

„Die Gerüchteküche sorgt für Vertrauen“

Spieltheoretiker Axel Ockenfels über das neue Bewertungssystem, die Bedeutung von Anreizen und die Furcht vor Rache

Die Neuerung empört viele Verkäufer beim Internetauktionshaus Ebay: Von Juni an können sie den Käufern keine schlechte Note mehr geben. Die Abnehmer können ihr Gegenüber nach dem Handel dagegen weiterhin negativ bewerten. **Axel Ockenfels**, 39, Ökonomie-Professor an der Universität zu Köln, erklärt die Vor- und Nachteile des Ansatzes. Der preisgekrönte Spieltheoretiker erforscht unter anderem das Verhalten bei Online-Auktionen und berät Ebay seit Jahren.

SZ: Herr Professor Ockenfels, wieso ist das Bewertungssystem für das Internetauktionshaus Ebay so bedeutend?

Ockenfels: Jeder Markt braucht ein Minimum an Vertrauen. Vertrauen entsteht zum Beispiel durch Gespräche von Angesicht zu Angesicht oder wenn ich wiederholt mit demselben Partner Geschäfte mache. All das ist bei großen, weltweiten Marktplattformen wie Ebay schwierig. Auf der anderen Seite besitzt Ebay den Vorteil, dass das Bewertungssystem Informationen über das Verhalten von Händlern blitzschnell allen zur Verfügung stellt. Auch eine solche institutionalisierte Gerüchteküche schafft Anreize, sich vertrauenswürdig zu verhalten. Ohne ein derartiges System könnte Ebay nicht überleben.

SZ: Funktioniert das System denn?

Ockenfels: Ja. Bewertungssysteme – wir sprechen auch von Reputationssystemen – sind auf zwei Dinge angewiesen: Zum einen müssen die Marktteilnehmer bereit sein, ihre Erfahrungen anderen mitzuteilen. Und das, obwohl der einzelne Bewerter davon oft keinen Vorteil hat. Es sind ja die anderen Teilnehmer, die von den Einschätzungen profitieren. Zum anderen müssen die Bewertungen ehrlich und informativ sein. Sonst ist das System witzlos. Bei Ebay macht die große Mehrzahl der Mitglieder mit, und die Bewertungen haben, wie unsere Forschungen zeigen, im Allgemeinen beträchtlichen Informationswert.

SZ: Warum hat Ebay dann das Verfahren geändert?

Ockenfels: Es gibt bei allen Reputationssystemen auch Probleme. Weil sich bei Ebay Käufer und Verkäufer offen gegenseitig bewerten, kann es zu sogenannten Rachefeedbacks kommen: Eine negative Bewertung beantwortet der Geschäftspartner seinerseits mit einer schlechten Bewertung. Und mit schlecht bewerteten Teilnehmern werden ungern Geschäfte gemacht. Die Sorge vor negativen Reaktionen kann deshalb die Zahl der Bewertungen senken, oder die Angaben verlieren



Axel Ockenfels wurde mehrfach ausgezeichnet, unter anderem mit dem Gottfried-Wilhelm-Leibniz-Preis der Deutschen Forschungsgemeinschaft. Foto: oh

insgesamt an Aussagekraft, weil sie nur strategisch motiviert sind.

SZ: Ebay hat als Reaktion Verkäufern die Möglichkeit genommen, Käufer schlecht zu bewerten. Das soll die Käufer zu ehrlichen Urteilen ermutigen und die Verlässlichkeit der Bewertungen erhöhen. Ist das die einzige Lösung?

Ockenfels: Nein, es gibt mehrere. Zum Beispiel hat Ebay 2007 als Ergänzung zur normalen Bewertung detaillierte Bewertungen des Verkäufers durch den Käufer eingeführt. Hier vergibt der Abnehmer Urteile zu Teilaspekten wie der Versandzeit. Der Notengeber kann nicht identifiziert werden, das System zeigt nur den Durchschnitt aller Noten an. Andere Plattfor-

men nutzen auch sogenannte blinde Bewertungssysteme. Dabei können Urteile nur in einem gewissen Zeitraum abgegeben werden. Und sie werden erst dann veröffentlicht, wenn keine Marktseite mehr darauf reagieren kann.

SZ: Wieso hat Ebay nicht diesen Ansatz gewählt?

Ockenfels: Solche Designs haben auch Nachteile. Zum Beispiel könnten blinde Systeme die Anreize verringern, überhaupt Bewertungen abzugeben. Bin ich als Käufer beim jetzigen Ebay-System zufrieden, gebe ich dem Verkäufer eine positive Bewertung und hoffe, dass auch er mich im Gegenzug positiv bewertet. Das ist der Anreiz mitzumachen. Wenn der Verkäufer gar nicht erfährt, ob ich ihn beurteile oder nicht, fällt dieser Anreiz weg.

SZ: Welche Folgen wird das neue System haben?

Ockenfels: Käufer sitzen im Vergleich zum alten System am längeren Hebel. Dies wirkt sich sowohl beim Käufer- als auch beim Verkäuferverhalten aus. Möglicherweise profitieren am Ende beide Seiten. Doch ohne systematische Studien lässt sich dies nur schwer vorhersagen.

Interview: Björn Finke