

drei...
zwei...
eins...

With the new feedback System, eBay wants to add a bit more momentum to transactions. One of the reasons for the changes is the so-called "retaliatory feedback", which sellers give buyers in response to negative feedback. The incidence of retaliatory feedback has risen and this is holding customers back from using eBay.

The Cologne professor of economics Axel Ockenfels is one of eBay's Consultants. He worked on the development of the auction design and the feedback System. A whole series of studies on establishing trust has resulted from this work: anonymous online auction web sites like eBay can only function using a reliable and transparent feedback System. Laboratory tests have shown that without some sort of mechanism for reputation, commerce simply collapses. This is due to the fact that every transaction requires a minimum amount of trust. According to Professor Ockenfels, trust is usually established through face-to-face conversations or when the same partners undertake multiple business transactions with each other. For an anonymous and electronic grapevine to function, the participants must be prepared to share their experiences with each other; because an evaluation provides no direct gain for the evaluator. It is also critical that customers give an honest and informative feedback. To increase the information content, eBay has improved the feedback System using information gathered in laboratory studies in Cologne - this has given scientists the opportunity to study the "design of trust" in field tests also.

Neue Bewertungssysteme bei ebay

New Feedback System on ebay

Ein neues Bewertungssystem soll Schwung in die Geschäfte des Online-Anbieters eBay bringen. Grund für die Änderungen sind so genannte „Rachebewertungen“, die Verkäufer auf negative Bewertungen ihrer Kunden abgegeben hatten. Sie traten in letzter Zeit verstärkt auf und hielten Kunden von Online-Auktionen über eBay ab.

Ökonomischer Berater von eBay ist der Kölner Professor Axel Ockenfels, der das Auktionsdesign und die Bewertungssysteme mitentwickelt hat. Aus dieser Arbeit heraus sind eine ganze Reihe wissenschaftlicher Studien zur Entstehung von Vertrauen hervorgegangen: Anonyme Online-Auktionen wie bei eBay funktionieren demnach nur mit einem verlässlichen und aussagekräftigen Bewertungssystem. Labortests zeigen, dass ohne einen solchen Reputationsmechanismus der Handel schnell in sich zusammenbrechen würde, weil das „Minimum an Vertrauen“, das jeder Markt brauche, fehlt. Vertrauen entstehe normalerweise bei Gesprächen von Angesicht zu Angesicht oder wenn wiederholt Geschäfte mit demselben Partner gemacht würden, so Ockenfels. Damit eine anonyme und elektronische Gerüchteküche funktioniert, müssen die Marktteilnehmer bereit sein, ihre Erfahrungen anderen mitzuteilen. Denn der Bewertende selbst hat zunächst keinen direkten Vorteil von seiner eigenen Bewertung. Entscheidend ist auch, dass Kunden vor ehrlichen und informativen Bewertungen nicht zurückschrecken. Um den Informationsgehalt zu erhöhen, hatte eBay bereits in der Vergangenheit auf Basis von Kölner Laborstudien das bestehende Bewertungssystem verfeinert - und damit den Wissenschaftlern Gelegenheit gegeben, das „Design von Vertrauen“ auch im Feldversuch zu studieren.



Prof. Dr. Axel Ockenfels

• MH, Presse- und Kommunikation