



Das Groschengrab



Lohnig

Es funktioniert so ähnlich wie Shareware, doch etwas ausgebuffter. Die Disketten oder die CD mit dem Programm gibt es zum Selbstkostenpreis. Eine Office-Anwendung beispielsweise, für die man normalerweise einen Tausender lockermachen müßte. Man kann sie installieren, sich ohne Zeitdruck mit ihren Konzepten vertraut machen und Er-

fahrungen sammeln. Nur eines kann man erstmal nicht: produktiv arbeiten, also zum Beispiel die Dokumente speichern und ausdrucken.

Wer das nach reiflicher Überlegung will, muß sich nochmal mit dem Hersteller in Verbindung setzen und – nein, nicht den Tausender zücken. Nur hundert Mark, sagen wir mal. Dafür be-

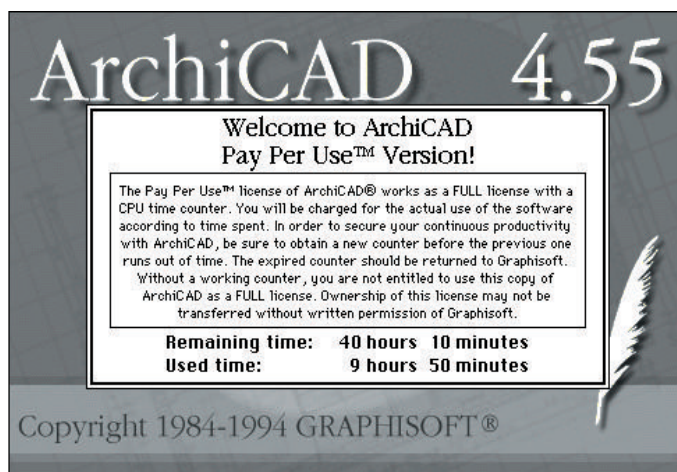
Peepshow am PC: Mit einem neuen Marketing-Trick wollen die vom Preisverfall gebeutelten Softwarehersteller ihre Ware an den Anbieter bringen. Der ist häufig froh, so schonungsvoll abkassiert zu werden.

kommt er einen Stecker, der dem Programm den vollen Funktionsreichtum entlocken kann. Wenigstens eine Weile. Denn der Stecker ist kein herkömmlicher Hardwarekopierschutz (Dongle), sondern funktioniert wie eine Telefonkarte. Anfangs mit Einheiten prall gefüllt, geht das Guthaben mit der Zeit zur Neige.

Nicht daß in dem Stecker eine Uhr ticken müßte. Die Abrechnung läßt sich viel feinsinniger gestalten: einmal Rechtschreibung prüfen oder Silben trennen = eine Einheit, Dokument speichern = eine Einheit, Ausdrucken pro Seite = zwei Einheiten. Blättern in den Hilfetexten dagegen kostenlos, ebenso alles, was zuvor schon im Demo-Modus möglich war. Und wie die Benzinwarnlampe am Armaturenbrett mahnt ein jäh auftauchendes Fenster, daß die Vorräte bald erschöpft sein werden.

Technisch möglich wird dies dadurch, daß heutige Kopierschutzstecker mehr können als Software freizuschalten, indem sie einen Code übermitteln. Aufwendigere Stecker haben einen kleinen Arbeitsspeicher, den die Software als Zähler nutzen kann, egal ob für Zeiteinheiten, Funktionsaufrufe, Datenmengen oder was immer meßbar und sinnvoll erscheint.

„Die Grundidee ist, den Preis proportional zum Wert für den Anwender zu machen“, erklärt Gábor Bojár die Pay-per-Use-Strategie. Seine auf Architektur-anwendungen spezialisierte Firma Graphisoft hat erste Erfahrungen mit dem Konzept auf dem amerikanischen Markt gemacht. „Solange der Kunde den Bildschirm betrachtet, hat er keine Kosten. Nur wenn er produktiv ist, wird abgebucht. Was wir sagen, ist: Nicht Sie, sondern Ihre Kunden bezahlen die Software.“



Arbeiten auf Zeit: Produktive Arbeit ist mit Pay-per-Use-Software nur möglich, bis das Guthaben aufgebraucht ist. Lern- und Hilfe-modus sind kostenlos.

Das Modell lockt nicht nur die am Anfang ihrer Karriere stehenden Habenichtse unter den Architekten. Auch in großen Firmen mit ihren hierarchischen Entscheidungsstrukturen stößt der Ansatz des ungarischen Macintosh-Spezialisten auf Gegenliebe: Investitionen von einigen tausend Mark wären Chefsache, aber bei ein paar Hundertern dürfen die Fachleute selbst handeln.

Nachteile haben die Vertriebspioniere aber auch schon ausgemacht. Nicht nur, daß kein Händler angesichts eines umsatzträchtigen Einzelgeschäfts den Sektkorken knallen lassen kann, sondern nur in Salamatik verdient. Auch für die Käufer ist der Zugang zur Software weniger einschneidend. Wohl, weil sie weniger unter Erfolgsdruck stehen, setzen sich die Ratenkäufer mit ihrer Software zögernder auseinander als sonst. „Statt der üblichen zwei bis drei Monate dauert es rund ein halbes Jahr, bis Sie wirklich schnell damit arbeiten können“, hat der Marktführer für Macintosh-Architekturprogramme in den USA beobachtet.

Was wie eine unausgegrenzte Marketing-Idee wirken könnte, scheint jedoch eher die Speerspitze einer im Trend liegenden Entwicklung zu sein. Schon vor einem Jahr verkündete die amerikanische Branchen-Vordenkerin Esther Dyson, daß es der falsche Ansatz sei, Bits und Bytes zu verkaufen. Nicht die Software selbst, sondern die damit verknüpften Leistungen machten ihren eigentlichen Wert aus.



Neue Wege: Oracle bietet uneingeschränkt lauffähige Software zur Selbstbedienung über das Internet

Auf der Softexpo in Amsterdam, einem Treffpunkt von Programmherstellern, legte sie kürzlich nach: Dank moderner Entwicklungswerkzeuge hätten es Konkurrenten immer leichter, gute Programmeigenschaften voneinander abzukupfern. Da auch die Verteilung von Software über die internationalen Netze einfach ist, sei der Preisverfall für Software nicht aufzuhalten. So gelte es, sich nach weniger hinfälligen Einnahmequellen umzusehen als die leicht kopier- und imitierbaren Programmdateien.

Und da fällt ihr einiges ein: „Ich denke, daß es darauf hinauslaufen wird, die Software kostenlos oder fast kostenlos abzugeben und etwas für den Service oder die Benutzung zu verlangen. Eine

Software – am besten einfach verschenken

Art Mietgebühr, statt einen Preis für das Produkt zu verlangen.“ Vermieten oder als Garnierung zur Hardware dazugeben sind die unspektakuläreren Varianten. Warum nicht einfach Software verschenken? Die Idee der Freeware ist ja keineswegs neu, doch schien sie zu Beginn eher mit sozial angehauchten Idealvorstellungen vom Software-Paradies als mit knallhartem Gewinnstreben einherzugehen.

Doch längst gibt es prominente Gegenbeispiele: *Netscape* etwa dominiert mit seinem über das Internet verschleuderten WWW-Browser nicht nur nach Benutzerzahlen den Markt. Auch die Aktie hat zum Höhenflug angesetzt: Ein Vierteljahr nach der Börseneinführung im August 1995 wurde sie bereits zum fünffachen Preis gehandelt.

Und ein weniger netzspezifisches Beispiel: Für Privatleute kostenlos ist das voll funktionsfähige Antivirenprogramm *F-Prot*. Der Hersteller verdient an einer erweiterten Version und an Firmenlizenzen, die er dank der Marktdurchdringung recht mühelos einfährt.

Daß man sogar an raubkopierter Software noch etwas verdienen kann, zeigt das Beispiel *Clipper*. Ähnlich wie der Norton Commander war die Datenbanksprache in den achtziger Jahren praktisch auf jedem Rechner in Rußland zu finden, ohne daß der Hersteller Lizenzgebühren gesehen hätte. Das ließ die findige Nantucket-Mannschaft nicht ruhen. Wie Vanessa Ward, damals mit der Erschließung des Marktes befaßt, in Amsterdam berichtete, zeigte man sich von der kooperativen Seite: Man unterstützte Nutzergruppen, richtete Newsletter ein und organisierte Konferenzen. Nach zwei

Überraschung ist ihr Rezept



Esther Dyson gilt als Kennerin der Computerbranche und gibt unter anderem den Informationsdienst „Release 1.0“ heraus

Wenn der Wert der Software verfällt, wie kann man damit noch Geld verdienen? Die Antwort illustriert Esther Dyson an der Deutschen liebsten Speise: Kartoffeln. Sie sind auch spottbillig, aber mit Pommes frites oder anderen Zubereitungsformen läßt sich prima Kasse machen. Die nackte Kartoffel dagegen will keiner haben.

Ähnlich wird der Softwarekunde der Zukunft nicht so sehr das Programm, sondern die Leistung drumherum kaufen – das Steuerpaket, weil er an die Expertise des Herstellers glaubt, die Textverarbeitung, weil er den besten Support bekommt, und die Tabellenkalkulation, weil er in den Usergroups die besten Kontakte knüpfen kann.

Da liegt auch das unerschöpfliche Geschäftsfeld der Zukunft: „Man kann Menschen nicht vervielfältigen wie Videobänder oder Inhalte.“ Die Konsequenz: „Sell people to each other.“ Eine Idee, wie man die Informationsflut stoppen könnte, hat sie auch parat: Jeder liest nur noch Mitteilungen, die anderen wirklich wichtig sind. Und wie bemerkt er dies? Ganz einfach: Der andere bezahlt etwas dafür, daß die Botschaft gelesen wird.

Jahren verkaufte Nantucket bereits jährlich 15 000 Handbücher und verdiente zusätzlich am mittlerweile kostenpflichtigen Support.

Auch der Datenbankspezialist Oracle hat gute Erfahrungen mit kostenlosen Angeboten gemacht. Die Web-Seite, auf der es die Software zum Ausprobieren



gibt, entwickelte sich zum Renner im Netz. Obwohl die vielen Megabytes auch auf CD zu kriegen waren, gab es mehr Selbstbediener als prognostiziert. Die Anzahl derjenigen, die später auf die traditionelle Kaufversion umstiegen, lag mit fast der Hälfte ebenfalls höher als erwartet – und das, obwohl man der Ehrlichkeit der Schnupperer nicht durch Zeitbegrenzungen oder Funktionseinschränkungen auf die Sprünge half.

So muß der Softwarekauf auf Raten nicht das einzige Geschäftsmodell sein, das Erfolg verspricht. Immer aber geht es darum, nicht weniger, sondern mehr zu verdienen. „Auch vom selben Kunden kann man mehr Geld haben, falls er es weniger spürt“, erklärt Gábor Bojár. Das sei wie beim Telefonieren: 1000 Mark für Überseegespräche sind gut investiert, wenn man damit einen Millionenauftrag an Land zieht.



Brad Cox,
George Mason
University Pro-
gram on Social
and Organizational
Learning

CHIP: Was bedeutet Superdistribution?

Cox: Das ist ein Ausdruck, der von dem japanischen Erfinder Ryoichi Mori stammt. Er prägte den Begriff, weil sein Ziel war, daß Information frei wie in supra-leitenden Materialien fließt, wo

Freier Informationsfluß

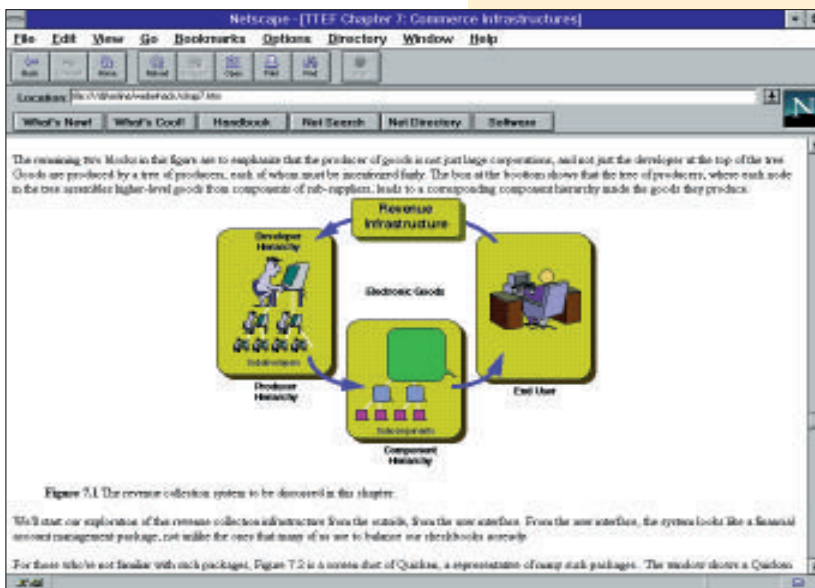
Und Superdistribution beseitigt sowohl Piraterie als auch Kopier-Widerstand.

CHIP: Wie soll so etwas denn funktionieren?

Cox: Am leichtesten ist es zu erklären durch einen Vergleich mit greifbarem Eigentum, wie Autos oder Lebensmittel. Für Güter aus Bits gilt keine Erhaltung der Masse. Man muß einsehen, daß der traditionelle Weg des Verkaufens, bei dem man gegen Bezahlung etwas bekommt – wie man einen Hamburger im Laden bekommt – nicht funktioniert. Die Schlüsseleinsicht ist, daß Sie den Erwerb von Bits nicht beschränken können. Bits reproduziert man mit Lichtgeschwindigkeit. Die Softwarehersteller müssen daher ihre Einnahmen nicht auf den Erwerb, sondern auf die Anwendung der Bits stützen. Dazu muß man den Wert messen, den der Endbenutzer aus dem Gebrauch der Bits erhält.

CHIP: Die dazu nötigen Hardwarestecker werden aber von den Software-Anwendern nur ungern akzeptiert...

Cox: Dongle-ähnliche Vorrichtungen unterstützen den Besitz einer monolithischen großen Anwendung. Was einzigartig an der Superdistribution ist und wo die Entwicklung wohl hingeht, ist, daß so etwas allmählich verschwindet. Es wird ersetzt durch Softwaresysteme aus Einzelbausteinen. Alle Softwarekomponenten können dann unabhängig voneinander gemessen werden. Die Abrechnung läuft, ohne daß der Anwender Einzelheiten bemerkt. Er wird nur die oberste Ebene sehen.



Alles fließt: Nicht nur die Programmstücke, auch die für die Abrechnung nötigen Informationen könnten über Netze ausgetauscht werden

Der Geschäftsführer der deutschen Graphisoft, Joachim Nicolaus, glaubt allerdings nicht an die Pay-per-Use-Nachfrage auf dem hiesigen Markt, obwohl diese Version auch für Windows auf Wunsch erhältlich ist: „Auf mehr Resonanz stößt das Software-Leasing“.

Unschlagbar könnte das Pay-per-Use-Konzept jedoch in Zukunft werden, wenn die Module einzelner Entwickler immer stärker ineinandergreifen. Das ist ja die Idee der objektorientierten Programmierung, daß die Computernutzer sich letztlich ihre Anwendungen aus kleinen, spezialisierten Bausteinen nach Be-

der Widerstand auf Null sinkt – ohne Widerstand von Kopierschutz oder Softwarepiraterie, beide erzeugen Widerstand gegenüber der freien Verbreitung von Information oder Software.

darf zusammenstellen. Vorratslager für solche Module könnte das Internet sein.

Jeder Entwickler will dann natürlich ein Stück vom Kuchen abhaben, egal in welcher Anwendung die Softwarekomponente gerade ihren Dienst tut. Man könnte sich daher gut vorstellen, daß die einzelnen Objekte selbst für das Inkasso sorgen, indem sie ein paar elektronische Geldeinheiten vom Anwender zum Hersteller senden. Seine Vision der „Superdistribution“ beschreibt der Spezialist für

objektorientierte Programmierung Brad Cox in seinem auszugsweise im Internet (<http://web.gmu.edu/bcox/TTEF/toc.html>) verfügbaren Buch „Superdistribution – Objects as Property on the Electronic Frontier“ (Addison-Wesley).

Wenn alle Netzträume in Erfüllung gehen, dann läßt sich die Abrechnung über einen immer stärker anschwellenden Strom von Werteinheiten via Internet realisieren. Paradiesische Zeiten für Hacker jedenfalls. **Karlhorst Klotz** ☐