

Birgit Blättel-Mink · Kai-Uwe Hellmann (Hrsg.)

Prosumer Revisited

Konsumsoziologie und Massenkultur

Herausgegeben von
Kai-Uwe Hellmann
Dominik Schrage

In der Reihe „Konsumsoziologie und Massenkultur“ erscheinen Sammelbände und Monografien, die sich dem in der deutschen Soziologie bislang vernachlässigten Forschungsgebiet der Konsumsoziologie widmen. Der Akzent liegt auf Beiträgen, die den Bereich der Konsumsoziologie mit Blick auf gesellschafts- und kulturtheoretische Fragestellungen erschließen und den modernen Konsum als Herausforderung für die soziologische Theoriebildung begreifen.

Das Konzept der Massenkultur verweist vor allem auf die gesellschaftsdiagnostische Komponente konsumsoziologischer Forschung. „Massenkultur“ kann als die übergreifende Kultur der gegenwärtigen Gesellschaft verstanden werden, die kulturelle Gehalte und Bedeutungen auf vielfältige Art und Weise für die Gesamtheit der Bevölkerung verfügbar macht. Massenkultur leistet die wichtigste Orientierung in der modernen, durch Technisierung, Ökonomisierung, Ästhetisierung und Demokratisierung geprägten Wirklichkeit, indem sie all jene Wahrnehmungs- und Handlungsmuster bereitstellt, die in ihrer Gesamtheit für jeden Einzelnen ein Universum von Selbstverständlichkeiten ausmachen. Deren Geltung ist dabei keine primär normative, sondern abhängig von der am Markt, in den Medien und durch den Konsum manifestierten Akzeptanz eines Massenpublikums. Durch die Verbindung von Konsumsoziologie und Massenkultur können die in den einzelnen Beiträgen erforschten Konsumphänomene auf die Frage nach der gesellschaftlichen Funktion des Konsums in modernen Gesellschaften bezogen werden.

Birgit Blättel-Mink
Kai-Uwe Hellmann (Hrsg.)

Prosumer Revisited

Zur Aktualität einer Debatte



VS VERLAG FÜR SOZIALWISSENSCHAFTEN

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der
Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über
<<http://dnb.d-nb.de>> abrufbar.

1. Auflage 2010

Alle Rechte vorbehalten

© VS Verlag für Sozialwissenschaften | GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden 2010

Lektorat: Frank Engelhardt

VS Verlag für Sozialwissenschaften ist Teil der Fachverlagsgruppe
Springer Science+Business Media.

www.vs-verlag.de



Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Umschlaggestaltung: KünkelLopka Medienentwicklung, Heidelberg

Satz: text plus form

Druck und buchbinderische Verarbeitung: Ten Brink, Meppel

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Printed in the Netherlands

ISBN 978-3-531-16935-4

Inhalt

<i>Birgit Blättel-Mink</i> Vorwort.....	7
<i>Kai-Uwe Hellmann</i> Prosumer Revisited: Zur Aktualität einer Debatte Eine Einführung.....	13
1 Kotler und Ritzer	49
<i>Philip Kotler</i> The Prosumer Movement A New Challenge for Marketers	51
<i>George Ritzer</i> Focusing on the Prosumer On Correcting an Error in the History of Social Theory.....	61
2 Organisation von Prosumtion jenseits des Marktes	81
<i>Doris Blutner</i> Vom Konsumenten zum Prosumenten	83
<i>Heidemarie Hanekop/Volker Wittke</i> Kollaboration der Prosumenten Die vernachlässigte Dimension des Prosuming-Konzepts	96

3	Nachhaltigkeit und Kulturprosum	115
	<i>Birgit Blättel-Mink</i>	
	Prosuming im online-gestützten Gebrauchtwarenhandel und Nachhaltigkeit Das Beispiel eBay	117
	<i>Gerhard Panzer</i>	
	Die Funktion inszenierter Prosumtion für Qualität und Wert kultureller Güter.....	131
4	Fallstudien kollektiver Prosumtion	147
	<i>Jörg Marschall</i>	
	„So ein Auto ist eigentlich ’ne lebende Baustelle.“ Markengemeinschaften als Prosumentenkollektive.....	149
	<i>Niklas Woermann</i>	
	Subcultures of Prosumtion Differenzierung durch Prosumtion in der Freeski-Szene.....	169
5	Alternative Ansätze	189
	<i>Axel Bruns</i>	
	Vom Prosumenten zum Produzter.....	191
	<i>Ute Volkmann</i>	
	Sekundäre Leistungsrolle Eine differenzierungstheoretische Einordnung des Prosumenten am Beispiel des „Leser-Reporters“	206
	<i>Kai-Uwe Hellmann</i>	
	Nachwort.....	221
	Autorenangaben	229

Vorwort

Birgit Blättel-Mink

Wie Günter G. Voß und Kerstin Rieder in ihrer Studie „Der arbeitende Kunde. Wenn Konsumenten zu unbezahlten Mitarbeitern werden“ von 2005 aufzeigen, beteiligen sich Konsumentinnen und Konsumenten immer häufiger an der Leistungserbringung dessen, was ursprünglich ganz in die Zuständigkeit der Unternehmen fiel. Sei es bei der Abwicklung von Bankgeschäften, der Buchung von Reisen, der Bestellung von Büchern oder der Reservierung von Theaterkarten: Vieles von dem, was Internetökonomie heute praktisch ausmacht, läuft darauf hinaus, daß sich die Kundinnen und Kunden in die Erstellungs- und Vermittlungsleistung selbst mit einbringen und damit gewissermaßen eine pro-aktive Mitarbeit leisten (müssen), wenn sie bestimmte Sach- oder Dienstleistungen erwerben wollen.

Indes hat diese Entwicklung nicht erst mit der Internetökonomie eingesetzt. Vielmehr können wir schon viel früher beobachten, daß Konsumentinnen und Konsumenten einen eigenständigen Beitrag liefern (müssen), wenn es um die Abwicklung gewisser Handelsgeschäfte und die Erbringung bestimmter Produktleistungen geht. Man denke nur an die ersten Automatenrestaurants Ende des 19. Jahrhunderts, an das Aufkommen der Selbstbedienung in den 1920er Jahren, an die globale Verbreitung der Fast-Food-Ketten seit den 1950er Jahren oder an die „Do it yourself“-Bewegung im Möbelsektor in den 1970er Jahren, mit IKEA als Pionier. Auch hier hängen Realisierung und Qualität einer Sach- oder Dienstleistung maßgeblich davon ab, daß der Kunde oder die Kundin sich aktiv einbringen und als ausreichend kollaborativ sowie kompetent erweisen, damit die jeweilige Sach- oder Dienstleistung ihre eigentliche Funktion erfüllen kann, etwa beim Zusammenschrauben des beliebten Billy-Regals oder beim Entsorgen der Essensreste eines leckeren Hamburger-Mahls.

In der entsprechenden Forschung wird diese aktive Mitarbeit der Kunden und Kundinnen seit längerem schon mit dem Begriff des Prosumenten in Verbindung gebracht, den Alvin Toffler 1980 in „The Third Wave“ geprägt hat. Zwar verstand Toffler den Prosumentenbegriff damals eher in der Hinsicht, daß Konsumentinnen und Konsumenten Sach- und Dienstleistungen nicht bloß erwerben, sondern auch aktiv produzieren, etwa im Sinne von Hausarbeit, wie in vormodernen Zeiten der Subsidiarität. Inzwischen jedoch hat sich der Prosumentenbegriff auch für Formen der direkten Kollaboration zwischen Unternehmen und Kundinnen oder Kunden eingebürgert, die mit Konzepten von Co-Design oder Co-Produktion gefaßt wer-

den. Seit Ende der 1990er Jahre hat sich hierzu eine rasant wachsende Forschungs- und Publikationsaktivität entfaltet.

Eines von vielen Beispielen hierfür ist ein interdisziplinäres Forschungsprojekt zum Thema „Vom Consumer zum Prosumer – Entwicklung neuer Handelsformen und Auktionskulturen zur Unterstützung eines nachhaltigen Konsums – am Beispiel von eBay“, an dem Birgit Blätzel-Mink beteiligt ist. Ziel des Projektes, das vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) im Rahmen des Schwerpunktes „Sozialökologische Forschung“ gefördert wird, ist es herausfinden, inwiefern der Trend zum rotierenden Besitz bei Gebrauchsgütern, etwa von Möbeln, Jeans und Kameras, einen umweltfreundlichen, nachhaltigen Konsum ermöglicht. Projektpartner ist der weltweite Online-Marktplatz eBay.

Im Rahmen dieses Projektes wird der Prosumentenbegriff und vor allem der Übergang vom Konsumenten zum Prosumenten prominent diskutiert. Schließlich ergab sich die Gelegenheit, im März 2009 an der Wolfgang Goethe-Universität Frankfurt eine Konferenz zum Thema „Prosumer Revisited. Eine Tagung zur Aktualität der Debatte“ durchzuführen, großzügig gefördert durch eBay Deutschland. Hierzu wurden unterschiedlichste Autoren und Referenten eingeladen, wie Frank Piller, der zusammen mit Ralf Reichwald 2006 die fachwissenschaftliche Publikation „Interaktive Wertschöpfung. Open Innovation, Individualisierung und neue Formen der Arbeitsteilung“ veröffentlicht hat, oder Holm Friebe, der zusammen mit Thomas Ramge 2008 das eher populärwissenschaftlich gehaltene Buch „Marke Eigenbau. Der Aufstand der Massen gegen die Massenproduktion“ herausgebracht hat, oder auch Kerstin Rieder, die Ko-Autorin der eingangs erwähnten Studie zum arbeitenden Kunden.

Ziel dieser interdisziplinären Tagung war es einerseits, die vielfältigen Forschungsaktivitäten rund um den Prosumentenbegriff vorzustellen und gemeinsam zu diskutieren, andererseits ging es darum, auf Modifikationen von „Prosuming“ in den verschiedensten Märkten aufmerksam zu machen. Ausgehend vom ursprünglichen Verständnis der Prosumentenfigur bei Toffler wurde also der Versuch unternommen, den heutigen Stand der Entwicklung und Forschung zum Phänomen „Prosuming“ möglichst umfassend aufzuarbeiten und aktuell zu erheben, einschließlich eines Ausblicks auf zukünftige Perspektiven, Tendenzen und Trends.

Der hier vorliegende Band greift größtenteils auf Vorträge dieser Tagung zurück, von denen keineswegs alle veröffentlicht werden konnten. Der Band spannt dabei einen weiten Bogen. So stellen einige Beiträge eher konzeptionelle Überlegungen zum Prosumentenbegriff an (*Hellmann, Kotler, Ritzer*), andere befassen sich dagegen mit der Analyse des Übergangs vom Konsumenten zum Prosumenten (*Blutner, Hanekop/Wittke*). Wieder andere sind kontextuell mit Toffler verknüpft (*Blätzel-Mink, Panzer*) oder befassen sich mit Vergemeinschaftungseffekten des „Prosuming“ (*Marschall, Woermann*). Schließlich gibt es auch eine Sektion, in

der alternative Ansätze zu Wort kommen (*Bruns, Volkmann*). Am Ende steht eine kritische Reflektion der Beiträge, die nach dem wissenschaftlichen Gewinn der „Prosumer Revisited“-Debatte fragt.

Wir danken eBay Deutschland für die großzügige Förderung, ohne die weder die Tagung noch die Publikation möglich geworden wäre. Außerdem danken wir der Universität Frankfurt am Main für die Überlassung geeigneter Tagungsräume. Im übrigen gilt unser besonderer Dank all denen, durch deren tätige Unterstützung die Tagung wie auch die Publikation zum Erfolg geführt wurden: Carolin Blum und Renate Uhrig, Daniel Kahnert und Pauline Sophie Scheele, Dirk Dalichau und Jörg Marschall, Michael Hasse, Gunther Gebhard und Steffen Schröter.

Einführung

Prosumer Revisited: Zur Aktualität einer Debatte

Eine Einführung

Kai-Uwe Hellmann

1 „The New Participatory Culture“

Spätestens seit der Einführung des Schlagworts „Web 2.0“ (O’Reilly 2005) – dem sogenannten „Mitmach-Web“¹ – hat auch eine breitere Öffentlichkeit davon Kenntnis erhalten, daß ein neues Zeitalter angebrochen zu sein scheint. So sprechen Henry Jenkins et al. (2006: 6) von einer „new participatory culture“,² die sich durch ungewöhnlich starkes Engagement vor allem jüngerer Konsumenten auszeichnet, die sich sozialen Netzwerken („computer mediated communities“) anschließen, darüber hinaus aber auch an Geschäftsprozessen aktiv teilnehmen und direkt involviert werden wollen, um eigene Beiträge zu leisten, ja direkt Einfluß zu nehmen auf das, was die eigentliche Funktion einer bestimmten Sach- oder Dienstleistung sein soll. Dabei hat diese zunehmende Bereitschaft zur Mitgestaltung und Mitarbeit, obgleich durch Selbstbedienung und „Do it yourself“-Aktivitäten längst etabliert, vor allem durch neue Informations- und Kommunikationstechnologien, wie sie bei Amazon, eBay, Facebook, YouTube, XING zur Anwendung kommen, im Laufe der letzten zehn bis zwanzig Jahre – je nachdem, wie man die Schwelle definiert – einen derart starken Aufschwung erfahren.³ Seitdem überschlagen sich

¹ Vgl. Gescheidle/Fisch (2007: 398): „Web 2.0 funktioniert ... nur, wenn die Nutzer nicht nur Seiten konsumieren, sondern auch aktiv an Webangeboten und -plattformen mitwirken. Web 2.0. steht für ein einfach zu bedienendes ‚Mitmach-Internet‘. Es geht um Partizipation, Vernetzen, Darstellen und Austauschen zumeist über eine spezielle, dafür bereitgestellte Plattform.“

² Vgl. Jenkins et al. (2006: 7): „For the moment, let’s define participatory culture as one: 1. with relatively low barriers to artistic expression and civic engagement, 2. with strong support for creating and sharing one’s creations with others, 3. with some type of informal mentorship whereby what is known by the most experienced is passed along to novices, 4. where members believe that their contributions matter, 5. where members feel some degree of social connection with one another (at the least they care what other people think about what they have created).“

³ Vgl. Firat et al. 1995; Hagel/Armstrong 1997; Prahalad/Ramaswamy 2000; Seybold et al. 2001; Eigner et al. 2003; Dahan/Hauser 2003; Terranova 2004; Surowiecki 2004; Voß/Rieder 2005; Kline et al. 2005; Lenhart/Madden 2005; Howe 2006; Firat/Dholakia 2006; Benkler 2006; Anderson 2006; Tapscott/Williams 2007; Keen 2007; Kelly 2008; Banks/Humphreys 2008; Petrović 2008; Kozinets et al.

die Ereignisse (vgl. Grossman 2006; Kelly 2008). Zumindest hat sich in den letzten Jahren eine höchst lebendige und sehr produktive Debatte ergeben, die von unterschiedlichen Seiten geführt wird und sich mit dieser neu entdeckten Autonomie der Konsumenten und den Konsequenzen, die sich daran anschließen mögen, intensiv befaßt.

Doch so jungfräulich diese Debatte auch auftreten mag, ganz neu ist sie nicht. Vor allem Alvin Toffler hatte sich schon 1980, in seinem Buch „The Third Wave“, damit beschäftigt, daß Konsumenten mitunter als Produzenten agieren, und sei es nur in Form von Selbstbedienung. Freilich blieb die Rezeption dieser These lange Zeit eher bescheiden.⁴ Erst in den letzten Jahren hat sich die Situation schlagartig geändert.⁵ Gleichwohl erfolgt die Auseinandersetzung mit der Konzeption von Prosumtion, wie Toffler sie entwickelt hat, auch heute noch selektiv.

Um einordnen zu können, wie der damalige Beitrag Tofflers für die aktuell laufende Debatte zu bewerten ist, bedarf es daher einer systematisch angelegten Wiederentdeckung. Aus diesem Grunde wird im folgenden eine Art Inhaltswiedergabe unternommen, die sich im Kern auf das 20. Kapitel von Tofflers Buch beschränkt. Im Anschluß geht es um den Versuch, die Spezifik von Prosumtion und das prosumistische Tätigkeitsprofil näher einzugrenzen. Schließlich wird noch kurz vorgestellt, welche Beiträge und Inhalte in diesem Buch vorkommen, das sich genau um eine solche Einordnung Tofflers in diese Debatte bemüht.

2 Die Architektur einer neuen Zivilisation

„A new civilization is emerging in our lives, and blind men everywhere are trying to suppress it. This new civilization brings with it new family styles; changed ways of working, loving, and living; a new economy; new political conflicts; and beyond all this an altered consciousness as well.“ (Toffler 1980: 9)

Das Buch „The Third Wave“ von Alvin Toffler, 1980 veröffentlicht, erhebt den Anspruch, die Architektur einer neuen Zivilisation zu skizzieren, soweit dies damals möglich war (vgl. Toffler 1980: 21 ff.). Als historischer Ausgangs- und Vergleichspunkt diente Toffler die allmähliche Verbreitung von Selbsthaftigkeit und Landwirtschaft vor etwa 10.000 Jahren, wie sie dann Schritt für Schritt in das

2008; Kleemann et al. 2008; Zwick 2008; Beckett/Nayak 2008; Fuchs 2009; Dijck 2009; Reichwald/Piller 2009; Bruhn/Stauss 2009a.

⁴ Vgl. Cassill/Leonas 1984; Kotler 1986a, 1986b; Hyman 1986; Kean/Levin 1989.

⁵ Vgl. Tapscott 1996; Michel 1997; Salzman 2000, Grün/Brunner 2002; Farris 2003; Euro RSCG 2003, 2004; Seckler 2004; Bandulet/Morasch 2005; Hamblen 2005; Kirsner 2005; Wilson 2005; Bloom 2006; Friebe/Ramge 2008; Kelly 2008; Quain 2008; Cisco 2008; Lim/Nekmat 2008; Konczal 2008; Hellmann 2009.

neolithische Zeitalter mündete. Diesen Verbreitungsvorgang umschrieb Toffler als eine erste Welle, die sich über viele bis dahin existierende Kulturen ergoß und sie unter sich begrub, um darauf ruhend neue zu errichten. Vor gut 300 Jahren, so Toffler, setzte dann eine zweite Welle ein, die Industrielle Revolution, die wiederum eine grundlegende Umwälzung mit sich brachte und ein neues Zeitalter einläutete, das seitdem vorherrscht.⁶ Im Laufe des 20. Jahrhunderts kam schließlich eine weitere Welle, die dritte ihrer Art, hinzu, die sich erneut anschiekt, so Toffler, nunmehr das industrielle Zeitalter hinwegzuspülen und damit eine neue, bislang noch namenlose Zivilisation zu etablieren.

Entscheidend ist in diesem Zusammenhang, daß „The Third Wave“ nicht bloß Trend-, sondern Gesellschaftsforschung betreibt, bis hin zu einer detaillierten Ausbuchstabierung der zukünftigen Gesellschaftsordnung. Dieser Umstand ist entscheidend, weil alles, was Toffler in diesem Buch unternimmt, verschiedenste Facetten dieser neuen Zivilisation zum Gegenstand hat – hierin nicht viel anders als „Utopia“ von Thomas Morus aus dem Jahre 1516.⁷ „Tearing our families apart, rocking our economy, paralyzing our political systems, shattering our values, the Third Wave affects everyone.“ (Toffler 1980: 10)

Bemerkenswert ist ferner, daß Tofflers Analyse sich auf subtile Art und Weise eines historischen Materialismus bedient, weil das Ökonomische, ohne dies klar herauszustellen, für ihn Hauptbeweggrund und zentrales Organisationsprinzip jeder Zivilisation darstellt, die durch diese Wellen Verbreitung und Vorherrschaft gefunden haben, sei es die Erste, Zweite oder Dritte Welle.⁸ Veränderungen im Ökonomischen besitzen für Toffler gewissermaßen eine besondere symptomatische Signalwirkung. Aus diesem Grunde schließt Toffler (1980: 11) seinen anfänglichen Panoramablick über verschiedenste Facetten dieser neuen Zivilisation auch mit den Worten:

„Above all, as we shall see, Third Wave civilisation begins to heal the historic breach between producer and consumer, giving rise to the ‚prosumer‘ economies of tomorrow. For this reason, among many, it could – with some intelligent help from us – turn out to be the first truly humane civilization in recorded history.“

⁶ Freilich setzte der Übergang von der Eigenfertigung zum Markterwerb nicht ebenso früh ein. Vielmehr dauerte es in Deutschland bis zum Beginn des 20. Jahrhunderts, daß ein Großteil der Haushalte die Eigenfertigung von Kleidung zugunsten des Markterwerbs völlig aufgab, vgl. Steiner 2003.

⁷ Vgl. Toffler (1980: 391): „As Third Wave civilization matures, we shall create not a utopian man or woman who towers over the people of the past, not a superhuman race of Goethes and Aristotles (or Genghis Khans or Hitlers) but merely, and proudly, one hopes, a race – and a civilization – that deserves to be called human.“

⁸ Toffler (1980: 286) nimmt darauf selbst kritisch Bezug. Wenn man jedoch vergegenwärtigt, daß er den Markt für das „grandest construction project of all history“ hält, vergleichbar „the building of the Egyptians pyramids, the Roman aqueducts, the Chinese wall, and the medieval cathedrals“, sind doch Zweifel angemeldet.

Denn was dieses „above all“ zum Vorschein bringt, ist die Kennzeichnung einer zentralen Konfliktlinie, um die es in „The Third Wave“ – nicht nur bezüglich des Wirtschaftssystems – fortwährend geht.⁹ Denn die Asymmetrie, wie sie im Rollenverhältnis von Produzent und Konsument exemplarisch zum Ausdruck kommt, besitzt für ihn gesellschaftsweite Geltung und stellte offenbar ein Hauptproblem damaliger Gesellschaftsordnung dar, dessen vollständige Auflösung uns die erste wahrlich menschliche Gesellschaft bescheren wird¹⁰ – der Tendenz nach dem Kommunistischen Manifest von 1848 nicht unähnlich. Außerdem könnte überlegt werden, ob der Prosument nicht geradezu den Prototyp dieser neuen Zivilisation repräsentiert, weil er diese vor Jahrhunderten gesetzte Ungleichheit durch und in sich aufhebt und dadurch (wieder) zurücknimmt – also keineswegs nur ökonomisch von Belang ist, sondern stellvertretend für diese neue Zivilisation insgesamt agiert.

2.1 *Der Aufstieg des Prosumenten*

Versucht man daraufhin, das von Toffler 1980 entwickelte Konzept des Prosumenten systematisch zu rekonstruieren, ergeben sich indes etliche Probleme. Geht man das entsprechende Kapitel „The Rise of the Prosumer“ zunächst abschnittsweise durch, zeigt sich etwa, daß die Bestimmung dieses Prototyp keineswegs einfach fällt. So erwähnt Toffler anfangs, daß die Bereitschaft zur Selbstdiagnose, Selbstmedikation und Selbstbehandlung stark zugenommen hat, nicht zuletzt deswegen, weil die Pharmaindustrie entsprechende Sach- und Dienstleistungen vermehrt zur Verfügung stellt.¹¹ Toffler (1980: 265) erkennt darin eine stetige Zunahme der physiologischen Selbst(vor)sorge: „Self care – the idea that people can and should be more medically self-reliant – is a fast rolling new bandwagon.“

Im nächsten Abschnitt „The Invisible Economy“ erläutert Toffler sein Welten-Modell, dem zufolge – im Zuge der Ersten Welle – Produktion durchweg zu einer Tätigkeit zum Zwecke der Selbstversorgung („production for self-use“) ge-

⁹ Dies gilt so natürlich nur für die Zweite Welle: „The cleavage between these two roles – producer and consumer – created at the same time a dual personality. The very same person who (as a producer) was taught by family, school, and boss to defer gratification, to be disciplined, controlled, restrained, obedient, to be a team player, was simultaneously taught (as a consumer) to seek instant gratification, to be hedonistic rather than calculating, to abandon discipline, to pursue individualistic pleasure – in short, to be a full tally different kind of person.“ (Toffler 1980: 42) Als Referenz für diese „cleavage“ diene vermutlich die Schrift „The Cultural Contradictions of Capitalism“ von Daniel Bell (1976).

¹⁰ Toffler (1980: 391) benutzt hier häufig das Wort „balance“, als Antwort auf das bisherige Ungleichgewicht: „Above all, they seem likely to crave balance in their lives – balance between work and play, between production and prosumption, between headwork and handwork, between the abstract and the concrete, between objectivity and subjectivity.“

¹¹ Vgl. hierzu auch die deutlich ausführlichere Darstellung bei Toffler/Toffler (2006: 160 ff.).

worden sei. Jeder Produzent ist demnach immer auch der Konsument der eigenen Produkte gewesen. Die beiden Seiten dieser Unterscheidung kamen also immer in Personalunion zur Anwendung, weshalb es nahelag, aufgrund dieser personenbezogenen Verzahnung der beiden Tätigkeitsprofile *Produzent* („producer“) und *Konsument* („consumer“) den Neologismus *Prosument* („prosumer“) zu prägen, der genau diesem Umstand Rechnung tragen sollte.

Mit der Zweiten Welle, der Industriellen Revolution, traten diese beiden, bis dahin vorwiegend ungeschiedenen Tätigkeitsprofile dann weit auseinander. Plötzlich tat sich ein riesiges Tätigkeitsfeld auf, das nur noch mit der „production for exchange“ zu tun hatte, also der Produktion von Sach- und Dienstleistungen für einen Massenmarkt, während der Bereich der „production for use“ fast zur Bedeutungslosigkeit herabsank. Zwar gab es auch in der vorindustriellen Wirtschaftsordnung Märkte – die wiederum fielen jedoch dort kaum ins Gewicht (vgl. Toffler 1980: 286).

Angesichts dieser Relevanzverschiebung unterscheidet Toffler dann zwei Sektoren: Während der Sektor A jene Tätigkeiten umfaßt, die sich allesamt als „production for use“ qualifizieren lassen, steht der Sektor B für sämtliche Tätigkeiten, die mit der „production for exchange“ zu tun haben.¹² Dabei wurde mit Wirtschaft häufig nur noch das verbunden, was den Sektor B betraf, dem gegenüber der Sektor A fast jede Beachtung und Sichtbarkeit einbüßte.¹³

„This meant, for example, that all the unpaid work done by women in the home, all the cleaning, scrubbing, child-rearing, the community organization, was contemptuously dismissed as ‚non-economic‘, even though Sector B – the visible economy – could not have existed without the goods and services produced in Sector A – the invisible economy.“ (Toffler 1980: 267)

Dabei ist „unpaid work“, die im Sektor A verrichtet wird, für die Funktionsfähigkeit des Sektors B unentbehrlich, insbesondere was Erziehungs- und Hausarbeit angeht.¹⁴

¹² Vgl. Toffler (1980: 38f.) bezüglich beider Sektoren im vorindustriellen Zeitalter: „In Sector A, people produced for their own. In Sector B, they produced for trade or exchange. Sector A was huge; Sector B was tiny. For most people, therefore, production and consumption were fused into a single life-giving function. So complete was this unity that the Greeks, the Romans, and the medieval Europeans did not distinguish between the two. They lacked even a word for consumer.“

¹³ Vgl. Toffler (1980: 267): „The very word ‚economy‘ was defined to exclude all forms of work or production not intended for the market, and the prosumer became invisible.“

¹⁴ Vgl. Toffler (1980: 267): „Can anyone imagine a functional economy, let alone a highly productive one, without workers who, as children, have been toilet trained, taught to speak, and socialized into the culture?“ Vgl. hierzu auch Toffler/Toffler (2006: 155): „This explains why the money economy depends so completely on the most elemental form of prosuming in society: Parenting. Parents (or their

An diesem Punkt lenkt Toffler plötzlich auf eine neuere Entwicklung über, die auf eine Wiedervereinigung der durch die Zweite Welle getrennten Tätigkeitsprofile des Produzenten und des Konsumenten hinweist, weil vermehrt Tätigkeiten aus dem Sektor B in Richtung Sektor A abwandern, eine Entwicklung, die Toffler schon hier zu der Überlegung führt, ob dadurch nicht der Markt als Institution eine grundlegende Transformation durchmachen wird.

Im nächsten Abschnitt „Overeaters and Widows“ befaßt sich Toffler mit dem rasant größer werdenden Phänomen der Selbsthilfebewegung („self-help movement“), die sich in allen Bereichen ausbreite, ob „psychological, medical, social, or sexual.“ (Toffler 1980: 268) Hierzu führt Toffler zahlreiche Beispiele an, keineswegs nur aus den Vereinigten Staaten, verbunden mit dem Hinweis, daß die Existenz von Selbsthilfegruppen als solche zwar keineswegs neu sei, ihre Ausbreitungsgeschwindigkeit und ihr Verbreitungsgrad freilich schon. Anschließend kommt er kurz auf die Motivlagen zu sprechen, die dem Aktivismus solcher Selbsthilfegruppen zugrunde liegen. Hier spricht er von Vorbehalten gegenüber Experten, von der Bereitschaft, eigene Lebenserfahrung auch anderen zugute kommen zu lassen, von Unterstützungsleistungen für Menschen in Not im allgemeinen, von Lobbying und politischen Aktivitäten bis hin zu solchen mit „quasi-religious character.“ (Toffler 1980: 269) Darüber hinaus verändern auch die professionellen Leistungsträger, ob „psychologists, social workers, or doctors“, ihr Professionsverständnis dahingehend, daß sie nicht mehr bloß als besserwissende Experten auftreten, sondern als „listener, teacher, and guide who works with the patient or client.“ (ebd.) Toffler sieht in dieser Selbsthilfebewegung etwas, was die gesamte „sociosphere“ verändern wird. Vor allem aber drückt sich darin aus, was Toffler (1980: 267) zuvor schon „the progressive blurring of the line that separates producer from consumer“ nannte: „But whatever their significance for social organization, they represent a basic shift from passive consumer to active prosumer, and they thus hold economic meaning as well.“ (Toffler 1980: 269)

Im nächsten Abschnitt „The Do-It-Yourselfers“ geht es um Tätigkeitsprofile, die nicht mehr auf „self-care“ oder „self-help“, die beide in den Bereich soziale Probleme fallen, sondern auf ganz praktische Alltagsprobleme bezogen sind. So verweist Tofflers erstes Beispiel auf die Übernahme gewisser Aufgaben, die früher durch den „operator“ erbracht wurden, zur Durchführung von Ferntelefonaten durch die Kunden. Das anschließende Beispiel hat die Selbstbedienung beim Tanken zum Inhalt, die im Laufe der 1970er Jahre fortlaufend weiter um sich griff. Auch hier räumt Toffler (1980: 270) ein: „Getting the customer to do part of the job – known to economists as ‚externalizing labor costs‘ – is scarcely new. That’s what self-service supermarkets are all about.“ Das Ausmaß jedoch, in dem

surrogates) have always been the primary agents of socialization and acculturation, preparing each new generation to fit into the existing social order and its economy.“

dies hier geschieht, schon.¹⁵ Dabei wird diese Entwicklung ganz unterschiedlich wahrgenommen; manche mögen Selbstbedienung, andere lehnen sie strikt ab. Bemerkenswert ist jedenfalls, daß die Konsumenten zwischen Selbstbedienung und Preisnachlaß eine feste Verbindung sehen: „the customer pays a bit less but works a bit harder“, mit der Konsequenz „shifting work to the consumer.“ (ebd.)

Im weiteren Verlauf schildert Toffler dann den Fall, daß ein Kunde seinen Kühlschrank unter Zuhilfenahme einer kostenlosen Hotline des Herstellers weitgehend selbständig reparieren konnte. Hier nun betreten wir tatsächlich den „do it yourself“-Bereich, zu dem Toffler, nachdem er sich kurz noch über die damals relativ neue Call-Center-Technologie ausläßt, dann ausführt:

„What we see is a pattern that cuts across many industries – increasing externalization, increasing involvement of the consumer in tasks once for her or him by others – and once again, therefore, a transfer of activity from Sector B of the economy to Sector A, from the exchange sector to the presumption sector.“ (Toffler 1980: 271)

Auch hier gesteht Toffler sofort zu, daß Heimarbeit und Eigenarbeit in dieser Form prinzipiell nichts Neues seien. Nur die Größenordnung des „do it yourself“-Bereichs, ob an den Absatzzahlen der Heimwerkermärkte, Auftragsproblemen der Handwerksgewerke oder Heimarbeitszeitvolumina gemessen, wäre im Laufe der letzten Jahre enorm gewachsen. Beiläufig erwähnt Toffler dann, daß als Motiv für die Aufwertung dieses Tätigkeitsprofils möglicherweise auch der Stolz auf Selbst-Geleistetes gelten könnte,¹⁶ um dann jedoch ein hartes ökonomisches Kriterium, „the law of relative inefficiency“, ins Feld zu führen, dem zufolge die Kosten für die Beauftragung entsprechender Dienstleistungen im Vergleich zum Kauf erforderlicher Sachleistungen, um die Aufgabe selbst zu erledigen, aufgrund der Massenfertigung fortlaufend steigen würden, weshalb es auch ökonomisch rational sei, vermehrt „do it yourself“ zu machen.

„In short, even without inflation, the Law of Relative Inefficiency would make it increasingly ‚profitable‘ for people to produce for their own consumption, thus transferring further activity from Sector B to Sector A of the economy, from exchange production to presumption.“ (Toffler 1980: 273)

¹⁵ Vgl. hierzu auch Toffler/Toffler 2006: 168 ff.

¹⁶ An anderer Stelle führt Toffler (1980: 388) Prosumtion als ein Mittel gegen (zu viel) Entfremdung an. Darüber hinaus nennt Toffler (1980: 272 f.) noch weitere Ursachen gesamtgesellschaftlicher Art: „Inflation. The difficulty of getting a carpenter or plumber. Shoddy work. Expanded leisure.“ Und später dann: „The rise of the prosumer, powered by the soaring cost of many paid services, by the breakdown of Second Wave service bureaucracies, by the availability of Third Wave technologies, by the problems of structural unemployment, and by many other converging factors, leads to new work-styles and life arrangements.“ (Toffler 1980: 276)

Der nächste Abschnitt „Outsiders and Insiders“ betritt dann neuen Boden, insofern es jetzt nicht mehr nur um Dienst-, sondern auch Sachleistungen geht. Denn hier gilt nicht minder: „the consumer is increasingly being drawn into the production process.“ (Toffler 1980: 273) Dies kann schon beim Design bestimmter Sachleistungen der Fall sein, und dies „even paid“, findet seine verbreitete Anwendung aber erst bei dem Versuch, den Konsumenten nach Jahren der Versorgung mit hochstandardisierten Konsumgütern vermehrt individualisierte Sach- und Dienstleistungen anzubieten, um dadurch der zunehmenden Knappheit der Kunden, die sich auf immer mehr Anbieter qualitätsgleicher Produkte verteilen, entgegenzuwirken. Unterstützt wird dieser Trend durch neue Technologien, die es erlauben, daß die Konsumenten sich aktiv in den Produktionsprozeß mit einbringen, bis hin zu der Möglichkeit, daß sie die Produktgestaltung und Ingangsetzung des Produktionsprozesses in die eigene Hand nehmen, wodurch der Konsument „will become as much a part of the production process as the denim-clad assembly-line worker was in the world now dying.“ (Toffler 1980: 274) Und bezogen auf den Prototyp der Dritten Welle heißt es bei Toffler (1980: 275): „In this system the prosumer, who dominated in First Wave societies, is brought back into the center of economic action – but on the Third Wave, high-technology basis.“

Damit endet zunächst Tofflers Inspektion mehrerer Tätigkeitsprofile, die allesamt für den Wiederaufstieg des Prosumenten stehen. „In short, whether we look at self-help movements, do-it-yourself trends, or new production technologies, we find the same shift toward a much closer involvement of the consumer in production.“ (Toffler 1980: 275) Was Toffler anschließend thematisiert, richtet sich mehr auf die wirtschaftsspezifischen Folgen dieser Veränderung.

So befaßt sich Toffler anfangs des nächsten Abschnitts „Prosumer Life-Styles“ mit der Bedeutung des Marktes, den er kurzerhand als „exchange network“ umschreibt. Die Entstehung eines Marktes setze dabei die Trennung der Tätigkeitsprofile von Produzenten und Konsumenten voraus: Markt „is a direct, inescapable consequence of the divorce of producer from consumer. Wherever this divorce arises the market arises.“ (Toffler 1980: 276) Umgekehrt steht damit der Fortbestand eines Marktes immer dort auf der Kippe, wo diese Trennung wieder aufgehoben wird. „The rise of prosumption today, therefore, begins to change the role of the market in our lives. ... For prosuming involves the ‚de-marketization‘ of at least certain activities and therefore a sharply altered role for the market in society.“ (ebd.) Dies geht sogar soweit, daß Toffler von „de-marketization“ spricht, die im Zuge dieser Entwicklung eintreten könnte. Zwar würde diese Entwicklung Märkte nicht völlig zum Verschwinden bringen, jedoch ihre Vorherrschaft in Frage stellen.

Wenn nun das Ausmaß an Prosumtion stetig wächst, der Sektor A damit größer wird, der Sektor B kleiner, weil Toffler diesbezüglich von einem Nullsummenspiel auszugehen scheint, wird auch der Anteil bezahlter Arbeitszeit kleiner, wodurch der

Anteil der Nicht-Arbeitszeit wiederum steigt. Hier jedoch macht Toffler deutlich, daß der Anteil reiner Freizeit, d. h. von schlicht untätig verbrachter Zeit, damit nicht einfach wächst. Vielmehr geht es um die Frage, wo gearbeitet wird: im Sektor B oder Sektor A. „The question is not work versus leisure, but paid work for Sector B versus unpaid, self-directed, and self-monitored work for Sector A.“ (Toffler 1980: 277) Durchaus folgenreich ist diese Veränderung, betrachtet man das „Problem“ Arbeitslosigkeit, weil ohne bezahlte Beschäftigung zu sein trotzdem bedeuten kann, viel zu arbeiten, und zwar im Sinne von Prosumtion. Folgenreich ist ein solcher Perspektivenwechsel, weil damit das Schicksal von Arbeitslosigkeit – auch unter dem Gesichtspunkt des Bruttosozialprodukts – in einem ganz anderen Licht erscheint. Toffler (1980: 280) wendet sich diesem Gesichtspunkt im folgenden Abschnitt zu.

Der nächste Abschnitt „Third Wave Economics“ unternimmt den Versuch, Grundzüge einer Wirtschaftstheorie zu skizzieren, für die die Sektoren A und B ein ausgeglichenes Verhältnis zueinander einnehmen. Denn unter dieser Voraussetzung könnte es endlich gelingen, das Wirtschaftssystem „wholistic“ (Toffler 1980: 280) zu betrachten und nicht bloß auf den Sektor B, den Markt, fixiert zu sein. Ferner könnte überlegt werden, wie damit umzugehen ist, daß gewisse Kosten des Sektors B, wie „high rates of alcoholism, absenteeism, nervous breakdowns, high mental disorder in the work forces“ (Toffler 1980: 281), oftmals durch den Sektor A kompensiert werden müssen. Oder es wird endlich anerkannt, in welchem Maße der Sektor A eine notwendige Voraussetzung für die Funktionsfähigkeit des Sektor B darstellt.¹⁷ „The efficiency of prosumption thus affects the efficiency of production.“ (ebd.) Toffler führt dies insbesondere für all „these character traits, attitudes, values, skills, and motivations necessary for high productivity in Sector B, the exchange sector“ (ebd.) auf, die überwiegend im Sektor A prosumiert, und wenn es ausschließlich um die Verwendbarkeit im Sektor B geht, dort sogar produziert und im Sektor B konsumiert werden. Ist es dann nicht angebracht, über die Bezahlung („income“) dieser Leistung nachzudenken? Und „are not prosumers also ‚working‘, even if they are not part of the market or are only partially in it?“ (Toffler 1980: 282)

Der letzte Abschnitt „The end of marketization“ nimmt nochmals die zuvor schon angestellte Überlegung auf, was passieren würde, wenn der Markt seine dominante Stellung im Wirtschaftssystem verlieren sollte. Toffler rekonstruiert hierzu die weltweite Verbreitung von Märkten, die immer mehr Populationen, Kulturen, Nationen in sich einbezog. „Few populations still remain to be brought into the market.“ (Toffler 1980: 285) Mit dem Aufstieg des Prosumenten ist dieser

¹⁷ Vgl. Toffler/Toffler (2006: 153): „Prosumer output is the subsidy on which the entire money system depends. Producing and prosuming are inseparable.“

Prozeß zu einem Ende gekommen, so Toffler. Ein Grund dafür liegt darin, daß die Kosten dieses Systems inzwischen zu teuer geworden sind. Aufwand und Ertrag befinden sich sozusagen im Ungleichgewicht (vgl. Toffler 1980: 285). Sollte der Expansionsdrang dieses Weltsystems der Märkte nun allmählich an eine Grenze des Wachstums gelangen, hätte dies Auswirkungen für jeden einzelnen. Denn dieses System hat uns systematisch dazu erzogen, primär vom Markt her zu denken. „Marketization thus shaped the thoughts and values, as well as the actions, of billions and set the tone of Second Wave civilization.“ (Toffler 1980: 286) Dementsprechend aufwendig dürfte es sein, der „trans-market‘ civilization“, wie Toffler (1980: 287) die zukünftige Gesellschaftsordnung am Schluß eher negativ kennzeichnet, Schritt für Schritt zur Wirklichkeit zu verhelfen. Zuletzt macht Toffler (1980: 287 f.) nochmals deutlich, daß die Leitidee des Prosumenten keineswegs nur wirtschaftlich, sondern gesamtgesellschaftlich relevant ist:

„What is at stake today is more than capitalism or socialism, more than energy, food, population, capital, raw material, or jobs; what is at stake is the role of the market in our lives and the future of civilization itself. – This, at its core, is what the rise of the prosumer is about.“

2.2 *Der flexible Prosument*

Will man das Tätigkeitsprofil des Tofflerschen Prosumenten nun genauer eingrenzen, ergeben sich systematische Schwierigkeiten. Denn was haben „self-help movements, do-it-yourself trends, or new production technologies“ gemeinsam, um als Beispielfälle für Prosumtion fungieren zu können? Während bei DIY-Tätigkeiten, Selbstbedienung und der aktiven Einbindung von Konsumenten in den Produktionsprozeß ein ökonomischer Bezug mehr oder weniger stark gegeben sein dürfte, fällt dies bei vielen Selbsthilfebewegungen ungleich schwerer. Wie verhält es sich etwa mit „Smokers, stutterers, suicide-prone people, gamblers, victims of throat disease, parents of twins, overeaters, and other such groupings“ (Toffler 1980: 274): Was haben diese Initiativen mit Prosumtion zu tun? Ist das ökonomisch relevant? Oder ist ökonomische Relevanz hierfür kein erforderliches Kriterium mehr? Es empfiehlt sich, an diesem Punkt nochmals auf die verstreuten Bestimmungen Tofflers zurückzukommen.

Das Gravitationszentrum des Tofflerschen Prosumentenkonzepts dürfte die Formulierung „production for self-use“ treffen: In dem Moment, wo jemand etwas für sich selbst herstellt, betätigt er/sie sich als Prosument/in („people consume

what they themselves produce“).¹⁸ Kauft jemand die jeweilige Sach- oder Dienstleistung hingegen, ohne einen eigenen, aktiven, mitarbeitenden Beitrag zu leisten, agiert er/sie bloß als Konsument/in. Und produziert jemand etwas, ohne dafür eigene, primäre Verwendung zu haben, handelt er/sie als Produzent/in. So scheint die Differenzierung zu funktionieren. Dabei ist die Annahme, „the progressive blurring of the line that separates producer from consumer“ führe zum (Wieder-)Aufstieg des Prosumenten, sicher nicht bloß so zu verstehen, daß erst, wenn ein konkreter Produzent an sich selbst erfährt, daß sich ein Konsument aktiv einbringt, der entsprechende Konsument zum Prosumenten wird. Vielmehr ist damit gemeint: Wann immer ein Konsument etwas für sich produziert – ob ein Produzent oder andere Konsumenten daran beteiligt sind oder nicht, ist einerlei –, verwandelt er/sie sich in einen Prosumenten. Worum es bei Prosumtion somit ankommt, ist die Herstellung einer bestimmten Sach- oder Dienstleistung zum Zwecke der nichtexklusiven Eigennutzung – nicht-exklusiv deshalb, weil von Toffler ja keineswegs ausgeschlossen wurde, daß gewisse Prosumtionseffekte auch anderen zugute kommen können (vgl. Toffler 2006: 176 f.).

Keht man daraufhin zu den Selbsthilfegruppen zurück, könnte gesagt werden: Alle diese Gruppen setzen sich dafür ein, sich selbst zu helfen. Und auch diese Selbsthilfe muß, um wirken zu können – ob über Sach- oder Dienstleistungen – systematisch hergestellt werden. Daß solche Hilfeleistungen möglicherweise am Markt erhältlich sind, spielt dafür keine entscheidende Rolle. Denn auch ohne, daß der Markt entsprechende Angebote, die man zur Abhilfe der Not erwerben könnte, vorhält, stellt die Eigenleistung einer solchen Selbsthilfebewegung, wenn sie denn funktioniert, Prosumtion dar („people consume what they themselves produce“). Der Faktor „Geld“, d. h. die Bedingung, daß als Prosumtion nur gilt, was auch marktförmig oder wenigstens doch marktfähig ist, so daß es regulär erworben werden kann, zählt damit nicht. Unabhängig davon, was der Markt hergibt oder nicht, dürfte die Herstellung einer bestimmten Sach- oder Dienstleistung zum Zwecke der nichtexklusiven Eigennutzung das zentrale Kriterium darstellen.¹⁹

Ist aber alles, was jemand tut, damit schon Prosumtion, sofern es für diese Person nur irgendeinen Nutzen erfüllt? Wie verhält es sich mit den unterschied-

¹⁸ Vgl. Toffler/Toffler (2006: 153): „In *The Third Wave* (1980), we therefore invented the word prosumer for those of us who create goods, services or experiences for our own use or satisfaction, rather than for sale or exchange. When, as individuals or groups, we both produce and consume our own output, we are ‚prosuming‘.“

¹⁹ Insofern führt die häufige Erwähnung, daß es sich bei Prosumtion um „unpaid work“ handelt, für die Bestimmung von Prosumtion in die Irre, weil der Aspekt „Bezahlung“ seine Bedeutung hier nur daraus gewinnt, daß als Arbeit in der Industriegesellschaft lange Zeit nur „paid work“ anerkannt wurde (vgl. Ostner 1982) – ganz ähnlich wie bei der nicht minder fragwürdigen, noch von Adam Smith herstammenden Unterscheidung zwischen produktiver, d. h. bezahlter, und unproduktiver, d. h. unbezahlter Arbeit, vgl. Braverman 1977: 311 ff.

lichen Aktivitätsgraden von Konsumenten? Man denke etwa an Sport: fernsehen, im Stadion schauen, selber spielen oder aktives Vereinsmitglied sein. Ab wann beginnt hier Prosumtion? Und könnte selbst Nichtstun Prosumtion sein, sofern es nur irgendeinen Eigennutzen erfüllt? Etwa Faulsein-in-der-Hängematte? Wohl kaum.

Eine weitere Unklarheit besteht darin, daß Toffler Prosumtion als „unpaid, self-directed, and self-monitored work for Sector A“ bezeichnet hat. Hier ist zu fragen, warum Prosumtion, die bezahlt wird, keine Prosumtion sein sollte? Immerhin gestand Toffler (1980: 273) im Falle der Designberatung selbst zu, daß es sich („even paid“) um Prosumtion handelt.²⁰ Und wie steht es mit dem Zusatz „self-directed“? Ist nur Prosumtion, was auf reine Selbstbestimmung zurückgeht? Wie aber sind dann Selbstbedienung, Online-Banking oder die Suche nach einer geeigneten Selbsthilfegruppe, weil man sich eine ordentliche therapeutische Behandlung nicht leisten kann, einzuschätzen? Nur weil ungünstige Rahmenbedingungen die Auswahl verfügbarer Alternativen einschränken, handelt es sich doch noch nicht gleich um Fremdbestimmung. Und was das Argument der Externalisierung von Arbeitskosten betrifft, stellt dies aus Sicht der Unternehmen sicher ein sehr ernst zu nehmendes Handlungsmotiv dar.²¹ Nur nimmt diese Motivlage in keiner Art und Weise vorweg, wie es einem Prosumenten damit ergeht. Schließlich bleibt noch die Formulierung „self-monitored work“: Gemeint ist damit wohl, daß die Prosumtion nicht bloß selbstbestimmt, sondern auch selbstkontrolliert abläuft. Doch dies gilt nicht nur für jede Form von Konsumtion, sondern auch für einen Großteil bezahlter Arbeit, weil fortlaufende Kontrolle im Detail durch Vorgesetzte kaum möglich, wenn nicht verboten ist. Zudem wird „self-monitored work“ in den Unternehmen nicht nur verstärkt nachgefragt, sondern sogar angeboten (vgl. Boltanski/Chiapello 2006).

Schließlich bleibt uneindeutig, was alles als „production for self-use“, mithin Prosumtion gilt. So gibt es den reinen Fall von Prosumtion, wo ausschließlich im Sektor A, ohne jeden Bezug auf Sektor B, produziert wird; hier wäre etwa an die von Toffler so betonte Erziehungsarbeit oder die Selbsthilfegruppen zu denken. Dann gibt es Prosumtion, die zumeist nur stattfinden kann, wenn zuvor bestimmte Sach- oder Dienstleistungen aus Sektor B erworben werden; dies ist typisch bei „do it yourself“-Tätigkeiten der Fall. Schließlich gibt es Prosumtion, die überwiegend im Sektor B stattfindet, also all das, wo es bei Toffler (1980) heißt: „replacing the producer“ (270), „do part of the job“ (ebd.), „shifting work to the consumer“ (ebd.), „the consumer is increasingly being drawn into the production

²⁰ Der Aspekt der Zahlungslosigkeit beim Prosumieren, der 1980 noch etwas diffus blieb, wird von Toffler/Toffler (2006: 152) sehr klar herausgestellt: „It is the non-money Prosumer Economy.“ Und es heißt jetzt auch klar: Prosumer Economy, 1980 war zumeist nur vom Sektor A die Rede.

²¹ Vgl. Bruhn/Stauss (2009b: 7): „Die Ziele einer aktiven Gestaltung der Kundenintegration in Leistungsprozesse richten sich unmittelbar auf Kostensenkung und Qualitätsverbesserung.“

process“ (273), „the customer’s involvement in the production process“ (273 f.), „part of the production process“ (274), „much closer involvement of the consumer in production“ (275), „drawn back into the production process“ (279 f.) und „the reintegration of the consumer into production“ (281).²² Denn es ist ja nicht von der Hand zu weisen, daß gravierende Unterschiede bestehen, ob Prosumtion nur in Sektor A, an der Schnittstelle der Sektoren A und B, im Sinne eines kleinen Grenzverkehrs, oder nur in Sektor B stattfindet. Insofern hätte es hier wenigstens einer qualitativen oder sektorenspezifischen Differenzierung bedurft, die Toffler 1980 aber nicht vornahm. Und ebenso bleibt unbefriedigend, wenn Toffler (1980: 283) von „active participation of the patient“ spricht, wie dies auch bei der „self-care movement“ angelegt ist, und damit den Eindruck erweckt, Aktivität wäre per se ein Qualifikationsmerkmal für Prosumtion, was mitnichten der Fall ist – hier sei nochmals erinnert an die Unterschiede zwischen Sport fernsehen, im Stadion schauen, selber spielen oder aktives Vereinsmitglied sein.

2.3 Zwischenfazit

Offensichtlich ist es nicht ganz einfach, eine klare Bestimmung dessen vorzunehmen, was Toffler mit Prosumtion gemeint hat. Toffler selbst gibt zur Klärung dieser Frage selbst keine eindeutigen Kriterien vor. Einerseits nennt er viele unterschiedliche Beispiele, andererseits nur sehr wenige konkrete Bedingungen. Entscheidend dürfte sein, angesichts des Hauptmerkmals „production for self-use“, wie streng man den Aspekt der Arbeit, Produktivität, Wertschöpfung auf seine Brauchbarkeit hin prüft. Ausgehend davon hätte man es dann quasi mit Mischformen, Sonderfällen, Variationen zu tun, bei denen entweder das Ausmaß an (Mit-)Arbeit schwankt, die Verortung zwischen Sektor A und Sektor B wechselt oder die Frage der (Nicht-)Bezahlung bzw. Honorierung mal mehr, mal weniger wichtig ist. Darüber hinaus dürfte auch eine klare Abgrenzung zum aktiven Konsumenten nicht unerheblich sein.

Da sich eine Klärung dieser Frage aus Toffler selbst heraus nicht ohne weiteres ergibt, soll im nächsten Abschnitt eine systematische Verortung des Prosumenten und seines Tätigkeitsprofils, wie es hier als Prosumtion bezeichnet wird, vorbereitet werden. Zu diesem Zwecke wird zunächst die Publikumsrolle des Konsumenten klarer konturiert, sodann die Leistungsrolle des Produzenten unter dem Aspekt der Arbeit, Produktivität, Wertschöpfung betrachtet.

²² Wenn man sich freilich die Aufzählung von Beispielen anschaut, wie sie Toffler/Toffler (2006: 154 f.) aufführen, erweckt das den Eindruck, Prosumtion sei primär die Ausübung eines Ehrenamts, hier hätten wir es mit Prosumtion in Reinkultur zu tun, der gegenüber Prosumtion im Sektor B eine minderwertige Form darstelle.