Ralf Krämer, Aufsatz erschienen in: Das Argument 248, Zeitschrift für Philosophie und Sozialwissenschaften, 44. Jg. Heft 5/6 2002

Informationsrente - zur politischen Ökonomie des Informationskapitalismus

Seit dem Platzen der Aktienspekulationsblase ab Frühjahr 2000 und der ökonomischen Krise seit 2001 ist es ruhiger geworden um die "New Economy". Zu offensichtlich haben sich die Verheißungen einer neuen Prosperitätsphase, von beschleunigtem Wachstum ohne Inflation und Krisen auf Basis neuer Hochtechnologien und des Internets als Hirngespinste erwiesen. Doch der Kapitalismus wird auch die gegenwärtige Krise überstehen, und der Trend einer wachsenden Bedeutung der "Informationsökonomie" wird sich fortsetzen, sowohl im Sinne einer fortschreitenden Umstrukturierung der Betriebsweise auf Basis informationstechnologisch gestützter Flexibilisierung und Vernetzung von Produktion und Verteilung, als auch eines zunehmenden Beschäftigungs- und Wertschöpfungsanteils hightech-basierter und informationsverarbeitender Erwerbstätigkeit. Es geht also darum, sich um eine angemessene theoretische Erfassung der mit dem Informationskapitalismus verbundenen Phänomene zu bemühen.

Mit dem Begriff des "Informationskapitalismus" soll keine neue Epoche der kapitalistischen Produktionsweise oder der Gesellschaft insgesamt bezeichnet werden - wie es einige mit den Termini "Informationsgesellschaft" oder "Wissensgesellschaft" tun -, sondern nur ein wesentlicher Aspekt, nämlich die kapitalistische Ökonomie der Informationsprodukte. Eine kritische Analyse des modernen Kapitalismus kann und muss dabei auf Basis der Kategorien der marxistischen Wert- und Kapitalismustheorie bzw. der Kritik der Politischen Ökonomie erfolgen. Inwiefern diese selbst weiterentwickelt werden muss, soll hier diskutiert werden.

Kapitalistische Informationsprodukte

Was sind eigentlich Informationsprodukte, worin bestehen ihre Besonderheiten und in welcher Weise werden sie zu Waren? Darüber besteht auch in der marxistisch orientierten Wissenschaft erhebliche Unklarheit. Roberto Verzola (2000) meint: "Informationsgüter als nicht-materielle Güter unterscheiden sich deutlich von landwirtschaftlichen oder industriellen, also materiellen Gütern. Wenn der größte Teil der Kosten für ein materielles Gut in seinen informationellen Gehalt fließt, nimmt es den Charakter eines Informationsgutes an." Als Beispiele nennt er Software, Musik, Video, Datenbanken, Bücher, Konstruktionspläne, Design, genetische Information und andere durch copyright oder Patent geschützte Güter. Dabei betrachtet Verzola nicht das Medium, in dem die Information materialisiert ist, als das eigentliche Produkt, sondern den Informationsgehalt: "Das Produkt ist nicht das Medium, sondern die message; es ist weder die CD noch das Band, sondern ihr Inhalt. Das gleiche Medium mit anderem Informationsgehalt ist ein unterschiedliches Produkt; der gleiche Informationsgehalt auf einem anderen Medium ist das gleiche Produkt" (Verzola 1998). Wolfgang Fritz Haug (2000) kritisiert den Begriff der "Informationsgüter" als unpräzise und plädiert für den präziseren der "digitalisierten Güter". Von nichtdigitalisierten "Informationsgütern", z.B. einem Buch, spricht er nur in Anführungszeichen.

Ich betrachte dagegen Informationsprodukte zunächst unabhängig davon, ob sie in digitalisierter Form vorliegen. Digitalisierte bzw. in elektronisch codierter Form technisch übermittelbare und reproduzierbare Informationsprodukte werden als besondere Form betrachtet, die allerdings der Problematik erst ihre Bedeutung und Dynamik verleihen. Informationsprodukte sind Produkte, die wesentlich materielle Träger von Informationsgehalten sind und deren Gebrauchswert darin besteht, dass die Nutzer dieser Produkte sich diese Informationsgehalte durch ihre Wahrnehmungstätigkeit aneignen oder sie für die Regulierung von Prozessen einsetzen können. Der Gebrauchswert wird durch die Bedeutung des Produkts als Symbolträger oder Datenträger dominiert, nicht durch seine stofflichen Eigenschaften. Informationsprodukte, speziell digitalisierte, unterscheiden sich in mehrfacher Hinsicht von "normalen" Produkten, wobei es Übergangsbereiche gibt. Der Wert von Informationsprodukten ist in relevantem Umfang, bei digitalisierten überwiegend, durch die in ihnen vergegenständlichte geistige und kreative Arbeit bestimmt. Für die Analyse ist es notwendig, keinesfalls undifferenziert von "Informationen" zu reden, sondern folgende Unterscheidungen vorzunehmen und zu beachten:

- 1.a) das einzelne *materielle Exemplar eines Informationsprodukts*, die einzelne Kopie, z.B. ein Tonträger, ein Fotoabzug, ein Video-Band, eine CD oder DVD, ein Buch, eine bespielte Daten-CD(Rom), die bestimmte Dateien codierenden Bereiche auf einer Festplatte usw.;
- 1.b) die konkrete Ausgestaltung der *Eigentums- und Nutzungsrechte* in Bezug auf dieses Informationsprodukt und die durch das Produkt materiell realisierten Informationsgehalte bzw. Werke;
- 2.a) den *Inhalt bzw. den Informationsgehalt*, der den Typ des Informationsprodukts ausmacht. Hierbei sind besonders relevant die Fälle, in denen es sich um das Produkt schöpferischer geistiger Arbeit handelt, also um ein Werk im Sinne des Urheberrechts, ein *ideelles Produkt*. Dieser Informationsinhalt wird häufig in eins gesetzt mit dem Original, also der ursprünglichen materiellen Realisation des Werks, ist aber analytisch und bei digitalisierbaren Werken auch praktisch davon zu unterscheiden, weil sich bei letzteren das Original von den Kopien nicht unterscheiden lässt:
- 2.b) die *geistigen Eigentums- und Verwertungsrechte intellectual property rights*, abgekürzt IPR in Bezug auf diesen Informationsinhalt bzw. das Werk, die durch Urheberrecht bzw. Copyright, Patente, Warenzeichen usw. definiert sind.

Bei "normalen" Waren oder Dienstleistungen (die keine Informationsprodukte sind) existieren die auch hier immer zugrunde liegenden Informationen über die Produktgestaltung und Produktionsmethoden häufig nur im Kopf der Produzenten oder als gesellschaftlich frei verfügbares Wissen. Aber hier spielen gleichfalls Eigentums- und Verwertungsrechte an einem zugrunde liegenden ideellen Produkt in Form von Patenten, Warenzeichen, Gebrauchsmusterschutz eine wachsende Rolle. Der Wert des Endprodukts wird meist überwiegend vom materiellen Produktionsprozess bestimmt und die Produkte sind nicht einfach kopierbar. Da die Nutzung dieser Produkte sich auf das einzelne Exemplar bezieht und eine darüber hinaus gehende Nutzung der zugrundeliegenden ideellen Produkte nicht möglich ist, sind besondere Einschränkungen der Nutzungsrechte der Konsumenten überflüssig. Verboten ist aber die gewerbliche Kopie solcher Produkte, etwa sog. "Markenpiraterie". Je größer der

Forschungs- und Entwicklungsaufwand ist, etwa bei Pharmazeutika, und je leichter aufgrund der technischen Entwicklung die Nachahmung von Produkten durch Konkurrenten wird, desto größer wird das Interesse der Inhaber der intellektuellen Eigentumsrechte, deren Schutz durch rechtliche Sanktionen und Kontrollen abzusichern.

Bei Informationsprodukten gewinnt der Sachverhalt eine neue Dimension. Schon traditionell war hier das geistige Eigentum oder Urheberrecht zu unterscheiden von dem Nutzungsrecht und dem Eigentum an einem Einzelexemplar. Das Recht zur Vervielfältigung war auf Zwecke des persönlichen Konsums beschränkt und zu gewerblichen Zwecken verboten. Das Problem ist also nicht grundsätzlich neu durch die elektronischen Informations- und Kommunikationsmedien entstanden, hat aber durch sie eine neue Dimension und Dynamik erhalten. Die Vervielfältigung und Verbreitung digitalisierter Informationsprodukte verursacht auch beim Konsumenten nur relativ geringe bis nahezu gar keine Kosten, jedenfalls wenn nur die beim Kopierenden anfallenden Grenzkosten betrachtet werden. Dies ist insgesamt und gesellschaftlich betrachtet keineswegs "kostenlos" - Infrastruktur und Geräte, Energie- und Ressourcenverbrauch sowie Umweltbelastungen werfen erhebliche Kosten auf. Anteilig auf die einzelne Kopie oder Informationsübertragung berechnet ist der Aufwand dennoch wesentlich geringer als bei nicht-digitalen Methoden.

Unter diesen Bedingungen wird die Differenzierung und Einschränkung der mit dem Erwerb eines materiellen Exemplars eines Informationsprodukts verbundenen Eigentumsrechte der Käufer essentiell für die Verwertung des zugrunde liegenden geistigen Eigentums. In der Regel wird nur ein durch besondere Lizenzvereinbarung eingeschränktes Nutzungsrecht verkauft. Die eigentlich relevante Ware ist also nicht das materielle Exemplar als solches, in stofflicher Hinsicht, sondern das spezifische Nutzungsrecht in Bezug auf den darin materialisierten Informationsgehalt. Besonders deutlich wird dieser Sachverhalt beim Vertrieb von Software oder anderen digitalisierten Informationsprodukten (Musik, Bilder, Texte etc.) per kostenpflichtigem Download aus dem Internet. Haug (2000, 629) erkennt hier einen "Widerspruch zwischen Informationsgütern und ihrer Wertform", weil das praktisch kostenlos zu vervielfältigende Digitalprodukt nicht knapp und daher eigentlich wertlos sei. Als Bewegungsform dieses Widerspruchs bilde sich eine "Ökonomie der Zugangsbesteuerung oder des Abonnements" als abgeleitete Form heraus, der Zugang selbst sei keine Ware. Davon ausgehend, dass Eigentum immer ein sozialer Tatbestand ist, wesentlich dadurch definiert, andere von der Nutzung des Eigentumsobjekts ausschließen zu können, betrachte ich den Verkauf von Lizenzen dagegen als die diesen Produkten adäguate Form, in Waren verwandelt zu werden. Es geht dabei nicht nur um die Aneignung von ggf. irgendwo anders erzeugtem - Mehrwert, sondern um die Realisierung des Werts der Informationsprodukte.

Wertproduktion und -realisierung bei Informationsprodukten

Der größte Teil der Kosten von Informationsprodukten tritt in der Entwicklung der Informationsgehalte auf. Die für die kapitalistische Produktion dieser Produkte und der zugrunde liegenden Informationsgehalte gesellschaftlich notwendige Arbeit ist produktiv im Sinne von Wert bildend. Auch die im eigentlichen Sinne geistige und kreative Arbeit etwa in der Entwicklung neuer Softwarecodes, Texte, Produktdesigns und Produktionsmethoden ist als produktive zu betrachten. Für das Kapital sind die hier

beschäftigten Arbeitskräfte einerseits Kosten, andererseits können deren Produkte verwertet werden, indem auf ihrer Basis Informationsprodukte hergestellt und durch deren Verkauf Profite realisiert werden. Oder auch indem z.B. Patente an andere Unternehmen verkauft werden.

Wie überträgt sich der durch die Entwicklungsarbeit gebildete Wert auf die Informationsprodukte und wie wird er realisiert? Zunächst einmal ähnlich, wie der Wert von fixem konstanten Kapital, also Produktionsanlagen, auf die damit produzierten Waren übertragen wird: anteilig im Verhältnis der Anzahl der durchschnittlich mit einer Einheit dieses Kapitals produzierten Waren. Bei Informationsprodukten lässt sich diese Anzahl allerdings noch weniger im Voraus fixieren als bei anderen Produkten, sondern nur grob aufgrund von Erfahrungen mit ähnlichen Produkten oder aufgrund von Marktanalysen abschätzen. Diese Kalkulation wird in vielen Fällen aufgehen, in anderen übertroffen und in wieder anderen nicht realisiert werden können. Bei "normalen" Informationsprodukten, die bei aller Originalität der zugrunde liegenden geistigen Arbeit prinzipiell durch andere Produkte mit ähnlichem Gebrauchswert ersetzt werden können und mit ihnen im Wettbewerb stehen, wird sich so im Durchschnitt der meisten Unternehmen und der Gesellschaft insgesamt in etwa eine Realisierung des durch die Entwicklungsarbeit geschaffenen Werts ergeben. Dies ist ein altbekanntes Phänomen etwa im Verlagsgeschäft für nicht-digitalisierte Informationsprodukte wie Bücher oder auch in Bezug auf Produkte, z.B. neue Fahrzeugmodelle oder Chemikalien, in denen ein hoher Entwicklungsaufwand steckt. Weit mehr noch als bei anderen Produkten ist hier theoretisch von Bedeutung, dass Wertbildung und -realisierung in der kapitalistischen Produktion nicht einzelbetrieblich erklärt werden können, sondern im Zusammenhang ganzer Branchen und der Gesamtwirtschaft analysiert werden müssen.

Wenn es sich um elektronisch kopierbare Informationsprodukte handelt, ändert sich daran nichts Prinzipielles. Es ist nur schwieriger für Unternehmen, die unbezahlte Verbreitung und Nutzung ihrer Produkte zu verhindern, also ihr intellektuelles Eigentumsrecht an den produzierten Informationsgehalten durchzusetzen und den bei ihrer Produktion gebildeten Wert zu realisieren. Auf der anderen Seite sparen sie einen großen Teil der früher nötigen Aufwendungen für die Produktion und Distribution materieller Produkte, in denen ihr ideelles Produkt vergegenständlicht war. Diese Kosten, z.B. für den Druck von Büchern, die sich dann möglicherweise als unverkäuflich erweisen und verramscht werden müssen, erhöhen das Verlustrisiko erheblich. Bei digitalen Informationsprodukten sind diese Kosten geringer, insbesondere bei Vertrieb über das Internet. Das vergrößert die Spielräume für kleine und nichtkommerzielle Anbieter, v.a. wenn die Informationsgehalte ebenfalls für geringes oder ohne Entgelt produziert werden. Für kommerzielle Verwerter digitaler Informationsprodukte bedeutet das, dass nach Überschreiten der verkauften Auflage, die nötig ist, um Entwicklungsund andere Anlaufkosten zu decken (break even point), jede weitere verkaufte Kopie und Lizenz einen extrem hohen Profitanteil am Verkaufspreis realisiert. Daraus resultierten enorme Anstrengungen, das eigene Produkt möglichst weit zu verbreiten. Das gilt international und ist der Hintergrund der massiven Bestrebungen, den intellectual property rights durch das TRIPS-Abkommen im Rahmen der WTO weltweit zur Geltung zu verhelfen.

Entwicklungs- und andere Vorlaufkosten können allerdings bei kommerziellen Produktionen und *e-commerce-*Projekten gewaltigen Umfang annehmen. Eine große

Rolle spielen auch Marketingkosten für die Erringung einer hinreichend starken Marktposition. Da diesem Aufwand zunächst keine oder nur geringe Erlöse gegenüber stehen, laufen in den ersten Jahren vielfach riesige Verluste auf. Der dafür notwendige Kapitalvorschuss konnte eine Zeit lang, in der Boomphase der "New Economy", leicht über die Börse oder andere Kapitalanlagemodelle von vermögenden Privathaushalten eingesammelt werden. Die sich selbst verstärkende Spekulation trieb die Aktienkurse in eine Höhe, die keine realökonomische Grundlage mehr hatte, und ermutigte ökonomisches Abenteurertum. Die zugrunde liegenden Gewinnerwartungen für die Zukunft erwiesen sich in den allermeisten Fällen als völlig unrealistisch, es folgten Gründerkrach und Marktbereinigung. Letztere sind noch im Gange.

Daraus sollte aber nicht der überzogene Schluss gezogen werden, Gewinnerwartungen in diesen Bereichen wären nun ganz und gar verfehlt und die New Economy wäre dauerhaft eine reine Geldvernichtungsmaschine. Zum einen existieren bereits einige hochprofitable Unternehmen (gigantisch große wie Microsoft oder SAP, aber auch viele kleinere) und auch bei anderen, bisher hohe Verluste einfahrenden Unternehmen ist durchaus realistisch, dass sie in einigen Jahren tatsächlich die Gewinnzone erreichen. Denn die Aufwendungen für die kreative und Entwicklungsarbeit bei der Erstellung von Informationsproduktion sind ökonomisch ähnlich zu betrachten wie die Erstellung oder der Kauf von Fixkapital, haben also investiven Charakter. Wenn es anschließend gelingt, auf dieser Grundlage Informationsprodukte zu verkaufen, wird der durch diese Arbeit geschaffene Wert realisiert und der Anlaufverlust wieder hereingeholt. Wenn nicht, dann ist das eingesetzte Kapital entwertet und verloren - nicht nur bei Informationsprodukten.

Informationsrenten und Mehrwertaneignung im Informationskapitalismus

Es geht im Informationskapitalismus aber nicht nur um die Produktion und Realisierung von Wert und Mehrwert, der in diesem Sektor gebildet worden ist, sondern in hohem Maße um die Aneignung von Monopolprofiten und Informationsrenten. Wenn Informationsprodukten ein besonderes und geschütztes ideelles Produkt zugrunde liegt, sind sie streng genommen immer besondere Produkte, die nicht beliebig durch Konkurrenten reproduziert werden können. Zwar versuchen auch bei anderen, "normalen" Produkten die Hersteller von Markenartikeln mit Produktdifferenzierung und Werbung mehr oder minder erfolgreich, ihre Waren als einzigartig darzustellen, aber bei Informationsprodukten ist der Unterschied tatsächlich wesentlich, etwa zwischen verschiedenen Musikstücken oder Texten des gleichen Genres oder zwischen verschiedener Software für gleiche Zwecke. Viele Informationsprodukte sind nicht so einfach, wie oben zunächst unterstellt, gegen ähnliche austauschbar. Ihr Gebrauchswert ist ziemlich einzigartig, nur durch Informationsprodukte dieses bestimmten Typs, die auf dem selben ideellen Ursprungsprodukt beruhen, zu realisieren. Es sind monopolistische Informationsprodukte.

Eine darauf beruhende überragende Marktposition kann, muss aber nicht durch besondere Qualitäten des Produkts bedingt sein, sondern ist häufig ein externer Effekt der weiten Verbreitung oder faktischen Monopolposition des betreffenden Produkts. Diese ist häufig durch einen Zeitvorsprung gegenüber anderen Produkten bedingt. Dabei führt die Natur solcher Informationsprodukte tendenziell zu einer Verfestigung monopolistischer Positionen, weil der Gebrauchswert wächst, wenn möglichst viele das gleiche benutzen und damit diverse Transaktionskosten sinken. Dies gilt etwa für

bestimmte Softwareprodukte, in idealtypischer Weise für viele Microsoft-Produkte, v.a. das Windows-Betriebssystem. Weil es fast jede/r hat, es bei fast jedem neuen Computer dabei ist und dafür die meisten Anwendungsprogramme existieren und weil die grundlegenden Anwendungsqualifikationen dafür weit verbreitet sind, hat es in den meisten Fällen von allen Betriebssystemen immer noch den größten Gebrauchswert, auch wenn es technisch bessere geben mag. Auf dieser Grundlage ist es den Produzenten dieser Informationsprodukte möglich, sich über die Realisierung des Werts und des darin enthaltenen Mehrwerts weit hinausgehende Monopolpreise und Zusatzprofite anzueignen. Um diese Stellung zu halten und auszunutzen, werden alle möglichen technischen und geschäftlichen Tricks eingesetzt.

Die so erzielten Surplusprofite bilden die Grundlage für eine spezifische Form der Mehrwertaneignung im Informationskapitalismus: die Aneignung von Informationsrenten. Renten sind allgemein Entgelte für die Nutzung von nicht beliebig reproduzierbaren Produktionsbedingungen, die deren Eigentümern zufließen. Als Informationsrenten bezeichne ich Surplusprofite, die beim Verkauf von Informationsprodukten realisiert werden, und die dann den Eigentümern bzw. Verwertern des zugrunde liegenden intellektuellen Eigentumsrechts zufließen. Dieses intellektuelle Eigentumsrecht begründet die Monopolposition und damit die Möglichkeit der Erzielung von Surplusprofiten. Die Analyse als Informationsrente ist notwendig, um diese Extraprofite in der kapitalistischen Ökonomie der Informationsprodukte zu erklären, unabhängig davon, ob die Informationsrente tatsächlich an andere gezahlt wird oder ob sie nur analytisch vom Profit unterschieden werden kann, weil die produzierenden Unternehmen selbst die Eigentümer der entsprechenden Rechte sind. Das geistige Eigentumsrecht stellt als relativ dauerhafte Monopolposition in Bezug auf die Nutzung bestimmter einmaliger Produktionsbedingungen eine besondere Einkommensquelle dar, die von den anderen qualitativ zu unterscheiden ist. Die Dauerhaftigkeit der daraus resultierenden Einkommens ist zwar wegen der ständigen Weiterentwicklung und Neuproduktion von Software, Medieninhalten usw. nur begrenzt, aber in der Regel bilden die vorhandenen intellektuellen Eigentumsrecht auch die Basis für die Entwicklung neuer, darauf aufbauender Informationsprodukte. Die Aneignung von Informationsrenten ist eine zentrale ökonomische Triebkraft des Informationskapitalismus.

Es geht bei der Informationsrente nicht um den Anspruch von Urhebern oder Erfindern auf ein Entgelt für die von ihnen erbrachte geistige Arbeitsleistung. Die Höhe der Informationsrente steht nicht im Verhältnis zu dem Aufwand an Arbeit oder an variablem und konstantem Kapital, der für die Produktion des geschützten Werks oder der Erfindung erforderlich war, sondern hängt von dem Umfang des Surplusprofits ab. Es können zwei Weisen unterschieden werden, wie Surplusprofite und damit Informationsrenten zustande kommen. Entweder bringt die Anwendung der geschützten Produkte oder Verfahren in Unternehmen Effizienz- und Kostenvorteile gegenüber Konkurrenzunternehmen, die diese Produkte nicht nutzen. In diesen Fällen handelt es sich um eine Form der Differenzialrente, die von den Produzenten der Informationsprodukte abgeschöpft wird. Bei Produkten, die an Endkonsumenten verkauft werden, stehen dagegen Mechanismen der Monopolpreisbildung im Mittelpunkt. Trotz eines wesentlich geringeren Werts der einzelnen Exemplare, auch unter Berücksichtigung der oben dargestellten Ausgleichungsprozesse mit anderen nicht profitablen Produkten, werden wesentlich höhere Preise genommen, so dass

möglichst ein maximaler Gesamtprofit mit dem entsprechenden Produkttyp erzielt wird. Diese unterschiedlichen Formen der Erwirtschaftung des Surplusprofits drücken sich häufig in unterschiedlichen Preisen für gleichartige Produkte aus, je nachdem, ob sie an individuelle oder kommerzielle Kunden verkauft werden. In beiden Fällen handelt es sich aber um die Aneignung von Mehrwert, der in anderen Bereichen der Wirtschaft oder auch international produziert worden ist. Dadurch werden sowohl die Spielräume für den Profit anderer Kapitale als auch die Reallöhne beschnitten sowie Werttransfer zu Lasten anderer Länder herbeigeführt.

Der Begriff Informationsrente in dieser Bedeutung ist neu, wie auch sein Gegenstand erst mit der Entwicklung und Verbreitung der mikroelektronischen Informations- und Kommunikationstechniken seit den 1980er Jahren zunehmende ökonomische und gesellschaftliche Relevanz erlangt hat. Der Begriff wurde in der zweiten Hälfte der 1990er Jahre von dem philippinischen Sozial-Aktivisten Roberto Verzola (1997) in die Diskussionen zur Kritik der neuen, globalisierten kapitalistischen Informationsökonomie eingebracht und stieß dort auf einige Resonanz. Er beruht auf einer Übertragung des Marxschen Begriffs der Grundrente (vgl. etwa MEW 25, 783ff) auf die neuen Produktionsverhältnisse. Er ist aber bisher theoretisch noch kaum ausgearbeitet und tiefer gehend diskutiert worden. Sucht man in einschlägigen Wörterbüchern oder auch im Internet danach, findet man Verweise auf einen neoklassisch geprägten Begriff, der "Informationsrente" als den Zusatznutzen betrachtet, den sich ein Akteur aufgrund seines Informationsvorsprunges gegenüber anderen als eine besondere Art der "Konsumentenrente" oder im Rahmen von Prinzipal-Agent-Konstellationen aneignen kann. Das hat mit der hier gemeinten Bedeutung nichts zu tun.

Der Mainstream der Wissenschaft reflektiert die gewachsene Bedeutung von Informationsproduktion und der intellektuellen Arbeit und der Wissenschaft als Produktivkraft unter dem Begriff der "Wissensgesellschaft". Ulrich Klotz (1999, 593) schreibt etwa: "In einer Informationsökonomie wird Wert vor allem durch die Anwendung von Wissen vermehrt. Eine Wertschöpfung, in der Mehrwert nicht über Volumen geschaffen wird, unterscheidet sich in zentralen Aspekten von materieller Produktion, bei der sich die Produktionsfaktoren - (manuelle) Arbeit, Rohstoffe und Kapital - im Prozess verbrauchen: um mehr zu produzieren, muss man mehr von ihnen einsetzen. Im Gegensatz dazu ist Wissen eine Ressource, die sich nicht erschöpft, sondern durch ihren Gebrauch sogar noch vermehrt." Information oder Wissen wird - so wie klassisch den "Produktionsfaktoren" Boden und Kapital - der Charakter einer neuen, eigenständigen Quelle von Wertschöpfung zugeschrieben und damit die Mystifikation der kapitalistischen Produktionsverhältnisse auf eine neue Stufe gehoben.

Dem gegenüber beansprucht die hier dargestellte Analyse, Wert und Gebrauchswert zu unterscheiden und die kapitalistische Ökonomie der Informationsprodukte als eine besondere Form der Mehrwertproduktion und -aneignung zu dechiffrieren. Wertschöpfung ist letztlich nichts anderes als die Produktion von Ansprüchen auf quantitativ bestimmte Anteile am gesellschaftlich in Form von Waren (oder Dienstleistungen) käuflichen Reichtum durch Arbeit. Davon streng zu unterscheiden ist die Aneignung von anderen erarbeiteter Werte aufgrund des exklusiven Eigentumsrechts an notwendigen Produktions- oder Lebensbedingungen. Informationsrente kann in diesem Sinne kritisch als eine weitere grundlegende Einkommensform und geistige Eigentumsrechte als weitere primäre Revenuequelle und

Basis für Mehrwertaneignung im Kapitalismus analysiert werden. Die von Marx dargestellte und kritisierte "trinitarische Formel" "Kapital - Profit (Unternehmergewinn plus Zins), Boden - Grundrente, Arbeit - Arbeitslohn" (MEW 25, 822) wäre dann um ein viertes Glied zu ergänzen: geistiges Eigentum - Informationsrente.

Fiktives Kapital und "Humankapital"

Die Mystifikation des Informationskapitalismus bleibt nicht bei der Darstellung des Wissens als Wertquelle stehen. Ulrich Klotz (1999, 594f.) glaubt: "Weil aber Information, die keine Beachtung findet, keinen ökonomischen Wert hat, bestimmt sich ihr Wert nicht aus sich selbst, sondern aus der Ressource, die sie in Anspruch nimmt: Information verbraucht die Aufmerksamkeit ihrer Empfänger. [...] Steigende Werbeetats und Starhonorare, explodierende Werte von Markennamen oder vielbesuchten Internetseiten sind nur einige Indizien dafür, dass die neue Theorie von der "Ökonomie der Aufmerksamkeit" einen durchaus realen Hintergrund hat. Dazu zwei Beispiele: der US-Basketballstar Michael Jordan kassiert für Sportschuhwerbung von der Firma Nike pro Jahr rund zwanzig Millionen US-Dollar - mithin doppelt so viel wie die zwölftausend asiatischen Näherinnen, die diese Schuhe herstellen. Und die Kabel-TV-Firma AT-Home bezahlte für die Internet-Suchmaschine Excite für 6,7 Mrd. US-Dollar - zum Vergleich: der Autokonzern Ford kaufte Volvo für 6,45 Mrd. US-Dollar."

Hier wird nun fast alles verdreht. Die Rede von der "Aufmerksamkeitsökonomie" darf nicht davon ablenken, dass es bei den ökonomischen (also nicht den zur Selbstverwirklichung, aus altruistischen oder politischen oder sonstigen Motiven betriebenen oder öffentlich finanzierten) Aktivitäten im Internet letztlich nicht um Aufmerksamkeit geht, sondern um Geld, das unmittelbar (etwa über Werbeeinnahmen oder Nutzungsentgelte) oder mittelbar (über die umsatzsteigernde Wirkung der Internetpräsentation eines Unternehmens) damit verdient werden soll. Die "Information" gewinnt ihren "Wert" nicht aus der Aufmerksamkeit, sondern die Aufmerksamkeit potentieller Kunden ist den Informationsanbietern etwas wert, weil sie ihnen Erträge verspricht. Der werbetragende Basketballstar bekommt einen Teil der auf überhöhten Preisen beruhenden Surplusprofite, die sich die Sportschuhfirma mittels der symbolischen Aufladung ihrer Produkte aneignen kann. Und die Internet-Suchmaschine war nicht deshalb so teuer, weil sie so viel Aufmerksamkeit auf sich zog, sondern weil die Käufer darauf spekulierten (und sich verspekulierten), mit ihrer Hilfe stark wachsende Umsätze und Erträge zu erzielen. Trotz gestiegener Nutzerzahlen und damit Aufmerksamkeit sind Internetplattformen heute für einen Bruchteil ihres damaligen Preises zu bekommen.

Was wurde gekauft mit der Internet-Suchmaschine? Nicht ein Exemplar eines Informationsprodukts, wie ich es bisher hauptsächlich diskutiert habe, sondern das Eigentums- und Verwertungsrecht an dem zugrunde liegenden ideellen Produkt, das intellectual property right, also ein einzigartiges und nicht reproduzierbares Handelsobjekt. Als Käufer treten hier i.d.R. nur Unternehmen auf. Bei solchen Objekten ist eine Wertbestimmung auf Basis der darin vergegenständlichten gesellschaftlich notwendigen Arbeit nicht möglich. Ihr Preis ist aber dennoch nicht zufällig oder beliebig, sondern bestimmt sich wie bei anderen ökonomischen Objekten, die ihrem Eigentümer ein regelmäßiges Einkommen einbringen (klassisch: Boden), nämlich als fiktiver Kapitalwert, durch Kapitalisierung der zu erzielenden Erträge. Dabei kommt es nicht primär auf die bisherigen, sondern auf die für die Zukunft erwarteten Erträge an. Bei

Internet-Suchmaschinen wurde eine Zeit lang offenbar erwartet, dass sie künftig zu großen Erträgen, zur Aneignung gewaltiger Informationsrenten verhelfen würden. Marx hat diese Phänomene schon genau beschrieben, abgesehen von den Informationsrenten ist daran nichts Neues.

Der durch Kapitalisierung ermittelte fiktive "Wert" von handelbaren Eigentumstiteln und Wertpapieren aller Art, insbesondere auch Aktien, die nur Eigentumstitel an Anteilen und Profiten eines Kapitals sind, ist also fiktives Kapital. Das reale Kapital wird z.B. in Form von Gebäuden, Maschinerie oder auch Geld ganz woanders angewendet. Der Markt- bzw. Kurswert dieses fiktiven Kapitals hängt von den erwarteten Erträgen und dem Zinssatz ab, kann also heftig schwanken und ein Vielfaches des realen Kapitalwerts betragen, wenn die Kurse auch noch spekulativ überhöht sind. Der Begriffsinhalt kommt dem des "Shareholder value" sehr nahe. Wenn irgendwo von gewaltigen Summen der Börsenkapitalisierung von Unternehmen die Rede ist, die sich ergeben aus der Multiplikation des Aktienkurses mit der Gesamtzahl der ausgegebenen Aktien, dann ist das genauso solch ein fiktiver Kapitalwert und nicht etwa der Ausdruck materiell vorhandener Werte bzw. gesellschaftlichen Reichtums. Auch in seriöser volkswirtschaftlicher Statistik wird das Anlagevermögen einer Volkwirtschaft nicht in Höhe seines Shareholder Value oder fiktiven Kapitalwerts ausgewiesen, sondern auf Basis der Anschaffungs- oder der Wiederbeschaffungspreise. Dennoch ist dieser fiktive Kapitalwert ökonomisch wirksam und kann z.B. dazu dienen, den Kauf von anderen Aktiengesellschaften mit eigenen Aktien zu bezahlen (z.B. AOL - Time-Warner, Vodafone - Mannesmann). Insoweit die Verwendung real erwirtschafteter Einkommen dadurch beeinflusst wird, kann das große realwirtschaftliche Auswirkungen haben, etwa wenn bei Neuemissionen frisches Geld in die Unternehmen fließt, wenn Spekulationsgewinne oder der "Gründergewinn" (der sich aus der Differenz zwischen dem aus der Kapitalisierung der erwarteten Erträge berechneten fiktiven Kapitalwert und dem Realwert des Unternehmen ergibt) oder auch Spekulationsverluste realisiert werden (müssen), wenn Unternehmen Pleite gehen, weil ihre in fiktivem Kapital bestehenden Aktiva in einem Crash plötzlich entwertet werden (z.B. die japanischen Banken beim Platzen der dortigen Immobilienspekulationsblase) oder wenn die Sparquote sich im Zuge von Börsenbooms oder Crashs ändert.

Ein theoretisch eng mit dem fiktiven Kapital zusammen hängendes Thema ist das des "Humankapitals". Ulrich Klotz (1999, 595) schreibt, dass "in der Neuen Ökonomie die Mitarbeiter, das so genannte "Humankapital", das einzig wichtige Kapital sind. Rohstoffe, Maschinen, Energie, Grundbesitz und Realkapital - die gesamte Palette der traditionellen Produktions- und Wettbewerbsfaktoren verliert an Bedeutung - und mit ihnen die ökonomischen Theorien, die sich hierauf gründen". Das ist zu bestreiten, aber vor allem ist hier eine Kritik der mit dem Begriff des "Humankapitals" verbundenen Vorstellungen erforderlich.

Als "Human Capital" werden im Wesentlichen die qualifizierten und für die Wertschöpfung eines Unternehmens besonders wichtigen Arbeitskräfte bezeichnet. Im Besonderen sind damit jene hoch qualifizierten Beschäftigten gemeint, bei denen sich das auch in besonders hohen Einkommen niederschlägt - in den Blütezeiten der New Economy in hohem Maße die IT-Professionals, heute nicht mehr so sehr. Die Einkommen dieser Beschäftigten sind offenbar nicht, wie es Löhne in marxistischer Sicht allgemein sind, durch den Wert der Arbeitskraft bestimmt, also ihre

Reproduktionskosten auf dem historisch erreichten und gesellschaftlich im Rahmen der Kräfteverhältnisse zwischen Kapital und Arbeit durchgesetzten Niveau (inkl. aller Abgaben, Altersvorsorge und den normalen Annehmlichkeiten des Lebens), sondern sie liegen deutlich darüber, auch unter Berücksichtigung des Qualifizierungsaufwands.

Diese Einkommen können aber nicht als Ausdruck der besonders hohen Wertschöpfung dieser Arbeitskräfte begriffen werden, sondern nur so, dass es ihnen aufgrund der Knappheit an solchen Arbeitskräften und ihrer besonderen Bedeutung für den Betrieb durchzusetzen gelingt, dass Teile der besonders hohen Profite, die ihre Betriebe erzielen oder auch nur für die Zukunft erwarten, an sie weitergegeben werden. Z.T. haben sie aber auch nur erwartet, solche Einkommen erzielen zu können, und wurden dann enttäuscht, nämlich wenn sie mit Aktienoptionen bezahlt wurden, die dann im Zuge des Crashs der High-Tech-Aktien wertlos wurden. Es geht also real um Mechanismen, die zu einer extrem ungleichen *Aneignung* gesellschaftlich produzierter Werte führen, nicht um die *Produktion* besonders hoher Werte, zu der diese Beschäftigten aufgrund besonders hohen "Humankapitals", über das sie verfügen, befähigt wären.

Wenn vom "Wert" des "Humankapitals" die Rede ist, insbesondere aus der Perspektive seines unmittelbaren "Besitzers", nämlich des Erwerbstätigen selbst, geht es wiederum um einen fiktiven Kapitalwert, der sich aus der Kapitalisierung der künftig erwarteten Einkommen berechnet. Es handelt sich sozusagen um den "Shareholder Value" der Arbeitskraft, wobei unter bürgerlichen Verhältnissen die Person selbst ihr eigener und einziger Shareholder ist und dieser fiktive Kapitalwert also prinzipiell nicht in Geld realisierbar ist (außer in besonderen Fällen, z.B. als "Ablöseprämie"). Es sind also die Einkommen dieser Beschäftigten nicht durch ihr großes "Humankapital" bestimmt, sondern genau andersherum die quantitative Größe ihres "Humankapitals" durch die Höhe dieser Einkommen. Viele Beschäftigte mussten das in der Krise schmerzhaft erfahren, als sie überflüssig bzw. erwerbslos wurden und ihr "Humankapital" damit ziemlich wertlos.

Klassenverhältnisse und gesellschaftliche Widersprüche

Die Informationsrente unterscheidet sich dadurch wesentlich von den von Marx analysierten Formen der Rente, dass der Gegenstand des Monopols, das die Informationsrente einbringt, nicht bloß vorgefunden und angeeignet ist, sondern von Menschen produziert, und dass er kein materielles Objekt ist, sondern ein ideelles. Intellektuelle Eigentumsrechte und Informationsrenten wirken nicht nur als Mechanismen der Aneignung von Mehrwert, sondern auch der Subsumtion der kreativen geistigen Arbeit unter das Kapital, nicht nur der formellen, sondern auch der reellen Subsumtion. Sie belegen auch auf diesem Feld, dass das Kapital "einerseits eine bestimmte gegebene historische Entwicklung der Produktivkräfte voraussetzt - unter diesen Produktivkräften auch die Wissenschaft - anderseits sie vorantreibt und forciert" (MEW 42, 595).

Die Informationsrenten werden überwiegend nicht von den unmittelbaren Produzenten der Informationsgehalte angeeignet, sondern von kapitalistischen Unternehmen und ihren Eigentümern, von denen die Produzenten ökonomisch abhängig sind, und in deren Eigentum die Verwertungsrechte übergegangen sind oder sich von vornherein befunden haben - je nachdem ob die Leistung von Lohnarbeitern oder von sogenannten

"Freien" erbracht wurde. Roberto Verzola (1997) bezeichnet die Eigentümer intellektueller Eigentumsrechte (Software- und Medienunternehmen, aber auch Patentinhaber im Bereich der Pharmazie, Biotechnologie etc.) und die privilegierten Künstler, besonders herausragenden Text- oder Softwareautoren, Staranwälte etc., die sich Informationsrenten aneignen und so übermäßige Profite oder Einkommen erzielen können, als die Rentiersklasse der Informationsökonomie. Er hat dafür aus den Wörtern "Cyberspace" und "Landlord" die Bezeichnung "Cyberlord" konstruiert. "Das Kennzeichen der Schicht der *big cyberlords* ist, dass sie nur einen kleinen, wenn überhaupt einen Anteil der Informationsgehalte produziert haben, die von ihren Patenten oder Copyrights geschützt werden." (Verzola 1997) Diese "Cyberlords" sind ein immer wichtiger werdender Teil der herrschenden Klasse in den entwickelten Ländern.

Die überwältigende Mehrheit der geistige Arbeit Leistenden, der "Wissensarbeiter" oder "Symbolanalytiker" (Robert Reich) und der im Medien- und künstlerischen Bereichen Tätigen gehört nicht zu diesen "Cyberlords", sondern zu den von Verzola so bezeichneten "Intellectuals", die überwiegend von Einkommen aus ihrer Arbeit leben und zur Klasse der abhängig Arbeitenden zu rechnen sind. Die meisten von ihnen sind auch vom formalen Status her lohnabhängig beschäftigt. Die Besonderheiten der intellektuellen Arbeit führen dazu, dass hier neue Formen der Arbeitsorganisation, Leistungsbemessung und -kontrolle und des Entgelts besonders weit verbreitet sind. Ihre Arbeit lässt sich nur am Ergebnis und nicht an der von außen beobachtbaren Tätigkeit festmachen und kontrollieren und ist unabdingbar auf den Einsatz eigener Initiative und Kreativität der Arbeitenden angewiesen. Weil der Zeitfaktor für den ökonomischen Erfolg oft von Ausschlag gebender Bedeutung ist, bestehen hohe Flexibilitätsanforderungen, Kundenorientierung ist höchstes Gebot. Es entwickeln sich neue Anforderungen an die Lösung des Problems der "Transformation" der vom Kapital gekauften Arbeitskraft in Arbeitsleistung. Moderne Managementmethoden und erfolgsabhängige Entgeltformen vermitteln die Anforderungen des Marktes und die Konkurrenz immer stärker direkt an die Beschäftigten. Daraus ergeben sich besondere Belastungen, Probleme und Anforderungen an die gewerkschaftliche Arbeit und die soziale Regulierung dieser Arbeitsverhältnisse.

Viele der im Informations- und Kommunikationssektor und insbesondere der im Medienbereich Arbeitenden sind als Selbständige tätig, als "Freelancer". Die digitalen Kommunikationstechniken ermöglichen v.a. in der Produktion von Informationsgehalten eine so enge Vernetzung der "Freien" mit ihren Auftraggebern, dass ein unmittelbar betrieblicher Zusammenhang ersetzt werden kann. In den meisten Fällen ändert dies aber nichts daran, dass sie als vom Kapital abhängig und ausgebeutet Arbeitende zu betrachten sind - häufig ist die Ausbeutung in Formen der Selbständigkeit sogar weit schärfer und die Lage der Betroffenen schlechter als bei klassisch lohnabhängig Beschäftigten. Der zentrale Gesichtspunkt dabei ist, dass die Ausbeutung der Lohnarbeit durch das Kapital darin begründet ist, dass den Arbeitenden die entscheidenden Produktionsmitteln als fremdes, kapitalistisches Eigentum gegenüber stehen. Wenn nun wachsende Teile der Bevölkerung in den entwickelten kapitalistischen Ländern in die Lage kommen, ohne oder mit eigenen kleinen Produktionsmitteln (z.B. PC) als selbständige Dienstleister für größere kapitalistische Unternehmen zu arbeiten, hebt dies das kapitalistische Klassenmonopol an den entscheidenden Produktionsmitteln nicht auf, sondern reflektiert nur die gewachsene Konzentration der wirklich beherrschenden Produktionsmittel einerseits, veränderte

Arbeitsteilung und Technologie und den Wertverlust kleiner Produktionsmittel andererseits.

Die meisten kleinen Selbständigen erhalten ebenso wie die Lohnarbeitenden nur ein Entgelt, das weit hinter ihrem Beitrag zur - werttheoretisch betrachteten - gesellschaftlichen Wertschöpfung zurückbleibt und den kapitalistischen Unternehmen, für die sie arbeiten, aus der Nutzung dieser Leistungen in ihrem Produktions- und Verwertungsprozess die Aneignung entsprechenden Profits ermöglicht. Wenn die produzierten Informationsgehalte, seien es Software oder Medieninhalte, sich als besonders erfolgreich erweisen und zusätzliche Informationsrenten abwerfen, sehen die meisten der unmittelbaren Produzenten davon nichts oder nur einen kleinen Teil. Es handelt sich hier genau so um ökonomische Ausbeutung und Mehrwertproduktion wie zu Marx' Zeiten bei der von ihm analysierten "modernen Hausarbeit" oder "Hausindustrie".

Die Verwertung geistiger Eigentumsrechte zwecks Aneignung von Informationsrenten ist darüber hinaus mit weiteren gesellschaftlichen Widersprüchen verbunden. Der - immer nur auf kapitalistisch verwertbare Ergebnisse gerichteten und damit von vornherein beschränkten und deformierten - Forcierung von Wissenschaften und Produktion von Medieninhalten steht gegenüber, dass ein Hauptinteresse im Informationskapitalismus darin besteht, die technisch mögliche billige Verbreitung und Nutzung von digitalisierten Informationsprodukten zu verhindern und damit in großem Umfang mögliche Gebrauchswertaneignung zu unterbinden und erhebliche Teile der Bevölkerung davon auszuschließen. Schwerer wiegt noch die Tendenz, bisher öffentlich zugängliche wissenschaftliche und kulturelle Information und Produkte privater Kontrolle und Verwertung zu unterwerfen. Damit wird auch die Verbreitung und Anwendung der Produkte (bisher) allgemeiner Arbeit und damit die Entwicklung der Produktivkräfte und des Reichtums insgesamt beschränkt und behindert. Es entwickeln sich zunehmende gesellschaftliche Interessengegensätze und Konflikte um die rechtliche und soziale Gestaltung der Produktion, Aneignung und Nutzung von Informationsprodukten.

"Der Schlüssel zur Transformation einer monopolistischen Informationsökonomie in eine nicht-monopolistische ist die Ersetzung monopolistischer intellektueller Eigentumsrechte durch andere Formen der Vergütung intellektueller Leistungen. Selbstverständlich wird sich die Klasse der Cyberlords dem bis zum Schluss widersetzen, und sie haben die politische und ökonomische Macht dazu. Mit der durch den Prozess der Privatisierung fortschreitenden Subsumtion gegenwärtig noch allgemein zugänglicher Information (public domain information) unter das Monopol der Cyberlords, wird die Öffentlichkeit der Informationsnutzer ein höheres Niveau politischen Bewusstseins erwerben und dieser Kampf wird sich schließlich als der bedeutendste Konflikt einer monopolistischen Informationsökonomie darstellen. Als solcher wird er sich zunehmend in kulturellen und ökonomischen ebenso wie politischen Gegensätzen manifestieren." (Verzola 1997) Bisher erfüllt der Informationskapitalismus seine "historische Mission", mit gewaltigem Tempo die informationstechnische Erschließung und Durchdringung der Welt voranzutreiben. Die Kehrseite dessen ist eine fortschreitende Privatisierung und Kapitalisierung der Medienwirtschaft und -infrastruktur bis hin zum Bildungswesen sowie die Polarisierung der Einkommen und Vermögen. Auf die Dauer führt dies zur Einschränkung gesellschaftlicher Entwicklungsmöglichkeiten, kultureller Vielfalt und Demokratie.

Literatur

Ahlers, Elke, und Gudrun Trautwein-Kalms, 2002: "Innovative Dienstleistungen und die Suche nach neuen Gestaltungsansätzen in der Leistungspolitik", in: *WSI-Mitteilungen*, 55.Jg., H.9, 524-531

Haug, Wolfgang Fritz, 2000: "Prolegomena zu einer Kritik der Neuen Ökonomie", in: *Argument* 238, 42.Jg., 619-645

Kagarlitsky, Boris, 1999: "New Realism, New Barbarism", London/Sterling (Virginia, USA)

Klotz, Ulrich, 1999: "Die Herausforderungen der Neuen Ökonomie", in: *Gewerkschaftliche Monatshefte*, 50.Jg., H.10, 590-608

Krämer, Ralf, 2001: "Zur Politischen Ökonomie des Informationskapitalismus", http://www.oekonux-konferenz.de/dokumentation/texte/kraemer.htm

Marrs, Kira, und Andreas Boes, 2002: "Schatten im Scheinwerferlicht. Arbeits- und Leistungsbedingungen in der audio- visuellen Medienbranche", in: *WSI-Mitteilungen*, 55.Jg., H.9, 517-523

Pickshaus, Klaus, 2000: "Das Phänomen des "Arbeitens ohne Ende", in: Klaus Pickshaus, Klaus Peters und Wilfried Glißmann "Der Arbeit wieder ein Maß geben", Supplement *Sozialismus*, 27.Jg., H.2, 1-19

Verzola, Roberto, 1997: "Cyberlords: The Rentier Class of the Information Sector", http://dkglobal.org/crit-ict/rv2.htm

ders., 1998: "Globalization: The Third Wave", http://dkglobal.org/crit-ict/rv1.htm

ders., 2001: "Information Monopolies and the WTO", in: Sand in the Wheels, attac weekly newsletter Nr. 108, Dezember, www.attac.org/attacinfoen/attacnews108.pdf

Voß, G. Günter, und Hans J. Pongratz, 1998: "Der Arbeitskraftunternehmer. Eine neue Grundform der Ware Arbeitskraft?", in: *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, 50.Jg., H.1,

www.tu-chemnitz.de/phil/soziologie/voss/aufsaetze/AKUKZfSStxt.pdf

Krämer, Ralf, 1960; Diplom-Sozialwissenschaftler, arbeitet als Gewerkschaftssekretär beim Bundesvorstand der Vereinten Dienstleistungsgewerkschaft (ver.di). A.: Wirtschafts- und Finanzpolitik, Politische Ökonomie.

Veröff.: Solidarische Finanzpolitik für Arbeit und Sozialstaat, in: Michael Jonas, Sabine Nover, Ursula Schumm-Garling: Brennpunkt Arbeit, Münster 2002

Summary:

Ralf Krämer: information rent - a contribution to the political economy of information capitalism

A critical analysis of the capitalist economy of information products has to be developed on the basis of the Marxian critique of the political economy. Information products differ from other products in several aspects, especially if they are digital. There are specific problems to realize the value produced in the development of the information content,

which is materialised in the products. There is a specific new form of surplus value based on the monopolistic intellectual property right held on that content: information rent. The capitalist production, realisation of surplus value and social use of information products are associated with changes in class structure and with new social contradictions.