

Access - Das Verschwinden des Eigentums

Warum wir weniger besitzen und mehr ausgeben werden

Bearbeitet von
Jeremy Rifkin, Klaus Binder, Tatjana Eggeling

3. Auflage mit aktual. Vorwort 2007. Taschenbuch. 424 S. Paperback
ISBN 978 3 593 38374 3
Format (B x L): 14 x 21,5 cm
Gewicht: 250 g

[Weitere Fachgebiete > Ethnologie, Volkskunde, Soziologie > soziale Gruppen:
Altersgruppen > Sozialprognosen](#)

schnell und portofrei erhältlich bei


DIE FACHBUCHHANDLUNG

Die Online-Fachbuchhandlung beck-shop.de ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.

Leseprobe

In 25 Jahren wird ein Großteil der Unternehmen und Konsumenten Eigentum wahrscheinlich für altmodisch halten. Es ist eine zu langsame Institution in einer Welt, die immer schneller wird, in der auch das kulturelle Leben im Takt von Nanosekunden pulsiert. Die Idee des Eigentums beruht auf der Annahme, dass materielle Vermögenswerte oder Anteile daran ihren Wert über eine lange Zeitspanne behalten. "Eigentum" und "akkumulieren" waren über lange Zeit hinweg sorgsam gehegte und gepflegte Lebenskonzepte. Nun jedoch überholen die rasante technische Innovation und die aktuellen ökonomischen Aktivitäten mit ihren schwindelerregenden Tempo alle Vorstellungen, die wir an Eigentum geknüpft haben. Maßgeschneiderte Produktion, permanente Innovation und kontinuierliche Verbesserung sowie immer kürzere Lebenszyklen von Produkten: In dieser Welt hat nichts Bestand. In einer Ökonomie, deren einzige Konstante der Wandel ist, macht es wenig Sinn, bleibende Werte anzuhäufen.

Das neue Jahrhundert wird also von Geschäftsgrundlagen bestimmt, die völlig anders funktionieren als die der klassischen Marktwirtschaft. Netzwerke treten an die Stelle der Märkte, Verkäufer und Käufer werden zu Anbietern und Nutzern, und was bislang käuflich war, wird "zugänglich". Zugang, Zugriff, "Access" sind die Schlüsselbegriffe des anbrechenden Zeitalters. Der Wandel von einem Regime des Besitzens, das auf der Vorstellung von weit gestreutem Eigentum basiert, zu einem des Zugangs, das die kurzfristige und begrenzte Nutzung von Vermögenswerten sichert, die von Anbieternetzwerken zur Verfügung gestellt werden - dieser Wandel wird das Wesen ökonomischer Macht in den kommenden Jahren radikal verändern. Weil unsere politischen Institutionen und Gesetze von Eigentums- und damit von Marktverhältnissen geprägt sind, führt der Übergang von der Idee des "Eigentums" zu der des "Zugangs" auch zu grundlegenden Veränderungen im politischen Leben des kommenden Jahrhunderts. Seit Jahrhunderten schon stiften persönlicher Besitz und Eigentum Identität und gelten als "Maß" für den Wert eines Menschen. Eine gewandelte Vorstellung von Eigentum im Wirtschaftsleben wird den Blick zukünftiger Generationen auf sich selbst und auf das Leben als solches nachhaltig verändern. Sehr wahrscheinlich wird eine Welt, die durch "Access"-Beziehungen geprägt ist, eine andere Art Menschen hervorbringen.

Die Umstrukturierung wirtschaftlicher Beziehungen ist Teil einer weit umfassenderen Transformation des kapitalistischen Systems insgesamt. Langfristig wird die rein industrielle Produktion an Bedeutung verlieren. Statt auf traditionelle Industriegüter und Dienstleistungen wird sich das Kerngeschäft zunehmend auf die Vermarktung von Erlebnissen und Erfahrungen konzentrieren. Reisen in alle Welt, Themenstädte und -parks, Entertainmentzentren, Wellness, Mode und Essen, Profisport, Glücksspiel, Musik, Film, Fernsehen, die virtuelle Welt des Cyberspace und elektronisch vermittelte Unterhaltung jeglicher Art - diese Produkte werden im Zentrum eines neuen Hyperkapitalismus stehen, der den Zugang zu kulturellen Erfahrungen kommerziell verwertet.

Die Metamorphose der industriellen Produktion in einen Kultur vermarktenden Kapitalismus wird begleitet von einem gleichermaßen nachhaltigen Wandel der bisherigen Arbeitsethik in eine Spaß- und Spielethik. Kennzeichen des Industriezeitalters war die Vermarktung der Arbeit, im Zeitalter des Zugangs wird dies vor allem die Vermarktung des Spiels sein - das Marketing kultureller

Ressourcen, etwa der Künste sowie von Ritualen, Festivals, sozialen Bewegungen, spirituellen Aktivitäten, Gemeinschaftserlebnissen und staatsbürgerlichem Engagement: all das in Gestalt bezahlter persönlicher Unterhaltung. Die Konkurrenz zwischen Kultur und Kommerz wird im neuen Zeitalter ökonomisch bestimmend sein: Es geht nun um die wirtschaftliche Kontrolle des Zugangs zu den vielfältigen Vergnügungen.

Überall auf der Erde bauen transnationale Medienkonzerne weltumspannende Kommunikationsne