhundert (20. 4. 1808 – 9. 1. 1873), als im Auftrag des Kaisers der Architekt und Stadtbaumeister G. E. Haussmann eine Stadtsanierung in Paris durchführte. Elendsviertel wurden verbannt und breite Straßen errichtet um einerseits das Verkehrsproblem zu lösen und um andererseits den TandlerInnen eine Chance zu gewähren sich um Cafés in Paris anzusiedeln. Schon bald entstand der Name „marché aux puces“, auf Deutsch Flohmarkt.¹⁴ „Diesen Boulevardplänen fielen unzählige Marktschreier und Händler zum Opfer, ihre alten Behausungen und Hinterhöfe in Winkeln und Sackgassen wurden dem Erdboden gleichgemacht. Ganz im Norden von Paris, unmittelbar außerhalb der damaligen Befestigung, vor der Porte de Clignancourt, durften die verjagten Händler und Lumpensammler nun ungestört ihre Ware aus zweiter Hand an den Mann bringen, die sie aus Mülleimern bezogen oder auf Streifzügen durch Dachböden abbruchreifer Häuser mitgehen ließen. Die ersten Buden wurden um 1860 aufgestellt. Dieser erste Flohmarkt vor den Toren von Paris gruppierte sich recht zwanglos um zwei Cafés, dem Café de trois Canons an der Rue Jules Vallés und dem Café-chantant an der Rue Rozières.“¹⁵

Flohmärkte haben mit anderen strukturellen Formen bereits früher stattgefunden, aber bis in die 70er Jahre des 20. Jahrhunderts besteht ein Mangel an wissenschaftlichen Aufzeichnungen.¹⁶ Obwohl Flohmärkte an die Vergangenheit gebunden sind, betonen AutorInnen dennoch, dass sie ein modernes Phänomen, ausgehend von den USA oder Europa, aus den 70er Jahren sind, da sie mit früheren Marktstrukturen weder aus ökonomischer noch sozialer Perspektive kaum verglichen

¹² Kirshenbaum, B. (2003): S. 18

¹³ Bauer, W. T. (1996): S. 169

¹⁴ vgl. Schugt, M. (1979) *Das Gestern holt uns wieder ein*. In: *Flohmärkte in Europa*. Eltville am Rhein: S. 8 In: Trifter, M. (1988): S. 8

¹⁵ Schugt, M. (1979) *Das Gestern holt uns wieder ein*. In: *Flohmärkte in Europa*. Eltville am Rhein: S. 8 In: Trifter, M. (1988): S. 8

¹⁶ vgl. Winter, G. (1996): S. 13

werden können.¹⁷ Friedl zufolge beschäftigt sich der amerikanische Soziologe Robert Maisel 1974 erstmals wissenschaftlich mit dem Thema Flohmarkt.¹⁸ An jene Arbeit schließen weitere Studien von GeographInnen zu Einkaufs-, Freizeit- und Kommunikationsstrukturen auf Flohmärkten in Deutschland sowie deren Zusammenhänge mit stadtplanerischen Maßnahmen an. 1987 erscheint die Diplomarbeit *Wiener Flohmarkt* von List Ronald, die einen rechtlichen Überblick über den Wiener Naschmarkt gibt.¹⁹ Die Volkskunde greift den Diskurs des Flohmarktes erstmals 1971 mit der Dissertation von Barbara Glantschnig auf, die den Trödler in der Stadt Graz untersucht.²⁰ Ulrike Stadler konzentriert sich auf die Entstehung und die Entwicklung von Flohmärkten in den 70er Jahren und widmet den zweiten Teil ihrer Arbeit einer empirischen Analyse.²¹ Mit der Geschichte und Entstehung des Wiener Trödelmarktes bis hin zum Wiener Naschmarkt setzt sich Martin Trifter im Detail auseinander, wobei er ein Kapitel den EmigrantInnen widmet, da er als einen Teilaspekt des GastarbeiterInnenproblems sieht, dass Personen aus dem „ehemaligen Jugoslawien“ sich karitative Altkleidersammlungen zu eigen machen, um diese dann am Flohmarkt zu verkaufen.²² In den 70er und 80er Jahren erscheinen immer mehr Flohmarktführer und diverse Zeitschriftenartikel wie zum Beispiel von Hermann Alexa und Cornelia Franke mit dem Titel „*Gibt's den Multikulti Flohmarkt wirklich*“?²³ Friedls Diplomarbeit bildet einen neueren Zugang zum Phänomen Flohmarkt und befasst sich mit den unterschiedlichen Funktionszusammenhängen, Bedürfnisstrukturen, den gesellschaftlichen Bedeutungen und den Objektbeziehungen. Die Autorin betont vor allem die starken Veränderungen in den letzten zehn bis zwanzig Jahren, mit denen auch große Kommerzialisierungstendenzen einhergegangen sind. Aufgrund dieser Veränderungen sieht Friedl die Notwendigkeit darin, nicht nur Flohmärkte, sondern auch moderne Strukturen von Pfarrflohmärkten und anderen sozialen Organisationen miteinzubeziehen. Die Autorin spricht von einem Überangebot an Flohmärkten und

¹⁷ vgl. Friedl, M. (1996): S. 24

¹⁸ vgl. Friedl, M. (1996): S. 10

¹⁹ siehe dazu List, R. (1987)

²⁰ siehe dazu Glantschnig, B. (1971) *Der Trödler als volkskundliche Überlieferung in der Landeshauptstadt Graz*. Diss., Universität Graz. In: Friedl, M. (1996): S. 10

²¹ siehe dazu Stadler, U. (1991)

²² siehe dazu Trifter, M. (1988)

²³ siehe dazu Herrmann, A.; Franke, C. (1990)

untersucht deren Funktions- und Bedeutungszusammenhänge, die die Ebene von bloßer Schnäppchenjagd der BesucherInnen und dem rein finanziellen Gewinn der StandlerInnen übersteigen.²⁴ Friedl zufolge ist „*unter Flohmarkt [ist] sowohl ein Markt zu verstehen, an dem neue sowie gebrauchte Waren von Privatverkäufern, Händlern, Pfarren, sozialen Einrichtungen, Vereinen usw. verkauft werden, als auch ein Begriff, der als Synonym für „billig“ zu Werbezwecken eingesetzt wird.*“²⁵

Bis Ende Jänner 2007 war klar, dass sich die Arbeit auf die Personen und Dinge an einem Ort in einem bestimmten Zeitraum konzentrieren sollte und somit konnte der Titel „Leobersdorfer Flohmarkt – eine Studie zum Verhältnis von Dingen, Personen und Zeit am Sonntagmorgen“ festgelegt werden. Die Untersuchung des Leobersdorfer Flohmarktes verfolgte nicht den Zweck andere Flohmärkte auszuklammern, sondern ermöglichte für den für mich vorgesetzten Zeitraum von zirka 20-25 Flohmärkten am Leobersdorfer Parkdeck mich auf einen Ort zu konzentrieren um seine AkteurInnen, seine Waren und deren Beziehungen zueinander in ihrer Gesamtheit kennenzulernen. Im Zusammenhang mit diesem Vorhaben ergab sich die nächste Forschungsfrage nach der Geschichte und Organisation des Leobersdorfer Flohmarktes. Nach einer längeren Pause konnte der zweite Flohmarkt am 10. 02. 2008 aus der Perspektive als Standlerin gemeinsam mit meinem Lebensgefährten, der sich bereit erklärte, mich beim Aufbau und beim Verkauf der Ware zu unterstützen, stattfinden. Der Vorteil zu zweit bestand darin, dass ich mich an unserem Stand auf ein Gespräch konzentrieren konnte, ohne dabei andere potentielle KäuferInnen zu vernachlässigen, um die sich mein Partner einstweilen kümmerte. Zudem konnte ich den Stand ohne Probleme verlassen, um Interviews und Gespräche zu führen beziehungsweise auch in die Rolle der Beobachterin schlüpfen. Im Gegensatz zum Gespräch, in der ich eine aktive Rolle einnahm, hielt ich mich bei der Beobachtung im Hintergrund. Die Qualität der teilnehmenden Beobachtung lag in ihrer Spontanität, das heißt, dass es keinen systemischen Erhebungsplan gab. Es gab keinen Rahmen von vorab ausformulierten Beobachtungskriterien. Kategorien und Hypothesen wurden erst im Prozess der

²⁴ vgl. Friedl, M. (1996): S. 12

²⁵ Friedl, M. (1996): S. 15

Datenerhebung etabliert. Die einzige Kontrolle konnte anfangs nur durch mich selbst erfolgen, um eventuelle Verzerrungen der Wirklichkeit zu vermeiden.²⁶

An jenem Tag war die Nervosität meinerseits größer als beim ersten Flohmarkt, da ich wusste, dass jedes falsche Wort oder Hektik meine Arbeit zerstören konnten. Wir hatten allerdings den Vorteil, dass wir durch unsere Unbekanntheit die anderen StandlerInnen anlockten, die voller Neugier unsere Ware durchwühlten. Die ersten Gespräche und Kontakte wurden geknüpft. An jenem Tag versuchte ich sofort mit Herrn Kramer²⁷, dem Organisator, Kontakt aufzunehmen, was mir leider nicht gelang. Der nächste Flohmarkt fand am 17. 02. 2008 statt, ein Tag, den ich nie in meinem Leben vergessen werde, da es um vier Uhr morgens Minus zwölf Grad hatte. Als wir im Parkdeck ankamen, herrschte absolutes Chaos, da die Autos kreuz und quer parkten und selbst die erfahrenen StandlerInnen den Überblick verloren. Der Grund war ein Brand eines PKW am 15. 02. 2008 im unteren Parkdeck²⁸, sodass dieses für einige Wochen gesperrt werden musste und alle StandlerInnen gezwungen waren sich im mittleren Parkdeck aufzuhalten. Die Stimmung war sehr getrübt. Die einzigen Gespräche, die ich führen konnte, handelten von dem Brand, dem momentanen katastrophalen Zustand und der Kälte. Herr Kramer entschuldigte sich bei allen StandlerInnen für die Situation und vertröstete die „FlohmarkterInnen“ auf die darauf folgende Woche. Ich versuchte trotz der Situation die umliegenden Stände von unserem Platz aus zu beobachten und mit den BesitzerInnen ins Gespräch zu kommen. Schräg gegenüber von uns war ein Neuwarenstand aufgebaut, der einem Mann gehörte, der fast jede Woche auf dem Flohmarkt entweder alleine oder gemeinsam mit seiner Ehegattin Tischtücher aus Rumänien verkaufte.

Dieser Mann war die erste Kontaktperson und wurde im Laufe der Feldforschung zu einem Freund, der sehr viel erzählte und auch viele StandlerInnen und BesucherInnen kannte. Er half mir anfangs an adäquate Informationen



²⁶ Girtler, R. (2001): S. 62

²⁷ Alle Namen wurden aus Datenschutzgründen in dieser Arbeit verändert

²⁸ siehe Anhang: Skizze Parkdeck

heranzukommen und auch durch seine Bekanntheit das Misstrauen anderen StandlerInnen mir gegenüber abzubauen. Es war wichtig, dass meine GesprächspartnerInnen wussten, dass ich ihnen keinen Schaden zufügen wollte. Die Reaktionen zu meinem Thema waren allerdings sehr deutlich, entweder interessierte es die Personen gar nicht oder sie waren begeistert. „*Man wird als teilnehmender Beobachter mehr akzeptiert wegen der Art der Person, als die man sich aus der Sicht der Feldkontakte erweist, als der vermeintlichen Art der Forschung wegen. Diejenigen, zu denen man Feldkontakte hat, möchten immer wieder versichert bekommen, dass der Forscher ein netter Kerl ist und man sich darauf verlassen kann, dass er einen nicht hereinlegen wird mit dem, was er herausfindet. Das Prinzip der Studie interessiert sie gewöhnlich überhaupt nicht.*“²⁹ Auf dem Weg zur Toilette traf ich einige ältere Standlerinnen, die die Gründung des Leobersdorfer Flohmarktes miterlebten. Sie stellten gemeinsam fest, dass es noch nie so ein Chaos wie an diesem Tag gegeben hätte. Diese Damen wechselten von Woche zu Woche zwischen dem Leobersdorfer und dem Wöllersdorfer Flohmarkt um Ware, die sie auf dem einen Flohmarkt einkauften auf dem anderen zu verkaufen, und auch um den TeilnehmerInnen am Flohmarkt immer wieder ein neues Warensortiment anzubieten. Eine dieser Damen wurde im Laufe der Feldforschung ebenfalls zu einer Interview- und Gesprächspartnerin. Ich erkannte an diesem Tag bereits einige Gesichter wieder und mir wurde auch der starke Kontrast zwischen HobbyflohmarktlerInnen und den StandlerInnen, die den Flohmarkt als reine Einnahmequelle sahen, bewusst. Zu späterer Stunde konnte ich an diesem Tag schließlich ein kurzes Gespräch mit Herrn Kramer führen, der mir den Tipp gab mich mit der Gemeinde Leobersdorf in Kontakt zu setzen, da der Leobersdorfer Flohmarkt bis ins 18. Jahrhundert zurückreichen würde. Ich befolgte seinen Rat und kontaktierte am nächsten Morgen die Gemeinde Leobersdorf per Telefon. Eine angeblich zuständige Person teilte mir mit, dass der Flohmarkt seit 10 Jahren existiere, sicherlich nicht bis ins 18. Jahrhundert zurückreiche und dass es keine Archivdaten gäbe. Die Begründer des Flohmarktes waren Herr Kramer und Herr Schwarz, die den Flohmarkt in Eigenregie in die Wege leiteten. Herr Schwarz war mir bis zu diesem Zeitpunkt unbekannt. Aus diesem

²⁹ Dean, J. P. (1954) „Participant Observation and Interviewing.“ In: Doby, J. T. (Hrsg.) *An Introduction to Social Research*. Harrisburg, Penn: S. 233 In: Girtler, R. (2001): S. 94

Grund rief ich ihn unmittelbar an und vereinbarte mit ihm ein Interview auf dem Flohmarkt in drei Wochen. In der Hoffnung, dass das untere Parkdeck am 24. 02. 2008 geräumt sei, fuhren wir wieder als Standler auf den Flohmarkt. Wir kamen erst zehn Minuten vor sechs Uhr morgens an und das untere Parkdeck wurde noch immer nicht freigegeben. Es waren bereits alle Plätze belegt. Ich suchte Herrn Kramer, um eventuell noch einen Standplatz in der Größe von einem PKW Parkplatz zu ergattern. An diesem Tag legte er alle Standplätze so eng wie möglich zusammen und teilte uns einen drei Quadratmeter großen Platz zu. Da wir die Ware mit einem PKW-Anhänger transportierten, mussten wir diesen zum Parkplatz schieben und ihn so schnell wie möglich ausräumen, um nicht andere StandlerInnen zu blockieren. Zudem liefen uns an diesem Tag sehr viele WeiterverkäuferInnen – Personen, die Ware billig einkaufen und sie mit Gewinn weiterverkaufen - nach, da sie sahen, dass wir eine E-Gitarre und weitere Elektrogeräte bei uns hatten. Ich war innerlich bereits so zornig, da ich die Ware in Ruhe auspacken wollte, es kalt war, ein Chaos herrschte und ich freundlich bleiben musste. Als wir begannen unsere Ware auszuräumen, erklärte uns der Standnachbar, dass dieser Stand belegt sei. Mit innerlich rasender Wut ging ich erneut zu Herrn Kramer und erklärte ihm das Problem. Wir räumten die bereits ausgeladene Ware wieder ein und suchten mit ihm einen neuen Platz. Die WeiterverkäuferInnen blieben uns dabei laufend auf den Fersen. Schließlich wurde uns ein Platz auf der anderen Seite des Parkdecks zugeteilt neben einer älteren Dame, die ausschließlich Kleidung verkaufte. Dieser Stand schien allerdings belegt zu sein, da ein Tapezierertisch aufgebaut war. Herr Kramer schrie: „*Wem gehört dieser Stand?*“ Da ihm niemand antwortete, meinte er, dass es unserer sei. Ich war mir allerdings sicher, dass er den NeuwarenverkäuferInnen gegenüber von uns gehörte und ging deshalb zu ihnen um zu fragen, ob sie den Stand abgeben könnten. Tatsächlich hätte ihn ein junger Mann für seine Kleidung vorgesehen. Herrn Kramer riss in diesem Moment der Geduldsfaden, marschierte auf den jungen Mann zu und schrie: „*Mir reicht es schon langsam mit euch, ihr könnt nicht alles besetzen, der Platz ist wieder frei!*“ Wir zogen den Anhänger auf diesen Stand und räumten so schnell wie möglich die Ware aus mit der freundlichen Unterstützung von anderen StandlerInnen und auch WeiterverkäuferInnen. Viele Personen klagten über den Leobersdorfer Flohmarkt an jenem Tag und drohten Herrn

Kramer nicht mehr zu kommen, falls sich in der darauf folgenden Woche keine Verbesserung ergeben sollte. Mir fiel besonders auf, dass die WeiterverkäuferInnen hauptsächlich bei uns waren und die gesamte elektronische Ware bereits in der Früh verkauft war. Ich sprach mit einigen StandlerInnen darüber, die uns empfahlen die Preise höher anzusetzen. Dies war der Anreiz für die nächste Fragestellung: Welche Rolle nimmt Geld am Flohmarkt ein, wie entstehen Preise und warum in jener Höhe für die zum Verkauf angebotenen Objekte?

Um eine entsprechende Hypothese zu etablieren, begann ich die Theorien von Simmel, Marx und Appadurai zu analysieren. „*It's as if the buyer and seller were both in plastic bags; there's none of the contact of a gift exchange. There is neither motion nor emotion because the whole point is to keep the balance, to make sure the exchange itself doesn't consume anything or involve one person with another.*“³⁰ Ausgangspunkt in dieser Untersuchung bildete Marx mit seiner Unterscheidung zwischen Tauschwert und Gebrauchswert.

Marx zufolge sind Waren *alienable* – veräußerlich - und unpersönlich, da sie hergestellte Produkte für den Marktaustausch in einer kapitalistischen Gesellschaft sind. Marx spricht von zwei Zirkulationsformen, einerseits vom Zyklus Ware – Geld – Ware und andererseits vom Zyklus Geld – Ware – Geld, wobei der letztere ein Kennzeichen des Kapitalmarktes ist.³¹ Appadurai kritisiert in seiner Arbeit *The social life of things*³² den Ansatz von Marx, der in seiner produktivistischen Sichtweise gefangen scheint, und stützt sich in weiterer Folge auf Simmels Werk *Philosophie des Geldes*, welches eine wichtige Kritik von *alienation* zur Verfügung stellt. Simmel unterscheidet sich von Marx insofern, dass er die Beziehungen zwischen Personen, die Produkte der Industrialisierung und die Geldökonomie nicht nur aus der Produktionssicht, sondern auch aus einer konsumorientierten Perspektive betrachtet. Simmel zufolge bestimmen zwei Kategorien das menschliche Beisammensein: zum einen der Wert und zum anderen die Wechselwirkung, wobei

³⁰ Hyde, L. (1983) *The Gift: Imagination and the Erotic Life of Property*. New York, Cambridge University Press: S. 10 In: Herrmann, G. M. (1997): S. 82

³¹ vgl. Fetscher, I. (1999): S. 100

³² siehe dazu Appadurai, A. (1986)

die Wechselwirkungen ständig Wertbestimmungsprozessen unterliegen.³³ Der Tausch gehört zu den unmittelbaren Funktionen der Wechselwirkungen zwischen den Individuen. Simmel startet in seinem systemischen Ansatz mit einer Trennung von Subjekt und Objekt und folgt den einzelnen Etappen, die durch einen gleichzeitigen Zuwachs von Abstraktion und Spezifizierung gekennzeichnet sind, einer immer größer werdenden Distanz zwischen den beiden. Solange Subjekt und Objekt eins sind, haben Dinge keinen Wert. Diese Distanz wird durch den Tauschakt überwunden, in welchem sich der Wert der Objekte reziprok bestimmt. Kurz gefasst: der Wert ist keine inhärente Eigenschaft eines Objektes, aber ein Urteil, welches von Subjekten gefällt wird: „*Objects are not difficult to acquire because they are valuable, but we call those objects valuable that resist our desire to possess them.*“³⁴ Das bedeutet, wenn jemand ein Objekt begehrt, heißt es ein anderes zu opfern, welches eine weitere Person wiederum erstrebt zu erwerben. Diese Opfer definieren die Ökonomie als eine spezielle soziale Form, in der nicht nur Werte ausgetauscht werden, sondern es sich auch um einen Tausch von Werten handelt.³⁵ Im wirtschaftlichen Austausch treffen die Gegenstände mit einem vordefinierten Äquivalent aufeinander. Der Prozess der subjektiven Bewertung wird durch den der objektiven Preissetzung substituiert, indem die Preise sich nach Angebot und Nachfrage richten. Das Geld übernimmt dabei die Rolle eines abstrakten Werts, der den Tauschwert in einer objektivierten Form misst.³⁶ Simmel versucht in weiterer Folge mehrere Stadien des Geldes aufzuzeigen und meint, dass Geld der Anfang von unpersönlichen Beziehungen zwischen Individuen und das Ende vom kulturellen Prozess sei. Aus einer ökonomischen Perspektive sind Dinge gegeben um im wirtschaftlichen Kreislauf zu zirkulieren. Aus kultur- und sozialanthropologischer Sicht werden Objekte in einem kulturellen und kognitiven Prozess produziert und definiert. Mithilfe dieses theoretischen Zugangs habe ich festgestellt, dass die Preise für Waren am Flohmarkt sehr unterschiedlich festgesetzt werden und von mehreren Faktoren abhängig sind. Es geht nicht nur um eine Schnäppchenjagd der

³³ vgl. Winter, G. (1996): S. 5

³⁴ Simmel, G. (1978): S. 67

³⁵ vgl. Appadurai, A. (1986): S. 3

³⁶ siehe dazu Simmel, G. (1978)

BesucherInnen oder um eine Profitgier der VerkäuferInnen, wie bereits Friedl in ihrer Arbeit erkannt hat, sondern auch darüber hinaus.³⁷

Für den 02. 03. 2008 war eine Sturmwarnung vorgesehen. Aus diesem Grund beschloss ich nicht als Standlerin, sondern als Besucherin auf den Flohmarkt zu fahren. Es war Osterzeit und die StandlerInnen schmückten Palmkätzchen mit Ostereiern und gestalteten auch ihre Präsentationstische mit Osterdekoration. Durch den starken Wind war sowohl der Verkauf als auch der Besuch unerträglich. Gegen zehn Uhr packten viele StandlerInnen ihre Ware wieder zusammen. Ich nützte diesen Tag um mir die angebotenen Objekte anzusehen beziehungsweise auch in Kontakt mit mir noch fremden StandlerInnen zu treten. Meines erachtens war mein Gesicht allerdings noch zu fremd und deshalb hatten viele VerkäuferInnen auch keine Lust mit mir zu sprechen, sondern unterhielten sich mit NachbarstandlerInnen, mit potentiellen KäuferInnen oder kamen an der Imbissbude zusammen um etwas zu trinken. Beim Durchschlendern durch den Flohmarkt registrierte ich, dass sehr oft Geschirr, Kleidung, Bücher und Elektrowaren vertreten waren. Die Beobachtung führte zu meiner nächsten Frage neben der Preisstruktur: Welche Objekte werden am Flohmarkt zum Verkauf angeboten und in welcher Form werden sie verkauft?

In der Auseinandersetzung mit dieser Frage musste ich mich vorerst mit der Theorie von Appadurai, Kopytoff, Mauss und Herrmann beschäftigen. Appadurai zufolge gehen Objekte in einen Warenzustand ein- und wieder aus. Der Warenzustand von Dingen ist ein Schnittpunkt, an welchem kulturelle, soziale und temporäre Faktoren interagieren: *„By this definition, the term „commodity“ is used in the rest of this essay to refer to things that, at a certain phase in their careers and in a particular context, meet the requirements of commodity candidacy.“*³⁸ Wenn man den Flohmarkt betrachtet, ist die Warensituation von einem Objekt eine Phase in seiner längeren Geschichte, in welcher *„its exchangeability (past, present, or future) for*

³⁷ vgl. Friedl, M. (1996): S. 12

³⁸ Appadurai, A. (1986): S. 16

some other thing is its socially relevant feature.“³⁹ Diese Warenphasen können unterteilt werden in:

- commodity phase: ein Ding kann in einen Warenzustand ein- und wieder ausgehen.
- commodity candidacy: die Warenkandidatur eines Objektes ist ein kategorischer oder konzeptueller Aspekt: Objekte und Dienstleistungen werden kulturell auf verschiedene Weisen repräsentiert, so dass sie als tauschfähig oder auch nicht betrachtet werden können. Appadurai bevorzugt den Begriff regimes of value, der nicht davon ausgeht, dass jeder Warenaustausch von einem gemeinsamen kulturellen Verständnis ausgeht und spezifisch von den Situationen und Waren abhängt.
- commodity context: die Phase und die Kandidatur werden durch den Kontext des Dinges vermittelt, der auf die sozialen Arenen, in welchen die Dinge getauscht werden, verweist. „*Thus, commoditization lies at the complex intersection of temporal, cultural, and social factors.*“⁴⁰

Kopytoff zufolge sind viele Gegenstände als Ware geeignet, manche aber auch nicht, wenn alle verfügbaren Dinge in einer Gesellschaft in Betracht gezogen werden. Mehr noch, ein Objekt kann zu einem Zeitpunkt Ware sein und zu einem anderen nicht oder von einer Person als Ware gesehen werden und von einer anderen nicht. Diese Verschiebungen von Ware zu Gabe oder singulärem Objekt sind neben der rein ökonomischen Sicht der Dinge als eine moralische Ökonomie zu berücksichtigen.⁴¹ Der derzeitige kultur- und sozialanthropologische Diskurs hält allerdings den Kontrast zwischen Gabe und Ware aufrecht. „*Gifts, and the spirit of reciprocity, sociability, and spontaneity in which they are typically exchanged, usually are starkly opposed to the profit-oriented, self-centered, and calculated spirit that fires the circulation of commodities.*“⁴² Mauss Veröffentlichung *Die Gabe* ⁴³ handelt von einer Verbundenheit von GeberIn und RezipientIn durch die Objekte und

³⁹ Appadurai, A. (1986): S. 13

⁴⁰ Appadurai, A. (1986): S. 15

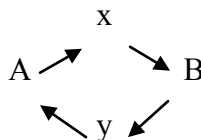
⁴¹ vgl. Kopytoff, I. (1986): S. 64

⁴² Appadurai, A. (1986): S. 11

⁴³ siehe dazu Mauss, M. ((1925) 1990)

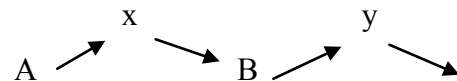
Dienstleistungen in dieser interdependenten Beziehung. Mauss überschreitet die reine Ebene des Handelns und analysiert den Geist der Gabe, der in dieser Arbeit nicht näher ausgeführt werden soll. Mauss hat aber in seinem Werk, darin stimmen Carrier und Gregory überein, wichtige Eigenschaften der Gabe beschrieben, nämlich die der reziproken Beziehung, der sozialen Bindung und der eingeschränkten Zirkulation der Güter.⁴⁴ Gregory und Carrier, die zwar die Differenzierung zwischen Marx und Mauss postulieren, suchen aber auch nach Strukturen, in denen die beiden Konzepte innerhalb einer Gesellschaft existieren. Die Gegenüberstellung weist tendenziell jedem der beiden ein anderes Untersuchungsfeld zu: die Waren gehören in den Bereich der Ökonomie, die Gaben sind ein Thema der Kultur- und Sozialanthropologie.⁴⁵ „It follows from these definitions of exchange that commodity exchange establishes a relationship between the objects exchanged, whereas gift exchange establishes a relationship between the subjects. In other words commodity exchange is a price-forming process, a system of purchase and sale. Gift exchange is not. An inalienable thing that is given away must be returned. Thus a gift creates a debt that has to be repaid.“⁴⁶

Warenaustausch:



- eine Transaktion
- findet zeitlich gleich statt
- Austausch von Ungleichen
- Wertvergleich
- Produktion und *objectification*
- *alienable*
- Quantität
- Unabhängigkeit

Gabenaustausch:



- zwei Transaktionen
- dauert länger⁴⁷
- Beziehung von Schulden
- Rangvergleich
- Konsum und Personifizierung
- inalienable*
- Qualität
- Abhängigkeit⁴⁸

⁴⁴ vgl. Hahn, H. P. (2005): S. 90-95

⁴⁵ siehe dazu Gregory, C. A. (1982)

⁴⁶ Gregory, C. A. (1982): S. 19

⁴⁷ Gregory, C. A. (1982): S. 46

Diese Auflistung von Dichotomien zeigt den Ansatz, dass Gaben und Waren sich in differenten Sphären bewegen. Beim Warenaustausch werden zwei heterogene Dinge auf das gleiche Niveau gebracht um ein Ergebnis von x ist gleich y zu erzielen. Die TransakteurInnen sind dabei fremde in einem Staat von reziproker Unabhängigkeit, die auch nach dem Austausch fortwährt. Die Austauschrelation von Gaben, die eine soziale Komponente beinhalten, ist eine zwischen Individuen. „*The concepts, gifts and commodities, while different, are nevertheless complementary: the concept commodity, which presupposes reciprocal independence and alienability, is a mirror image of the concept gift, which presupposes reciprocal dependence and inalienability.*“⁴⁹ Gregory geht von dem fundamentalen Prinzip der Übermacht des/der Gebers/in über den/die Empfänger/in aus, welche sich aus Rechten und Pflichten zusammensetzt. Somit können Gaben einen Rang einnehmen im Gegensatz zu Waren, die sich durch Preise positionieren.⁵⁰ Carrier zufolge kann sich die Dichotomie Gabe versus Ware aufgrund der Merkmale der Gaben in der Konsumtheorie so lange halten. Diese sind persönlicher Charakter, Einmaligkeit, Unkenntnis des Preises für den/die EmpfängerIn, die nicht verallgemeinerbar sind.⁵¹ „*In this view gift exchange and commodity exchange are fundamentally contrastive and mutually exclusive.*“⁵² Ein ähnlicher Ansatz stammt von der französischen Soziologin Violette Morin, die nicht von *inalienable* oder *alienable* spricht, aber von biographischen und protokollarischen Objekten.

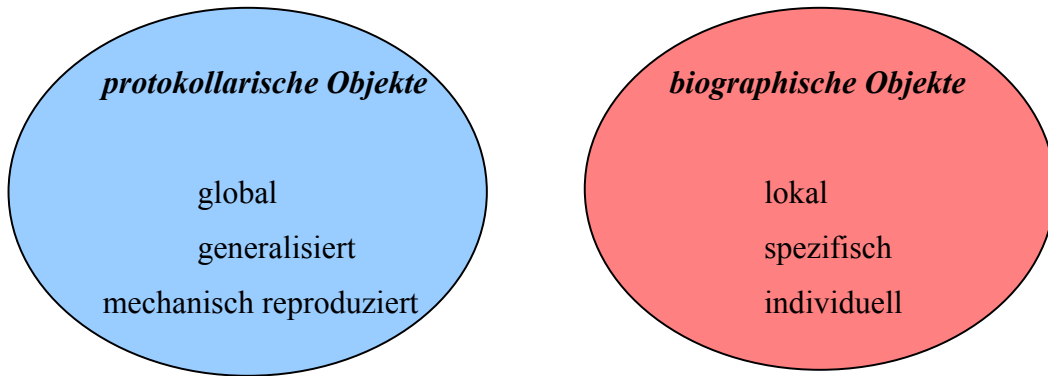
⁴⁸ Gregory, C. A. (1983) „Kula Gift Exchange and Capitalist Commodity Exchange: A Comparison“. In: *The Kula: New Perspectives on Massim Exchange*. Cambridge: Cambridge University Press: S. 104 In: Thomas, N. (1991): S. 15

⁴⁹ Gregory, C. A. (1982): S. 23f.

⁵⁰ Gregory, C. A. (1983) „Kula Gift Exchange and Capitalist Commodity Exchange: A Comparison“. In: *The Kula: New Perspectives on Massim Exchange*. Cambridge: Cambridge University Press: S. 109 In: Thomas, N. (1991): S. 15

⁵¹ vgl. Carrier, J. (1995): S. 20

⁵² Appadurai, A. (1986): S. 11



Obwohl beide Objektsorten für den Massenkonsum produziert werden, ist es so, dass die Beziehung, die eine Person mit einem biographischen Objekt entwickelt, ihm eine Identität gibt, die lokalisiert, einzigartig und individuell ist. Im Gegensatz dazu sind die öffentlichen Waren global, generalisiert und mechanisch. Objekte haben im Allgemeinen eine Beziehung zu Zeit, Raum und BesitzerIn. In Bezug auf Zeit altert das biographische Objekt während das öffentliche Gut unendlich jung ist und immer wieder substituiert wird. In Hinblick auf die räumliche Sphäre beschränkt sich der biographische Gegenstand ausschließlich auf seine/n BesitzerIn während das protokollarische Objekt sich überall aufhält und ihm keine persönliche Erfahrung innewohnt.⁵³ 1989, aufbauend auf der Arbeit von Appadurai⁵⁴, Kopytoff⁵⁵, Strathern⁵⁶ und Weiner⁵⁷, hat Hoskins versucht eine neue Kategorie von biographischen Objekten zu entwickeln, welche sich innerhalb der Gaben und Waren bewegen und mit personellen Charakteristika von ihren BesitzerInnen ausgestattet sind. Die Gegenstände teilen das Leben mit ihren EigentümerInnen. Insbesondere wenn sich die Objekte graduell verändern, wird das Altern im Spiegel dieser persönlichen Besitztümer wahrgenommen.⁵⁸ *Inalienability* ist Weiner zufolge ein Charakteristikum eines jeden Objekts, welches mit einer biographischen Komponente versehen wird.⁵⁹ Für die Autorin kennzeichnet „*its exclusive and*

⁵³ vgl. Hoskins, J. (1998): S. 1

⁵⁴ siehe dazu Appadurai, A. (1986)

⁵⁵ siehe dazu Kopytoff, I. (1986)

⁵⁶ siehe dazu Strathern, M. (1988)

⁵⁷ siehe dazu Weiner, A. B. (1992)

⁵⁸ vgl. Hoskins, J. (1998): S. 7f.

⁵⁹ siehe dazu Weiner, A. B. (1992)

*cumulative identity with a particular series of owners through time*⁶⁰ einen Besitz als *inalienable*.

Kopytoff erweitert den Aspekt von Appadurai, indem er die Biographien der Dinge - die Aufnahme einer kontinuierlich wandernden sozialen Definition von einem Objekt begonnen beim Status der Ware hin zu singulären Wesen - analysiert. „Singularity, in brief, is confirmed not by the object's structural position in an exchange system, but by intermittent forays into the commodity sphere, quickly followed by reentries into the closed sphere of singular „art“.“⁶¹ Appadurai ist weniger damit zufrieden, dass Kopytoff einen Unterschied zwischen Singularisierung und *commoditization* macht, seitdem die interessantesten Beispiele die mehr oder weniger permanente *commoditization* von singulären Dingen beinhaltet.⁶² In der Biographie der Dinge unterscheidet Kopytoff zwischen kultureller Biographie und der sozialen Geschichte von Dingen in Bezug auf zwei Arten von Temporalität, zwei Formen von Klassenidentität, und zwei Ebenen von sozialer Skala. Die kulturelle Biographie bezieht sich auf spezifische Dinge, die von Hand zu Hand gehen, Kontexte berühren und somit im Laufe ihres Lebens eine oder mehrere Biographien ansammeln. Wenn aber ganze Klassen oder Typen von Dingen betrachtet werden, muss der Zusammenhang in einen größeren Kontext gestellt werden, nämlich in Objekttypen mit ihren Historien.⁶³ Die soziale Geschichte von Dingen und ihre kulturelle Biographie sind nicht voneinander isoliert. Die soziale Geschichte von Objekten bestimmt über die Form, die Bedeutung, und Struktur der jetzigen, spezifischen und sofortigen Flugbahnen hinweg über längere Zeiträume und soziale Ebenen.⁶⁴ In der Biographieforschung werden Objekte als interaktive Agenten gesehen, die nach ihrem Ursprung, der Karriere, Erfahrungen, Änderungen im Leben u.s.w... befragt werden. Kopytoff



⁶⁰ Weiner, A. B. (1992): S.33

⁶¹ Kopytoff, I. (1986): S. 82f.

⁶² vgl. Appadurai, A. (1986): S. 17

⁶³ vgl. Appadurai, A. (1986): S. 34

⁶⁴ vgl. Appadurai, A. (1986): S. 36

zufolge lässt sich die Biographie in weitere Subbiographien unterteilen. Offensichtlich ist die bloße physische Biographie eines Schallplattenspielers zum Beispiel sehr unterschiedlich von seiner technischen Biographie, wenn man die Anzahl seiner Reparaturen betrachtet. Der Schallplattenspieler kann auch eine ökonomische Biographie annehmen – ursprünglicher Wert, Kauf- und Verkaufspreis, Wertverlust bzw. Wertsteigerung, Erhaltungskosten – sowie auch einen sozialen Wert. Diese Biographien können, müssen aber nicht, kulturell eingebettet sein: „*A culturally informed biography of an object would look at it as a culturally constructed entity, endowed with culturally specific meanings, and classified and reclassified into culturally constituted categories.*“⁶⁵ Mithilfe dieser theoretischen Konzeptionen begann ich die Biographie der Objekte am Flohmarkt zu hinterfragen. Der nächste Schritt der Reise führte in den ...

1.2 ... Prozess der Assimilation

Ich freute mich bereits auf den 09. 03. 2008, da ich mich mit Herrn Schwarz, dem Mitveranstalter, auf dem Flohmarkt treffen sollte. Mit der Frage, wie ich ihn erkennen sollte, antwortete er nur, dass er so und so bekannt sei. Ich wartete an diesem Tag vergebens auf ihn. Allerdings führte ich mein erstes längeres Gespräch mit dem Tischtuchverkäufer, welches zirka eine Stunde dauerte. Das Gespräch ergab sich durch den erneuten Platzmangel, da das untere Parkdeck noch immer gesperrt war und er versuchte neben unserem Stand seinen PKW einzuparken. Dabei rammte er einen Pfeiler und zerkratzte sein Auto. Nach einem kurzen Schock, waren wir ihm beim Ausladen seiner Ware behilflich. Durch diese Situation ergab sich ein einstündiges Gespräch über sein Leben, sein Gewerbe, und seine Motivation auf diesen Flohmarkt zu kommen. Er entdeckte den Fotoapparat, den ich dabei hatte und erlaubte mir ein Foto von ihm und seiner Ware zu schießen, allerdings nur mit der Auflage ihm einen Abzug von seinem Bild zu geben. Es sprach sich schnell herum, warum ich hier am Flohmarkt war, vor allem als ich die Objekte zu fotografieren begann. Die Reaktionen waren sehr unterschiedlich. Einige Personen kamen auf

⁶⁵ Kopytoff, I. (1986): S. 68

mich zu und fragten voller Neugier, warum ich hier fotografiere und dass ich auch gerne zu ihrem Stand kommen könne. Andere wiederum, obwohl ich ausschließlich die Objekte fotografieren wollte, erteilten mir eine Abfuhr trotz ausführlicher Erklärung. An einem Stand wurden Pflanzen zum Verkauf angeboten, die ich visuell festhalten wollte. Als ich die Besitzerin um Erlaubnis bat, klärte sie mich auf: *„Ich weiß, Sie können nix dafür. Ich glaub Ihnen auch, dass sie damit nichts machen. Aber es war schon so oft. Ich verkauf eh nichts Neues wie Sie sehen, aber ich will das nicht. Ich leg mir und den anderen keinen Stein in den Weg. Wissens was ich mein?“*⁶⁶ Mit den Fotos konnte ich einerseits Objekte visuell festhalten, mit den BesitzerInnen über die Objektbiographie sprechen und mir zu Hause Memos zu den einzelnen Objekten anfertigen.⁶⁷ Durch die Fotos als Gedächtnisunterstützung und -erweiterung wurde mir die unterschiedliche Präsentation der Ware, die von Chaos einerseits und Ordnung andererseits geprägt war, an einzelnen Ständen bewusst. Meine nächste Frage lautete: Wie und mit welcher Intention werden die Waren präsentiert?

Durch die immer mehr werdenden Forschungsfragen erscheint nunmehr erhärtet, dass die Feldforschung einer permanenten Bewegung und Umstrukturierung, Modifizierung und Flexibilität unterlag. Das nicht zustande gekommene Interview mit Herrn Schwarz machte mir zu schaffen. Ich rief ihn am nächsten Tag an und fragte, ob er verhindert gewesen war. Er lud mich daraufhin zu einem Osterfest am 20. 03. 2008 ein um dort das Interview zu führen. Während ich bereits auf das Interview gespannt war, machten wir noch einen Flohmarkt am 16. 03. 2008. Dieser konnte wieder seinen geregelten Lauf nehmen, das heißt er fand sowohl im unteren als auch im mittleren Parkdeck statt. An diesem Tag bemerkte ich bereits, dass unser Bekanntheitsgrad immer größer wurde. Gleich in aller Früh bekam ich eine Visitenkarte von einem Herrn, der nach Elektrogeräten suchte und uns bat ihn zuerst zu kontaktieren, falls wir Ware auf diesem Sektor hätten. Zudem ergaben sich zwei Gespräche von jeweils zirka 45 Minuten. Das erste fand mit einem jungen Paar statt, welches immer wieder gemeinsam mit einer größeren Gruppe von 10 Personen in

⁶⁶ Information von einer Standlerin, 09.03.2008

⁶⁷ vgl. Lueger, M. (2000): S. 161ff.

Leobersdorf Ware verkaufte. Das zweite Gespräch ergab sich mit einem älteren Ehepaar, das zu Beginn jedes Monats kam, um veraltete Dekorationen, Kleidung von Bekannten und Verwandten und andere Haushaltsgegenstände zum Verkauf anzubieten. Die Gespräche bezogen sich auf die bisher erwähnten Forschungsfragen und wurden per Memos an unserem Stand im Nachhinein notiert und am Abend in mein Feldforschungstagebuch eingetragen.

Am 20. 03. 2008 fand das ersehnte Treffen mit Herrn Schwarz in Leobersdorf in der Zeit von 15 Uhr 30 bis 17 Uhr statt. Das Interview mit Tonbandaufzeichnung deckte die gesamte Frage der Organisation und Entstehung des Leobersdorfer Flohmarktes ab. Dieses und alle weiteren Interviews mit Tonbandaufzeichnung wurden wortwörtlich transkribiert und eine Spalte mit zusätzlichen Kommentaren meinerseits beigelegt. Um ein Chaos an Datenansammlung von Gesprächen und Interviews zu vermeiden, wurde das Material zeitweise systematisch analysiert und reduziert. In der Zeit von Ostern bis Ende Juni 2008 wurden acht weitere Flohmärkte überwiegend aus BesucherInnenperspektive untersucht. Es ging vor allem um die Beobachtung der Tagesstruktur, begonnen beim Aufbau über Warenpräsentation und -angebot bis hin zum Abbau, das Organisieren von Interviews und weiteren informellen Gesprächen. Es wurden einzelne Stände mit ihren Objekten bis ins Detail beschrieben und fotografiert. In diesem Going Native Prozess übernahm ich als teilnehmende Beobachterin mittlerweile die Urteilsmaßstäbe und Verhaltensmuster der StandlerInnen und BesucherInnen im Feld. Einigen KritikerInnen zufolge bestehe die Gefahr, dass der/die ForscherIn die Fähigkeit verliere, sich dementsprechend zu distanzieren, da die Aufzeichnungen ungenau und verzerrt werden.⁶⁸ Girtler sieht dies nicht so. Der/die ForscherIn wird zu einem Mitglied der Gruppe und erhält dadurch die Chance zu „echten“ Ergebnissen zu gelangen. In den meisten Fällen wird eine ehrliche Identifikation mit der betreffenden Lebenswelt eher nützen als schaden, denn schließlich enthält sie so etwas wie Achtung vor den Menschen, deren Denken und Handeln man verstehen und nicht distanziert studieren will.⁶⁹ Die Studie unterliegt allerdings immer einer

⁶⁸ vgl. Grüner, K.-W. (1974) *Beobachtung*. Stuttgart: S. 115 In: Girtler, R. (2001): S. 78

⁶⁹ vgl. Girtler, R. (2001): S. 79

Selbstkontrolle. Mir wurde allerdings bewusst, dass meine Beobachtungen gegen Juni 2008 hin immer ungenauer wurden und selbstverständlich schienen. Ich beschloss eine Pause zu machen, einerseits um wieder die nötige Distanz zu gewinnen und um andererseits ein neues Warenangebot zusammenzutragen, da sowohl BesucherInnen als auch StandlerInnen unsere Ware bereits kannten und dieser keine Beachtung mehr schenkten. Aus diesem Grund ergaben sich hauptsächlich nur noch Gespräche mit Bekannten. Am 23. 08. 2008 fand der nächste Flohmarkt statt. Es wurde neue Ware präsentiert, die neue BesucherInnen und interessierte StandlerInnen anlockte. Endlich kam ich mit einer Standlerin ins Gespräch, die sich bisher nicht darauf einlassen wollte. Sie selbst hatte einen Stand mit ausgefallenen und exquisiten Objekten und interessierte sich für unsere neue Ware, die wir aus einer Verlassenschaft erworben hatten. Durch das Verkaufsgespräch bot sich eine gute Basis für weitere zukünftige Gespräche an.

Insgesamt war ich auf dreizehn Flohmärkten als Verkäuferin und auf zwölf Flohmärkten als Besucherin und Einkäuferin tätig. Die letzte Flohmarktphase bis Ende September 2008 galt diversen Präsentationstechniken, den Biographien der Objekte und den Preisen. Nebenbei durfte der theoretische Teil der Arbeit nicht übersehen werden, der sich um die Waren- und Gabendualität drehte und den Input für die nächste Forschungsfrage bot: Verschafft das Phänomen Flohmarkt die Möglichkeit uns von der Gaben- und Warendualität zu lösen oder behalten wir sie weiterhin aufrecht?

Der hohe Aufwand für die Abgrenzung von Waren und Gaben in Konsumgesellschaften ist auch der Ausgangspunkt der *Theory of Shopping* von Miller.⁷⁰ Der Akt des Einkaufens hat Miller zufolge das Ziel, anonyme und bedeutungslose Waren in persönliche Güter umzuwandeln. Kaufen sollte Miller zufolge deshalb auch im Kontext des Massenkonsums als Akt der Hingabe und des Opfers, also als Gabe verstanden werden. Die jeweilige Art des Einkaufens, sei es im Supermarkt, Museumsshop oder Wochenmarkt, bestimmt Ausgangspunkte und Wege der Aneignung. Aus rein ökonomischer Sicht wäre der Kauf als Allokation

⁷⁰ siehe dazu Miller, D. (1998)

von Ressourcen zu beschreiben. Eine erweiterte Perspektive, die ökonomische Herangehensweisen mit ethnographischen Methoden verbindet, muss die Identität der KäuferInnen hinterfragen. Erst durch eine solche Untersuchung wird die Verflechtung der Waren- und Gabenaspekte in der Konsumgesellschaft sichtbar. Der Soziologe Campbell hat die provokante These aufgestellt, dass die romantische Bewegung eine kritische Rolle in der Entwicklung des modernen Konsums eingenommen hat. Er verbindet Romantismus und Konsum mit einer Unterscheidung zwischen traditionellen und modernen Formen von Hedonismus. Der/die klassische HedonistIn versucht angenehme Erfahrungen zu wiederholen. Der/die moderne HedonistIn füllt die Lücke zwischen Wunsch und Konsum mit dem Spiel von Tagträumen mit neuen Erfahrungen. Campbell erklärt die Dynamik von Wunsch – Aneignung – Gebrauch – Ernüchterung – erneuter Wunsch anhand von Kleidung und Werbung und kommt zu dem Schluss, dass moderner Konsum nicht explizit materialistisch ist.⁷¹ Baudrillard geht in seiner Arbeit *System der Dinge* von einem Konsummodell aus, in welchen Waren zu bloßen Zeichen werden und möchte zeigen, dass die Zerstörung von Bedeutung in der zunehmenden „Warisierung“ in der Informationsgesellschaft innewohnt. Baudrillard konzentriert sich nicht bloß auf die Funktionen und Kategorien von Gegenständen, sondern auf die Vorgänge, die zwischen Personen und Objekten Beziehungen entstehen lassen.⁷² „Jedes Stück hat, den einzelnen Verrichtungen der familiären Zelle entsprechend, eine fest umrissene Bestimmung und verweist überdies auf eine Auffassung von der Person als eines ausgewogenen Gefüges distinkter Fähigkeiten.“⁷³ Baudrillard beschreibt die Möbelstücke in einem Heim folgendermaßen: sie starren einander an und behindern sich gegenseitig. Sie fügen sich gleichzeitig zu einer Einheit zusammen, die eher eine moralische als eine räumliche ist. Jeder Gegenstand hat in einem Heim seine eigene Funktion und seine symbolische Würde.

Neben der Waren- und Gabendualität war ebenso interessant, in welchem Bezug der Flohmarkt zu marktwirtschaftlichen oder anderen Systemen steht beziehungsweise

⁷¹ vgl. Campbell, C. (1987): S. 86

⁷² vgl. Baudrillard, J. (1991): S. 15

⁷³ Baudrillard, J. (1991): S. 23

ob dieser überhaupt kategorisiert werden kann. Appadurai entwickelt weitere Ideen von Austauschwegen und Zerstreuungen von Wertsachen - *diversions of valuables* - und argumentiert für eine generelle Kategorie von Wertturnieren, in denen Kulahandel und Auktionen, die als komplexe periodische Veranstaltungen gesehen werden können, stattfinden. Die Partizipation an diesen Events wird als ein Privileg und als Basis für den Wettbewerb gesehen. Der Flohmarkt kann ebenfalls als periodische Veranstaltung einmal pro Woche betrachtet werden, wo sowohl Gabentausch als auch Warentausch stattfinden kann. „*There are several ways in which things that change hands in the garagesale more closely resemble gifts than commodities.*“⁷⁴ Wenn Dinge von Hand zu Hand gereicht werden, zum größten Teil gebraucht, wird auch automatisch etwas vom/von der BesitzerIn mittransportiert, und seitdem diese persönliche Besitztümer sind, sind sie im Vorhinein in ein soziales Beziehungsnetz eingebunden. Flohmarkt kann zwischen Gabe und Ware hin- und herschwanken, aber auch in beiden Teilen gleichzeitig teilnehmen, abhängig von den sozialen Beziehungen oder spezifischen Transaktionen. Dies soll im Laufe der Arbeit mit besonderer Aufmerksamkeit auf Dinge und ihre Biographie konkretisiert werden. Davor fehlt uns aber noch der letzte Teil unserer Reise ...



1.3 ... der Prozess der Materialauswertung und Verabschiedung

Der Abschluss des Feldkontaktes gestaltete sich insofern, dass wir auf immer weniger Flohmärkte fuhren, da der Zeitraum von Oktober 2008 bis Februar 2009 der Datenanalyse und -auswertung galt. Insgesamt wurden sieben Interviews mit Tonbandaufzeichnungen geführt und etwa 200 informelle Gespräche, die immer wieder mit denselben Personen stattfanden und in Form von Memos nach dem Gespräch am Flohmarkt notiert und anschließend ins Feldforschungstagebuch eingetragen wurden. Neben dem Protokollieren von Memos wurde ebenso der

⁷⁴ Herrmann, G. M. (1997): S. 83f.

Fortgang der Feldforschung in dem Tagebuch geschildert. Dazu gehörten Telefonnummern, Adressen, Kontaktpersonen, Forschungsfragen, persönliche Emotionen, eventuelle Ergebnisse und weitere Gedanken. Das Tagebuch war sinnvoll, da es Zusammenhänge gegen Schluss der Forschung wieder deutlicher erschienen ließ. Der Vorteil des Diktiergerätes war, dass die Gespräche wortgetreu aufgenommen wurden. Der Nachteil allerdings war, dass die Personen aus ihrer natürlichen Umgebung herausgerissen wurden, da diese Interviews nicht am Flohmarkt stattfanden, sondern in Gaststätten oder im Freien und so das freie Erzählen zu Objekten und einzelnen Personen nicht spontan war. Die immer wieder geführten informellen Gespräche direkt am Flohmarkt lieferten eine Animation zum freien Erzählen, durch die übergreifende Handlungszusammenhänge mit der Zeit sichtbar wurden. Als Verkäuferin wurde ich die meiste Zeit angesprochen mit Fragen: „Was kostet das? Was ist das? Stehen Sie öfters hier?“ Als BesucherIn stellte ich die Fragen umgekehrt. Es machte keinen Sinn, verschiedene Gespräche an einem gemeinsamen Leitfaden auszurichten. Es war wesentlich die Gesprächsführung flexibel zu halten um den Gegebenheiten der Gesprächsführung und dem jeweiligen Forschungsstand gerecht zu werden.⁷⁵ Ich erlebte immer Ablehnungen, obwohl mich die Personen bereits kannten. Eines Tages ging ich zu einem Neuwarenstand um zu fragen, ob die Besitzerin bereit wäre mit mir ein Gespräch zu führen. Die Antwort lautete: „*Nix, nix! Ich bin hier um zu arbeiten. Das ist kein Spaß, arbeiten!*“ Ich wollte die Woche darauf an ihrem Stand einen Vorhang kaufen und wurde nicht mehr bedient. Die Besitzerin zog ihren Ehemann beiseite und flüsterte ihm etwas zu. Die zwei Besitzer ignorierten mich bis zum Ende meiner Forschung.

Die Auswertung des Datenmaterials unterlag einem ständigen Prozess. Während der Erhebung fanden Schritte der vorwiegend induktiven Konzept- und Theoriebildung statt. Die *Grounded theory* ließ die Konzeptbildung während der Datenerhebung bewusst zu. Damit fanden Datenerhebung und -auswertung gleichzeitig statt. Im Laufe der Datenansammlung kristallisierte sich ein

⁷⁵ vgl. Lueger, M. (2000): S. 193f.

theoretischer Bezugsrahmen heraus, der schrittweise modifiziert und vervollständigt wurde. Sobald dieser in Klarheit und Aussagekraft übergang, war die Auswertung des Materials zufrieden stellend. Durch das Feldforschungstagebuch und zusätzliche Memos entwickelte ich Kodes und Hypothesen, die miteinander schrittweise verknüpft wurden. Die Hypothesen teilten sich bei mir grob in Stand der Forschung und Vorläufer des Flohmarktes, Organisation und Struktur des Leobersdorfer Flohmarktes, Biographie der Objekte, Präsentation der Waren, Gaben- und Warendualität, Preisstruktur und der Eingliederung des Flohmarktes in ein System. Bei fraglichen Textteilen wurde zusätzliches Material herangetragen, um das Verständnis zu erweitern. Genauso wichtig wie die Teilschritte waren auch immer wieder Reflexionsphasen zwischen diesen, welche dazu dienten, die Erkenntnisse systematisch zusammenzufassen und zu hinterfragen. Diese Forschungskritik ermöglichte den Input für den darauf folgenden Forschungszyklus. Erst wenn durch die Variationen der Forschung keine neuen Ergebnisse mehr zu Tage kamen, wurden die Forschungszyklen beendet. Die Zusammenfassung führte zu einer Endfassung des Leobersdorfer Flohmarktes.⁷⁶ In diesem Zusammenhang sei zu erwähnen, dass die Namensangaben zum Schutze der Persönlichkeitsrechte meiner GesprächspartnerInnen abgeändert wurden. Ich möchte zugleich den GesprächspartnerInnen meinen herzlichen Dank aussprechen. Sie erteilten mir nicht nur Zutritt in ihre Lebenswelt, sondern nahmen sich auch die Zeit über die Waren und ihr Leben zu sprechen.



⁷⁶ vgl. Mayring, P. (2002): S. 105f., vgl. Lueger, M. (2000): S. 53

2. Leobersdorfer Flohmarkt

Der Flohmarkt ist ein modernes und expandierendes Phänomen, welches in den Großstädten begonnen hat und bereits auf mittlere und kleinere Städte übergegangen ist. Leobersdorf ist eine Gemeinde zirka fünfzig Kilometer südlich von Wien. Vor rund 12 Jahren erhielt Herr Schwarz den Auftrag, ein heimatkundliches Museum, „*ein Fachmuseum mit ortsspezifischen lokalpatriotischem Touch*“⁷⁷, zu errichten. Aus diesem Grund begann er diverse Kostbarkeiten auf verschiedensten Flohmärkten in Linz, Klagenfurt, Wien, Eisenstadt und in weiteren Städten mit der gemeinsamen finanziellen Unterstützung der Gemeinde Leobersdorf zu sammeln. Herr Schwarz interessierte sich vor allem für die historische Entstehung und Entwicklung der Beleuchtung und konzentrierte sich deshalb auf Sammlungen, angefangen von der römischen Öllampe über Kerzenhalter bis hin zur Petroleumlampe auf diversen Flohmärkten. Von jener Zeit bis heute erzielte er eine Sammlung zwischen 1500 und 2000 Exemplaren. Doch dann stellte sich das Problem mit der Niederlassung des Museums, welches in der Südbahnstraße 23 oberhalb des Kindergartens errichtet werden sollte. Der Kostenvoranschlag für die Adaptierung des Museums betrug sieben bis acht Millionen Schilling, eine Summe, die zum damaligen Zeitpunkt nicht vorhanden war. Herr Schwarz sah das Museum aber als seine Lebensaufgabe und entschied sich das Geld, ohne im Vorhinein zu wissen „wie“, zu organisieren. Im Jahr 1995⁷⁸ begann die ÖBB mit dem Bau des Leobersdorfer Parkdecks, welches sich als optimale Option, einen Flohmarkt zu institutionalisieren, ergab. Der erste Flohmarkt fand bereits am 14. Jänner 1996 statt, allerdings nicht mit der erhofften Teilnahme der StandlerInnen. In den ersten sechs Monaten konnten sich nur sechs bis sieben VerkäuferInnen, ermutigen sich wöchentlich auf den Flohmarkt zu stellen, um ihre Ware zu präsentieren. Die Hoffnung des großen Ansturms war bereits verloren und die Einnahmen für das Museum waren schleppend. Herr Schwarz wollte dennoch nicht aufgeben und versuchte mittels Werbung in Form von Flyern in Wien, Linz und anderen Städten Personen anzulocken. Die Bemühungen waren umsonst. Doch die StandlerInnen

⁷⁷ Interview Schwarz, 20.03.2008

⁷⁸ Interview Schwarz, 20.03.2008

ließen sich nicht entmutigen und beschlossen den Flohmarkt wenigstens ein Jahr zu führen, mit der geringen Hoffnung weitere FlohmarktinteressentInnen zu finden. Das lange Warten lohnte sich, da mit der Zeit immer mehr VerkäuferInnen und folglich auch mehr BesucherInnen teilnahmen. Zuerst waren es, wie gesagt, nur sechs, dann acht, zwanzig, sechzig und heute sind es im Schnitt zwischen 80 und 160 StandlerInnen, die sich jeden Sonntagmorgen im Leobersdorfer Parkdeck der ÖBB treffen.

„Wir haben schon fast aufgegeben. Dann haben wir aber gesagt, dass wir es ein Jahr durchziehen. Dann ist es gegangen. Auf einmal! Ich bin von Wien bis Linz überall hingefahren und habe die Zetteln ausgeteilt: „Kommen Sie nach Leobersdorf! Herzlich Willkommen!“ Und das ganze Blablabla ... und habe bis dato Ende 2007 5 496 000 Schilling eingespielt, am Platz geführt, 5 000 000!“⁷⁹

2.1 Organisation

Dass die Bezeichnung und die Benützung von Flohmärkten von Geschäftsleuten, StandlerInnen und anderen NeuwarenverkäuferInnen übernommen worden ist und sich dieses Problem auch in Leobersdorf im Laufe der Jahre gestellt hat, zeigt, dass sich der Flohmarkt in nur noch einige „Flöhe am Markt“ verwandelt hat. Das permanente Ansteigen der VerkäuferInnen, zunehmende HändlerInnengeschäfte von Neuwaren, Sonderposten und Restverkäufen, steigende Gewinne und Profitgier sind der neidigen kleinen Geschäftswelt und den Veranstaltern gegenüber gestanden und haben eine Anpassung an die gesellschaftlichen Gegebenheiten forciert. Die Neuheit dieses Marktes, die Toleranz und die weitherzige Auslegung der Markt- und Gewerbeordnung haben zu immer mehr Beschwerden und Anzeigen und folglich auch zu repressiven Maßnahmen geführt. Im Zuge dessen hat die Gemeinde den ursprünglich reinen Flohmarkt zu einem Floh- und Wochenmarkt deklariert. Intern haben sich die Veranstalter auf Hälfte Neuwaren und Hälfte Gebrauchtwaren beschränkt, wobei die differente Verteilung der Waren aufgrund diverser Faktoren,

⁷⁹ Interview Schwarz, 20.03.2008

siehe weiter unten, die Kontrolle erschwert. Angesichts der schwierigen Beweisgrundlage, dass Handelswaren mit Altwaren von den StandlerInnen zum Teil gemischt werden, sind die Anzeigen gegen die Veranstalter bald unterlassen worden. Des Weiteren kommt der ineffiziente Bürokratieaufwand für die Regierung hinzu. *„Jetzt haben wir das von der Gemeinde aus, das war eine Gemeindesache, deklariert als Floh- und Wochenmarkt, wo auch Stände mit Neuwaren da sein dürfen. Wir haben uns intern beschränkt auf etwa halbe halbe, wobei man das nicht immer genau sagen kann. Ich bin auch nicht glücklich, ich hätte lieber alte Sachen, aber es ist halt so.“*⁸⁰ Die Auslastung von Neu- und Altwaren ist abhängig von den unterschiedlichsten wöchentlichen Umständen. Als zum Beispiel im Februar 2008 ein Auto im unteren Parkdeck abgebrannt ist, hat Herr Kramer⁸¹ jene Personen, die nicht aus finanziellen Gründen den Flohmarkt besuchen, gebeten, zu Hause zu bleiben. Zu diesem Zeitpunkt sind mehr Neuwaren vertreten gewesen. Wenn Feiertage auf Wochenenden fallen beziehungsweise auch zu Ostern und Weihnachten sowie auch in den Ferien bleiben viele Privatpersonen zu Hause. Umgekehrt fehlen NeuwarenverkäuferInnen wiederum, wenn in der Gegend Jahrmärkte stattfinden.⁸² *„Die ursprüngliche Idee eines Flohmarktes ist eh nicht aufrecht, denn ein Flohmarkt sollte alte Sachen haben und ein bisserl Schnapperl und ein bisserl eine Kultur, das ist es eh nicht. Es ist geworden, aber ich bin nicht unglücklich darüber, es ist geworden hauptsächlich auch ein Treff unserer ausländischen Arbeiter und Bewohner. Ich bin ein interkultureller Mensch, ich bin auf der ganzen Welt zu Hause von Alaska bis ... Und jetzt passt es, es sind Türken und Jugoslawen dort. Ich treffe dort Freunde und ehemalige Schüler, der kommt her und sagt: „Didi, wie geht's?“ Wunderschön, wunderschön. Aber ein Flohmarkt in dem Sinn, es ist schon ein bisschen eine Mischung Bazar.“*⁸³

Herrn Schwarz zufolge ist die Leobersdorfer Gemeinde für die Gesamtorganisation verantwortlich und er und Herr Kramer kümmern sich um die flohmarktspezifischen Angelegenheiten. Die Funktion Herrn Kramers besteht darin, am Sonntag am

⁸⁰ Interview Schwarz, 20.03.2008

⁸¹ Veranstalter

⁸² Interview Schwarz, 20.03.2008

⁸³ Interview Schwarz, 20.03.2008

Flohmarkt zu sein, sich um die Vor- und Nacharbeiten zu kümmern, die Standplätze einzuteilen, die Marktgebühren zu kassieren, kleinere Reparaturen zu erledigen, für Sauberkeit zu sorgen und auch Konflikte zu schlichten. Herr Schwarz befindet sich im Hintergrund des Geschehens und regelt vor allem die administrativen Arbeiten wie beispielsweise mit der Bundesbahn oder der Gemeinde. *„Da hat es einmal eine Anzeige gegeben, da sind wir beide angezeigt worden vom Finanzamt. Wir mussten erklären, wer was und wie viel verdient. Der Herr Kramer hat einen prozentuellen Anteil, weil der ja auch um vier in der Früh dort steht und sich um alles kümmert. Und ich habe nicht einmal eine Wurstsemmel und einen Kaffee, ich lehne das ab. Ich mache das, weil es mir Spaß macht. Da ist der Finanzbeamte einen halben Tag bei mir in der Wohnung gesessen und hat meine Gastfreundschaft in Kauf genommen und ich musste schriftlich erklären, dass mir das Spaß macht. Der hat das gar nicht glauben können. Sage ich zu ihm: „Sind Sie mit lauter Bücher unterwegs oder was?“ Sagt er, dass ihm das noch nie untergekommen ist wegen der Hetz. Die machen das alle wegen dem Verdienst.“*⁸⁴

Der Flohmarkt findet jeden Sonntag bis auf die weihnachtlichen Feiertage in der Zeit von sieben Uhr bis dreizehn Uhr im Parkdeck der ÖBB statt. Das Parkdeck besteht aus drei Etagen, wobei das Erdgeschoß im Ganzen für den Flohmarkt reserviert ist und der erste Stock zu einem Drittel.⁸⁵ Aufgrund der Größe des Parkdecks sind im ersten und zweiten Stock, sowie außerhalb des Parkdecks zahlreiche Parkplätze für die BesucherInnen vorhanden. Das Parkdeck hat den Vorteil, dass es überdacht ist und der Flohmarkt großteils wetterunabhängig stattfinden kann. Das Erdgeschoß und der erste Stock der Parkgarage sind zwar beleuchtet, allerdings ist die Beleuchtung im mittleren Teil der Parkflächen sehr schlecht im Gegensatz zum Rande, wo Tageslicht einfallen kann. Dort ist wiederum der Nachteil, dass die Stände nicht ganz wetterunabhängig sind, da starker Regen, Schnee und Wind sehr wohl die Situation für Personen und auch Waren unerträglich machen können. Herr Kramer ist, wie erwähnt, für die Platzvergabe zuständig. Plätze werden nach PKW-Parkplätzen vergeben, wobei zwischen Fixplätzen im

⁸⁴ Interview Schwarz, 20.03.2008

⁸⁵ siehe Anhang: Skizze Parkdeck

Erdgeschoß des Parkdecks und variablen Plätzen im ersten Stock unterschieden wird.⁸⁶ Je nach Umfang an Waren kann man zwischen einem Parkplatz und mehreren wählen, wobei der Durchschnitt der StandlerInnen zirka zwei Parkplätze an einem Sonntag in Anspruch nimmt. Personen mit Fixplätzen, das heißt vor allem NeuwarenverkäuferInnen, aber auch Privatpersonen, kommen im Normalfall jede Woche. Dieser Platz wird ihnen bis sieben Uhr morgens reserviert. Sollten StandlerInnen des Öfteren unentschuldigt nicht kommen, ist ihr Fixplatz Vergangenheit. Diese Regelung ist deshalb eingeführt worden, da sehr viele StandlerInnen auf einen Fixplatz warten und es unfair wäre, diesen leer stehen zu lassen. Die variablen Plätze stehen für jede/n sporadische/n VerkäuferIn offen und können ohne Vorankündigung besetzt werden, wobei auch hier interne, informelle Regelungen zwischen den variablen StandlerInnen bestehen. Wenn man die Skizze⁸⁷ betrachtet, erkennt man die Einteilung in Fixplätze F im Erdgeschoß, in variable Plätze V und in variable Fixplätze VF im ersten Stock des Parkdecks. Die VF dürften meiner vorherigen Beschreibung nach keine Fixplätze sein, sind sie aber trotzdem, wenn die NeuwarenstandlerInnen an dem jeweiligen Tag kommen. Viele sporadische VerkäuferInnen kommen zumeist innerhalb der ersten zwei Wochen jeden Monats, da sie wissen, dass die Konten der EinkäuferInnen noch nicht so erschöpft sind wie gegen Monatsende. Wenn eine Person mit Fixplatz ausfällt, reservieren die sporadischen VerkäuferInnen auch ab und zu einen Platz. Die übrigen spontanen StandlerInnen müssen sich mit den restlichen, ihnen zugeteilten Standplätzen begnügen. Hinzu kommt, dass der Flohmarkt am beliebtesten in der wärmeren Jahreszeit ist und freie variable Plätze, nach dem Motto - wer zuerst kommt, gewinnt - besetzt werden. Es kann unter Umständen schon vorkommen, dass StandlerInnen sich wieder auf den Heimweg machen müssen. In der wärmeren Jahreszeit beginnt der Flohmarkt dann offiziell nicht mehr um sieben Uhr in der Früh, sondern bereits um zwei oder drei Uhr beziehungsweise übernachten VerkäuferInnen am Parkdeck, um am nächsten Morgen einen guten Platz zu haben.

⁸⁶ siehe Anhang: Skizze Parkdeck

⁸⁷ siehe Anhang: Skizze Parkdeck

Die Standgebühr, welche von Herrn Kramer im Laufe des Tages eingenommen wird, beträgt pro Parkplatz sieben Euro und wird bei Inanspruchnahme von mehreren Parkplätzen verhältnismäßig billiger. Zwei Parkplätze kosten anstatt vierzehn Euro nur noch zehn Euro, drei fünfzehn Euro u.s.w... Aufgrund der geringen Standgebühr im Gegensatz zu anderen Flohmärkten, wo das Dreifache und mehr bezahlt wird, reisen viele StandlerInnen aus weiteren Teilen Österreichs mit PKW oder auch mit dem Zug an. Im Übrigen steht in der Dienstanweisung, aber nicht im Gesetz, dass eine Privatperson nur sechs Mal im Jahr auf dem Flohmarkt ihre Ware verkaufen darf und dann einen Gewerbeschein lösen müsste. Dies ist aber generell sehr schwer nachzuvollziehen, da man seine Standorte je nach Belieben variieren und auch bei der Kontrolle von Ausweisen Strohmänner vorschicken kann. *„Kein Mensch kontrolliert das. Da gibt man halt den falschen Namen an. Und wenn der eine Huber angibt und der andere Maier, ja dann macht man das das nächste Mal anders. Es ist völlig sinnlose Schreiberei. Aber, wenn der vom Finanzamt kommt, dann wird ihm das hingehaut, das sind solche Stöße. In einem Jahr kommt was zusammen, wenn jede Woche 6, 7 Blätter. Kein Mensch kontrolliert wirklich, ob du jetzt sechs Mal im Jahr Flohmarkt machst oder nicht. Das geht ja nicht, da fährst du einmal nach Wien, dann wieder nach Linz, dann nach Salzburg.“*⁸⁸

Der Flohmarkt in Leobersdorf richtet sich nicht danach, wie oft jemand auf den Flohmarkt kommt oder nicht, sondern welche Ware verkauft wird. Herrn Schwarz zufolge besteht auch eine sehr gute Zusammenarbeit mit der zuständigen Polizeidienststelle, die vor allem auch für die Minimierung der Kriminalitätsrate wie Zigarettenschmuggel und Verkauf von Pornographie und Waffen zuständig ist. Den Veranstaltern geht es auch darum den Kindern eine angenehme Atmosphäre zu bieten. *„Pornographie ist verboten und Waffen. Da kommen ja Kinder, die gehen ja auch auf den Flohmarkt. Wenn der die unten hat und der weiß, ja der hat die Sexheftln und der tauscht die jede Woche aus, weil es ihm gut tut, dann soll er das machen. Sexsachen darf man unter dem Tisch verkaufen, Waffen überhaupt nicht. Ein paar Mal haben wir Zigarretenschmuggler gehabt, sofort kommt die*

⁸⁸ Interview Schwarz, 20.03.2008

Gendarmerie: „Geh ma!“ Gendarmerie ist sehr kooperativ, das sind sehr gute Leute. Der kommt, wenn man ihn braucht.“⁸⁹

Werbung für den Flohmarkt erfolgt ausschließlich nur noch über Mundpropaganda. Wenn ein neuer Flohmarkt in der näheren Umgebung zu Stande kommt, spürt der Leobersdorfer Flohmarkt zwar den Verlust der TeilnehmerInnen für kurze Zeit, aber laut VeranstalterInnen kommen die Personen nach drei, vier Wochen oft reumütig retour um wieder am Leben dieses Marktes teilzunehmen. *„Der Bürgermeister hat einmal gesagt, dass er sich recht herzlich bedankt für die Einnahmen. Darauf bin ich hin und sag: „Bitte nicht!“ Das ist ein Aufmerksammachen auf eine Verdienstmöglichkeit, dann hat der andere eine Scheune und macht dort einen und dort einen. Ich habe ihm gesagt: „Ich lege keinen Wert auf Dankbarkeit! Ich mach das, ich will nichts und lasst mich in Ruhe. Ich will auch kein Dankeschön. Kratzt nicht an meiner Psyche.“ Dann kommt das Finanzamt, dann kommt die Gendarmerie immer wieder, wenn sie aufgehetzt werden. Wenn einer kommt, das redet sich schnell herum, siehst schon den einen zusammenpacken und rennen.“⁹⁰*

Treue der StandlerInnen ist Herrn Kramer und Herrn Schwarz sehr wichtig. Aus diesem Grund werden zu besonderen Anlässen kleinere Aufmerksamkeiten geschenkt, um Danke zu sagen. Zum Beispiel werden zu Ostern Ostereier und zu Weihnachten Blümchen verteilt oder es wird nach zwanzig Flohmarktbesuchen nicht mehr die ganze, sondern nur noch die halbe Standgebühr verrechnet.⁹¹ Herr Schwarz kümmert sich nicht nur um die schriftlichen Angelegenheiten, wie oben erwähnt, sondern übernimmt auch die Mediatorrolle bei schlimmeren Auseinandersetzungen zwischen den FlohmarktteilnehmerInnen: *„Und wenn es Bröseln gibt, dann bin ich der Troublesschlichter. Na ja, ich bin die letzte Autoritätsprothese. Es hat einmal einen gegeben, mit dem ich prozessieren musste. Das ist alles über den Rechtsanwalt gegangen. Der hat sich hingestellt auf einen Platz, der jemanden gehört hat, der war von Anfang an bei den sechs Treuen. Der war dort, ich stehe da, Herr Kramer sagt*

⁸⁹ Interview Schwarz, 20.03.2008

⁹⁰ Interview Schwarz, 20.03.2008

⁹¹ Informelles Gespräch Kramer, 24.02.2008

ihm vier Mal: „Da dürfen Sie nicht stehen!“ Ruft mich an, weil ich immer später komme. Ich stehe nicht um fünf Uhr auf, fallweise. Bin ich runter und sag: „Entschuldigen Sie, da ist mein Ausweis, ich bin der und der!“ Fahrt mich der an. Sag ich: „Ich mache Sie darauf aufmerksam, schreien können Sie mit ihrer Frau oder mit irgendjemanden, aber mit mir nicht! Wenn Sie nicht weggehen, hole ich die Polizei!“ Die Polizei ist dann gekommen und haben ihn verjagt. Das war ganz einfach. Er hat dann geklagt und er hat verloren. Er war nicht einsichtig, den Nachbarplatz hätte er bekommen. Er hat so ein Benehmen gehabt: Alle warten eh auf mich! Das spielt es aber nicht. Der Herr Kramer hat aber eine Eselsgeduld, eine Eselsgeduld, der Mensch, er ist bewundernswert. Bewundernswerter Bursche.“⁹²

Im Februar 2008 hat ein Auto im Erdgeschoß des Parkdecks Feuer gefangen und deshalb ist das gesamte Erdgeschoß für einige Wochen gesperrt gewesen. Dies hat nicht nur Probleme bei meiner Feldforschung verursacht, wie bereits erwähnt, sondern hat auch zu Spannungen zwischen den „FlohmarktlerInnen“ und BahnbenützerInnen geführt: *„Aber zum Beispiel manchmal ist das Nervenkleid schon etwas strapaziert, da hat eine geparkt am Flohmarkt, wo der Keller gesperrt war und es war eine Notsituation und da erwartet man einfach, dass der eine oder andere einsichtig ist. Da war eine Sperre und sie hat sich sehr aufgeregt. Sage ich: „Hören Sie, wir tun sie weg!“ „Ich komm zu spät!“ „Wir tun sie weg!“ „Nein!“ Ich habe ja selbst nicht gewusst, was sie will, bis ich gesagt habe: „Wissen Sie was, gehen Sie nach Hause, schlafen Sie sich aus, wenn Sie wissen, was Sie wollen, da haben Sie meine Adresse, dann kommen Sie wieder!“ War schon ziemlich fesch. Aber wenn man nicht zuhört und die Sorgen des anderen zumindest versteht. Ich muss ja nicht nachgeben, aber ich muss sie einmal verstehen, ich muss einmal wissen, was der überhaupt will, dann kann ich vielleicht reagieren. Aber schlimm ist, wenn sie sich gegenseitig beschimpfen. Das sind eigene Leute, die Flohmarktler, das ist eine eigene Spezies Flohmarktis. Schauen Sie sie einmal genau an. Jeder Flohmarkt prägt. Schauen Sie sie einmal an.“⁹³*

⁹² Interview Schwarz, 20.03.2008

⁹³ Interview Schwarz, 20.03.2008

3. Angebot

Eine Grundvoraussetzung für den Flohmarkt sind seine Waren. Die Beschreibung von Waren entfernt sich immer mehr vom marxistischen Konzept und hat den Vorteil, Tauschhandlungen in verschiedenen Kontexten in die Betrachtung miteinzubeziehen. Appadurai zufolge ist die Spannung zwischen Ware und Gabe nicht oft übertrieben, aber polarisiert worden. Er bietet eine Untersuchung von Transformationen im sozialen Leben der Dinge von Gaben hin zu Waren und vice versa an. Des Weiteren verweist er auf die jedem Warentausch zugrunde liegende soziale Konvention und beschreibt die Art der Tauschrelation. Appadurai geht nicht von dem Zusammenhang Angebot und Nachfrage aus, sondern davon, ob ein bestimmter Gegenstand käuflich ist und wann er erworben werden darf.⁹⁴ Auf der Basis von Marx und Simmel kann Appadurai zufolge jedes Objekt im Laufe seiner Biographie in einen Kontext gestellt werden, in dem seine Tauschbarkeit zum wichtigsten Merkmal wird. Im Gegensatz zum marxistischen Ansatz hat der Wert keine vorausgehende oder absolute Basis, aber entspringt in dem aktuellen oder imaginären Austausch. Appadurai versucht die Verbindung von Austausch und Politik von Wert zu finden, eher als er Simmel in die Theorie des Geldes folgt. Appadurai bezeichnet die Politik des Wertes als einen Prozess, der durch kulturelle und mit Macht versehene Annahmen Regierungsformen und Austausch schafft.⁹⁵ In vielen Gesellschaften sind Dinge nicht von der Fähigkeit der Personen zu handeln und von der Macht der Wörter zu kommunizieren getrennt. Der Umstand, dass diese Sichtweise von Dingen nicht verschwunden ist, auch nicht während der Zeit des industriellen Kapitalismus, ist Marx zu verdanken in seinem Werk Kapital über „*fetishism of commodities*“. „*A fetish is an object endowed with exceptional power, a level of social influence greater than that possessed by ordinary*



⁹⁴ vgl. Appadurai, A. (1986): S. 12f.

⁹⁵ vgl. Appadurai, A. (1986): S. 3

people.“⁹⁶ Dinge, die einen Austauschwert tragen – also Waren –, saugen die andere Art von Wert auf, die nicht in Geld gemessen werden kann und hinter den Tauschwert tritt. Für Marx ist der Wert der Waren bestimmt durch die sozialen Beziehungen in ihrer Produktion, aber die Existenz des Austauschsystems rückt den Produktionsprozess in den Hintergrund und verschleiert den realen Warenwert, wie zum Beispiel den der Diamanten. Der Ware wird nach der Produktion über einen kognitiven und kulturellen Prozess von Singularisierung eine fetische Macht verliehen, die nicht in Zusammenhang mit ihrem richtigen Wert steht.⁹⁷ Dieser methodologische Fetischismus meint, dass die Transaktionen in den Dingen übermäßig soziologisiert werden, eine Tendenz, die Mauss zu verdanken ist.⁹⁸ Wenn von einem theoretischen Standpunkt aus menschliche AkteurInnen Dinge mit Bedeutungen verschlüsseln, sind es „*the things - in - motion that illuminate their human and social context*“⁹⁹ aus einer methodischen Sicht, wie anhand dieses ethnographischen Beispiels gezeigt werden soll. Keine soziale Analyse von Dingen darf ein Minimum des methodologischen Fetischismus negieren. „*In assuming that spiritual forces animate objects, the concept of fetish humanizes artifacts and negates the traditional notion of people as controllers of objects.*“¹⁰⁰ Dazu müssen wir den Dingen selbst folgen, welche Bedeutungen in ihren Formen liegen, in ihrem Gebrauch, und in ihren Flugbahnen – *trajectories*.¹⁰¹ Die Lebensreise der Objekte in Zusammenhang mit dem Leobersdorfer Flohmarkt beginnt nun mit der Frage an die Dinge selbst:

3.1 Woher kommen Sie?

Die Landung der Waren auf dem Flohmarkt kann zahlreiche Ursachen haben. Zumeist beginnt die Suche auf dem Dachboden, im Keller, oder in anderen Bereichen des Heimes und setzt sich oft in eine nicht mehr endende Spirale für viele

⁹⁶ Riggins, S. H. (1994): S. 2

⁹⁷ vgl. Kopytoff, I. (1986): S. 83

⁹⁸ vgl. Appadurai, A. (1986): S. 5

⁹⁹ Appadurai, A. (1986): S. 5

¹⁰⁰ Ellen (1988) „Fetishism.“ Man 23: S. 213-235 In: Riggins, S. H. (1994): S. 2

¹⁰¹ Appadurai, A. (1986): S. 5

StandlerInnen fort. In früheren Zeiten hat man Dinge gepflegt, repariert und aufgehoben. In der heutigen Gesellschaft werden Dinge erworben, vorübergehend besessen, benützt und wieder weggeworfen. Es spielt keine Rolle, ob es sich um ein Auto oder um ein Kleidungsstück handelt.¹⁰² Der Hausstand wird in regelmäßigen Abständen bereinigt und kann unter Umständen auf den Flohmarkt gelangen. Durch dieses ökologische Bewusstsein kann die Ware nochmals umgeschlagen werden. *„Oft ist es so, dass man für gewisse Sachen, die man eigentlich wegschmeißen würde, doch noch ein bisschen Geld bekommt. Man schmeißt also keine 50 Cent in den Mistkübel, sondern kann es verkaufen und es lebt unter Anführungszeichen noch eine Zeit lang weiter.“*¹⁰³ Ein weiterer Informant erzählt: *„Meine Frau malt die ganzen Bilder selbst. Jetzt haben wir nicht mehr gewusst, was wir damit machen sollen und jetzt probieren wir sie halt zu verkaufen. Das Gleiche mit die Schwammerl.“*¹⁰⁴ Der Flohmarkt kann als Recyclingquelle gesehen werden, auf dem *„Trödel nichts Wertloses, Weggeschmissenes, sondern durchaus oft ein recht gut erhaltenes Stück ist, das, aufgearbeitet und gepflegt, nützlich und gewissermaßen wertvoll sein kann. Aber es ist etwas, was ein anderer nicht mehr gebrauchen kann und deswegen verkauft, verschenkt oder auf den Sperrmüll stellt.“*¹⁰⁵ Manchmal wird der gute Zweck des Recyclings am Flohmarkt als Vorwand für die Entsorgung missbraucht, wie anhand der Schuhe beschrieben wird: *„Ja, und es ist sicher auch Entsorgung. Die Entsorgung ohne schlechtem Gewissen halt, weil die Leute, ich seh immer diese Schuhe vor mir, weil diese Schuhe werden im Grund nie verkauft, weil die sind so wahnsinnig grauslich ... und da denk ich, die Leut entsorgen das, was sie sich nicht trauen in die Mülltonne zu werfen, das entsorgen sie und das mache ich nicht. Ich hau also gnadenlos Sachen, die mir nicht gefallen oder die ich nicht mehr will, hau ich weg.“*¹⁰⁶



¹⁰² vgl. Fromm, E. (1976): S. 75f.

¹⁰³ Interview Berner, 26.04.2008

¹⁰⁴ Informelles Gespräch Styrrer, 14.09.2008

¹⁰⁵ Vogelsang, H. (1985): S. 7

¹⁰⁶ Information GP 24 In: Friedl, M. (1996): S. 28

Die immer wieder zu erneuernde Heimeinrichtung stellt die größte Subkategorie des Recyclings dar, die sich durch regelmäßiges Housecleaning, Umzüge, Todesfälle unter anderem ergibt.¹⁰⁷ Seit dem 19. Jahrhundert wird das Dekorieren der bürgerlichen Heime in den USA und auch in Europa immer wichtiger: *„As never before, families invested in time, money and a burning interest in designing their domestic tableau, creating impressive landscapes and special atmospheres in room after room.“*¹⁰⁸ Am Flohmarkt werden viele an die Jahreszeiten angepasste Objekte zum Verkauf angeboten, da der alte Weihnachtsschmuck zum Beispiel zu Hause durch einen neuen mit der Trendfarbe Violett ersetzt wird. Durch die ständige Erneuerung der Heime bewegen sich Dinge in den Haushalten immer wieder nur in bestimmten Lebensabschnitten und ihre BesitzerInnen sind deren Lebensabschnittspartner.¹⁰⁹ *„Ich verkauf immer nur schöne Sachen, weil die entweder von meiner Tochter sind. Sie können sich nicht vorstellen, wie viel Gewand meine Tochter hat. Ja, dann mustert sie halt aus und die Sachen gibt sie mir. Die sind zum Teil nicht einmal getragen. Ja, dann bekomm ich die Sachen noch von Bekannten oder Verwandten. Und von meiner Tante oder von Leuten, die ins Altersheim kommen. Es ist mir zu schade, die Sachen wegzuschmeißen, weil die jemand vielleicht noch brauchen kann.“*¹¹⁰



Ein weiterer Grund für die Landung der Objekte am Flohmarkt ist, dass Dinge im Wohnbereich größtenteils das Innenleben ihrer BesitzerInnen repräsentieren. Es sind Objekte der persönlichen Wahl, von denen man sich trennen kann, wenn sie einen innerpsychischen Konfliktstoff bilden.¹¹¹ *„When I feel depressed it feels good to move things around. There are some people who have a very clear mind but have very untidy homes ... when you have a lot to think about it can help to move things*

¹⁰⁷ vgl. Herrmann, G. M. (1997): S. 81 und Belk, R. W. (2002): S. 189

¹⁰⁸ Frykman, J.; Löfgren, O. (1987) *The Culture Builders: A Historical Anthropology of Middle-Class Life*. New Brunswick, Rutgers University Press. In: Clarke, A. J. (2001): S. 24

¹⁰⁹ vgl. Clarke, A. J. (2001): S. 26

¹¹⁰ Interview Trachter, 20.04.2008

¹¹¹ vgl. Csikszentmihalyi, M.; Rochberg-Halton, E. (1989): S. 36

around and clean up or throw things out, and in a way you are also sorting things out in your brain.“¹¹² Beispielsweise finden mit dem Umzug in ein neues Heim auch bestimmte Veränderungen, in denen auch Dinge miteinbezogen sein können, statt, weil sich Objekte und ihre Bedeutungen im Laufe der Zeit verändern können. „*An inalienable possession's uniqueness is inseparable from its place within traditions passed down from generation to generation. But these traditions are not unchangeable, immovable beliefs.*“¹¹³ Aussortieren verlangt nach Kompromissen zwischen den Personen in einem Haushalt. Einige Dinge werden aufgegeben, verkauft oder entsorgt. Gaben tragen ebenfalls die Identität einer anderen Person mit. Wenn das Band zwischen zwei oder mehreren Personen gelöst werden soll, ist ein Schritt, sich von den Geschenken zu trennen. „*Das Teeservice zum Beispiel, das bedeutet nichts mehr für mich. In meiner Ehe wars einmal was wert, ich glaub, dass wir das zur Hochzeit bekommen haben. Schauen Sie, ich weiß es gar nicht mehr so genau.*“¹¹⁴ Trennung von Dingen betrifft unter anderen ältere Personen, da sie manchmal aufgrund ihres Alters gezwungen sind von ihrem Haus in eine kleinere Wohnung zu ziehen. Angesichts des Platzmangels in der neuen Wohnung kann unter Umständen vorkommen sich von Erinnerungsträgern trennen zu müssen. - „*You walked off with my memories*“¹¹⁵ - „*Meine Tochter ist vor einem Jahr gestorben. Sie hatte zirka Ihre Größe. Wissens, erst jetzt kann ich mich von den Sachen trennen. Vorher hätte ich das nicht gekonnt. Die Sachen waren, als wäre sie noch da.*“¹¹⁶ Ein anderer Informant möchte sich von dem Abhängigkeitsverhältnis der Dinge lösen, da zu viel Materialität für ihn Gefangenheit bedeutet.¹¹⁷

Things – in – motion machen Sinn, da Bewegung Personen erlaubt, eine Mappe von Erinnerungen zu erstellen und über diese selbst zu verfügen. „*Considering that things embody relations and memory and that memory is selective, it follows almost logically that the sorting out of things becomes a metaphor for the sorting out of*

¹¹² Garvey, P. (2001): S. 53

¹¹³ Weiner, A. B. (1992): S. 41

¹¹⁴ Interview Berner, 26.04.2008

¹¹⁵ Belk, R. W. (2002): S. 186

¹¹⁶ Informelles Gespräch Haga, 14.09.2008

¹¹⁷ Informelles Gespräch Bauer, 14.09.2008

relations and memories.“¹¹⁸ Bewusst oder auch unbewusst ausgeschiedene Objekte können dann auf den Flohmarkt gelangen.

Oft landen Waren nicht bewusst auf dem Verkaufstisch, sondern dienen eher als Vorwand, den Flohmarkt zu besuchen, um einerseits das Suchtverhalten zu befriedigen und andererseits die Freizeit effizient zu nützen. *„Das ist ja nicht normal, dass jemand bei Minustemperaturen ... der scheppert wie a Klumpensackerl und bleibt bis um 12 Uhr da und verkauft bei seinem Stand vielleicht um 5 Euro was.“*¹¹⁹ Dieses Suchtverhalten wird bereits von Bauer Werner und Stiller Eva angesprochen.¹²⁰ Hier stehen Geldrelationen im Hintergrund, da die Waren nicht zum reinen Verkauf dienen, sondern eher als Kommunikationsmittel: *„Meine Kinder sind groß, ich bin geschieden, was soll ich sonst am Sonntag machen? So fahr ich eben auf den Flohmarkt, verkauf ein bisschen was und kann mich mit den Leuten unterhalten.“*¹²¹

Der finanzielle Gewinn bleibt dennoch ein wesentliches Motiv der Waren, indem sie sich bestmöglich präsentieren, um so teuer wie möglich verkauft zu werden. Im Zuge eines Housecleanings werden oft alte Sachen aufgegeben, um sich selbst neue leisten zu können: *„Wir kommen öfters her, wenn wir zu Hause ausmustern. Da wird komplett ausgeräumt und das Zeug kommt auf den Flohmarkt. So ist Platz für Frisches. Daheim sammeln wir überhaupt nichts. Natürlich werden wunderschöne Sachen oder persönliche Sachen nicht hergegeben, wie ein Service zum Beispiel, da hängen mehr Gefühle daran. Manchmal bekommen wir auch Sachen von Bekannten, die zu faul sind oder keine Möglichkeit haben Flohmarkt zu machen.“*¹²² Es werden aber nicht nur zu Hause Waren aussortiert, sondern es wird oft bewusst am Flohmarkt oder auf anderen Märkten Ware



¹¹⁸ Marcoux, J.-S. (2001): S. 83

¹¹⁹ Interview Trachter, 20.04.2008

¹²⁰ vgl. Bauer, W. T. (1996): S. 236

¹²¹ Interview Langer, 27.04.2008

¹²² Interview Paar, 16.03.2008

eingekauft, um durch den Weiterverkauf dieser einen wirtschaftlichen Profit zu erzielen. „*Ich stehe fast jede Woche da, weil ich ja einen Fixplatz habe. Leider habe ich niemanden, von dem ich die Ware bekomme. Damit ich da stehen kann, muss ich immer etwas einkaufen, entweder da oder auf anderen Flohmärkten, damit ich wieder was verkaufen kann.*“¹²³ „*Wissen Sie, ich habe Zeit, weil ich in der Pension bin. Ich suche auf dem Sperrmüll, wenn ich etwas finde, wie diesen Luster zum Beispiel, nehme ich ihn sofort mit. Ich putze ihn daheim und verkaufe ihn hier um 100 Euro. Oder ich kaufe von anderen in der Früh - kaufe günstig ein und verkaufe teuer weiter. Manchmal kaufe ich auch von Verwandten und Bekannten.*“¹²⁴ Viele InformantInnen machen sich die Mühe nicht nur einzukaufen, sondern auch die Sperrmüllaktionen der einzelnen Gemeinden, gratis Wohnungsräumungen oder Verlassenschaften zu recherchieren, um wertvolle Ware ausfindig zu machen. „*Ich habe einmal so eine richtige schwere Kette gefunden, in den Wagen geschmissen, am Flohmarkt mitgenommen. Die Bauern haben sich darum gerissen, weil man mit der dicke Bäume mit dem Traktor rausziehen kann. Das ist quasi ein Geschenk des Himmels. Allein der Haken kostet 200 Euro.*“¹²⁵

Im Kapitel 2.1 wird darauf aufmerksam gemacht, dass seitens der Veranstalter versucht wird die Kriminalitätsrate gering zu halten, dennoch erreichen immer wieder gestohlene und illegale Waren den Flohmarkt.

Zusammengefasst kann gesagt werden, dass die Waren im ersten Teil ihrer Karriere entweder käuflich erworben, geschenkt oder vererbt werden. Sie können auch selbst erzeugt sein oder gefunden werden beziehungsweise auch eingehandelt sein. Des Weiteren können es aufzubrauchende Objekte sein, wie von älteren Geschwistern zum Beispiel oder auch im Rahmen eines *Housecleanings* oder auch durch Auszeichnung erlangte Objekte. Sicherlich gibt es noch viele weitere Gründe, warum Gegenstände auf den Flohmarkt gelangen, die hier aber nicht weiter ausgeführt werden sollen. Im Gegensatz zu Lebewesen haben Dinge ein anderes zeitliches

¹²³ Informelles Gespräch Artel, 13.04.2008

¹²⁴ Interview Huber, 21.09.2008

¹²⁵ Informelles Gespräch Bauer, 14.09.2008

Verhalten und werden im Alltag gezielt eingesetzt, um bestimmte, möglicherweise zeitlich lange zurückliegende Sachverhalte zu vergegenwärtigen beziehungsweise dienen auch als Erinnerung. Zu betonen ist, dass Objekte nicht in linearer Abhängigkeit mit der Zunahme oder dem Verlust an Werten gesehen werden müssen, wie Thompson in seiner *Theorie des Abfalls* anhand der Umwandlung von Müll zu Kunst erklärt.¹²⁶ Es gibt Dinge wie das Brautkleid beispielsweise, die im Normalfall einmal benützt werden und trotzdem in Erinnerung behalten werden.¹²⁷ Der Zeitpunkt, in dem eine Ware persönlich wird, ist wesentlich für die darauffolgenden Lebensabschnitte und für die Frage, welche Rolle das Objekt im Leben der diversen BesitzerInnen spielen wird. Jede Person besitzt in ihrem Leben wichtige Objekte: es ist oft unvorstellbar, bestimmte Gegenstände wie einen wertvollen Ring nicht bloß wegen seines ökonomischen, sondern wegen seines emotionalen Werts jemand anderem zu borgen. Es kann passieren, dass der Ring seine/n BesitzerIn verlässt, sei es aus Armut, Verlust oder auch durch den Tod.¹²⁸ Für die nächste Person kann dieser wertvolle Ring, der einst einen singulären Zustand besessen hat, zur bloßen Ware werden. Die erneute Aufladung von Dingen mit Erinnerungen verläuft für jeden einzelnen Menschen individuell.¹²⁹ Nehmen wir als Beispiel eine Großmutter, die den Ehering ihres Gatten und denjenigen ihrer Großmutter als Präferenzobjekte nennt. Die Ringe schenkt sie ihrem Enkel und seiner Verlobten weiter:

1. Korrelat: die Ringe sind ein Zeichen.
2. Korrelat: die Ringe verkörpern die Generationen und deren Kontinuität.
3. Korrelat: den Ringen wohnen Erinnerungen an die Menschen und Ereignisse inne.

Im Laufe der Jahre nehmen die Ringe fortlaufend neue Bedeutungsinhalte an und dies obwohl sie zugleich in ihrer physischen Beschaffenheit unverändert bleiben. Es dürfte somit sichtbar werden, wie die Interaktion mit Objekten zu Sozialisation führt.

¹²⁶ vgl. Thompson, M. (1979) *Rubbish Theory: The Creation and Destruction of Value*. New York. In: Hahn, H. P. (2005): S. 40-45

¹²⁷ vgl. Hahn, H. P. (2005): S.40-45

¹²⁸ vgl. Thomas, N. (1991): S. 20

¹²⁹ vgl. Hahn, H. P. (2005): S. 38ff.

Ein Ding in einer kulturkonformen Weise zu gebrauchen heißt, diese Kultur unmittelbar zu erfahren und dabei an dem Zeichen-Medium teilzuhaben, das für diese Kultur konstitutiv ist.¹³⁰ Dieser Umstand ist nicht speziell auf westliche komplexe Gesellschaften ausgerichtet.¹³¹ Ein Tubetube (Massim) erzählt, dass seine Bedeutung für eine Kula-Muschel, ein kitom oder kitomwa, nicht die gleiche ist als für seinen Vorgänger Panetan: *„Kitomwa, its work is like a sign, just the same as some sign on a tree. It is the same as you were telling me the story of your Grandmother’s ring, that one. When it was her ring it was to show that she was engaged, but you hold that ring to remember your Grandmother. You can look at it every day and keep her in your mind. It is the same with mwagolu, the hair necklaces our ancestors wore during mourning. You were your ring and it shows people [something]. Our widows wore a mwagolu and it shows – it reminds – herself and others who look at it. We all know something about that person, but not what she has in her own mind. It is the same with a kitomwa ... If I use it to call my wife, it shows my love for my wife. It shows my respect for my family, for her place. Because it has made a path there it reminds people of all the work that will go up and down during marriage ... But when that marriage is finished or people put it on another path then it is their kitomwa. Its sign is different then, perhaps they pay compensation or kune [do kula] with it. It’s up to them.“*¹³²

Objektbiographien bilden einen wichtigen Zugang für die Analyse auf Flohmärkten, da sie die mit dem Gegenstand befassten Personen genauso wie die Geschichte des Gegenstandes selbst berücksichtigen sollten. Wenn es erlaubt, ist Wert in speziellen sozialen Kontexten neu zu interpretieren, aber auch auf einer abstrakten Ebene von ökonomischer Logik.¹³³ Die Dreiecksbeziehung zwischen dem Selbst, dem Objekt und dem oder der anderen hat noch eine Reihe zusätzlicher Implikationen. Wann immer man einem Ding begegnet, geschieht dies normalerweise im Kontext kultureller Sinnstrukturen, die bei der Deutung des Objekts behilflich sind. Einige

¹³⁰ vgl. Csikszentmihalyi, M.; Rochberg-Halton, E. (1989): S. 66f.

¹³¹ vgl. Thomas, N. (1991): S. 20f.

¹³² This extract from an unpublished Interview was generously provided by Martha Macintyre. Thomas, N. (1991): S. 21

¹³³ vgl. Thomas, N. (1991): S. 21

dieser Zeichen verkörpern überdauernde Bedeutungen in neuen Formen. Andere übermitteln neuwertige Sinnzusammenhänge in traditionellen oder aber in unbekannten Formen. Die StandlerInnen bieten am Flohmarkt Ware an, die ihnen oft selbst nichts mehr bedeutet, außer daraus einen ökonomischen oder sozialen Gewinn zu erzielen. Warum sollte genau dieser Gegenstand im Laufe seines Lebenszyklus einen weiteren Wert für eine andere Person einnehmen? Im Normalfall nimmt der Wert eines Objektes mit seinem Alter ab – diese Objekte landen dann auf dem Flohmarkt. Es gibt aber auch Objekte, deren Wert durch ihren Gebrauch steigt: *„Der Flohmarkt wimmelt nur so von Geschichten: In jedem Gegenstand, der dort zum Verkauf steht, ist ein Geheimnis und eine Geschichte verbunden, und die wollte erzählt werden.“*¹³⁴ Es fällt schwer, einen Teddy in die Hand zu nehmen und nicht zu fragen, welches Kind wohl damit gespielt hat oder einen Ehering mit der Gravur „Emma und Frank 1822“ anzustecken ohne dabei zu überlegen, wer diese Leute waren und ob sie glücklich waren.¹³⁵ Im Folgenden werden einige Waren unter vielen, gemeinsam mit ihren Charakterzügen, vorgestellt. Es folgt die zweite Frage im Curriculum Vitae der Objekte:

3.2 Wer sind Sie und wie würden Sie sich selbst charakterisieren?

„Wenn man die Halle betritt, umschleicht einen ein eigenartiges Gefühl. Das Mannigfache, die Menge und das Vielfarbige geben der ganzen Halle ein besonderes Gepräge. Hier ist alt und neu vermengt, alles, was gesucht wird, ist vorhanden. Mancher betrachtet geringschätzig alle diese Gegenstände ... Doch haben jene Personen Recht, welche behaupten, dass die alte Ware gediegener und daher auch billiger ist als die moderne. - Ein etwas elegisch Gestimmter sieht nicht die Gegenwart, ihn interessiert die Vergangenheit. Dieser alte Lehnstuhl ..., jenes Brautkleid..., das schwarze Hutschpferd ..., der sehnlichste Wunsch eines Knaben ..., dort dieser alte Reisekoffer, wo war er überall gewesen ..., eine Wohnungseinrichtung, alt und gediegen – wie kam sie hierher? Dies alles sind Momente, welche einen Menschen, welcher Herz und Gemüt besitzt, zum

¹³⁴ Kirshenbaum, B. (2003): S. 16f.

¹³⁵ vgl. Kirshenbaum, B. (2003): S. 16f.

Nachdenken veranlassen.“¹³⁶ Wenn man durch den Flohmarkt spaziert, erblickt man im Normalfall, abgesehen von den Neuwaren, Dinge nicht zweimal, weil jedes Objekt mit seinen Eigenschaften individuell ist. Gegenstände, die ursprünglich als Ware gekauft worden sind und eigentlich anonym und unaustauschbar gewesen sind, sind durch ihren persönlichen Besitz in Einzelstücke verwandelt worden, die Kopytoff als *singularized*¹³⁷ bezeichnet.

Wie im Film *Toy Story 2*¹³⁸ landen viele Spielzeuge auf dem Flohmarkt. Der Film handelt von Woody, einem Spielzeugcowboy, der das liebste Spielzeug von Andy ist. Als Woodys Arm abreißt, landet er auf einem schmutzigen Regal im Kinderzimmer. Während Andy seine Ferien auf einem Cowboycamp verbringt, diesmal ohne Woody, organisiert seine Mutter einen Hausflohmarkt, wo sie ein Spielzeug, einen Pinguin namens Wheezy, zum Verkauf anbietet, weil seine Stimme nicht mehr intakt ist. Während Woody versucht Wheezy zu retten, wird er von Al, einem Spielzeugsammler, entdeckt. Da Woody aber ein altes Familienspielzeug ist, negiert die Mutter ihn, um egal welchen Preis zu verkaufen. Daraufhin wird Woody von Al gestohlen. Al verschleppt Woody in seine Wohnung, in der Woody andere Spielzeuge trifft, die ihm erklären, dass sie alle aus einer Fernsehshow namens *Woody's Roundup Gang* aus den 50er Jahren kommen. Die Gang sei nun komplett und kann an ein Museum in Japan verkauft werden. Der Sammler Al ruiniert beim Versuch Woodys Arm zu reparieren noch mehr und muss einen Spezialisten holen, der Woody wie neu aussehen lässt. Im Gespräch mit *Woody's Roundup Gang* stellt Woody fest, dass sein Besitzer Andy größer und älter wird und dass der Zeitpunkt einer Trennung von ihm kommen wird. Woody wird am Schluss von den anderen Spielzeugen aus Andys Zimmer gerettet und die Geschichte endet mit dem am damals gelandeten Flohmarkt nun singenden Pinguin Wheezy: „You've got a friend in me.“



¹³⁶ Zeitzeuge 1935 In: Kirshenbaum, B. (2003): S. 19

¹³⁷ siehe dazu Kopytoff, I. (1986)

¹³⁸ Lasseter, J. (1995)



Oft werden Spielzeuge an Kinder als Geschenke gegeben und gehen von einem Warenzustand in einen persönlichen über. Toy Story 2 ist eine Geschichte, die von Spielzeugen erzählt wird. Aus dieser Perspektive schaut es so aus, dass jedes Spielzeug wie ein Individuum agiert und

auch so fühlt. Die Spielzeuge sind aktive Charaktere, die von Menschen *designed* und produziert werden und unabhängig von diesen agieren, obgleich sie abhängig von ihrer Zuneigung und Sorgfalt sind. Kinder geben ihnen Namen, Liebe und hinterlassen auch Spuren auf ihnen. Dinge transportieren aber nicht nur die emotionalen, sondern auch die physikalischen Eigenschaften mit, da die Spielzeuge durch das Spielen mit ihnen unter Abnutzung und Rissen leiden. Zudem verhandelt Andy Elemente der Zeit durch sein Lieblingsobjekt Woody, indem er einerseits seinen Namen auf ihn schreibt und andererseits Woodys Arm beim Spielen mit ihm beschädigt. Durch ihre Abnutzung und das Großwerden der Kinder realisieren Spielzeuge im Laufe der Zeit, dass sie später beiseite gestellt werden oder auch wie Wheezy auf dem Flohmarkt landen. Wheezy hat bereits die nächste Phase in seiner Objektbiographie erreicht, nämlich erneut die der Ware ohne seine vorherigen Phasen zu vergessen.¹³⁹

Die Objekte am Flohmarkt gehören nicht infolge eines Versehens zum modernen System. Der moderne Gegenstand ist funktionell und der alte, gebrauchte historisch und dennoch funktionell als Zeichen zu sehen.¹⁴⁰ Baudrillard zufolge ist das alte Objekt in seinem Verhältnis zur Vergangenheit ausschließlich mythologisch, da es nur noch gebraucht wird um anzudeuten. Des Weiteren ist es astrukturell und weist primäre Verrichtungen von sich ab. Dennoch besitzt das alte Objekt die Fähigkeit Zeit und Dauer zu verkörpern.¹⁴¹ „Ich



¹³⁹ vgl. Eastop, D. (2006): S. 524ff.

¹⁴⁰ vgl. Baudrillard, J. (1991): S. 95

¹⁴¹ vgl. Baudrillard, J. (1991): S. 96

*habe zu Hause eine ganze Sammlung von chinesischem Geschirr. Ich benütze es nicht. Es steht nur da. Ich freue mich jedes Mal aufs Neue, wenn ich auf den Flohmarkt gehe und ich entdecke eine Tasse oder eine Untertasse. Ich habe früher schon mal so eine Sammlung gehabt.*¹⁴² Vertraute Dinge, die wiedererkannt werden, geben dem Leben eine Ordnung. Sie sind ein Teil des täglichen Sich-Zurecht-Findens, von dem jeder Mensch als Grundlage seines Handelns ausgeht.¹⁴³ In der Mythologie des alten Objektes sind zwei Aspekte zu unterscheiden – einerseits die Nostalgie und andererseits die Authentizität.¹⁴⁴ Authentizität spricht für Langlebigkeit, Geschichte, Tradition und Widerstand gegen Abwechslung und kann sich in ihrer Materialisierung von Erinnerung offenbaren.¹⁴⁵ „Nostalgisch sein“ bedeutet, unscharf und allgemein gesagt, sich in andere Zeiten zurückzuwünschen und dies dadurch auszudrücken, dass man Accessoires der Vergangenheit wieder schätzen und lieben lernt, mit einem Gefühl unbestimmter Sehnsucht nach früher.¹⁴⁶ Nostalgie drückt somit auf der einen Seite Stimmung und auf der anderen Seite Qualität aus. Das Alter der Dinge spielt in diesem Fall wohl kaum eine Rolle, da nostalgische Gefühle für jedes Objekt hervorgerufen werden können. Allerdings werden den Produkten aus der Vergangenheit Qualitäten beigemessen, die in der heutigen Warenproduktion vermisst werden. Stadler zufolge ist es egal, ob die Objekte industriell oder per Hand gefertigt sind, neu oder gebraucht sind, oder aus anderen sozio-kulturellen Rahmenbedingungen stammen. Die Objekte, die auf dem Flohmarkt verkauft werden, wecken mit ihrer Aura nostalgische Gefühle, seien es Erinnerungen an die Kindheit, an die guten alten Zeiten, an die Großmutter, u.s.w...¹⁴⁷ Hier kann eigentlich jeder Gegenstand zum Erinnerungsträger werden, sei es ein alter Tischtennisball, eine Barbiepuppe oder auch eine CD: „Heut bin ich durchmaschiert und da hab ich eine alte Queen CD gesehen. Die hab ich sofort für meinen Sohn und mich kaufen müssen. Das ist wirklich schön, wenn man so was

¹⁴² Informelles Gespräch Bauer, 14.09.2008

¹⁴³ vgl. Hahn, H. P. (2005): S. 37f.

¹⁴⁴ vgl. Baudrillard, J. (1991): S. 98f.

¹⁴⁵ vgl. Attfield, J. (2000): S. 77

¹⁴⁶ Baacke, Dieter (1976) *Nostalgie. Zu einem Phänomen ohne Theorie*. In: Meyers Enzyklopädisches Lexikon, Bd. 17, 1076 (9. Aufl.): S. 449 In: Friedl, M. (1996): S. 16

¹⁴⁷ vgl. Stadler, U. (1991): S. 18

findet, weil es mich an seine Kindheit erinnert.“¹⁴⁸ Ein anderer Mann erblickt einen Mantel aus Fell und erzählt von seinem Beruf als Schneider: „*Wissens genau das war meine Arbeit. Es ist so schön, wenn ich solche Sachen seh. Das ist sicher Gamsleder, göh. Das war mein Beruf.*“¹⁴⁹ Für viele GesprächspartnerInnen stehen die eigene Erinnerung an die Kindheit, Erlebnisse mit Kindern oder Bekannten, an den Beruf oder an ihre Sammlerleidenschaft im Vordergrund. Den Objekten ist ihre diesbezügliche Funktion kaum anzusehen, sondern diese gewinnen erst durch ihre Interpretation und Erzählung an Bedeutung. Der Mensch benötigt ein Zeichen wie ein Souvenir aus der Urlaubsreise um eine Rechtfertigung zu haben. „*Wir haben ein ganz besonderes Exemplar in unserer Sammlung, nämlich einen Handspiegel aus Murano. Ich liebe diese Geschichte, weil der Spiegel nämlich schon hundert Jahre alt ist und aus dem Hause Meinel kommt. Wir haben ihn sogar zwei Jahre im Dorotheum gehabt, da wollte ihn aber keiner. Jetzt verkaufen wir ihn um 20 Euro, wenn ihn einer will.*“¹⁵⁰ Die zum Fetisch gewordenen Objekte symbolisieren eine innere Transzendenz.¹⁵¹ Der Mensch investiert immer in ein Objekt, welches er vermisst. Es folgt, dass der Fetischismus überall derselbe ist und dass jedes alte Objekt einfach deshalb schön ist, weil es sich bewahrt hat und dadurch zum Zeichen eines vorangegangenen Lebens geworden ist.¹⁵² „*Ich bin Sammler, ich bin Lampensammler. Nicht elektrisches Licht, von der römischen Öllampe bis zur wunderschönen Petroleumlampe, Tulpe, Schirm und Kugel, das sind Arbeiten, also da gibt es Träume. Ich habe mein Lehrgeld gezahlt und meine Sammlung ist derzeit ca. 1,5 Millionen Schilling wert. Ich habe 400 solche Lampen, Laternen, Rezessionslampen, sakrales Geleucht. Ich bin ein Berndorfer, im Spitalsgraben haben wir nach dem Krieg gearbeitet. Da hat jeder seine Ziege gehabt, jeder Bub hat halt seine Ziege halten müssen. Ich war der, der das Feuer betreut hat. Ich habe immer geheizt, schon als Bub. Die anderen sind*



¹⁴⁸ Interview Paar, 16.03.2008

¹⁴⁹ Information von Besucher

¹⁵⁰ Interview Berner, 26.04.2008

¹⁵¹ vgl. Baudrillard, J. (1991): S. 102

¹⁵² vgl. Baudrillard, J. (1991): S. 107

herumgelaufen und haben Munition gesucht, ich habe Feuer geheizt. Das ist ein Hobby. Ja. Das ist auch, wenn Sie Vergleiche erfahrungsgemäß haben zwischen einer traumhaft schönen Stunde mit einer lieben Frau bei einem elektrischen Licht oder bei einer Kerze, was nehmen? Die Kerze. Ich nehme halt ein Petroleumlicht. Das Warme, das Angenehme, das Heimelige, das Kuschelige, das ist nur mit einem lebenden Licht, das kann kein elektrisches Licht ersetzen. Die Atmosphäre einer Liebesstunde irgendwo bei Kerzenlicht. Ich bin ein Genießer.“¹⁵³

Am Flohmarkt werden ebenso wie Lampen und Luster auch Möbel verkauft, die zwei weitere interessante Aspekte beinhalten, nämlich zum einen die Funktion von Komfort und zum anderen die Bedeutung vom aktiven Umgang mit dem Stück. Wenn Komfort und Vergnügen in den Hintergrund treten, können die Beziehungen und Erfahrungen betont werden: *„Diese Truhe haben meine Mutter und mein Vater anlässlich ihrer Hochzeit vor etwa 70 Jahren gekauft. Und sie haben sie nicht neuwertig erstanden, daher ist sie praktisch ein antikes Stück. Meine Mutter hat sie in verschiedenen Farben bemalt und im Schlafzimmer verwendet. Nachdem ich sie gekriegt habe, hat mein Mann sie sandgestrahlt, also das Holz wieder freigelegt. Sie ist schön. Ich würd sie um keinen Preis hergeben. Und ich glaube, die Kinder werden sie mal brauchen können, meine Schwiegertochter liebt Antiquitäten.“*¹⁵⁴ Interessant ist im vorliegenden Falle, dass die Befragte die Veränderungen an der Truhe für erwähnenswert hielt: Ihre Mutter hat sie bemalt, ihr Gatte hat sie sandgestrahlt. Diese Handlungen verändern das Erscheinungsbild des Gegenstandes – seine physische Biographie - unter Wahrung seiner Identität.¹⁵⁵ Wir haben bereits im Kapitel 1.1 angesprochen, dass sich Kopytoff zufolge jede Biographie eines Dinges in weitere Subbiographien einteilen lässt.¹⁵⁶ Die obere Beschreibung der Truhe beinhaltet sowohl eine physische, technische (Bemalung, Sandstrahlung), ökonomische (antiker Wert) als auch eine emotionale Biographie (familiäre Kontinuität). Das nächste Beispiel zeigt eine stärker betonte emotionale Biographie: *„I felt a mysterious awareness of the unity of human experience: that as the chair passed from me to that*

¹⁵³ Interview Schwarz, 20.03.08

¹⁵⁴ Csikszentmihalyi, M., Rochberg-Halton, E. (1989): S. 76fff.

¹⁵⁵ vgl. Csikszentmihalyi, M., Rochberg-Halton, E. (1989): S. 76fff.

¹⁵⁶ vgl. Kopytoff, I. (1986): S. 68

*aging woman, the two of us shared something of our lives and ourselves. I do not know that she valued it, and spent some of the lonely nights of old age sitting in it reading mystery stories until her eyesight failed. I know that she held my mother on her lap in that chair, and me and my children. I can only imagine it in the life of its new owners.*¹⁵⁷ Es soll hier im Zusammenhang mit Möbel noch kurz erwähnt werden, dass Möbel aus Holz ein nostalgischer Charakter innewohnt, da Holz lebt, atmet, arbeitet und Wärme verkörpert. Es hält die Zeit in seiner Substanz gefangen und bildet zugleich Gefäß und Inhalt.¹⁵⁸ Im Gegenzug werden auch viele Möbel mit nachgeahmtem Holz, Glas oder anderen Substanzen angeboten. Baudrillard sieht den Unterschied von Holz zu anderen Materialien in seiner Eigenschaft Stimmung zu schaffen und als kulturelles Zeichen von Wärme zu agieren.¹⁵⁹

Technologische Geräte sind auf den Flohmarktischen in verschiedensten Ausführungen präsent: Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik sowie auch Datenträger und Medien in neuem und altem Zustand. Im Laufe der technologischen Evolution



kommt es zu einer immer stärker werdenden Verkleinerung und Kurzlebigkeit, so dass die Waren sehr schnell am Flohmarkt landen. Technologische Geräte dienen zum Miterleben des Gegenwartsgeschehens und sind zur Bindung der Menschen an ihre eigene Vergangenheit oder Zukunft keine geeigneten Mittel. Die rapiden Innovationen der technischen Geräte und die einhergehenden Modellwechsel stehen im Gegenzug zu den oben beschriebenen Waren, die mit Vergangenen assoziiert und mit Erinnerungen befrachtet werden können. Elektronik ist Csikszentmihalyi und Rochberg-Halton zufolge Vergnügen und Entspannung und nicht ein erinnerungswürdiger Anlass.¹⁶⁰ Ein Informant kauft gebrauchte Geräte am Flohmarkt ein und verkauft sie dann in seinem Geschäft oder auch noch am Flohmarkt weiter.

¹⁵⁷ Paterson, Judith (1981) *Looking for Mr. Good Deal*. Christian Century 98: S.771 In: Herrmann, G.M. (1997): S. 86

¹⁵⁸ vgl. Baudrillard, J. (1991): S. 50

¹⁵⁹ vgl. Baudrillard, J. (1991): S. 52

¹⁶⁰ vgl. Csikszentmihalyi, M.; Rochberg-Halton, E. (1989): S. 93

Dann gibt es Anbieter, die zum Teil alte Mobiltelefone zum Spottpreis einkaufen, Teile ausbauen, in andere Geräte einbauen und anschließend zum Weiterverkauf anbieten. Allerdings stoppt man hier die Biographie der Dinge, wenn sie keine Erinnerungen den AutorInnen zufolge mit sich tragen würden. Meines Erachtens kann Nostalgie bei technischen Geräten wie auch bei Möbelstücken eine Charaktereigenschaft bilden, wenn an die alten Schallplattenspieler, Kassettenrekorder und an die ersten Radiogeräte gedacht wird. Es steht außer Frage, dass technologische Geräte kurzlebig sind, dennoch haben sie mehr Funktionen als nur die des Vergnügens. Das größte Problem bei Elektrogeräten ist das Testen dieser am Flohmarkt. Einige StandlerInnen sind an Strom angeschlossen, die meisten jedoch nicht. Deshalb ist Vertrauen die Grundbasis für einen Kauf von Elektrowaren.

Genauso rasch wie die Technologie wechselt auch die Kleidung. Ein Kleidungsstück kann einen regelrechten Kreislauf beschreiten: von der Boutique oder einem Kaufhaus gelangt es in die Altkleidersammlung, von dort zum/zur professionellen WeiterverkäuferIn, am Flohmarkt



wird es um einen Euro angeboten und der/die InhaberIn eines Second-Hand-Standes erachtet es für interessant und kauft das Kleidungsstück. Er/sie kann es wieder weiterverkaufen und es landet über weitere Stationen wieder in einer Altkleidersammlung. *„Für mi ham's irgendwie mehr, mir san's zum Teil sympathischer, de ham anfoch scho a Geschichte und des merkt ma. I find's eigentlich interessant, und des san anfoch spezielle Soch'n, oiso es is nix von der Staung'n, a wenn's was Gebrauchtes von der Staung'n is, aber es hot anfoch an eigenen Charakter, dadurch weil's schon amoi gebraucht word'n is.“*¹⁶¹ Objekte haben Charakter und werden Belk zufolge ein Teil ihres „owner's extended sense of self“¹⁶²: *„The pawnbroker did not pay for personal or family memories. To the contrary. In the language of nineteenth century clothes-makers and repairers, the wrinkles in the elbows of a jacket or a sleeve were called „memories“. Those*

¹⁶¹ Information GP 17 In: Friedl, M. (1996): S. 99

¹⁶² Belk, R. W. (2002)

wrinkles recorded the body that had inhabited the garment. They memorialised the interaction, the mutual constitution, of a person and a thing. But from the perspective of commercial exchange, every wrinkle or „memory“ was a devaluation of the commodity.“¹⁶³ Bei Kleidung sowie auch bei Schuhen kommt der/die StandlerIn oft mit KäuferInnen in Berührung, die sich in der Lebensphase bewegen, von welcher diese/r sich bereits verabschiedet hat. Man übergibt die Biographie in andere Hände und Unerwünschtes, Überflüssiges und Abgelegtes bekommt ein neues Heim, einen neuen Kontext, eine neue Rolle und Bedeutung. Was als völlig unspektakulär erscheint, kann beim nächsten Menschen provozierend wirken und Aufsehen erregen.¹⁶⁴ „Vor etwa zwei Jahren entdeckte ich auf dem Flohmarkt ein goldenes Puppenkleid. Es hatte einen gefalteten Rock, eine ganz schmale Taille, einen zierlichen Ausschnitt und gerüschte Ärmel und war aus einem etwas durchscheinendem, schimmernden, aber steifen goldenen Kunststoffgewebe, so dass es auf seinem Rocksäum stehen konnte. Ich kaufte es sofort und stellte es begeistert in mein „Symbole – Regal“, überzeugt, dass es die First Lady unter den Symbolen werden würde. (...) Doch in den zwei Jahren wurde es nur zweimal gewählt, und dies auch nur für Nebenrollen. Und da erst merkte ich, dass dieses Kleid meine eigene Geschichte war. Ich hätte mir als Kind ein solches Kleid sehnsüchtig gewünscht, und wenn schon nicht ich es bekam, so doch wenigstens meine Puppe Bärbel.“¹⁶⁵ „Sehr spannend, wie kreativ Leute zu Gegenständen stehen, die einmal mir gehört haben. Gegen Ende März habe ich ein Paar Schischuhe an eine Dame mit einer Tochter um zwei Euro verkauft. Ich schlenderte heute durch den Flohmarkt und was knallt mir so ins Auge, meine Schischuhe. Ich ging natürlich sehr interessiert zu dem Stand, weil ich es nicht glauben konnte. Ich kontrollierte, ob diese meine waren. Siehe da, Reste von meinem Namen standen noch in den Schischuhen. Die Verkäuferin war aber nicht dieselbe Person, die damals die Schuhe bei mir eingekauft hatte. Ich schaute die Schuhe an und die Verkäuferin erzählte mir: „Die kosten 15 Euro. Die habe ich damals sündteuer gekauft und jetzt geh ich leider nicht mehr so oft Schi fahren und hab eh auch schon neue. Meine Tochter hat sie auch eine zeitlang angehabt, die

¹⁶³ Stallybrass, P. (1988) „Marx Coat.“ In: Spyer, P. (Hrsg.) *Border Fetishisms: Material Objects in Unstable Places*. New York und London, Routledge: S. 196 In: Attfield, J. (2000): S. 147

¹⁶⁴ vgl. Münz, S. (2005): S. 76

¹⁶⁵ Buer, F. (2004): S. 141

haben wirklich Topqualität.“¹⁶⁶ Attfield geht von einer eigenen Machtdynamik der Kleidung aus, die ihrer Ansicht nach in Objekten wie Bücher, Statuen, u.s.w... nicht anzutreffen ist.¹⁶⁷ „Thus textiles present a particular opposite object type to illustrate how things are used to mediate the interior mental world of the individual, the body and the exterior objective world beyond the self through which a sense of identity is constructed and transacted within social relations.“¹⁶⁸ Kleidung kennzeichnet sich durch ihren Geruch, ihr Material, ihren direkten Kontakt zum Körper und durch ihre Verbindung zu dem/der vorherigen BesitzerIn: „The garment becomes imbued with the essence of the person.“¹⁶⁹ Corrigan spricht von einer politischen Ökonomie der Garderobe. Kleidung tritt oft in Form als Geschenk zwischen Familienmitgliedern, FreundInnen und Bekannten auf. Somit stellt sie kein reines Produkt der Marktwirtschaft dar, sondern ebenso eines der moralischen Ökonomie.¹⁷⁰

Bücher, wie auch Kleidung, sind am Flohmarkt en masse vorhanden. Bücher reflektieren für die „Flohmarktkler“ Werte, Ziele und Leistungen, die sie versuchen selbst zu erreichen: „Weil man viel daraus lernen kann und sich weiterbringen kann.“¹⁷¹ Der nostalgische Aspekt ist auch hier in einem Interview erwähnt worden: „Einmal, da habe ich ein Buch gekauft und da war ein Lesezeichen dabei von 1986. Das war eine Einladung zum Elternsprechtag. Das war schon cool, weil die Frau vergessen hat, das Lesezeichen rauszunehmen, das hat aber nichts mit dem Buch zu tun. Es war aber sehr aufregend, einen Zettel aus dieser Zeit in der Hand zu halten.“¹⁷²

Einen bisher unerwähnten Charakterzug bringen Pflanzen, die ebenso am Flohmarkt verkauft werden, mit sich, da diese Fürsorglichkeit ausdrücken und auf Zuwendung angewiesen sind. Die Liebe und das Ziehen von Pflanzen verkörpert die eigenen

¹⁶⁶ Haslbauer *Forschungstagebuch*: Eintrag 14.09.2008

¹⁶⁷ vgl. Attfield, J. (2000): S. 121

¹⁶⁸ Attfield, J. (2000): S. 123

¹⁶⁹ Ash, J. (1996) „Memory and objects.“ In: Krikham, P. (Hrsg.) *The Gendered Object*. Manchester, Manchester University Press: S. 219 In: Attfield, J. (2000): S. 146

¹⁷⁰ vgl. Corrigan, P. (1994): S. 435-50

¹⁷¹ Csikszentmihalyi, M.; Rochberg-Halton, E. (1989): S. 86

¹⁷² Interview Apadana, 23.09.2008

menschlichen Fähigkeiten und kann mit einer durch Auszeichnung erlangten Trophäe gleichgestellt werden.¹⁷³ Es liegt oft im Sinne des/der StandlerIn die Pflanze in sichere Hände zu weiterzugeben: „*She was an older woman, probably in her late fifties or early sixties, a little bit deaf, but she absolutely love those plants ... It was the first time I've really seen anyone get so excited at the thought that she was passing on a part of her existence to someone else, and really sort of checking out to see if these plants were getting a good home ... It wasn't at all about business or even about making money. I don't even know why she really does it.*“¹⁷⁴

Schließlich ist Neuware ein fester Bestandteil des Leobersdorfer Flohmarktes, weil diese Personen anzieht, die sich mit billigen Bedarfsgütern eindecken wollen. Zudem erhöhen sie das Potential der Standbuchungen für Herrn Kramer und Herrn Schwarz. Es werden Mobiltelefone, Ladenhüter und auch Textilien verschiedenster Ausführungen angeboten. „*Ich bin seit 35 Jahren in Österreich und seit einigen Jahren habe ich das Gewerbe für alles. Früher habe ich Würstel verkauft, war nicht gut, jetzt Tücher. Ich habe auch schon manchmal Kontrollen gehabt. Die haben um 2000 Schilling Tücher eingekauft und dann haben sie Kontrolle gemacht. Einmal habe ich große Probleme mit einem Paar gehabt. Die haben ein Tischtuch gekauft. Nächste Woche sind sie gekommen und wollten Geld zurück. Habe ich gesagt, dass das nicht geht wegen Steuerberater und so. Ich kann ihnen ein kleineres Tischtuch geben und zwei gratis. Haben wir so gemacht. Nächste Woche sind sie wieder gekommen und wollten Geld zurück. Ich habe ihnen gesagt, dass ich weiß welches Tischtuch, wenn sie mir sagen wie viel Sesseln sie haben. Ich habe dann Polizei gerufen. Sehen Sie das Tuch, drei Meter 60. Ein Paar ist vor einem Jahr gekommen und hat gefragt, ob sie etwas bestellen können. Ich habe gesagt, kein Problem. Sie haben es bestellt und sind nie wieder gekommen. Seit einem Jahr warte ich auf die, weil das Tuch 110 Euro kostet, viel zu groß ist. Frechheit. Dann kommen manchmal Leute und sagen:*



¹⁷³ vgl. Csikszentmihalyi, M.; Rochberg-Halton, E. (1989): S. 96

¹⁷⁴ Informant Howard Leslie In: Herrmann, G. M. (1997): S. 72

*„He, du, ich habe letzte Woche was bestellt, warum ist es noch immer nicht da?“ Ich habe gute Ware, aber die kommt aus Rumänien und das dauert. Da kommen die Leute dann oft und sagen: „I geh jetzt zum Chinesen, der hot’s billiger und do krieg is glei.““¹⁷⁵ Des Weiteren findet man neu produzierte Gläser, Ersatzteile für Nassräume, Spielzeuge, Esoterikprodukte und auch Porzellan: *„Meine Mutter kommt aus Rumänien. Ich bin vor zwölf Jahren nach Österreich gekommen und arbeite auf irgendwelchen Baustellen. Meine Mutter kommt jede Woche auf diesen Flohmarkt, ich nur manchmal. Wir fahren mit dem Zug hier her, weil wir kein Auto haben. Meine Mutter kann die Sachen aber schon gut verpacken. Wir verkaufen aber auch nur Kindergewand und Porzellan. Das Kindergewand bekommen wir aus unserer Familie und das Porzellan kaufen wir in Rumänien billig ein, wenn meine Mutter mal runter fährt oder wir kaufen es am Mexikoplatz. Es gibt dort mehrere Geschäfte, die anderen kaufen dort auch ein, die Inder mein ich. Zum Beispiel die Chinesen haben jede Woche eine andere Ware mit. Die kaufen immer um 500 Euro ein und verkaufen die dann. Die wissen, wie sie Geld machen können. Die Inder bleiben länger auf ihrer Ware sitzen. Die Leute, die am Flohmarkt kommen, wissen genau, bei wem sie welche Ware bekommen.“*¹⁷⁶ Neuware vermittelt Makellosigkeit, Reinheit und Jugend sowie auch einen Schritt zur Veränderung und Weiterentwicklung. Kurzlebigkeit ist ihr Motto, zumindest in dieser Arbeit, da ihre Biographie am Flohmarkt erst beginnt.¹⁷⁷ Die NeuwarenhändlerInnen unterscheiden sich von den anderen StandlerInnen vor allem in der Warenpräsentation. Sie haben mehr Angebot, benötigen viel mehr Platz und präsentieren zu meist mit rufender Mundpropaganda: *„Billiger, billiger!“* oder *„Heute kaufen, morgen zahlen!“* oder *„Achtung! Freiwillig!“* Die Ware ist nun vorhanden und einem Tag am Flohmarkt kann nichts mehr im Wege stehen.*

¹⁷⁵ Interview Tucher, 09.03.2008

¹⁷⁶ Informelles Gespräch Rum, 17.02.2008

¹⁷⁷ vgl. Attfield, J. (2000): S. 81

4. Ein Tag am Flohmarkt

Nach einer längeren Phase von teilnehmender Beobachtung als Standlerin einerseits und Besucherin andererseits ergibt sich eine Tagesstruktur am Sonntag, die im Folgenden mit Ausschnitten meiner Beobachtungen deskribiert werden soll. Es ist zu bedenken, dass die Tagesstruktur zum einen wetter- und witterungsabhängig ist und zum anderen auch von Feiertagen, Ferien und anderen Veranstaltungen in der Umgebung bestimmt wird. Die Dauer des Flohmarktes wird hauptsächlich von der BesucherInnenseite festgelegt. Die Veranstalter drücken an Tagen wie zum Beispiel zu Ostern ihre Dankbarkeit mit dem Schenken von Ostereiern aus, dennoch verlassen die StandlerInnen den Flohmarkt aber bereits vor Mittag, hauptsächlich aufgrund des schlechten Geschäftes.



In der Zeit von drei bis sechs Uhr in der Früh reisen StandlerInnen ohne Fixplatz an, die sich einen guten Platz erhoffen. Wie in Kapitel 1 erwähnt, ist das Problem, dass, je wärmer es wird, der Kampf um die Standplätze zunimmt. Aus diesem Grund übernachten einige Personen sogar am Parkdeck, um den Stress am nächsten Morgen zu vermeiden. NeuwarenverkäuferInnen kommen zumeist in größeren Kraftfahrzeugen früher auf den Flohmarkt, um ihre Tische aufzuklappen und um die zahlreiche Ware, die sie anbieten, aufzubauen. Auch WeiterverkäuferInnen stehen bereits sehr früh auf, um beim Auspacken der Waren zuzusehen und um dabei ein paar Schnäppchen zu ergattern. Privatpersonen mit Fixplätzen reisen in der Zeit zwischen sechs und sieben Uhr an.

Sobald der Standplatz festgelegt ist, beginnt sich die Situation der StandlerInnen zu entspannen, da diese nun Zeit haben sich auszurasen, Kaffee zu trinken, in Ruhe auszupacken oder vielleicht schon einzukaufen. Der Aufbau der Ware dauert je nach Warensortiment zwischen zehn Minuten bis zu zwei, drei Stunden. Die meisten StandlerInnen kennen sich und auch deren Ware. Wenn allerdings ein Neuankömmling seinen Stand aufbaut beziehungsweise, wenn die anderen StandlerInnen in der Früh bemerken, dass „frische“ Ware auch bei bereits bekannten VerkäuferInnen mittransportiert wird, sammeln sich sofort Menschengruppen um das Fahrzeug an um beim Ausladen und Auspacken behilflich zu sein. Vor allem handelt es sich bei den Menschengruppen um WeiterverkäuferInnen, die jeden Sonntag in der Früh ihre Runden am Flohmarkt drehen und mit ihren Taschenlampen nach Schmuck, Markenwaren, Unterhaltungselektronik und anderen Kostbarkeiten wie Antiquitäten stöbern, um sie noch auf diesem Markt oder zu einem anderen Zeitpunkt und Ort zu verkaufen. Ein kurzer Ausschnitt dazu aus der Feldnotiz: *„Leider konnten wir an diesem Morgen nur mit einem alten gebrauchten Handy dienen. Trotzdem schauten uns die Leute gespannt zu, was wir alles aus den Taschen und Koffern herausholten. Dies sind Momente, in denen es gut ist, wenn man zu zweit ist, da einer aufbauen kann und der andere schaut, dass die Ware nicht gestohlen wird, die man gerade auspackt. Man muss sich das wie eine Attacke vorstellen, da die Personen bereits beginnen, die Ware auszupacken, ohne dass sie fragen. Sie fragen nur: „Darf ich da hineinschauen?“ und durchwühlen bereits alles, bevor man noch zu Wort kommt.“*¹⁷⁸

Auffallend ist auch, dass Personen in der Früh ihren Stand verlassen, um sich selbst umzuschauen und, wenn sie alleine sind, ihre Nachbarn bitten, auf diesen für kurze Zeit zu sehen. Doch bei den NeuwarenhändlerInnen ist es oft vorgekommen, dass der Stand für ein, zwei Stunden nicht besetzt gewesen ist. Die Ware liegt zum Verkauf bereit, doch der/die VerkäuferIn fehlt. Die NeuwarenhändlerInnen sind nicht unbedingt für die StandlerInnen interessant, sondern erst für BesucherInnen, die zur späteren Stunde kommen, um sich neuwertige Sachen zu kaufen. Der Kontrast

¹⁷⁸ Haslbauer *Forschungstagebuch*: Eintrag 10.02.2008

zwischen Gebrauchtwaren- und NeuwarenverkäuferInnen ist gegeben, obwohl die Stände beider sowohl im Erdgeschoß als auch im ersten Stock gemischt angeordnet sind. Kommunikation zwischen beiden Gruppen konnte ich nicht beobachten, außer der Frage: „*Geschäft gut?*“ Die meisten StandlerInnen kennen sich untereinander und wechseln auch die Flohmärkte ab, um BesucherInnen immer wieder „neue“ alte Ware anzubieten. Meistens wird zwischen Leobersdorfer Parkdeck, Leobersdorfer Pizzeria, Wöllersdorf, Wiener Neustadt und anderen Flohmärkten variiert.

4.1 „Man kann einen Stein um viel Geld verkaufen, wenn man ihn gut präsentiert.“¹⁷⁹

„Die (Präsentation) ist sehr wichtig. Je besser du deinen Stand präsentierst, desto mehr wirst du verkaufen. Aber das ist ja auch im Sinne von jedem. Es will ja auch keiner in ein Schmuckgeschäft gehen und einen Schmuck kaufen, der kreuz und quer verteilt ist. Das wird nicht ordentlich präsentiert und da geht die Person wieder, weil sie sich nicht zurechtfindet. Oder du wirst dir ja auch keine Wurstsemmel kaufen, wenn die Wurst kreuz und quer liegt, das heißt, über der Pariser liegt die Polnische und über der Polnischen liegt die Kantwurst. Da will ich dann keine Wurst mehr. Genau das gleiche ist auf dem Flohmarkt. Wenn du die Ware halbwegs präsentierst, das heißt das Gewand schön auflegst, den Schmuck schön präsentierst und die anderen Sachen auch dekorativ aufstellst, dann verkaufst du auch leichter. Es geht sicher mehr Ware weg, als wenn man einen Haufen beieinander hat. Es gehört natürlich auch dazu, dass man die Sachen teilweise pflegt. Das kommt darauf an. Gewand zum Beispiel schon. Dann gibt es auch Sachen, da weiß eh ein jeder, dass das Kramuri ist. So was putze ich eher selten, Gläser werden ab und zu gewaschen. Also man schaut schon darauf, dass die Ware in einem halbwegs gepflegten Zustand ist.“¹⁸⁰ Die Präsentation der Objekte scheint oft eine überflüssige Arbeit zu sein, da sie weder für die Produktion der Objekte noch für den Gebrauch der Gegenstände eine Leistung erbringen kann. Sie fügt sich aber auf eine eigene Weise in die Welt des Flohmarktes ein, weil sie nicht auf den Verbrauch fixiert ist, sondern selbst zum

¹⁷⁹ Interview Apadana, 23.09.2008

¹⁸⁰ Interview Berner, 26.04.2008

Gegenstand des Verbrauchs wird. Jeder Stand hat ein unterschiedliches Warenangebot, begonnen bei antiken Möbelstücken über ausgeflippte Kostüme bis hin zu extravaganten Fingerhüten. Diese Objekte repräsentieren Erfahrungen unterschiedlichster Art. Sie sind dann nicht mehr bloß als Dinge oder Waren zu betrachten, sondern auch als eine Kollektion angeeigneten Materials, in dem auch Bedeutungen und Erinnerungen enthalten sind. „(The objects) They bind our past with our present and our possible futures, thereby framing and reflecting our sense of self.“¹⁸¹ Die Anreihung der zahlreichen Flohmarkttische bedeutet dann nicht nur eine reine Anhäufung von unterschiedlichsten Warensortimenten wie im Supermarkt, sondern ist für viele StandlerInnen ein „kleines zweites zu Hause“, in welchem sie ihrer Kreativität freien Lauf lassen können. Folglich kann die Präsentation der Ware, welche hier nun genauer analysiert werden soll, als visuelles Gespräch über Gegenstände und selbst als Gegenstand betrachtet werden.¹⁸²



Wenn die Ware aus dem PKW ausgeräumt ist, befindet man sich in einem Chaos aus Schachteln, Vitrinen, Tischen, und Gegenständen mannigfacher Art. Die meisten StandlerInnen lassen sich beim Aufbau ihres Standes bis zu ein, zwei Stunden Zeit. Als Hilfsmittel für die

Darbietung werden meistens Tapezierertische benützt, da sie den Vorteil haben, dass sie platzsparend und leicht sind und viel Präsentationsfläche bieten. Ihr Nachteil besteht in ihrer geringen Stabilität, so dass nur leichte Objekte aufgestellt werden können. Folglich wandern schwere Dinge auf massivere Tische oder auf den schmutzigen Boden, wobei sich die StandlerInnen mit Schachteln und Decken weiterzuhelfen wissen. Ab und zu wird auch der PKW als Ablagefläche verwendet oder es werden Wäscheständer mitgenommen. Die Veranstalter setzen der Kreativität der VerkäuferInnen keine Grenzen. Der Flohmarkt bietet im Gegensatz zum Alltag eine Teilnahme in der Gegenwelt von Chaos und Unordnung. Das Warenangebot unterscheidet sich schon alleine in seiner Präsentation. Während in

¹⁸¹ Hecht, A. (2001): S. 123

¹⁸² vgl. Baudrillard, J. (1991): S. 203f.

den Geschäften im Normalfall die Waren nach ihrem Sortiment nach geordnet sind, muss das am Flohmarkt nicht unbedingt so sein. Das eher Unbedeutende landet in Kisten unter dem Tisch, neben dem Tisch, auf Decken oder liegt sogar auf dem Boden. Meist herrscht so ein Chaos, dass man auf den ersten Blick nicht alles sieht um das Durcheinander für sich selbst in Ordnung zu bringen. Einzelne Stände können jedoch mit einem Supermarkt verglichen werden, da ähnliche Waren nach Kategorien angeordnet werden: also Elektrogeräte in der Rubrik Elektronik, Spielzeuge und Stofftiere in der Kinderecke, u.s.w... Es gibt aber wiederum Gegenstände, die ihre besondere Aufmerksamkeit erreichen wollen. Baudrillard zufolge erhöht man den Wert eines Zierstückes



bereits deshalb, indem man es von einer Leere umgeben lässt. Die Atmosphäre am Tisch oder auch am Boden entsteht durch die formelle Disposition, das heißt, dass ein Stück bewusst in den Mittelpunkt gestellt wird, um es zu personalisieren. Vice versa zeigt ein Blick auf die bisher demonstrierten Fotos, dass durch das Anhäufen von vielen Gegenständen ein Platzmangel entsteht und die Ware nicht mehr „atmen“ kann. Das Ausnützen der Leere kann mit der bewussten Betonung von Distanz verglichen werden.¹⁸³ Untersucht man den Flohmarkttisch genauer, so vermag er die Beobachtungsreliefs zu offenbaren, die mithilfe das Alltagsbewusstsein zu strukturieren. Die Anordnung der Gegenstände zeigt, welche Zeit und Liebe einem Objekt geschenkt wird, was der/die StandlerIn zu beachten pflegt und was dem Blick der BesucherInnen preisgegeben werden soll. *„Ich finde es sehr wichtig, wie Verkäufer ihre Ware anordnen, da es viel angenehmer ist, die Sachen durchzuschauen und zweitens zeigt die Ordnung der Dinge auch etwas den Charakter des Verkäufers.“*¹⁸⁴

Kleidung wird meist auf Kleiderständern aufgehängt, um die Übersichtlichkeit zu gewähren und um ein permanentes Nachordnen und Zusammenlegen der Kleidung zu vermeiden. *„Was mich oft stört, ist wenn gewisse Personen kommen und mit*

¹⁸³ vgl. Baudrillard, J. (1991): S. 80f.

¹⁸⁴ Interview Apadana, 23.09.2008

Sachen brutal umgehen, die haben überhaupt keinen Respekt. Die hauen das Gewand durcheinander, legen es nicht mehr zusammen, stellen andere Sachen brutal hin wie irgendwelche Vasen, wo man sich oft denkt: hoffentlich kauft der nichts, sondern stellt das wieder hin und geht schnell weiter! Das ärgert einen schon, man bemüht sich in der Früh alles zu ordnen und schön herzurichten und dann kann man den ganzen Vormittag hinten nacharbeiten, weil alles verräumt wird.“¹⁸⁵



Der auf dem Foto zu sehende Stand gehört einer Dame, die fast jede Woche auf den Flohmarkt kommt. Sie bekommt die Kleidung von Verwandten und Bekannten und betrachtet den Flohmarkt als günstige Einnahmequelle. Die Kleidung wird hier nicht wie üblich auf Kleiderstangen präsentiert, sondern schön zusammengefoldet auf den Tapezierertisch gelegt. Ihre Vorarbeiten beginnen am Freitag Nachmittag vor dem Flohmarkt, da sie die Kleidung durchwäscht, bügelt und nach Größen sortiert. Sie bietet Kleidung für Herren, Damen und Kinder an. Jedes Stück wird um einen Euro verkauft, wenn mehr gekauft wird, werden auch Prozente vergeben. Die Dame nimmt sich Zeit, die passende Kleidung für die Personen auszusuchen, indem sie die ausgewählten Objekte auseinanderfaltet und wenn diese nicht gekauft werden, legt die Standlerin diese wieder zusammen. Die Kleidung, die auf dem Foto zu sehen ist, ist nicht die gesamte, da der Rest in den 110 Liter Müllsäcken aufbewahrt wird, aus denen sie immer wieder Nachschub holt. Ihr Stand ist am Flohmarkt sehr gefragt, da sie gute Qualität zu einem geringen Preis mit einem ausgezeichneten Service verkauft.

Im Kapitel 3.2 sind bereits die Charakterzüge von Büchern besprochen worden, die Werte, Ziele und Leistungen beinhalten. Interessant ist, dass diese Objekte ausgestattet mit jenen Tugenden zumeist auf dem Boden liegen: *„Heut hat mich jemand angesprochen: „Entschuldigung, ich muss Ihnen jetzt schon einmal was sagen, das ist jetzt nicht persönlich gegen Sie, aber allgemein. Die Bücher liegen immer in den schweren Kisten unten am Boden. Ich bin schon an die 60, wie komme*

¹⁸⁵ Interview Berner, 26.04.2008

*ich dazu, dass ich mich überall runterbeugen muss und außerdem liegen die alle kreuz und quer. Da muss man einmal so lesen, dann wieder so, da bekomme ich ja einen Drehwurm. Die anderen Sachen sind ja auch schön sortiert.“ Er hat sich dann die Mühe gemacht und alle Bücher schön sortiert, damit man einen Überblick hat.*¹⁸⁶

Vor allem ist es wichtig wertvolle Ware übersichtlich, diebstahlsicher und auch kinderfreundlich zu arrangieren. Unabsichtlich umgestoßene Ware durch andere Personen ist nicht versichert. „Heute waren so viele Leute auf dem Markt, dass der Abbau erst gegen 12 Uhr 30 begann. Die StandlerInnen standen so dicht nebeneinander, dass sie zum Teil auf den freizulassenden Bereich für Rettungsfahrzeuge auswichen und auch auf den Auffahrtsteil vom Erdgeschoß in den ersten Stock. Man merkte, dass die StandlerInnen schon nach Hause wollten und fuhren sehr zügig vom Erdgeschoß in den ersten Stock. Dabei wurde ein ganzer Stand umgefahren, Schuhe wurden zerdrückt, Schachteln angefahren. Keiner entschuldigte sich.“¹⁸⁷ Da das Parkdeck sehr dunkel im mittleren Bereich ist, haben viele StandlerInnen künstliche Beleuchtung mit, um ihre Ware zu präsentieren. Vor allem bis acht Uhr Vormittag beziehungsweise den ganzen Markttag im mittleren Bereich des Parkdecks werden die Augen sehr angestrengt. Freundlich beleuchtete Ware erleichtert jedem/r EinkäuferIn das Durchschlendern durch den Flohmarkt. SammlerInnen, AntiquitätenhändlerInnen und auch WeiterverkäuferInnen lassen sich jedoch nicht abbringen von ihrer Suche und sind zumeist mit Taschenlampen ausgestattet. Ein wesentlicher Punkt der Präsentation ist die Anschreibung und Verhandlung des Preises. Es gibt Stände, bei denen die Preise zur Gänze angeschrieben sind, dann diejenigen, die einen Teil der Ware mit Preisetiketten versehen und dann noch Stände, an denen der Preis für die Ware erfragt wird. Wie die Preisstruktur am Flohmarkt genauer funktioniert, beantworten am besten die Objekte selbst.

¹⁸⁶ Interview Berner, 26.04.2008

¹⁸⁷ Haslbauer *Forschungstagebuch*: Eintrag 13.04.2008

4.2 Nach welchen Kriterien werden Sie entlohnt?

Kopytoff zufolge können Dinge von Waren zu singulären Gegenständen werden und vice versa. Als diese gelangen sie auf den Flohmarkt, wo sie einen erneuten Warenzustand - *recommodified* – annehmen, indem ihnen ein Preis zugeschrieben wird.¹⁸⁸ Um Austausch möglich zu machen, das heißt um Werte in Geld zu messen, müssen Dinge klassifiziert und vergleichbar gemacht werden. Wenn keine Relation vorliegt, ist das Ding nicht austauschbar und diesbezüglich wäre sein Zustand absolut homogen. Im Gegensatz dazu stehen vollständig heterogene Objekte. Diese beiden konträren Systeme existieren nicht, sondern gehen Hand in Hand.¹⁸⁹ Die Welt ist heterogen mit ihrer Vielzahl von Gegenständen. Um dieser Heterogenität entgegenzuwirken, werden Klassifikationen von ähnlichen Dingen gebildet.¹⁹⁰ Für VerkäuferInnen ist es oft schwierig ein Preisniveau anzusetzen, vor allem dann, wenn sie nichts über ihre Ware wissen. Vergleiche, entweder implizit oder explizit, verleiten immer dazu, die Preise am Flohmarkt an die kommerziellen Preise der Neuwaren anzugleichen.¹⁹¹ Friedl betont in ihrem Werk, dass Jülich bereits 1977 auf die Gefahr hinweist, dass „*Spontanität und Preisniveau als wichtige Attraktivitätsvoraussetzungen der Flohmärkte*“¹⁹² verloren gehen könnten. Es stimmt, dass Flohmärkte generell und auch der Leobersdorfer Flohmarkt in den letzten Jahren immer kommerzieller geworden sind, aber der Flohmarkt in Leobersdorf bildet im Gegensatz zur kommerziell gewordenen Konsumstruktur „*the market*“ den Feldforschungsnotizen zufolge einen dialogfähigen Markt, der mittels Handeln schon noch einen Einfluss auf die Angebots- und Preisnachfrage erlaubt. „*Die Gier, die Aufmerksamkeit, die Zerstreuung. Feilschen ist angesagt. So können wir Nachfrage nicht mehr als Bereitschaft der Käufer definieren, zu einem bestimmten Preis eine bestimmte Ware abzunehmen. Tauschwert und Gebrauchswert*

¹⁸⁸ vgl. Kopytoff, I. (1986): S. 81

¹⁸⁹ vgl. Kopytoff, I. (1986): S. 69f

¹⁹⁰ vgl. Kopytoff, I. (1986): S. 70

¹⁹¹ Informant Howard Leslie. In: Herrmann, G. M. (1997): S. 82

¹⁹² Jülich, Volker; Jüngst, Peter (1977) „Freizeit und Kommunikation auf dem Marburger Flohmarkt.“ In: Jülich Volker (Hrsg.) u.a. *Wahrnehmung und Nutzung städtischer Umwelt. Beispiel aus Marburg und Gießen: Altstadt, Großwohngebiete, Geschäftszentren, Flohmarkt*. URBS ET REGIO, Band 6. Kassel. S. 105 In: Friedl (1996): S. 48

sind unbestimmt.“¹⁹³ Der Flohmarkt ist immer KäuferInnen- und AnbieterInnenmarkt zugleich. Beide wissen, wo ihre Grenzen liegen, wollen sie aber lang genug verbergen. Der/die VerkäuferIn stöhnt zumeist beim ersten Anbot seitens des/der EinkäuferIn, da die Ware unter dem erwarteten Preis verkauft werden soll. Umgekehrt möchte der/die BesucherIn nicht mehr als den im Kopf festgesetzten Preis für jene Ware bezahlen. Das Feilschen um die Ware setzt sich so lange fort, bis ein befriedigendes Equilibrium beiderseits erreicht ist.¹⁹⁴

Eines der wichtigsten Motive am Flohmarkt ist Handeln um individuellen Wertmaßstäben gerecht zu werden. Viele Personen besuchen den Flohmarkt um des Handels willen, da eine Gesprächsbasis zustande kommt. *„Ich liebe Handeln, weil man da blödeln kann. Man erkennt da richtig die Grenzen von den Leuten. Es ist aber auch schön, weil man da tratschen kann. Was tu ich sonst zu Hause.“*¹⁹⁵ Im Normalfall schlägt der/die VerkäuferIn das erste Angebot vor, welches zumeist höher angesetzt wird. Es existieren verschiedene Handelsstrategien: einige setzen den Preis um das doppelte höher an und andere um nur ein paar Euro höher.¹⁹⁶ Stadler¹⁹⁷ sowie auch Münz zufolge wird Handeln von kulturellen Verhaltensunterschieden geprägt: *„Wenn Ihnen ein arabischer Händler einen Preis nennt, bedeutet dieser nicht das Gleiche wie derselbe Preis aus dem Mund eines Mitteleuropäers. Ein arabischer Händler wird den Preis schon der Händlerlehre wegen doppelt so hoch ansetzen wie den angestrebten Verkaufspreis.“*¹⁹⁸ Es sollte hier von individuellen Verhaltensunterschieden die Rede sein, da nicht alle FlohmarktteilnehmerInnen – egal welcher Herkunft meinen Notizen zufolge – über das Handeln als Grundkomponente am Flohmarkt übereinstimmen: *„Ich sag den Preis, den ich haben will, und nicht höher wie andere. Ich will genau das haben. Und das nervt mich dann, wenn jemand kommt und sagt 50 Cent. Ich verlang eh nur noch einen Euro.*

¹⁹³ Rutschky, Michael (1990) „Der Markt. Eine Bildgeschichte.“ In: *Der Alltag. Die Sensation des Gewöhnlichen*. S. 42. In: Friedl, M. (1996): S. 65

¹⁹⁴ Vogelsang, H. (1985): S. 10

¹⁹⁵ Informelles Gespräch Artel, 13.04.2008

¹⁹⁶ vgl. Friedl, M. (1996): S. 70

¹⁹⁷ vgl. Stadler, U. (1991): S. 113

¹⁹⁸ Münz, S. (2005): S. 107

*Das Ding hat einmal 40 Euro gekostet.*¹⁹⁹ Der Handel wird nicht nur von der StandlerInnenseite bestimmt, sondern es kommt immer wieder vor, dass EinkäuferInnen bereit sind mehr zu zahlen, als das Produkt aus rein ökonomischer Sicht noch wert wäre. Dies kann ich aus eigener Erfahrung bestätigen. Wir haben Unmengen an Büchern zum Verkauf angeboten, die um 50 Cent und weniger verkauft werden sollten. Oft haben die Personen freiwillig einen Euro bezahlt, da es ihnen unangenehm gewesen ist „nur“ 50 Cent auszugeben. Die 50 Cent haben für mich einen Nutzwert des Buches dargestellt, die übrigen 50 Cent einen Symbolwert. Dadurch, dass der Artikel bestimmte Haltungen suggeriert, wird er vom Status einer Gebrauchtware zu einem speziellen Objekt erhoben. *„Ich habe hauptsächlich Lampen verkauft, ich trenne mich von dem einen oder anderen Stück, welches ich doppelt habe, aber ich gebe es nur her, wenn ich spüre, dass der das hat, das gewisse ... dass er es haben will. Es war ein Händler da, der hätte mir 30 abgekauft für einen Superpreis. Ich sage zu ihm: „Was machst du denn damit?“ Sagt er: „Na weiterverkaufen!“ „Kriagst keine, ich gebe keine her!“ Ich gebe sie nur einem, wo ich spüre, dass der, dass der so was mag. Wenn ich spüre, dass der Wärme ausstrahlt, die die Lampe verlangt, dann bekommt der eine. Es ist bei Gott nicht egal, an wen ich die Ware verkaufe.*²⁰⁰

Im Laufe der Feldforschung hat sich immer wieder herausgestellt, dass sich die TeilnehmerInnen zwar darüber bewusst sind, dass sie sich auf einem Flohmarkt befinden und dass Feilschen ein Teilaspekt des Flohmarktes ist, dennoch ein Verkaufspreis der Ware, der sich an den Neupreis oder etwas darunter angleicht, erwünscht wäre. *„I guess for me there's a sort of ethic about garage sales. They're (items for sale) supposed to be yours. It really should be something you had or your neighbour had. I don't like sales where people are selling stuff they specially bought to resell. ... Buying to resell just seems sort of slimy. It just doesn't seem like fun any more. It starts feeling more like a real store. It feels too commercial. It doesn't feel social anymore on that level. Then there are always people who are outrageous*

¹⁹⁹ Interview Paar, 16.03.2008

²⁰⁰ Interview Schwarz, 20.03.2008

about prices. They tend not to bargain. ... They're not fun at all.“²⁰¹ Generell liegen die Warenpreise jedoch unter ihrem Neupreis. Manchmal kann es auch passieren, dass der Preis noch weiter als erwartet fällt: *„Ich hab einmal einen Kelomat gehabt. Da hab ich mir vorgestellt, dass ich 5 Euro dafür bekomme. Eine Frau kommt und sagt, dass sie sich für den interessiert und wie viel ich gern dafür hätte. Ich habe ihr gesagt, na 5 Euro. Dann hat sie mir erzählt, dass sie erst für die Reparatur des Deckels 70 Euro bezahlt hat. Hätte sie gewusst, dass da einer liegt. Sie hat ihn dann auch gekauft und ich habe mich geärgert. Das nächste Mal weiß man es besser.*“²⁰² Viele StandlerInnen gleichen die Preise untereinander an, orientieren das Preisniveau an anderen Flohmärkten oder vergleichen auch mit Ebay, der Internetplattform. Die Preisbildung hängt ebenso unmittelbar mit der Präsentation zusammen. Während einige VerkäuferInnen ihre Waren schlicht durch Zurufe wie *„Billiger, billiger ...! Heute kaufen, morgen zahlen!“* anbieten, verwenden andere Taktiken aus dem Marketing und der Sozialpsychologie über das Käuferverhalten. Beispiele hierfür sind die Positionierung der Waren in Augenhöhe oder auch dass sie leicht greifbar sind. Minderwertige Waren können zu höheren Preisen verkauft werden, indem diese zwischen hochpreisigen Waren platziert werden. Eine Markenjeans wird in einer Wühlkiste mit dem Preisanschlag – Jedes Stück 50 Cent – nicht so geschätzt werden. Ein und dieselbe Jeans, platziert unter vielleicht identischen, aber hochpreisigen Stücken, hat auch die Möglichkeit um fünf Euro oder mehr verkauft zu werden: *„Ich verlange für meine Kleidung immer so 10 Euro. Die Leute kaufen das sonst nicht. Wenn ich sage 50 Cent, glauben die, dass das keinen Wert hat.*“²⁰³ Nicht zu unterschätzen sind ebenso auch die Beleuchtung, Farbgebung, untergelegte Geräusche wie Musik, Fernsehen und olfaktorsche Einflüsse. Durch diese Faktoren unter anderen werden die BesucherInnen angehalten den Stand aufzusuchen, zu verweilen, den Stand zu meiden oder zu verlassen.

Obwohl Geld für die Bezahlung der Gegenstände genommen wird, ist es oft eine Zeichenbezahlung, da aus ökonomischer Perspektive sich der Aufwand für eine/n

²⁰¹ Herrmann, G. M. (1997): S. 78

²⁰² Interview Berner, 26.04.2008

²⁰³ Informelles Gespräch Flipper, 16.03.2008

HobbyflohmarktlerIn nicht lohnt. Der Lohn für Vorbereitung, Aufbau, Standgebühr, Verkauf und Nachbereitung steht in keinem leistbaren Verhältnis zu der heutigen Gesellschaft. Es kann in diesem Zusammenhang durchaus von einer moralischen Ökonomie gesprochen werden. Es sei zu betonen, dass hier StandlerInnen mit exquisiter Ware ausgenommen sind, die aber auch des Öfteren Flohmärkte besuchen müssen, bis sie ihre Ware verkauft haben. *„Ich habe sehr viel Zeit. Ich bin in Pension und komme jede Woche hier her. Wenn jemand etwas kauft, dann ist es gut. Wenn niemand was kauft, nehme ich das halt noch einmal mit. Runter gehen tu ich mit den Preisen nicht. Diesen Elefant habe ich zum Beispiel am Sperrmüll gefunden, kostet jetzt 20 Euro. Der Luster, auch vom Sperrmüll, ein bisschen putzen und reparieren, 100 Euro.“*²⁰⁴ Es kommt aber immer wieder vor, dass StandlerInnen ihre Ware lieber behalten, als sich von dieser um einen billigeren Preis zu trennen. Wenn man durch den Flohmarkt spaziert, erblickt man immer wieder dieselbe Ware. Entweder hängen die Objekte emotionell oder auch aus ökonomischen Gründen am/an der BesitzerIn fest. Artikel, die niemals gekauft werden, sind entweder fehl am Platz, wie zum Beispiel Kunstgegenstände oder handgefertigte Waren, die auch ihren Preis haben, beziehungsweise Dinge, die mit einem zu hohen Preis angesetzt werden oder auch Müll, der am Ende seines Gebrauchs angelangt ist.²⁰⁵ Vor allem wird von Veranstalterseite her sehr darauf geachtet, dass dieser Markt nicht zu einem Kirtag, Oster-, Weihnachts-, Kunst- oder einem Antiquitätenmarkt wird. *„Ich glaub, dass wir hier nicht richtig sind. Normalerweise sind wir immer am Naschmarkt. Wir sind da wegen der Standgebühr. Die ist hier billiger, wissens. Die Leute hier schauen aber nur, die kaufen nichts, sind nur Schauer. Und wenn sie was in die Hand nehmen und wie sie das in die Hand nehmen, da denk ich mir oft: „Bitte stellen Sie das wieder hin.“ Wir haben da die Mutter Gottes zum Beispiel, die kostet 20 Euro, die ist aus dem 18. Jahrhundert. Die Leute kommen immer, das kostet eh nur noch 20 Euro statt 70, nehmen die und glauben, die kostet nur zwei Euro. Dann stellen sie das gleich wieder zurück.“*²⁰⁶ Wie viel tatsächlich bezahlt wird, hängt mit mehreren Faktoren zusammen, nämlich mit der aktuellen Trendvorgabe und der Notwendigkeit

²⁰⁴ Informelles Gespräch Turker, 16.03.2008

²⁰⁵ vgl. Winter, G. (1996): S. 15

²⁰⁶ Informelles Gespräch Kobold, 14.09.2008

des Bedarfs, sprich, wenn ich jetzt einen Staubsauger brauche, warte ich nicht mehr bis sich ein billigeres Angebot ergibt. Des Weiteren spielt der tatsächliche Wert des Gegenstandes, sei dieser monetär oder symbolisch, eine Rolle sowie auch die Sympathie und die subjektive Wertvorstellung.²⁰⁷ *„At one place, we bought a pile of plants... I was so excited that I could get all this stuff that I actually couldn't afford any other way. And she kept bringing me plants free because she was so excited I was buying all this stuff. And I was there feeling guilty, because the prices were less than a tenth of what they would be at any of the going places ... And she kept throwing in extra stuff for free, and thanking me ...“*²⁰⁸

Herrmann zufolge können die sozialen Beziehungen auf einem Flohmarkt mehr oder weniger einer Gabenökonomie im Sinne von Mauss ähneln. Am Ende bestimmt der/die VerkäuferIn selbst die Reichweite der sozialen Beziehung im Tauschakt: *„People want a good deal. I give them that.“*²⁰⁹ Wenn es schließlich zu einer Einigung zwischen StandlerIn und VerkäuferIn kommt, bildet sich ein *„just price“*.²¹⁰ Das bezahlte, erhandelte Objekt verleiht den *recommodified* Objekten den Status von „Halbgeschenken“.²¹¹ *„Ja, ja und es ist so, dass neues Zeug, was weiß ich, 20 Jahre, 15 Jahre alt ist. Viele Jungfamilien von den verschiedenen Ländern wie aus der Türkei u.s.w... statten sich mit den Sachen aus. Es ist egal, ob die Lampe jetzt ein Jahr alt ist oder nicht, wenn ich sie um 20 Euro bekomme und so kostet sie 300 Euro. Man kann gut einkaufen. Vor 14 Tagen habe ich ein echtes Schnapperl gemacht, eine Petroleumlampe aus dem Jahre 1880 um zwei Euro. 70 hätte ich auch bezahlt.“*²¹² Die Halbgeschenke kommen für viele VerkäuferInnen eher in Frage als die Ware herzuschenken beziehungsweise sehen sie sie als einen Teilaspekt ihrer Verkaufsstrategie: *„It is a little bit stingier than giving. Giving you would say everything in a garage sale is for free. Come and take what you want. And actually, I*

²⁰⁷ vgl. Friedl, M. (1996): S. 66

²⁰⁸ Herrmann, G. M. (1997): S. 72

²⁰⁹ Herrmann, G. M. (1997): S. 81

²¹⁰ vgl. Gudemann, Stephen (1992) „Markets, Models and Morality.“ In: Dilley, R. (Hrsg.) *Contesting Markets: Analysis of Ideology, Discourse and Practice*. Edinburgh: Edinburgh University Press: S. 279-294 In: Herrmann, G. M. (1997): S. 84

²¹¹ vgl. Herrmann, G. M. (1997): S. 83f.

²¹² Interview Schwarz, 20.03.2008

don't think it would work.“²¹³ In Leobersdorf sind zwei Interviewpartnerinnen folgender Ansicht: „*Runter gehen kann man immer, herschenken tut man nichts.*“²¹⁴ „*Wenn man die Sachen zu Schnäppchenpreisen raushaut, glauben die Leute, die ist nichts wert. Für schöne Kleidung verlange ich mehr und die Leute kaufen sie trotzdem. Sie wollen gute Qualität zwar günstig, aber nicht zu günstig, aber schön präsentiert.*“²¹⁵

Des Öfteren kann es auch vorkommen, dass Waren zur freien Entnahme angeboten werden: „*Finally, there is the aspect of outright giving, which occurs not only on the part of the sellers but also on that of shoppers when they give their garage sale purchases away as gifts.*“²¹⁶ „*I think I'm helpin others out, too. Not everyone can afford to buy new. I've had lots of people (who needed things). One poor woman yesterday bought pillows for her children's beds – only 25 cents a piece. But children I just gave things to. I believe in recycling.*“²¹⁷ Eine andere Gesprächspartnerin meint: „*Ich schenke oft den türkischen Kindern etwas, weil die ja eh kein Geld haben. Da kann man schon extra Preise machen.*“²¹⁸ Es sei zu betonen, dass viele StandlerInnen, die offensichtlich Geschenke machen, den folgenden Hintergedanken im Kopf haben: nämlich, dass sie die Ware nicht jede Woche aufs Neue mittransportieren wollen und es billiger ist die Ware herzuschenken als entweder die Sperrmüllkosten zu tragen beziehungsweise selbst den Weg zur Entsorgung zu machen. „*Ja, da ist so viel Kramuri auch dabei und wenn jetzt zum Beispiel ein Kind ein paar Sachen kauft oder auch die Eltern für das Kind, dann kann man schon etwas dazugeben. Einfach nur, damit das weg ist.*“²¹⁹

Zusammengefasst kann gesagt werden, dass die Preisstruktur am Flohmarkt sehr unterschiedliche Formen annehmen kann. Im Normalfall ergibt sich der Preis aus direkten Preisnachlässen durch Handeln. Einkaufspreise wie im Supermarkt kommen

²¹³ Verkäufer In: Herrmann, G. M. (1997): S. 83

²¹⁴ Interview Paar, 16.03.2008

²¹⁵ Interview Langer, 27.04.2008

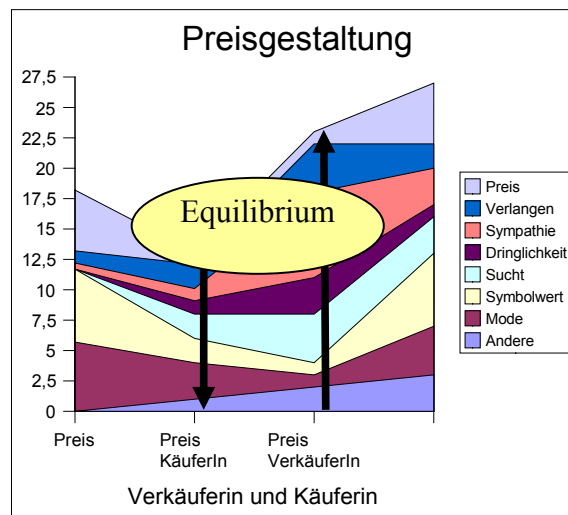
²¹⁶ Herrmann, G. M. (1997): S. 81

²¹⁷ Herrmann, G. M. (1997): S. 90

²¹⁸ Interview Paar, 16.03.2008

²¹⁹ Interview Berner, 26.04.2008

ausschließlich für qualitativ hochwertige Waren in Betracht beziehungsweise können Waren, die zu einem Zeitpunkt billiger gewesen sind, am Flohmarkt wieder zu einem höheren Preis angeboten werden. Dieser Vergleich ist bei Schallplatten sehr schön nachzuvollziehen. „Da ich ein Kunstliebhaber bin, kauf ich in der Früh oft billige Sachen ein und verkaufe die dann an Antiquitätenhändler weiter. Das ist oft höher als Notstandsgeld.“²²⁰ Es kann immer wieder vorkommen, dass bei einem Einkauf Beigaben gemacht werden beziehungsweise Treue-Prämien einen Anreiz für wiederholtes Einkaufen darstellen sollen. Seltene Dinge beziehungsweise die Dringlichkeit der Ware haben gemeinsam mit anderen Faktoren einen sehr starken Einfluss auf die Preisstruktur²²¹.



Im Allgemeinen ist die Preisgestaltung am Flohmarkt individuell, sozial und ökonomisch zugleich ausgerichtet. Die Preise am Flohmarkt steigen im Laufe des Markttages und fallen gegen Ende wieder. Zwischen zehn und elf Uhr sind die Preise generell am höchsten, da die meisten BesucherInnen am Flohmarkt sind.

²²⁰ Informelles Gespräch Antika, 14.09.2008

²²¹ siehe Grafik weiter oben

4.3 Wie sieht Ihre weitere Karriere aus?

Der Aufbau der Ware und ihre Präsentation sollte mit Ausnahme der NeuwarenhändlerInnen um sieben Uhr abgeschlossen sein, da bereits die ersten PrivatbesucherInnen - *Early Birds*²²² - kommen, um sich die besten Schnäppchen, zumeist für den Haushalt, nicht entgehen zu lassen. Dazu zählen zum Beispiel früh aufstehende Berufsgruppen, die zumeist in Arbeitskleidung durch den Flohmarkt spazieren, aber auch einige Damen, die nach Bettwäsche oder günstiger Kleidung suchen. Um diese Zeit gehen ebenso AntiquitätenhändlerInnen den Flohmarkt rasch ab, um zu sehen, ob für sie nützliche Ware dabei ist oder nicht und fahren anschließend weiter. In der Zeit von acht bis neun Uhr beginnt die zweite Ruhephase für die VerkäuferInnen, in der erneut der Stand verlassen wird, um vor dem Ansturm der BesucherInnen ein letztes Mal die Toiletten aufzusuchen, etwas zu trinken oder selbst einkaufen zu gehen. Ab neun Uhr fährt ein PKW nach dem anderen in das Parkdeck, um eventuell noch einen Parkplatz in der Nähe des Flohmarktes zu ergattern beziehungsweise kommen Personen mit dem Zug oder auch zu Fuß an. Der Verkehr im Parkdeck ist zum Teil schlecht geregelt, da, wie bereits erwähnt, oft Ware umgefahren wird beziehungsweise die BesucherInnen im Parkdeck zu schnell fahren, so dass die Unfallgefahr sehr hoch ist. In der Zeit von neun bis elf Uhr ist das Hauptpublikum präsent. Die Motive für den Flohmarktbesuch sind so vielfältig wie auch die Waren, die am Flohmarkt vorhanden sind. Das Publikum wird ab elf Uhr schwächer und ab zirka elf Uhr dreißig beginnen die StandlerInnen langsam ihre Ware einzuräumen, da das sorgfältige Verpacken und Verladen der Ware eine halbe Stunde bis Stunde in Anspruch nehmen kann. Während dieses Prozesses kommen immer wieder BesucherInnen herbei, um die Hoffnung des unbedingten Loswerdens der Ware auszunützen und ein Schnäppchen zu ergattern. Es passiert vielen StandlerInnen, dass sie dann erneut Ware auspacken mit dem Gedanken noch etwas zu verkaufen, häufig jedoch umsonst. *„Ich ärger mich oft. Man lädt die Sachen ins Auto ein und dann kommens, sehns eh schon, dass alles eingeladen ist und sagen: „Könn ma bitte das nochmals sehn, vielleicht kauf ma es doch?“ Weil man ja nicht*

²²² vgl. Münz, S. (2005): S. 40

*so ist, packt man die Glasln nochmals aus, oder was weiß ich, da ist man eh schon sauer, aber Kunde ist König, nicht? Dann schaun sa sich das an und sagn: „Nein danke.“ Entweder ist es zu teuer und sie haben sich mit der Größe verschätzt oder es gefällt ihnen doch nicht. Wissens, die laufen den ganzen Tag herum und genau in der letzten Minute kommens.“*²²³ Während des Verpackungsprozesses wird die Ware bewusst aussortiert: *„Na ja, wenn die Sachen mehrere Male nicht weggehen und die kein Mensch anschaut und es ist eh schon so alt und nicht mehr so gut, dann schmeißt man es weg. Ich habe letzte Woche so eine alte Brotschneidemaschine weggeschmissen und ein paar Schuhe zum Beispiel, das ist unnötiger Ballast. Da hat man dann auch keinen Platz für neue Ware, die dann aber schon weggeht.“*²²⁴ Das Ende des Markttages beziehungsweise das Zusammenräumen des Standes ist jeder Person selbst überlassen, jedoch orientieren sich die meisten StandlerInnen an den BesucherInnen, an anderen StandlerInnen, am Wetter oder auch an ihrer Ware. Wenn bereits ein Großteil der Produkte beziehungsweise die gesamte Ware verkauft ist, hat es nicht mehr viel Sinn stehen zu bleiben. Der totale Verkauf kommt vor, wenn Personen gezielt zum Beispiel Autoreifen auf dem Flohmarkt verkaufen. Diese Personen kommen zumeist erst in der Stoßzeit, verkaufen die Ware und verlassen den Flohmarkt des Öfteren ohne Standgebühr zu bezahlen, da Herr Kramer erst in der Zeit von neun Uhr bis elf Uhr die einzelnen Stände besucht, um die Standgebühr zu kassieren. Im Normalfall verlassen die StandlerInnen im ersten Stock zuerst den Flohmarkt, da ansonsten die StandlerInnen im Erdgeschoß Schwierigkeiten bei der Ausfahrt haben. Im Erdgeschoß haben Personen, die der Ausfahrt am nächsten sind, den Vorrang den Flohmarkt zu verlassen um ein Chaos zu vermeiden. Der Tag am Flohmarkt ist somit beendet. Die Nacharbeiten bestehen aus Entladen des PKWs, Säubern der Objekte, Sammeln neuer Ware und Zählen des Geldes.

²²³ Interview Trachter, 20.04.2008

²²⁴ Interview Berner, 26.04.2008

5. Flee the market

Zu Beginn haben wir uns an folgender Definition gehalten: „*Unter Flohmarkt ist sowohl ein Markt zu verstehen, an dem neue sowie gebrauchte Waren von Privatverkäufern, Händlern, Pfarren, sozialen Einrichtungen, Vereinen usw... verkauft werden, als auch ein Begriff, der als Synonym für „billig“ zu Werbezwecken eingesetzt wird.*“²²⁵ Der Flohmarkt kann als eine alternative ökonomische Form eingebettet in einem überhand nehmenden Marktsystem von fortgeschrittenem europäischen Kapitalismus gesehen werden. Der zweite Teil des Terminus Flohmarkt deutet auf einen Markt hin. Märkte sind Orte an denen Tauschvorgänge stattfinden und an denen Angebot und Nachfrage zusammentreffen. Diese Orte können, müssen aber nicht physischer Natur sein. Hierzu zählen Bauernmärkte, Basare und Flohmärkte. Auch gerichtliche Versteigerungen von Immobilien und Liegenschaften, Versteigerungen des Dorotheums, Internet-Verkaufs-Plattformen und Wertpapierbörsen gehören dazu. Wochenmärkte, Jahrmärkte und Geschäfte wie Einkaufsmärkte werden nicht zu Märkten gerechnet. Diese sind zu stark reglementiert, so dass ihnen wesentliche Markteigenschaften beispielsweise hinsichtlich der Preisbildung und der gesamten Verhandlungsdynamik des Tauschprozesses verloren gehen.²²⁶ Damit Märkte funktionieren muss eine kritische Masse von Angebot und Nachfrage überschritten werden. Mangelt es an Angebot wie bei der Gründung des Leobersdorfer Flohmarktes, werden potentielle NachfragerInnen dem Marktgeschehen fernbleiben. Gibt es zu wenig Nachfrage, werden sich AnbieterInnen desinteressiert vom Markt zurückziehen. Märkte stehen immer wieder im Spannungsfeld geregelter versus unregelter Markt. Kennzeichen eines unregelten Marktes sind das weitgehende Fehlen von Vorschriften. Beispiele hierfür sind eine etwaige Befähigung der am Markt teilnehmenden Individuen wie jede/r handelt mit dem, wovon er oder sie meint etwas zu verstehen, das Fehlen arbeitsrechtlicher Instruktionen, freie Vereinbarungen hinsichtlich Preis, Garantie und Gewährleistung. All diese Kennzeichen treffen auf den Flohmarkt zu, wodurch dieser als ein unregelter, physischer Markt, auf dem eine kritische Masse an

²²⁵ Friedl, M. (1996): S.15

²²⁶ siehe dazu Mankiw, N. G. (2004)

Angebot und Nachfrage überschritten wird, zu verstehen ist. Auf den Markt bezogen, hat der Flohmarkt Geld als Zahlungsmittel und das Ausstellen und Handeln von Waren.

Der Markt negiert jedoch die soziale Perspektive. Was an der Oberfläche so aussieht, dass es das Selbstinteresse des/der VerkäuferIn ist und der Geist des/der EntrepreneursIn, versteckt eine Reihe von Austauschstilen, von dem hervorspringenden kommerziellen und individuellen zu einer Konzentration mit den Bedürfnissen von anderen. Im Gegensatz zum Markt bietet der Flohmarkt eine Struktur von *outright giving*²²⁷, Halbgeschenken, Waren und eine kulturelle Biographie von Objekten an. Da der Leobersdorfer Flohmarkt sich in einem größeren Rahmen abspielt und auch sehr viele unbekannte Personen und Waren teilnehmen, ergeben sich eher selten Gegengaben. Es gibt mehrere Gründe warum Objekte auf einem Flohmarkt eher einer Gabe als einer Ware ähneln. Zum einen sind diese Objekte gebrauchte Gegenstände und tragen immer wieder die Erinnerung ihrer bisherigen LebensabschnittspartnerInnen mit. Sie gehen von einem singulären Zustand in ein Stadium von *recommodification*²²⁸ ein, bleiben trotz dieser erneuten „Warisierung“ insofern *inalienable*, dass sie persönliche Gefühle und Erinnerungen beinhalten. Es gibt auch wiederum Objekte, die - im Sinne von Mauss – einen gabenähnlichen Charakter annehmen. Herrmann spricht hier von *Giveaway Prices* – das durch Handel erworbene Objekt macht dieses zu einem Halbgeschenk.²²⁹ Allerdings existieren ebenso die reinen Geschenke, die Beigaben oder Treueprämien sein können. Im Handel spielen die sozialen Beziehungen eine wesentliche Rolle, da sowohl VerkäuferIn als auch KäuferIn die Objekte mit neuen Emotionen und Bedeutungen verschlüsseln: „*The U.S. Garage sale incorporates elements of both gift and commodity exchange in a dynamic tension, one that complicates traditional characterizations of gift and commodity as oppositional and mutually exclusive. Despite its apparently marketlike mechanisms, much of garage sale exchange also partakes of the character of gift giving. The elasticity in pricing in this homebased*

²²⁷ Herrmann, G. M. (1997): S. 84

²²⁸ Kopytoff, I. (1986)

²²⁹ vgl. Herrmann, G. M. (1997): S.83f.

exchange allows sellers to take social relations into account, so that objects that change hands become hybrid varieties of „inalienable commodities.“²³⁰ Aufgrund der bisherigen Ausführung ergibt sich eine neue Definition von Flohmärkten: „I define a garage sale as the informal sale of personal possessions from within or next to a private residence.“²³¹ Der Gabencharakter sollte allerdings nicht übertrieben werden, da viele VerkäuferInnen und BesucherInnen den Flohmarkt als ökonomische Notwendigkeit erachten und Handel oft auf kommerzieller Basis stattfindet. Der Flohmarkt bildet aber bereits eine soziale Ebene durch seine gebrauchten Waren aus dem Haushalt, die eine Biographie in sich tragen. Dennoch lässt sich aus den Interviews und den teilnehmenden Beobachtungen schließen, dass die Biographie der Objekte am Flohmarkt nur zu einem Teil der Personen in Übereinkunft steht. VerkäuferInnen kaufen oft Ware ein um diese weiterzuverkaufen beziehungsweise identifizieren sie sich in keinerlei Hinsicht mit ihrer Ware: „Oft bekommt man die Sachen von irgendjemanden, da weiß man gar nicht wo die vorher waren. Die Leute interessieren sich zwar sehr dafür, ob einem das gehört hat wie zum Beispiel beim Gewand. Da geht es ihnen aber darum, ob die Größe passt oder ob die Geräte auch wirklich funktionieren. Auch mit dem Stand. Man kann nicht sagen, wenn jemand das und das verkauft, dass der ein Sportler ist oder ein Handwerker. Die bekommen die Sachen ja auch von Bekannten so wie wir.“²³² Ein harte Abfuhr habe ich anfangs meiner Feldforschung erhalten, die mir gezeigt hat, dass die finanzielle Notwendigkeit Ware am Flohmarkt zu verkaufen keinesfalls unterschätzt werden darf: „Ich bin nicht zum Spaß hier, sondern um zu arbeiten.“²³³ Auch kaufen viele Personen am Flohmarkt Dinge ein, ohne darüber nachzudenken, von wem sie sind: „Ich würde nie etwas hergeben, wenn das persönlich für mich ist, wie meine Gitarre. Die hat eine Geschichte. Andererseits wenn ich auf den Flohmarkt gehe und ich sehe eine Gitarre, kaufe ich sie sicher nicht aus diesem Grund, weil das ja nicht meine Geschichte ist, sondern die Geschichte von einer anderen Person.“²³⁴

²³⁰ Herrmann, G. M. (1997): S.72

²³¹ Herrmann, G. M. (1997): S.77

²³² Interview Berner, 26.04.2008

²³³ Standlerin, 09.03.2008

²³⁴ Interview Apadana, 23.09.2008

Die materielle Kultur sowie auch der Gaben- und Warendiskurs sind ein sehr komplexes Phänomen. Aufgrund dieser engen Verstrickung ist es sehr schwer von einer bloßen Gabe oder einer reinen Ware zu sprechen. Der Flohmarkt kann somit zwischen Geschenk und Ware hin- und herschwanken, aber auch in beiden Sphären gleichzeitig teilnehmen, abhängig von den sozialen Beziehungen oder spezifischen Transaktionen, da der Flohmarkt ein nicht institutionalisierter *face – to – face* Markt ist. Der Flohmarkt erlaubt den TeilnehmerInnen ideologische und strukturelle Alternativen im Sinne von Gerechtigkeit und Wertschätzung zum dominanten Marktdiskurs aufzugreifen.²³⁵ Herrmann zufolge kann der Flohmarkt eher mit einer Auktion verglichen werden. Obwohl Auktionen als Modelle von rationalem, individualistischem ökonomischen Verhalten geprägt sind wie von Neoklassikern wie Adam Smith postuliert wird, betont Smith auch, dass Auktionen viele soziale Realitäten inkorporieren.²³⁶ Anstatt einer unsichtbaren und unpersönlichen Hand am Markt kann von Waren mit sozialer und kultureller Aktivität gesprochen werden. Geertz vergleicht den Bazar mit einem Ort, an dem Strukturen vorkommen, die weder in einem Markt sind, noch in nicht industriellen Gesellschaften. Die Strukturen sind so komplex, dass sie ein eigenes System darstellen, welches am ehesten in Relation zu einem Gebrauchsgütermarkt gesehen werden kann: „*bazaar-style information searches are likely to characterize any exchange setting where the quality and the appropriate valuation of goods are not standardized, though the reasons for the lack of standardization, for the volatility of prices, and for the unreliable quality of specific things of certain type may vary enormously.*“²³⁷ Der Bazar kann mit jeder Tauschsituation verglichen werden, in welcher Qualität und angemessene Wertung der Güter nicht standardisiert sind. Die Gründe für das Fehlen von Standardisierung, für die Geschwindigkeit der verändernden Preise und für die Qualität einiger Produkte können sehr stark schwanken. Tatsächlich kann man sagen, dass Kula Wertgegenstände, gebrauchte Autos, und orientalische Teppiche, obwohl

²³⁵ vgl. Herrmann, G. M. (1997): S. 83

²³⁶ vgl. Herrmann, G. M. (1997): S. 75f.

²³⁷ Geertz, C. (1979): *Meaning and order in Moroccan Society*. Cambridge, Cambridge University Press: S. 224 In: Appadurai, A. (1986): S. 43

sie in sehr verschiedenen institutionellen und kulturellen Bereichen vorkommen, alle eine Bazar ähnelnde Funktion enthalten.²³⁸

Hawken zufolge ist der Markt etwas Persönliches: „*Being in business is not about making money. It is a way to become who you are.*“²³⁹ In dem Buch *Growing a Business* geht es eher darum, wer man ist, als was man macht. „*In an important way it is a re-affirmation of the Market-Model belief that the entrepreneur, like all Market actors, is autonomous, acting on the basis of internal motives and desires rather than external ties and obligations.*“²⁴⁰ Zudem ist Hawken wichtig, dass eine Beziehung zwischen VerkäuferIn und KäuferIn entsteht, die langfristiger ist, als eine Mc Donald's Beziehung. „*One of the great frustrations in commerce today is that our patronage and loyalty don't add up to anything. No matter how many years you shop at a chain store, nothing will ever change in your relationship with that store or with this people. The sameness of experience is the whole idea of this store. Mc Donald's doesn't and cannot care how many times you bought a Big Mac. Of course the franchise wants you to return tomorrow for another dose, but if you don't, someone else will. But we as human beings don't feel, act, and comprehend with such uniformity. We would like our activities, even such mundane ones as shopping for food, to add up, to build a relationship, to establish trust.*“²⁴¹

Der Leobersdorfer Flohmarkt kennzeichnet sich dadurch, dass er sich einerseits gewerblich und andererseits als Flohmarkt im Volksmund positioniert. Aufgrund dieser Unterscheidung kann man auf diesem Flohmarkt die Gaben und Waren Dualität nicht ausschließen, aber von einem Nebeneinander sprechen - „*to end the gift-commodity dualism*“²⁴². Der Flohmarkt ist ein pures Abenteuer, da er im Gegensatz zur alltäglichen Einkaufssituation eine reiche Palette an Produkten anbietet, die angegriffen und ausgepackt werden dürfen und dem Handeln keine Grenzen gesetzt werden. Folglich kommen wir von unserer ursprünglichen

²³⁸ vgl. Appadurai, A. (1986): S. 43

²³⁹ Hawken, P. (1988): S. 19

²⁴⁰ Hawken, P. (1988): S. 19

²⁴¹ Hawken, P. (1988): S. 20

²⁴² Miller, D. (2001) „Alienable Gifts and Inalienable Commodities.“ In: Myers, F.R. (Hrsg.) *The Empire of Things*. School of American Research, Santa Fe: S. 113 In: Hahn, H. P. (2005): S. 90-95

allgemeinen Flohmarktdefinition ab und beschränken uns rein auf den Leobersdorfer Flohmarkt: „*Der Leobersdorfer Flohmarkt ist durch eine Überschreitung einer kritischen Masse von Angebot und Nachfrage entstanden und ist ein unregelter, physischer und persönlicher Markt, an dem sowohl alienable als auch inalienable Objekte in einem recommodified Zustand zumeist in Form von feilschenden Verkaufsgesprächen an einen nächsten Haushalt von verschiedensten TeilnehmerInnen verkauft werden.*“²⁴³

²⁴³ Haslbauer, J.

6. Zusammenfassung

Diese Arbeit hat sich zum Ziel gesetzt den Leobersdorfer Flohmarkt mit seinen Personen, Dingen und deren Verhältnis zueinander in ihrer Gesamtheit zu betrachten. Mithilfe von teilnehmender Beobachtung und Interviews in einem Zeitraum von einem Jahr ist der Flohmarkt ein vortreffliches Modell, um der Interaktion mit Objekten im alltäglichen Leben Beachtung zu schenken. In der Einführung zum Thema sind die literarischen Verfassungen von Flohmärkten erwähnt worden, die ihre Wurzeln im Bereich der Volkskunde und der Ökonomie haben. Diese orientieren sich hauptsächlich an Beschreibungen von Flohmärkten, Funktionszusammenhängen, Bedürfnisstrukturen und den gesellschaftlichen Bedeutungen. Aus dem kultur- und sozialanthropologischen Bereich ist der Artikel *Gift or Commodity: What changes hands in the US Garage Sale?* von Herrmann²⁴⁴ erwähnenswert.

Flohmärkte sind zwar sehr stark mit der Vergangenheit verbunden, dennoch ein modernes Phänomen, welches in den 70er Jahren in Europa und in den USA in Großstädten entstanden ist und bereits auf kleinere Städte wie auch in Leobersdorf übergegangen ist. Bis dato besteht allerdings ein Mangel an wissenschaftlichen Aufzeichnungen bis in die 70er Jahre des 20. Jahrhunderts. Der Leobersdorfer Flohmarkt ist im Jahre 1996 von zwei Veranstaltern gegründet worden und findet seitdem jeden Sonntag bis auf die weihnachtlichen Feiertage im Parkdeck der ÖBB in Leobersdorf statt. Mit zunehmender Beliebtheit des Leobersdorfer Flohmarktes sind mit der Zeit auch die Schwierigkeiten sichtbar geworden. Anstatt dem Flohmarkt freien Lauf zu lassen, sind die Interessen der neidigen Geschäftswelt immer lauter geworden. Infolgedessen hat sich der Flohmarkt zu einem Floh- und Wochenmarkt etabliert um allen TeilnehmerInnen gerecht zu werden. Für Unbeteiligte zeigt sich der Flohmarkt jeden Sonntag Morgen als Paradies für Schatzsuchende: „*Sie haben ja Zeit, Sie haben ja sonst nichts zu tun.*“²⁴⁵ Der/die BetrachterIn vergisst aber, dass der Flohmarkt unter mehr oder weniger strengen

²⁴⁴ siehe dazu Herrmann, G. M. (1997)

²⁴⁵ Besucherin, 14.09.2008

Rahmenbedingungen abläuft, die sich allwöchentlich im Hintergrund abspielen. Dazu zählen die Organisation des Flohmarktes mit der Bewältigung aller auftretenden Schwierigkeiten, wie der Brand des PKWs im Parkdeck beispielsweise, permanente Verhandlungen mit der Bundesbahn und der Gemeinde und dem eigentlichen Nutzen des Flohmarktes ein Museum zu gründen.

Neben dem historischen Abriss der bereits existierenden Literatur zu Flohmärkten und der Geschichte und Organisation des Leobersdorfer Flohmarktes selbst, wird eine Diskussion zwischen der konträren Annahme diverser Kultur- und SozialanthropologInnen eröffnet, die eine Dichotomie von Gabe und Ware betont. Objekte sind ein Grund, ein Medium, und eine Konsequenz von sozialen Beziehungen. Die Personen am Flohmarkt befinden sich in einem permanenten Dialog mit den Dingen. Diese Verwischung von der Mensch-Objekt Beziehung wird offensichtlich im Konzept von Fetischismus, welches von Marx eröffnet wird. In weiterer Folge haben wir die Philosophie des Geldes von Simmel angesprochen, die keine simple Abhandlung von Geld als ökonomische Form darstellt, sondern eine Untersuchung von der zunehmenden abstrakten Natur von menschlichen Beziehungen, in denen Geld ein Symbol und ein Instrument zur Verfügung stellt. Sowohl Simmel als auch in weiterer Folge Mauss haben gesehen, dass die Bänder zwischen Dingen und Personen nicht so starr getrennt sind. Mauss hat die wichtigen Eigenschaften der Gabe, die der reziproken Beziehung, der sozialen Bindung und der eingeschränkten Zirkulation der Güter beschrieben. Am Flohmarkt gehen die Dinge von Hand zu Hand und zum größten Teil gebraucht. In diesem interdependenten Tauschakt werden GeberIn und RezipientIn durch die Objekte und Dienstleistungen miteinander verbunden.

Diese Arbeit hat sich zur Aufgabe gestellt den Flohmarkt systematisch als eine eigene moralische Ökonomie zu definieren und sich von der Opposition Gabe versus Ware zu trennen, indem sie eher auf die Ähnlichkeiten als auf die Unterschiede achtet. *„In trying to make sense of what is distinctive about commodity exchange it does not make sense to distinguish it sharply either from barter on the one hand, or*

from the exchange of gifts on the other.“²⁴⁶ Appadurai geht davon aus, dass in jedem Objekt das Potential einer Ware steckt und dass nicht bewusst nach einer Unterscheidung von Waren und anderen Dingen gesucht werden muss. Es ist weniger eine Angelegenheit von Angebot und Nachfrage, sondern eher eine Frage gesellschaftlicher Konventionen dahingehend, ob ein bestimmter Gegenstand käuflich ist und wann er erworben werden darf.²⁴⁷ Im Gegensatz zu Simmel'schen und marxistischen Theorie entsteht der Wert bei Appadurai unmittelbar durch den Akt des Tausches.²⁴⁸ Gregory widerspricht dem vorhergehenden Argument und stellt den Ansatz von Appadurai folgendem Verhältnis gleich: *Commodity = Gift = Good*. Für Gregory ist dies ein Versuch Warenfetischismus zu betonen und zu einem methodologischen Prinzip zu erheben.²⁴⁹

Im Allgemeinen befinden sich kultur- und sozialanthropologische Theorien bezüglich *commodities* noch in einem jungen Stadium. AutorInnen betonen immer wieder die mühsame zahlreiche Ansammlung an Ausdrucksmöglichkeiten für *inalienable* und *alienable* Objekte wie beispielsweise biographisch und protokollarisch. Miller zufolge ist *alienation* ein Charakteristikum unserer Gesellschaft, dennoch ist die Beigabe einer subjektiven Bedeutung wie beispielsweise im Bereich der Heimdekoration²⁵⁰ und Mode ebenso wichtig: „*key stages in the process by which objects move from the impersonal domain of commodity relations that dominate production to the domain of the gift relations that dominate household transaction and consumption.*“²⁵¹ Ein Besitz kann gesehen werden als „*an identity that is bought and sold*“²⁵². Konsum spielt in diesem Prozess eine sehr wesentliche Rolle, da dieser die Objekte, seien es Geschenke, Waren, Gebrauchsgüter oder andere im Laufe ihrer Biographien in Waren umwandelt. Die erworbenen Objekte werden anschließend durch ihre neuen BesitzerInnen

²⁴⁶ Appadurai, A. (1986): S. 13

²⁴⁷ vgl. Appadurai, A. (1986): S. 12f.

²⁴⁸ Appadurai, A. (1986): S. 4

²⁴⁹ vgl. Gregory, C.A. (1982): S. 12f.

²⁵⁰ siehe auch Baudrillard, J. (1991)

²⁵¹ Carrier, James (1990) „The Symbolism of Possession in Commodity Advertising.“ *Man* 25: S. 694
In: Hoskins, J. (1998): S. 194

²⁵² Carrier, James (1990) „The Symbolism of Possession in Commodity Advertising.“ *Man* 25: S. 694
In: Hoskins, J. (1998): S. 194

personalisiert.²⁵³ Campbell zufolge befindet sich der Mensch in einem konsumorientierten Teufelskreis von nie endender Befriedigung und Anschaffung neuer Identitäten. *Inalienability* ist Weiner zufolge ein Charakteristikum eines jeden Objekts, welches mit einer biographischen Komponente versehen wird.²⁵⁴ Für die Autorin kennzeichnet „*its exclusive and cumulative identity with a particular series of owners through time*“²⁵⁵ einen Besitz als *inalienable*. Die Bedeutungen der Objekte können sich durchaus mit der Zeit verändern: „*An inalienable possession's uniqueness is inseparable from its place within traditions passed down from generation to generation. But these traditions are not unchangeable, immovable beliefs.*“²⁵⁶ Kopytoff organisiert seine Diskussion im Sinne von zwei Prozessen, nämlich der „Warisierung“ und „Singularisierung“, die allerdings nur Neigungen darstellen. Totale Singularisierung würde eine Welt des Tausches negieren und umgekehrt würde totale Warisierung bedeuten, dass jedes Ding austauschbar wäre.²⁵⁷ Dieser Ansatz hilft uns materielle Objekte einerseits als Waren und andererseits als Gaben zu betrachten in Abhängigkeit von ihren spezifischen Kontexten.

Diese theoretischen Ansätze sind in dieser Arbeit systematisch eingebaut worden, indem die Objekte gebeten worden sind einige Fragen aus ihrem Leben zu beantworten. Zuerst haben wir uns mit der Herkunft der Objekte befasst. Der Flohmarkt bietet eine ideale Recyclingquelle für die im Haushalt gelagerten Dinge an, die keinen Gebrauch mehr finden sei es wegen Umzug, Todesfall, zu erneuernder Heimeinrichtung, u.a. Es kann auch unter Umständen vorkommen, dass sich das Band zwischen Mensch und Ding aufgrund eines innerpsychischen Konflikts zu lösen beginnt. Objekte werden auch unwissentlich als Vorwand benutzt um am Flohmarktgeschehen teilnehmen zu können beziehungsweise wenn sie durch Diebstahl auf den Präsentationstischen landen. Allerdings ist noch immer der finanzielle Gewinn ein wesentliches Motiv für die Objekte am Flohmarkt präsent zu sein. Sobald die Gegenstände auf dem Verkaufstisch liegen und eine Person sich für

²⁵³ siehe dazu Csikszentmihalyi, M; Rochberg-Halton (1989)

²⁵⁴ siehe dazu Weiner, A. B. (1992)

²⁵⁵ Weiner, A. B. (1992): S.33

²⁵⁶ Weiner, A. B.(1992): S.41

²⁵⁷ vgl. Friedman, J. (1994): S.14

diese entscheidet, gehen sie erneut von einem *recommodified* Zustand in einen *singularized* Zustand ein. Dieser Prozess tritt bereits dann auf, wenn wir uns zu einem Hut, der plötzlich unersetzbar scheint, hingezogen fühlen. Bei jedem weiteren BesitzerInnenwechsel werden die Dinge erneut mit Bedeutungen versehen. Dadurch, dass die meisten Objekte am Flohmarkt gebraucht sind, sind sie bereits in ein soziales Beziehungsnetz eingebunden. Die Biographie eines Objektes kann mit einem lebensverändernden Moment assoziiert werden, wie das letzte Shirt, welches ein Mann vor seinem Tod getragen hat oder das Hochzeitsgeschirr zum Beispiel. Es scheint erhärtet, dass es nicht nur die physikalischen Eigenschaften sind, die ein Ding außergewöhnlich machen, sondern die Bedeutungen, die sie biographisch machen.²⁵⁸

*„Commodities like these may pass through a life cycle of sacralization to routinization or trivialization and then on to a process of cultural ageing which is often more rapid than the actual physical wear and tear. As they are redefined as anachronistic they are degraded or discarded, but some of them will undergo a recycling which they may gradually be transformed into kitsch, nostalgia and finally antiques.“*²⁵⁹ Die nächste Frage hat sich mit den Charakterzügen einzelner Objekte wie Kleidung, Elektrogeräte, Spielzeuge, u.a. beschäftigt. Objekte sind weitgehend ein getreulich abbildender Spiegel ihrer BesitzerInnen. Dinge beschwören Erinnerungen an Erbstücke, an die Kindheit oder auch an eine Phase von Verliebtheit herauf. Jedes Objekt erzählt seine eigene Geschichte und dabei spielt es keine Rolle, ob es sich um eine Puppe, eine CD oder einen Tischtennisball handelt. Je älter eine Sache ist, desto mehr Umzüge, Erbschaften und Entrümpelungen hat sie überstanden. Sie ist längere Zeit als wertvoll empfunden, behalten und nicht entsorgt worden. Der Flohmarkt kann mit einer Zeitreise verglichen werden, in der nach Vergangenem, Gegenwärtigem oder Zukünftigem gesucht wird und bildet zugleich ein Gegenstück zur Alltagswelt.

Im Anschluss an die einzelnen Charaktere ist die Tagesstruktur des Flohmarktes systematisch deskribiert worden, angefangen beim Aufbau der Stände über Warenpräsentation und Preisgestaltung bis hin zum Abbau. Die Warenpräsentation

²⁵⁸ siehe dazu Kopytoff, I. (1986)

²⁵⁹ Löfgren, O. (1994): S. 52

fügt sich insofern ein, da sie nicht auf den Verbrauch fixiert ist, sondern selbst zum Gegenstand des Verbrauchs wird. Während einige VerkäuferInnen ihre Waren schlicht durch Zurufe anbieten, verwenden andere Taktiken aus dem Marketing und der Sozialpsychologie über das Käuferverhalten. In direktem Zusammenhang mit der Präsentation steht die Preisgestaltung, die keiner festen Regelung unterliegt, sondern individuell, sozial und ökonomisch zugleich ausgerichtet ist. Beim Erforschen der einzelnen „Gehälter der Objekte“ hat sich herausgestellt, dass sich der Preis zumeist aus direkten Preisnachlässen durch Handeln ergibt. Viele StandlerInnen gleichen die Preise untereinander an, orientieren das Preisniveau an anderen Flohmärkten oder vergleichen auch mit Ebay, der Internetplattform. Obwohl Geld für die Bezahlung der Gegenstände genommen wird, ist es oft eine symbolische Bezahlung, da das Preis-Leistungsverhältnis für HobbyflohmärkterInnen oft nicht stimmt. Zum Verkauf zählen ebenso Vorbereitung, Aufbau, das Bezahlen der Standgebühr und Nachbereitung.

In einem letzten Abschnitt wird der Flohmarkt als eine eigene moralische Ökonomie definiert, da Strukturen vorhanden sind, die weder absolut dem System Markt, noch anderen Bereichen zuzuordnen sind. Der Leobersdorfer Flohmarkt positioniert sich einerseits mit seinen Neuwaren als gewerblich und andererseits mit seinen Gebrauchtwaren als Flohmarkt. Im Gegensatz zum Markt bietet der Flohmarkt eine Struktur von *outright giving*, Halbgeschenken, Waren und eine kulturelle Biographie von Objekten an. Im Laufe der Arbeit hat sich gezeigt, dass es mehrere Gründe gibt, warum Objekte auf einem Flohmarkt eher einer Gabe als einer Ware ähneln. Der Flohmarkt bildet bereits eine soziale Ebene durch seine gebrauchten Waren aus dem Haushalt, die eine Biographie in sich tragen. Der Flohmarkt kann somit zwischen Geschenk und Ware hin- und herschwanken, aber auch in beiden Sphären gleichzeitig teilnehmen, abhängig von den sozialen Beziehungen oder spezifischen Transaktionen, da der Flohmarkt ein nicht institutionalisierter *face – to – face* Markt ist. Der Flohmarkt erlaubt den TeilnehmerInnen ideologische und strukturelle Alternativen im Sinne von

Gerechtigkeit und Wertschätzung zum dominanten Marktdiskurs aufzugreifen.²⁶⁰ Der Gabencharakter sollte allerdings nicht übertrieben werden, da viele VerkäuferInnen und BesucherInnen den Flohmarkt als ökonomische Notwendigkeit erachten und Handel oft auf kommerzieller Basis stattfindet. Dieser Ansatz repräsentiert eine Kritik an der Opposition zwischen traditionellem und modernem Austausch und argumentiert für eine feinfühligere Ansicht, in welcher Eigenschaften von Ware und Gabe auf verschiedene Weisen in allen Transaktionssystemen kombiniert werden können.

²⁶⁰ vgl. Herrmann, G. M. (1997): S. 83

7. Quellenverzeichnis

7.1 Literatur

Appadurai, Arjun [Hrsg.] (1986)

The social life of things - Commodities in cultural perspective. (1. Ausg.) Cambridge [u.a.], Cambridge University Press. -XIV, 329S.

Attfield, Judy (2000)

Wild things - The material culture of everyday life. (1. Ausg.) Oxford [u.a.], Berg. XV, 318S.

Baudrillard, Jean (1991)

Das System der Dinge - Über unser Verhältnis zu den alltäglichen Gegenständen. [Le système des objets - Aus d. Franz. von Joseph Garzuly] Band 1039. Frankfurt/Main [u.a.], Campus Verlag. 261S.

Bauer, Werner T. (1996)

Die Wiener Märkte – 100 Märkte, von Naschmarkt bis Flohmarkt; mit einer umfassenden Geschichte des Marktwesens in Wien. Wien, Falter Verlag. 295S.

Belk, Russell W. (2002)

“Possession and the extended Self.” In: Daniel Miller (Hrsg.) *Consumption: Critical Concepts in the Social Sciences – Theory and Issues in the Study of Consumption.* (Vol. 1) London, Routledge. 180-238S.

Buer, Ferdinand (2004)

Praxis der psychodramatischen Supervision. Ein Handbuch. Opladen, Leske und Budrich. 356S.

Campbell, Colin (1987)

The Romantic ethic and the spirit of modern consumerism. (1. Ausg.)Oxford [u.a.], Blackwell. 301S.

Carrier, James G. (1995)

Gifts and Commodities. Exchange & Western Capitalism since 1700. London, Routledge.

- Clarke, Alison J. (2001) "The Aesthetics of Social Aspiration." In: Daniel Miller (Hrsg.) *Home possessions - material culture behind closed doors*. Oxford [u.a.], Berg. 23-45S.
- Corrigan, Peter (1994) "Interpreted, circulating, interpreting: the three dimensions of the clothing object." In: Riggins, Stephen H. (Hrsg.) *The Socialness of Things - Essays on the Socio-Semiotics of Objects*. Berlin [u.a.], Mouton De Gruyter. 435-50S.
- Csikszentmihalyi, Mihalyi und Rochberg-Halton, Eugène (1989) *Der Sinn der Dinge: das Selbst und die Symbole des Wohnbereichs*. München [u.a.], Psychologie Verlags Union. 302S.
- Eastop, Diana (2006) "Conservation as Material Culture." In: Christopher Tilley (Hrsg.) *Handbook of Material Culture*. (1.Ausg.) London [u.a.], Sage Publications. 524-27S.
- Eco, Umberto (1989) *Wie man eine wissenschaftliche Abschlussarbeit schreibt: Doktor-, Diplom- und Magisterarbeit in den Geistes- und Sozialwissenschaften*. (ins Deutsche übersetzt von Walter Schick) (2. Ausg.) Heidelberg, Müller. -XVII, 271S.
- Fetscher, Iring (1999) *Marx*. (Spektrum Meisterdenker) (Band 4728) Freiburg, Wien [u.a.] Herder. 159S.
- Friedl, Manuela (1996) *Interessensgemeinschaft Flohmarkt? - Funktion und Bedeutung von Flohmärkten in einer konsumorientierten Gesellschaft am Beispiel von Wien*. Wien, Univ. Dipl.-Arb., 1997. 123S.
- Friedman, Jonathan (1994) *Consumption and Identity*. Schweiz [u.a.], Harwood Academic Publishers. S. VII, 239S.
- Fromm, Erich (1976) *Haben oder Sein – Die seelischen Grundlagen einer neuen Gesellschaft. [To have or to be – ins Deutsche*

übersetzt von Brigitte Stein] Stuttgart, Dt. Verl.-Anst. 212S.

Garvey, Pauline (2001)

“Organized. Disorder. Moving Furniture in Norwegian Homes.” In: Daniel Miller (Hrsg.) *Home possessions - material culture behind closed doors*. Oxford [u.a.], Berg. 47-68S.

Girtler, Roland (2001)

Methoden der Feldforschung. (4. Aufl.) Wien [u.a.], Böhlau Verlag. 198S.

Glaser, Barney G.; Anselm, M. Strauss (2005)

Grounded Theory: Strategien qualitativer Forschung. (aus dem Amerikan. Übersetzt von Axel T. Paul) (2.Ausg.) Bern, Huber. 270S.

Gregory, Chris A. (1982)

Gifts and Commodities. London [u.a.], Academic Press. XIV, 242S.

Hahn, Hans Peter (2005)

Materielle Kultur - Eine Einführung. Berlin, Dietrich Reimer Verlag GmbH. 206S.

Hawken, Paul (1988)

Growing a Business. Simon & Schuster. 256S.

Hecht, Anat (2001)

“Home Sweet Home. Tangible Memories of an Uprooted Childhood.” In: Daniel Miller [Hrsg.] (2001) *Home possessions – material culture behind closed doors*. Oxford [u.a.], Berg. 123-145S.

Herrmann, Alexa und Franke, Cornelia (1990)

“Gibt’s den Multikulti-Flohmarkt wirklich?” In: *anthroblatt* Nr. 9, Frankfurt/Main: 45-53S.

Herrmann, Gretchen M. (1997)

“Gift or Commodity: What changes hands in U.S. Garage sale?” In: Daniel Miller (Hrsg.) *Consumption: Critical Concepts in the Social Sciences – The History and Regional Development of Consumption*. (Vol. 2) London [u.a.], Routledge. 72-101S.

- Hoskins, Janet (1998)
Biographical Objects - How Things Tell the Stories of People's Lives. New York [u.a.], Routledge. X, 213S.
- Kirshenbaum, Binnie (2003)
Flohmärkte - Kleine Philosophie der Passionen. (Aus dem Engl. von Lutz W. Wolff). München, Deutscher Taschenbuch Verlag. 107S.
- Kopytoff, Igor (1986)
 "The cultural biography of things: Commoditization as process" In: Arjun Appadurai (Hrsg.) *The social life of things - Commodities in cultural perspective*. (1. Ausg.) Cambridge, Cambridge University Press. 64-91S.
- List, Ronald (1987)
Der Wiener Flohmarkt. Wien, Univ. Diss. VIII, 179S.
- Löfgren, Orvar (1994)
 "Consuming Interests." In: Jonathan Friedman (Hrsg.) *Consumption and Identity*. Schweiz [u.a.], Harwood Academic Publishers. 47-70S.
- Lueger, Manfred (2000)
Grundlagen qualitativer Feldforschung: Methodologie, Organisierung, Materialanalyse. Wien, WUV. 267S.
- Mankiw, Gregory N. (2004)
Principles of Microeconomics. Thomson, South Western, Harvard University. 509S.
- Marcoux, Jean-Sébastien (2001)
 "The Refurbishment of Memory." In: Daniel Miller (Hrsg.) *Home possessions – material culture behind closed doors*. Oxford [u.a.], Berg. 69-86S.
- Mauss, Marcel (1990)
Die Gabe: Form und Funktion des Austauschs in archaischen Gesellschaften. (1.Aufl.) Frankfurt/Main, Suhrkamp. -208S.
- Mayring, Philipp (2002)
Einführung in die qualitative Sozialforschung: eine Anleitung zu qualitativem Denken. (5. Aufl.) Weinheim [u.a.], Beltz. 170S.

- Miller, Daniel (1998)
A Theory of Shopping. (1. Ausg.) Cambridge, Polity Press. -IX, 180S.
- Miller, Daniel [Hrsg.] (2001)
Home possessions – material culture behind closed doors. Oxford [u.a], Berg. XI, 234S.
- Miller, Daniel [Hrsg.] (2002)
Consumption: Critical Concepts in the Social Sciences – Theory and Issues in the Study of Consumption. (Vol. 1) London [u.a.], Routledge. -XXIX, 452S.
- Miller Daniel [Hrsg.] (2002)
Consumption: Critical Concepts in the Social Sciences – The History and Regional Development of Consumption. (Vol. 2) London [u.a.], Routledge. -VII, 484S.
- Münz, Sebastian (2005)
Flohmarkt: Märkte, Menschen, Waren. (2.Aufl.) Neu Ulm, AG Spak Bücher. -144S.
- Rammstedt, Otthein [Hrsg.] unter Mitwirkung von Christian Papilloud, Natàlia Cantó i Milà und Cécile Rol. (2003)
Georg Simmels Philosophie des Geldes- Aufsätze und Materialien. (Orig. Ausg., 1. Aufl.) Frankfurt/Main, Suhrkamp. -345S.
- Riggins, Stephen H. [Hrsg.] (1994)
The Socialness of Things - Essays on the Socio-Semiotics of Objects. Berlin [u.a.], Mouton De Gruyter. VIII, 482S.
- Simmel, Georg (1978)
 Frisby David (2004) [Hrsg.]
The Philosophy of Money (3. Aufl.) (übersetzt von Bottomore Tom u. Frisby David) London [u.a.], Routledge. 537S.
- Stadler, Ulrike (1991)
Flohmärkte in Großstädten – (1970-1990). Hamburg, Univ. Wiss. Hausarbeit, Dipl.Arb. 165S.
- Strathern, Marylin (1988)

The gender of the gift - Problems with women and problems with society in Melanesia. (1. Aufl.) Berkeley [u.a.] University of California Press. XV, 422S.

Strauss, Anselm L; Corbin Juliet (1996)

Grounded Theory. Grundlagen qualitativer Sozialforschung. (Aus dem Am.von Solveigh Niewiarra und Heiner Legewie). Weinheim, Belz Psychologie Verlags Union. -XV, 227S.

Thomas, Nicholas (1991)

Entangled Objects - Exchange, material culture, and colonialism in the Pacific. Cambridge [u.a.], Harvard University Press. XIII, 259S.

Tilley, Christopher (Hrsg.)

Handbook of Material Culture. (1.Ausg.) London [u.a.], Sage Publications. XVII, 556S.

Trifter, Martin (1988)

Der Wiener Flohmarkt - Idee und Realität. Wien, Univ. Geisteswissenschaftliche Dipl.Arb.. 130S.

Vogelsang, Heiner (1985)

Trödel sammeln und restaurieren – 1000 Tipps für den Umgang mit alten Stücken. Düsseldorf. Econ Taschenbuch Verlag. 174S.

Weiner, Anette B. (1992)

Inalienable possessions - The paradox of keeping while giving. Berkeley [u.a.], University of California Press. XIII, 232S.

Winter, Günter (1996)

Trödelmärkte. Eine empirische Untersuchung zur sozialen und ökonomischen Struktur einer Institution privater Öffentlichkeit. (1. Aufl.) Göttingen, Cuvillier. 268S.

7.2 Filme

Lasseter, J. (1995)

Toy Story 2. Disney Pixar

Anhang

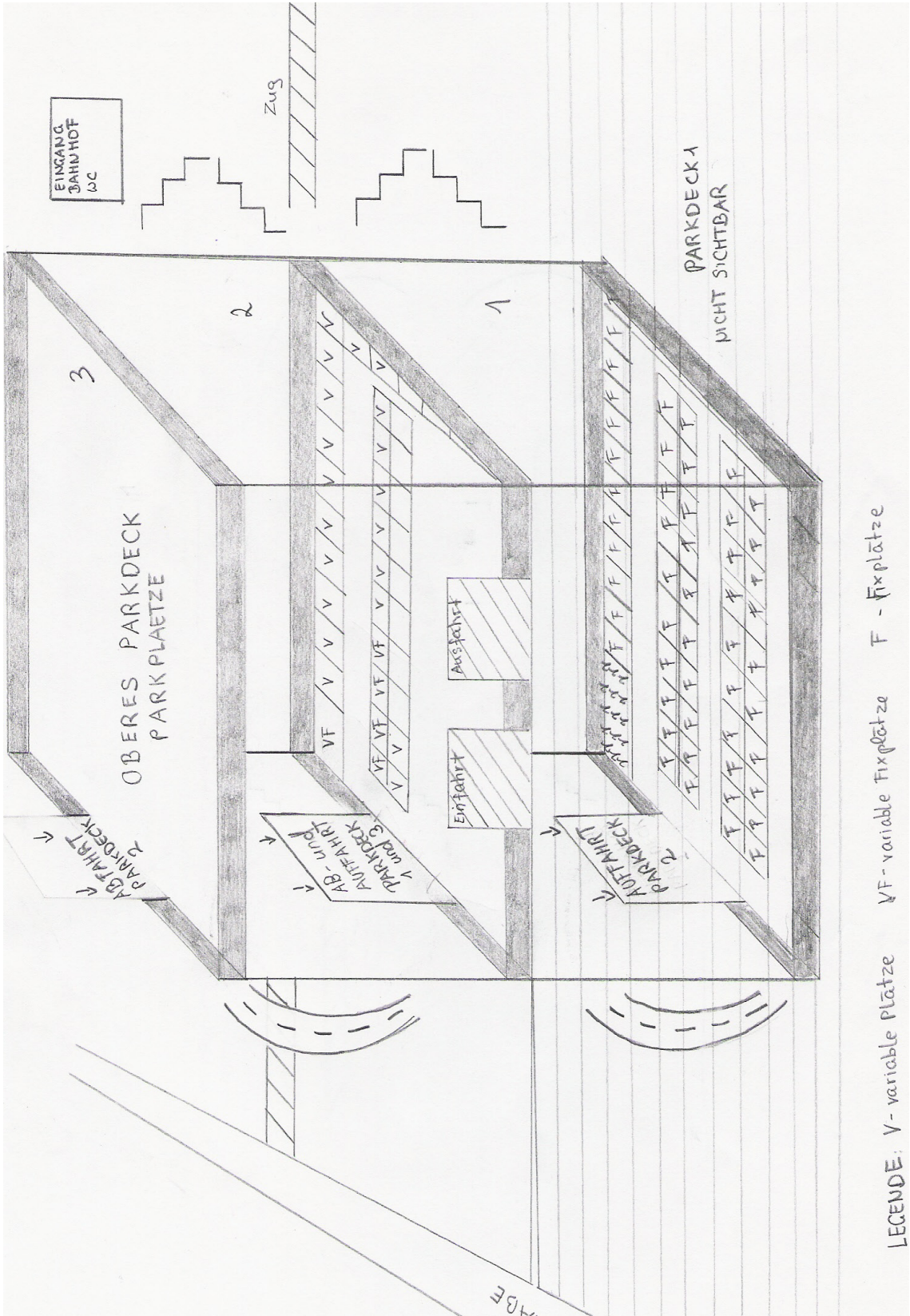
Skizze Parkdeck

Abstract

Zusammenfassung

Lebenslauf

Skizze Parkdeck



Abstract

This essay represents a discussion of the economic, social and cultural aspects of a small fleamarket in a town called Leobersdorf. Research for this study has used interviews and participant-observation as the primary means of data collection. During nearly one year fieldwork I have interviewed approximately 200 sellers and shoppers in various degrees of depth. Hence this essay provides a detailed analysis of the circulation and exchange of inalienable and alienable things. Focusing on the things that are exchanged this essay will justify that things like persons have social lives by drawing on certain examples.

In the beginning there is presented the history of the fleamarket in Leobersdorf and the opposal discussion of anthropologists between gifts which are inalienable, reciprocal and social and commodities which are alienable, profit-oriented and self-centered. In trying to display the curriculum vitae of some objects sold on the fleamarket by asking them questions similar to those one asks people, the first question in doing the biography of things should be to ask for their origin, namely the first step from a household to the fleamarket. Through a further detailed description of some objects the essay creates a series of brilliant insights into their characteristics and their valuation. Especially we will pay attention to the lack of standardization for the quality and the volatility of prices of goods. From an economic point of view commodities simply are products governed by the laws of supply and demand. From a cultural perspective commodities move around in a cultural and cognitive process. By drawing on certain ethnographic examples I show the shifting flow of objects between commodities and singularized things. In following the objects' day on the fleamarket the final statement in the course of this analytic movement should be to end the opening discussion of gift-commodity dualism. Instead this essay accentuates a moral economy that stands behind the objective economy of visible transactions.

Zusammenfassung

Diese Arbeit hat sich zum Ziel gesetzt den Leobersdorfer Flohmarkt mit seinen Personen, Dingen und deren Verhältnis zueinander in ihrer Gesamtheit zu betrachten. Mithilfe von teilnehmender Beobachtung und Interviews in einem Zeitraum von einem Jahr ist der Flohmarkt ein vortreffliches Modell, um der Interaktion mit Objekten im alltäglichen Leben Beachtung zu schenken. Zu Beginn wird, neben einem historischen Abriss der bereits existierenden Literatur zu Flohmärkten und der Geschichte des Leobersdorfer Flohmarktes selbst, eine Diskussion zwischen der konträren Annahme diverser Kultur- und SozialanthropologInnen eröffnet, die eine Dichotomie von Gabe und Ware betont. Diese Arbeit stellt sich zur Aufgabe den Flohmarkt als eine eigene moralische Ökonomie zu definieren und sich von der Opposition Gabe versus Ware zu trennen, abhängig von den sozialen Beziehungen oder spezifischen Transaktionen, da der Flohmarkt ein nicht institutionalisierter *face – to – face* Markt ist. Im Gegensatz zum Markt bietet der Flohmarkt eine Struktur von *outright giving*, Halbgeschenken, Waren und eine kulturelle Biographie von Objekten an. Die Gegenstände werden im Laufe der Arbeit personalisiert und systematisch nach ihrer Biographie befragt. Wir begleiten sie auf ihrer Reise an einem Tag am Flohmarkt von ihrem ursprünglichen Heim auf den Flohmarkt, erforschen einzelne detaillierte Charakterzüge und zeigen Interesse für ihre Präsentation und Preisgestaltung. Im Laufe der Arbeit stellt sich heraus, dass es mehrere Gründe gibt, warum Objekte auf einem Flohmarkt eher einer Gabe als einer Ware ähneln. Der Gabencharakter sollte allerdings nicht übertrieben werden, da viele VerkäuferInnen und BesucherInnen den Flohmarkt als ökonomische Notwendigkeit erachten. Diese Arbeit repräsentiert eine Kritik an der Opposition zwischen traditionellem und modernem Austausch und argumentiert für eine feinfühligere Ansicht, in welcher Eigenschaften von Ware und Gabe auf verschiedene Weisen in allen Transaktionssystemen kombiniert werden können.

Lebenslauf

Persönliche Daten

Name: Haslbauer Julia
Anschrift: Hausbergweg 58, 2563 Pottenstein
Geburtsdatum und -ort: 07.03.1984, Wien
Familienstand: ledig



Schulische Ausbildung

seit dem SS 2005 Studium der Betriebswirtschaft, Hauptuniversität Wien
seit dem WS 2003/04 Studium der Kultur- und Sozialanthropologie, Hauptuniversität Wien mit Vertiefung in Betriebsethnologie
seit dem WS 2003/04 Studium der Romanistik, Hauptuniversität Wien mit Vertiefung in Spanisch und Französisch
1994-2002 Bundesgymnasium Berndorf, NÖ
1990-1994 Volksschule Berndorf, NÖ

Praktika

2006-2009/2000-2002 Kindergruppenleiterin bei UN Pottenstein und ASKÖ St. Veit
2007-2008 Lernbegleitung und Nachhilfe bei Hilfswerk Pottenstein
1999-2008 Restaurantfachfrau im Gasthaus Neuwirth, Berndorf
2007 Ferialpraktikum in der Bawag P.S.K., Wien
2006/2005/2001 Ferialpraktika in der Modine Austria GmbH, Berndorf
2003-2004 Animateurin im Disneyland Resort Paris, Frankreich

Beruflicher Werdegang

seit Mai 2008 Sozialhilfezentrum Mödling: Unterstützung in allen Bereichen des Lebens für von Gewalt betroffene Frauen und deren Kinder

Sprachen

Englisch, Französisch, Spanisch

Auslandserfahrungen oder -reisen

bis zu einem Jahr: Zimbabwe, Frankreich
bis zu einem Monat: Australien, Guatemala, Ukraine, Spanien, Philippinen
bis zu einer Woche: Europa, Japan