

Produzieren / Konsumieren-Konduzieren / Prosumieren

Veranstalter: Institut für Europäische Ethnologie; Franz X. Eder / Mario Keller / Oliver Kühschelm / Brigitta Schmidt-Lauber, Forschungsschwerpunkt „Wirtschaft und Gesellschaft aus kulturwissenschaftlicher Perspektive“ (FSP WiGe), Universität Wien

Datum, Ort: 25.11.2016, Wien

Bericht von: Aris Kafantogias, Wien

Mit dem Verhältnis von Produktion und Konsumtion bzw. von Produzent/innen und Konsument/innen haben sich verschiedene wissenschaftliche Disziplinen und Sub-Disziplinen intensiv beschäftigt. Lange Zeit wurde der Fokus in der wirtschafts- und sozialhistorischen Forschung dabei vor allem auf die Sphäre der Produktion gerichtet. Dies änderte sich mit der Ausprägung und Intensivierung von Forschungen zur Geschichte des Konsums und Konsumierens, wie sie im deutschsprachigen Raum seit den 1990er-Jahren zu beobachten ist. Trotz dieser Entwicklung ist häufig die implizite oder explizite Aufrechterhaltung der Dichotomie zwischen Produktions- und Konsumtionssphäre zu beobachten.

Um diese zu relativieren und aufzubrechen, sowie um Prozesse, Phänomene und theoretische Ansätze aufzuzeigen, anhand derer dieses Verhältnis neu gedacht und konzipiert werden kann, fand am 25. November 2016 ein interdisziplinärer Workshop im Rahmen des Forschungsschwerpunktes „Wirtschaft und Gesellschaft aus kulturwissenschaftlicher Perspektive“ der Universität Wien statt.

Im ersten Beitrag präsentierte SILVIA RIEF (Soziologie, Universität Innsbruck) den theoretischen Raster der „modes of provision“ als möglichen Ausgangspunkt, um besagte Dichotomie zu überwinden. In dem erstmals vom britischen Soziologen Alan Warde formulierten Konzept wird das Verhältnis von Produktion und Konsumtion als eine Abfolge von Herstellungs-, Tausch- und Gebrauchsprozessen betrachtet. Warde unterscheidet dabei vier Elemente: erstens den Prozess der Produktion oder Beschaffung, zweitens die Regelung des Zugangs zu Gütern, drittens die Art der Aushändigung oder Über-

gabe von Gütern, sowie viertens die sozialen Rollen und Beziehungen, in welche diese Herstellungs-, Tausch- und Gebrauchsprozesse eingebettet sind. Rief präsentierte fünf idealtypische Versorgungsweisen: Markt, Staat, Haushalt, kommunale Versorgung und Kooperativen. Diese sind stets als miteinander sowie mit anderen Versorgungssystemen verflochten zu verstehen. Rief verdeutlichte in ihrem Vortrag, dass die „modes-of-provision“-Perspektive – obwohl sie in theoretischer und methodologischer Hinsicht noch entwicklungsbedürftig sei – einen vielversprechenden Denkraster für komparative Forschungen anbietet.

OLIVER KÜHSCHELM (Wirtschafts- und Sozialgeschichte, Universität Wien) wies in seinem Kommentar darauf hin, dass das Modell zu fest umrissene Raster und zu simple Linearitäten suggerieren könnte. Außerdem verschwinde seines Erachtens die Entgegensetzung zwischen Produktion und Konsum nicht, sondern sie sei implizit in der Dichotomie zwischen Gesellschaft und Gemeinschaft verpackt. Kühschelm sah dennoch viel Potential des „modes of provision“-Ansatzes, auch für dessen Anwendung in der Analyse historischer Prozesse.

Im zweiten Vortrag plädierte MARIA DABRINGER (Kultur- und Sozialanthropologie, Universität Wien) dafür, die Konsumstrukturen als Teil des Kreislaufs ökonomischen Handelns zu sehen und Konsum damit als eine in der ökonomischen Aktivität eingebettete Funktion zu behandeln. Andererseits betonte sie die soziale und kulturelle Rolle des Konsums für die Abgrenzung des sozialen Status und der Formierung individueller und kollektiver Identitäten. Diese Funktionen erörterte sie anhand des Beispiels Quito, der Hauptstadt von Ecuador, und der dort herrschenden Ernährungsregime und -gewohnheiten. Das Ernährungsregime in Quito beschrieb sie als von neoliberalen sowie postkolonialen Strukturen durchdrungen. Ein von Dabringer untersuchtes Feld, auf das im Vortrag besonders eingegangen wurde, sind von indigenen Frauenorganisationen betriebene Cateringunternehmen. Obwohl diese von der neoliberalen Produktions- und Zirkulationsweise abhängig seien, hätten sie dennoch die Möglichkeit, in einer zweiten Produktionspha-

se (Kochen) traditionelle Zutaten und Zubereitungsweisen zu kultivieren und auf diese Weise die Konsumpraktiken verschiedener sozialer Schichten, unter anderem auch der lateinamerikanischen Eliten, zu beeinflussen. Ein anderes Beispiel für die kommerzielle Nutzung indigener Identitätszuschreibungen sei die Wiederentdeckung des Quinoa. Die Pflanze galt bis in die 1980er-Jahre als typische Nahrung der armen Bevölkerung. Erst in den letzten Jahrzehnten wurde sie wiederum in Ecuador wie auch global als traditionelles und „authentisches“ Produkt vermarktet. Dabringer merkte außerdem an, dass durch den Fokus auf die Dichotomie Produktion/Konsumtion die Frage der Distribution oft zu wenig Beachtung fände.

BRIGITTA SCHMIDT-LAUBER (Europäische Ethnologie, Universität Wien) kommentierte den Beitrag aus der Perspektive der empirischen Kulturwissenschaft/Europäischen Ethnologie. Sie kritisierte den ihres Erachtens zu subjektivistischen Zugang Dabringers in Bezug auf die Kategorie Identität, der nicht praxeologisch, sondern anhand von Selbstzuschreibungen und Eigenschaften bestimmt wäre. Maria Dabringer antwortete darauf, dass sie die Identitätsbestimmung nicht auf die individuelle Perspektive reduzieren wollte. Dennoch spiele in Fragen der Verantwortung die individuelle Aushandlung der eigenen Identitätskonstruktion eine wichtige Rolle.

In der dritten Präsentation beschäftigte sich KLARA LÖFFLER (Europäische Ethnologie, Universität Wien) mit der Strick-Website „Ravelry“. Es handelt sich dabei um eine Homepage, die als Gemeinschaftsportal, Marktplatz sowie als Relais funktioniert. Das Portal ist user-generiert und ermöglicht sehr unterschiedliche Formen der Nutzung: Es finden sich (halb-)professionelle Produzent/innen ebenso wie Nutzer/innen, die nur gelegentlich etwas zum Verkauf anbieten, oder die ausschließlich an den Diskussionen auf der Plattform teilnehmen. Die Texte und Bilder auf der Website behandelte Löffler als Medienhandeln bzw. Selbstrepräsentation und analysierte sie demzufolge aus Sicht der ethnographischen Medien- und Erzählforschung. Löffler untersuchte die Ungleichzeitigkeiten, Ambivalenzen und Dilem-

mata, und beobachtete dabei drei Ebenen der (Selbst-)Darstellung der User/innen im Verhältnis zum Produzieren und Konsumieren: Erstens das Ethos des Fertigen, des Fertigen und des gemeinschaftlich Gefertigten, zweitens die Ironisierung des Konsumierens, des Hortens und des Unfertigen, sowie drittens den Kompromiss des Halbfertigen. Das Ethos des Fertigen und die Ästhetik des Selbstgemachten scheine eine zentrale Rolle auf „Ravelry“ zu spielen. Dabei gehe es hauptsächlich um das gemeinschaftlich Gefertigte und um Narrative der wechselseitigen Hilfe, in denen Löffler Momente posttraditionaler Vergemeinschaftung ausmachte. Die Ironisierung des Konsumierens und Hortens komme bei der kritischen, ironischen, bewussten Selbstdarstellung der Nutzer/innen als Konsument/innen und Sammler/innen sowie in Mitteilung von Geschichten des Scheiterns zum Vorschein. Es handle sich also um eine Form der Unterhaltung, die ebenfalls eine Funktion der Vergemeinschaftung erfülle.

In seinem Kommentar stellte ULRICH SCHWARZ (Geschichte, Universität Wien) Fragen zur sozialen Stellung der Nutzer/innen. Des Weiteren stellte er in den Raum, ob diese Art des Selbermachens und gemeinschaftlich Fertigen mit dem ländlichen Amateurvereinswesen der 1920er-Jahre vergleichbar wäre. Ihn interessierte außerdem, was es mit dem Vortragstitel „Alles ist möglich“ auf sich hatte. Löffler betonte in ihrer Antwort, dass die soziale Zusammensetzung der Nutzer/innen sehr breit sei, der Frauenanteil jedoch deutlich überwiegen würde. Der Titel des Vortrags beziehe sich auf die Theorie der „Phantasien des Möglichen“ und auf Löfflers Arbeitshypothese, die davon ausgehe, dass User/innen mehr Zeit auf Plattformen wie „Ravelry“ verbringen würden als sie dann der eigentlichen Aktivität – im untersuchten Fall dem Stricken – widmeten.

In ihrem Vortrag „Selbstgemacht mit Hilfe“ setzte sich REINHILD KREIS (Geschichte, Universität Mannheim) mit der Kommerzialisierung des Selbermachens am Beispiel von Kuchen backen, Einwecken und Heimwerken – drei klassischen Tätigkeiten des Selbermachens seit dem ausgehenden 19. Jahrhundert – auseinander. Diese nahmen im Zuge der Industrialisierung neue Dimensionen an,

indem ein großer Markt für jene (Konsum-)produkte entstand, die wiederum zur Produktion anderer Güter im Haushalt verwendet wurden. Dies etablierte und veränderte die Vorstellungen vom Selbermachen. Diese Entwicklung stand zu traditionellen Herstellungsmethoden, zu professionellen Handwerkern und zu Fertigprodukten in Konkurrenz. Es könne somit in dieser Zeit die Entstehung eigener Branchen und Industriezweige beobachtet werden, die großes Interesse an der Verbreitung und Habitualisierung von Tätigkeiten des Selbermachens hatten. Diese Kommerzialisierung brachte daher eine Reihe spezifischer Strategien hervor: Genaue Anleitungen, Anweisungen und Rezepte sollten den Erfolg des Selbermachens sichern und die Angst vor dem Scheitern beseitigen. Eine zentrale These von Kreis war es, dass im Rahmen der Kommerzialisierung und Verbreitung von Praktiken des Selbermachens diese Tätigkeiten unter anderem als Mittel zur Sozialdisziplinierung und Kontrolle bestimmter sozialer Gruppen eingesetzt wurden. Das Selbermachen könne insofern als quer zu den herkömmlichen Dichotomien von Produktion und Konsumtion sowie Arbeit und Freizeit liegend verstanden werden, als es die produktive Seite des Haushaltes aufzeige, zugleich jedoch in modernen Industriegesellschaften als Teil der Konsumgewohnheiten erachtet werde.

SUSANNE BREUSS (Historikerin, Wien Museum) kritisierte in ihrem Kommentar, dass das in der Präsentation vermittelte Bild der Selbermacher/innen zu einseitig sei. Konsument/innen würden nur als von den Interessen der Produzent/innen bestimmt dargestellt. Sie bezog sich dabei auf die als Quellen angeführten Anleitungen (Kochrezepte, Bauanleitungen etc.) und auf die Frage der Selbstdisziplinierung.

MICHAELA PFADENHAUER und TILO GRENZ (Soziologie, Universität Wien) hinterfragten in ihrem Beitrag „Kleine Formen der Beteiligung“ das verbreitete Bild von der harmonischen Zusammenarbeit zwischen Anbietern und Kunden (Partizipationskultur) in mediatisierten Geschäftsmodellen. In ihren Studien untersuchten sie unterschiedliche Online-Geschäftsmodelle, um festzustellen, ob im Rahmen der Mediatisierung ein

Kulturwandel, der die Dichotomie zwischen Produktion und Konsumtion aufhebe, feststellbar sei. Ihrer Meinung nach müsste sich ein solcher Wandel auch institutionell ausdrücken. Das Ergebnis ihrer Forschung weise darauf hin, dass die Partizipationskulturthese relativiert werden müsse. Pfadenhauer und Grenz bezogen sich in ihrem Vortrag auf zwei unterschiedliche von ihnen beforschte Fälle. Erstens auf das Geschäftsmodell einer graduell professionalisierten und über Werbung finanzierten Online-Plattform, auf der Artikel zu TV-Serien veröffentlicht werden. Die Aktivitäten der Besucher/innen hätten also einen ökonomischen Nutzen für die Betreiber, dennoch ergebe sich dieser Nutzen, ohne von Seiten der User/innen beabsichtigt zu sein. Von einer Zusammenarbeit könne demnach nicht die Rede sein. Bei dem zweiten untersuchten Fall handelte es sich um die Online-Plattform einer etablierten Fitnessstudiokette, welche den Nutzer/innen die Möglichkeit anbot, ihre selbst erstellten Fitness- und Ernährungsprogramme mit anderen zu teilen. Obwohl das Angebot von den Kunden intensiv genutzt wurde, wurde die Strategie aufgrund von Unsicherheiten bezüglich der Nutzungsmotive sowie rechtlicher Befürchtungen aufgegeben und durch Informationen von Expert/innen ersetzt. Aufgrund dieser und anderer Beispiele kamen Grenz und Pfadenhauer zu dem Schluss, dass sich das Verhältnis zwischen Anbietern und Konsument/innen in diesen Fällen nicht als harmonisch und reziprok bestimmen ließ.

FRANZ X. EDER (Wirtschafts- und Sozialgeschichte, Universität Wien) stellte in seinem Kommentar die Sichtweise der Präsentation, welche sich ausschließlich auf die Perspektive der Produzent/innen bezog, als verkürzt dar und bestand auf die Notwendigkeit, die Sicht des „Prosumers“ miteinzubeziehen. Er stellte in den Raum, ob man sich nicht die Frage nach der „Währung“ innerhalb solcher Formen des Austausches stellen sollte. Pfadenhauer und Grenz antworteten, dass es wichtig sei, den Partizipationsbegriff genau zu definieren und nicht durch einen allgemeinen Tauschbegriff zu ersetzen. Es bestehe die Gefahr, jede Handlung und Intervention als Partizipation misszuverstehen.

In der letzten Präsentation befasste sich

ALENA BRUNNER (Kultur- und Sozialanthropologie, Universität Wien) mit der Analyse von Fankultur bzw. -praktiken anhand der Harry-Potter-Fans. Sie bezog sich dabei insbesondere auf Autor/innen der als Subdisziplin der Cultural und der Media Studies zu sehenden Fan-Studies. Brunner beschrieb Harry-Potter-Fans und Fans im Allgemeinen nicht als bloße Konsument/innen, sondern als aktive Mediengestalter/innen (*Media As Practice*), die im Rahmen von Fangemeinschaften (*fandoms*) agierten. Diese Fangemeinschaften seien als globale und transmediale Netzwerke zu erachten, die stets mit anderen Gemeinschaften, aber auch durch verschiedenste Medien und in diversen kulturellen Räumen verknüpft seien. Aus diesem Grund sollten sie nie isoliert, sondern immer als Teil unterschiedlicher *scapes* betrachtet werden. Brunner untersuchte Fanpraktiken der Aneignung (Rezipieren und Konsumieren des Materials, Erwerben von textuellem Wissen), aber auch der Umdeutung und Erweiterung. Damit sollte deutlich werden, dass Fanpraktiken nicht als isolierte und individuelle Erfahrungen zu behandeln, sondern nur im Kontext globaler Gemeinschaften und Mediennetzwerken zu verstehen seien, in welchen eine scharfe Unterscheidung zwischen den Sphären der Produktion, Distribution und Konsumption nicht sinnvoll erschienen. Zur Frage der Fanidentität legte Brunner dar, wie Fans von Seiten der Medienkonzerne einerseits als zentrale Zielgruppe erachtet würden, andererseits jedoch häufig auch Prozessen des *Othering* unterworfen seien. So versuchten besagte (stets um ihre Urheberrechte besorgte) Konzerne, den Fanaktivität Grenzen zu setzen und unterschieden aus diesem Grund nicht selten zwischen „guten“ und „bösen“ Fans. Mechanismen wie diese trügen wesentlich zur Herausbildung von Gruppenidentitäten bei.

In seinem Kommentar betonte MARIO KELLER (Wirtschafts- und Sozialgeschichte, Universität Wien) die Rolle der *intertextual performance*, also der Reproduktion von Texten in sozialen Kontexten sowie der Heterogenität und Vielseitigkeit der Fankultur. In ihr manifestieren sich der Eigensinn und die Kreativität der Konsument/innen sowie Eigendynamiken und Gruppenbildungsprozesse. Die Vorstellung eines passiven Publikums

erweise sich im Fall von Fans daher als überholt.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass der Workshop die Heterogenität der Perspektiven aufzeigte, aus denen das Spannungsverhältnis zwischen Produktion und Konsumption gegenwärtig theoretisiert und in seiner konkreten Manifestation erforscht wird. Dabei konnte die untrennbare Verschränkung von Strukturen der Produktion, Konsumption und Distribution, sowie die Vielfalt der oft nicht eindeutig definierbaren Zwischenstufen und Übergänge zwischen diesen Sphären aufgezeigt werden. Gleichzeitig wurde deutlich, wie schwierig es – oft aufgrund der Quellenlage – ist, dass in Forschungskonzepten sowohl die Seite der Konsument/innen als auch der Produzent/innen gleichmäßig Berücksichtigung findet (vgl. Kommentar zu Kreis und Pfadenhauer/Grenz). Insbesondere in jenen Beiträgen, die sich mit medialem Handeln befassten (Brunner, Pfadenhauer/Grenz, Löffler), wurde deutlich, wie Konsument/innen mediale Netzwerke auf eigensinnige Art und Weise nutzen und verändern. Obwohl solche Formen der Beteiligung von Produzentenseite tendenziell zwar angestrebt werden, werden sie dennoch – weil nur schwer steuer- bzw. kontrollierbar – oft mit großer Skepsis beobachtet.

Konferenzübersicht:

SILVIA RIEF (Soziologie, Universität Innsbruck): „‘Modes of provision’ als eine alternative Begriffsbildung jenseits der Dichotomie von Produktion und Konsum?“

Kommentar: Oliver Kühschelm

MARIA DABRINGER (Kultur- und Sozialanthropologie, Universität Wien): „Über das Produzieren und Konsumieren von Identitäten. Kultur- und sozialanthropologische Perspektiven auf lateinamerikanische Konsumstrukturen“

Kommentar: Brigitta Schmidt-Lauber

KLARA LÖFFLER (Europäische Ethnologie, Universität Wien): „Alles ist möglich. Produktion und Konsum im Selbermachen“

Kommentar: Ulrich Schwarz

REINHILD KREIS (Geschichte, Universität Mannheim): „Selbstgemacht mit Hilfe. Halb-

fertigprodukte, Materialien, Werkzeuge und
Haushaltsproduktion in der Werbung“

Kommentar: Susanne Breuss

MICHAELA PFADENHAUER / TILO
GRENZ (Soziologie, Universität Wien): Klei-
ne Formen der Beteiligung. Zur Rollenvertei-
lung von Produzenten und Konsumenten in
mediatisierten Geschäftsmodellen

Kommentar: Franz X. Eder

ALENA BRUNNER (Kultur- und Sozialan-
thropologie, Universität Wien): „Populärkul-
tur – Konsumieren, Distribuieren und Produ-
zieren als Medienpraktiken“

Kommentar: Mario Keller

Tagungsbericht *Produzieren / Konsumieren-
Konduzieren / Prosumieren*. 25.11.2016, Wien,
in: H-Soz-Kult 15.03.2017.