

Prof. Dr. Alexander Rasch
Dr. Tobias Wenzel

Düsseldorf Institute for
Competition Economics (DICE)
Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf
Oeconomicum 24.31.01.17
Universitätsstraße 1
40225 Düsseldorf

Telefon: +49 211 81-10234

Internet: dice.hhu.de

E-Mail: rasch@dice.hhu.de

tobias.wenzel@hhu.de

Düsseldorf, 12. Juli 2023

MW86

★ Seminar zu Daten und Märkten ★

Überblick

Mit der fortschreitenden Digitalisierung können Unternehmen immer mehr Daten über ihre Kunden sammeln und auswerten. Das Seminar beschäftigt sich daher mit den Auswirkungen dieser Entwicklungen auf die Funktionsweise von Märkten. Das Seminar beleuchtet dabei verschiedene Aspekte. Unter anderem betrachtet das Seminar den Zusammenhang zwischen der Erhebung von Kundendaten und Wettbewerb zwischen Unternehmen. Wie verändert sich Wettbewerbsverhalten, wenn Unternehmen mehr Informationen über ihre Kunden gewinnen können? Ist dies positiv für Verbraucher? Ein Schwerpunkt des Seminars ist zudem der Zusammenhang zwischen der Erhebung von Kundendaten und der Möglichkeit für Firmen, Preisdiskriminierung zu betreiben. Grundsätzlich erleichtern es insbesondere moderne technische Entwicklungen Firmen, verschiedenen Kundengruppen unterschiedliche Preise oder Tarife anzubieten. Das Seminar analysiert unterschiedliche Aspekte, wie zum Beispiel Anreize der Preisdiskriminierung, Externalitäten der Datenerhebung und Auswirkungen auf die Gelegenheit zur Absprache. Hinsichtlich der Methodik wird vor allem auf theoretische Studien zurückgegriffen.

- Zielgruppe: fortgeschrittene Studierende der Studiengänge M.Sc. VWL/Economics und M.Sc. BWL
- Voraussetzungen: MV03 (Mikroökonomik), MW68 (Spieltheorie) und MW69 (Industrieökonomik) werden empfohlen.
- Kurssprache: Deutsch (Englisch)
- Themenvergabe: Die Seminar- beziehungsweise Vortragsthemen werden in einer Vorbespre-

chung zu Beginn der Vorlesungszeit vergeben.

- Prüfungsleistung
 1. Vortrag (20–25 Minuten + 5–10 Minuten Diskussion)
 2. Hausarbeit (ca. 10 Seiten)
- Umfang: Zwei dieser Seminare erfüllen zusammen die Anforderungen des Moduls MW86.

Themen

Daten und Wettbewerb

1. de Cornière, A., Taylor, G., 2021. Data and Competition: A General Framework with Applications to Mergers, Market Structure, and Privacy Policy. Unveröffentlichtes Arbeitspapier.
2. Chen, Z., Choe, C., Cong, J., Matsushima, N., 2022. Data-driven mergers and personalization. RAND Journal of Economics 53, 3–31.
3. Prüfer, J. und Schottmüller, C., 2021. Competing with big data. Journal of Industrial Economics 69(4), 967–1008.

Daten und Kollusion

4. Miklós-Thal, J., Tucker, C., 2019. Collusion by algorithm: Does better demand prediction facilitate coordination between sellers?, Management Science 65(4), 1552–1561.
5. Peiseler, F., Rasch, A., Shekhar, S., 2022. Imperfect information, algorithmic price discrimination, and collusion. Scandinavian Journal of Economics 124, 516–549.
6. Argenziano, R., Bonnatti, A., 2021. Data Linkages and Privacy Regulation. Unveröffentlichtes Arbeitspapier.
7. Ichihashi, I., 2020. Online privacy and information disclosure by consumers. American Economic Review 110(2), 569–595.

Privacy

8. Choi, J., Jeon, D., Kim, B., 2019. Privacy and personal data collection with information externalities. Journal of Public Economics 173, 113124.
9. Fainmesser, I., Galeotti, A. und Momot, R., 2022. Digital privacy. Management Science, im Erscheinen.
10. Abrardi, L., Cambini, C. und Hoernig, S., 2021. 'I don't Care About Cookies!' Platform Data Disclosure and Time-Inconsistent Users. Unveröffentlichtes Arbeitspapier.