

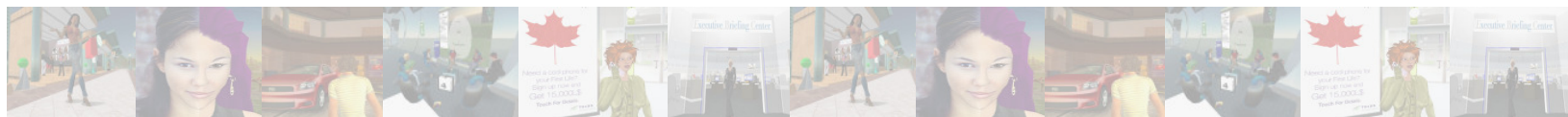
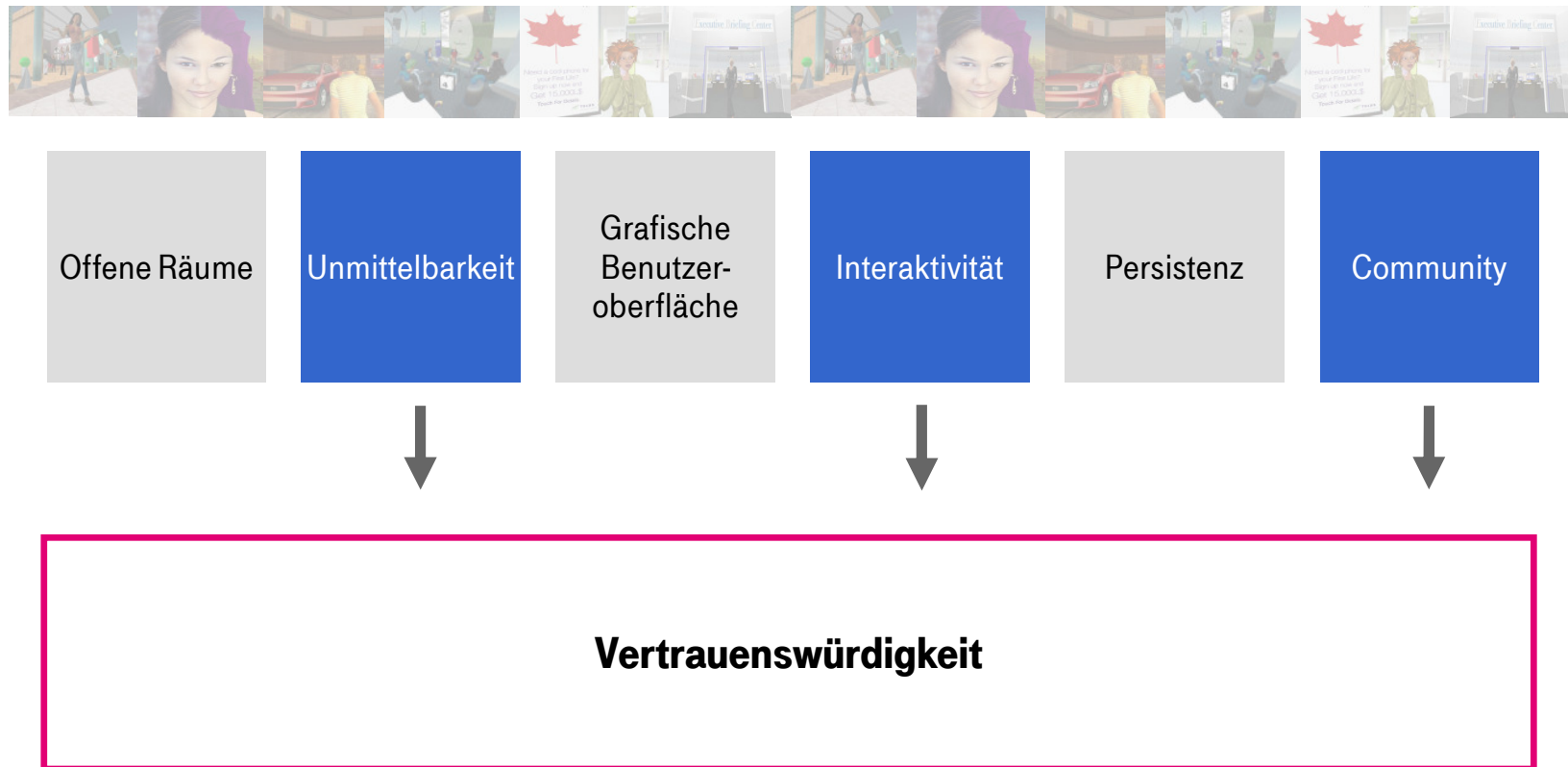


Virtuelle Identitäten und Reputation im Web der Zukunft.

Deutsche Telekom Laboratories
Dr. Heinrich Arnold

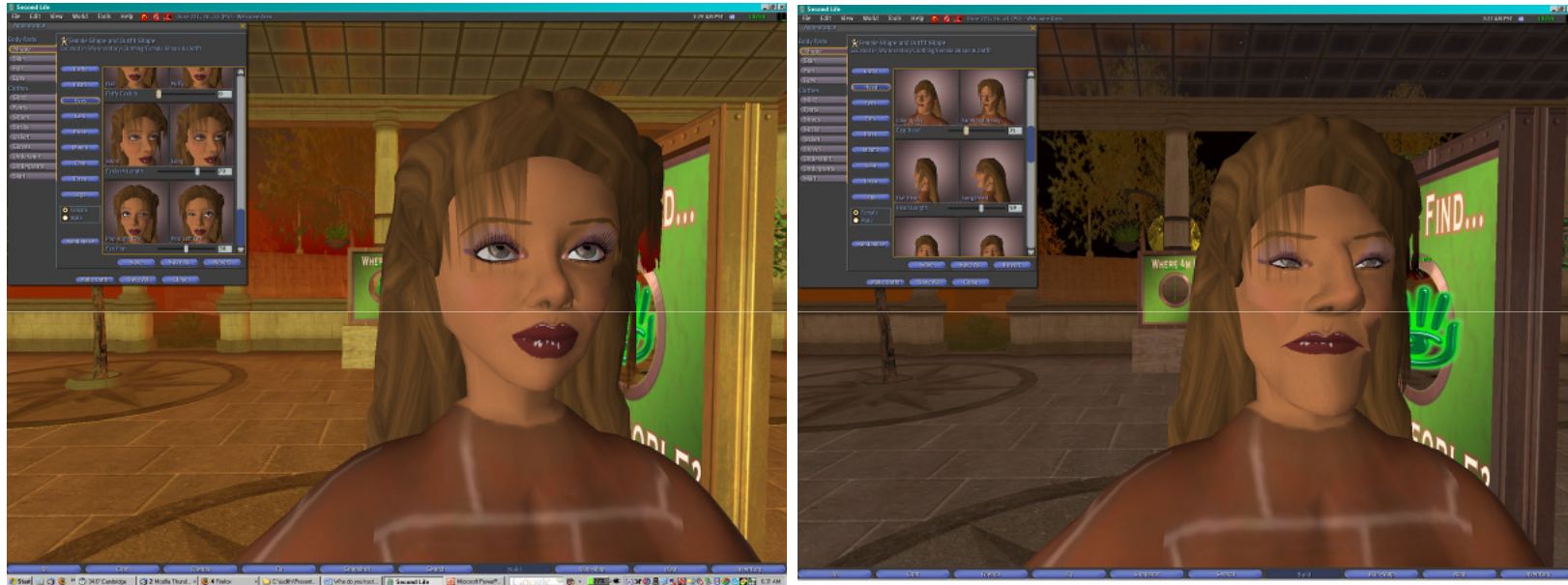


Vertrauenswürdigkeit.



Quelle: Betsy Book, 2006: <http://virtualworldsreview.com/info/whatis.shtml>

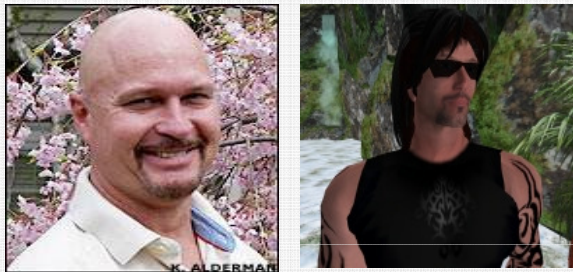
Über 50% der Internetkommunikation findet zwischen Fremden statt – der virtuelle Eindruck überlagert das Urteilsvermögen.



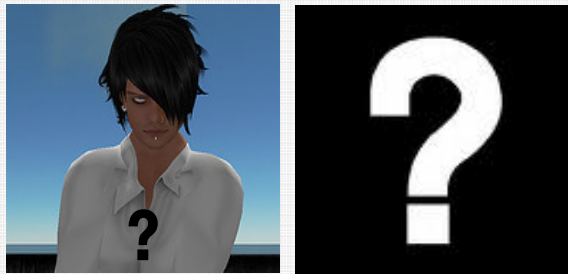
- Acht von zehn Menschen würden der linken Figur eher vertrauen als der rechts dargestellten.
- Die zwei anderen kämen instinktiv zum gleichen Ergebnis – sie haben nur länger nachgedacht...

Herausforderungen und Probleme in heutigen Virtuellen Welten.

Kriminalität in Virtuellen Welten



Kevin Alderman und Alter Ego „Stroker Serpentine“

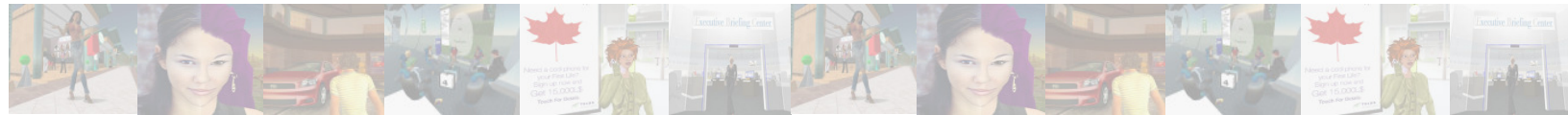


Avatar „Volkov Cattaneo“ bleibt ein Unbekannter

Missbrauch und Betrug in Virtuellen Welten

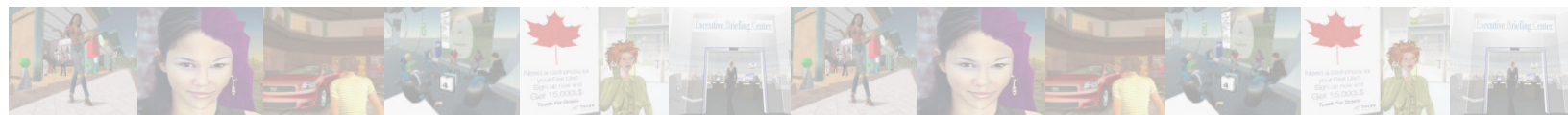


Identität und Reputation: Bausteine von Vertrauenswürdigkeit.

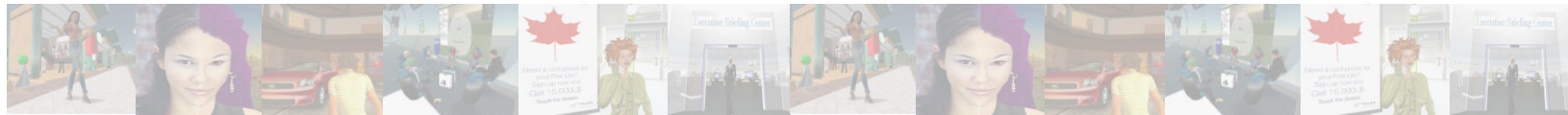


- Virtuelle, selbst gewählte Informationen
- Reale, selbst gewährte Informationen
- Rückmeldungen aus der Community
- Durch eine Autorität verifizierte Annahmen

**„Identität ist meine Story über mich.
Reputation ist deine Story über mich.“
Phil Windley**



Anforderungen an ein Reputations-System.



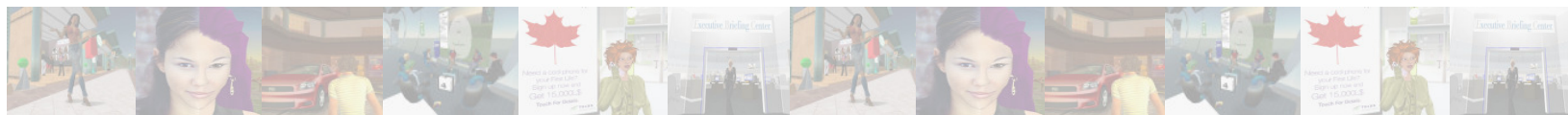
Glaubhaftes Bewertungssystem

- Zeitbasiert
- Schaffung von Vertrauen
- Vorurteils- und Betrugsverhütung
- Erkennen falscher Identitäten

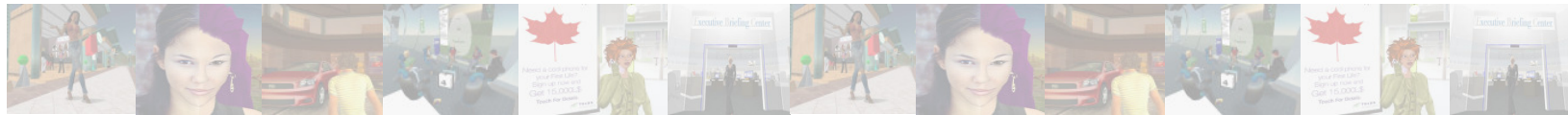
Glaubwürdige Autorität

- Verifizieren neuer Mitglieder
- Reputationserstellung
- Management und Steuerung
- Streitschlichtung

Stabiler Reputations-Service



Die Rolle der „glaubwürdigen Autorität“.



Wer ist in der Lage, Vertrauen zu schaffen?

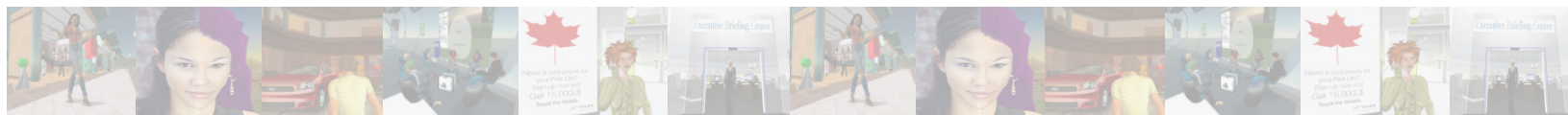
- Benutzer müssen Informationen über andere Nutzer vertrauen.
- Benutzer müssen darauf vertrauen, dass die eigenen Daten sicher bleiben.

Betreiber Virtueller Welten

- Muss eine Vertrauensbeziehung aufbauen.
- Vertrauensbildung in jeder einzelnen Virtuellen Welt.

Neutrale Autorität (z.B. Telcos)

- Profitiert von bestehender Vertrauensbeziehung.
- Vertrauensbildung ist ein einmaliger Vorgang.



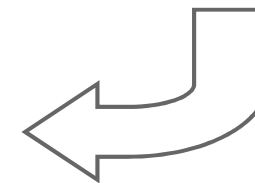
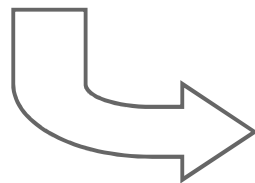
Plattform-übergreifende virtuelle Reputation.



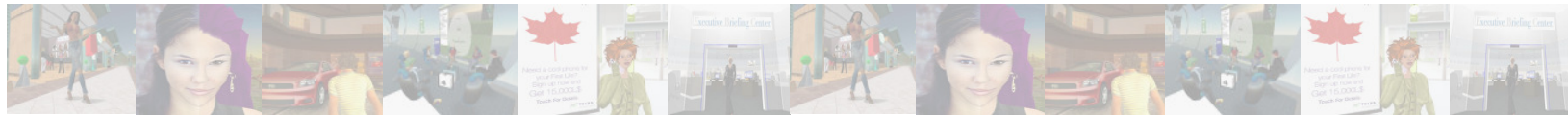
Plattform-übergreifende virtuelle Gemeinschaften



Community-übergreifende Bewertungssysteme



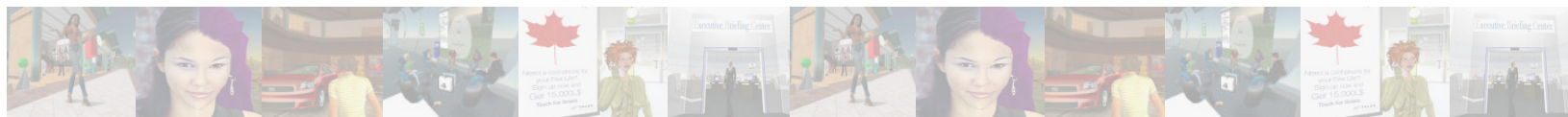
Vertrauensprobleme durch Benutzung mehrerer Identitäten.



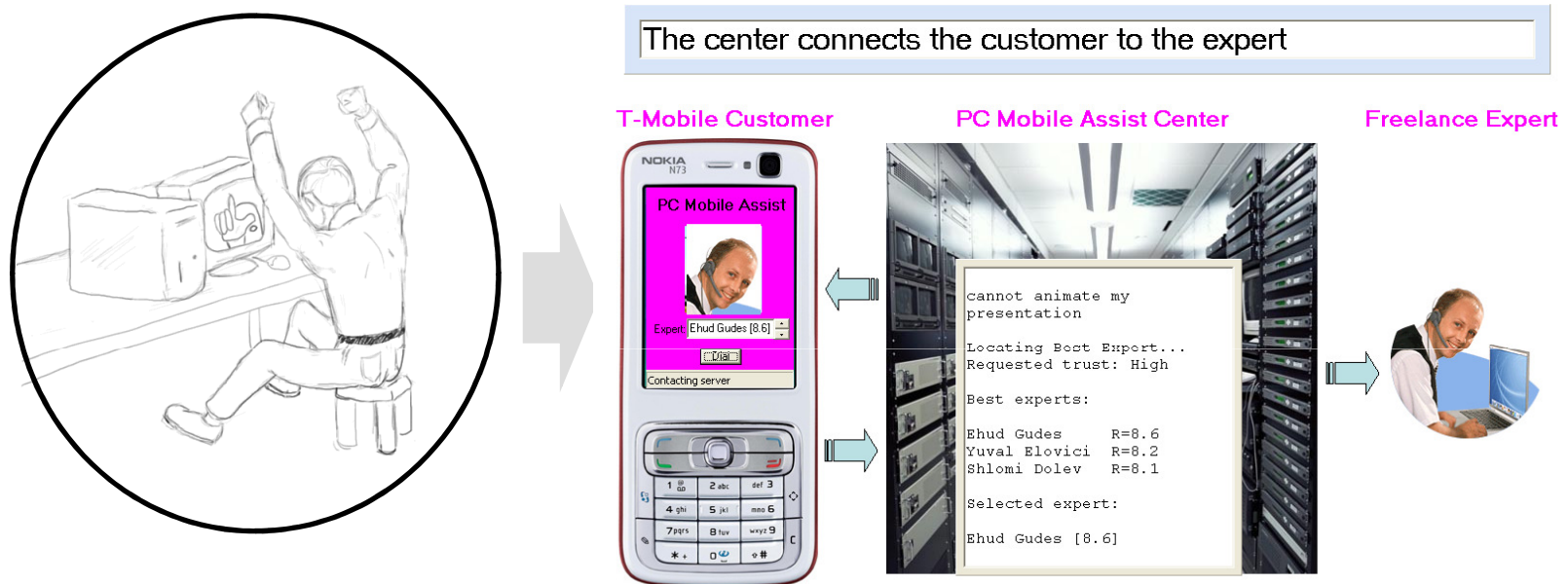
Die Möglichkeit,
mehrere und
unterschiedliche
Identitäten zu schaffen,
ist ein reizvolles
Feature.

Dieses muss erhalten
bleiben.

Zwei Identitäten, eine Person: Dr. Jekyll und Mr. Hyde

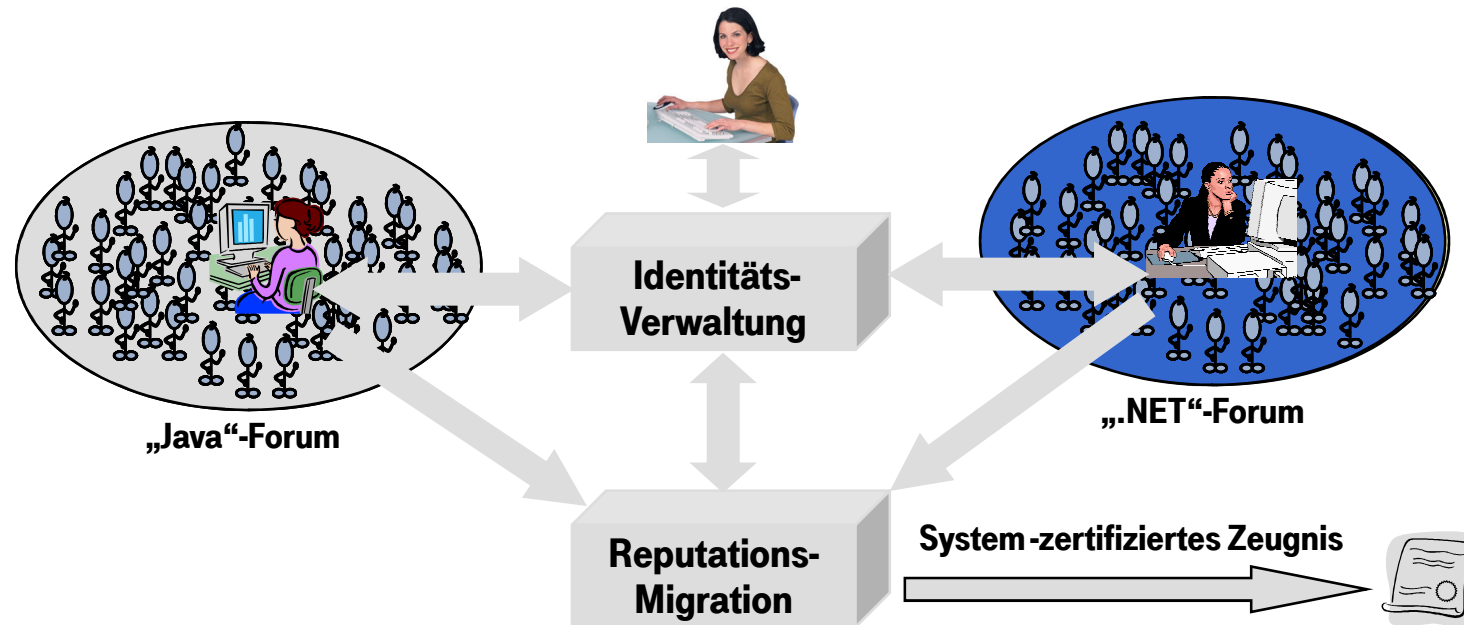


Beispiel 1 - Expertenhilfe über ein Reputations-System.



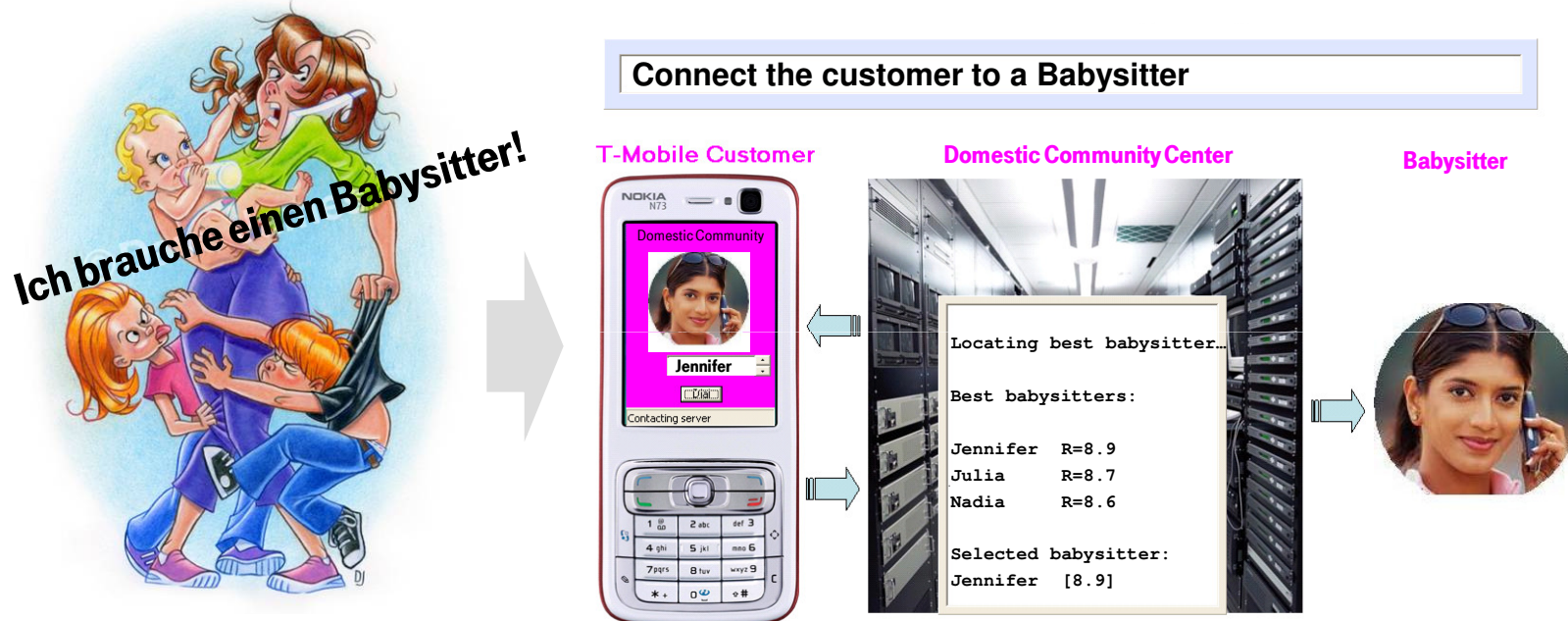
- Ein Benutzer hat ein Problem mit einer Anwendung, etwa einer Präsentationslösung.
- Das System identifiziert die besten verfügbaren Experten.
- Je nach Vertrauenswürdigkeit und Erlaubnis erlangt der Experte Remote-Zugriff zum PC.
- Eine Middleware überwacht und protokolliert den Zugriff.
- Der Benutzer bewertet den Experten nach fachlichen Kriterien.

Beispiel 2 - Zertifiziertes Zeugnis.



























































- Ein Experte kann in verschiedenen Umgebungen unterschiedliche Pseudonyme nutzen.
- Die Identitätsverwaltung bildet Pseudonyme eindeutig auf eine Person ab.
- Ein Mitglied einer Community kann die zusammengesetzte Reputation des Experten erhalten.
- Das Reputations-Zeugnis wird je nach Notwendigkeit unterschiedlich umfangreich ausfallen.

Beispiel 3 – Reputations-gestützte Suche von Haushaltshilfen.



- Der Benutzer sucht über das Mobiltelefon nach einem Babysitter.
- Das System identifiziert die besten Babysitter in der Nachbarschaft.
- Zuverlässigkeit wird stärker gewichtet als formale Qualifikation.

Führende Internet-Services verfügen über ausgefeilte, aber geschlossene Reputations-Systeme.

								
Reputations-Elemente	P,D	P,D	P,D	P,D	P,D	P,D	P	P,D
Reputations-Typen	P	P	S,P	S,P	S,P	S,P	S,P	S,P
Fortgeschrittene Algorithmen								
Qualitätskontrolle								
Vertrauenswürdigkeit								
Identitäts-Kontrolle								
Plattform-übergreifend								
Kundenbindung und Anreize								

P: Personenbezogen
D: Dienstleistung/
Produkt/ Company
S: Sozial
P: Professionell

Die Zukunft...



Plattform-übergreifende Reputation



Soziales Netz und Entertainment



E-Commerce

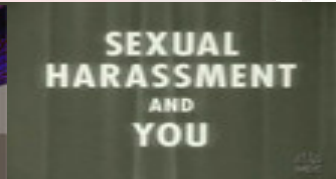


Unternehmenskommunikation

Backup.

Vertrauenswürdigkeit, Reputation und die Community.

Anonymität ist zweifelsfrei eine wichtige Qualität des Internets, die jedoch zu Missbrauch verleitet: rüde Umgangsformen in Chatrooms, politische Propaganda, selbst sexuelle Belästigung in Virtuellen Welten sind vielfach zu beobachten.



Letters of Recommendation

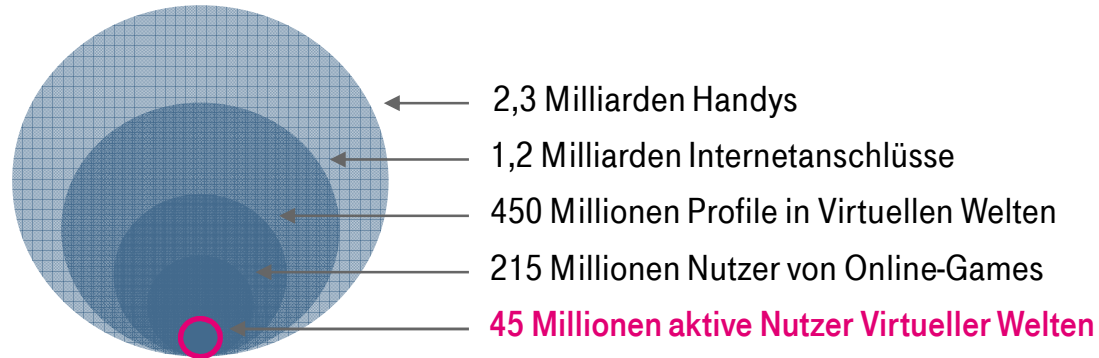


In der realen Welt schützt die Sorge um das eigene Ansehen oft vor unmoralischen oder illegalen Aktivitäten.

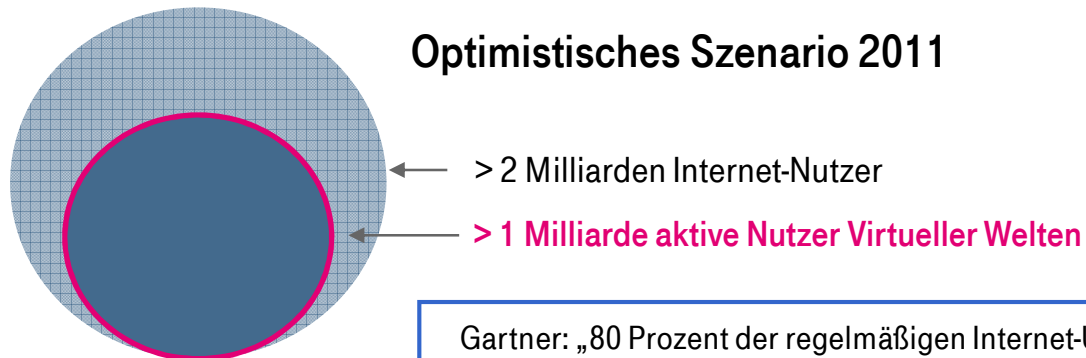
Ansehen ist der überragende Wert im Rahmen von Communities. Das Wissen um die eigene Reputation macht den Umgang in Online-Welt nicht nur angenehmer, sondern stellt einen realen Wert für sich dar. Es ist nicht unwahrscheinlich, dass das Reputations-Profil ein wichtiges Dokument bei Bewerbungen sein wird.

Virtuelle Welten in Zahlen.

Marktdurchdringung heute



Optimistisches Szenario 2011



Gartner: „80 Prozent der regelmäßigen Internet-User werden Ende 2011 ein ‚Second Life‘ in Virtuellen Welten haben.“