

Verena Kuni

"Just Do It ... and ... Sell Yourself!"

Kreative Praktiken im Spannungsfeld von D.I.Y., Prosumer-Kultur und neuen Märkten

Vorschlag für einen Beitrag zur Tagung

"Prosumer Revisited: Zur Aktualität der Prosumer-Debatte"

Goethe-Universität Frankfurt am Main, 26./27. März 2009

"... as we all shall see, Third Wave civilisation begins to heal the historic breach between producer and consumer, giving rise to the "prosumer economics" of tomorrow ..."
(Toffler 1980: 11).

Besucht man webbasierte Plattformen wie etsy.com oder dawanda.com, so scheint die Vision, die der US-amerikanische 'Zukunftsforscher' Alvin Toffler mit dem Begriff des "prosumer" assoziierte, in denkbar positivem Sinne Wirklichkeit geworden zu sein. Anders als bei Nike oder Adidas, wo die Prosumer lediglich dazu aufgerufen sind, Massenware per Customizing aufzuwerten und durch ihre anteilige Mitwirkung am Design in ein personalisiertes Produkt zu verwandeln, steht hier tatsächlich Selbstgemachtes im Mittelpunkt. Nicht nur Nachwuchs-DesignerInnen und -ModemacherInnen nutzen die Plattformen, um neue Vertriebswege für ihre Kollektionen zu erschliessen. Mit der anhaltenden Konjunktur des D.I.Y.-Prinzips – an der das Web 2.0 und die mit ihm verbundenen Optionen einen wesentlichen Anteil haben – ist eine wachsende Zahl von AmateurInnen auf den Plan getreten, die ebenfalls auf die neuen Märkte drängt und an deren ökonomischen wie sozialen Formationen aktiv partizipiert. Tatsächlich kommt den "social tools", also den technisch gestützten Werkzeugen der Gemeinschaftsbildung – zu denen Kommentar- und Bewertungsfunktionen ebenso zählen wie Foren und andere Kontextangebote, die unter anderem die Weitergabe von Know-How ermöglichen – in diesem Zusammenhang eine zentrale Bedeutung zu.

Zu fragen ist vor diesem Hintergrund allerdings nicht allein, welche Rolle das Web 2.0 und seine Nutzung für "peer-to-peer"-Ökonomien im Zusammenhang von Professionalisierungsprozessen spielt. Die fließenden Übergänge zwischen sich professionalisierenden Amateurkulturen, D.I.Y.-Entrepreneurship und Selbstorganisation im Kreativsektor müssen vielmehr in engem Zusammenhang mit Entwicklungen betrachtet werden, in deren Zuge vormals als "alternativ" oder "subkulturell" markierte kreative Strategien und Praktiken einen neuen Stellenwert behaupten.

– 2 –

Handelt es sich hierbei lediglich um eine temporäre Erscheinung, die – ähnlich, wie dies mit Blick auf die (Selbst-)Vermarktung historischer "Subkulturen" immer wieder zu beobachten war – ein weiteres Mal zur (Re-)Konsolidierung der bestehenden Märkte beitragen wird? Oder wäre es möglich, dass eine neue, sich unter veränderten gesellschaftlichen und ökonomischen Konditionen formierende Generation von "Prosumern" nicht nur vermarktbar Trends setzt, sondern tatsächlich alternative Perspektiven entwickeln kann? Welchen Anteil haben professionell ausgebildete KünstlerInnen und Kreative an diesen Prozessen? Fungieren sie als Impulsgeber oder geht es ihnen vornehmlich um die Vermarktung der eigenen Position?

Kurzbiographie und Kontakt:

Verena Kuni (Prof. Dr. phil., M.A.), Kunst- u. Medienwissenschaftlerin. Professorin für Visuelle Kultur am Institut für Kunstpädagogik der Goethe-Universität Frankfurt am Main. Lehrt und forscht seit 1996 an Universitäten und Kunsthochschulen in Deutschland und der Schweiz. Seit 1997 zudem zahlreiche internationale Lehraufträge, Gastdozenturen und Forschungs Kooperationen.

Daneben seit 1989 Autorin für internationale Kunst- und Kulturzeitschriften; seit 1997 mit eigenem (Kunst-)Radioformat auf radio x ffm.

1995-1999 Co-Kuratorin für das Kasseler Dokumentarfilm & Videofest;

seit 1999 ebd. Leitung der interfiction-Tagung für Kunst, Medien- und Netzkultur.

Mitbegründerin des Critical Crafting Circle (www.criticalcraftingcircle.net).

Forschung, Lehre, Projekte und Publikationen zur zeitgenössischen Kunst und Medienkultur, zu Wechselbeziehungen zwischen Kultur- und Naturwissenschaften sowie im Feld der Gender Studies; aktuell u. a. mit Fokus auf D.I.Y. und Prosumer Cultures, Transfers zwischen medialen und materialen Kulturen; Medien der Imagination, Technologien der Transformation, Cyborg-Entomologie und Digitalen Verfall.

Weitere Informationen online unter www.kuniver.se

Prof. Dr. Verena Kuni
Goethe-Universität Frankfurt am Main
FB09 Sprach- und Kulturwissenschaften
Institut für Kunstpädagogik – Visuelle Kultur
Sophienstrasse 1-3
D-60487 Frankfurt am Main
T. 0049-(0)69-798-22935

privat:
Schulstrasse 26
D-60594 Frankfurt am Main
T. 0049-(0)69-616815
<mailto:verena@kuni.org>
www.kuniver.se