

Digitale Ökonomie
BW37 – Volkswirtschaftliches Seminar
Düsseldorf Institute for Competition Economics
Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf

Prof. Dr. Justus Haucap (*haucap@dice.hhu.de*)
Anja Rösner, M.Sc. (*roesner@dice.hhu.de*)

Sommersemester 2021

In diesem Seminar wird Literatur zu ausgewählten Themen der digitalen Ökonomie diskutiert. Im Fokus stehen empirische, theoretische, aber auch wirtschaftspolitische Fragestellungen. Dabei behandeln diese alle das Kernthema, wie die digitale Ökonomie Märkte und Verhalten gestaltet und beeinflusst. Ein Großteil der relevanten Literatur ist nur in englischer Sprache verfügbar; Seminararbeiten, Präsentationen und Blogbeiträge können aber auf Englisch oder Deutsch angefertigt werden. Eine Liste mit Themen befindet sich weiter unten im Dokument. Es wird erwartet, dass eine Eingrenzung des Themas und die Erarbeitung der konkreten Fragestellung innerhalb des Themas selbständig stattfinden. Die Grundlagenliteratur dient lediglich als Hilfestellung zur Erlangung oder Auffrischung von Grundwissen zur Thematik der digitalen Ökonomie und ist nicht verpflichtend. Neben der Startliteratur soll eigenständig weitere Literatur recherchiert und ausgewertet werden. Es wird zudem erwartet, dass relevante Fallbeispiele aus der Praxis und die Bedeutung des Themas für die Wirtschafts- und Wettbewerbspolitik diskutiert werden. Vorschläge für alternative Projekte im Themenbereich des Seminars sind willkommen, müssen aber unbedingt frühzeitig abgesprochen werden. Die Themenvergabe findet in der ersten Vorbesprechung statt. Alle Termine sind verpflichtend und finden per Webex statt.

Termine

Vorbesprechung:	23.04.2021, 15 Uhr	per Webex,	Link .
Präsentationstag:	18.06.2021, 10 Uhr	per Webex,	Link folgt.
Abgabe Seminararbeit:	30.06.2021	per E-Mail an	<i>roesner@dice.hhu.de</i>
Abgabe Blogbeitrag:	31.07.2021	per E-Mail an	<i>roesner@dice.hhu.de</i>

Prüfung

Die Note setzt sich wie folgt zusammen:

60% Seminararbeit (15-20 Seiten)	15% Präsentation (~ 15min)
15% Blogbeitrag (1-2 Seiten)	10% Mündliche Mitarbeit

Umfang

- B.Sc. VWL Dieses Seminar entspricht 3 SWS (6 ECTS) und erfüllt zusammen mit einem weiteren Seminar die Anforderungen des Moduls BW37.
- B.A. PPE Für Studierende des B.A. PPE entspricht dieses Seminar einem Kurs eines interdisziplinären Moduls. Für einen Beteiligungsnachweis (BN) kann eine Präsentation gehalten werden. Als Abschlussprüfung (AP) sollte zusätzlich eine Seminararbeit und ein Blogbeitrag geschrieben werden.

Themen

1. Digitale Märkte und die Rolle von "Big Data"
2. Killer-Acquisitions – Fusionen und Übernahmen in digitalen Märkten
3. Europäische Wettbewerbspolitik – Der Digital Markets Act
4. Auf dem Weg zu personalisierten Preisen im digitalen Zeitalter?
5. Die Auswirkungen von COVID-19 auf den Online-Handel
6. Wettbewerb auf digitalen Märkten
7. Wie können Gatekeeper reguliert werden?
8. Digitale Dominanz: Die Macht von Google, Amazon, Facebook und Apple
9. Die Auswirkungen von Algorithmen auf das Wettbewerbsverhalten
10. Der Einfluss von Digitalisierung auf den Arbeitsmarkt
11. Die Auswirkungen von Algorithmen auf den Gender Data Bias

Grundlagenliteratur

Goldfarb, A., Greenstein, S. M., & Tucker, C. E. (2015). *Economic Analysis of the Digital Economy*. University of Chicago Press.

Goldfarb, A., & Tucker, C. (2019). Digital Economics. *Journal of Economic Literature*, 57(1), 3-43.

Illing, G., & Peitz, M. (2006). *Industrial Organization and the Digital Economy*. MIT Press.

Peitz, M., & Waldfogel, J. (2012). *The Oxford Handbook of the Digital Economy*. Oxford University Press.

Petit, N (2020). *Big Tech and the Digital Economy: The Moligopoly Scenario*. Oxford University Press.

Startliteratur

1. Digitale Märkte und die Rolle von "Big Data"

Jones, C, and C Tonetti (2020), Nonrivalry and the Economics of Data. *American Economic Review* 110(9), 2819-58.

Varian, H. (2014). Beyond Big Data. *Business Economics* 49, 27–31.

2. Killer-Acquisitions – Fusionen und Übernahmen in digitalen Märkten

Cunningham, C., Ederer, F., & Ma, S. (2021). Killer Scquisitions. *Journal of Political Economy*, 129(3), 649-702.

Calvano, E., & Polo, M. (2021). Market Power, Competition and Innovation in Digital Markets: A Survey. *Information Economics and Policy*, 54, 100853.

3. Europäische Wettbewerbspolitik – Der Digital Markets Act

Cabral, L., Haucap, J., Parker, G., Petropoulos, G., Valletti, T. and Van Alstyne, M. (2021). The EU Digital Markets Act, *Publications Office of the European Union*, Luxembourg.

Podszun, R., Bongartz, P., & Langenstein, S. (2021). Proposals on How to Improve the Digital Markets Act. *SSRN Working Paper*, March 2021.

4. Auf dem Weg zu personalisierten Preisen im digitalen Zeitalter?

Locher, L. (2018). Verschiedene Preise für gleiche Produkte? Personalisierte Preise und Scoring aus ökonomischer Sicht. *Zeitschrift für Wettbewerbsrecht*, 16(3), 292-316.

OECD (2016), *Price Discrimination*, Background Note by the Secretariat, DAF/COMP/2016/15.

5. Die Auswirkungen von COVID-19 auf den Online-Handeln

Chang, H. H., & Meyerhoefer, C. D. (2021). COVID-19 and the Demand for Online Food Shopping Services: Empirical Evidence from Taiwan. *American Journal of Agricultural Economics*, 103(2), 448-465.

Sheth, J. (2020). Impact of Covid-19 on Consumer Behavior: Will the Old Habits Return or Die?. *Journal of Business Research*, 117, 280-283.

6. Wettbewerb auf digitalen Märkten

Cennamo, C. (2019). Competing in Digital Markets: A Platform-Based Perspective. *Academy of Management Perspectives*, <https://doi.org/10.5465/amp.2016.0048>.

Crémer, J., de Montjoye, Y.-A. and Schweitzer, H. (2019), *Competition Policy for the Digital Era*, European Commission.

7. Wie können Gatekeeper reguliert werden?

Cabral, L., Haucap, J., Parker, G., Petropoulos, G., Valletti, T. and Van Alstyne, M. (2021). *The EU Digital Markets Act*, Publications Office of the European Union, Luxembourg.

Crémer, J., de Montjoye, Y.-A. and Schweitzer, H. (2019), *Competition Policy for the Digital Era*, European Commission.

8. Digitale Dominanz: Die Macht von Google, Amazon, Facebook und Apple

Ciriani, S., & Lebourges, M. (2018). The Market Dominance of US Digital Platforms: Antitrust Implications for the European Union. *SSRN Working Paper*, Available at <https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstractid=2977933>.

Barwise, P., & Watkins, L. (2018). *The Evolution of Digital Dominance: How and Why We Got to GAF*A. In: Digital Dominance: The Power of Google, Amazon, Facebook, and Apple. Oxford University Press, New York, NY, 21-49.

9. Die Auswirkungen von Algorithmen auf das Wettbewerbsverhalten

Calvano, E., Calzolari, G., Denicolò, V., & Pastorello, S. (2019). Algorithmic Pricing What Implications for Competition Policy? *Review of Industrial Organization*, 55(1), 155-171.

Harrington, J. E. (2018). Developing Competition Law for Collusion by Autonomous Artificial Agents. *Journal of Competition Law & Economics*, 14(3), 331-363.

10. Der Einfluss von Digitalisierung auf den Arbeitsmarkt

Dauth, W., Findeisen, S., Suedekum, J., & Woessner, N. (2021). The Adjustment of Labor Markets to Robots. *Journal of the European Economic Association*, forthcoming.

De Vries, G. J., Gentile, E., Miroudot, S., & Wacker, K. M. (2020). The Rise of Robots and the Fall of Routine Jobs. *Labour Economics*, 66, 101885.

11. Die Auswirkungen von Algorithmen auf den Gender Data Bias

Lambrecht, A., & Tucker, C. (2019). Algorithmic Bias? An Empirical Study of Apparent Gender-Based Discrimination in the Display of Stem Career Ads. *Management Science*, 65(7), 2966-2981.

Morton, F. S., Zettelmeyer, F., & Silva-Risso, J. (2003). Consumer Information and Discrimination: Does the Internet Affect the Pricing of New Cars to Women and Minorities? *Quantitative Marketing and Economics*, 1(1), 65-92.