

Kunden und Konsumenten als Innovatoren

Die betriebliche Nutzung privater
Innovativität im Web 2.0
durch „Crowdsourcing“

Tagung „Innovationen und gesellschaftlicher Wandel“ - Dortmund 12.-13.10.2007

Frank Kleemann
G. Günter Voß
Kerstin Rieder

Technische Universität Chemnitz
Institut für Soziologie
Industrie- und Techniksoziologie
www.tu-chemnitz.de/phil/soziologie/voss/
www.arbeitenundleben.de



Fachhochschule Nordwestschweiz Olten/Ch.
www.fhnw.ch/aps/personen/kerstin.rieder



„Web 2.0“

- Metapher für Internet-Anwendungen, die partizipative(re) Formen der Internet-Nutzung ermöglichen („Mitmach-Web“ / „interaktives“ Internet)
- Grundlagen
 - softwaretechnische Neuerungen (dynamische Programmiersprachen, Content-Management-Systeme, ...)
 - im Wechselspiel mit
 - veränderten Nutzungsweisen des Internet
- Entwicklung
 - frühes Leitbild: ‚dezentrale‘, kollektive Produktion von Inhalten durch die Nutzer
 - jetzt zunehmend auch kommerzielle Nutzung von Web 2.0-Strukturen

„Crowdsourcing“

- Semantik

aus „crowd“ + „outsourcing“ gebildetes Kunstwort: „Auslagerung [von Teilaktivitäten bei der Produkterstellung] an eine Vielzahl von Kunden bzw. Nutzern“

- Definition

- Unternehmen vergeben Aufgaben (die bislang intern oder gar nicht bearbeitet wurden) per ‚netzöffentlichem‘ Aufruf im Internet
- Teilnahme ist freiwillig
- Bearbeitung der Aufgabe kann kollaborativ oder individuell erfolgen
- Kunden / Nutzer sind in Wertschöpfungsprozesse einbezogen

Crowdsourcing – Formen und Fallbeispiele

- Beteiligung bei der Entwicklung und Gestaltung von Produkten
 - Nutzer werden um Ideen, Gestaltungs- oder Konstruktionsvorschläge gebeten
- Produktgestaltung durch Konsumenten
 - Designs werden von Nutzern entwickelt, darauf basierende Produkte im Internet angeboten und „on demand“ produziert
- Ausschreibung spezifischer, von Nutzern bearbeitbarer Aufgaben
 - Von Nutzern eingereichte Ergebnisse werden im „Erfolgsfall“ (richtige Problemlösung; veröffentlichtes Foto / Video; etc.) materiell entlohnt
- Berichterstattung durch Konsumenten
 - Konsumenten berichten (als Teil einer „community“) von Entdeckungen neuer Produkte, neuer Trends, Nachrichten mit Neuigkeitswert, etc.
- Produktrating durch Konsumenten
 - Nutzer erstellen Produktbewertungen, die anderen Nutzern zugänglich sind

Crowdsourcing – Grenzphänomene

- Mass customization
 - Individualisierte modulare Kombination von (vorfabrizierten) Einzelkomponenten eines Produkts durch Kunden eines Unternehmens
- E-Commerce-Plattformen
 - Vermittlung von Verkaufsbeziehungen zwischen Internet-Nutzern, die wechselseitig Warenangebote bereitstellen und nachfragen
- Auftrags- bzw. Jobbörsen
 - Vermittlung von Arbeitskraft bzw. Arbeitsaufträgen
- nichtkommerzielle Projekte: open source / open content
 - Nicht materiell entlohnte Kooperation auf peer-to-peer-Basis; kollaborative Arbeitsergebnisse werden öffentlich zur Verfügung gestellt

Crowdsourcing - Motivationen der „Crowd“

- Materielle „Incentives“
 - untergeordnete Rolle monetärer Anreize (Ausnahme: gut dotierte Problemlösungen)
 - präferenzzieller Zugang zu Angeboten bzw. verbesserte / komplexere Dienstleistung für Teilnehmer („premium user“ etc.)
 - Aussicht auf mehr „Konsumentensouveränität“ durch Beteiligung (bessere Marktübersicht, Marktzugang, Auswahl usw.)
- Selbstdefinition der Aktivität nicht als „Arbeit“, sondern als „Tätigkeit“ / „Spiel“
 - Spaß an der Beherrschung der neuen Technologie (ggf. verbunden mit Distinktionsgewinnen gegenüber der eigenen sozialen Nahwelt)
 - Wahrnehmung, eine kreative und sinnvolle Tätigkeit auszuführen
 - Möglichkeiten zum Ausprobieren / Experimentieren
 - Spaß am gemeinsamen Tun zusammen mit anderen
 - Gemeinschafts- und Zugehörigkeitsgefühl
 - Anerkennung eigener Leistungen (und darüber vermittelt der Person) durch Andere

Crowdsourcing – Innovationsvorteile für Betriebe

- Betriebliche Nutzung von Leistungen der Konsumenten auf Basis von Web 2.0-Anwendungen – vor allem:
 - Beiträge zu Produktgestaltung und -innovation (Designvorschläge, Ideen)
 - Beteiligung bei der Produkterstellung
 - Beurteilung der Qualität von Produktdesigns / Ideen Anderer
 - Zuarbeit von „Rohmaterialien“ (Bilder, Videos, Nachrichten)
 - Erfassung von Trends / Neuigkeiten
 - Erarbeitung von Lösungen zu ausgeschriebenen Problemstellungen

= Funktionalisierung der Konsumenten als 'Co-Designer', 'Co-Produzenten', 'Qualitätsprüfer', 'Amateur-Mitarbeiter', 'Informanten', ‚externe Experten‘ etc.

→ Konsumenten werden zur neuartigen *externen Quelle für Innovativität*
- Betriebliche Innovationen
 - Produktion: bedarfs- bzw. nachfragerorientierte und rekursive Produktgestaltung
 - Marktforschung: vertiefte und schnellere Einblicke in Konsumentenpräferenzen
 - Geschäftsmodelle: lukrative Crowdsourcing-Unternehmen

Crowdsourcing – Gesellschaftliche Einordnung

These:

Die betriebliche Nutzung der Innovativität von „Konsumenten“ ist Teil einer umfassenderen Entwicklung →

Neue historische Stufe der Einbindung von Konsumentenaktivitäten in betriebliche Funktionsprozesse

- Schwache Variante - Trendfortsetzung
Verstärkte **Funktions- (und Kosten-) Verlagerungen auf Konsumenten:**
erweiterte *Systemische Rationalisierung durch neuen Self-Service*
(www, v.a. web 2.0, bietet dazu neue Möglichkeiten)
- Starke Variante - Strukturbruch
*Beginn der Herausbildung eines **neuen Typus` des Konsumenten:***
ein K., der systematisch und explizit betriebliche Arbeiten übernimmt
(Der „**Arbeitende Kunde**“ / **Konsument**)

Der Arbeitende Konsument – Typologische Einordnung

(Parallele zum Arbeitskraftunternehmer)

- Tätigkeit: der Konsument als **explizite Arbeitskraft**
 - Gezielt betrieblich eingesetzt für ‚*produzierende*‘ Aufgaben
 - Erwartung entsprechender *Leistungen, Qualifikationen* und *Loyalitäten*
- Ökonomie: der Konsument als **systematische Wertquelle**
 - Systematisches Element der betrieblichen *Wertschöpfungskette*
 - Zwang zur Erwirtschaftung von *Profit* und zu *ökonomischem* Verhalten
- Alltagsorganisation: der Konsument als **informeller Mitarbeiter**
 - Teil der *Betriebsorganisation*, aktive *Selbstintegration in den Ablauf*
 - Veränderung der gesamten *Lebensführung*

Der Arbeitende Konsument – Historische Einordnung

Idealtypen des Konsumenten

- Der **Selbstproduzent** (vorindustrielle Welt)
 - Primär Verbrauch selbst produzierter Güter
 - Minimaler Zukauf
- Der **Kaufende Kunde** (Industriegesellschaft)
 - Primär Nutzung von gekauften Massenprodukten
 - Minimale private Restproduktion
- Der **Arbeitende Konsument/Kunde** (Neoindustrielle Welt)
 - Nutzung gekaufter und (partiell) individualisierter Güter
 - Einbindung in die Produktion und Wertschöpfung
 - Neue Relevanz der Produktivität des Privaten

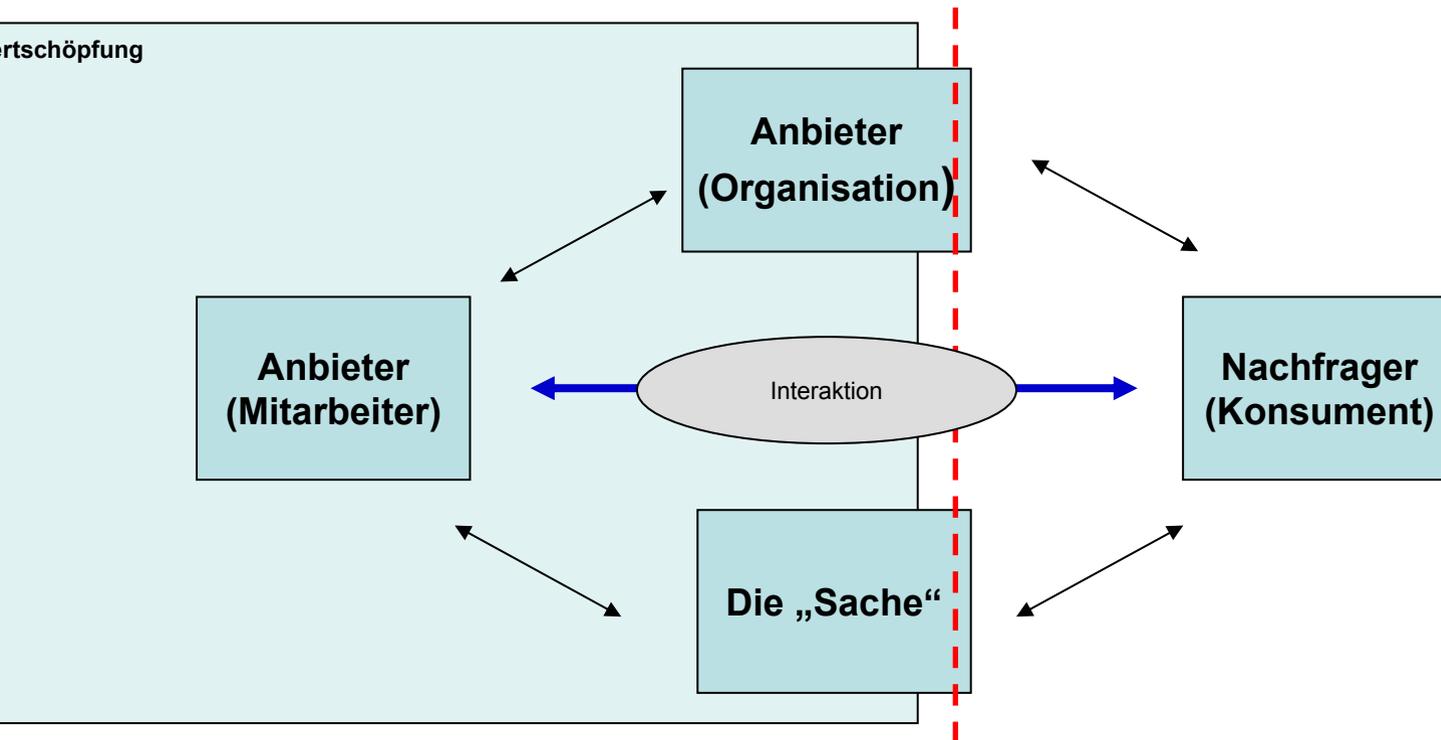
Der Arbeitende Konsument“
als **„Rückseite“ des Arbeitskraftunternehmers**

Der Arbeitende Konsument – Eine dreifache Innovation

- Konsumenten werden zu externen **Innovationspotentialen der Betriebe**
(gebrauchswertökonomische Innovation)
 - K. liefern Design- und Produktideen
 - K. leisten Qualitätssicherung
 - K. liefern Content für hoch profitable Nutzungsformen des www
 - K. kooperieren peer-to-peer bei der Produktion („hybride Produktion“) usw.
- Konsumenten werden systematisch **Teil der betrieblichen Wertschöpfung**
(tauschwertökonomische Innovation)
 - K. werden direkt in die Wertschöpfung einbezogen („Wertschöpfungspartner“)
 - Wertschöpfungsbereich verschiebt sich in die Lebensführung („Entgrenzung“)
- **Gesellschaftliche Konsumtion** wird zur **Sphäre der Produktion**
(sozioökonomische Innovation)
 - Neue Qualität der kapitalistischen Landname:
 - neue Nutzung von Arbeitskraft ... jenseits von Lohnarbeit
 - neue Nutzung gesellschaftlicher Produktivität ... jenseits des Betriebs
(Erschließung der Produktivität der Konsumtivität)

Der Arbeitende Konsument – Wandel der Wertschöpfung

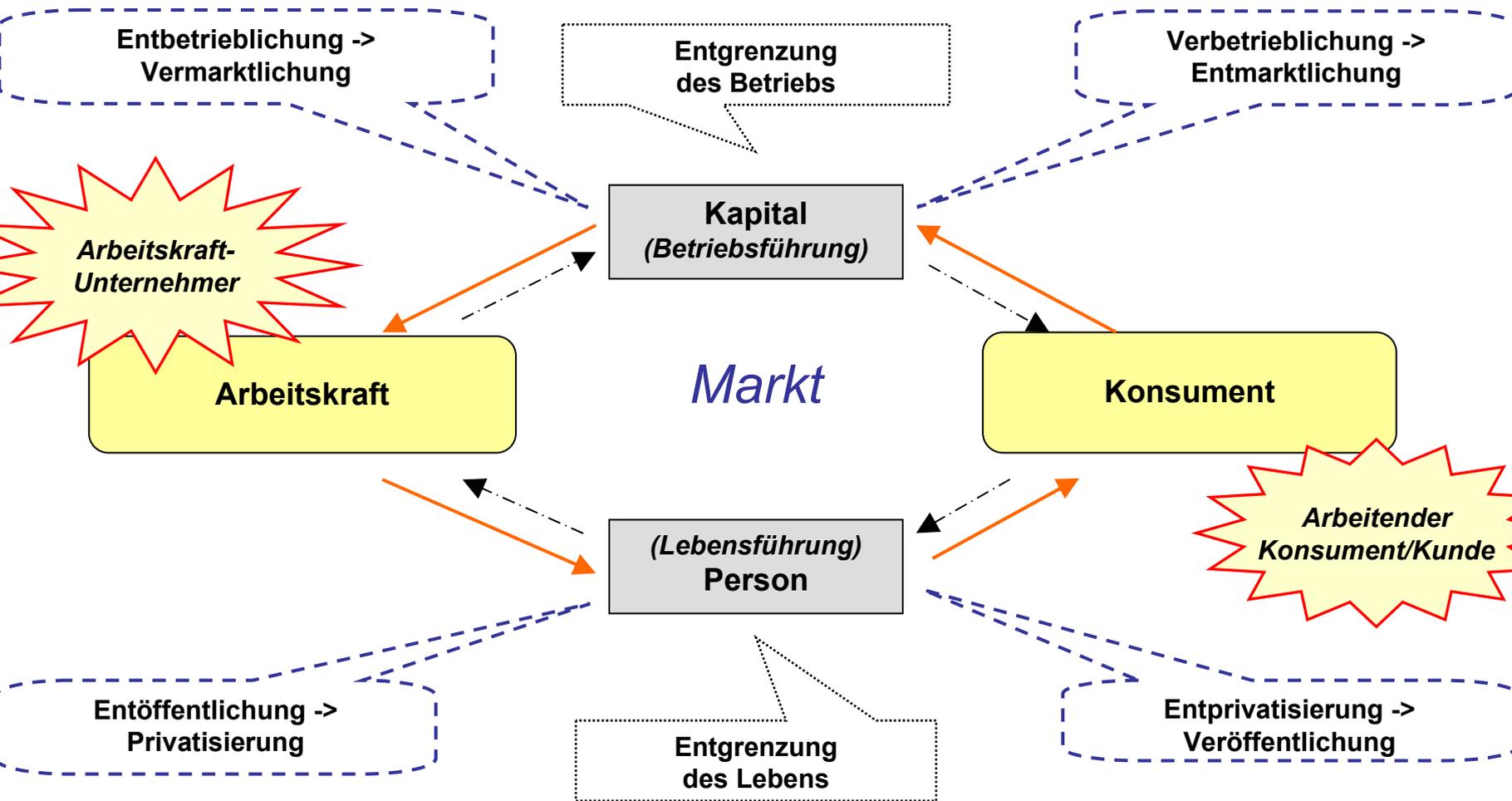
- Wichtige Veränderung auf Seiten der Betriebe:
 - Nicht allein Externalisierung von *Kosten* auf den K. (Selbstbedienung usw.)
 - sondern: Kunden werden zu „*Wertschöpfungspartnern*“



Der Arbeitende Konsument – Eine dreifache Innovation

- Konsumenten werden zu **Innovationspotentialen der Betriebe**
(gebrauchwertökonomische Innovation)
 - K. liefern Design- und Produktideen
 - K. leisten Qualitätssicherung
 - K. liefern Content für hoch profitable Nutzungsformen des www
 - K. kooperieren peer-to-peer bei der Produktion („hybride Produktion“) usw.
- Konsumenten werden systematisch **Teil der betrieblichen Wertschöpfung**
(tauschwertökonomische Innovation)
 - K. werden direkt in die Wertschöpfung einbezogen („Wertschöpfungspartner“)
 - Wertschöpfungsbereich verschiebt sich in die Lebensführung
- Die gesellschaftliche **Konsumtion** wird zur **Sphäre der Produktion**
(sozioökonomische Innovation)
 - Neue Qualität kapitalistischer „Landnahme“:
 - neue Nutzung von Arbeitskraft ... jenseits von Lohnarbeit
 - neue Nutzung gesellschaftlicher Produktivität ... jenseits des Betriebs (Erschließung der Produktivität der Konsumtivität)
 - Doppelte Entgrenzung von Betrieb und Lebensführung

Der „Arbeitende Kunde“ – Sozioökonomische Einordnung



Herzlichen Dank!

Eigene Quellen:

- Voß, G.G./ Rieder, K. (2005, 2. Auflg. 2007 i.E.). Der arbeitende Kunde. Wenn Konsumenten zu unbezahlten Mitarbeitern werden. Frankfurt a.M./ New York: Campus.
- Voß, G.G. (2006). Arbeitende Bankkunden. In Holly, W. u.a.: Über Geld spricht man ... Wiesbaden: VS Verlag.
- Dunkel, W./ Voß, G. G. (Hrsg). (2003). Dienstleistung als Interaktion. Beiträge aus einem Forschungsprojekt. Altenpflege, Deutsche Bahn, Call Center. In Band 6 der Reihe "Arbeit und Leben im Umbruch". München, Mering: Hampp Verlag
- Voß, G.G./ Pongratz, H.J. (1998). Der Arbeitskraftunternehmer. Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Heft1.



Continental Classic Girlie 2 Designs

PRODUKTE MOTIVE TEXT

Humor

Alle Unterkategorien

STASI 2.0 FAST FOOD FAST FOOD FBI

STUDENT Fat kids are harder to kidnap Pac-Man

69 NBA Schiller Fäden e3

SPANISCHER SPERRER TITTEN

Mein eigenes Foto hochladen

Größe: 49% Drehen: 0° Position Spiegeln

Größe: Anzahl: 1

19,90 €

Gleich zur Kasse In den Warenkorb



The Dell Community has contributed: **7471** ideas | promoted **524189** times | **46271** comments

- 3330** **Standardize Power Cables for Laptops**
Accessories (Keyboards, etc.) submitted by **badblood** Aug 27 ****UNDER REVIEW****
Nothing is more annoying than laptop power cables that are not interchangeable from one computer model to another or from one brand of computer to another. Power cables have been standardized on most electrical appliances, including desktop computers for decades.
Make an effort to promote and implement standard power cables for laptops.
37 Comments »
- 1170** **Allow Anti-Virus as Optional**
Sales Strategies, Software submitted by **rgb00rgb** Sep 20
Some purchasers already have subscriptions to anti-virus products that can be ported to new systems. Not having a 'no anti-virus' option on every system order page forces those users to essentially buy two licenses when only one machine will be used.
78 Comments »

	<p>INNOCENTIVE 5306169 Water-soluble inorganic material POSTED: JUL 27, 2007 DEADLINE: OCT 27, 2007 \$15,000 USD</p>	<p>MORE</p>	<p>A water-soluble inorganic material is needed.</p> <p>More details are available once you register as an InnoCentive Solver. Read More</p>
	<p>INNOCENTIVE 5296055 Rapid Test for Detection of Infection POSTED: JUL 26, 2007 DEADLINE: OCT 26, 2007 \$50,000 USD</p>	<p>MORE</p>	<p>A rapid test for detection of infection is needed.</p> <p>More details are available once you register as an InnoCentive Solver. Read More</p>
	<p>INNOCENTIVE 5302250 pH Management POSTED: JUL 26, 2007 DEADLINE: OCT 26, 2007 \$15,000 USD</p>	<p>MORE</p>	<p>Novel approaches to maintain pH on mucous epitheliums are needed.</p> <p>More details are available once you register as an InnoCentive Solver. Read More</p>



Breakthrough innovation
Fast results.
Contact us to learn more.

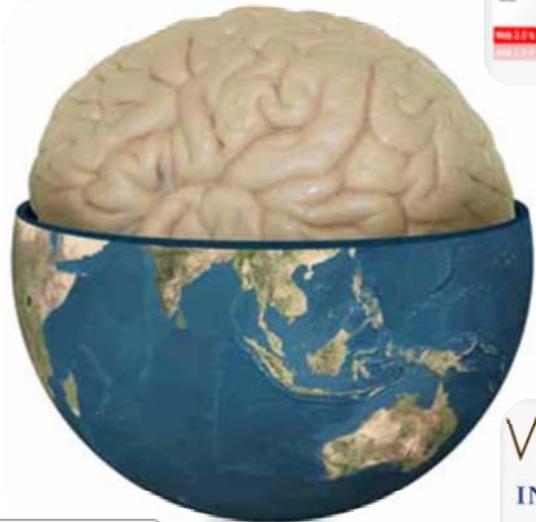
[» Contact](#)



January 2007 Trend Briefing
TOP 5 TRENDS
 FOR 2007



Only
 €499
 \$699
 £349



Who has already ordered?

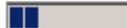
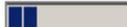


(Just so you know, plenty of small firms, consulting firms and agencies have ordered as well.)

Microjobs bei amazon.com (Mechanical Turk)

Find the UPC for products and earn an easy 15 cent bonus			
Requester: Amazon Requester Inc.	HIT Expiration Date: Aug 29, 2007 (2 weeks)	Reward:	\$0.05
	Time Allotted: 45 minutes	HITs Available:	19
Answer a Single Demographic Question			
Requester: Demographics Inc.	HIT Expiration Date: Jun 8, 2008 (42 weeks 4 days)	Reward:	\$0.01
	Time Allotted: 60 minutes	HITs Available:	15

Programmierer gesucht bei rentacoder.com

 Web Portal Manakhan (11 ratings)	Small Business Project: \$100(USD) and above Web, Database	 Bidding open Max bid: \$400.00 (USD)	17 since Oct 8, 2007 6:25:58 AM EDT
Objective: To provide an updated web portal for the School, the portal would not only be a marketing tool but also provide various functionalities to the faculty/students. The site will provide: • School information (Educational Pro ... (see bid request for full description)			
 php/mysql real estate website design/develop HOUSESTYLE (28 ratings)	Medium Business Project: \$500(USD) and above Web, Page / Site Design, Database, Language Specific, PHP, MySQL, Cascading Style Sheets (CSS)	 Bidding open Max bid: Open to fair suggestions	204 since Oct 7, 2007 10:05:16 PM EDT
I need talented php/mysql web developers to design and develop a website from scratch. Developer with experience designing real estate web sites in past would be ideal. I can disclose detailed requirements to interested parties, but the basic req ... (see bid request for full description)			