

Tagung an der Goethe-Universität Frankfurt/Main, 26./27. März 2009
„Prosumer Revisited. Zur Aktualität der Prosumer-Debatte“

Warum prosumieren die Proumenten?

Markt- und konsumsoziologische Überlegungen

Patrick Linnebach

Struktur

- I. Die Begriffe *Markt* und *Prosuming*
- II. Das Qualitätsproblem
- III. Das Vertrauensproblem
- IV. Symbolisierung von Märkten
- V. „Nächste Wirtschaft“
- VI. Warum prosumieren die Proumenten?

I. Die Begriffe *Markt* und *Prosuming*

„Markets are tangible cliques of producers observing each other. Pressure from the buyer side creates a mirror in which producers see themselves, not consumers.“

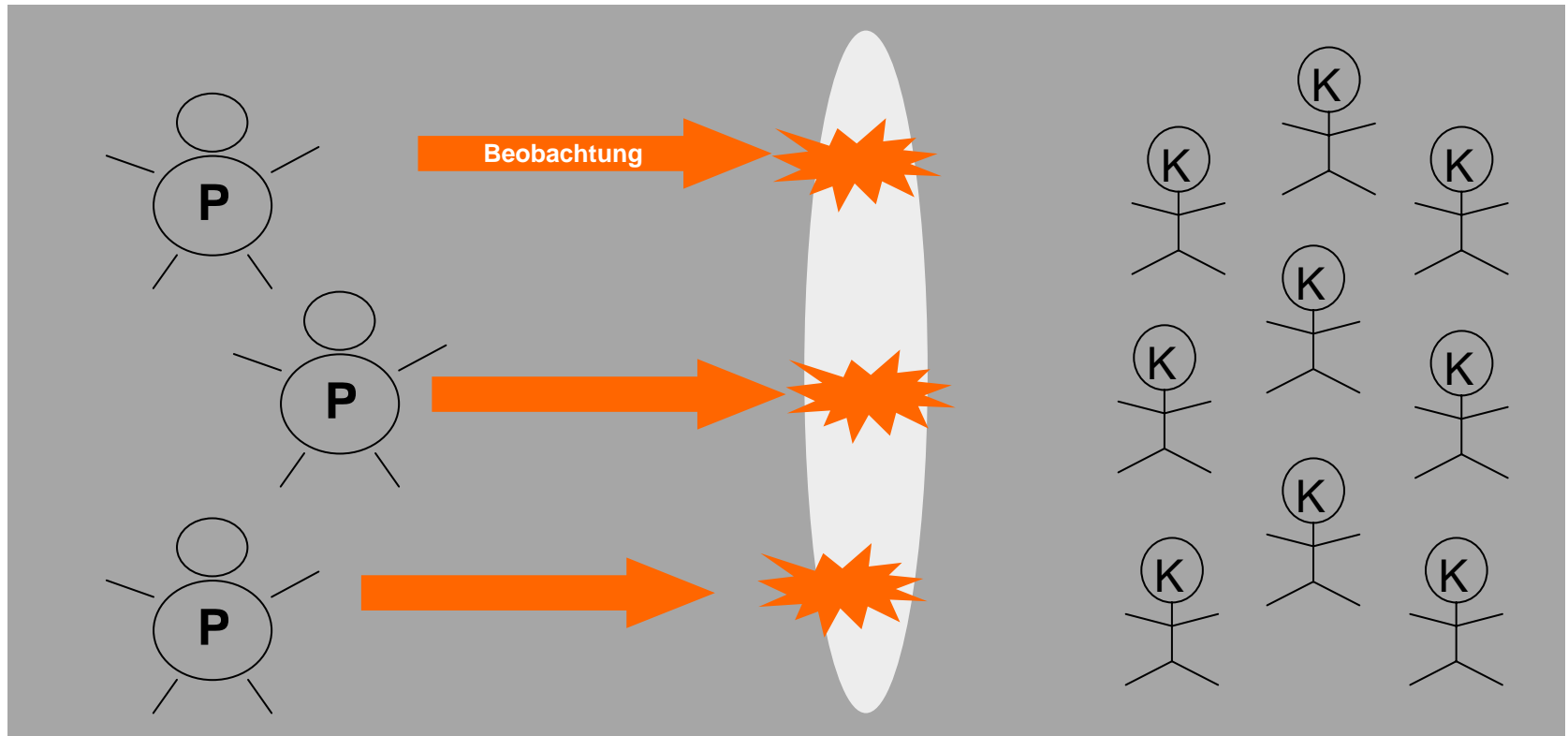
Harrison White (1981), *Where Do Markets Come From?*, S. 543f.

I. Die Begriffe *Markt* und *Prosuming*

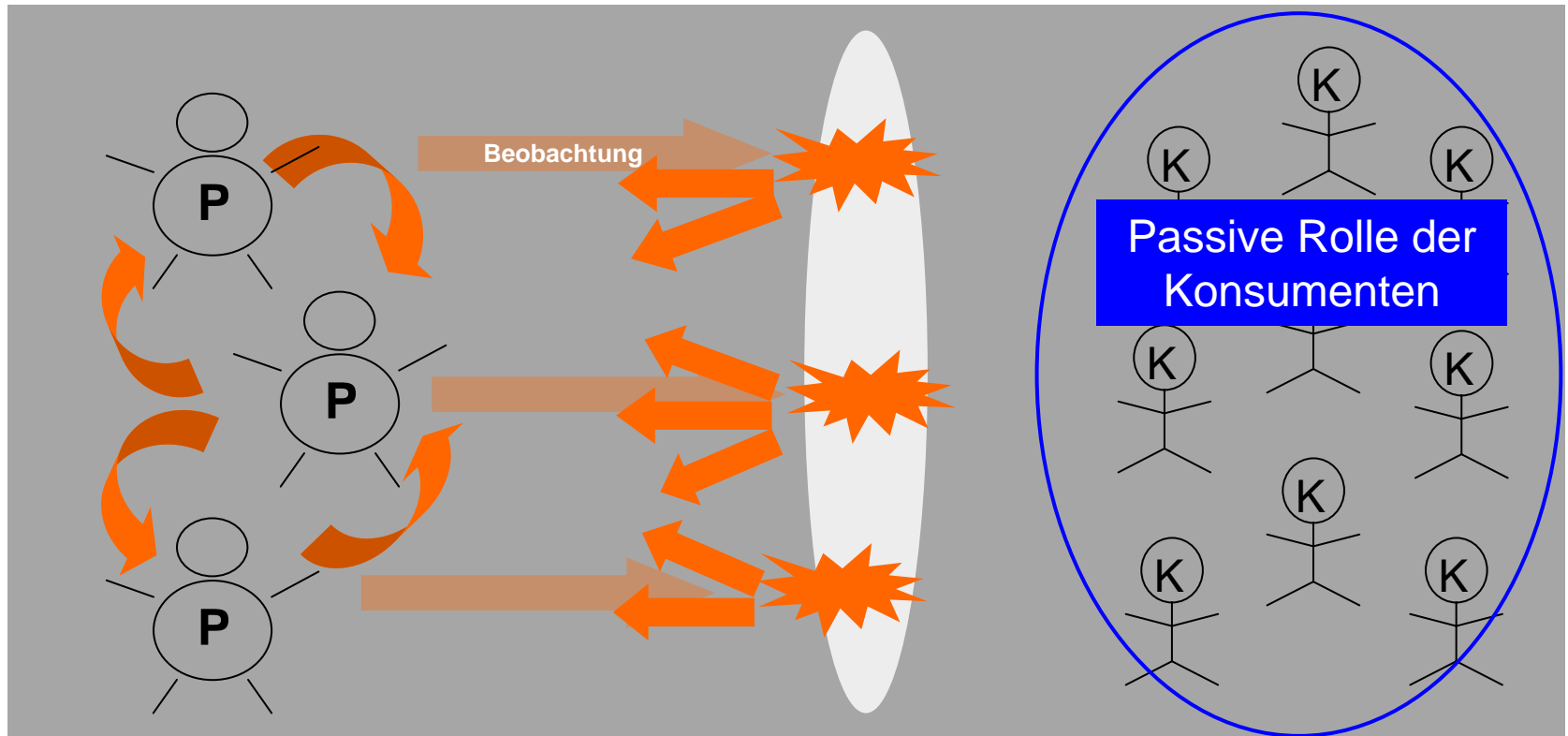
Prosuming als

- „interaktionslose Sozialität“ in Analogie zur Markt-/Sozialform der Konkurrenz
- „triadische Sozialform“ in Anlehnung an Georg Simmels Ausführungen zur Sozialfigur des Tertius gaudens (des lachenden Dritten)

II. Das Qualitätsproblem



II. Das Qualitätsproblem



II. Das Qualitätsproblem

- **Informationsökonomie:**
Die Qualität einer Leistung hängt vom Preis ab.
- **Neoklassische Ökonomie:**
Der Preis einer Leistung hängt von der Qualität ab.

III. Das Vertrauensproblem



A. GRÜTTER

Figure 1 | Client and cleaner. The relationship between these two species, the bridled monocle bream and the cleaner wrasse, constitutes a complex social network.

Quelle: Lee Alan Dugatkin (2006), *Trust in Fish*, S. 937

IV. Symbolisierung von Märkten



VS.



V. „Nächste Wirtschaft“

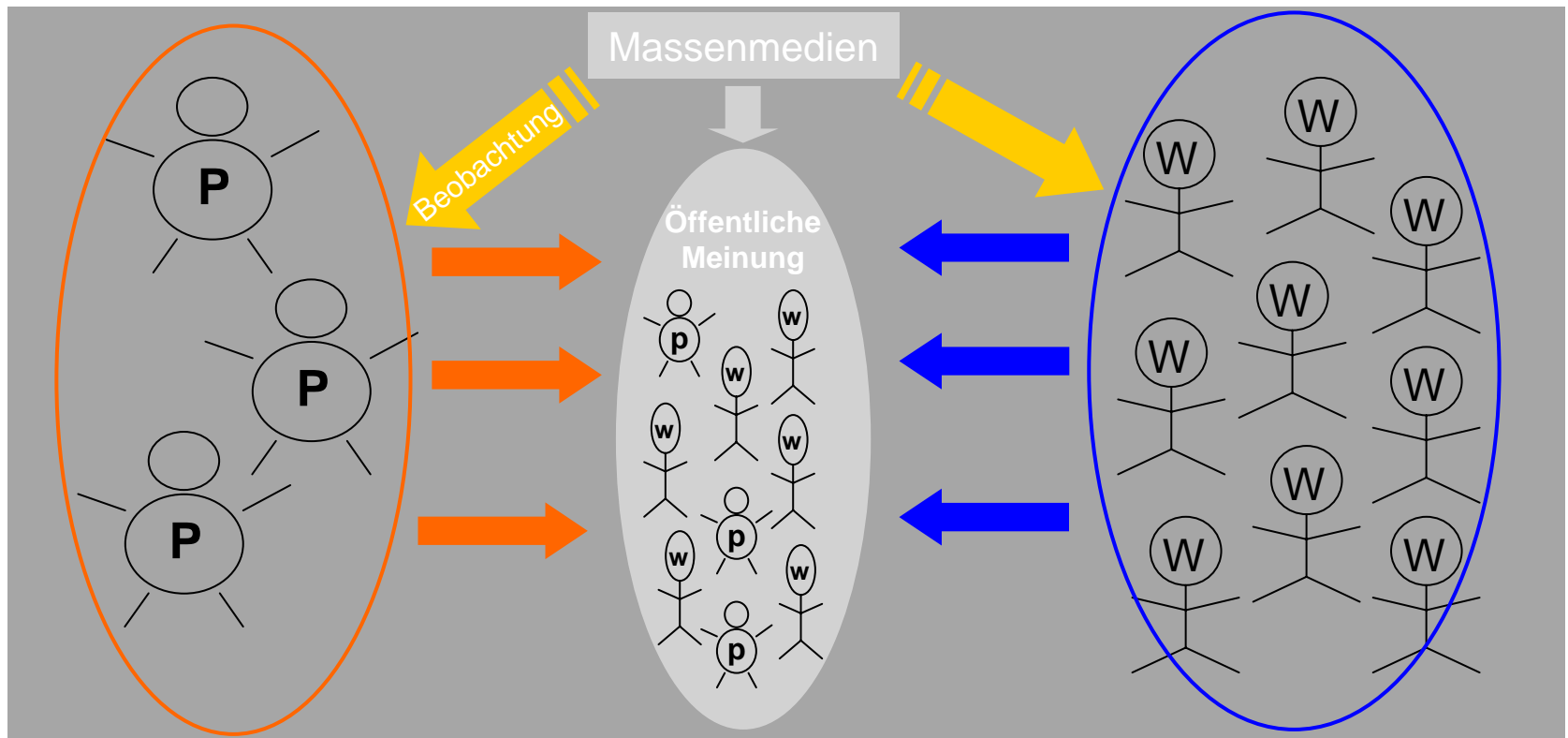


A. GRÜTTER

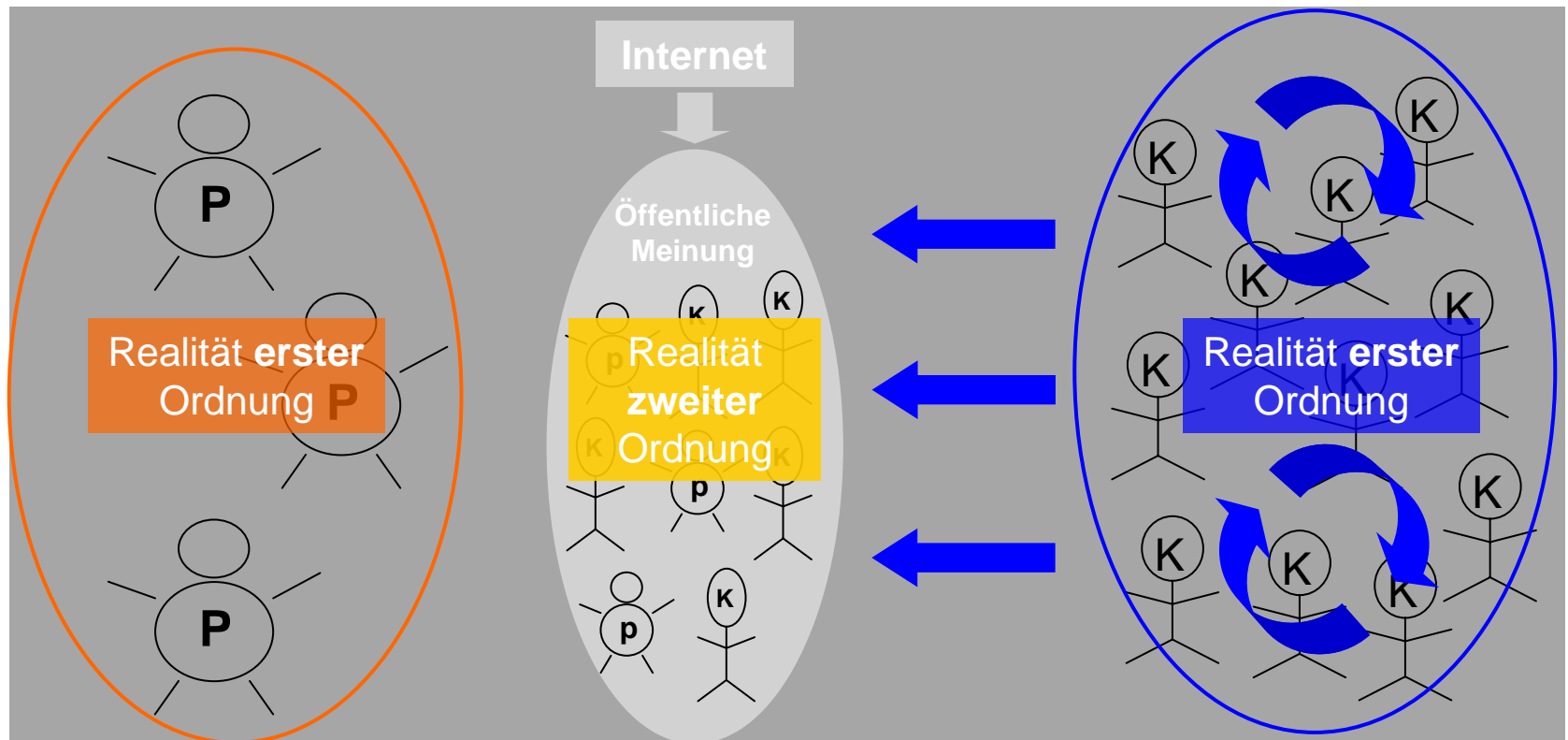
Figure 1 | Client and cleaner. The relationship between these two species, the bridled monocle bream and the cleaner wrasse, constitutes a complex social network.

Quelle: Lee Alan Dugatkin (2006), *Trust in Fish*, S. 937

V. „Nächste Wirtschaft“



V. „Nächste Wirtschaft“



VI. Warum prosumieren die Prosumenten?

Auf welches soziale Problem könnte das
Phänomen des Prosuming Bezug nehmen?

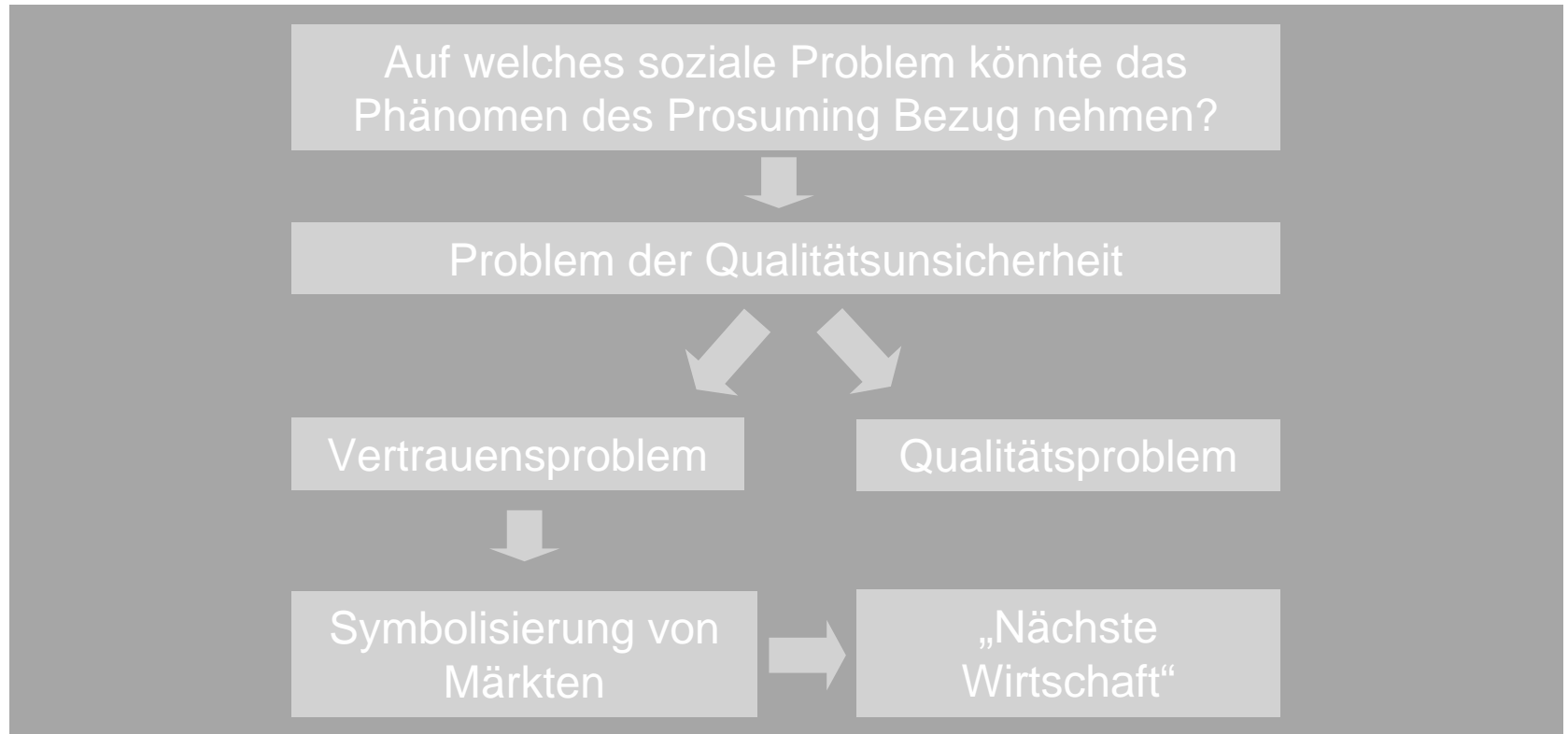
Problem der Qualitätsunsicherheit

Vertrauensproblem

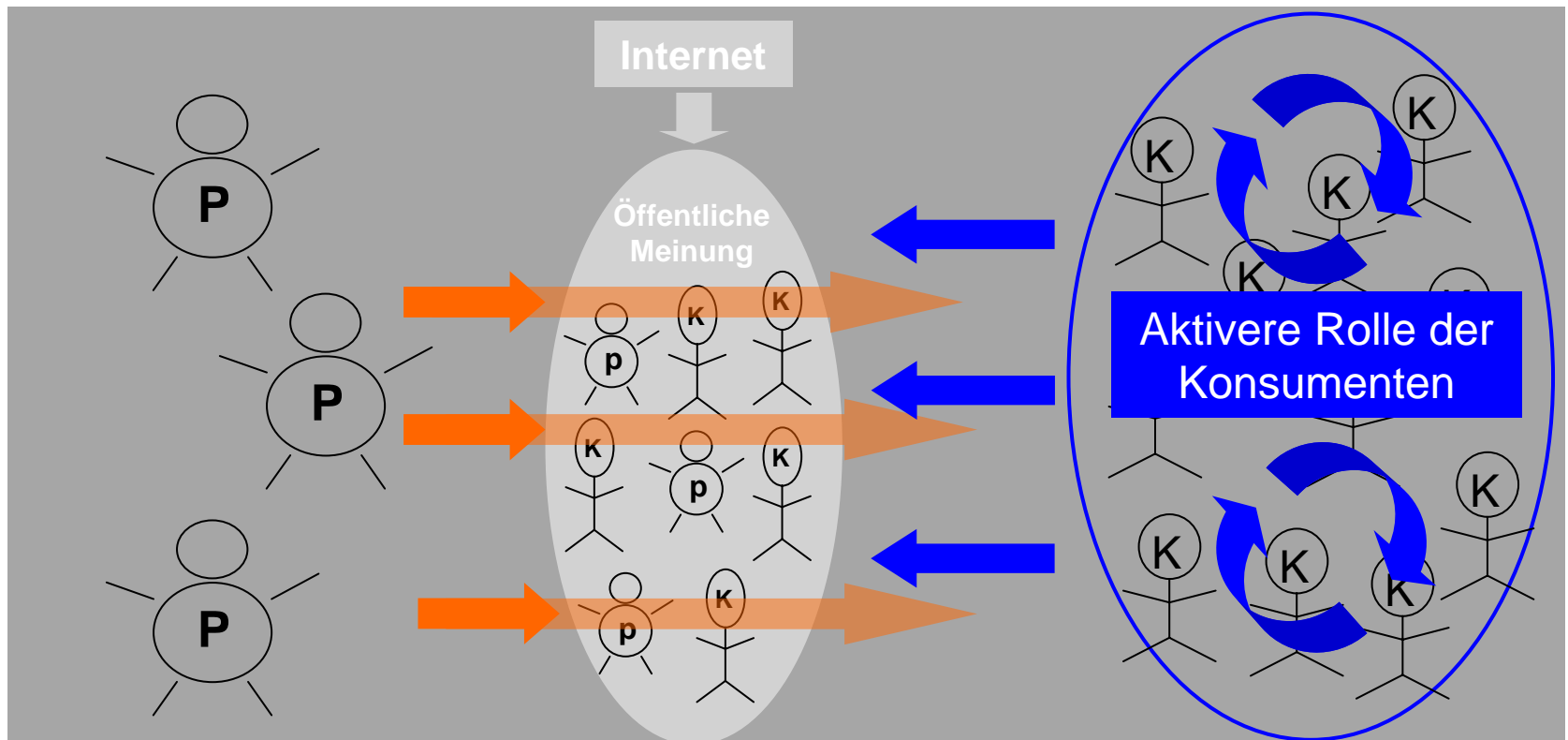
Qualitätsproblem

Symbolisierung von
Märkten

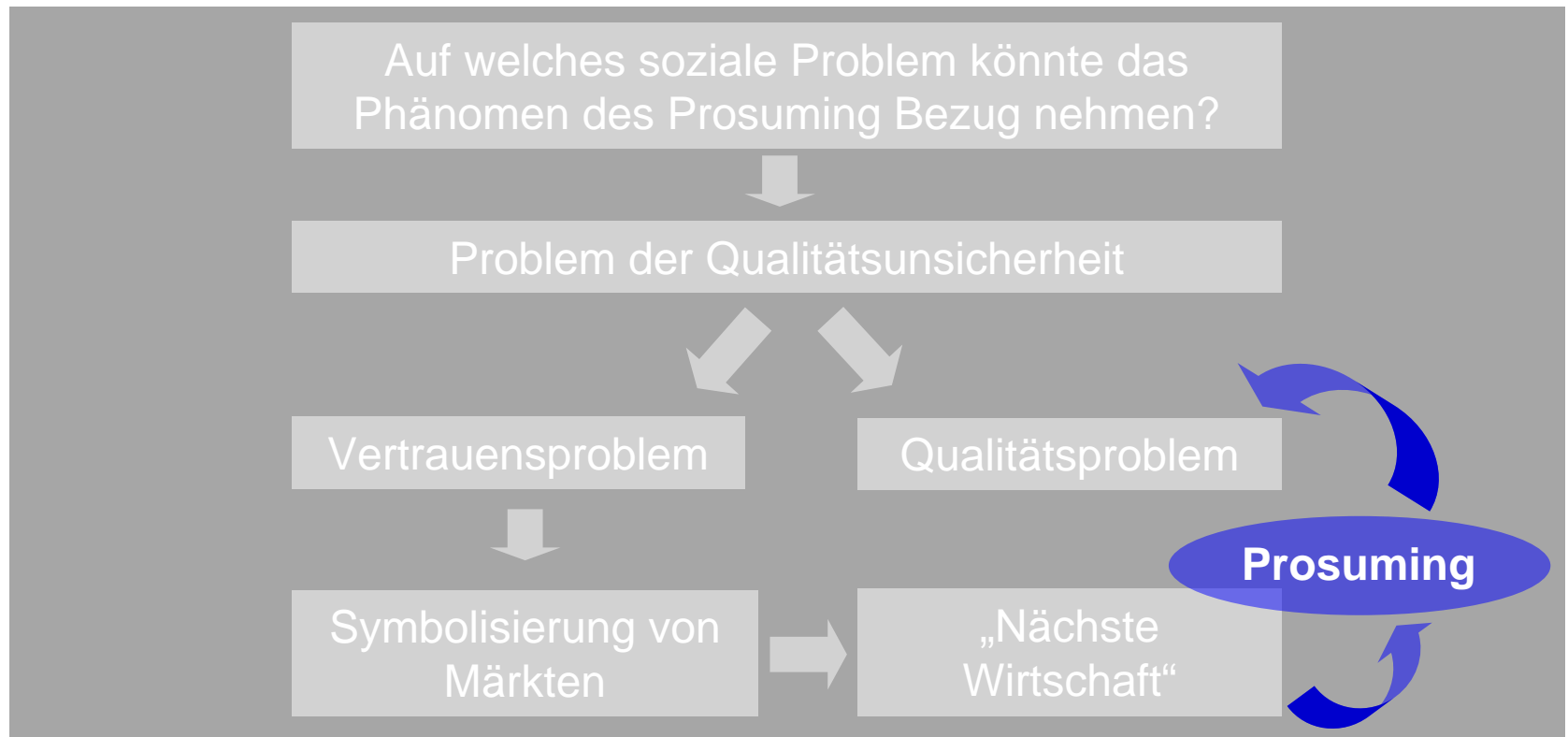
„Nächste
Wirtschaft“



VI. Warum prosumieren die Prosumenten?



VI. Warum prosumieren die Prosumenten?



Tagung „Prosumer Revisited. Zur Aktualität der Prosumer-Debatte“
Warum prosumieren die Proumenten? – Patrick Linnebach

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!