

Kai-Uwe Hellmann

# The Prosumer Movement

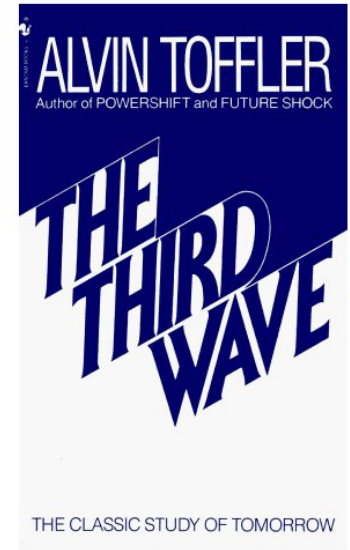
Looking from the protest analysis

# Gliederung

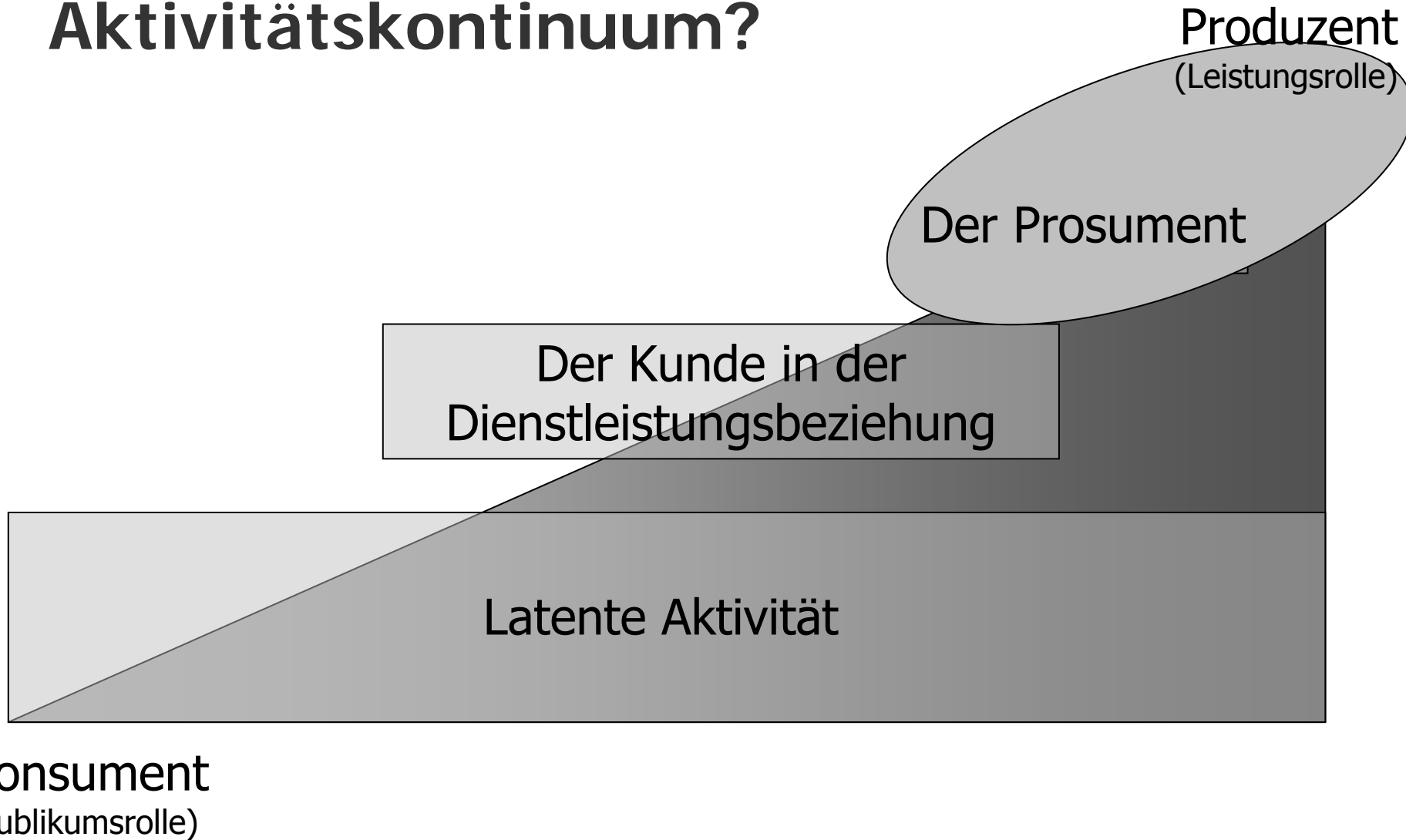
1. Alvin Tofflers  
"Prosumer"-These
2. Philip Kotlers  
"Prosumer Movement"-These
3. Albert Hirschmans  
"Shifting Involvements"-These

## Alvin Toffler 1980: **The Third Wave**

- The First Wave: preindustrial, neither/nor, both
- The Second Wave: industrial, active producer and passive consumers strictly separated
- The Third Wave: postindustrial, more and more active consumers and prosumers
- Getting the customer to do part of the job
- Becoming a part of the production process
- Not only services but also goods
- The outsider becomes an insider
- Producing goods and services for our own use
- Production for exchange / production for use
- De-marketization and trans-market civilization



# Aktivitätskontinuum?



**Kein  
Kontinuum,  
sondern  
mehrere  
Stufen des  
Engagements/  
Involvements?**

13%

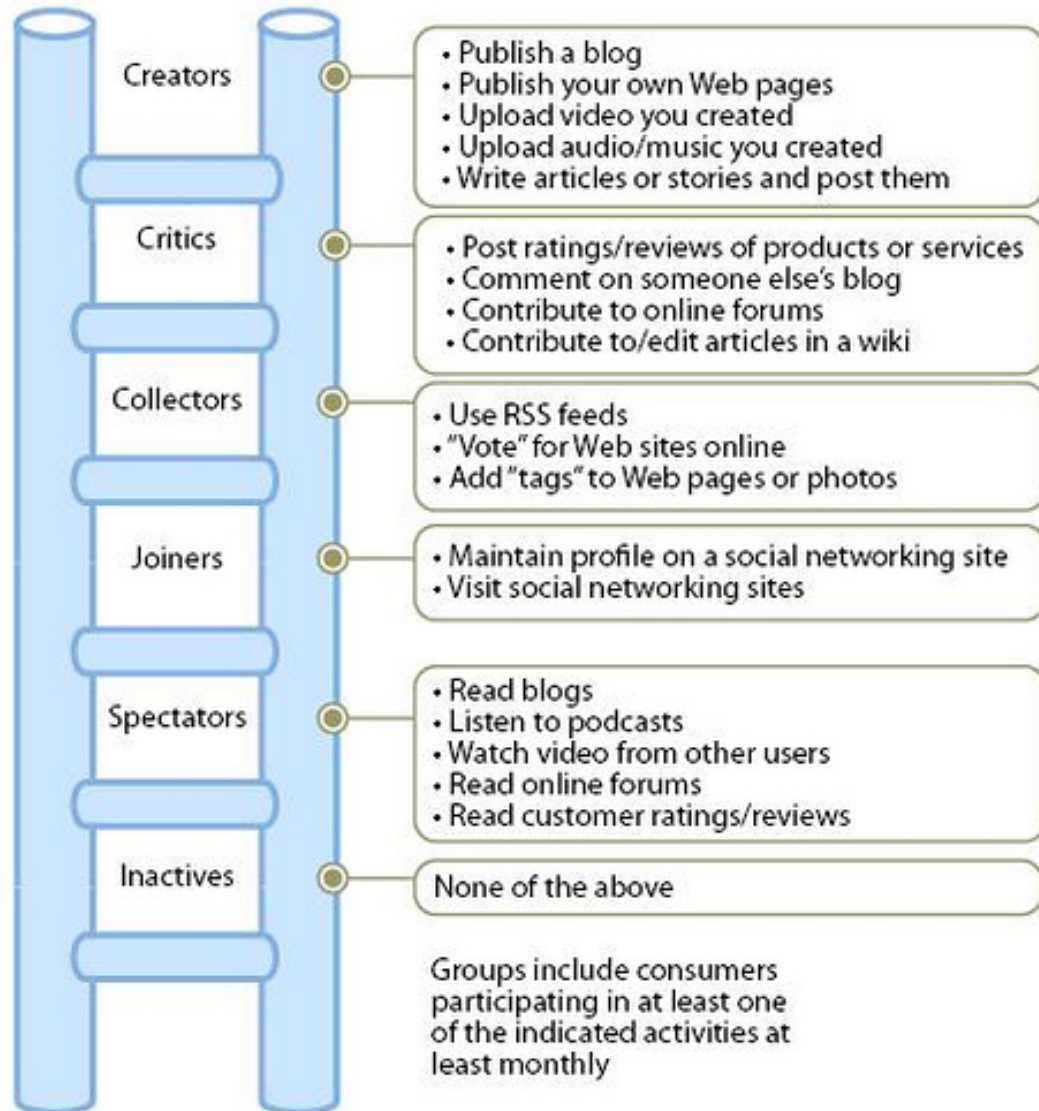
19%

15%

19%

33%

52%



# Kommunikation, Technik und Arbeit

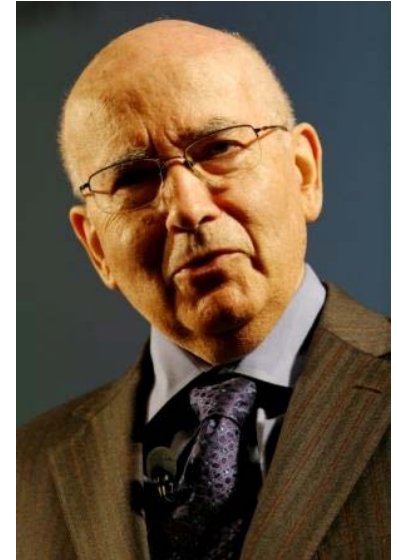
- Kommunikationstheoretisch betrachtet ist jeder Konsument ein Prosument: Er produziert Bedeutung („Erlebnis“)
- Freilich ist dies keine Form von Produktion/Arbeit im konventionellen Sinne (und Bourdieu, Smythe, Jenkins?)
- Insofern sollte man von Prosumenten erst sprechen, wenn tatsächlich produziert/gearbeitet wird (Kriterien?)
- Anders formuliert: Erfüllt eine Sach- oder Dienstleistung ihre Funktion erst, wenn ein erheblicher Anteil der Produktion/Arbeit dieser Leistung durch den Konsumenten erfolgt, handelt es sich um Prosumismus

# Ursache und Wirkung?

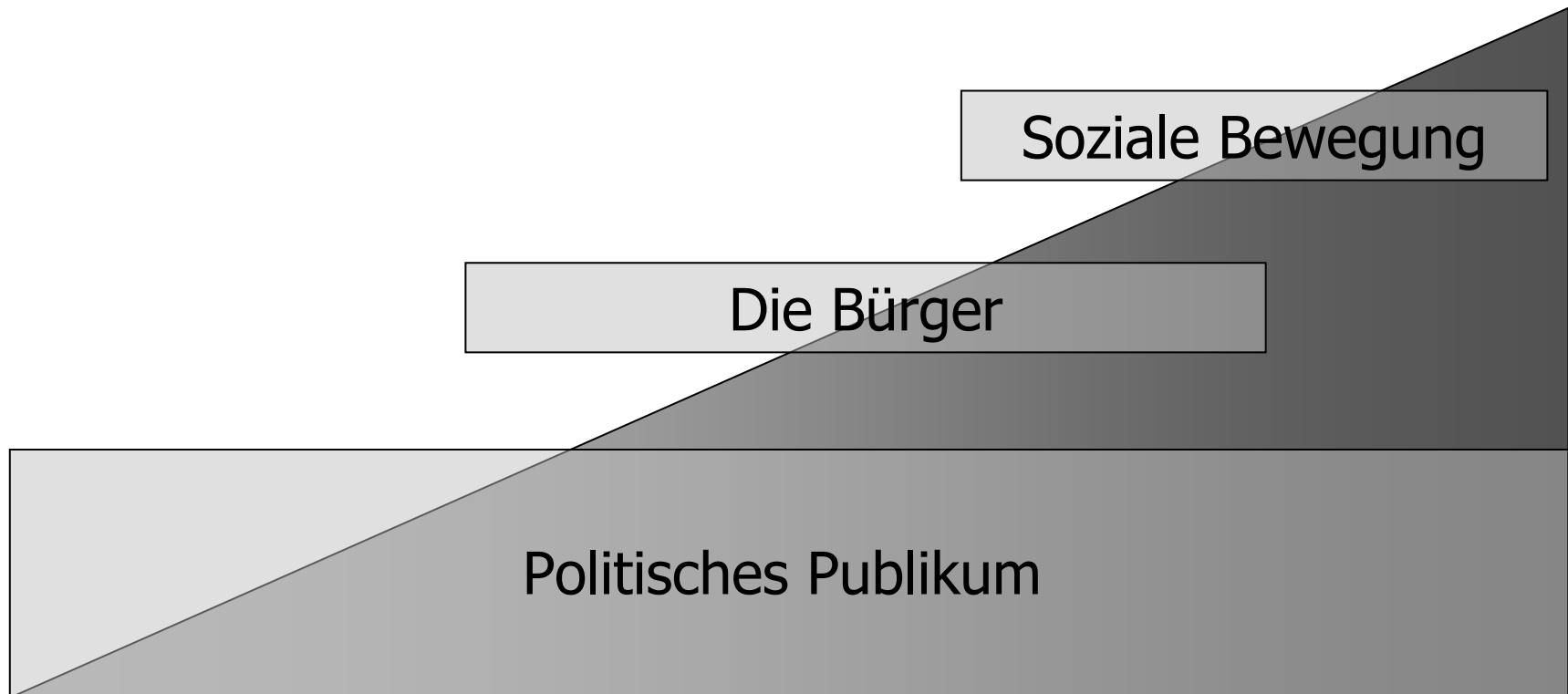
- Fremdtechniken (extrinsisch motiviert vgl. Selbstbedienung)
- Outsourcing (Kostensparnis durch Abwälzung)
- Komplexitätsproblem des Massenmarketings
- Komplexitätsreduktion (durch Direktmarketing)
- "The Experience Economy" (Pine/Gilmore)
- Wechselwirkung / Interdependenz ("dislocation")
- Umschichtung von Fremd- auf Selbsttechniken (intrinsisch mot.)
- Psychische und soziale Incentives (Boltanski/Chiapello)

## Philip Kotler 1986: The Prosumer Movement: A New Challenge for Marketers

- The essence: to prefer producing one's own goods and services
- Production for exchange / production for self
- Six reasons: working time, education, services costs, physical pleasure, higher quality, individualization of goods and services
- Four incentives: high cost saving, minimal skill, consuming little time and effort, high personal satisfaction
- The Avid/Passionate Hobbyist & The Archprosumer (Subsistenz)
- The Prosumer (Movement) as an own market segment



# Aktivitätskontinuum

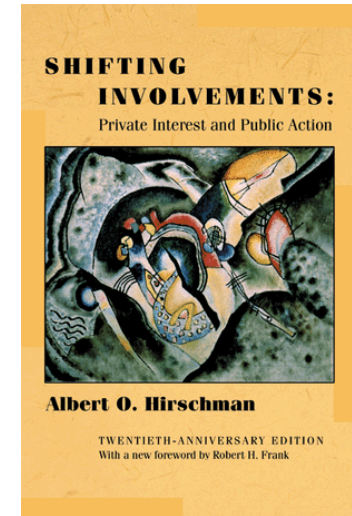


## Manifeste und latente Funktionen sozialer Bewegungen

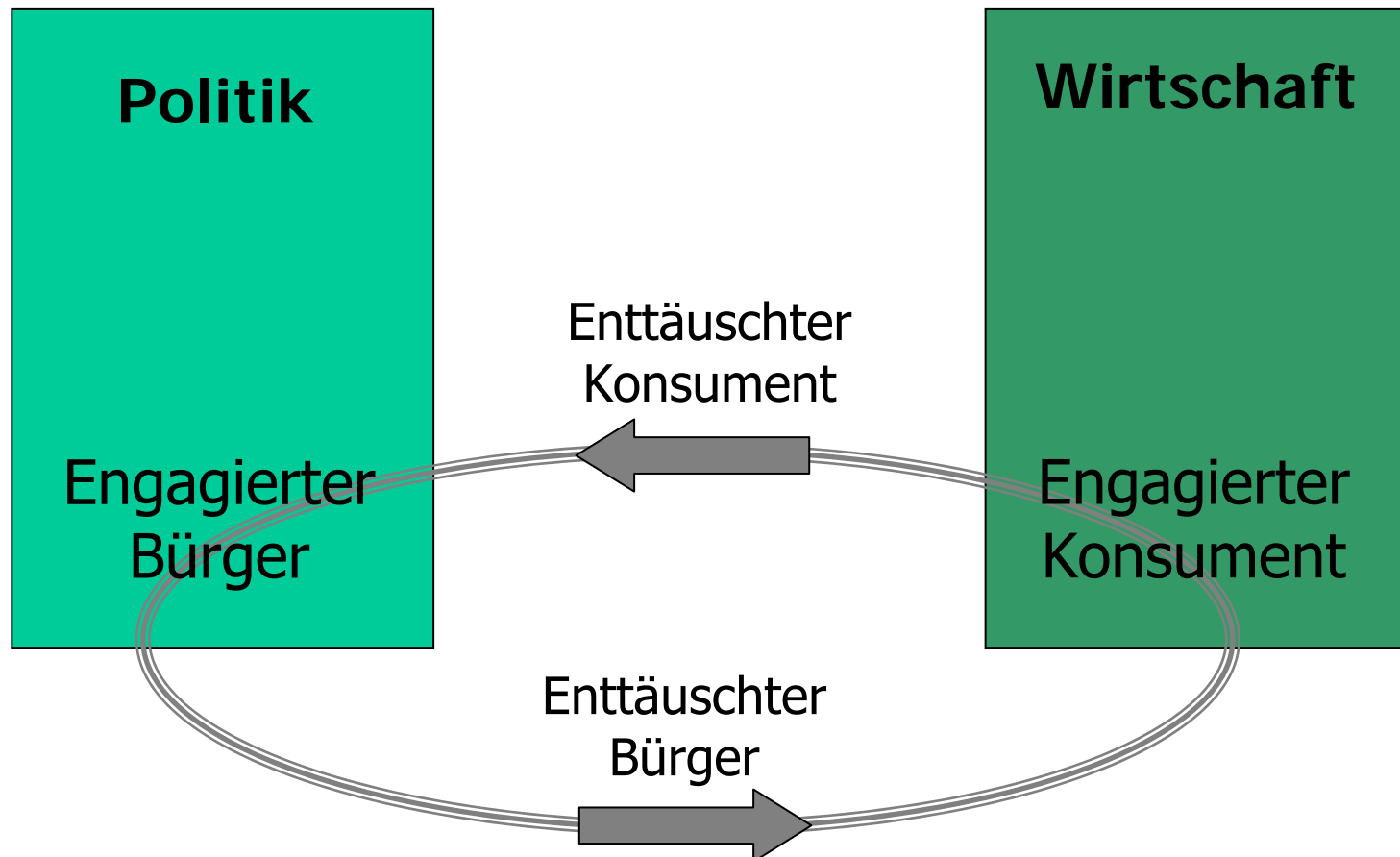
- Regentanz der Hopi-Indianer: Regenmachen und Stammesintegration
- Soziale Bewegung: Politischer Protest und Selbstvergewisserung
- Prosumismus als soziale Bewegung:
  - Gibt es manifeste Funktionen?
  - Gibt es latente Funktionen?
- Manifeste Funktion (endogen): high cost saving, minimal skill, consuming little time and effort, high personal satisfaction (Kotler)
- Latente Funktion I (endogen): Reputation / Vergemeinschaftung
- Latente Funktion II (exogen): Kompensation von Enttäuschung/ Entfremdung in anderen gesellschaftlichen Bereichen (Hirschman)

## Albert Hirschman 1982: **Shifting Involvements**

- Enttäuschung hier, Erfüllung dort
- Die Überforderung der Sach- und Dienstleistungen
- Die Unterforderung der politischen Wähler
- Bedarf nach Kapazitätsunterforderungskompensation
- Die Leiter als Metapher: Enttäuschung = 1. Sprosse
- "Loyalty", "Voice" und "Exit"
- „Voice“ fand in der Ökonomie kaum Beachtung (in der Politik schon sehr früh: Protest)



# Shifting Involvements



# Ursache und Wirkung?

- Prosumismus: Enttäuschung hier, Erfüllung dort?
- Prosumismus als Kompensationseffekt?
- Prosumismus: „Loyalty“, „Voice“ oder „Exit“ ?
- „Loyalty“ + „Voice“ + „Exit“ = Prosumismus?
- These I: Prosumismus = Kombination von „Loyalty“, „Voice“ und „Exit“

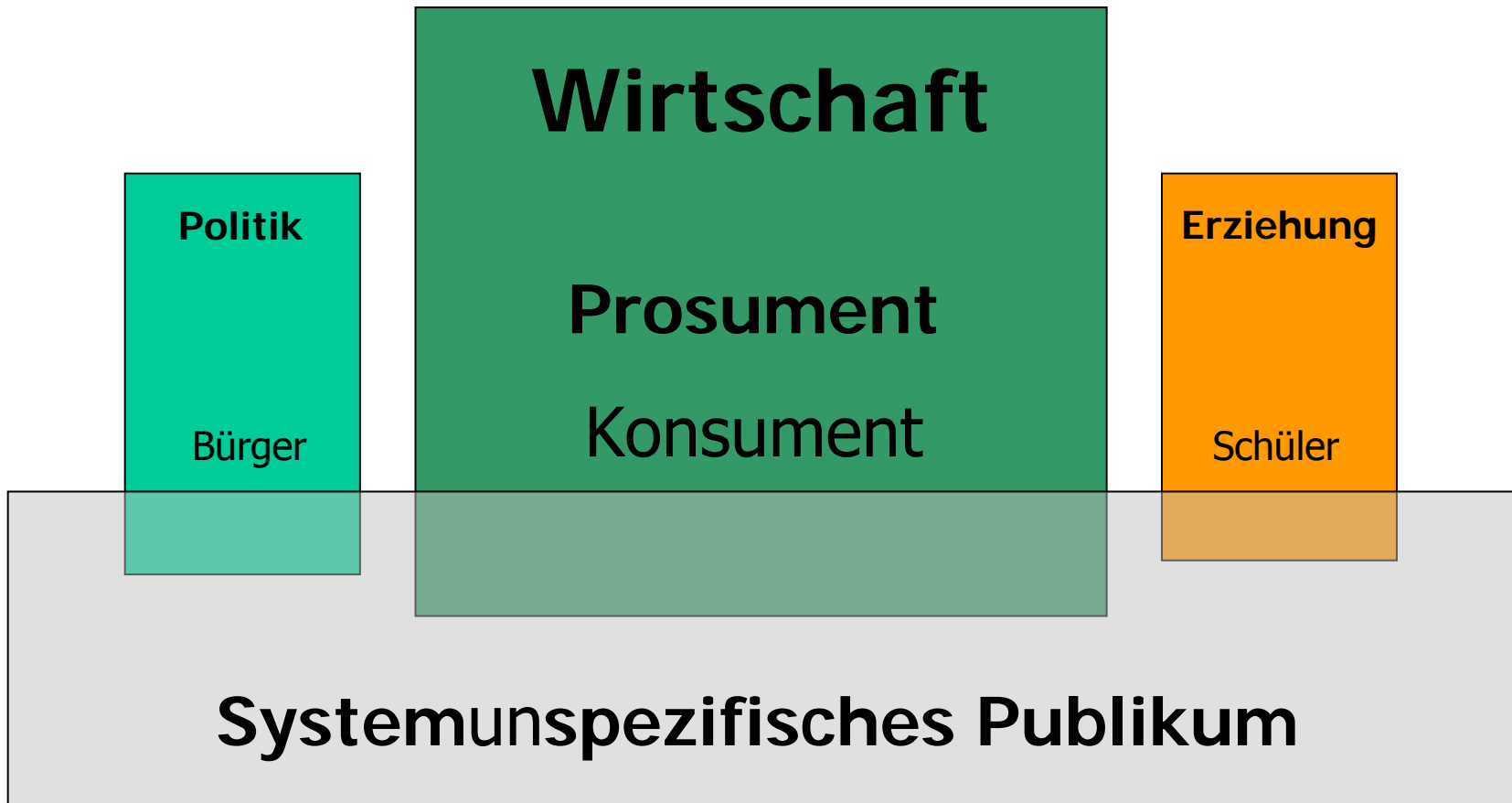
# Loyalty, Voice and Exit

	<b>Loyalty</b>	<b>Voice</b>	<b>Exit</b>
<b>Wirtschaft</b>	Kunde (...)	Konsumerist	Wechsler
<b>Politik</b>	Wähler	Demonstrant	Wechsler
...			

# Ursache und Wirkung?

- Prosumismus: Enttäuschung hier, Erfüllung dort?
- Prosumismus als Kompensationseffekt?
- Prosumismus: „Loyalty“, „Voice“ oder „Exit“ ?
- These I: Prosumismus = Kombination von „Loyalty“, „Voice“ und „Exit“
- These II: Prosumismus und die kulturelle Hegemonie der Konsumgesellschaft

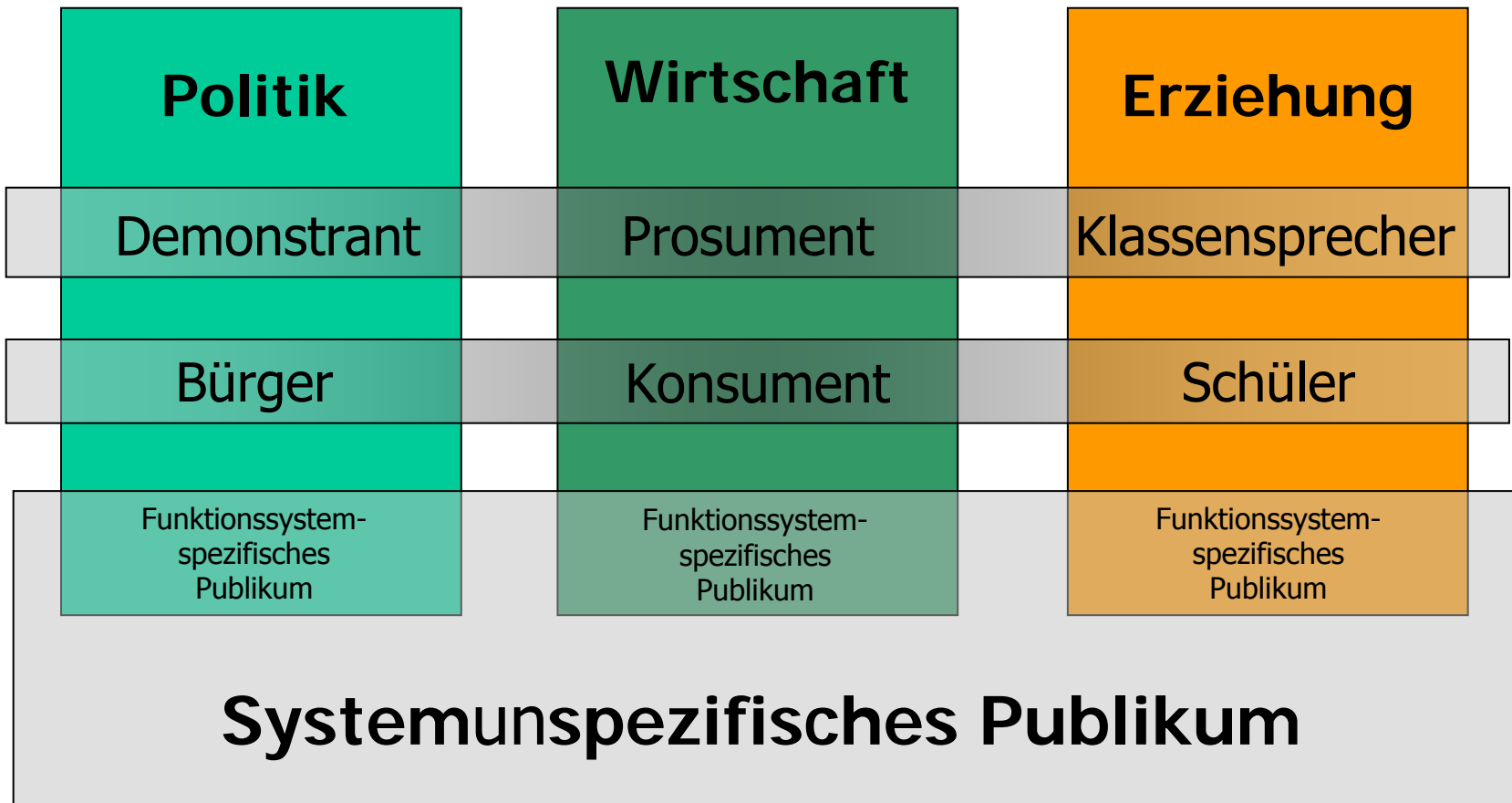
# Dominanz der Konsumgesellschaft



# Ursache und Wirkung?

- Prosumismus: Enttäuschung hier, Erfüllung dort?
- Prosumismus als Kompensationseffekt?
- Prosumismus: „Loyalty“, „Voice“ oder „Exit“ ?
- These I: Prosumismus = Kombination von „Loyalty“, „Voice“ und „Exit“
- These II: Prosumismus und die kulturelle Hegemonie der Konsumgesellschaft
- These III: Prosumismus als generelles Aktivitätssymptom
- Das Aktivitätsniveau von Prosumenten ist systemübergreifend hoch

# Klassen unterschiedlicher Aktivitätsniveaus



# Passiv, Aktiv, Kritisch

	<b>passiv</b>	<b>aktiv</b>	<b>kritisch</b>
<b>Wirtschaft</b>	Konsument	Prosument	Konsumerist
<b>Politik</b>	Bürger	Parteimitglied	Demonstrant
...			

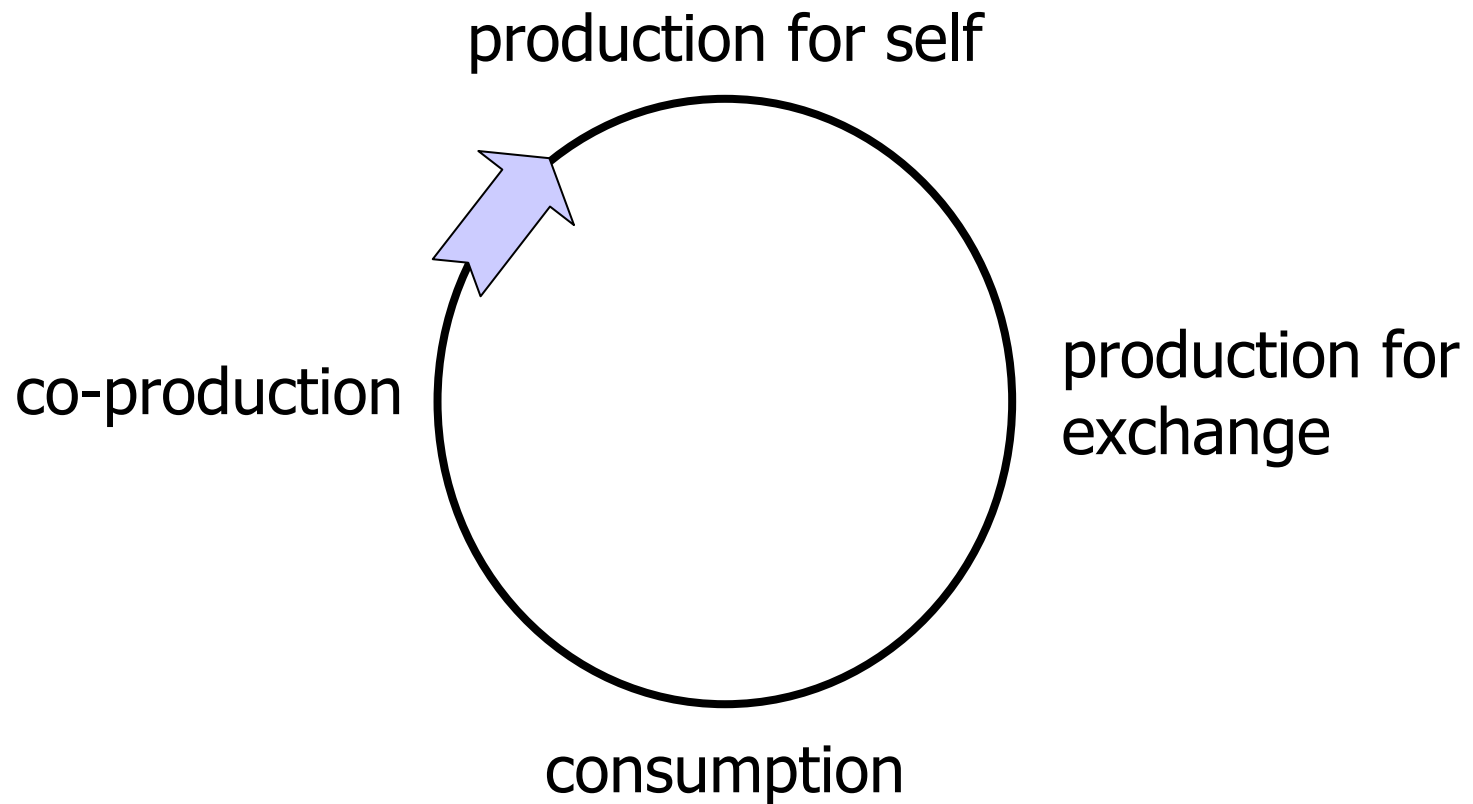
# Problematisierung I

- Rollentheorie (Publikums- und Leistungsrollen-  
Aufhebung der Differenz durch Prosumismus?)
- Einbettung: Person, Rolle, Programm, Wert?
- Soziologie des Publikums (Binnendifferenzierung?)
- Paradigmen der Prosumentenforschung?
- Manifeste / Latente Funktionen (Zweck- vs. Erlebnisrationalität?)
- Extrinsische / Intrinsische Motivation
- Fremdtechnik / Selbsttechnik

# Problematisierung II

- Passivität / Aktivität
- Erleben / Handeln (innerlich / äußerlich)
- Typologie prosumistischen Erlebens / Handelns
- Arbeit / Nicht-Arbeit (Definitionshoheit)
- Aktivität / Arbeit / Produktion / Leistung

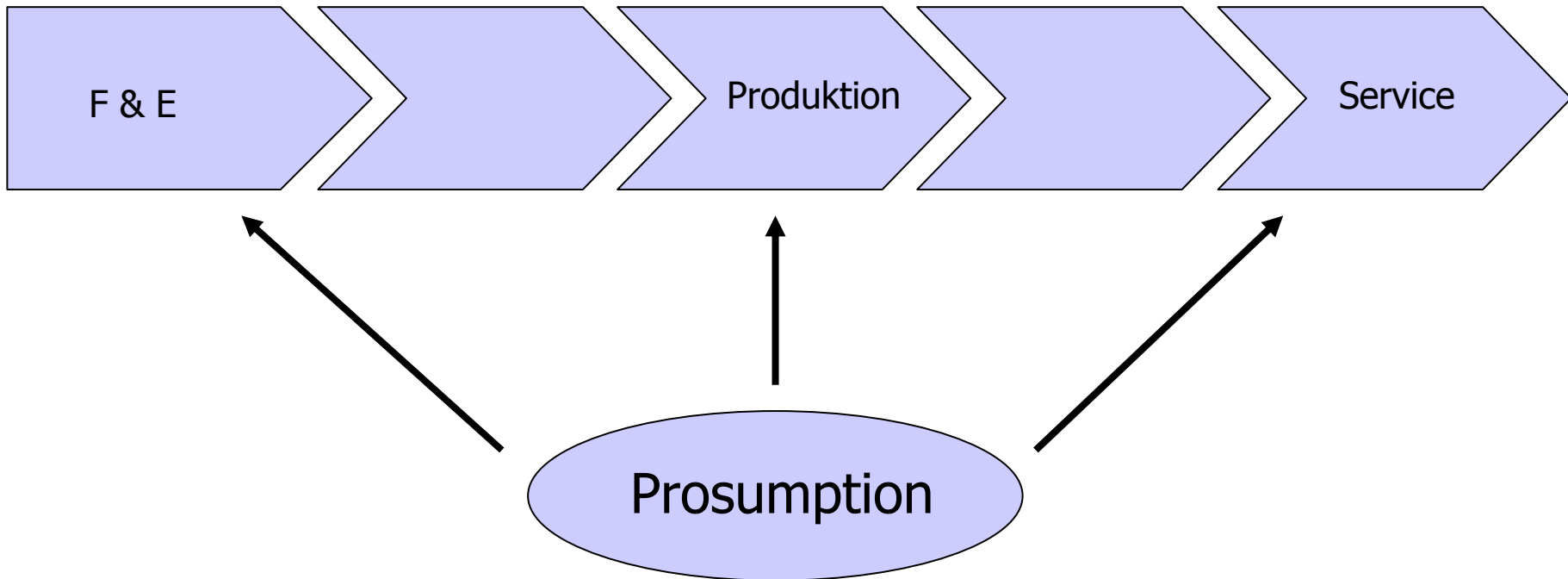
# Problematisierung II



# Problematisierung III

- Passivität / Aktivität
- Erleben / Handeln (innerlich / äußerlich)
- Typologie prosumistischen Erlebens / Handelns
- Arbeit / Nicht-Arbeit (Definitionshoheit)
- Aktivität / Arbeit / Produktion
- Terminologie: Prosumismus / Produusage (Produztzung)?

# Problematik III



Arbeit: Mehrwert erzeugen