

Roger Berger und Julia Zimmermann

***Das Problem der Transaktionsbewertung bei  
Internetauktionen.***

Eine Analyse des Bewertungssystems von eBay Deutschland  
unter Berücksichtigung der Freitextkommentare

## **Arbeitsberichte des Instituts für Soziologie der Universität Leipzig**

Die *Arbeitsberichte des Instituts für Soziologie* erscheinen in unregelmäßiger Reihenfolge. Bisher erschienene Berichte können unter folgender Adresse angefordert werden. Eine Liste der bisher erschienenen Berichte findet sich am Ende jedes Arbeitsberichts und im Internet unter unten angegebener Adresse. Dort sind auch ein Großteil der Arbeitsberichte direkt online verfügbar. Für die Inhalte sind allein die jeweiligen Autoren verantwortlich.

Redaktion: Heiko Rauhut, M.Sc.

Kontakt Institut für Soziologie  
Universität Leipzig  
Beethovenstr. 15  
04107 Leipzig

Tel +49 (0) 341 9735 638 (Heiko Rauhut)  
640 (Sekretariat Fr. Müller)  
Fax +49 (0) 341 9735 669

email: [rauhut@sozio.uni-leipzig.de](mailto:rauhut@sozio.uni-leipzig.de)

net: [http://www.uni-leipzig.de/~sozio/content/site/projekte\\_berichte.php](http://www.uni-leipzig.de/~sozio/content/site/projekte_berichte.php)

# 1 Einleitung

Die<sup>1</sup> Analyse von online vermitteltem Tausch, insbesondere derjenige bei Onlineauktionen, erfreut sich einiger Beliebtheit. Dafür gibt es neben der ökonomischen Bedeutung dieser Tauschform auch soziologische Gründe. Denn der einmalige Tausch von Ware gegen Geld zwischen zwei anonymen und räumlich getrennten Partnern, wie er z.B. nach einer Auktion auf eBay stattfindet, bietet beiden Seiten eine Fülle von Opportunismusanreizen, ohne dass diese gleichzeitig externe Sanktionen fürchten müssen. Weiterhin ist die Analyse auch aus methodischer Sicht dankbar, da eine große Anzahl von prozessproduzierten Daten zu weitgehend standardisierten und realen Transaktionen herangezogen werden kann.

Inzwischen zeigt eine beträchtliche Anzahl von Untersuchungen, dass online vermittelte Transaktionen durch ein Reputationssystem stabilisiert werden können. Dabei bewerten sich die beiden Transaktionspartner nach erfolgtem Tausch gegenseitig mittels eines von der Auktionsplattform bereitgestellten Bewertungssystems. Diese Bewertungen werden potentiellen Tauschpartnern zur Verfügung gestellt, die sich auf Grund dieser Information entscheiden können, ob sie auf eine entsprechende Transaktion eingehen wollen.

Damit wird klar, dass die Stabilisierung der Gütertransaktionen nur funktionieren kann, wenn gleichzeitig ein Tausch von Bewertungen geschieht. Für jeden Tauschpartner besteht nun aber ein Anreiz, auf die Kosten der Bewertung zu verzichten, da er damit Informationen bereitstellt, die nicht ihm, sondern seinem Tauschpartner bzw. dessen zukünftigen Partnern zugutekommen. Selbst wenn eine Bewertung der Transaktion stattfindet, sei diese gegenseitig oder nur einseitig, muss diese die reale Transaktion „Ware gegen Geld“ nicht unbedingt abbilden. Denn beide Tauschpartner haben die Möglichkeit, eine negative Bewertung mit einer ebensolchen zu vergelten, bzw. im Vorgriff darauf mit Vergeltung zu drohen, falls eine negative Bewertung erfolgen sollte. Dies gilt unbesehen davon, ob der Gütertausch – auch subjektiv gesehen – beanstandungswürdig war. Es besteht hier also ein Kollektivgutproblem zweiter Ordnung, dessen Lösung Bedingung für eine stabile Gütertransaktion ist. In diesem Aufsatz wird analysiert, wie diese Stabilisierung theoretisch geschehen kann und welche empirischen Belege sich dafür anführen lassen. Dazu wird im nächsten Abschnitt vorerst der gesamte Tauschvorgang als ein zweifaches Vertrauensspiel modelliert und zwei einschlägige Lösungsansätze in Hypothesenform präsentiert. Dabei wird einmal von vollständig rationalen Akteuren und einmal von reziprok rationalen Akteuren ausgegangen. Die generierten Hypothesen werden anschließend anhand eines selbst erhobenen Datensatzes überprüft. Dieser enthält Angaben zu insgesamt 1800 Transaktionen und entsprechend 3600 potentiellen Bewertungen, die über eBay Deutschland getätigt wurden. Dabei wird neben der Analyse der Standardbewertungen insbesondere eine Analyse der dazugehörigen Freitextkommenta-

---

<sup>1</sup>Wir danken Thomas Voss und den Teilnehmern der Session „Online Trust and Reputation Systems“ auf der Konferenz „General Online Research 2007“ für hilfreiche Kommentare und Hinweise.

re vorgenommen. Im vierten Abschnitt werden die Resultate theoretisch diskutiert und es wird auf der Basis der empirischen Ergebnisse zur Handlungsmotivation der Bewertenden ein Vorschlag gemacht, mit welchen institutionellen Maßnahmen der Bewertungsmechanismus verbessert werden könnte.

## 2 Theorie

Die theoretische Analyse erfolgt in drei Schritten: Zuerst wird das allgemeine Opportunismusproblem bei einmaligem und anonymem Tausch beschrieben und mit den Folk-Theoremen eine entsprechende allgemeine Lösung dafür skizziert. Anschließend werden diese Erkenntnisse auf den online vermittelten Tausch von Gütern angewandt. Daran schließt die eigentlich interessierende Analyse des Tauschs von Bewertungen nach erfolgter Transaktion an. Diese ist unterteilt in eine allgemeine Untersuchung der Opportunismusproblematik bei der Vergabe von Bewertungen und einer Darstellung des Bewertungssystems von eBay. Daraus werden dann die empirisch zu überprüfenden Hypothesen abgeleitet.

### 2.1 Das Opportunismusproblem bei sequenziellem Tausch ohne externen Erzwingungsstab

Annahmegemäß geschehen Tauschhandlungen bei Onlineauktionen, weil sich beide Akteure einen Nutzen davon versprechen, der von den unterschiedlichen subjektiven Wertschätzungen für das Tauschgut herrührt (vgl. Braun 2004). Wäre dies nicht der Fall, würde einer oder beide Tauschpartner vom Tausch Abstand nehmen und dieser käme nicht zu Stande. Deshalb wird im Folgenden von eigeninteressierten Akteuren ausgegangen. Die hier untersuchten Tauschhandlungen verlaufen nun nicht simultan auf einem Spotmarkt ab, sondern zeitlich und örtlich versetzt. Dies bringt prinzipiell Opportunitätskosten mit sich, die daraus entstehen, dass eine Partei im Vertrauen auf die Gegenleistung des Tauschpartners eine Vorleistung erbringen muss. Falls die erste Partei diese Opportunitätsproblematik antizipiert und dem Partner nicht vertraut, wird sie von dem Tauschgeschäft absehen, das damit nicht zustande kommt.

Die naheliegende Lösung für eine solche Situation ist ein externer Erzwingungsstab, der die Einhaltung der getroffenen Vereinbarung überwacht und gegebenenfalls erzwingt (Weber 1972). Beim online vermittelten Tausch ist diese Lösung allerdings aus verschiedenen Gründen kaum umzusetzen: Zum einen wären die Aushandlungskosten eines Vertrags, der auch schwer vorhersehbare Komplikationen im Transaktionsablauf berücksichtigt, prohibitiv hoch (vgl. z.B. Batenburg et al. 2000). Zum zweiten wird die wirksame Einsetzung und Durchsetzung von Verträgen im Onlinebereich weiter dadurch erschwert, dass hier oft Tauschpartner aufeinander treffen, die räumlich weit entfernt sind und für die – bei einem

Tausch über Wirtschaftsräume und Kontinente hinweg – unter Umständen kein formaler Erzwingungsstab vorliegt. Selbst wenn dies nicht der Fall ist, so verbietet sich drittens die Sanktionierung von Verträgen faktisch dennoch häufig, weil für die Beteiligten die Möglichkeit besteht, diese durch die Verwendung eines Pseudonyms zu erschweren. Viertens wird eine Durchsetzung von Verträgen weiter dadurch behindert, dass an vielen Tauschhandlungen Privatpersonen beteiligt sind, die kaum über Fachkenntnisse zur formalen Durchsetzung von Verträgen verfügen.<sup>2</sup>

Da die Vertragslösung hier entfällt, wird für die weitere Untersuchung auf die Möglichkeiten zur Transaktionsstabilisierung zurückgegriffen, die sich aus dem Modell des Vertrauensspiels (Dasgupta 1988, Kreps 1990) ergeben und das exakt das Opportunismusproblem bei sequentiellm Tausch ohne bindende Verträge abbildet. Die hier interessierenden Lösungen können dabei alle als Ausprägung eines Reputationseffektes aufgefasst werden.<sup>3</sup> Dessen grundlegender Wirkmechanismus wird durch die so genannten Folk-Theoreme beschrieben (vgl. Falk/Fischbacher 2006, Fudenberg/Maskin 1986, Ockenfels 2003, Raub/Voss 1986). Diese besagen, dass in einem unbestimmt oft wiederholten Spiel (also: Tauschvorgang) unter bestimmten Bedingungen auch Kooperation als individuell rationales Gleichgewicht gestützt werden kann. Dies kann dadurch begründet werden, dass eigeninteressierte Akteure die langfristigen Folgen ihrer Handlungen kalkulieren. Deshalb ist ihnen klar, dass der Partner auf einen etwaigen Vertrauensmissbrauch glaubwürdig mit dem Abbruch der Tauschbeziehung antworten wird und damit zukünftige Tauschgewinne unterbinden kann (vgl. z. B. Raub 1999, Granovetter 1985). Genau dann, wenn die Erwartung zukünftiger Tauschvorteile den Nutzen einer einmaligen Realisierung des Opportunismusanreizes überwiegt, wird diese Vergeltungsdrohung die Tauschbeziehung stabilisieren, weil dann selbst ein völlig eigenorientierter Akteur auf die Realisierung seiner Opportunismuspotentiale verzichten wird (vgl. Gibbons 1997).

Damit wird klar, dass die Überwindung der Vertrauensdefizite in dieser Situation theoretisch nur möglich ist, wenn der „Schatten der Zukunft“ (Axelrod 1984), „also die Erwartung und Wertschätzung künftiger Geschäfte, hinreichend groß ist“ (Diekmann/Wyder 2002: 674). Zudem muss die Vergeltungsdrohung glaubwürdig sein. Diese Bedingungen sind nun bei on-

---

<sup>2</sup>Der ökonomische Erfolg von online vermitteltem Tausch fußt ja auch darauf, dass er Tauschpartner zusammenbringt, die ansonsten nie direkt miteinander getauscht hätten. Dies ermöglicht einerseits die Realisierung von Tauschrenditen, die sonst bestenfalls vermittelt durch Zwischenhändler zustande gekommen wären. Dieser zusätzliche Tauschgewinn wird allerdings durch das beschriebene Tauschrisiko erkaufte, das andernfalls von ebendiesen Zwischenhändlern getragen würde.

<sup>3</sup>Es sind auch andere Lösungen denkbar, die nicht auf einen Reputationseffekt abstellen. Dazu gehört etwa die Pfandlösung (vgl. z. B. Raub/Keren 1993). Daran werden auch im Bereich des Onlinetauschs gewisse Anleihen gemacht, wenn etwa glaubwürdige Garantieverprechen abgegeben werden oder die Einschaltung eines Treuhänders vorgeschlagen wird (Berger/Schmitt 2005). Allerdings spielen diese Lösungen für die hier verfolgte Fragestellung keine Rolle und werden deshalb nicht ausgeführt.

line vermittelten Tauschhandlungen gerade nicht gegeben, da diese explizit einmalig sind. In den beiden nächsten Abschnitten wird dargestellt, durch welche institutionellen Vorkehrungen die Anbieter von Onlinetauschplattformen die Folk-Theoreme benutzen, um den Tausch von Gütern und daran anschließend den Tausch von Bewertungen zu stabilisieren.

## 2.2 Das Opportunismusproblem beim Tausch von Waren gegen Geld

Die hier interessierende Analyse des Tauschs von Bewertungen kann nur geschehen, wenn vorgängig der korrespondierende Tausch „Ware gegen Geld“ betrachtet wird. Die Vertrauensproblematik bei diesem online vermittelten Tausch ist klar erkennbar. Für beide Beteiligten ergeben sich Opportunismusanreize, je nachdem, wer die Vorleistung erbringt. Wird erst die Ware getauscht, kann der Käufer anschließend die Bezahlung verzögern, reduzieren oder vollständig verweigern, und dies evtl. – objektiv oder subjektiv zutreffend – damit begründen, dass die Ware in Umfang und/oder Eigenschaften nicht den Vereinbarungen entspricht. Umgekehrt kann der Verkäufer nach erfolgter Bezahlung auf die Lieferung der Ware verzichten, oder seine Leistungen reduzieren.<sup>4</sup> Diese aus der sequentiellen Struktur, der Einmaligkeit und der Anonymität des Transaktionsaktes resultierenden Opportunismusanreize würden dazu führen, dass solche Gütermärkte gar nicht erst entstehen oder bestehende Märkte nach kurzer Zeit kollabieren würden (vgl. Diekmann/Wyder 2002). Um dem entgegenzuwirken, wurden von den Onlinetauschplattformen institutionelle Maßnahmen getroffen, die die Opportunismusanreize ausschalten oder zumindest reduzieren sollen. Diese stellen die aus den Folk-Theoremen ableitbaren Bedingungen für eine kooperative Lösung her, indem sie die einmalige und anonyme Tauschsituation in eine unbestimmt oft wiederholte überführen, in der die Vergeltungsdrohung wirksam ist (vgl. Bolton et al. 2004, Dellarocas 2003, für eine allgemeine theoretische Begründung von Reputationssystemen siehe Nowak/Sigmund 1998). Dies geschieht durch Reputationssysteme, die die Wirkung von sozialen Netzwerken bei nicht-anonymem Tausch übernehmen, indem sie die gegenseitige Bewertung der Transaktionspartner nach erfolgtem Tausch ermöglichen. In so genannten Bewertungsprofilen werden diese Einzelbewertungen als Informationen gesammelt und den anderen Nutzern zugänglich gemacht. Die aggregierten Einzelbewertungen eines bestimmten Mitglieds dokumentieren dann dessen vergangenes Transaktionsverhalten und begründen dadurch seine Reputation. Die eigentlich isolierten Interaktionen erhalten damit die Funktion einer langfristigen Beziehung unter bekannten Tauschpartnern (vgl. Schmidt/Uske 2004, Resnick et al. 2002).

Die individuellen Informationen, die auf Erfahrungen mit konkreten Verkäufern basieren, werden so der Gruppe der potentiellen Käufer zugänglich gemacht. Diese können nun

---

<sup>4</sup>Für eine umfassende Darstellung der Opportunismusanreize bei online vermitteltem Tausch siehe Berger/Schmitt (2005).

vertrauenswürdige Anbieter von solchen mit betrügerischen Absichten unterscheiden. Indem sie nur mit bisher zuverlässigen Anbietern tauschen, sanktionieren sie diejenigen, die sich in der Vergangenheit opportunistisch gezeigt haben. Dabei sorgt die Vergeltungsdrohung durch eine schlechte Bewertung dafür, dass rationale Anbieter Interesse an einer langfristigen Marktteilnahme haben und sich bemühen werden, eine gute Reputation aufzubauen bzw. zu erhalten und schlechte Bewertungen zu vermeiden (Friedman/Resnick 2001, Lin et al. 2006). Die Vergeltungsdrohung wird dabei dadurch verstärkt, dass – theoretisch begründbar und empirisch gut bestätigt (vgl. Dasgupta 1988, Kollock 1999, Berger/Schmitt 2005) – der Aufbau einer solchen Reputation einerseits langwierig ist und andererseits durch wenige negative Bewertungen schnell zerstört werden kann.<sup>5</sup>

Die unabdingbaren Voraussetzungen für eine erfolgreiche Stabilisierung von Transaktionen auf diesem Weg sind nun offensichtlich, dass erstens die vergangenen Transaktionen der Verkäufer überhaupt bewertet werden, und dass diese Bewertungen zweitens den tatsächlichen Transaktionsverlauf möglichst unverfälscht abbilden.<sup>6</sup>

Diese Analyse des Tauschs von Bewertungen wird unterteilt in eine allgemeine Untersuchung der Opportunismusproblematik bei der Vergabe von Bewertungen und einer Darstellung der konkreten Bewertungsvergabe bei eBay Deutschland. Daraus wird anschließend das zu überprüfende Hypothesenset abgeleitet, indem einmal vollständig rationale und einmal reziprok handelnde Akteure unterstellt werden.

## 2.3 Das Opportunismusproblem bei der Vergabe von Bewertungen

Wie beim Austausch von Gütern ist auch beim Bewertungsvorgang kein gleichzeitiger Tausch vorgesehen. Damit lässt dieser ebenfalls Spielräume zu strategischem Handeln offen. Denn vorrangig stellen die Bewertenden ein Kollektivgut her, von dem alle an der Tauschplattform Beteiligten profitieren – außer ihnen selbst. Dies steht im Gegensatz zum Opportunismusproblem beim vorgängigen Gütertausch, dessen reibungsloser Ablauf für die Beteiligten direkt

---

<sup>5</sup>Nicht betrachtet wird in dieser Analyse des Gütertauschs die Vertrauenswürdigkeit des Käufers. Dies geschieht, weil diese für die im empirischen Teil der Untersuchung betrachteten Online-Auktionsmärkte unerheblich ist, da dort die Anbieter nahezu keine Möglichkeit haben, ihnen als nicht vertrauenswürdig erscheinende Käufer von der Auktion auszuschließen. Allerdings kann die Reputation des Käufers durchaus Einfluss auf den Transaktionsablauf (vgl. dazu Berger/Schmitt 2005) bzw. den Ablauf der Bewertungsvergabe nehmen (vgl. dazu unten).

<sup>6</sup>Eine weitere Bedingung ist natürlich, dass die Beständigkeit des Markts für die Zukunft gesichert und die Zahl der Marktteilnehmer und damit die Wahrscheinlichkeit, überhaupt auf vertrauenswürdige Handelspartner zu treffen, ausreichend groß ist (vgl. Bolton et al. 2004). Dies wird mit Blick auf die erfolgreiche Geschäftstätigkeit der hier betrachteten Plattform eBay Deutschland vorausgesetzt. Eine weitere Analyse könnte sich allerdings durchaus mit der Frage befassen, ob sich bei Tauschsystemen, deren Ende absehbar ist, Reputation tatsächlich entwertet wird und sich vermehrt Opportunismusprobleme ergeben.

nutzenstiftend ist. Von der Veröffentlichung einer positiven Bewertung dagegen profitiert einmal der Transaktionspartner, dessen Vertrauenswürdigkeit und damit die potentiellen zukünftigen Tauschrenditen sich erhöhen. Weiterhin nützt dies allen anderen Teilnehmern der Tauschplattform, die Informationen zur Vertrauenswürdigkeit des Tauschpartners erhalten, und den Betreibern der Tauschplattform, deren Profit wesentlich von einer durchschnittlich hohen Vertrauenswürdigkeit ihrer Teilnehmer abhängt (siehe dazu auch unten). Von einer veröffentlichten negativen Bewertung hat der Bewertende ebenso wenig einen Nutzen wie der betroffene Tauschpartner und die Betreiber der Tauschplattform.<sup>7</sup> Umso wertvoller ist diese Information jedoch für andere Teilnehmer, die dadurch vor einem verlustreichen Tausch bewahrt werden können.

Der Bewertende hat allerdings nicht nur keinen Nutzen von einer Vergabe. Wenn er einen Transaktionsverlauf als erster bewertet, setzt er sich damit zusätzlich einem hohen Opportunismuspotential aus. Sein Tauschpartner kann dann nicht mehr an der Realisierung seiner Vergeltungsdrohung durch die Abgabe einer negativen Bewertung gehindert werden – unbesehen davon, ob diese gerechtfertigt ist oder nicht. Denn außer im unwahrscheinlichen Fall, in dem zwei Tauschpartner zukünftig noch einmal miteinander tauschen und dies auch wissen, gibt es keine Drohung, die den Zweitbewertenden von einer negativen Bewertung abhalten kann. Bei Teilnehmern, die zukünftig als Verkäufer auftreten wollen, kann sich eine solche Bewertung durchaus als kostspielige Reputationsschädigung erweisen.

Insgesamt haben also Erstbewertende einiges zu verlieren und unmittelbar nichts zu gewinnen. Ihre Leistung kommt ausschließlich Anderen zugute. Bevor diese Überlegungen in testbare Hypothesen übersetzt werden, ist es sinnvoll, das konkrete Bewertungssystem von eBay Deutschland darzustellen.

## 2.4 Das Bewertungssystem von eBay Deutschland

Nach<sup>8</sup> Beendigung der Auktion haben Verkäufer und Käufer die Möglichkeit, gegenseitig den Transaktionsverlauf zu beurteilen. Eine Bewertung kann längstens 90 Tage nach Auktionsende abgegeben werden. Die Bewertungsabgabe ist freiwillig. Deshalb ist auch nicht festgelegt, welche Partei als erstes bewertet. Da die Partner zur Abwicklung der Transaktion in Kontakt treten können, besteht prinzipiell die Möglichkeit, die Abgabe der Bewertungen

---

<sup>7</sup>Im Prinzip benötigt die Tauschplattform immer auch einen kleinen Anteil negativer Bewertungen. Denn im Aggregat enthalten die Bewertungen nur Information, wenn sie Variation aufweisen. Ausschließlich negative Bewertungen erlauben ebenso keine Information zur Differenzierung *innerhalb* der Teilnehmer einer Tauschplattform wie ausschließlich positive. Dennoch kann hier davon ausgegangen werden, dass die Tauschplattform ein wesentlich stärkeres Interesse an positiven als an negativen Bewertungen hat.

<sup>8</sup>Die Darstellung bezieht sich auf das Bewertungssystem von eBay Deutschland zum Erhebungszeitpunkt.



abzusprechen.<sup>9</sup> Allerdings ändert dies nichts an der grundsätzlichen Dilemmasituation, da die Einhaltung einer entsprechenden Vereinbarung demselben Opportunismusproblem unterliegt wie die Transaktion und die Bewertungsvergabe.

Jede Transaktion kann von den beiden Handelspartnern mit „positiv“, „neutral“ oder „negativ“ bewertet werden. Eine abgegebene Bewertung ist bindend. Nur in Ausnahmefällen kann eine Bewertung zurückgenommen werden.<sup>10</sup> Jede für einen Nutzer eingegangene Bewertung wird im eBay-Bewertungsprofil aufgelistet. Diese werden in einem additiven Index aufsummiert und als Zahl hinter dem Nutzerpseudonym aufgeführt. Eine positive Bewertung geht durch einen Wert von +1, eine neutrale Bewertung mit 0 und eine negative durch einen Wert von -1 in diesen Index ein. Der bildet somit für jeden Nutzer eine Art „Nettobewertung“ ab. Damit sich zwei bestimmte Tauschpartner<sup>11</sup> nicht gegenseitig zu einer guten Reputation verhelfen können, indem sie wiederholt gegenseitige Gütertransaktionen bewerten, die u. U. nie stattgefunden haben, können sie den Bewertungsindex des Gegenüber nur um maximal einen Punkt verändern. Neben dieser direkt einsehbaren Reputationsinformation kann auf eine Bewertungsseite geklickt werden. Auf dieser werden alle Bewertungen detailliert angezeigt, d. h. auch Neutralbewertungen und die Mehrfachbewertungen durch einen bestimmten Handelspartner, die im Index nicht direkt aufscheinen. Eine Neutralbewertung ist dabei tendenziell schlechter als gar keine Bewertung. Denn obschon beide den Index nicht verändern, bedeutet ersteres „keine positive Bewertung“ und fällt eher auf den Bewerteten zurück, während letzteres nur „keine Bewertung“ meint, was auch auf den Bewertenden zurückgeführt werden kann. Die detaillierte Feedbackseite gibt auch Auskunft über die Häufigkeit positiver, neutraler und negativer Bewertungen in den letzten 1, 6 und 12 Monaten und über den Prozentsatz positiver Bewertungen (in den auch Neutralbewertungen einfließen). Dort finden sich zudem Informationen darüber, wie lange eine bestimmte Person schon bei eBay registriert ist, sowie Angaben zu eventuellen Änderungen des Pseudonyms.

Weiterhin befinden sich auf dieser Seite insgesamt vier Registrierkarten, die die Informationen zu weiteren Bewertungsdetails eines Nutzers preisgeben. Die erste Registrierkarte listet alle Bewertungen auf, die ein Mitglied erhalten hat. Dabei ist neben der standardisierten Bewertungsqualität das Nutzerpseudonym des jeweiligen Bewertenden abgelegt, sowie die Auktionsnummer und der genaue Zeitpunkt der Bewertungsabgabe. Vor allem aber wird dort ein individueller Freitextkommentar angezeigt, mit dem die Bewertenden den Tausch

---

<sup>9</sup>Diese Möglichkeit besteht ebenfalls, wenn die von eBay vorgegebene standardisierte Kaufabwicklung gewählt wird.

<sup>10</sup>Dies ist dann der Fall, wenn beide Tauschpartner damit einverstanden sind. Faktisch wird dies v. a. auftreten, wenn beide eine negative Bewertung aufheben wollen. Allerdings werden diese Bewertungen nur aus dem Index gestrichen und sind weiterhin im Profil sichtbar (siehe dazu unten). Weiterhin besteht die Möglichkeit, nachträgliche Ergänzungen zum Kommentar vorzunehmen.

<sup>11</sup>Oder – was durchaus möglich wäre – eine reale Person, die auf der Plattform mit zwei unterschiedlichen Nutzerpseudonymen auftaucht.

in eigenen Worten mit maximal 80 Zeichen beschreiben können. Die Bewertenden sind bei der Ausgestaltung dieser Kommentare prinzipiell frei. Meistens machen diese ausführliche Angaben zum Transaktionsverlauf (z. B. zu den Wartefristen bei Lieferung und Geldeingang) und zur Qualität der Ware oder der Verpackung. Auch individuelle Ergänzungen und Antworten auf einen evtl. Kommentar werden hier gespeichert. Die Gesamtzahl aller insgesamt erhaltenen Bewertungen wird in der Kopfzeile der Registrierkarte angegeben. Dabei zählt jede Bewertung, also auch Bewertungen von mehrmaligen Handelspartnern, sowie neutrale und negative Bewertungen. Bei der Anzahl aller eingegangenen Bewertungen handelt es sich sozusagen um einen Bruttowert, während die Ziffer hinter dem Pseudonym eine Art Nettobewertung repräsentiert. Die zweite und die dritte Registrierkarte unterteilen die erhaltenen Bewertungen in solche, die von Käufern und solche, die von Verkäufern eingegangen sind. Dabei werden die gleichen Informationen angezeigt, wie in der allgemeinen Registrierkarte. In der Kopfzeile beider Registrierkarten steht außerdem wiederum die Summe der durch Käufe bzw. Verkäufe eingegangenen Bewertungen. Durch diese Aufgliederung wird ersichtlich, ob ein bestimmtes Mitglied überwiegend als Käufer oder überwiegend als Verkäufer tätig ist. Differiert der Anteil negativer Bewertungen in den beiden Tabellen, können auch Rückschlüsse auf eine „partielle“ (Un-)Zuverlässigkeit des zugehörigen Nutzers gezogen werden. Z. B. könnte daraus ablesbar sein, dass ein Mitglied als Käufer zwar stets korrekt war, aber als Verkäufer häufig Waren schlechter Qualität angeboten hat. Die vierte Registrierkarte schließlich gibt einen Überblick über alle durch den jeweiligen Nutzer selbst abgegebenen Bewertungen. Das bedeutet, dass jedem Teilnehmer von eBay Deutschland ausführliche Informationen zum bisherigen Transaktionsverhalten eines potentiellen Tauschpartners zur Verfügung gestellt werden. Prinzipiell lassen sich damit im Vorfeld eines beabsichtigten Tauschs neben möglichen Problemen beim Gütertausch auch solche des Bewertungstauschs abschätzen.

Nutzer, die sich derart umfassend informieren wollen, müssen dazu allerdings hohe Zeitkosten aufbringen. Dies gilt insbesondere bei Partnern, die nicht nur einige wenige Bewertungen, sondern hunderte oder tausende aufweisen. Selbst wenn die entscheidenden Informationen für den eigenen Transaktionsvorgang u. U. in einem umfangreichen Bewertungsprofil vorhanden sind, heißt dies nicht zwingend, dass sie in nützlicher Frist gefunden werden. Dieser Vorgang wird noch komplizierter, wenn mehrere mögliche Verkäufer verglichen werden sollen. Es ist deshalb zu vermuten, dass sich viele Nutzer nur durch das auf der ersten Seite einsehbare grobe Bewertungsprofil informieren, insbesondere dann, wenn sie aus mehreren möglichen Auktionen auswählen. In diese Richtung deutet auch der Befund von Berger/Schmitt (2005), dass neuere Bewertungen einen stärkeren Einfluss auf das Auktionsresultat haben als weiter zurückliegende.

## 2.5 Lösungen für das Opportunismusproblem beim Bewertungstausch

Im Folgenden wird dargestellt, welche Eigenschaften die Lösungen für das Opportunismusproblem beim Bewertungstausch haben. Dabei werden jeweils folgende Fragen beantwortet: Werden überhaupt Bewertungen abgegeben? Wenn ja: Kann davon ausgegangen werden, dass die Bewertungen den tatsächlichen Transaktionsverlauf wiedergeben? Falls nicht: In welche Richtung ist eine Verzerrung zu erwarten? Diese Erkenntnisse werden in Hypothesenform zusammengefasst. Die Analyse wird dabei für zwei unterschiedliche Akteurstypen durchgeführt. Als erstes werden vollständig rationale Akteure unterstellt. Daran anschließend wird angenommen, dass die Akteure eine intrinsische Reziprozitätsneigung aufweisen.

### 2.5.1 Vollständig rationale Akteure

Die Bewertung erfolgt in vollständiger Anonymität. Im unmittelbaren Anschluss daran wird sich außer dem Bewerteten niemand für die Abgabe interessieren. Zwar fordert eBay Deutschland die Tauschpartner in ihrem Nutzerprofil routinemäßig zu einer Bewertung auf. Allerdings ist dies mit keiner Sanktionsdrohung verbunden und der Aufgeforderte dürfte sich bewusst sein, dass er abgesehen von seinem Tauschpartner „nur“ von einem Computerprogramm beobachtet wird. Die Annahme eines vollständig rationalen Akteurs, der ausschließlich eigenorientierte Präferenzen aufweist, ist deshalb a priori sinnvoll, da an einer Norm orientiertes und durch Sanktionsdrohungen gestütztes Handeln dann nicht zu erwarten ist.

**Bewertungsabgabe:** Wie oben dargestellt, ist eine Bewertungsabgabe für den Bewertenden selbst nicht nützlich. Für ihn ist es ausreichend, dass die anderen Teilnehmer einer Tauschplattform Bewertungen abgeben. Zwar ist der zeitliche und organisatorische Aufwand für die Bewertungsabgabe gering. Aber gerade wenn eine Transaktion erfolgreich abgeschlossen wurde, ist der Anreiz gering, sich noch mit dem einschlägigen Formular zu beschäftigen (vgl. Resnick/Zeckhauser 2002). Besonders einsichtig ist dies für Marktteilnehmer, die nur kaufen und nicht verkaufen wollen. Sie können nicht von einem Tausch ausgeschlossen werden und benötigen deshalb keine entsprechende Reputation. Dies führt zur ersten Hypothese:

**H1** Käufer bewerten seltener als Verkäufer.

Da Verkäufer selbst nicht von einer abgegebenen Bewertung profitieren (nur von einer erhaltenen positiven), gilt die obige Überlegung auch für sie. Allerdings sind für Verkäufer die Kosten einer möglichen Vergeltungsbewertung höher als für Käufer. Denn durch wenige negative Bewertungen kann eine ansonsten positive Reputation empfindlich gestört werden. Die Möglichkeit einer negativen Bewertung besteht auch bei einer vom Verkäufer subjektiv positiv empfundenen Transaktion. Auf Grund der eingangs beschriebenen Unvollständigkeit

der Tauschvereinbarung ist es immer möglich, dass der Käufer mit der Gütertransaktion nicht zufrieden ist. Verkäufer sind damit einer Vergeltungsdrohung besonders ausgesetzt. Denn für den Zweitbewertenden sind die Bewertungskosten gleich groß, unabhängig davon, ob er eine positive oder eine negative Bewertung abgibt. Um diese abzuwenden, werden sie ihre Bewertung bevorzugt als zweites abgeben, um ihrerseits ein Drohpotential aufrechtzuerhalten bzw. entsprechend zu reagieren.

## **H2** Verkäufer bewerten als zweites.

Allerdings gelten diese Überlegungen allgemein für alle vollständig rationalen Tauschpartner. Unter ihnen würde es damit überhaupt zu keinem Bewertungstausch kommen. Dies hätte den vollständigen Ausfall des Bewertungssystems und damit nach den obigen Überlegungen den Zusammenbruch des Gütertauschs zur Folge, und ist offensichtlich nicht der Fall. Der oben dargestellte Wirkmechanismus der Folk-Theoreme eröffnet jedoch eine Möglichkeit, wie kooperatives Verhalten unter eigeninteressierten Akteuren dennoch auftreten kann. Dabei ist zu beachten, dass „kooperatives Verhalten“ im Bewertungskontext – anders als bei der Gütertransaktion – die Abgabe einer positiven Bewertung meint, und zwar unbesehen davon, ob diese subjektiv gerechtfertigt ist oder nicht. Für die nicht an diesem Tausch Beteiligten ist dieses Verhalten natürlich unkooperativ, da sie dadurch u. U. über die Vertrauenswürdigkeit der Bewerteten getäuscht werden.<sup>12</sup> Die Bedingungen für Kooperation liegen hier nun in fast idealtypischer Form vor. Es ist möglich, eine glaubwürdige Vergeltungsdrohung aufrechtzuerhalten und sich gleichzeitig ausreichend potentiellen zukünftigen Nutzen aus einer unbestimmt offenen Interaktionszukunft zu versprechen. Die Glaubwürdigkeitsbedingung trifft auf alle Akteure zu, die als zweites bewerten und immer auf alle Nicht-Verkäufer, die kein Interesse an einer positiven Reputation haben. Für diese ist die Vergeltung kostenlos und damit glaubwürdig. An zukünftigen Interaktionen sind insbesondere alle Akteure interessiert, die beabsichtigen, auf einer Onlinetauschplattform als Verkäufer aufzutreten und deshalb auf eine positive Reputation angewiesen sind. Zwar fürchten diese aus demselben Grund eine Vergeltung noch viel mehr. Aber diese Gefahr können sie verringern, indem sie keinen Anlass zu einer Vergeltung geben und selbst positiv bewerten. Dies ist für sie ebenfalls kostenlos, selbst wenn dies eingestandenermaßen den Transaktionsverlauf nicht widerspiegelt. Da die Akteure annahmegemäß kein schlechtes Gewissen haben, können sie kostenlos lügen. Die – private – Information über die Vertrauenswürdigkeit des Tauschpartners besitzen sie ja schon. Dieser Mechanismus wird zudem durch die explizite Aufforderung von eBay unterstützt, vor der Abgabe von Negativbewertungen zu versuchen, die Unstimmigkeiten mit dem Handelspartner zu beheben. Deshalb ist folgendes zu erwarten:

---

<sup>12</sup>Es besteht hier dieselbe Situation, wie in der Illustration des Gefangenendilemmas, in der die Gefangenen *gegen* den Staatsanwalt kooperieren.

**H3** Käufer, die als erstes bewerten, tun dies häufiger negativ, als Verkäufer, die als erstes bewerten, und vice versa.

Verkäufer sind existentiell auf positive Bewertungen angewiesen. Gleichzeitig werden sie von einer etwaigen Vergeltung wenig geschädigt, solange für sie noch die relativ kostengünstige Möglichkeit besteht, eine etwaige schlechte Reputation aufzugeben und mit einem neuen Nutzerpseudonym wieder in den Markt einzusteigen. Es ist deshalb zu erwarten, dass neu auftretende Verkäufer am ehesten die Blockierung durch gegenseitige Vergeltungsdrohungen durchbrechen, um sich eine geschäftsfördernde Reputation aufzubauen. Für Verkäufer, die schon einen hohen Reputationsindex haben, gilt das Umgekehrte. Sie fürchten vor allem die Vergeltung. So kann die folgende Vermutung aufgestellt werden:

**H4** Je tiefer der Reputationsindex eines Verkäufers ist, desto eher bewertet er als erstes und vice versa.

Gleichzeitig werden diese Verkäufer sich möglichst wenig einer Vergeltung aussetzen, weshalb auch folgendes zutreffen müsste:

**H5** Je tiefer der Reputationsindex eines Verkäufers, desto eher bewertet er positiv, wenn er dies als Erster tut.

Da die zukünftigen Verkaufsabsichten nicht direkt beobachtet werden können, kann diese Überlegung auf alle Marktteilnehmer ausgedehnt werden. Ein hoher Reputationsindex erhöht die Opportunität für einen Verkauf auch in dem Fall, wenn er bisher nur durch Käufe zustande kam. In abgeschwächter Form müsste deshalb auch gelten:

**H6** Je höher der Reputationsindex eines Akteurs ist, desto eher bewertet er als Zweiter.

Es hat sich bereits gezeigt, dass die abgegebenen Bewertungen dem subjektiv empfundenen Transaktionsablauf nicht entsprechen müssen. Deshalb wird als nächstes die Frage gestellt, in welche Richtung eine Diskrepanz zwischen dieser subjektiven Einschätzung und seiner abgegebenen Bewertungen zu erwarten ist.

**Qualität der Bewertung:** Damit die Bewertungen die ihnen zugedachte Funktion erfüllen können, müssen sie den tatsächlichen Transaktionsverlauf möglichst genau abbilden. Deshalb stellt sich die Frage, wie der Transaktionsablauf beobachtet und eine evtl. Diskrepanz zwischen diesem und der abgegebenen Bewertung festgestellt werden kann. Dies ist zum einen aus technischen Gründen schwierig. Vor allem aber dürfte zwischen den beiden Transaktionssteilnehmern häufig keine Einigkeit über den Transaktionsablauf bestehen, insbesondere bei Transaktion, die nicht zur vollen beiderseitigen Zufriedenheit verlaufen sind.

Sinnvolle Aussagen über wirklichkeitsgetreue Bewertungen der Transaktion können deshalb nur intraindividuell getroffen werden. Dazu wird angenommen, dass ein Akteur insbesondere die Vergabe seiner Standardbewertung nach eigennützigem Gesichtspunkten vornimmt. Denn nur diese geht in den additiven Index ein und hat entsprechende Konsequenzen für die beiden Beteiligten. Wer z. B. eine Vergeltung vermeiden will, wird keinesfalls eine negative Gesamtbewertung vergeben. Wer seinem Tauschpartner schaden will, wird genau dies tun. Diese Überlegungen treffen in weit geringerem Maße auf die Freitextkommentare zu. Diese eignen sich dagegen sehr viel besser, um den Transaktionsablauf subjektiv korrekt darzustellen. Einerseits muss nicht der gesamte Ablauf in einem von drei diskreten Zuständen abgebildet werden, sondern es können präzisere Angaben über einzelne Aspekte gemacht werden (Qualität des Produkts, Lieferfristen, etc.) Andererseits kann ein Freitextkommentar auch nicht direkt mit gleicher Münze vergolten werden. Ein Verkäufer, der eine Mängelrüge seines Produkts vergelten will, muss sich beim Freitextkommentar immerhin etwas Adäquates zur Bezahlung einfallen lassen, etc. Deswegen wird hier davon ausgegangen, dass sich strategische Bewertungsvergaben tendenziell in einer Diskrepanz zwischen Standardbewertung und Freitextkommentar abbilden.

(Bei strategisch rational agierenden Akteuren sollte eine solche Diskrepanz allerdings im Prinzip gar nicht auftauchen. Denn weil diese kostenlos lügen, sollten sie sich nicht die Blöße geben, eine aus strategischen Gründen vergebene Bewertung durch einen nicht vollständig kongruenten Freitextkommentar wieder zu gefährden (vgl. unten H15). Ein Käufer wird sich allerdings von den zusätzlichen (Zeit-)Kosten für Freitexte keinen Nutzen versprechen und diese so kurz wie möglich halten.<sup>13</sup> Dies führt zu folgender Hypothese:

**H7** Die Freitextkommentare von Käufern sind kürzer als solche von Verkäufern.

Wenn man bereits bewertet wurde, besteht ebenfalls wenig Anreiz, detaillierte Kommentare zu hinterlassen. Deshalb müsste folgendes zutreffen:

**H8** Die Freitextkommentare von Verkäufern, die als Zweite bewerten, unterscheiden sich in ihrer Länge nicht von denjenigen der Käufer, die als zweite bewerten.

### 2.5.2 Wirksame Normen bzw. reziproke Akteure

Situationen, in denen ein für alle Beteiligten vorteilhaftes Kollektivgut nicht hergestellt wird, weil die individuellen Interessen dem entgegenstehen, sind typisch für die Entstehung einer entsprechenden Norm (vgl. Coleman 1990, Kapitel 10). Wenn die Akteure die Norm befolgen, wird das Kollektivgutproblem dadurch gelöst. Im betrachteten Fall lautet die Norm etwa: Bewerte jede erfolgte Transaktion gemäß der eigenen subjektiven Einschätzung, um den anderen

---

<sup>13</sup>Von eBay wird die Eingabe von mindestens zwei Zeichen verlangt, also etwa „ok“.

Teilnehmern nützliche Informationen über die Vertrauenswürdigkeit des Tauschpartners zu geben. Die Einhaltung der Norm zur wahrheitsgetreuen Bewertung wird jedoch von niemandem beobachtet und Sanktionen sind nicht zu erwarten. Um die Bewertungssituation gemäß diesen Annahmen abzubilden, ist es sinnvoll, sich am Normspiel zu orientieren (vgl. Voss 1998, Diekmann/Voss 2003). Dies hat insbesondere den Vorteil, den Gütertausch und die anschließende Bewertungsvergabe direkt aufeinanderbezogen abzubilden. Der Gütertausch wird dazu als Gefangenendilemma modelliert. Nach der Entscheidung in dieser Situation können beide Akteure in einer zweiten Runde ihren Partner sanktionieren, wenn sie der Meinung sind, dass dieser sich nicht kooperativ verhalten hat. Im Unterschied zu der oben vorgenommenen Modellierung der Situation kann es dabei unter bestimmten Umständen auch schon in einfach gespielten Situationen ohne gemeinsame Zukunft der Akteure zu Kooperation kommen. Dies ist dann der Fall, wenn die Sanktion kostenfrei erfolgen kann.

Allerdings ist die Situation bei der Bewertungsvergabe nicht direkt analog zum Normspiel. In diesem besteht keine Option, kooperatives Verhalten zu belohnen, sondern es kann lediglich unkooperatives bestraft werden. Außerdem fällen im Normspiel die Spieler ihre Entscheidungen sowohl beim Gütertausch, als auch in der gegenseitigen Bestrafungsrunde simultan. Dies ist bei eBay nur insofern ähnlich, als die Reihenfolge der Züge nicht vorgegeben ist. Anstelle von simultanen Entscheidungen kommt es dagegen normalerweise zu einer sequentiellen Vergabe, wie sie im Vertrauensspiel modelliert wird. Allerdings ist dies ein untergeordnetes Problem, da sich die Gleichgewichtslösungen in beiden Modellierungen nicht unterscheiden.

Welche Prognosen über die Bewertungsvergabe lassen sich nun abgeben, wenn diese als Sanktionsrunde eines Normspiels modelliert wird? Entscheidend ist dabei der unterstellte Akteurstyp. Es kann ein unbedingt normtreuer Akteur angenommen werden, der sich unbelesen von möglichen Konsequenzen an die Norm der korrekten Bewertungsvergabe hält. Da, wie oben beschrieben, die Einhaltung der Norm nicht durch externe Sanktionen erzwungen werden kann, muss der Akteur dazu intrinsisch motiviert sein. Bei der Teilnehmerzahl von eBay erscheint es als unwahrscheinlich, dass genügend davon zu einer korrekten Bewertungsvergabe sozialisiert wurden oder ein über die Transaktion hinausgehendes Interesse an der Aufrechterhaltung des Tauschsystems haben.

Sinnvoll ist deshalb hier auch die Annahme eines bedingt reziproken Akteurs.<sup>14</sup> Dieser reagiert auf einen aus seiner Sicht negativen Gütertausch mit einer negativen Bewertung und honoriert einen kooperativen Gütertausch mit einer positiven Bewertung. Dasselbe Prinzip gilt ebenso für die Vergabe der Zweitbewertung.

Es liegt einige theoretische und empirische Evidenz vor, dass Menschen tatsächlich eine grundlegende Präferenz für reziprokes Verhalten haben. Diese reicht von entsprechenden Be-

---

<sup>14</sup>Für eine Terminologie der verschiedenen Formen von Reziprozität siehe Diekmann (2004). Aus Einfachheitsgründen wird hier der Begriff „bedingte Reziprozität“ wie beschrieben verwendet.

obachtungen (Diekmann 2004, Fehr/Gächter 2002, Ockenfels 1999) bis zur Möglichkeit, dass sich reziproke Präferenzen im Lauf der menschlichen Evolution eingestellt haben (Trivers 1971). Das Opportunitätsproblem bei der Bewertungsvergabe wird dadurch quasi automatisch gelöst, weil sich der Ablauf der Gütertransaktion in den Reputationsindizes abbildet. Dies gilt ebenso für das entsprechende Problem beim Gütertausch, ohne dass auch auf dieser Ebene Reziprozität unterstellt werden muss (im Sinne von: Positive Gütersendung bewirkt ebensolche Bezahlung und umgekehrt). Außerdem ist es nicht nötig, dass alle Teilnehmer von eBay ebensolche Präferenzen haben. In Abhängigkeit der sich ergebenden Kosten und Nutzen (für eine formale Darstellung siehe z. B. Gintis 2000) genügt es, wenn nur ein Bruchteil aller Teilnehmer reziprok handelt. Dann wird reziprokes Handeln auch bei denjenigen ausgelöst, die diese Präferenz nicht haben, da sie die Reaktionen der reziproken Akteure antizipieren. Es ist nicht einmal notwendig, dass überhaupt einige Tauschteilnehmer tatsächlich reziproke Präferenzen aufweisen. Alleine die Erwartung, dass sie in der Population der eBay-Teilnehmer ausreichend verbreitet sind, wird durch eine selbst erfüllende Prophezeiung dazu führen, dass sich die Tauschpartner auch bei einmaligem Tausch so verhalten, als ob sie solche Präferenzen hätten (siehe Kreps et al. 1982 für eine formale Begründung, ähnlich Matzat 2004).

Falls bei eBay Deutschland entsprechend genügend reziprok handelnde Teilnehmer vorhanden sind, sollte sich dies v. a. in einem weitgehend friktionslosen Gütertausch abbilden. Nur diejenigen Teilnehmer, die als Käufer keine Reputation benötigen, bzw. diejenigen Verkäufer, die ihre Reputation durch eine einmalige, aber genügend profitable Realisierung des Opportunismuspotentials zerstören, werden sich dann noch unkooperativ verhalten.

**Bewertungsabgabe:** Bei der Bewertungsabgabe sollte sich dies dahingehend äußern, dass strategische Überlegungen keine Rolle spielen und die Bewertung in jedem Fall erfolgt, unbesehen davon, ob der Partner bewertet. Wenn beide Akteure diese Präferenz aufweisen, müsste gelten:

**H9** Alle Transaktionen werden mit gegenseitigen Bewertungen abgeschlossen.

Ist die bedingte Reziprozität unter den eBay-Teilnehmern jedoch seltener (oder ungleichmäßig auf die Tauschpaare verteilt), so könnte man vermuten, dass die anderen Akteure zumindest eine schwache bedingte Reziprozitätsneigung derart haben, dass sie zwar nicht auf die Gütertransaktion, aber auf die Bewertungsabgabe mit einer ebensolchen reagieren. In dem Fall müsste die folgende Vermutung zutreffen.

**H10** Wenn eine Bewertung abgegeben wurde, folgt darauf eine Gegenbewertung.

Hier wird klar, dass auch Reziprozität Spielraum zu einer strategischen Bewertungsvergabe lässt. Ein reziproker Akteur kann sich einerseits nicht darauf verlassen, dass der



Tauschpartner keine strategischen Überlegungen anstellt. Andererseits kann Reziprozität beim Gegenüber auch strategisch ausgebeutet werden – etwa von einem Verkäufer, der seine Reputation schützen will. Dies geschieht, indem man bei einer befürchteten negativen Bewertung als Erster eine positive abgibt. Ein reziproker Akteur wird darauf tendenziell mit einer positiven Bewertung antworten, obschon diese evtl. durch den Transaktionsverlauf nicht gerechtfertigt ist. Hypothetisch kann dies durch eine Umkehrung der Hypothese 5 gefasst werden:

**H11** Je höher der Reputationsindex eines Verkäufers, desto eher bewertet er positiv, wenn er dies als Erster tut.

Dieser Effekt kann weiter verstärkt werden, indem auch der Freitextkommentar einschlägig gestaltet wird.

**H12** Je höher der Reputationsindex eines Verkäufers, der als erstes und positiv bewertet, desto länger sind die Freitextkommentare.

Dies ist insbesondere dann angezeigt, wenn der Partner selbst über keine Reputation verfügt. Dann profitiert dieser erstens besonders von einer positiven Bewertung und fürchtet zweitens eine evtl. Vergeltungsdrohung wenig. Negative Erstbewertungen dürften in dem Fall auch deshalb selten vorkommen, weil aus Angst vor der reziproken Vergeltung auf eine Bewertung verzichtet wird.

**Qualität der Bewertung:** Weil die Bewertungen auch eine Reaktion auf die Bewertung des Partners sein können, müssen sie nicht unbedingt den subjektiv wahren Transaktionsverlauf abbilden. Dies gilt insbesondere im Fall von negativen Bewertungen. Hier wird ein reziprok bewertender Akteur (wie ein rein strategisch agierender) mit einer ebensolchen Bewertung antworten. Wenn man gleichzeitig annimmt, dass die tatsächlichen Opportunismusprobleme bei der Transaktion zufällig verteilt sind, dass also ein unkooperativer Verkäufer nicht überzufällig häufig auf einen ebensolchen Käufer trifft und umgekehrt (eine Annahme, die mangels Daten nicht überprüft werden kann), folgt daraus:

**H13** Auf positive Bewertungen folgen häufiger positive Bewertungen als auf kritische Bewertungen und vice versa.

Diese Beziehung gilt im Prinzip auch für die Freitextkommentare.

**H14** Auf positive Kommentare folgen häufiger positive Kommentare als auf kritische Kommentare und vice versa.

Allerdings müsste hier eine messbare Differenz zwischen den Bewertungen und den Kommentaren sichtbar werden. Dies ergibt sich daraus, dass der reziproke Akteur einerseits die Transaktion wahrheitsgetreu bewerten will, aber u. U. von seinen strategischen Überlegungen davon abgehalten wird. Bei den Freitextkommentaren ist dieses Dilemma entschärft, da sich hier die Möglichkeit ergibt, differenzierter auf die Transaktion einzugehen und diese gleichzeitig nicht so stark einer Vergeltungsbewertung ausgesetzt sind. Insbesondere müssten dann die beiden folgenden Hypothesen zutreffen:

**H15** Bei Erstbewertungen sind die Bewertungen besser als die zugehörigen Kommentare.

Für Zweitbewertungen entfällt die Vergeltungsdrohung, so dass dann gelten sollte:

**H16** In der zweiten Bewertungsrunde unterscheiden sich die Bewertungen nicht von den zugehörigen Kommentaren.

Die theoretische Analyse zeigt damit, dass das von eBay Deutschland gewählte Reputationssystem insgesamt relativ starke Anreize aufweist, Transaktionen selbst dann als positiv zu bewerten, wenn sie es in der subjektiven Wahrnehmung des Bewertenden gar nicht oder nicht in vollem Umfang waren. Oder umgekehrt ausgedrückt: Die Anreize, auf eine nicht erfolgreiche Kooperation nach bestem Wissen eine entsprechende Standardbewertung zu vergeben, sind relativ gering. Nur Teilnehmer mit einer starken Normorientierung oder reziproken Präferenzen werden dies tun. Für alle anderen Akteure dürften strategische Überlegungen zu einer positiv verzerrten Bewertungsvergabe führen. Die Tauschplattform ist davon nicht negativ betroffen. Denn positive Bewertungen führen tendenziell zu neuen Tauschakten, die wiederum zu tendenziell positiven Bewertungen führen. Diese Rückkopplung fördert damit die Ausbreitung von positiver Reputation und ist eine der Stützen der Geschäftstätigkeit von eBay. Im nächsten Abschnitt werden diese theoretischen Vorhersagen empirisch überprüft.

## 3 Empirie

Zuerst wird der Stand der Forschung reportiert. Anschließend erfolgt eine Darstellung der Datenerhebung und der Operationalisierung. Im dritten Abschnitt werden die Ergebnisse der statistischen Analyse präsentiert.

### 3.1 Stand der Forschung

In den letzten Jahren sind einige Arbeiten entstanden, die sich mit der Bedeutung von Bewertungssystemen als Stabilisierungsmechanismen für das Vertrauensproblem bei Internetauktionen beschäftigen. Die meisten Analysen befassen sich dabei mit verschiedenen Auswirkungen von Reputation auf den Verkaufserfolg und den Auktionsendpreis, also auf die Lösung

von Opportunismusproblemen beim Gütertausch. Houser und Wooders (2006), Melnik und Alm (2002) und Lucking-Reiley et al. (2000) stellen dazu fest, dass positive Bewertungen einen positiven Effekt, negative Bewertungen einen negativen Effekt auf den Auktionsendpreis haben. Auch die Studie von Berger und Schmitt (2005) liefert diesen Befund, und zeigt zugleich, dass dieser Effekt stärker von neueren Bewertungen als von älteren ausgeht.

Bezüglich des Einflusses von Reputation auf den Verkaufserfolg variieren die Ergebnisse: Einige Studien konstatieren, dass sowohl positive als auch negative Bewertungen die Entscheidung von Käufern, in einer Auktion mitzubieten, beeinflussen (Bajari/Hortaçsu 2003, Resnick/Zeckhauser 2002, ähnlich Diekmann/Wyder 2002). Eaton (2002) dagegen findet, dass nur negative Bewertungen Auswirkungen auf die Verkaufswahrscheinlichkeit haben, während Livingston (2002) zum umgekehrten Schluss kommt, dass lediglich positive Reputation den Verkaufserfolg determiniert. Berger und Schmitt (2005) finden keine Evidenz für einen direkten Effekt der Reputation auf den Verkaufserfolg, sondern in Übereinstimmung mit der Auktionstheorie nur Auswirkungen auf den Endpreis. Insgesamt kann damit als gesichert angenommen werden, dass Verkäufer in Internetauktionen auf eine positive Reputation angewiesen sind und negative Bewertungen möglichst vermeiden müssen.

Zur Bewertungsvergabe selbst liegt bisher vergleichswenig Evidenz vor, die zudem eher deskriptiv orientiert ist. Bestätigt ist bisher, dass Bewertungen bei eBay fast ausschließlich positiv sind, und dass erstaunlich viele Bewertungen abgegeben werden. Resnick und Zeckhauser (2002) finden, dass in ca. 70% der Auktion mindestens einer der Handelspartner eine Bewertung hinterlässt. Bei Dellarocas et al. (2004) beträgt der einschlägige Wert sogar 90%. Dellarocas und Resnick betrachten diese „unusually low fraction of negative feedback on eBay“ (2003: 7) entsprechend unserer theoretischen Überlegungen als eine Konsequenz von strategischer Bewertungsvergabe und weniger als Resultat problemloser Transaktionen. Entsprechend berichtet Lischka (2007), dass zunehmend mehr Nutzer über Betrug klagen und sich dabei in ihrer Gegenwehr von eBay nicht genügend unterstützt fühlen. Damit kann die grundlegende Vermutung unserer theoretischen Analyse, dass die Bewertungen bei eBay den Transaktionsverlauf tendenziell zu positiv abbilden, nicht zurückgewiesen werden. Außerdem scheinen sich die Tauschpartner nicht komplett eigenorientiert zu verhalten und durchaus in beträchtlichem Umfang Bewertungen abzugeben. Allerdings ist unklar, welche Rolle strategische Überlegungen dabei einnehmen. Resnick und Zeckhauser (2002) konstatieren, dass Verkäufer eher als zweites bewerten. Dellarocas et al. (2004) kommen dagegen zum umgekehrten Schluss, dass Verkäufer fast doppelt so häufig wie Käufer als erste bewerten. Wie oben gezeigt wird, können beide Ergebnisse für strategisches Handeln sprechen, in Abhängigkeit davon, welche Reputation die Akteure schon aufweisen. In beiden Untersuchungen wurde zudem nicht berücksichtigt, dass die Verkäufer- bzw. Käuferrolle nicht alleine durch die entsprechende Position in der spezifischen untersuchten Auktion bestimmt ist, sondern ebenso durch die generelle Handelsaktivität (vgl. unten). Fallweise belegt ist weiterhin, dass expli-

zite Vergeltungsdrohungen, mit dem Ziel eine kritische Bewertung aufzuheben, vorkommen (Lischka 2007, Appendix B).

Fast völlig unbeachtet geblieben ist bisher der Inhalt der Bewertungskommentare. Resnick und Zeckhauser (2002) überprüfen ausschließlich die Kommentare zu den wenigen Neutral- und Negativbewertungen auf inhaltliche Kritik, allerdings nicht die zu den Positivbewertungen gehörigen Bemerkungen. Wie unsere theoretische Analyse zeigt, müssten aber gerade dort die entscheidenden Hinweise auf strategische Bewertung auf Grund von Vergeltungsdrohungen zu finden sein. In einer umfassenderen Analyse untersuchen Pavlou und Dimoka (2006) die zuletzt erhaltenen 25 Freitextkommentare von 420 Verkäufern. Im Einklang mit unseren Vorhersagen finden sie, dass bei weitem nicht alle positiven Bewertungen mit positiven Kommentaren einhergehen. Sie stellen weiterhin fest, dass bei homogenen Gütern von den Kommentaren ein höherer Einfluss auf den Endpreis ausgeht als von den Standardbewertungen.

Einige Evidenz stammt zudem aus anderen Bereichen des elektronisch vermittelten Tauschs, die eine ähnliche oder dieselbe Opportunismusproblematik wie die Bewertungsvergabe bei eBay aufweisen. Sie zeigt, dass die Vergabe von Bewertungen, die ausschließlich anderen Personen nützen, durchaus nicht selbstverständlich ist. So schätzt Puscher (2007), dass sich im Durchschnitt nur 3% der Nutzer von elektronischen Bewertungssystemen selbst aktiv daran beteiligen. Ein Blick auf einschlägige populäre Plattformen illustriert dies. So gibt nur der geringste Teil der Käufer bei amazon.com eine Bewertung des Produkts bzw. des Verkäufers ab.<sup>15</sup> Und obschon alleine der amerikanische Ableger von Wikipedia von 32 Millionen Nutzern ausgeht, beträgt die Zahl der aktiven Nutzer nur 68'000 (Puscher 2007), obschon bei dem extrem breiten Themenspektrum eigentlich jeder Nutzer etwas beitragen könnte. Die Kosten der Bewertung, die natürlich für eine Buchkritik oder einen Wikipedia-Artikel recht gross sind, scheinen damit auch für die Bereitstellung eines Kollektivgutes im Internet wichtig zu sein.

Insgesamt existiert damit zu der spezifischen Fragestellung nach der Opportunismusproblematik bei gegenseitigen Bewertungen kaum Evidenz. Um entsprechend empirische Überprüfungen vorzunehmen, werden als nächstes die verwendeten Daten präsentiert.

## 3.2 Datenerhebung

Zur Überprüfung der Hypothesen wurde bei eBay nach 1800 abgeschlossenen Auktionen gesucht, die entsprechend 3600 mögliche Bewertungen liefern. Die Erhebung erfolgte automatisch mittels zweier „Perl“-Programme.

Im Suchsystem von eBay kann auf alle beendeten Auktionen 90 Tage lang online zuge-

---

<sup>15</sup>Bei Büchern findet z.B. sich oft nur der Klappentext oder ein ähnlicher Text vom Verlag bzw. Autor wieder.

griffen werden, sofern die Artikelnummer bekannt ist. Diese laufen bei eBay in der Regel aufsteigend nach dem Einstellungszeitpunkt. Da für eine abgeschlossene Auktion längstens drei Monate nach Auktionsende eine Bewertung abgegeben werden kann, und danach die Angebotsseiten nicht mehr eingesehen werden können, boten sich für die Untersuchung solche Transaktionen an, deren Kaufabschluss fast drei Monate zurücklag. Der Vorteil dabei war, dass die Bewertungsvergabe zwischen Käufer und Verkäufer zum Erhebungszeitpunkt bereits überwiegend stattgefunden hatte.

Um den Datensatz möglichst breit abzustützen, wurden Güter aus den folgenden zwölf von eBay vorgegebenen Hauptkategorien in die Erhebung aufgenommen: „Sammeln und Seltenes“, „Antiquitäten und Kunst“, „Möbel und Wohnen“, „Musikinstrumente“, „Audio und HiFi“, „Handy und Organizer“, „Computer“, „Filme und DVDs“, „Bücher“, „Kleidung und Accessoires“, „Sport“, sowie „Beauty und Gesundheit“. Innerhalb dieser Kategorien gingen dann jeweils 150 Transaktionen zufällig in die Stichprobe ein. Dazu wurde manuell für jede ausgewählte Kategorie ein Artikel gesucht, der am 01.07. 2004 zwischen 17.55 Uhr und 18.05 Uhr eingestellt wurde. Die zum Startzeitpunkt zugehörige Auktionsnummer bildete die Startnummer für die weitere Erhebung von Auktionen innerhalb jeder Rubrik. Ausgehend von dieser Zahlenabfolge wurde dann der Reihe nach jede fünfhundertste Artikelnummer aufsteigend ausgewählt und die Artikeldetails, die Bewertungsprofile von Verkäufer und Käufer und die Bewertungsvergabe erhoben.

Das erste Perl-Programm durchlief das Auktionsangebot ausgehend von der festgesetzten Startartikelnummer in Fünfhunderterblöcken aufsteigend. In die Stichprobe gingen für jede Kategorie aber nur solche Auktionen ein, die in Deutschland stattfanden, bei denen ein Kaufvertrag zustande kam und die eine Erfassung des Bewertungsvorgangs zuließen.<sup>16</sup> Sobald auf eine Auktion diese Kriterien nicht zutrafen, wurde innerhalb jeder Fünfhunderterreihe die jeweils nächste Auktion betrachtet und die erste gültige für die Stichprobe erhoben. Anschließend lief die Erhebung wieder normal beim nächsten Fünfhunderterblock weiter. Von jeder gültigen Auktion wurden dann die Auktionsseite selbst, sowie Teile des Bewertungsprofils von Käufer und Verkäufer gespeichert. Im Bewertungsprofil wurden alle für einen Auktionsteilnehmer eingegangenen Bewertungsseiten erhoben, und zwar rückwärts von der Seite der zuletzt erhaltenen Bewertung zurück bis zum Kauftag, damit der Bewertungsindex für jede Handelspartei in einem späteren Schritt auf den ursprünglichen Wert zurückgesetzt werden konnte.<sup>17</sup> Außerdem wurden die ersten Seiten aller durch Verkäufe und Käufe eingegangenen

---

<sup>16</sup>Privatauktionen, in denen die Identität der Bieter geschützt ist, oder Auktionen, in denen einer der beiden Handelspartner ein uneinsehbares Bewertungsprofil besitzt („Privatprofil“), mussten aus der Erhebung ausgenommen werden, weil in diesen Fällen die Bewertungsvergabe nicht oder nur teilweise erfasst werden konnte. Ebenso wurden Powerauktionen, in denen ein Verkäufer mehrere Stücke einer Ware zum Verkauf anbietet, nicht erhoben, weil dort kein Käufer angezeigt wird.

<sup>17</sup>Eine Rückrechnung des Bewertungsstands auf den Tag der Bewertungsabgabe wäre zwar für die Überprüfung der Hypothesen sinnvoller gewesen, allerdings bestand dabei das Problem, dass nicht alle Nutzer eine

Bewertungen, sowie die aller abgegebenen Bewertungen gesichert, weil die in der Kopfzeile der jeweiligen Registrierkarte angegebene Gesamtsumme für die spätere Analyse bedeutend war.

Das zweite Perl-Programm durchsuchte den Quelltext der abgespeicherten Seiten nach den relevanten Daten. Bei jeder Auktion wurden dann neben Artikelnummer, Haupt- und Unterkategorie auch die Artikelbeschreibung, die Anzahl der abgegebenen Gebote, Start- und Verkaufspreis, die Versandkosten und die entsprechenden Angaben zur Bewertungsvergabe von Käufer und Verkäufer, inklusive den Freitextkommentaren, extrahiert.<sup>18</sup> Das Bewertungsprofil jedes beobachteten Akteurs wurde außerdem dahingehend untersucht, ob dieser in der Vergangenheit auch als Verkäufer oder ausschließlich als Käufer tätig gewesen ist.

### 3.3 Operationalisierung

Die für das strategische Verhalten entscheidende Verkäufer- bzw. Käuferrolle wird zweimal unterschiedlich operationalisiert. Zum einen ergibt sich die Rolle direkt aus der beobachteten Auktion, die jeweils einen Verkäufer und einen Käufer aufweist. Die Akteure sind jedoch in ihrer Handelstätigkeit bei eBay nicht auf diese Position beschränkt und können sie wechseln. Für ihr Bewertungsverhalten ist deshalb wichtig, welche Tätigkeit sie zukünftig zu betreiben gedenken. Da diese Absicht nicht beobachtet werden kann, wird den Akteuren auf Grund ihrer bisherigen Handelstätigkeit eine entsprechende Rolle zugewiesen. Dazu werden in einer zweiten Operationalisierung alle Teilnehmer bei eBay, die bisher mindestens einmal als Verkäufer aufgetreten waren, als Verkäufer betrachtet, weil diese immer auch ihre Reputation im Auge behalten werden. Nur Akteure, die bisher noch nie als Verkäufer in Erscheinung getreten sind, werden als reine Käufer operationalisiert, die sich überhaupt nicht um ihre Reputation kümmern müssen.

Beide Standardbewertungen einer Auktion können direkt von eBay übernommen werden. Für die statistische Analyse werden die beiden Kategorien „neutral“ und „negativ“ dabei jeweils als „kritische“ Bewertung zusammengefasst. Dieses Vorgehen ist durch die extrem schiefe Verteilung der drei Kategorien gerechtfertigt (vgl. Tab. 1). Alle nicht-positiven Bewertungen dürften dadurch als kritisch wahrgenommen werden, dass fast alle anderen positiv sind. Die Analyse der Freitextkommentare bestätigt dieses Vorgehen, da sie aufzeigt, dass

---

Bewertung abgeben. Um die Vergleichbarkeit des Bewertungsstands zwischen den Nutzern zu gewährleisten, wurde aus diesem Grund der Kauftag als Referenzzeitpunkt gewählt.

<sup>18</sup>Weil die Möglichkeit bestand, dass Personen auch am letztmöglichen Tag noch Feedback geben, wurde für alle einseitig oder beidseitig nicht bewerteten Auktionen nach Ablauf der 90-Tagesfrist manuell nachgesehen, ob es noch zu einer Bewertungsvergabe gekommen war. Dies war aber bei nicht einer einzigen Auktion der Fall. In unserem Datensatz findet sich somit kein Hinweis auf so genanntes „Last-Minute-Rating“ um damit einer evtl. negativen Gegenbewertung zu entgegen.

neutrale Bewertungen in der Regel auf Transaktionsprobleme hinweisen (vgl. unten).

Der aus den Standardbewertungen addierte Reputationsindex reicht von -2 bis 57958. Analog zu den meisten bisherigen Untersuchungen von Reputationseffekten bei eBay wird dieser logarithmisch transformiert. Damit wird der Annahme Rechnung getragen, dass eine zusätzliche positive Bewertung bei einem Stand von z. B. zehn Bewertungen einen stärkeren Marginal Effekt haben dürfte als eine solche bei einem Stand von hundert Bewertungen.<sup>19</sup>

Um die Freitextkommentare mit den standardisierten Bewertungen vergleichen zu können, müssen diese ebenfalls in die drei Kategorien „positiv“, „neutral“ und „negativ“ codiert werden. Zusätzlich wird eine Restkategorie „nicht Zuordenbares“ für nicht eindeutig interpretierbare Kommentare eingeführt. Um die Validität der Codierung möglichst zu gewährleisten, wird die Codierung dabei zweifach vorgenommen, einmal in einer „harten“ und einmal in einer „weichen“ Codierung. Der Unterschied zwischen den beiden Codeplänen liegt darin, dass in der harten Codierung nur eindeutig positive Kommentare als solche betrachtet wurden. Tendenziell problematische Verläufe und verdeckte Kritik in den Freitextkommentaren werden der Kategorie „negativ“ zugewiesen. In der weichen Codierung dagegen werden tendenziell positive Kommentare und positive Floskeln noch in die Kategorie „positiv“ einbezogen. Entsprechend werden Kommentare, die schon auf problematische Transaktionsverläufe hinweisen, nur der Kategorie „neutral“ zugeordnet.<sup>20</sup>

Die Länge der Freitextkommentare wird über die Zahl der verwendeten Zeichen operationalisiert.

## 3.4 Resultate

Vor der empirischen Überprüfung der Hypothesen, werden die zentralen deskriptiven Kennzahlen präsentiert.

### 3.4.1 Deskriptive Ergebnisse

30,4% aller Auktionen wurden nicht vollständig bewertet (eine oder beide Bewertungen fehlen). 13,9% der Auktionen wurden von keinem der beiden Beteiligten bewertet. Bei 19,1% der bewerteten Auktionen folgte auf eine Erstbewertung keine Gegenbewertung. Damit findet sich hier das aus der Literatur bekannte Resultat, dass zwar sehr viele Auktionen bewertet werden, aber bei weitem nicht alle.

In Tabelle 1 zeigt sich ebenfalls das theoretisch erwartete und aus der Literatur bekannte Resultat, dass die Standardbewertung fast ausschließlich positiv geschieht. Die erwartete

---

<sup>19</sup>Für die sehr wenigen Akteure, die eine negative oder Reputation von Null haben, wird dabei jeweils der Betrag der Reputation logarithmiert und mit -1 multipliziert bzw. ein Reputationswert von Null zugewiesen.

<sup>20</sup>Typische Beispiele für die Codierung der Freitextkommentare und ein ausführlicher Codeplan finden sich im Appendix A.

Tabelle 1: VERTEILUNG DER STANDARDBEWERTUNGEN.

|                    | positiv (n)  | neutral (n) | negativ (n) |
|--------------------|--------------|-------------|-------------|
| Erste Bewertungen  | 98,8% (1530) | 0,4% (6)    | 0,8% (12)   |
| Zweite Bewertungen | 98,5% (1233) | 0,6% (8)    | 0,9% (11)   |

Tendenz, dass die Zweitkommentare schlechter ausfallen als die Erstkommentare, ist allerdings nur äußerst schwach erkennbar. Dies ändert sich bei einer Betrachtung der Freitextkommentare, wie sie Tabelle 2 zeigt. Zum einen sinkt der Anteil positiv bewerteter Transaktionen auf etwa 90% (weiche Codierung) bzw. gut 70% (harte Codierung). Zum anderen ist jetzt eindeutig erkennbar, dass Zweitbewertungen schlechter ausfallen als Erstbewertungen, auch wenn die Differenz immer noch gering ist.

In Tabelle 3 zeigt sich weiterhin, dass die Reputation von Verkäufern bedingt durch ihre Handelstätigkeit in beiden Operationalisierungen weit höher ist als diejenige von Verkäufern. Deshalb ist zu erwarten, dass Verkäufer mehr Interesse an ihrer Reputation aufweisen sollten als Käufer, da sie dadurch sowohl viel zu gewinnen, als auch zu verlieren haben. Charakteristisch für eBay ist außerdem, dass hier nicht wie auf anderen elektronisch vermittelten Tauschplattformen (wie etwa amazon.com) viele Käufer wenigen Verkäufern gegenüberstehen. Nutzer, die auch als Verkäufer auftreten, überwiegen vielmehr eindeutig, so dass ein Großteil der Nutzer von eBay ein direktes Interesse an Reputationsbildung hat.

Im den nächsten beiden Abschnitt wird untersucht, welche empirische Evidenz sich einmal für die Annahme vollständig rationaler Akteure bzw. reziprok handelnder Akteure ergibt. Die Überprüfung geschieht in der Reihenfolge der Hypothesendarstellung.

### 3.4.2 Hypothesen „vollständig rationale Akteure“

**Bewertungsabgabe:** Es zeigt sich tatsächlich, dass die Verkäufer in der beobachteten Transaktion wie in **H1** vermutet häufiger bewerten als die Käufer. Allerdings ist der Zusammenhang mit  $\phi=-0,047$  nur sehr schwach ( $\chi^2=7,889$ ,  $df=1$ ,  $p=0,005$ ). Ein stärkerer Zu-

Tabelle 2: VERTEILUNG DER BEWERTUNGEN IN DEN FREITEXTKOMMENTAREN.

|                   |                  | positiv (n)  | neutral (n) | negativ (n) |
|-------------------|------------------|--------------|-------------|-------------|
| Erster Kommentar  | Weiche Codierung | 90,7% (1398) | 7,5% (115)  | 1,8% (28)   |
|                   | Harte Codierung  | 73,1% (1126) | 24,1% (372) | 2,8% (43)   |
| Zweiter Kommentar | Weiche Codierung | 91,4% (1140) | 7,2% (90)   | 1,4% (17)   |
|                   | Harte Codierung  | 70,4% (878)  | 27,3% (341) | 2,2% (28)   |



Tabelle 3: VERTEILUNG VON KÄUFER- UND VERKÄUFERREPUTATION.

|                      | n    | Mittelwert | Minimum | Maximum | Stdd.abweichung |
|----------------------|------|------------|---------|---------|-----------------|
| Verkäufer generell   | 2820 | 1036,6     | -2      | 57958   | 3557,5          |
| Verkäufer in Auktion | 1800 | 1530,3     | -2      | 57958   | 4370,7          |
| Käufer in Auktion    | 1800 | 111,9      | -1      | 6017    | 248,9           |
| Käufer generell      | 780  | 41,7       | -1      | 1054    | 96,3            |
| Alle Nutzer          | 3600 | 821,1      | -2      | 57958   | 3175,3          |

sammenhang ergibt sich, wenn die Verkäufer über ihre generelle Handelstätigkeit operationalisiert werden ( $\chi^2=52,087$ ,  $df=1$ ,  $p=0,000$ ,  $\phi=-0,120$ ). Personen, die auf eine Reputation angewiesen sind, haben also allgemein eine geringere Neigung, bei der Bewertungsabgabe Trittbrett zu fahren. Ein ebensolches strategisches Verhalten zeigt sich auch bei der Überprüfung von **H2**. Von 1365 bewertenden Käufern hinterließen 808 als Erste eine Bewertung (59,2%) und 557 (40,8%) als Zweite. Die 1435 Verkäufer bewerteten in 740 Auktionen (51,6%) als Erste und in 695 Fällen (48,4%) als Zweite. Damit findet sich die postulierte Tendenz der Verkäufer, als zweites zu bewerten nur sehr schwach ( $\chi^2=16,458$ ,  $df=1$ ,  $p=0,000$ ,  $\phi=0,077$ ). Dies ändert sich bei der Operationalisierung über die generelle Handelstätigkeit nicht. Von den 2268 generell als Verkäufer agierenden Personen bewerteten 1229 als erste (54,2%) und 1039 als zweite (45,8%). In der Gruppe der 532 ausschließlich als Käufer Tätigen bewerteten 319 als Erste (60%) und 213 als Zweite (40%). Dies ergibt mit  $\phi=0,046$  einen ähnlich schwachen Zusammenhang ( $\chi^2=5,811$ ,  $df=1$ ,  $p=0,016$ ). Die Furcht vor einer Vergeltung bzw. der Versuch, eine entsprechende Drohung selbst aufrechtzuerhalten, scheint damit wenig ausgeprägt zu sein.

In dieselbe Richtung scheint die Überprüfung von **H3** zu weisen. Entgegen der Hypothese lässt sich nicht feststellen, dass die erstbewertenden Käufer eine Auktion häufiger negativ beurteilen, als dies Verkäufer tun ( $\chi^2=1,528$ ,  $df=1$ ,  $p=0,216$ ). Allerdings geben reine Käufer in Erstbewertungen signifikant, wenn auch in geringem Maße, häufiger Neutral- oder Negativbewertungen, als solche, die ebenso als Verkäufer tätig sind ( $\chi^2=9,617$ ,  $df=1$ ,  $p=0,002$ ,  $\phi=0,079$ ). Offenbar heben sich bei Verkäufern die Vergeltungsproblematik und das Bedürfnis, eine positive Reputation zu erlangen, zum Teil auf, während reine Käufer diesen gegenläufigen Mechanismen nicht unterliegen. Diese Interpretation wird durch die Überprüfung von **H4** bestätigt. Insbesondere bei Verkäufern, die noch keine Reputation haben, überwiegt die Notwendigkeit die Auktion als erste zu bewerten, die Vergeltungsdrohung ( $r=0,203$ ,  $p=0,000$ ). Erwartungsgemäß liegt diese Beziehung auch für die generelle Handelstätigkeit vor ( $r=0,170$ ,  $p=0,000$ ). Allerdings zeigt sich für **H5** nicht dieses Bild. Bei Erstbewertungen von Verkäufern hat die Höhe der Reputation keinen signifikanten Einfluss

auf die Vergabe einer positiven Bewertung ( $r=0,034$ ,  $p=0,349$ ). Dasselbe gilt für die generelle Handelstätigkeit als Verkäufer ( $r=0,030$ ,  $p=0,287$ ). H5 muss damit abgelehnt werden. Die Reputationshöhe hat nicht den erwarteten Einfluss auf die Vergabe von Erstbewertungen. Problematisch an der untersuchten Beziehung ist allerdings, dass die Zahl der kritischen Bewertungen verschwindend gering ist (vgl. Tab. 1), so dass in der interessierenden Dimension kaum Varianz herrscht. Weitergehende Interpretationen sind hier deshalb wenig sinnvoll.

Für **H6** ergeben sich keine Fallzahlprobleme. Es zeigt sich ein signifikanter, wenn auch schwacher Zusammenhang zwischen der Reputationshöhe und der allgemeinen Neigung in der Auktion als Zweiter zu bewerten ( $r = 0,146$ ,  $p=0,000$ ). Der Zusammenhang wird allerdings stark davon beeinflusst, dass Verkäufer im Durchschnitt weit höhere Reputationsindices aufweisen als Käufer (vgl. Tab. 3). Dies zeigt auch die entsprechende Korrelation für die generelle Handelstätigkeit als Verkäufer ( $r=0,141$ ,  $p=0,000$ ). Damit liegt hier nicht wie vermutet ein gegenüber H5 abgeschwächter Effekt vor. Vielmehr wird H4 in verallgemeinerter Form bestätigt. Damit bestätigt sich wiederum, dass sich insbesondere die Verkäufer um ihre Reputation kümmern.

**Qualität der Bewertung:** Die Länge der Kommentare hängt auch von ihrem Inhalt ab. Kritische Kommentare, in denen verschiedene Transaktionsaspekte moniert werden, sind automatisch länger als solche, in denen nur festgestellt wird, dass alles Bestens ist. Deswegen wird die Korrelation in den beiden folgenden Hypothesen jeweils dafür kontrolliert, ob der Kommentar positiv oder kritisch war. Dabei zeigt sich, dass die Freitextkommentare von Käufern in der Tat kürzer sind als solche von Verkäufern ( $r=-0,122$ ,  $p=0,000$ ). Auch unter Einbezug der generellen Handelstätigkeit wird **H7** in abgeschwächter Form bestätigt ( $r=-0,089$ ,  $p=0,000$ ). Dies ist insofern erstaunlich, als die Käufer inhaltlich eigentlich mehr zu kommentieren haben (Qualität der Ware, Lieferzeit, Verpackung, etc.) als die Verkäufer, die sich lediglich zum Zahlvorgang äußern sollten. Deshalb liegt die Vermutung nahe, dass **H8** ebenso zutrifft, und Verkäufer ihre aufwändigen Kommentare nur dann verfassen sollten, wenn sie dies als Erstbewertende tun, um damit Käufer zu einer positiven Gegenbewertung zu bewegen. Dies ist allerdings nicht der Fall (auktionsspezifisch:  $r=0,104$ ,  $p=0,000$ ; generell:  $r=0,089$ ,  $p=0,002$ ). Auch Verkäufer, die als Zweite bewerten, tun dies signifikant umfangreicher als entsprechende Käufer.

Insgesamt liegt somit einige Evidenz dafür vor, dass die Vergabe der Bewertungen tatsächlich nach strategischen Gesichtspunkten geschieht. Dies scheint insbesondere für die Verkäufer zu gelten, die bei der Pflege ihrer Reputation vorausschauend agieren. Allerdings zeigen sich bei ihnen auch einige Abweichungen vom vollständig rationalen Kalkül. Dies kann einerseits dadurch bedingt sein, dass die entsprechenden Überlegungen von Verkäufern normalerweise komplexer sind als diejenigen der reinen Käufer. Andererseits könnte diese Komplexität dazu geführt haben, dass sich Verkäufer an einige Faustregeln halten, wie etwa

diejenige, positive Kommentare immer ausführlich zu schreiben, selbst wenn dies in manchen Fällen unnötig ist (vgl. oben H7 und H8). Dies würde nur eine geringfügige Abweichung vom optimalen strategischen Verhalten bedeuten, die z. B. die Verkäufer nicht ausbeutbar durch Vergeltungsdrohungen macht. Die Ergebnisse zu H5 weisen trotz der Fallzahlprobleme allerdings darüber hinaus. Sie lassen vermuten, dass die Verkäufer bei den Käufern tendenziell reziprokes Handeln unterstellen. Im nächsten Abschnitt wird untersucht, ob sich dafür mehr Evidenz finden lässt.

### 3.4.3 Hypothesen „reziproke Akteure“

**Bewertungsabgabe:** 69,6% aller Transaktionen wurden von beiden Handelspartnern bewertet. Damit kann nicht wie in **H10** unterstellt von allseitiger bedingter Reziprozität der Akteure ausgegangen werden, auch wenn eine dahingehende Tendenz nicht von der Hand zu weisen ist. Denn auf 1548 vergebene Erstbewertungen wurde in 80,9% der Fälle eine Zweitbewertung vergeben. Die schwächere Reziprozitätsvermutung, wie sie in **H11** verwendet wird, kann deshalb tendenziell bestätigt werden. Obschon es bei einer bereits erhaltenen Bewertung keinen rationalen Grund gibt, eine ebensolche zu hinterlassen, verhalten sich die Akteure hier weitgehend bedingt reziprok. Wie in **H11** vermutet, probieren die Verkäufer dies tendenziell auszunutzen, indem sie bei einer Erstbewertung umso eher eine positive Bewertung vergeben, je höher ihre Reputation ist. Da es sich um die Umkehrung von H5 handelt, liegen hier dieselben Kennzahlen vor (auktionsspezifisch:  $r=0,034$ ,  $p=0,349$ ; generelle Handelstätigkeit:  $r=0,030$ ,  $p=0,287$ ). Es zeigt sich damit die erwartete Effektrichtung. Allerdings bleibt die oben erwähnte Fallzahlproblematik bestehen, so dass der Zusammenhang nur sehr schwach und nicht signifikant ist.

**Qualität der Bewertung:** Günstiger sind die Fallzahlen dagegen für die Überprüfung von **H12**, der eine ähnliche Überlegung zu Grunde liegt. Tatsächlich nimmt mit steigender Reputation die Länge der Kommentare bei positiven Erstbewertungen von Verkäufern zu ( $r=0,120$ ,  $p=0,001$ ). Dieser Effekt bleibt bestehen, wenn man die generelle Handelstätigkeit betrachtet ( $r=0,101$ ,  $p=0,000$ ). Allerdings bräuchten die Verkäufer nicht unbedingt spezielle Anstrengungen zu unternehmen, um reziproke Bewertungen zu generieren. Denn wenn die erste Bewertung positiv ist, folgt darauf nur in 0,7% der Fälle eine kritische Bewertung. Auf kritische Erstbewertungen folgt in 71,4% der Auktionen eine kritische Bewertung und nur vier Zweitbewertungen sind dann dennoch positiv. Obschon **H13** damit ohne Zweifel bestätigt wird und ein hochsignifikanter Zusammenhang vorliegt ( $\chi^2=463,015$ ,  $df=1$ ,  $p=0,000$ ), leidet die Interpretation auch hier unter der verschwindend geringen Zahl kritischer Bewertungen.

Alternativ können deshalb die Kommentare betrachtet werden, die einen höheren Anteil von kritischen Bewertungen aufweisen. Dabei zeigt sich ein geringerer Grad an Reziprozität

als bei den Standardbewertungen. In der weichen Codierung folgten in 92,4% der Fälle auf positive Erstbewertungen positive Zweitbewertungen. Auf kritische Kommentare folgte in 20% der Fälle eine kritische Zweitbewertung. Dies ergibt immer noch einen signifikanten, aber schwachen Zusammenhang ( $\chi^2=18,883$ ,  $df=1$ ,  $p=0,000$ ,  $\phi=0,123$ ). In der harten Codierung wird dieser Zusammenhang definitionsgemäß schwächer. Auf positive Erstbewertungen folgen in 72,7% der Fälle ebensolche Zweitbewertungen. Kritische Erstbewertungen führen in 36,7% aller Fälle zu kritischen Zweitkommentaren. Auch dieser schwache Zusammenhang ist immer noch hochsignifikant ( $\chi^2=9,941$ ,  $df=1$ ,  $p=0,002$ ,  $\phi=0,089$ ). Zwar kann somit **H14** insgesamt bestätigt werden. Allerdings trifft die Hypothese wesentlich nur auf positive, aber kaum auf negative Reziprozität zu. Dies kann wie folgt interpretiert werden. Der Anteil der tatsächlich positiv verlaufenen Transaktionen ist – obgleich durch die Standardbewertungen überschätzt – erstens sehr hoch. Zweitens werden die Kommentare wie vermutet subjektiv ehrlicher abgegeben als die Standardbewertungen, was reziproke Neigungen weniger aufscheinen lässt.

In diese Richtung deutet auch die Überprüfung der Hypothesen **H15** und **H16**.<sup>21</sup> In der weichen Codierung beträgt der Zusammenhang zwischen der Standardbewertung und dem entsprechenden Kommentar bei Erstbewertungen  $\tau_b=0,341$ , in der harten Codierung sogar nur  $\tau_b=0,227$ . Dies ist ein recht schwacher Zusammenhang, wenn man bedenkt, dass zweimal derselbe Sachverhalt abgebildet wird und deshalb eigentlich ein positiver Zusammenhang von 1 vorliegen müsste. Offensichtlich wird der Transaktionsverlauf in den Freitextbemerkungen kritischer beurteilt als in den Standardbewertungen. Diese Diskrepanz verschwindet bei den Zweitbewertungen nicht vollständig, obschon es hier keinen rationalen Grund gibt, z. B. mit Kritik hinter dem Berg zu halten. Sie wird aber eindeutig kleiner (weiche Codierung:  $\tau_b=0,427$ ; harte Codierung:  $\tau_b=0,250$ ).

Zusammengefasst kann die Frage, ob die Akteure bei der Abgabe ihrer Bewertungen reziprokes Verhalten zeigen, damit folgendermaßen beantwortet werden. Es dürfte hier kaum Reziprozität im Sinne einer altruistischen Normbefolgung vorliegen. Zwar deutet der beträchtliche Anteil abgegebener Bewertungen, auch im Vergleich der einschlägigen Zahlen bei ähnlichen Bewertungssystemen (vgl. oben „Stand der Forschung“) darauf hin. Dieser kann allerdings durchaus als bedingt reziproke Antwort auf eine – in den meisten Fällen – positiv verlaufene Gütertransaktion interpretiert werden. Eine Antwort, die außerdem für einige beteiligte Gruppen fast kostenlos ist.

Vielmehr scheinen die Akteure bedingt reziprok zu handeln, wie es etwa die Überprüfung von H10 zeigt. Auf positive Bewertungen folgen positive und umgekehrt. Allerdings ist diese bedingte Reziprozität kein unreflektierter Automatismus, wie die Analyse der entsprechenden Kommentare zeigt. Eher scheinen die Akteure bei eBay für ihre Standardbewertungen

---

<sup>21</sup>Auf Grund der vorliegenden Fallzahlen wird hier auf die Zusammenlegung von neutralen und negativen Bewertungen verzichtet und alle drei Kategorien betrachtet.

der bekannten Strategie „tit-for-tat“ zu folgen (vgl. Axelrod 1984). Diese Regel, erst mal nett zu seinem Partner zu sein, und ansonsten Gleiches mit Gleichem zu vergelten, scheint auch hier bei einem Opportunismusproblem mit der Struktur eines Gefangenendilemmas zu weitgehender allseitiger Kooperation zu führen. Allerdings geschieht diese reziproke Kooperation auf Kosten derjenigen Nutzer von eBay, die sich möglichst wahrheitsgetreu über die Vertrauenswürdigkeit der anderen Teilnehmer informieren wollen. Um diese Information zu bekommen, müssen sie eine mühselige Analyse der Freitextkommentare vornehmen, in denen die Nutzer die Gütertransaktion offensichtlich ehrlicher beschreiben als in den positiv verzerrten Standardbewertungen.

## 4 Interpretation und Ausblick

In der vorliegenden Arbeit wird die Frage gestellt, inwiefern es eBay durch institutionelle Maßnahmen gelingt, das Opportunismusproblem zu lösen, das bei der gegenseitigen Bewertung von elektronisch vermitteltem Tausch entsteht. Dies ist unabdingbar, um das Vertrauensproblem bei den Gütertransaktionen zu beheben und damit entscheidend für das ganze Tauschsystem.

Es zeigt sich, dass die Antwort theoretisch unterschiedlich ausfällt, je nachdem, welcher Akteurstypus unterstellt wird. Zwar können sowohl vollständig rationale, als auch reziprok handelnde Nutzer das Opportunismusproblem lösen. Allerdings geschieht das in unterschiedlichem Ausmaß und mit unterschiedlicher Qualität der Bewertungen.

Die empirische Analyse ergibt, dass der durchschnittliche Akteur bei eBay seine Standardbewertungen, die die Reputation wesentlich bestimmen, nach der bekannten „tit-for-tat“ Strategie vergibt. Er kooperiert a priori mit seinem Bewertungspartner und vergilt ansonsten Gleiches mit Gleichem. Es gibt drei Gründe dafür, dass gerade diese Strategie hier dominiert: Erstens ermöglicht die spezifische Ausgestaltung des Bewertungssystems mit dem sequentiellen Bewertungsablauf glaubwürdige Vergeltungsdrohungen. Dies wiederum fördert Kooperation unter den Bewertungspartnern im Sinn einer gegenseitig positiven Bewertung. Das weiterhin bestehende Opportunismusproblem der Erstbewertung wird zweitens dadurch gelöst, dass Verkäufer bei eBay existentiell auf Reputation angewiesen sind. Dieser Mechanismus ist besonders wirksam, weil der Anteil von Verkäufern an allen Teilnehmern, insbesondere im Vergleich mit anderen Tauschsystemen, sehr hoch ist. Das Eigeninteresse von weit mehr als der Hälfte der Nutzer der Tauschplattform deckt sich damit partiell mit der kollektiven Notwendigkeit eines allgemein hohen Vertrauensniveaus. Drittens ist es durchaus möglich, dass eine normativ oder evolutorisch begründete menschliche Neigung zu bedingt reziprokem Handeln vorliegt. Eine tatsächlich positiv verlaufene Transaktion führt dann zu einer positiven Erst- und einer ebenso positiven Zweitbewertung.

Allerdings sollte man hier nicht einen quasi-automatischen Mechanismus unterstellen. So

ergibt die obigen Analyse zum einen, dass die eBay-Nutzer (v. a. Verkäufer) durchaus eigeninteressiert strategisch handeln, sobald andernfalls die erwarteten Kosten zu groß werden. Zum anderen zeigt die empirische Analyse der Freitextkommentare wie theoretisch erwartet, dass die relativ problemlose Lösung des Bewertungsvergabeproblems zu Lasten einer korrekten Bewertung erkaufte wird. Die Standardbewertungen sind positiv verzerrt und geben weniger Gütertransaktionsprobleme wieder, als tatsächlich aufgetreten sind. Diese Kooperation durch ein Bewertungspaar gaukelt damit ein höheres Vertrauensniveau bei eBay vor als real vorliegt.

Diese Diskrepanz hat offenbar auch zu Unmut unter den Nutzern geführt und eBay bewogen, ab März 2007 einen Zusatz zum herkömmlichen Bewertungssystem einzuführen. Dieser ermöglicht es Käufern, ihre Verkäufer anonym hinsichtlich vorgegebener Kriterien<sup>22</sup> mit jeweils bis zu fünf Punkten zu bewerten. Die durchschnittliche Punktzahl wird erst dann ersichtlich, wenn zehn verschiedene Nutzer für einen bestimmten Verkäufer Punkte hinterlassen haben. Bei diesem Bewertungssystem gibt es nun auf Grund der Einseitigkeit und der Anonymität der Bewertung keine Möglichkeit, eine Vergeltungsdrohung aufrechtzuerhalten. Damit ist zu erwarten, dass die Transaktionen in dieser Zusatzbewertung subjektiv korrekt bewertet werden. Die nahe liegende und einfachere Änderung hätte allerdings darin bestanden, die Anonymisierung auf die bisherige Standardbewertung auszudehnen, indem die z. B. die Bewertungen inhaltlich erst offen gelegt werden, wenn beide erfolgt sind (bzw. wenn ein bestimmte Frist verstrichen ist, falls es zu keiner zweiten Bewertung kommt). Damit würde einerseits der erwünschte Reziprozitätseffekt erhalten, dass auf eine Erst-, eine Gegenbewertung folgt. Andererseits wäre dann keine Vergeltungsdrohung oder die Auslösung einer positiven Zweitbewertung durch eine positive Erstbewertung möglich. Dies müsste dazu führen, dass die Transaktionen subjektiv korrekt abgebildet werden. Verkäufer, die dies antizipieren, hätten damit einen stärkeren Anreiz, Transaktionen korrekt abzuwickeln, und das tatsächliche Niveau der Kooperation würde steigen. Allerdings wäre dies vorerst mit einer Absenkung des durch die Standardbewertungen ausgewiesenen Kooperationsniveaus verbunden. Evtl. hat diese Vermutung eBay davon abgehalten diesen – wohl Umsatz mindernden – Schritt zu vollziehen.

Darüber hinausgehend zeigt die vorliegende Analyse empirisch, dass ein Problem der sozialen Ordnung – um das es sich hier im Kern handelt – unter weitgehend rationalen Akteuren gelöst werden kann, wenn die entsprechenden Restriktionen vorliegen.<sup>23</sup> Dazu gehört

---

<sup>22</sup>Übereinstimmung des Artikels mit der Artikelbeschreibung, Kommunikation, Versandzeit, Versand- und Verpackungsgebühren.

<sup>23</sup>Man kann darüber diskutieren, ob eBay im vorliegenden Fall die Rolle des Hobbes'schen Leviathans innehat und dadurch erst Kooperation ermöglicht. Oder ob die institutionellen Maßnahmen als eine Art natürliche Restriktion (ähnlich wie etwa die Weite des Meeres, etc. in Ellicksons Walfangbeispiel (1991)) betrachtet werden kann, da ja alle Nutzer freiwillig an den Auktionen teilnehmen.

hier z. B., dass bei elektronisch vermitteltem Tausch jede Form von physischem Zwang, der klassischerweise zum Hobbesproblem führt, nicht möglich ist. Weiterhin zeigt sich, dass allgemein erwünschte Eigenschaften wie „Reziprozität“ oder „Normtreue“ durchaus nicht immer sozial erwünschte Konsequenzen haben müssen. Entscheidend ist dazu vielmehr die Interaktion der Akteure unter den konkreten sozialen Vorgaben.

## Literatur

- Axelrod, R., 1984: Die Evolution der Kooperation. München: Oldenbourg.
- Bajari, P. / Hortagsu, A., 2003: The Winners Curse, Reserve Prices and Endogenous Entry: Empirical Insights from eBay Auctions. *Rand Journal of Economics*, 3/2: 329-355.
- Batenburg, R./ Raub, W./ Snijders, C., 2000: Vertrauen und Verträge: Eine empirisch-theoretische Analyse der Effekte „sozialer Einbettung“ auf die Steuerung wirtschaftlicher Transaktionen durch Normen und Institutionen. S. 385-413 in: R. Metze / K. Mühler und K.-D. Opp (Hrsg.), *Normen und Institutionen: Entstehung und Wirkungen*. Leipzig: Universitätsverlag.
- Berger, R. / Schmitt, K., 2005: Vertrauen bei Internetauktionen und die Rolle von Reputation, Informationen, Treuhandangebot und Preisniveau. *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, 57/1: 86-111.
- Bolton, G.E. / Katok, E. / Ockenfels, A., 2004: Trust among Internet Traders. *A Behavioral Economics Approach*. *Analyse und Kritik*, 26: 185-202.
- Braun, N., 2004: Tausch in Netzwerken. S. 129-141 in: A. Diekmann / Th. Voss (Hrsg.): *Rational Choice Theorie in den Sozialwissenschaften: Anwendungen und Probleme*. München: Oldenbourg.
- Coleman, J. S., 1990: *Foundations of Social Theory*. Cambridge, Mass. / London: Harvard University Press.
- Dasgupta, P., 1988: Trust as a Commodity. S. 49-72 in: D. Gambetta (Hrsg.): *Making and Breaking Cooperative Relations*. Oxford / New York: Basil Blackwell.
- Dellarocas, C., 2003: The Digitization of Word-Of-Mouth: Promise and Challenges of Online Feedback Mechanisms. *Management Science*, 49/10: 1407-1424.
- Dellarocas, C. / Resnick, P., 2003: Online Reputation Mechanisms. A Roadmap for Future Research. Summary Report of the First Interdisciplinary Symposium on Online Reputation Mechanisms, 26-27 April 2003, Cambridge.

- Dellarocas, C. / Fan, M. / Wood, C. A., 2004: Self-Interest, Reciprocity, and Participation in Online Reputation Systems. Working Paper 4500-04. MIT Sloan School of Management.
- Diekmann, A., 2004: The Power of Reciprocity. Fairness, Reciprocity, and Stakes in Variants of the Dictator Game. *Journal of Conflict Resolution* 48: 487-505.
- Diekmann, A. / Wyder, D., 2002: Vertrauen und Reputationseffekte bei Internet-Auktionen, *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 54/4: 674-693.
- Diekmann, A. / Voss, Th., 2003: Social Norms and Reciprocity. Arbeitsbericht des Instituts für Soziologie Nr. 33, Universität Leipzig.
- Eaton, D.H., 2002: Valuing Information: Evidence from Guitar Auctions on eBay. Working Paper 0201, Murray State University.
- Ellickson, R.C., 1991: *Order without Law*. Cambridge, Mass. / London: Harvard University Press.
- Falk, A. / Fischbacher, U., 2006: A Theory of Reciprocity. *Games and Economic Behavior* 54/2: 293-315.
- Fehr, E. / Gächter, S., 2002: Altruistic Punishment in Humans. *Nature* 415: 137-150.
- Friedman, E. / Resnick, P., 2001: The Social Cost of Cheap Pseudonyms. *Journal of Economics and Management Strategy* 10/2: 173-199.
- Fudenberg, D. / Maskin, E., 1986: The Folk-Theorem in Repeated Games with Discounting or with Incomplete Information, *Econometrica* 54: 533-554.
- Gibbons, R., 1997: An Introduction to Applicable Game Theory. *Journal of Economic Perspectives* 11/1: 127-149.
- Gintis H., 2000: Strong Reciprocity and Human Sociality. *Journal of Theoretical Biology* 206: 169-179.
- Granovetter, M., 1985: Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness. *American Journal of Sociology* 91/ 3: 481-510.
- Houser, D. / Wooders, J.C., 2006: Reputation in Auctions: Theory and Evidence from eBay. *Journal of Economics and Management Strategy*, 15: 353-369.
- Kollock, P., 1999: The Production of Trust in Online Markets. S. 99 -123 in: E.J. Lawler / M. Macy / S. Thyne / H.A. Walker (Hrsg.): *Advances in Group Process* 16. Greenwich: JAI Press.



- Kreps, D.M., 1990: Game Theory and Economic Modelling. Oxford: Clarendon Press.
- Kreps, D.M. / Milgrom, P. / Roberts, J. / Wilson, R., 1982: Rational Cooperation in the Finitely Repeated Prisoners' Dilemma. *Journal of Economic Theory* 27: 245-252.
- Lin, Z. / Li, D. / Janamanchi, B. / Huang, W., 2006: Reputation Distribution and Consumer-to-Consumer Online Auction Market Structure: An Exploratory Study. *Decision Support Systems* 41/2: 435-448.
- Lischka, K., 2007: eBay: Misstrauen, Angst, Unsicherheit. *Spiegel-Online* 18.5., <http://www.spiegel.de/netzwelt/web/0,1518,483156,00.html>.
- Livingston, J. A., 2002: How Valuable is a Good Reputation? A Sample Selection Model of Internet Auctions. Working Paper, University of Maryland.
- Lucking-Reiley, D. / Bryan, D. / Prasad, N. / Reeves, D., 2000: Pennies from eBay: the Determinants of Price in Online Auctions. Working Paper 00-W03, Vanderbilt University Nashville.
- Matzat, U., 2004: Cooperation and Community on the Internet: Past Issues and Present Perspectives for Theoretical-Empirical Internet Research. *Analyse & Kritik* 26: 63-90.
- Melnik, M.I., / Alm, J., 2002: Does a Seller's Ecommerce Reputation Matter? Evidence from eBay Auctions. *The Journal of Industrial Economics*, 50/3: 337-349.
- Nowak, M.A. / Sigmund, K., 1998: Evolution of Indirect Reciprocity by Image Scoring. *Nature* 393: 573-577.
- Ockenfels, A., 1999: Fairness, Reziprozität und Eigennutz. *Ökonomische Theorie und experimentelle Evidenz*. Tübingen: Mohr Siebeck.
- Ockenfels, A., 2003: Reputationsmechanismen auf Internet-Marktplattformen. *Theorie und Empirie. Zeitschrift für Betriebswirtschaft* 73: 295-315.
- Pavlou, P. A. / Dimoka, A., 2006: The Nature and Role of Text Comments in Online Marketplaces: Implications for Trust Building, Price Premiums and Seller Differentiation. *Information Systems Research* 17/4: 392-414.
- Puscher, F., 2007: Digitale Reputation. Wie vertrauenswürdig das Soziale Web ist, c't 10: 142-145.
- Raub, W., 1999: Vertrauen in dauerhaften Zweierbeziehungen: Soziale Integration durch aufgeklärtes Eigeninteresse. S. 239-268 in: *Soziale Integration. Sonderheft der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 39.

- Raub, W. / Voss, Th., 1986: Die Sozialstruktur der Kooperation rationaler Egoisten. Zur 'utilitaristischen' Erklärung sozialer Ordnung, Zeitschrift für Soziologie 15/5: 309-323.
- Raub, W. / Keren, G., 1993: Hostages as a Commitment Device. A Game-Theoretic Model and an Empirical Test of Some Scenarios, Journal of Economic Behavior and Organization 21: 43-67.
- Resnick, P. / Zeckhauser, R., 2002: Trust among Strangers in Internet Transactions: Empirical Analysis of eBay's Reputation System. S. 127-157 in M.R. Baye, (Hrsg.): The Economics of the Internet and E-Commerce. Advances in Applied Microeconomics Vol.11, Amsterdam, Elsevier Science.
- Resnick, P. / Zeckhauser, R. / Friedman, E. / Kuwabara, K., 2002: Reputation Systems. Communications of the ACM 43: 45-48.
- Schmidt, C. / Uske, T., 2004: Reputationsmechanismen für Informationsgüter auf Internet-Meinungsportalen. Discussion Papers on Strategic Interaction 2004-13, Max-Planck Institut für Ökonomik, Jena.
- Trivers, R. L., 1971: The Evolution of Reciprocal Altruism. Quarterly Review of Biology 46: 35-57.
- Voss, Th. 1998: Vertrauen in modernen Gesellschaften. Eine spieltheoretische Analyse. S. 91-129 in: R. Metze / K. Mühler / K.-D. Opp: Der Transformationsprozess. Leipzig: Universitätsverlag.
- Weber, M., 1972, fünfte revidierte Ausgabe: Wirtschaft und Gesellschaft. Tübingen, Mohr.

# Appendix

## A: Codierungsschema

Die Codierung wurde zweimal vorgenommen. Einmal in einer weichen und einmal in einer harten Codierung. Unten stehend finden sich Codierungsbeispiele aus dem Datensatz für beide Formen.

Alle Kommentare sind direkt als Zitate übernommen.

### Codeplan weiche Codierung

**Code 0 = Keine abgegebene Bewertung.**

**Code 1 = eher positiver/ positiver Transaktionsverlauf:**

**Sehr individuelles und ausführliches Lob:** Turbo-schnelle und freundliche Abwicklung, vielen Dank - bis dann mal wieder -; Superschnelle, vorbildliche Kaufabwicklung !!!!! Meine beste Empfehlung !!!!!; Eine Ebayerin der Spitzenklasse, schnell und freundlich, gerne wieder, Vielen Dank

**Inhaltliches Lob: Überweisung:** Schnell überwiesen; Sehr schneller Zahler !; Suuper-schnell; Turbo- Überweisung; Blitzzahlung; Schneller gehts nicht!;

**Versand:** schnelle Lieferung; Super schnell Ware erhalten !; Flotter Service;

**Verpackung:** gute Verpackung; Perfekte Verpackung

**Qualität/Zustand der Ware:** super Ware; Sehr gute Qualität; 100% perfekte Ware; Ware in sehr gutem Zustand;

**Kontaktaufnahme:** gute Kommunikation; Sehr freundlich und hilfsbereit; Fein. Gute Beratung.;

**Vertrauenswürdigkeit:** Vertrauenswürdig; Zuverlässig; Guter Ebayer; So soll Ebay sein; Gute Zahlungsmoral

**Allgemein:** einwandfreie Transaktion; tadellos; alles flott gelaufen; alles zügig

**Herausragend positive Beschreibungen:** A++; 1A, Eine Million Pluspunkte; 5 Sterne sind noch zu wenig; perfekt gelaufen; top gelaufen;

**Positive Floskeln:** Bestens; alles bestens; alles okay; klasse; prima; alles gut; toll; alles klar; danke, weiter so; wie immer bestens; gut so; super; alles glatt gelaufen; Gerne wieder; Alles bestens, gerne wieder; Alles okay, gerne wieder;

**Betonung der Bereitschaft zu neuen Geschäften:** Immer wieder willkommen; empfehlenswert; Gerne wieder

**Verdeutlichung durch (positiv belegte) Zeichen:** :-), !!!!!!!!!!!!!, \*\*\*\*\* , +, ø,,ø'ø,,ø', etc.

**Code 2 = durchschnittlicher Transaktionsverlauf/ kleinere Mängel:**

**Durchschnittlicher Transaktionsverlauf:** Korrekte Abwicklung; Okay; in Ordnung; Zufriedenstellend; Ware da alles klar; Ware in Ordnung; Ware ok; Danke für die Kooperation; Trompete sehr zufriedenstellend, Sendung ist gut angekommen; Ware wie beschrieben; Hat alles recht gut geklappt; Ware ok und normale Abwicklung;

**Nicht-Negatives:** Problemlos; ohne Probleme; reibungslose Transaktionok; unkompliziert;

**Keine Bezugnahme auf Verlauf:** Und schöne Grüße aus Dorum; Schön, einen neuen Stammkunden zu haben; Wir freuen uns, dass sie mit unseren Leistungen als Auktionsbote zufrieden waren;

**Kritischer Vergleich:** schnelle Lieferung, Ware okay; schnell geschickt, Ware in Ordnung.; Artikel entsprach der Beschreibung, Verpackung in Ordnung.; Schnelle Lieferung, Lampe o.k.;

**Einigung nach Komplikationen:** Nach Missverständnissen reibungslose Rückabwicklung! Danke!; Sorry wegen der Verwirrung, hat dann alles super geklappt, meine Empfehlung; Doch noch alles zum guten Ende gekommen. Danke + Gruß !!; Zahlung ging erst n.m. als 14 Tagen ein. Keine Rückm. Jedoch Ende gut- Alles gut!; Akku ist leider defekt, wurde aber kulant geregelt; Ware hatte zwar defekt, aber einfache und unkomplizierte Einigung, guet E-bayer!; Nach ein bißchen hin und her... Abwicklung und Sache 100% iO; Keine Originalware - kulante Rücknahme durch die Mutter;

**Nach Abwägung in Ordnung:** Netter Ebayer, da wartet man gerne etwas länger auf die Bezahlung :-); Trotz Umtausch jederzeit wieder; Alles in Ordnung. Versand hätte schneller sein können. Trotzdem OK!!; Ware war nicht ganz in Ordnung, aber kein Problem, ansonsten OK; die defekt war aber für ein Euro alles klar...; Sehr zu zufrieden, wie immer. Es ist aber ein Amethyst und kein Rubin; Alles klar, Akku hält zwar nicht solange wie beschrieben , ist aber in Ordnung; hat n bisschen gedauert, aber sonst alles super!;

**Verdeckte Kritik:** Inzwischen Ware einwandfrei angekommen; Hat dann alles geklappt; Gerne wieder, dann aber „in Watte gepackt“; Post hat gebummelt; Alles soweit ok; Lieferung kam nach 14 Tagen; Nach ein bisschen hin und her;



**Code 1 = eindeutig positiver Transaktionsverlauf:**

**Sehr individuelles und ausführliches Lob:** Turbo-schnelle und freundliche Abwicklung, vielen Dank - bis dann mal wieder -; Superschnelle, vorbildliche Kaufabwicklung !!!!! Meine beste Empfehlung !!!!!; Eine Ebayerin der Spitzenklasse, schnell und freundlich, gerne wieder, Vielen Dank;

**Inhaltliches Lob: Überweisung:** Schnell überwiesen; Sehr schneller Zahler !; Suuper-schnell; Turbo- Überweisung; Blitzzahlung; Schneller gehts nicht!;

**Versand:** schnelle Lieferung; Super schnell Ware erhalten !; Flotter Service;

**Verpackung:** gute Verpackung; Perfekte Verpackung

**Qualität/Zustand der Ware:** super Ware; Sehr gute Qualität; 100% perfekte Ware; Ware in sehr gutem Zustand;

**Kontaktaufnahme:** gute Kommunikation; Sehr freundlich und hilfsbereit; Fein. Gute Beratung.;

**Vertrauenswürdigkeit:** Vertrauenswürdig; Zuverlässig; Guter Ebayer; So soll Ebay sein; Gute Zahlungsmoral

**Allgemein:** einwandfreie Transaktion; tadellos; alles flott gelaufen; alles zügig;

**Herausragend positive Beschreibungen:** A++; 1A, Eine Million Pluspunkte; 5 Sterne sind noch zu wenig; perfekt gelaufen; top gelaufen;

**Betonung der Bereitschaft zu neuen Geschäften:** Immer wieder willkommen; empfehlenswert; Gerne wieder (nur mit eindeutig pos. Zusatz, da sehr floskelhaft)

**Verdeutlichung durch (positiv belegte) Zeichen:** :-), !!!!!!!!!!!!!, \*\*\*\*\*, +, ø,,ø'ø,,ø', etc.

**Code 2 = durchschnittlicher Transaktionsverlauf/ floskelhafte Kommentare:**

**Positive Floskeln:** Bestens; alles bestens; alles okay; klasse, prima; alles gut; toll; alles klar; danke, weiter so; wie immer bestens; gut so; super; alles glatt gelaufen;

**Floskelhaftes „gerne wieder“:** Gerne wieder; Alles bestens, gerne wieder; Alles okay, gerne wieder;

**Nicht-Negatives:** Problemlos; ohne Probleme; reibungslose Transaktion... ok, unkompliziert;

**Durchschnittlicher Transaktionsverlauf:** Korrekte Abwicklung; Okay; in Ordnung; Zufriedenstellend; Ware da alles klar; Ware in Ordnung; Ware ok; Danke für die Kooperation; Trompete sehr zufriedenstellend, Sendung ist gut angekommen; Ware wie beschrieben; Hat alles recht gut geklappt; Ware ok und normale Abwicklung;

**Keine Bezugnahme auf Verlauf:** Und schöne Grüße aus Dorum; Schön, einen neuen Stammkunden zu haben; Wir freuen uns, dass sie mit unseren Leistungen als Auktionsbote zufrieden waren;

**Kritischer Vergleich:** schnelle Lieferung, Ware okay; schnell geschickt, Ware in Ordnung.; Artikel entsprach der Beschreibung, Verpackung in Ordnung.; Schnelle Lieferung, Lampe o.k.;

**Code 3 = eher negativer/ negativer Transaktionsverlauf:**

**Einigung nach Komplikationen:** Nach Missverständnissen reibungslose Rückabwicklung! Danke!; Sorry wegen der Verwirrung, hat dann alles super geklappt, meine Empfehlung; Doch noch alles zum guten Ende gekommen. Danke + Gruß !!; Zahlung ging erst n.m. als 14 Tagen ein. Keine Rückm. Jedoch Ende gut- Alles gut!; Akku ist leider defekt, wurde aber kulant geregelt; Ware hatte zwar defekt, aber einfache und unkomplizierte Einigung, guet E-bayer!; Nach ein bisschen hin und her... Abwicklung und Sache 100% iO; Keine Originalware - kulante Rücknahme durch die Mutter;

**Nach Abwägung in Ordnung:** Trotz Umtausch jederzeit wieder; Alles in Ordnung. Versand hätte schneller sein können. Trotzdem OK!!; Ware war nicht ganz in Ordnung, aber kein Problem, ansonsten OK; die defekt war aber für ein Euro alles klar...; Sehr zu zufrieden, wie immer. Es ist aber ein Amethyst und kein Rubin; Alles klar, Akku hält zwar nicht solange wie beschrieben, ist aber in Ordnung; hat n bisschen gedauert, aber sonst alles super!;

**Verdeckte Kritik:** Inzwischen Ware einwandfrei angekommen; Hat dann alles geklappt; Gerne wieder, dann aber „in Watte gepackt“; Post hat gebummelt; Alles soweit ok; Lieferung kam nach 14 Tagen; Nach ein bisschen hin und her;

**Eher negativer Transaktionsverlauf:** DVD ist OK, die Bonus-DVD wurde nicht mitgeschickt. Meldet sich nicht auf Emails; Kaffeemühle funktioniert leider nicht, sonst war alles ok.; Taktfrequenz 500 statt 650 MHz, sonst alles ok; Kontakt und Versand gut Zustand zufriedenstellend; Hauptartikel Handy okay, DANKE, mitersteigertes Zubehör nur bedingt einsetzbar; Ware angekommen, Achtung beim Verschicken von Ton!; Neuwertig? Na,ja!!; etwas blumige Artikelbeschreibung - Abwicklung sehr korrekt - Danke;

**eindeutig negativer Transaktionsverlauf:** Keine Einigung möglich, keine Reaktion auf Emails - sehr unfair!!!!!!!!!!!!!!!!!!!; VORSICHT: Nach drei Wochen nicht überwiesen, nicht auf Mails geantwortet!!!; Schnelle Bezahlung, Ware in gutem Zustand abgeschickt und defekt zurück erhalten!; Emails alle beantwortet aber hat sinn nicht verstanden! zu dumm auch; Spaß Bieter..... Klasse A.... Kauft aber bezahlt nicht.....; Ware angeblich mies, sind ne Menge Leute anderer Meinung! Schlechtmacher gibts überall!; Hat nach 3 Wochen immer noch nicht gezahlt, jetzt muss ich leider so bewerten!!!!; Falsche Telefonnummer, keine Reaktion auf E-Mails, sehr späte Bezahlung; Schlechte Qualität; Abzocker wenn schon was von 5ml steht, sollten sie auch drinnen sein; Artikel hält nicht was er verspricht; L.-schirm Glas abgeplatzt ,L.-gestell 1 Arm gebr.,3xGl.steine fehlen ärgerl.; Meldet sich nach mehrmaliger Aufforderung und ausreichender Wartezeit nicht !;

**Kritische Anmerkung nach einer primär positiven Bewertung:** Erst Pos, dann Ergänzung: Muss ich leider ändern: Bewertet wegen Versehen ohne Rücksprache NEUTRAL !!!

**Code 9 = Nicht zuordenbar**

**zweideutige Kommentare:** As; Der nächste Artikel ist unter Angabe dieser Artikelnummer portofrei; Und Versandkosten zu sparen ist nie verkehrt; zügige Abwicklung war möglich; Kontaktfreudig; Schnell abgeholt und bar bezahlt; „Gerne Wieder“ (← Anführungszeichen), Umtausch- & Geld zurück- Garantie sind keine leeren Versprechungen; Geld ist angekommen und Ware ist bereits unterwegs ( = 1 Monat nach Enddatum); Sie haben einen würdevollen Platz gefunden;

**Sonstiges nicht zuordenbares:** ((((((((((((((((((((((( ( ( ( TOP MODELL) ) ) )))))))))))))))) (geht um DVD); alles bestens DANKE bis zum nächsten.....;



## **B: Ausgewählte Beiträge aus dem eBay-Bewertungsforum zum Thema Rachebewertungen und strategische Bewertungsvergabe**

**Quelle:** <http://forums.ebay.de/forum.jspa?forumID=45> (12.06.05)

Die Beiträge werden jeweils mit der Betreffzeile, dem Datum des Beitrags und dem Pseudonym des Autors zitiert. Die Zahl oder der Begriff in der Klammer hinter dem Pseudonym gibt die Höhe des Reputationsindex bzw. den Mitgliedsstatus an.

### **Käufer, prüft das BEWERTUNGSVERHALTEN der Verkäufer.**

eduard.zimmermann (privat) 14-Jun-03

Auf Dauer spart dies Geld und schont Ihre Nerven. Vorschnelles Bieten kann teuer zu stehen kommen, sei das Angebot auch noch so günstig, das dicke Ende zeigt sich häufig erst nach der Überweisung des Rechnungsbetrags. Verkäufer, die etwas zu verbergen und damit Reklamationen bzw. Ärger zu befürchten haben, werden mit hoher Wahrscheinlichkeit erst bewerten, wenn die Bewertung durch den Käufer vorliegt. Es gibt bei Ebay eine Vielzahl von Verkäufern, welche auf diese zu verabscheuende Weise den Käufer disziplinieren wollen und sogar vor Rachebewertungen nicht zurückschrecken. Mein Rat an Sie: Vor dem Bieten die erhaltenen Bewertungen des Verkäufers mit seinen abgegebenen Bewertungen einfach einmal kurz vergleichen. Diese kleine Mühe lohnt sich. Entdecken Sie solche Auffälligkeiten, heißt es „Im Zweifel Finger weg“; es lauern Nepper, Schlepper, Bauernfänger.

### **Wie erkennt man unseriöse Verkäufer?** oberinspektor\_derrick (Privat) 22-Apr-05

Neben den Erfahrungen, die andere Mitglieder bereits mit den Verkäufern gemacht haben, ist ein Blick auf die Bewertungsreihenfolge wichtig.

Verkäufer, die bei Vorauszahlung auch noch erwarten, dass der Käufer zuerst bewertet, scheinen mir Dreck am Stecken zu haben.

Bei solchen biete ich lieber nicht

### **darf ein verkäufer mit pos.bewertung sozusagen erpressen?** tweety\_332004 (180) 26-Apr-05

hallo mal an alle hier also es ist so eine bekannte hatte eine digicam ersteigert bei einem händler hier bei ebay, die cam war aber nicht so wie sie sie sich vorgestellt hatte und hat sie auch zurückgeschickt . nun hat sie vom VK eine email bekommen sie sollte ihn doch bitte erst positiv bewerten und dann würde ihr auch das geld wieder gutgeschrieben darf der das? also ich persönlich denke mal nicht oder? LG tweety

### **Negativ bewerten oder gar nicht?** kimbaxxx (50) 03-Mai-05

Hallo, ich habe vor kurzem ein Buch versteigert und dieses leider losgeschickt, ohne den Zahlungseingang abzuwarten. Das Geld ist bis heute nicht eingegangen und der Käufer meldet sich auch nach mehrmaligen Mails nicht bei mir. Es handelt sich um eine Summe von Euro 5,- - soll ich nun negativ bewerten und mit einer Rachebewertung rechnen, oder soll ich den Vorfall abhaken, denn noch habe ich eine 100% Wertung, die ich auch gerne behalten möchte. Was ist schlauer? Mfg

**Schlechte Sätze nach positivem Plus?** claudia1459 (73) 04-Mai-05

Ich hab ne Frage: Eine meiner Auktionen war am 24.4. zu Ende. Bis jetzt hab ich kein Geld und auch keine Antwort auf verschiedene mails bzgl. Gesamtpreis. In den Bewertungen des Käufers ist mir aufgefallen( jetzt erst leider) Daß einige Verkäufer ihm ein positives plus geschrieben haben aber dahinter nen negativen Satz so wie „lieber nicht“ oder „ K zahlt nicht und antwortet nicht“. Ist das ein Versehen oder welchen Grund könnte jemand dafür haben?( der K behält ja dann seine gute Prozentzahl, verhält sich aber doch nicht okay!!!

**Das Bewertungssystem ist doch zum Kotzen Oder???????** vamaha-joe (121) 06-Mai-05

Hallo

Was sollen Die Bewertungen streicht Sie doch? Kaum ein Verkaeufuer gibt nach Erhalt des Geldes eine Bewertung ab. Er wartet ab ob der Kunde Eine Positive abgibt oder nicht.

Aber Wehe dem Kunden der nach Verkaufsabschluss Eine Negative Abgibt. Der bekommt Sie Hundert % Retoure. Also das mit Den Bewertungen ist nur eine Face Spart Euch Diese Server Recoursen auf .

**Feige Verkäufer** derstein.de (1109) 09-Mai-05

Ich kaufe und verkaufe Dinge. Allerdings finde ich immer mehr Verkäufer (2 von 3), die erst einmal, trotz einwandfreier und schneller Überweisung des Gesamtbetrages selbst nicht bewerten bzw. darauf warten, dass ich sie bewerte. Das hat viel mit Feigheit, Unfairness, Angst oder Ignoranz zu tun. Gibt es (ausser neutrale und negative Bewertungen, die ich natürlich aus Sorge um Retourkutschen nicht gebe - zumal die Ware ja fast immer ok ist) keine Möglichkeit diesen Verkäufern meine Begeisterung über ihr Verhalten mitzuteilen? Oder einfach nicht bewerten? Ignorieren? Rot anlaufen und aus den Ohren qualmen? Wie macht ihr das?

**Negative Kritik - Schweigen oder Wahrheit ?** nykeberlin (6) 10-Mai-05

Liebe Leute. bin neu bei e-bay. habe heute ware bekommen mit der ich total unzufrieden bin, weil verarscht worden. mir sind eigentlich kostenlose reisekataloge, als insider-

tipps über ägypten verkauft worden. habe sofort negative kritik abgegeben, nachdem ich im bewertungsprofil gelesen habe, das ich nicht die erste bin, die abgezockt wurde. was kann der verkäufer jetzt machen? ist es pflicht den verkäufer vorher zu kontaktieren? mich hat er schon vorher positiv bewertet - „bestechungsversuch“? lieferung dauerte auch extrem lange und kam erst nach nochmaliger anfrage! viele käufer geben auch positive punkte ab, obwohl Sie im text unzufrieden sind! was für einen stress kann man denn bekommen? wo genau kann man sich beschweren? danke für infos!  
nyke.berlin

### **Warum löscht eBay keine offensichtlichen Rachebewertungen??** auflosgehtslos0

(709) 13-Mai-05

Hallo, habe wieder mal eine Rachebewertung bekommen. eBay löscht diese aber nicht. Also muß ich mir das wieder einmal gefallen lassen. Soll ich in Zukunft einfach immer nur positive Bewertungen geben und die anderen Mitglieder reinrasseln lassen oder soll ich weiter die Rachebewertungen hinnehmen?? Wenn ich ein Paket ersteigere in Gr. S/M und ein Teil der DAMENKLEIDUNG!! dann meinem Vater paßt (Herren Gr. 52) und ein anderer Teil meiner Mutter mit Größe 46/48 dann auch noch die Portokosten völlig überzogen sind und zu guter Letzt kommt noch eine NEGATIVE dann möchte ich eigentlich schon daß eBay etwas unternimmt. Der Verkäufer hat nur die Zahlung zu bewerten und nichts anderes!!! Das wäre doch eigentlich ein Grundsatz oder liege ich da falsch??? Vielleicht geht es Euch ja ähnlich!

### **Bewertungsreihenfolge - Diese Diskussion ist typisch für Deutschland 2005**

Realmbuc (410) 04-Jun-05

Die Diskussion über die Bewertungsreihenfolge ist absolut müßig, denn Bewertungen sind freiwillig und es wird immer solche und solche geben. Bewertet doch einfach dann, wenn ihr meint, Grund für eine Bewertung zu haben. Dabei dienen rote Bewertungen ebenso dazu, einen K/VK einschätzen zu können. Sie auf Teufel komm raus zu vermeiden, ist dem System nicht sehr dienlich. Eine negative Bewertung sagt doch oftmals mehr über den Bewerter als über den Bewerteten aus. Die reine prozentuale Quote ist doch völlig uninteressant.

Diese unglaublich verbissene Mißtrauenshaltung, die so viele ebayer dazu veranlaßt, immer erst als Reaktion zu bewerten, ist dabei typisch für die Lage in unserem Land: Keiner traut dem anderen, keiner wagt es, ein Risiko einzugehen, Hauptsache man geht aus einer Transaktion selber mit einer weißen Weste hervor, hat selbst seine Schäfchen im Trockenen und dabei möglichst maximalen persönlichen Gewinn gemacht. Und nach mir die Sintflut. So wird das nichts, weder mit dem wirtschaftlichen Aufschwung, noch mit dem entspannten, erfolgreichen (V)Ersteigern bei ebay. Und eins ist ja wohl klar:

Wenn jeder erst bewertet, wenn er bewertet wurde, gibt's bald gar keine Bewertungen mehr. Im Übrigen rechne ich beim ebay-Handel immer mit einer gewissen Ausfallsquote (verlorene Poststücke, unbefriedigende Artikelqualität usw). Die Risiken sind einfach nicht übersehbar, zumal der Versand im allgemeinen über einen Dritten abgewickelt wird.

Ärgerlich wird's lediglich, wenn die Beschreibung des Artikels oder seines Zustandes klar falsch ist („CD absolut wie neu“, dann aber mit fünf dicken Kratzern). Aber auch solche Fälle gehören dazu, prinzipiell ist das gar nicht zu vermeiden. Dazu gibt's die Möglichkeit, mit seinem Handelspartner zu kommunizieren und dann eine entsprechende Bewertung abzugeben. Seht das alles mal ein bißchen lockerer.