

Ein Copyright-Trick machts möglich: Freibier für alle

Ein Zürcher Student braut Bier, das jeder nachbrauen und auf eigenen Gewinn vertreiben darf. Inspiriert wurde er vom Modell freier Software.

Von **Olivia Kühni**

Einen prominenten Kunden hat das Free Beer schon. Der Bierkutscher des Wädi-Brau-Huus in Wädenswil belädt seinen Lastwagen und karrt die Bügelflaschen nach Zürich – zu Google. Auch in Bars und Läden wird man das naturtrübe, helle Free Beer demnächst finden. Pascal Mages, Student der Umweltwissenschaften, hat das Bier bei der Brauerei in Auftrag gegeben und will jetzt den Markt erobern – mit einem aussergewöhnlichen Geschäftsmodell: Free Beer ist nicht markenrechtlich geschützt.

«Du darfst Free Beer herstellen, verkaufen und reich werden damit», steht auf der Rückseite der Flasche. Was sonst ein streng gehütetes Geschäftsgeheimnis, streut Mages unter die Leute – ähnlich wie dies Softwareentwickler und Musiker im Internet schon länger tun (siehe Kasten). Free Beer ist frei, aber nicht gratis. Der junge Zürcher ist mit seiner Free-Beer-Produktion nicht alleine auf der Welt. Über die Landesgrenzen hinweg wächst eine Bewegung heran, die vor allem die Anhänger freier Software begeistert.

Von der digitalen in die reale Welt

Die Idee zum freien Bier hatten vor gut zwei Jahren Studenten und Künstler in Kopenhagen. Hergestellt wird es seither unabhängig in Dänemark, Brasilien, Norditalien, Kalifornien und England. Auch eine Brauerei in Lausanne macht mit. «Freies Bier ist ein globales Lokalprodukt», sagt Mages. «Jeder kann es vor Ort herstellen und verkaufen.»

Der Versuch, Modelle digitaler Freiheit auf ein reales, physisch fassbares Produkt



BILD PETER LAUTH

Wädi-Braumeister Julius Brzoska mit einem Free Beer: Nicht gratis, aber frei zum Kopieren.

zu übertragen, könnte klappen, sagt Georg von Krogh, Professor für Strategisches Management und Innovation an der ETH Zürich. «Beispielsweise in der Lebensmittelbranche oder in der Pharmazie haben solche Projekte bereits funktioniert.» Auch Telekomfirmen wie Nokia legen teilweise ihre Entwicklungen vielen Menschen in einem Netzwerk offen und lassen sie mitarbeiten. Das sei ein guter Weg, um möglichst kreativ und kostengünstig Ideen zu sammeln und Produkte weiterzuentwickeln. «Wichtig ist aber, dass ab einem bestimmten Punkt jemand hinter der Idee steht und die Produktion übernimmt», so von Krogh.

Beim Free Beer ist dies der Fall. Mit dem Wädi-Brau-Huus kann es auf eine erfahrene Brauerei zählen. An der Finanzierung beteiligt sich ausserdem als Sponsor eine Berner Hightech-Firma. Anders als beim Handyhersteller Nokia oder in der Pharmazie lässt Free Beer das eigene Produkt nicht von den talentierten Massen weiterentwickeln, sondern erlaubt es jedermann, es zu kopieren.

Spannende Spielform

Das sei kein massentaugliches Modell, sagt Torsten Tomczak, Marketingprofessor an der Universität St. Gallen. «Unter-

nehmer müssen die Ressourcen, die sie in ein Unternehmen geben, schützen, wenn sie langfristig erfolgreich sein wollen.» Freies Bier sei eine spannende Spielform, die auf dem Markt begeistern und auch wachsen könne. Mehr nicht.

Auch ETH-Professor von Krogh betont, dass es wohl für die Konsumenten von Vorteil sei, wenn viele verschiedene freie Biere um ihre Gunst buhlen, für die Hersteller selber werde es dann aber schwierig. Entsprechend skeptisch äussert sich deshalb die Brauerei Feldschlösschen: «Die Marke und die Rezepturen sind unsere grössten Trümpfe», sagt Unternehmenssprecher Markus Werner. «Ich kann

Mit der Lizenz zum Kopieren

Das Free Beer ist mit einer Lizenz von Creative Commons (CC) versehen, einer in den USA von Softwarepionieren gegründeten Organisation. Die Juristen des Netzwerks OpenLaw haben diese Lizenzen an die Schweizer Gesetzgebung angepasst. CC-Kennzeichen sind bei Werken im Internet weit verbreitet. Sie zeigen, wie man mit dem Produkt umgehen darf – erlauben also die Nutzung unter klar definierten Bedingungen. Ein Männchen als Kennzeichen bedeutet etwa, dass der Urheber bei einer Weiterverwendung des Produkts genannt werden muss, ein Kreis mit Pfeilspitze verlangt, dass auch eine Weiterentwicklung des Werks unter den gleichen freien Bedingungen weitergegeben werden muss. Das schafft Rechtssicherheit. Auf der Free-Beer-Etikette prangen der Kreis und das Männchen. (oku)

www.creativecommons.org/international/ch
www.freebeer.ch

mir nicht vorstellen, dass wir dieses Geheimnis je verraten.»

Pascal Mages ist sich bewusst, dass Kopien tatsächlich auftauchen könnten. Das sei gewollt, und er empfinde das auch nicht als Konkurrenz: «Um den kommerziellen Markt abzudecken, braucht es bestimmte Mengen und eine konstante Qualität.» Gutes Bier, heisst es auch beim Wädi-Brau-Huus, entstehe nicht nur durch das Rezept, sondern auch mit einer guten Anlage, hochwertigen Rohstoffen und viel Fingerspitzengefühl. Was er mit seinem Bier wolle, sagt Mages, sei ein Unternehmertum «ohne künstliche rechtliche Barrieren».

ANZEIGEN

HWZ
Hochschule für Wirtschaft Zürich

**OBEN.
SIE NACH
WIR BEGLEITEN**

Master of Advanced Studies (MAS) in Mehrwertsteuer

- Umfassendes, vertieftes MWST-Wissen (CH+International)
- Internationales Dozententeam
- Zweistufiger, anerkannter FH-Abschluss (DAS/MAS)

Anmeldung: master@fh-hwz.ch

Informationsabend:
Mi., 5. März 2008, 18.00h

Studieren Sie in Zürich, nur drei Minuten vom HB Zürich entfernt – an der HWZ, Mitglied der Zürcher Fachhochschule. Wir führen Sie berufsbegleitend vom Bachelor zum Master. Telefon 043 322 26 88, www.fh-hwz.ch

**MÜSSEN SIE FRAGEN
ODER SIND SIE
GEFRAGT?**

www.alpha.ch
Jetzt Suchabo eingeben.

ALPHA.CH
DER ONLINE-KADERMARKT

Neu mit
Google Map!



**Jetski «Inferno 3000»,
Fr. 6900.-**



**Jetski «Inferno 3000»,
mit diversen
Entenfedern. Fr. 1000.-**

Warum neu kaufen, wenn es Piazza gibt?

Piazza.ch
Für Kleinanzeigen das Grösste.