

Johann Kodnar

Einflussfaktoren auf den Erlös bei Online Auktionen

Diplomarbeit

BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei www.GRIN.com hochladen
und kostenlos publizieren



Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Impressum:

Copyright © 2004 GRIN Verlag
ISBN: 9783638247979

Dieses Buch bei GRIN:

<https://www.grin.com/document/21099>

Johann Kodnar

Einflussfaktoren auf den Erlös bei Online Auktionen

GRIN - Your knowledge has value

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite www.grin.com ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

Besuchen Sie uns im Internet:

<http://www.grin.com/>

<http://www.facebook.com/grincom>

http://www.twitter.com/grin_com

Einflussfaktoren auf den Erlös bei Online Auktionen

DIPLOMARBEIT

Zur Erlangung des akademischen Grades
Magister rerum socialium oeconomicarumque
Magister der Sozial- und Wirtschaftswissenschaften
(Mag.rer.soc.oec.)

Sozial- und Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät
der Universität Wien

Studienrichtung:
Internationale Betriebswirtschaft

Eingereicht von: Johann Kodnar

Wien, 13.1.2004

Abstract

In der vorliegenden Diplomarbeit untersuche ich den Einfluss diverser Faktoren auf den Auktionserlös. Es wird überprüft welche Faktoren dafür verantwortlich sind, dass Auktionen gleicher Güter zu unterschiedlichen Auktionserlösen führen. Zur Beantwortung dieser Frage werden die Ergebnisse von zahlreichen Feldstudien aus dem Bereich Online Auktionen herangezogen und anhand dieser analysiert, ob ein Faktor Auswirkung auf den Auktionspreis hat und wie groß dieser Einfluss ist. Der Einfluss eines Faktors – der Galerieoption (die Auktion wird gegen eine Zusatzgebühr in der optisch attraktiven Galerieansicht des Auktionshauses gelistet) - wird mit Hilfe einer selbst durchgeführten Feldstudie untersucht.

Es stellt sich heraus, dass vor allem die Auktionslänge und das Vorhandensein einer Abbildung (auf der Auktionswebsite) großen Einfluss auf den Auktionserlös haben. Auktionen mit einer Dauer von 3, 4 und 5 Tagen führen durchschnittlich zu gleichen Auktionserlösen, Auktionen mit einer darüber hinausgehenden Länge (bis zu 10 Tagen) erlösen hingegen pro zusätzlichem Tag durchschnittlich um 6% mehr. Ein der Auktion beigefügtes Bild des Auktionsobjekts bringt durchschnittlich 12 bis 17% mehr Erlös als bilderlose Auktionen. Die kostenpflichtige Galerieoption hat ebenfalls eine große Auswirkung auf den erzielten Auktionserlös. Galerieauktionen erlösen durchschnittlich um 67,4% (bei Ebay) bzw. 44,4% (bei Onetwosold) mehr als Nichtgalerieauktionen.

VORWORT	9
TEIL I: Allgemeines zu Internet Auktionen.....	11
1 DIE ENTSTEHUNG VON ONLINE AUKTIONEN.....	11
2 DIE VERSCHIEDENEN ARTEN VON AUKTIONEN	12
2.1 Die 4 Standard-Auktionsformen	12
2.1.1 Englische Auktion	13
2.1.2 Holländische Auktion.....	13
2.1.3 Geheime Höchstpreisauktion	14
2.1.4 Vickrey Auktion.....	14
2.2 Sonstige Auktionsformen.....	15
2.2.1 Multi-unit Auktion	15
2.2.2 Auktionsbasar	15
2.2.3 Umgekehrte Auktion	16
2.2.4 Power Group Buying.....	16
2.3 Unterscheidung nach Akteuren	17
3 BEI ONLINE AUKTIONEN GEHANDELTE PRODUKTE.....	17
3.1 Produktkategorien nach ihrer Häufigkeit	18
3.2 Produktkategorien nach ihrem Umsatzanteil	19
4 VERGLEICH ONLINE AUKTION – LIVE AUKTION.....	20
4.1 Vorteile von Online Auktionen	21
4.1.1 Geringere Transaktionskosten.....	21
4.1.2 Vorteilhafte Geschäftsabwicklung	21
4.1.3 Verkauf von Lagerrestbeständen.....	22
4.1.4 Auktionen als Mittel zur Preisfindung	22
4.1.5 Nutzung zu Marketingzwecken.....	22
4.2 Nachteile und Risiken von Online Auktionen.....	23
4.2.1 Unklarheit über die Identität der Beteiligten.....	23
4.2.2 Fehlender Event Faktor	23
5 NETZWERKEFFEKT	24

TEIL II: Der Auktionsprozess 26

1 DIE 5 SCHRITTE DES AUKTIONSPROZESSES 26

1.1	Registrierung der Teilnehmer.....	26
1.1.1	Ablehnung anonymer E-mail Adressen	26
1.1.2	Überprüfung der E-mail Adresse	27
1.1.3	Überprüfung der Anmeldedaten.....	27
1.2	Aufsetzen der Auktion	27
1.3	Der Versteigerungsprozess.....	27
1.3.1	Klassifikation der Bietertypen.....	27
1.3.2	Die Bewertung von Gütern	28
1.3.2.1	Modell der unabhängigen privaten Bewertungen	28
1.3.2.2	Common Value Modell.....	29
1.3.3	Der Fluch des Gewinners	29
1.3.4	Late Bidding.....	30
1.4	Bewertung der Angebote.....	32
1.5	Geschäftsabschluss.....	33
1.5.1	Treuhandservice	33
1.5.2	Online Zahlungsdienste.....	33
1.5.2.1	Paypal	34
1.5.2.2	Bidpay	35

2 ILLUSTRATION DES ABLAUFES DES AUKTIONSPROZESSES AM BEISPIEL

EBAY 35

2.1	Registrierung	36
2.2	Artikelsuche/Artikel einstellen.....	36
2.3	Versteigerung	37
2.4	Geschäftsabschluss.....	38
2.4.1	Verpackungs- und Versandkosten.....	38
2.4.2	Ebay Gebühren.....	38

3 MANIPULATION VON ONLINE AUKTIONEN 40

3.1	Shilling	43
3.1.1	Reserve Price Shilling	44
3.1.2	Competitive Shilling	44
3.1.3	Studie: Shilling in Ebay Auktionen.....	44

3.2	Bid Shielding.....	45
3.3	Täuschung naiver Bieter.....	46
3.4	Falsche Beschreibung.....	46
3.5	Versand schlägt fehl.....	46
3.6	Zahlung schlägt fehl.....	46
3.7	Fälschung, und Verletzung des Urheberrechtes.....	46
3.8	Sniping.....	47
3.8.1	Softwarebasierte Sniping-Services.....	48
3.8.2	Browserbasierte Sniping-Services.....	48
3.9	Vermeidung von Betrug in Online Auktionen.....	48

TEIL III: Der Auktionserlös 50

1	AUKTIONSFORM.....	50
1.1	Holländische Auktion vs. Höchstpreisauktion.....	52
1.2	Englische Auktion vs. Vickrey Auktion.....	54
2	REPUTATION.....	55
2.1	Studien zur Versteigerung von Münzen.....	57
2.2	Studien zur Versteigerung von Computer Hardware.....	58
3	BILDER.....	60
4	GEHEIMER UND OFFENER MINDESTPREIS.....	61
4.1	Studie: Vergleich geheimer und offener Mindestpreis.....	63
4.2	Studie: Vergleich Auktion zum Mindeststartpreis – Auktion mit geheimem und offenem Mindestpreis.....	64
5	SOFORTKAUFPREIS.....	65
6	AUKTIONSLÄNGE.....	68
7	AUKTIONSENDZEITPUNKT.....	70
8	VERPACKUNG UND VERSAND.....	71
9	AKZEPTIERTE ZAHLUNGSMETHODEN.....	72

TEIL IV: Fallstudie – Die Galerie Option in Österreichischen Online Auktionshäusern	74
1 EINFÜHRUNG.....	74
2 DER ÖSTERREICHISCHE ONLINE-AUKTIONSMARKT	74
2.1 Onetwosold.....	75
2.2 Ebay Österreich	77
2.3 Vergleich Onetwosold Österreich - Ebay Österreich	78
3 BESCHREIBUNG DES EXPERIMENTS	80
3.1 Das Auktionsgut	80
3.2 Ablauf der Auktionen	81
3.2.1 Identität des Verkäufers	82
3.2.2 Die Galerieoption	83
3.3 Erwartete Resultate	84
3.3.1 Auswirkung der Galerieoption	84
3.3.2 Bieter, Gebote, Erfolgsvergleich der Auktionshäuser.....	85
3.3.3 Late Bidding	86
3.4 Ergebnisse	86
3.4.1 Galerieoption	87
3.4.2 Anzahl Bieter und Gebote	87
3.4.3 Late Bidding	88
4 CONCLUSIO	90
5 APPENDIX.....	96
5.1 Kategorienvergleich Ebay und Onetwosold.....	96
5.2 Das Auktionsgut.....	97
5.3 Produktdetailseiten Ebay und Onetwosold	98
5.4 Auswertungstabelle	100