

Call for Papers

Prosumer Revisited: Zur Aktualität der Prosumer-Debatte Forschungsstand und -perspektiven

Ort: Johann Wolfgang Goethe-Universität Frankfurt/M.
Zeit: 26./27. März 2009

Organisation:
Prof. Dr. Birgit Blättel-Mink, Frankfurt/M.
PD Dr. Kai-Uwe Hellmann, Berlin

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

Indes hat diese Entwicklung nicht erst mit der Internetökonomie eingesetzt. Vielmehr können wir schon viel früher beobachten, dass KonsumentInnen und KundInnen 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 oder die Kundin sich aktiv einbringt und als ausreichend kollaborativ sowie kompetent erweist, 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 seit längerem schon mit dem Begriff des Prosumers in Verbindung gebracht, den Alvin Toffler 1980 in „The Third Wave“ geprägt hat. Zwar verstand Toffler den Prosumer-Begriff damals mehr in der Hinsicht, dass KonsumentInnen Sach- und Dienstleistungen nicht bloß erwerben, sondern solche auch aktiv produzieren, etwa im Sinne von Hausarbeit, wie in vormodernen Zeiten der Subsidiarität. Inzwischen jedoch hat sich der Prosumer-Begriff auch für Formen der direkten Kollaboration zwischen Unternehmen und KundInnen eingebürgert, die mit Konzepten von Co-Design oder Co-ProduzentInnentum gefasst werden. Seit Ende der 1990er Jahre hat sich hierzu eine rasant wachsende Forschungs- und Publikationsaktivität entfaltet.

Auf diese Forschungs- und Publikationsaktivität einerseits, aber auch auf die diesbezügliche Entwicklung in den verschiedensten Märkten andererseits soll die Tagung „Prosumer Revisited: Zur Aktualität der Prosumer-Debatte“ Bezug nehmen. Ausgehend vom ursprünglichen Verständnis der Prosumer-Figur bei Toffler soll versucht werden, den heutigen Stand der Entwicklung und Forschung zum Phänomen des Prosuming umfassend aufzuarbeiten und aktuell zu erheben, einschließlich eines Ausblicks auf zukünftige Perspektiven, Tendenzen und Trends.

Angesprochen und eingeladen sind unterschiedliche Disziplinen, nicht nur die Soziologie, sondern auch die Betriebswirtschaftslehre, die Informatik, die Volkskunde, die Geschichte etc., sowie gleichermaßen Vertreter aus der Wissenschaft wie der Praxis. Tagungssprache wird voraussichtlich Englisch sein.

Abstracts von nicht mehr als zwei Seiten können bis zum 31. Oktober bei Prof. Blättel-Mink (b.blaettel-mink@soz.uni-frankfurt.de) oder Dr. Hellmann (kai-uwe.hellmann@gmx.de) eingereicht werden. Die Auswahl erfolgt dann bis Ende November.

Die Tagung wird von eBay Deutschland gefördert.