

Prosumenten statt professioneller Produzenten

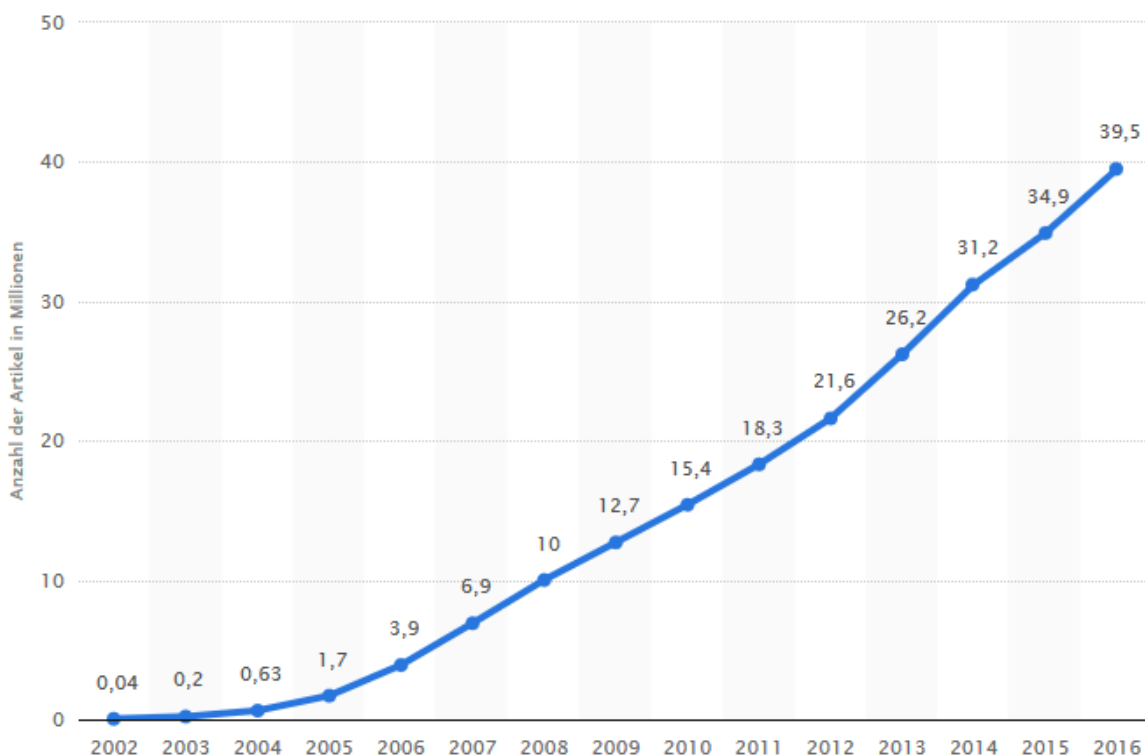
Die These Prosumenten statt professionelle Produzenten stellt vor allem die freiwillige digitale Mitarbeit in den Vordergrund, durch Digitalisierung ist es inzwischen leichter und auch bequemer von Zuhause Arbeiten zu erledigen, wie z.B. Einkaufen, Geld überweisen, usw. Prosumenten sind Menschen, die freiwillig und unentgeltlich im Internet „arbeiten“, heißt sie haben ein professionelles Wissen über Produkte, die sie kaufen und geben dann durch z.B. Kundenrezensionen Verbesserungsvorschläge oder Fehler an den Hersteller weiter, damit dieser das Produkt nach den Bedürfnissen der Verbraucher richten kann. Dadurch übernehmen Kunden die Arbeit von Angestellten.

Diese Art von Mitwirken der Kunden hat große **Vorteile**:

Zum einen hat der Hersteller durch die direkte Weitergabe von Feedback, das Hinweisen von Fehlern oder auch über Online-Diskussionen die Möglichkeit auf die Wünsche der Kunden einzugehen und mögliche Fehler zu beheben.

Zum anderen entstehen durch das zusammengetragene Wissen kostenlose Wissensplattformen, wie z.B. Wikipedia, welche immer auf dem neusten Stand sind und ein überaus großes Spektrum an Informationen enthalten, wie auf der Grafik für den Anstieg der Artikelanzahlen Wikipedias verdeutlicht ist.

Anzahl der Artikel bei Wikipedia seit 2002 bis 2016 (in Millionen)



Quelle Grafik : <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/195081/umfrage/anzahl-der-artikel-auf-wikipedia-weltweit/>

Es gibt aber auch Schattenseiten dieser „Zukunftsarbeit“, ein **Nachteil** ist, dass kleinere Unternehmen, welche im großen Internetwettkampf nicht mithalten können aussterben, genauso ergeht es auch den Lexika, wie z.B. Brockhaus, welche kaum bis gar nicht mehr genutzt werden.

Was vielen Menschen oftmals gar nicht bewusst ist, dass sie unwissend und/oder ungewollt Mitarbeiter sind, da die Firmen durch das Erstellen von Kaufprofilen oder das Speichern von Verläufen im Internet, was der Verbraucher nicht mitbekommt, ihr Produkte auf die Bedürfnisse dieser Personengruppe abstimmen.

Open Source:

Projekte, bei denen die Kunden im Internet mitarbeiten können, nennt man auch Open-Source-Projekte, bei diesen Projekten ist der Quell-Code (der Text des Programmes) öffentlich verfügbar und darf geändert werden, wenn Anwender oder Entwickler darin eine Notwendigkeit sehen. (<http://www.searchdatacenter.de/definition/Open-Source>)

Adidas Open-Source-Project

Um Wachstumschancen noch effektiver zu nutzen gab Adidas im März 2015 bekannt Open-Source zu initiieren umso ihre Beziehungen zu den Konsumenten weiter zu stärken. Diese sollen fortan in die Art und Weise, wie die Adidas Gruppe ihre Produkte kreiert, entwickelt und präsentiert, noch stärker einbezogen werden. Dadurch wächst die Begehrlichkeit der Marken und das Unternehmen tritt stärker als jemals zuvor mit Konsumenten, Sportlern, Einzelhändlern und Partnern in Verbindung, die dadurch zu einem Teil der Marken werden.

„Unser einzigartiges Markenportfolio verschafft uns eine unvergleichbare Nähe zu jedem Konsumenten. In Zukunft werden wir nicht mehr nur zu, sondern vor allem mit unseren Konsumenten sprechen. Wir werden das erste Sportartikelunternehmen sein, das Sportler, Konsumenten und Partner einlädt, Teil seiner Marken zu sein. Wir werden uns öffnen, damit sie die Zukunft gemeinsam mit uns gestalten können.“

Eric Liedtke, Vorstandsmitglied verantwortlich für Global Brands

Bereits heute arbeitet die Adidas-Gruppe mit einigen der kreativsten, innovativsten und einflussreichsten Personen und Unternehmen zusammen, wie z.B. Stella McCartney, Kanye West

(<http://www.handelsblatt.com/impresum/nutzungshinweise/blocker/?callback=%2Funternehmen%2Fhandel-konsumgueter%2Fadidas-und-kanye-west-der-rapper-und-die-drei-streifen%2F13806266.html>) , BASF oder Google.

Quelle: <https://de.wikipedia.org/wiki/Prosumer> ,
<http://www.searchdatacenter.de/definition/Open-Source>