

# Inhalt

Vorwort von G. Günter Voß .....	11
1 Einleitung .....	23
2 Crowdsourcing – eine neue Form der Arbeitsorganisation .....	37
2.1 Phänomenologie fünf exemplarischer Fälle .....	38
2.1.1 DELL IdeaStorm .....	39
2.1.2 InnoCentive .....	42
2.1.3 Spreadshirt .....	44
2.1.4 CrowdSpirit .....	46
2.1.5 BILD Leserreporter .....	49
2.1.6 Zwischenbetrachtung .....	51
2.2 Modi der Integration von Usern in Unternehmen .....	52
2.2.1 Der offene Ideenwettbewerb .....	53
2.2.2 Der ergebnisorientierte virtuelle Microjob .....	56
2.2.3 Die userdesignbasierte Massenfertigung .....	58
2.2.4 Die auf Userkollaboration basierende Ideenplattform .....	61
2.2.5 Die indirekte Vernutzung von Usercontent .....	62
2.2.6 Integrationsmodi und Arbeitsgegenstände .....	66
2.3 Konzeptualisierung .....	68
2.3.1 Definition und Konzept .....	69
2.3.2 Angrenzende Phänomene im Internet .....	73

3 Ortsbestimmung eines jungen Phänomens . . . . .	77
3.1 Gesellschaftstheoretische Einbettung . . . . .	77
3.1.1 Versuch einer Theorie der Informationsgesellschaft . . . . .	78
3.1.2 Daniel Bell – Die postindustrielle Gesellschaft. . . . .	81
3.1.3 Manuel Castells – Das Informationszeitalter . . . . .	83
3.1.4 Schlussfolgerungen für Crowdsourcing . . . . .	88
3.2 Unternehmenszentrierte Interpretationen der Entstehung von Crowdsourcing . . . . .	93
3.2.1 Systemische Rationalisierung als betriebliche Strategie. . . . .	93
3.2.2 Mass Customization . . . . .	97
3.2.3 Von Open zu User Innovation . . . . .	100
3.2.4 Interaktive Wertschöpfung. . . . .	103
3.2.5 Fazit oder: Outsourcing neu erfinden. . . . .	105
3.3 Userzentrierte Interpretationen der Entstehung von Crowdsourcing: Der Arbeitende Kunde. . . . .	109
3.3.1 Die Entwicklung des aktiven Konsums . . . . .	110
3.3.2 Die These eines neuen Typus Konsument. . . . .	113
3.3.3 Crowdsourcing – konzeptionelle Erweiterungen des Arbeitenden Kunden . . . . .	115
3.3.4 Exkurs: Kreative Klasse, Ideenwirtschaft und digitale Bohème . . . . .	119
3.3.5 Fazit: Von geschickter Nutzung und Vernutzung . . . . .	124
4 Userpartizipation und -motivation aus kultursoziologischer Perspektive. . . . .	126
4.1 Ein neuer Geist des Kapitalismus . . . . .	129
4.1.1 Die projektbasierte Polis als Resultat der Künstlerkritik. . . . .	133
4.1.2 Der Geist in Aktion – Crowdsourcing und die projektbasierte Polis. . . . .	137
4.1.3 Crowdsourcing: Sozialkritik war gestern . . . . .	143

---

4.2 Die spezifische Kultur des Internets . . . . .	145
4.2.1 Techno-Eliten und FLOSS-AktivistInnen . . . . .	147
4.2.2 Hacker-Kultur und Online-Arbeitsethik . . . . .	150
4.2.3 Von virtuellen Gemeinschaften zum Web 2.0 . . . . .	154
4.2.4 E-Business, Internetökonomie und Prosumerismus . . . . .	158
4.2.5 Internetkultur und die Partizipation an Crowdsourcing. . . . .	162
5 Diskussion. . . . .	168
5.1 Arbeiten statt Surfen. . . . .	169
5.2 Crowdsourcing als Herausforderung für die Arbeitssoziologie . . . . .	172
5.3 Crowdsourcing aus gesamtgesellschaftlicher Perspektive . . . . .	177
6 Schlussbetrachtung . . . . .	180
Literatur . . . . .	188



Ich danke Martin Wetzel und Jan Reißig für wichtige Denkanstöße zum Thema sowie Thomas Haußig für die technische Unterstützung. Dank gebührt zudem den akademischen PerspektivlehrerInnen der Professur für Industrie- und Techniksoziologie an der TU Chemnitz, insbesondere Frank Kleemann und G. Günter Voß.

Vielen Dank an all die Geduldigen während der teils sozialasketischen Schreibphasen sowie ganz besonders an Elisabeth, die mir die Kraft für so viele Dinge gibt.

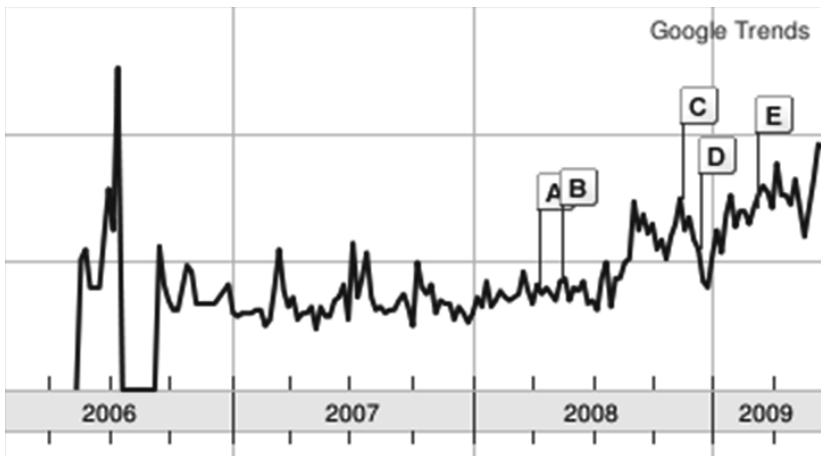
*Chemnitz im Juli 2009  
Christian Papsdorf*



# Vorwort von G. Günter Voß

## »Andere arbeiten lassen ... « oder: Wenn die Crowd Profit produziert

Als ich im Sommer 2006 zum ersten Mal über das von Jeff Howe im Magazin *Wired* in die Welt gesetzte und im vorliegenden Buch von Christian Papsdorf nun umfassend diskutierte Schlagwort »Crowdsourcing« gestolpert bin (Howe 2006), hat es mich ähnlich wie andere Beobachter von Diskussionen rund um das Internet sofort fasziniert. In kürzester Zeit wurde Crowdsourcing zu einem global beachteten neuen »Buzzword«, das zumindest in der Internetwelt bis heute anhaltende Debatten auslöste.



Bei Google erhält man zurzeit 1.340.000 Einträge zu »Crowdsourcing«. Die Entwicklung der Nachfrage nach dem Begriff im WWW lässt sich mit Hilfe von Google-Trends darstellen (Abruf 11.6.2009). Am stärksten wird der Begriff übrigens in den Niederlanden beachtet – warum auch immer.