

Holm Friebe, Thomas Ramge

Marke Eigenbau

Der Aufstand der Massen gegen die Massenproduktion

2008, Klappenbr., 240 Seiten

EUR 19,90/EUA 20,50/SFR 35,90

ISBN 978-3-593-38675-1

Erscheinungstermin/Sperrfrist: 18. September 2008

Weltweit vollzieht sich gegenwärtig eine ökonomische Revolution von unten, die dem globalen Kapitalismus eine neue Wendung geben wird: Die Abkehr vom industriell hergestellten Massenprodukt und Hinwendung zum individuellen Nischenerzeugnis. Holm Friebe und Thomas Ramge zeichnen ein breit angelegtes Panorama des klandestinen Aufstandes gegen die Massenproduktion.

Umhängetaschen aus alten Luftmatratzen, tierversuchsfreie Kosmetik, Müslimischungen auf Wunsch, Independent Labels in Mode und Musik, Open-Source-Phänomene wie Firefox oder Wikipedia, Musik-MP3s, deren Preis der Käufer selbst bestimmt – eine neue Ökonomie des Selbermachens, der Eigeninitiative und der Selbstorganisation setzt den Ausbeutungsverhältnissen einer globalisierten Industrieproduktion etwas entgegen: Die Vision hochwertiger Produkte aus nachhaltiger Produktion zu fairen Preisen, gekauft von Verbrauchern, die Konsum als strategische und politische Entscheidung verstehen. Aus den Nischen der Sub- und Alternativkultur, des privaten Hobbys und des leidenschaftlichen Engagements drängen Bastler, Handwerker, Künstler, Musiker, Fans, Hacker, Entrepreneure und Weltverbesserer auf den Markt und entern Laufstege, Ladenlokale und das Internet. Die Grenzen zwischen Produzenten und Konsumenten werden fließend.

Masse wird immer mehr zur Summe der Nischen; Freiberufler und kleine Gründerunternehmen können diese Nischenmärkte besser bedienen als große Organisationen. Die gleichermaßen verhassten wie verehrten Lifestyle-Brands bekommen ein Problem, wo die listenreiche und verstreute Revolution des Selbermachens zuschlägt und die Spielregeln von Arbeit, Produktion und Konsum verändert. Die Karten über die Marktmacht werden neu gemischt: Es zeichnet sich eine Demokratisierung des Wirtschaftslebens ab. Jüngstes Beispiel aus Deutschland ist eine kleine Privatbrauerei aus Ostheim in der Röhn, die mit ihrer Bionade die bekannteste Marke der Welt, Coca-Cola, auf dem deutschen Markt massiv unter Druck setzte.

Holm Friebe und Thomas Ramge beschreiben das neue ökonomische Phänomen *Marke Eigenbau* anhand vieler internationaler und nationaler Beispiele. Sie analysieren die gesellschaftlichen Hintergründe der Revolution des Selbermachens und nehmen die Konsequenzen für traditionelle Unternehmen und Marken in den Blick, die von dieser Bewegung bedroht sind, aber auch von ihr profitieren können. Die Protagonisten einer kleinteilig strukturierten Ökonomie mögen noch etwas versperrt arbeiten, doch sie streiten gemeinsam für eine Wirtschaft mit menschlichem Maß. Für eine Welt Marke Eigenbau.

Die Autoren

Holm Friebe ist Volkswirt, Geschäftsführer der Zentralen Intelligenz Agentur und Dozent an der Zürcher Hochschule der Künste. Er hat als freier Journalist und Trendforscher gearbeitet und das Weblog *riesenmaschine.de* mitbegründet. 2006 verfasste er zusammen mit Sascha Lobo das einflussreiche Manifest *Wir nennen es Arbeit*.

Thomas Ramge ist Sachbuchautor und Journalist und erhielt 2007 den Herbert Quandt Medien-Preis. Er ist fester Autor beim Wirtschaftsmagazin *brand eins* und schreibt zudem für *Zeit* und *Geo*. Bei Campus erschienen von ihm *Die großen Politskandale* (2003) sowie die preisgekrönte Familienbiografie *Die Flicks* (2004).

Das Cover

Marke Eigenbau – der Name ist Programm: Dank einer innovativen und im Buchbereich erstmalig eingesetzten Technik wird jedes Cover des Buches zu einem Unikat, indem der Buchtitel bei jedem Exemplar manuell aufgesprüht wird.

Die Website zum Buch

www.marke-eigenbau.org ist als Fortsetzung des Buches mit anderen Mitteln konzipiert. Hier werden Produktbeispiele aus der Welt der Eigenbau-Marken gesammelt – ein Twitter für Handgemachtes, wenn man so will. Jeder ist aufgerufen, Fotos von Eigenbau-Produkten auf der Seite hochzuladen, die Objekte mit ein paar Zeilen zu beschreiben und einen Link zu einer Homepage zu setzen oder anzugeben, wo man das Produkt kaufen kann.

Die Website zum Buch verfolgt kein kommerzielles Eigeninteresse. Vielmehr soll www.marke-eigenbau.org ein Kompendium der selbstgemachten Dinge werden, eine Anlaufstelle für Selbermacher und ihre Freunde, und damit einen weiteren Beweis liefern, wie vielfältig und stark die Ökonomie der *Marke Eigenbau* bereits ist.

Kontakt Campus Verlag

Margit Knauer, 069-976516-21, knauer@campus.de
Kathrin Franz, 069-976516-25, franz@campus.de

Campus Verlag GmbH
Presseabteilung
Kurfürstenstraße 49
60486 Frankfurt/Main
Tel. 069 976516-20
Fax 069 976516-78
presse@campus.de
www.campus.de

„Marke Eigenbau“

– Ich bastle mir ein Buchcover –



»Marke Eigenbau« – der Name ist Programm: dank einer innovativen und im Buchbereich erstmalig eingesetzten Technik wird jedes Cover des Buches »Marke Eigenbau« zu einem Unikat. Wie das geht? Der Buchtitel wird bei jedem Exemplar manuell aufgesprüht. Dazu wird die Schrift des Titels aus der vorderen Umschlagklappe ausgestanzt. Diese Umschlagklappe wird auf die vordere Umschlagseite umgeknickt (Abb. b) und dient als Schablone zum Aufsprühen des Buchtitels auf das Cover (Abb. a). Dank unterschiedlich farbiger Sprays und der manuellen Produktionsweise wird jedes Buch zu einem individuellen Produkt – »Marke Eigenbau«.

Die Idee stammt von den Autoren Holm Friebe und Thomas Ramge, die gemeinsam mit den Grafikern Martin Baaske und Thomas Weyres, dem Campus-Herstellungsleiter Klaus Schöffner und der Druckerei Ebner & Spiegel Ulm an der Umsetzung gefeilt haben. Und gemäß dem Titel ihres Buches beschränkt sich die Arbeit der Autoren nicht auf das Inhaltliche, sondern sie sind direkt in den Produktionsprozess eingebunden: bei Druckbeginn werden sie in der Druckerei die ersten Exemplare selbst besprühen.

Auch nach Fertigstellung der Startauflage besteht die Möglichkeit, sich sein eigenes Cover zu gestalten. Buchhändler können sich die Buchcovermanufaktur »Marke Eigenbau« in ihre Buchhandlungen holen und bei einmaligen Selbstmach-Events die Kunden ihr Buch selbst gestalten lassen. Auch bei öffentlichen Lesungen der Autoren soll die Buchcovermanufaktur zum Einsatz kommen. So erhält jeder sein individuelles Buch »Marke Eigenbau«.