

Im Kosmos der Freeware – Ansatz einer Bilanzierung kostenloser Dienste und Produkte im Global Freeware Index

1. Einleitung
2. Literatur
3. Theoretischer Ansatz
 - 3.1. Freeware und die Anthropologie des *self-interest*
 - 3.2. Freeware als Experiment der Verhaltens- und Spieltheorie
 - 3.3. Freeware und die Theorie der Arbeit
 - 3.4. Freeware und Betriebswirtschaft
 - 3.5. Freeware und Globalisierungskritik
 - 3.6. Freeware und Konsumtheorie
 - 3.7. Freeware und Entrepreneurship
4. Empirische Überprüfung
 - 4.1. Geschichte der Freeware
 - 4.2. Vergleichbare Indices: Glück, Werte, Schattenwirtschaft
 - 4.3. Der International Freeware Index
5. Schlussfolgerungen

1. Einleitung

Wie verändert *Freeware* die Wirtschaft und ihr Menschenbild? Kann *Freeware* zur Lösung ökologischer und sozialer Probleme beitragen? Und lässt sich diese Auswirkung messen und bilanzieren? Zwei Fragen nach einer Dekade, in der *Freeware* die Weltmärkte eroberte.

Seit der kostenlosen Markteinführung des *Acrobat Readers* von *Adobe*, einer Software zum Lesen digitalisierter Dokumente, wurde der Begriff *Freeware* zu einer weltweit üblichen Bezeichnung für kostenlos verfügbare Dienste und Produkte.

Die Entwicklung des Kapitalmarktes macht es möglich, dass an der Börse hoch bewertete Milliardenkonzerne wie *Google* und *Yahoo* mit für Endnutzer dennoch kostenlosen Diensten entstehen. Aber auch in der *Old Economy*, die seit Jahrzehnten mehr Produkte und Dienste produziert, als sie zu den ursprünglich kalkulierten Preisen absetzen kann, ist *Freeware* kein Fremdwort mehr: Kostenlos abgegebene Zeitungen, Mobiltelefone, Flüge, Fernsehprogramme, Waffen, Kleidung und Nahrungsmittel stellen scheinbar die Prinzipien des Wirtschaftens grundlegend in Frage.

Neue Werte und Prinzipien wie *Marktanteile*, *Verbreitung*, *Penetration*, *Strategie*, *Eventkultur* und *Kundenbindung* sind Stichworte einer Wirtschaft jenseits von Angebot und Nachfrage, Produktion und Arbeit.

Das zentrale Risiko der Wirtschaft, das *Absatzrisiko*, wird durch *Freeware* auf Null reduziert. Im Zweifelsfall werden überschüssige Kleidung, Maschinen und Nahrung als *Entwicklungshilfe* an Menschen in Ländern verschenkt, in denen daraufhin die Produktion dieser Güter zum Erliegen kommt.

Die Vernichtung konkurrierender Wirtschaften kann durchaus eine Motivation zur Verbreitung von *Freeware* sein. Erweitert man aber die Kategorie *Freeware* von ihrem ursprünglichen Bezug auf Software Downloads etwa auf ebenfalls kostenlos zur Verfügung gestellte, aber scheinbar mit Software nicht vergleichbare Dinge wie Gesundheit, Sonnenenergie, Natur, Bildung, Demokratie, Information und Religion, ergibt sich inmitten einer ökonomisierten Welt ein Kosmos von Gütern und Diensten, der sich der ökonomischen Bilanzierung als *Return of Invest* scheinbar in weiten Teilen entzieht.

Die Grundannahme der den Wirtschaftswissenschaften zugrunde liegenden Anthropologie, dass der Mensch stets nur seinem materiellen Eigeninteresse folgt, wird durch den Kosmos der *Freeware* in Frage gestellt. *Freeware* ist, jenseits von Strategien zur Markteroberung, immer auch Ausdruck von *Fairness*, *Altruismus* und *Gemeinschaftssinn*. Eine durch *Freeware* eröffnete

Ökonomie des Gebens scheint im Begriff zu sein, die im Wiederaufbau nach dem II. Weltkrieg in der Wachstumsideologie verfolgte *Ökonomie des Nehmens* abzulösen.

Die Frage „Was ist eigentlich Wirtschaft?“ stellt sich dadurch völlig neu, da die gängigen Wirtschaftstheorien zu ihrer Überprüfbarkeit eine Messbarkeit voraussetzten. Freeware in allen ihren zu zeigenden Dimensionen entzieht sich jedoch dieser Messbarkeit, indem sie bisher - abgesehen von der Marktkapitalisierung an der Börse - kaum betriebs- und volkswirtschaftlich bilanziert werden kann. Es ergäben sich dann ganz andere Ranglisten der Stärke von Ökonomien und Gesellschaften. Die Fähigkeit zur Bereitstellung von Freeware würden die Staatsschulden in einem anderen Licht erscheinen lassen, wenn z.B. Schulden nicht mehr in Prozenten des Bruttosozialproduktes, sondern in Relation zu einer zu schaffenden Bewertung der bereitgestellten Freeware bewertet würden. Wenn es gelänge, einen *Global Freeware Index* zu schaffen, mit dessen Hilfe Wirtschaft neu bewertet und interpretiert werden kann - und dies ist das Ziel der vorliegenden Arbeit - könnte damit ein Ansatz zur Erklärung des postmodernen und postindustriellen Wirtschaftens gegeben werden.

2. Literatur

Barbrook, Richard, 1998, "The Hi-Tech Gift Economy",

Barbrook, Richard, 2005, Update, "The Hi-Tech Gift Economy", From: First Monday, Issue 3, edited by Mark A. Fox

Bolz, Norbert, Das konsumistische Manifest, Frankfurt 2002

Bleicher, Knut, 1999, Das Konzept Integriertes Management, Frankfurt: Campus

Castells, Manuel (1996) *The Rise of the Network Society*. Cambridge, Mass.: Blackwell.

Dhebar, Chandresh, 2004, Shared Adversity, From: Business HR, Issue 11, December 2004

Dubner/Lewitt, 2005, Freakonomics, New York: Random House

Fehr Ernst, Schmidt, Klaus M., "The Economics of Fairness, Reciprocity and Altruism - Experimental Evidence and New Theories", 2005, Discussion Paper 2005-20, Munich Economics

Flichy, Patrice, 2000, "Utopia of Internet and Freeware in the 1980s - 1990s", Discussion paper from: INTERNATIONAL CONFERENCE TECHNOLOGICAL POLICY AND INNOVATION, Economic and historical perspectives, 20-22 November 2000

Galbraith, John Kenneth, The Affluent Society (1958)

Gates, Bill, Business - the Speed of Thoughts, 1999

Grau, Melanie, 2002, "Erasing economy: Derrida and the construction of divine economies", 2002

Hill, Napoleon, 1937, Think and grow rich,

Hinterhuber, Hans, 2003, Leadership - Strategisches Denken systematisch schulen von Sokrates bis Jack Welch, Frankfurt: FAZ-Verlag

Hudson, Keith, 1995, The New Communication Economy,

Jullien, Nicolas (and others), 2003, "New Economic Models, New Software Industry Economy", RNTL Project, Final Report, The French National Network for Software Technologies

Kant, Immanuel, 1785, Grundlegung zur Metaphysik der Sitten

Keynes, John Maynard, "The General Theory of Employment, Interest and Money", 1936

Layard, Richard, 2005, The New Happiness, Penguin USA

Marx, Karl, 1867, Das Kapital, Kurzfassung aller drei Bände, Hrsg. Von Wal Buchenberg, Berlin 2005

- McKeuzie/Tullok, 1975, The New World of Economics,
- Mohn, Reinhard, 2000, "Humanity Wins - a Strategy for Progress and Leadership in Times of Change", New York: Crown Business
- Piironen, Peeka, What Should we Do? Helsinki 2004
- Roszak, Theodore, 2003, „World Beware! American Triumphalism in an Age of Terror“, New York: Random House
- Scheffel, Florian, 2004, Der Schöpfermensch in der New Economy, Diss. Düsseldorf
- Schlicht, Ekkehart, 1995, Electronic Reprint 2006, "Economic Analysis and Organized Religion", From: E. Jones and V. Reynolds (ed), Survival and Religion, Chichester etc.: Wiley 1995, 99. 111-162
- Sennett, Richard, Der flexible Mensch - Die Kultur des neuen Kapitalismus, Berlin 2002
- Sloterdijk, Peter, 2004, "Jenseits der Not", Sphären III, Frankfurt: Suhrkamp
- Sloterdijk Peter, 2005, "Im Weltinnenraum des Kapitals", Frankfurt: Suhrkamp
- Smith, Adam, 1759, reprinted 1982, "The Theory of Moral Sentiments", Indianapolis: Liberty Fund.
- Smith, Adam, 1776, Untersuchung zur Natur und dem Grund des Reichtums der Nationen, 1776
- Schneider, Friedrich, 2006, "Shadow Economies of 145 countries all over the World: What do we really know?", Research Paper, Johannes Kepler University, Linz
- Sombart, Werner, Der moderne Kapitalismus, 1902
- Soros, George, "George Soros on Globalization", 2002
- Statistisches Jahrbuch 2005, Für die Bundesrepublik Deutschland, Wiesbaden
- Stiglitz, Joseph E., Im Schatten der Globalisierung, 2002
- Terranova, Tiziana, 2000, Free labor: producing culture for the digital economy, from: Social Text, 63, Vol. 18, No. 2, Summer 2000, pp. 33/57.
- Uzunidis, Dimitri und Boutillier, Sophie, La Legende de L'entrepreneur (Paris 1999)
- Weber, Max, Die protestantische Ethik und der Geist des Kapitalismus, 2005
- Welch, Jack, Winning - das ist Management, 2005
- Werner, Götz, 2005, Grundsätzliche Überlegungen zur Finanzierung und Wirkungsweise des bedingungslosen Grundeinkommens, in: www.unternimm-die-zukunft.de

Dr. Alexander Dill, Im Kosmos der Freeware, Tel. 0043-6247-20007, dill@internetkloster.com

World Database of Happiness, directed by Ruut Veenhofen, Erasmus University of Rotterdam, <http://www1.eur.nl/fsw/happiness/>

World Values Survey, World Values Survey Association, Stockholm

Xie, Ken, 2006, "The Freeware Bonus", From: TODAYonline March 6th 2006

Zajac, Edward, 1995, "Political Economy of Fairness", Cambridge Massachusetts, MIT Press

3. Theoretischer Ansatz

3.1 Freeware und die Anthropologie des *self-interest*

Jeder ökonomischen Interpretation liegen Annahmen über das menschliche Verhalten zu Grunde. Die Wirtschaftswissenschaften waren zu Recht stolz darauf, das Ende der sozialistischen Planwirtschaft vorausgesagt zu haben. Diese Vorhersage benutzte die behavioristische Annahme, ohne Wettbewerb und individuellen Anreiz zur Leistung sei eine wirtschaftliche Organisation nicht zukunfts- und wettbewerbsfähig.

Die *self-interest hypothesis* bildet eine Art philosophische Anthropologie der Wirtschaftswissenschaften. Sie stützt sich auf die durch Kant und Hume begründete Annahme eines rationalen Subjektes, das im Idealfall, etwa in Befolgung des kategorischen Imperativs, das paradoxe Verhalten zeigt, sich aus rein *egoistischen* Motiven dennoch *political correct* zu verhalten.

Heute hoffen etwa hochverschuldete Staaten aufgrund dieser Annahme auf ein *return of invest* von ihren Bürgern, die durch Steuererlasse zum Wachstum ermuntert werden sollten. Doch ihre Hoffnung auf die paradoxe Fairness ihrer Bürger wurde bisher weitgehend enttäuscht: "Privilegierte Menschen werden stets ihre völlige Auslöschung riskieren, bevor sie irgend einen bedeutenden Teil ihrer Vorteile abgeben.", stellt Galbraight (1958) fest - in bester Tradition der negativen Anthropologie seit Thomas Hobbes.

„Die meisten Ökonomen“, meint auch Ernst Fehr (2005), „nehmen routinemäßig materielles Eigeninteresse als die einzige Motivation aller Menschen an“.

„Leider schleppen die Wirtschaftswissenschaften ein Menschenbild mit sich herum, das weitgehend auf einem veralteten Behaviorismus beruht“, klagt Richard Layard (2005). Chandresh sieht in der Wirtschaft wie in den Wirtschaftswissenschaften einen falschverstandenen Darwinismus am Werke, der sich im Gegensatz zum Marxismus und zum Freudianismus ins 21. Jahrhundert gerettet hat (Chandresh 2004).

Aus diesem negativen Menschenbild resultierte bisher ein Primat des *Nehmens* (Hill, 1927, neudeutsch: Geiz ist geil), legal und illegal, das auch von Seite des Staates mit einer Staatsquote von 50% und mehr praktiziert wird. Diesem Primat stehen alle nunmehr ab- und ausgegrenzten und deshalb so bezeichneten *Non-Profit* Aktivitäten gegenüber: Religion, Ehrenämter, Kunst, Kultur, Hilfe für die Dritte Welt.

Das Aufkommen von *Freeware* in den 90er Jahren des 20. Jahrhunderts wurde als Zeichen des Entstehens einer *Gift Economy* (Barbrook 1998) interpretiert. „The gift interrupts the circle of economy“ (Piironen 2004) mit dieser Feststellung deutet sich ein Paradigmenwechsel an: Seit die „Grenzen des Wachstums“ (Club of Rome 1972) die führenden Nationalökonomien wie die Märkte erreicht haben, steht das Menschenbild der grenzenlosen persönlichen Bereicherung und Vorteilsnahme zur Disposition. Die Überflußgesellschaft, deren letztes Wachstum in der Rationalisierung liegt - zum Beispiel mittels Freeware - „begünstigt unsere altruistischen Gene“ (Chandresh 2004), die in der vorherigen Mangelgesellschaft und der aus ihr resultierenden Wachstumsideologie der Wiederaufbauphasen nach dem II. Weltkrieg verborgen blieben. Die Lehre der Gift-Economy - viel Geben bringt viel ein - erweitert sich auf den Altruismus: „Altruism grows on altruism“ (Chandresh 2004).

3.2 Freeware als Experiment der Verhaltens- und Spieltheorie

Freeware verändert nicht nur das betriebswirtschaftlich messbare wirtschaftliche Verhalten in Form einer *Gift-Economy*, sondern sie steht auch in Wechselwirkung mit den Menschenbildern der Wirtschaftswissenschaften, der *public choice* und *public goods* Forschung in der Politischen Ökonomie sowie den Verhaltens- und Sozialwissenschaften. Man könnte die Verbreitung von Freeware durchaus als eines der größten Spiel- und Verhaltensexperimente der Menschheitsgeschichte interpretieren. Wie verändern sich Menschen, wenn sie etwas geschenkt bekommen? Der Großteil der Wirtschaftswissenschaftler stellt zumindest seine *discussion papers* gerne als PDF kostenlos zur Verfügung; Werke, die noch vor einem Jahrzehnt ein teures Abonnement bei Elsevier erfordert hätten. Nicht nur spiel- und verhaltenstheoretische Experimente (Fehr/Schmidt 2005), sondern auch die Praxis der Verbreitung von Freeware sind Indikatoren für die Vermutung, dass „fundamentale Fragen des sozialen Lebens nicht mehr auf der Basis des Modells vom Eigeninteresse beantwortet werden können“ (Fehr/Schmidt 2005).

Bereits Adam Smith (1759) fragte nach der Bedeutung von Moral für das Wirtschaften. So unterschiedliche Gedankenexperimente und spieltheoretische Ansätze wie der kategorische Imperativ (Kant 1785), das Pareto-Optimum (Pareto 1896), das Prisoners Dilemma (Flood/Dresher 1956), das Diktatorenspiel und das Ultimatumspiel (Fehr/Fischbacher 1973) sind Indikatoren dafür, dass altruistisches Verhalten keineswegs durch vermeintliches Eigeninteresse unmöglich ist.

3.3 Freeware und die Theorie der Arbeit

Freeware scheint den Übergang in eine altruistische Ökonomie des Gebens zu charakterisieren, sie ist sozusagen das passende Produkt zu einer postindustriellen und zunehmend sogar *post-labour economy*. Eine Analogie wäre die Geburt der Freizeit vor etwa 35 Jahren, die als Äquivalent zur Arbeitsgesellschaft den Weg für eine Freizeitindustrie ebnete. Wurde die Oberschicht bis dato noch als *leisure class* bezeichnet, kann inzwischen von einer *Massenentlassung der Menschen in ihre eigene Lebenszeit* gesprochen werden (Sloterdijk 2004), die mit den Alternativen Unterhaltung und Langeweile eine völlig neue *public choice* Situation schafft. Folgerichtig wird in der jüngsten Diskussion um das Grundeinkommen (Werner 2006) auch die menschliche Arbeit selbst mit ihrer archaischen Motivation als *Überlebenskampf* und *conditio humana* (Thomas von Aquin, 1215) in Frage gestellt. Dabei soll die eigentliche Arbeit als Gemeinschaftsaufgabe nur noch als freiwillige Freeware erbracht werden, eine Freiwilligkeit, die auf der Basis des Grundeinkommens beruht (Werner 2006). Mit der Ausdehnung des Prinzipes Freeware von Diensten und Gütern auf die Arbeit selbst - Karl Marx nannte Arbeit „Das wirkliche Nicht-Kapital“ (Marx, Grundrisse, 1888) - kehrt man je nach Sichtweise entweder in die vorindustrielle Gesellschaft mit unbezahlter Lohnarbeit und totaler Ausbeutung zurück (Terranova 2000), oder aber bewegt sich in Richtung des christlichen und kommunistischen Urideals eines Dienstes des Menschen am Menschen. Es läge dann gerade in der Akkumulation des Kapitals - selbst in einem Noch-Industriestaat wie der Bundesrepublik Deutschland entstammen bereits 35% der Einkommen aus Vermögen - und der mit ihr verbundenen Rationalisierungsschübe das Potential einer möglicherweise endgültigen Entkopplung von Kapital und Arbeit. Das Kapital benötigt immer weniger Arbeit und wird zugleich immer stärker mit Abgaben belastet. Die Arbeit wird, befreit von der aus dem Industrialismus stammenden Hartz IV Ideologie einer moralischen Verpflichtung, auf den Beitrag reduziert, der tatsächlich für einen *Output* notwendig ist.

3.4 Freeware und Betriebswirtschaft

Freeware bietet einen *betriebswirtschaftlichen* Ansatz, um alle Formen von Diensten und Produkten, die aus unterschiedlichsten Gründen nicht für Geld angeboten werden, bilanzierbar zu machen. Freeware wird nicht nur unter Zuhilfenahme avancierter *Human Resources* und *Research&Development* Techniken entwickelt und produziert, durch völlig neue Kapitalmarktinstrumente wie *Venture Capital* und *Stakeholders* finanziert, sie wird auch vom *Controlling* genehmigt, in *Marketing* und *Vertrieb* gegeben, um dann im *Customer Relationship Management* zur Daueraufgabe der *Value* und *Asset Creation* des Freeware produzierenden Unternehmens zu werden, dessen temporäres Endziel mit dem Begriff *Exit* hinreichend beschrieben ist. Die ursprüngliche betriebswirtschaftliche Grundzielsetzung, nämlich *Profit* aus einem operativen Geschäftsmodell zu erwirtschaften, tritt - allen vermeintlichen Krisen der *Bubble* in der *New Economy* zum Trotz - in den Hintergrund. Damit deutet sich an, dass möglicherweise ein nicht unbeträchtlicher Teil von Hi-Tech Unternehmen überhaupt keine betriebswirtschaftlich rationale Funktion mehr erfüllt, sondern nur noch in einem volkswirtschaftlichen Gesamtzusammenhang als Teil einer erwachenden *Gift-Economy* verstanden werden kann.

3.5 Freeware und Globalisierungskritik

Das zentrale Argument der Globalisierungskritik, freier Marktzugang zerstöre die Chancengleichheit der Märkte (Stiglitz 2002, Rifkin 2003, Han Deqiang 2003), ist nur noch unter Fortsetzung der auf der negativen Anthropologie des *self-interest* beruhenden Annahme zu halten, die Verbreitung von Freeware erfolge ausschließlich als Instrument zur vorzeitigen Ausschaltung von Konkurrenz. Tatsächlich ist es bei dem derzeitigen Währungs- und Wohlstandsgefälle jederzeit möglich, ganze Armutsregionen in Schwellenländern dauerhaft vollständig durch Transferleistungen zu finanzieren, anstatt dort symbolische Scheinproduktionen aufzubauen, die bestenfalls temporär wettbewerbsfähig sind, und deren soziale und ökologische Kosten zu einem faktischen *Nullsummenspiel* (Watzlawick 1980) führen müssen. Ähnliche Effekte wurden bereits in der Umweltökonomie bei der Bewertung der CO₂-Einsparung bemerkt, wonach die Einsparung zehnmal höher wäre, wenn der Technologietransfer als Freeware dorthin erfolge, wo der Effekt auch groß ist, nämlich z.B. nach China, Russland und Indien.

3.6 Freeware und Konsumtheorie

Konsum hat in den Staaten, in denen er als Nachfolger von Tradition und Religion zur vorherrschenden Weltanschauung und Sinngebung werden konnte, eine bemerkenswerte Zufriedenheit und Akzeptanz bewirkt (Bolz 2002). Nur dort, wo Einzelne und Gruppen dauerhaft von den Segnungen des Konsums ausgeschlossen sind, drohen noch Gewalt oder Bürgerkrieg. Religion übernimmt dann wieder die sinngebende und integrative Funktion des Ausgleichs, aus der Perspektive des Konsumes als *Fundamentalismus* verdammt. Freeware setzt das Befriedungswerk des Konsums fort; so erreicht Free-TV längst die kleinsten Hütten in den Favelas von Kairo bis Manila. Die Potentiale von Freeware sind noch nicht einmal ansatzweise erschlossen. Im Krieg gegen den Terror könnte ein 3er BMW die effektivere Waffe sein, um einen zornigen jungen Mann daran zu hindern, sich und einige mehr in die Luft zu sprengen.

Die kulturpessimistische und seitdem immer wieder erneuerte Prognose, dass wir *uns zu Tode amüsieren* (Postman 1980), wird durch die ständig zunehmende Freizeit und ihre postmodernen Inhalte nicht bestätigt. Vielmehr bricht die große Mehrheit der *leisure-class* in den Konsumgesellschaften auf, um Feng-Shui, Schamanentum und chinesische Heilmedizin zu erlernen, verbringt einen immer größer werdenden Teil des Jahres in eben den Staaten, denen die Verheißungen des Konsumes erst langsam zuteil werden. Der ökonomische und kulturelle Transfer geschieht so ganz direkt von Mensch zu Mensch in Form aller Spielarten des Erlebnistourismus (Houellebecq 2000).

3.7 Freeware und Entrepreneurship

Beruhet der Erfolg des Entrepreneurs einzig auf der Mobilisierung *sozialen Kapitals*? Diese von Uzunides und Boutillier vertretene These (Uzunides 1999) entmystifiziert die Legende der einsamen *self-made-man*. Der Blick auf die einschlägigen Werke u.a. von Soros (2002), Gates (1999), Mohn (2000) und Welch (2002) bestätigt jedoch diese These. In größeren Unternehmen wird die Qualität von *Leadership* (Hinterhuber, 2003, Bleicher 1995) weitgehend daran gemessen, inwieweit eine unternehmerische Vision in die Auswahl der Mitarbeiter und deren Führung implementiert werden kann.

Der hoffentlich vorhandene Wissensvorsprung des Entrepreneurs kann nur durch die Mobilisierung sozialen Kapitals auch umgesetzt werden. Ohne Zweifel stellt die Produktion und erfolgreiche Verbreitung einer derart komplexen Leistung wie Freeware den höchstmöglichen Erfolgsfall einer *case study* für Entrepreneurship dar. Aufgrund des dafür nötigen Kapitaleinsatzes wird jedoch ein rein auf Freeware basierender Businessplan in den meisten

europäischen Ländern mit Ausnahme von Skandinavien und Luxemburg von Kapitalgebern grundsätzlich abgelehnt. Obwohl es im deutschsprachigen Raum inzwischen etwa 50 Lehrstühle für Entrepreneurship gibt (von denen fünf vom SAP Mitgründer Hasso Plattner gestiftet wurden), obschon das Businessplan Schreiben in den meisten wirtschaftlichen Studiengängen zur Pflicht erhoben wird, obschon an allen Ecken Businessplanwettbewerbe veranstaltet werden, geht Freeware in keiner Weise in die europäische Lehre und Forschung in Entrepreneurship ein. Europäische Entrepreneurship orientiert sich noch immer weitgehend an traditionellen Geschäftsmodellen und industriellen Wertschöpfungsketten. Während sich das MIT Entrepreneurship Center gleich selbst an den Unternehmen beteiligt, werden in Europa Listen mit VCs verteilt. Freeware als Chance und Herausforderung für Entrepreneurship in Europa zu beschreiben, ist eine der Zielsetzungen dieser Arbeit. Es gilt, Entrepreneurship als Vorreiter einer *Ökonomie des Gebens*, einer *Gift-Economy* zur treibenden Kraft postindustrieller Wirtschaft und damit zur Zukunftssicherung unserer Gesellschaften zu fördern.

4. Empirische Überprüfung

4.1 Zur Geschichte der Freeware

4.1.1. Freeware für Götter: das Opfer

4.1.2 Das Prinzip *Autarkia* - Freeware als geschlossene Welt
kostenfreier Selbstversorgung

4.1.3 Freeware für die Ewigkeit: Monumente

4.1.4 Political Freeware: Panem et circenses

4.1.5 Freeware als Mission: Bibel und Koran

4.2. Vergleichbare Indices: Glück, Werte, Schattenwirtschaft

Solange sich der Überbegriff *Freeware* auf frei verfügbare *Software*, *Open Source*, *Shareware* und kostenlos abgegebene Produkte und Dienste wie z.B. Fernsehprogramme, Zeitungen, Kleidung und Lebensmittel beschränkt, ist eine Quantifizierung von Freeware durch den Vergleich mit bezahlten Produkten und Diensten möglich.

Selbst wenn - wie im Falle von Suchmaschinen, Browsern und Voiceover IP - überhaupt keine bezahlte Konkurrenz existiert, bieten doch die Börsenkurse eine zwar schwankende, aber dennoch messbare Bewertung. Diese weist bereits darauf hin, dass offensichtlich der betriebs- und volkswirtschaftliche Wert von Freeware *weit höher* ist, als er in den nationalen und internationalen Wirtschaftsstatistiken ablesbar ist.

Was aber, wenn *Natur*, *Religion* und *Kultur* in einen durch seine Definition als generelle Bezeichnung von kostenlosen Gütern und Diensten für Endverbraucher erweiterten Begriff von Freeware miteinbezogen werden?

Dann steht das Unterfangen, Freeware in einer umfassenderen Begriffsdefinition volks- und betriebswirtschaftlich meßbar zu machen, in einer Reihe mit wirtschaftswissenschaftlichen Ansätzen, etwa Sexualität (McKeuzie/Tulloch 1975), Fairness und Altruismus (Zajac 1995, Fehr/Schmidt 2005), Werte (World Value Survey), Freizeit (Oppermann 1998) und Schattenwirtschaft (Schneider 2006) als Faktoren wirtschaftlichen Handelns empirisch zu untersuchen. Ergebnisse sind dabei durchaus auch Indices und Charts, die allerdings von den internationalen ökonomischen Organisationen wie der Weltbank, der UNO, der OECD und der WTO ebenso wenig berücksichtigt werden, wie in nationalen Statistiken, etwa im Statistischen Jahrbuch der Bundesrepublik Deutschland (2005).

Immer wieder wird versucht, ehrenamtliche und anderweitig nicht offiziell erbrachte Leistungen zu quantifizieren. So errechneten etwa US-Arbeitsmarktexperten von salary.com die wöchentliche Arbeitszeit einer

Durchschnitts-Hausfrau mit 91,7 Stunden und ein daraus resultierendes
Jahreseinkommen von 106.341 Euro. (Reuters, 3.5.2006)

Auch Ansätze, immaterielle Werte wie *Glück* (Layard 2005), so in der World
Database of Happiness der Universität Rotterdam, oder *Bildung* (PISA Studie
2004) in Charts zu messen, bieten Anregungen für die Operationalisierung der
Messbarkeit von Freeware.

Der *Global Freeware Index* soll sehr unterschiedliche Bereiche von Freeware
quantifizieren und es so ermöglichen, wirtschaftliche Einheiten wie Staaten
und Unternehmen auch nach dem Umfang der in und von ihnen erbrachten
Freeware zu vergleichen.