

Der Online-Dachboden

Unser Autor mag Ebay.
Vielleicht zu sehr.

Text: Max Scharnigg

An einem sonnigen Donnerstag im Januar, den ich zu weiten Teilen damit verbrachte, in einem Eisenbahnwagen von Köln nach München zu rasen, beendete ich um 14.32 Uhr meine hundertste Auktion bei Ebay. Die E-Mail mit der Nachricht vom Ersteigern der Artikelnummer 250064438340 für 12,55 Euro plus 9 Euro Versandkosten lag abends im Postfach. Ich wusste nicht auf Anhieb, was es war, denn ich steigere bei vielen Sachen mit und vergesse sie gleich wieder. Da ich ohnehin nur wenige davon je tatsächlich zu Gesicht kriege, macht das nichts. Ich handle bei Ebay eifrig, aber nicht sehr ehrgeizig – oft gebe ich nur ein Gebot ab, werde noch während des Ausloggens überboten und lasse es dabei bewenden. Dieses Vorgehen hat mich bisher vor einem Termin beim Schuldenberater und dem Anmieten einer Lagerhalle bewahrt. Es funktioniert sehr zuverlässig, solange die 20 Millionen anderen Ebay-Nutzer in Deutschland ihr Vorgehen nicht ändern und mich weiterhin überbieten. Einmal gewann ich an einem unheilvollen Tag alle drei laufenden Auktionen. Zwei Wochen später brauchte der Paketbote einen Handwagen, um mir den Kram vor die Tür zu fahren. Ich hatte dann ihm und meinem Konto gegenüber das schlechte Gewissen des Süchtigen nach einem Anfall und gelobte etwas, das ich später wieder vergaß.

Dabei kann ich durchaus wochenlang auf das Steigern verzichten – meist dann, wenn ein ersteigertes Stück eine Enttäuschung war. Ein alter Überseekoffer etwa, der meinen Socken stilvoll Asyl geben sollte, erwies sich als unbrauchbar, weil Generationen den Innenraum dazu benutzt hatten, Wandfarbe anzurühren. Eine Sekunde nach dem Auspacken war klar: Müll. Davor stand Steigern, Warten, Mails verschicken, Überweisen, Paketboten abpassen, Kartonberge vor der Freundin verstecken – viel Aufwand für Müll. In diesen Minuten liegt alles, die unbeschreibliche Dummheit, glasklar vor mir: Altes Gerümpel zu ersteigern,

von irgendwem aus irgendwo und absurde Preise per Vorkasse zu bezahlen – Menschen wurden schon wegen weniger enterbt. Genau wie das Metallsuchgerät, das ich in einem Winter ersteigerte, in dem zu viele historische Romane auf meinem Nachtkästchen lagen. Was ankam, war ein Kinderspielzeug in Neonpink, so groß wie mein Unterarm – auf der Schwarz-Weiß-Fotografie des Angebots



hatte es noch wie ein Profigerät ausgesehen. Nächster Gedanke: Auf einem weniger virtuellen Flohmarkt wäre das nicht passiert. Da sich meine Misserfolge überwiegend im Preisbereich unter 20 Euro abspielen, fehlt mir die Kraft für rechten Ärger oder gar endgültige Abkehr. Dafür ist das Stöbern viel zu spannend. Ich weiß nicht, wie früher, ohne Onlinemarkt, gebrauchte Waren verkauft wurden. Echte Flohmärkte und Secondhand-Läden waren in meiner Erinnerung viel zu wenige da und sie sind auch viel zu begrenzt in ihren Mitteln – wer nimmt schon eine komplette Bowlingbahn mit auf den Floh-

markt? Niemals benutze ich Ebay, um mir etwas Lebensnotwendiges zu ersteigern. Ich betrachte es vielmehr als riesiges Ausstattungslager und Ding-Archiv, zu dem ich netterweise Zutritt habe. Ich mag alte Sachen, und Ebay ist ein Kaufhaus der vergangenen Zeit. Wie muss man sich ein Butterfass vorstellen, das vor achtzig Jahren noch überall Alltagsgegenstand war? Ebay hat jede Menge Butterfässer. Wie sah mein Heimatdorf früher aus? Ebay hat jede Menge alter Postkarten. Ich kann, wenn mir danach ist – und mir ist ständig danach –, ein Buch ersteigern, in das mein Liebesschriftsteller Joseph Roth eine kleine Widmung hineingeschrieben hat, vor 78 Jahren. Einen Klick weiter wartet ein ganzer Schreibtisch aus der gleichen Zeit. Ich sehe diese Sachen, lese, was ihre Besitzer dazu schreiben, und gehe weiter, bis ich auf etwas stoße, das mir das Gefühl gibt, die Perle im Dreck gefunden zu haben, etwas, das ich unter Tausenden Artikeln ausgrub und entstaubte, ein perfektes Ding. In solchen Momenten ist Ebay der Dachboden meiner Oma und ich stehe mittendrin.

Erst nach diesem Moment gebe ich etwas in das Fenster für Gebote ein, überlege zwischen Herz und Bauchnabel eine Schnapszahl, die mein Höchstgebot ist. Ich gehe weiter, und das entdeckte Ding macht hinten im Gemüt gute Laune – das Entdecken, um genau zu sein. In den meisten Fällen, wie gesagt, bekomme ich es nicht in die Hand, weil ein anderer sich zwischen Herz und Bauchnabel höhere Zahlen ausdenken kann. Das ist egal, umso reizender finde ich es, wenn es dann doch mal wieder klappt und ich für 12,55 Euro plus Versandkosten einen selbst entdeckten Schatz nach Hause geschickt bekomme. Bei der besagten hundertsten Auktion handelte es sich übrigens um eine „Eames Sitzschale Plastik. Sehr alt. Ungemarkt“. Das ist, wenn man ungnädig ist, ein kaputtes Stück Plastik, das früher einmal zu einem Stuhl gehörte. Aber mir gefällt es.



Prinzip Lust

Was ist das Erfolgsgeheimnis von Ebay? Eine Studie gibt Hinweise.

Interview: Martina Koch

Herr Grüne, mehr als 20 Millionen Deutsche sind beim Internet-Auktionshaus Ebay registriert. Jede Sekunde wird dort ein Kleidungsstück, alle zwei Minuten ein Fahrzeug verkauft. Wie ist der Erfolg zu erklären?

Die Besonderheit von Ebay besteht darin, wie wir an Produkte kommen. Wir haben ganz bequem, von zu Hause aus, weltweit Zugriff auf eine riesige Produktpalette.

Das habe ich aber auch bei jedem Internet-Versandhaus.

Das wahre Erfolgsgeheimnis ist der Versteigerungsprozess.

Weil es Spaß macht zu steigern?

Spaß in doppeltem Sinn – tatsächlich kommt es auch zu einer Luststeigerung. Da wird eine Jagdleidenschaft entfacht, die langsam hochkocht, weil der begehrte Artikel meistens nicht sofort zur Versteigerung kommt. Am Anfang stehen taktische Überlegungen – „Biete ich jetzt schon oder schlage ich in den letzten 15 Sekunden zu?“ – bis hin zum ultimativen Showdown: dem zeitlich festgesetzten Auktionsende. Diese kleine, abgesteckte Schicksalsdramatik ist fast genauso reizvoll wie das Produkt selbst.

Was reizt uns daran?

Im Leben geraten wir immer wieder in Situationen, in denen es darauf ankommt, zur richtigen Zeit das Richtige zu tun. Da müssen Timing, Instinkt, Intellekt stimmen. Bei Ebay können wir das simulieren. Allerdings ohne Verlust zu erleiden, wenn wir scheitern. Wenn man so will, ist das ein wenig Lebensschule.

Und wenn nichts geht, klick ich eben auf die nächste Auktion.

Genau. Anders als im wirklichen Leben hat man sofort die zweite Chance, und zwar zu jeder Tageszeit, an jedem Ort. Dazu kommt: Der Ebay-User hat Geschichten zu erzählen. Er kann darüber berichten, was für ein Schnäppchen er gemacht hat, so kommt es

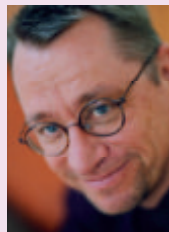
zu einer Zweit- und Drittverwertung. Manchmal finden neue Begegnungen statt, wenn zum Beispiel ein Käufer ein Möbelstück beim Verkäufer abholt. Oder es kommt ein Päckchen ins Haus, was dem Käufer ein sinnliches Erlebnis beschert. Das Internet beginnt ganz plötzlich zu riechen, man kann es befühlen, anziehen.

Das gilt aber, wie schon mal gesagt, doch auch für Internet-Versandhäuser.

Stimmt, aber die Mischung aus Schicksalsimulation, Spannungsmoment, Geschichten erzählen und, quasi als Quittung, dem sinnlichen Erlebnis ist einmalig. Auf dem Online-Markt hat Ebay längst ein Monopol, daneben kann nichts Vergleichbares mehr existieren.

Das sind rosige Aussichten für Ebay.

Unbedingt. Ebay infiltriert zunehmend unseren Alltag, ist Teil unserer Kultur, denn die Mehrfachverwertung von Gegenständen wird für uns immer normaler. Nicht zuletzt, weil das Leben für viele Menschen härter geworden ist. Die Diskussionen um Hartz IV sind nur ein Beleg dafür. Hier bekommt Ebay eine kompensatorische Dimension. Sprich: „Wenn mein Geld schon nicht für etwas Neues reicht, kann ich es mir über Ebay zu mindest gebraucht beschaffen.“



Heinz Grüne, 50, ist Diplom-Psychologe und Geschäftsführer des Markt- und Medienanalyse-Instituts Rheingold. Er war an einer Studie des Instituts zur psychologischen Wirkung von Ebay beteiligt.

IMPRESSUM

fluter – Magazin der Bundeszentrale für politische Bildung, Ausgabe 22, März 2007

Herausgegeben von der Bundeszentrale für politische Bildung (bpb)
Adenauerallee 86, 53113 Bonn
Tel. 01888 / 515-0

Redaktion: Thorsten Schilling (verantwortlich), Bundeszentrale für politische Bildung (schilling@bpb.de)
Dirk Schönlebe (redaktionelle Koordination, C+D)
Thomas Kartsolis (Art Direction)
Dirk Schmidt (Grafik)

Texte und Mitarbeit: Andreas Braun, Serge Debrebant, Daniel Erk, Tobias Haberl, Mathias Irlé, André Kerner, Susanne Klingner, Christoph Koch, Martina Koch, Marija Latkovic, Barbara Lich, Caroline von Loutzow, Bastian Obermayer, Janke Röttgers, Alexander Runte, Max Scharnigg, Heiko Schmidt, Barbara Streidl, Oliver von Hagen, Marc Winkelmann

Fotos und Illustrationen: Olaf Ballnus, Jan Friese, Stephanie Füssenich, Eva Hillreiner, Monika Höfler, Sabine Höroldt, Simon Koy, Betty Myller, Daniela Pass, Armin Smajilovic, Olaf Tiedje, Cem Yüctas

Schlussredaktion: Isolde Durchholz

Redaktionsanschrift / Leserbriefe:
fluter – Magazin der Bundeszentrale für politische Bildung, sv corporate media GmbH, Emmy-Noether-Straße 2 / E, 80992 München
Tel. 089/2183-8327
Fax 089/2183-8529
leserbriefe@heft.fluter.de

Redaktionelle Umsetzung:
Magazin Verlagsgesellschaft
Süddeutsche Zeitung mbH
Süddeutsche Zeitung Agentur
Rindermarkt 5
80331 München

Satz+Repro: Impuls GmbH
Taubesgarten 23, 55234 Bechtolsheim

Druck: Bonifatius GmbH
Druck – Buch – Verlag Paderborn
leserservice.fluter@bonifatius.de

Abo verlängern & abbestellen:
Tel. 05251/153-188 (24 Std.)
Fax 05251/153-199

Abo bestellen & Service
Tel. 05251/153-180
Fax 05251/153-190

Bonifatius GmbH
Stichwort: fluter
Postfach 1269
33042 Paderborn

Nachbestellungen von fluter werden ab 1 kg bis 15 kg mit 4,60 Euro kostenpflichtig.

Papier: Dieses Magazin wurde auf umweltfreundlichem, chlorfrei gebleichtem Papier gedruckt.

ISSN 1611-1567 Bundeszentrale für politische Bildung