

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

Prosumer Revisited

Zur Aktualität einer Debatte

ARBEIT GRENZEN POLITIK HANDLUNG METHODEN GEWALT SPRACHE WISSEN
SCHAFT DISKURS SCHICHT MOBILITÄT SYSTEM INDIVIDUUM KONTROLLE
ZEIT ELITE KOMMUNIKATION WIRTSCHAFT GERECHTIGKEIT STADT WERTE
RISIKO ERZIEHUNG GESELLSCHAFT RELIGION UMWELT SOZIALISATION
RATIONALITÄT VERANTWORTUNG MACHT PROZESS LEBENSSTIL DELIN
QUENZ KUNST UNGLEICHHEIT ORGANISATION NORMEN REGULIERUNG
IDENTITÄT HERRSCHAFT VERGLEICH SOZIALSTRUKTUR BIOGRAFIE KRITIK
WISSEN MASSENEDIEN EXKLUSION GENERATION THEORIE HIERARCHIE
GESUNDHEIT NETZWERK LEBENS LAUF KONSUM FREIHEIT BETEILIGUNG
GEMEINSCHAFT INFORMATION WANDEL DIFFERENZ WOHLEHNSSTADT
ETHNIE BERUF RITUAL KÖRPER MODERNISIERUNG GESCHLECHT DEMOKRA
TIE EVOLUTION INTEGRATION KAPITAL REALITÄT KRIEG BILDUNG ALLTAG
KULTUR VERTRAUEN LIEBE WERBUNG GLOBALISIERUNG BEOBACHTUNG
RECHT EXTREMISMUS STATISTIK INTERAKTION KRIMINALITÄT ZUKUNFT

KONSUMSOZIOLOGIE UND MASSENKULTUR



VS VERLAG FÜR SOZIALWISSENSCHAFTEN

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 Prosumption 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.).