

DICE POLICY BRIEF

IN DIESER AUSGABE

- 4 Datenaustausch zwischen Wettbewerbern
- 6 Handelsgrenzen zwischen Ost- und West-Japan
- 8 Kartellrechtsanwendung auf Online-Märkten

KOMMENTAR

- 3 WETTBEWERBSFEINDLICHES ÜBER-VERBOT

Sehr geehrte Damen und Herren,

der neue DICE Policy Brief berichtet wieder aus der aktuellen Forschung am DICE, über personelle Entwicklungen, unsere Publikationen sowie aktuelle Ereignisse.

Wie Sie beim Durchblättern schnell merken werden, beschäftigt die Digitalisierung auch die Forscherinnen und Forscher am DICE. Im ersten Beitrag von Gordon Klein geht es darum, wie Regulierung die Breitbandverfügbarkeit beeinflusst. Die empirische Untersuchung zeigt, dass Regulierungsmaßnahmen nicht per se positive oder negative Effekte auf die Breitbandverfügbarkeit haben, sondern Zeitpunkt und Rahmenbedingungen der Einführung entscheidend sind.

Datenschutz und der Handel mit Kundendaten sind – gerade im Online-Handel – sensible Themen, der Austausch von Informationen ist kartellrechtlich ohnehin oftmals bedenklich. Irina Baye hat untersucht, welche Anreize Unternehmen überhaupt haben, Daten mit Wettbewerbern auszutauschen. Wie die theoretische Analyse ergibt, hängen die Anreize von der Art der Daten ab und sind in einem intensiveren Wettbewerbsumfeld stärker.

Über verschiedene DICE-Analysen zu Wettbewerbsproblemen im Internet wie den Google-Fall, das HRS-Verfahren, den Apple-Ebook-Fall sowie Preisspaltungen zwischen Internet-Vertrieb und stationärem Handel darf ich selbst berichten.

Jens Wrona, frisch ernannter Juniorprofessor, berichtet schließlich aus seiner Forschung über innerjapanische Handelsgrenzen. Ursache für die bemerkenswerten Wasserscheide zwischen dem Osten und Westen Japans sind nicht etwa historisch bedingte kulturelle Unterschiede, sondern die bipolare (Tokyo-versus-Osaka) Verstärkung Nachkriegsjapans, die zu dualen Netzwerkstrukturen innerhalb der japanischen Wirtschaft führte.

Zudem finden Sie wieder unsere schon bewährten Rubriken: Einen Kommentar, diesmal zum Uber-Verbot in Deutschland, sowie eine Übersicht mit unseren aktuellen Publikationen.

Das positive Feedback auf diesen Newsletter ist für uns Ansporn und Ermunterung. Ich hoffe, Sie finden auch in dem vorliegenden DICE Policy Brief wieder einige interessante Analysen und Neuigkeiten und wünsche viel Spaß beim Lesen,

Ihr



Prof. Dr. Justus Haucap

Direktor Düsseldorfer Institut für Wettbewerbsökonomie



Foto: DICE

IMPRESSUM

Herausgeber

Düsseldorfer Institut für Wettbewerbsökonomie (DICE)
Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf
Universitätsstr. 1, 40225 Düsseldorf
Tel +49 211 81-15009
Fax +49 211 81-15499
policy.brief@dice.hhu.de
www.dice.hhu.de

Direktor

Prof. Dr. Justus Haucap

Geschäftsführung

Dr. Michael Coenen

Redaktion

Prof. Dr. Justus Haucap (verantwortlich),
Lars Zeigermann

Gestaltung

Kathrin Strahl / Studio Strahl, Berlin

Druck

Pinguin Druck, Berlin

Stand

September 2015

Wie Regulierung die Breitbandverfügbarkeit beeinflusst: Eine empirische Untersuchung

Wie die Breitbandinternetnutzung gesteigert werden kann, ist ein Dauerthema der „Digitalen Gesellschaft“. Insbesondere für Regulierer stellt sich die Frage, wie sich Regulierungsinstrumente auf Verfügbarkeit und Nutzung auswirken. In einer aktuellen Studie haben wir untersucht, welche Effekte die regulatorische Entbündelung des Telekommunikationsnetzes auf die Breitbandpenetration und -nutzung hat. Die Ergebnisse zeigen, dass die Regulierungsmaßnahmen nicht per se positive oder negative Effekte haben, sondern Zeitpunkt und Rahmenbedingungen der Einführung entscheidend sind.

Die Telekommunikationsbranche unterscheidet sich von den meisten anderen Sektoren nicht nur hinsichtlich möglicher Übertragungseffekte (spill-overs), d.h. als Beschleuniger der wirtschaftlichen Aktivität in anderen Branchen. Sie ist zusätzlich ein sogenannter Netzsektor, in dem dauerhafte Marktzutrittsbarrieren und die besondere Struktur der Netzkosten (es ist meist günstiger, dass nur ein Unternehmen das lokale Telekommunikationsnetz betreibt) dazu führen, dass ein sogenanntes resistentes natürliches Monopol entsteht. Um das Ausnutzen von Monopolmacht zu verhindern, ist insbesondere das lokale Telekommunikationsnetz nicht nur in Europa, sondern in vielen Ländern weltweit unter regulatorischer Aufsicht. Wie jedoch wirken sich die regulatorischen Instrumente auf die Breitbandnutzung, deren Steigerung eines der erklärten Ziele der „Digitalen Gesellschaft“ ist, aus?

In unserer Studie haben wir untersucht, wie sich die Einführung einer Regulierung zur Aufschaltung von Wettbewerbern in das Netz des alteingesessenen Monopolisten auswirkt. Konkret haben wir analysiert, wie sich die Regulierung der letzten Meile (d.h. des letzten Netzstücks, das den Verbraucher an das Telekommunikationsnetz anschließt) und die Entflechtung des Gesamtnetzes auf die Nutzung des Breitbandinternets auswirken.

Die diesbezüglichen Prognosen aus der Theorie lassen sich in statische und dynamische Effekte unterteilen. In der statischen Perspektive erhöht eine Entflechtung den Endkundenwettbewerb, woraus sinkende Preise und somit eine größere Nachfrage nach Diensten entsteht. In der dynamischen

Betrachtung besteht die Gefahr, dass die Investitionen des regulierten Unternehmens entwertet und somit Investitionsanreize abgeschwächt werden. Bedingt durch das niedrigere Investitionsniveau kann dann die Netzqualität sinken, was negativ auf die Nachfrage wirkt (entweder durch Nicht-Verfügbarkeit von Breitbandinternet oder durch schlechtere Qualität). Im Gegensatz dazu führt der sogenannten Theorie der Investitionsleiter zufolge eine Öffnung von Netzbestandteilen dazu, dass neue Anbieter sukzessive ihre Investitionen in eigene Netze erhöhen. Durch steigende Investitionen und intensiveren Infrastrukturwettbewerb werden dann positive Effekte für die Netzqualität erwartet.

Diese ambivalenten Effekte regulatorischer Maßnahmen auf die Breitbandnutzung zeigen die Komplexität der Fragestellung und unterstreichen die Notwendigkeit empirischer Studien, um Schlüsse hinsichtlich der Effektivität der Regulierungspolitik zu ziehen.

Analyse und Ergebnisse

Unsere Studie basiert auf Daten aus 16 europäischen Ländern über den Zeitraum von 1997 bis 2013. Wir nutzen eine Datenbank der International Telecommunications Union (ITU) zur Breitbandpenetration sowie Informationen über Änderungen des Regulierungsregimes, wie die Entbündelung der letzten Meile (local loop unbundling) und des gesamten Netzes (retail unbundling) für Wettbewerber des etablierten Unternehmens. Mithilfe eines sogenannten Panelmodells analysieren wir, welche Unterschiede in der Breitbandpenetra-

tion zwischen den untersuchten Staaten sich, unter Berücksichtigung verschiedener Kontrollvariablen, durch die unterschiedliche Einführung von local loop und retail unbundling erklären lassen. Unser Ansatz stellt dabei sicher, dass über die Zeit konstante, länderspezifische Unterschiede (wie etwa unterschiedliche Kaufkraftniveaus, Bevölkerungsdichte etc.) berücksichtigt werden.

Die Ergebnisse unserer Studie belegen, dass die Entflechtung kurzfristig einen positiven Gesamteffekt auf die Breitbandnutzung haben kann. Dies gilt sowohl für *local loop unbundling* wie für *retail unbundling*. Unsere Analyse weist gleichzeitig darauf hin, dass der Effekt nicht persistent über alle Länder positiv ist, sondern vom jeweiligen Diffusionsverlauf abhängt. Wenn die Diffusion erst begonnen hat oder aber schon sehr weit fortgeschritten ist, kann der positive Effekt verschwinden oder sich sogar ins Negative verkehren. Weitere Analysen zeigen kurz- und langfristige Effekte auf: Auch wenn durch die Entflechtung zunächst eine Beschleunigung der Diffusion in der Folgeperiode erreicht werden kann, so kann die Einführung einen negativen langfristigen Effekt hervorrufen.

Zusammenfassung und Politikimplikationen

Unsere Studie kommt zu wichtigen Handlungsempfehlungen für die Regulierungspolitik. Die Entflechtung von Netzelementen kann ein wichtiger Faktor sein, um die Breitbandnutzung in der Bevölkerung zu stimulieren. Hierbei ist jedoch das Timing sehr wichtig. Insbesondere in der frühen und späten Phase resultieren aus der Entflechtung des Netzes negative

Effekte für die Breitbanddiffusion. Eine Entflechtung kann jedoch positiv auf die Breitbandpenetration wirken, wenn sie nicht zu früh eingeführt wird. Diese empirischen Befunde korrespondieren mit den Vorhersagen der Theorie, da sowohl bei der Einführung einer neuen Technologie wie auch in der späten Phase der Anbindung anzunehmen ist, dass verhältnismäßig hohe Kosten für den Netzausbau zu tragen sind; sowohl das Neu-Aufsetzen einer Infrastruktur als auch das Anschließen der letzten Haushalte ans Netz sind (z.B. aufgrund deren Abgeschlossenheit) sehr kostenintensiv. Hier kann die vorhergesagte Gefahr der Verringerung von Investitionen relevant werden und die Diffusion hemmen. Wenn eine Infrastruktur aber in einem mittleren Bereich der Diffusion schnell und relativ kostengünstig ausgebaut werden kann, sind etwaige negative Auswirkungen auf Investitionsanreize weniger relevant und stattdessen überwiegt der positive Effekt niedrigerer Konsumentenpreise auf die Nachfrage. Daraus lässt sich ableiten, dass vor allem bei der Einführung neuer Technologien, wie etwa dem Glasfaseranschluss der Haushalte (Fibre-to-the-Home), ein vorsichtiger Regulierer nötig ist, der nicht zu schnell in den Markt eingreift. Stattdessen kann dieser nach geglücktem Start tätig werden und kurzfristig den Diffusionsprozess beschleunigen. — Dr. Gordon Klein

→ DICE Publikation

Gordon J. Klein und Julia Wendel (2014), „The Impact of Local Loop and Retail Unbundling Revisited“. Die Studie ist abrufbar als DICE Discussion Paper 163 unter: <https://ideas.repec.org/p/zbw/dicedp/163.html>

AKTUELLES & PERSONELLES

Die Gesellschaft für Recht und Ökonomik e.V. ist zu ihrer Jahrestagung 2015 am 23. und 24. Juli in Düsseldorf zusammengekommen. Lokaler Organisator war Prof. Dr. Florian Baumann. Auf der international ausgerichteten Konferenz wurden Fragestellungen des Wettbewerbsrechts und der ökonomischen Analyse des Straf- und Schadensrechts sowie das Urheberrecht erörtert. Prof. Dr. Jochen Hundsdoerfer (FU Berlin) hielt die Keynote-Ansprache zum Thema „Sanctions, Expressive Law, and Taxation“.

PD Dr. Ulrich Heimeshoff, Leiter der Nachwuchsforschergruppe „Empirische Wettbewerbsanalyse“

am DICE, wurde am 19. August 2015 habilitiert und es wurde ihm die Venia Legendi für das Fach Volkswirtschaftslehre erteilt.

Prof. Dr. Tomaso Duso, Jun.-Prof. Dr. Annika Herr und Moritz Suppliet sind mit dem Wissenschaftspreis 2015 der Deutschen Gesellschaft für Gesundheitsökonomie e.V. (dggö) ausgezeichnet worden. Den mit 5 000 Euro dotierten Preis erhielten sie für ihre Publikation „The Welfare Impact of Parallel Imports: A Structural Approach Applied to the German Market for Oral Anti-Diabetics“, welche in der renommierten Fachzeitschrift *Health Economics* erschienen ist.

Wettbewerbsfeindliches Uber-Verbot

Das Landgericht Frankfurt hat am 18. März 2015 den Mitfahrdienst UberPOP deutschlandweit verboten. In einer Grundsatzentscheidung hat das Gericht untersagt, Personenfahrten an Fahrer ohne entsprechende Genehmigung zu vermitteln. Das Verbot ist in hohem Maße wettbewerbs- und verbraucherfeindlich, reflektiert jedoch die nicht mehr zeitgemäße Regulierung des Taximarktes in Deutschland. Der Unsinn einer Ortskundeprüfung in Zeiten, in denen jeder Fahrer und fast jeder Fahrgast ein Navigationsprogramm auf seinem Smartphone hat, dürfte offenkundig sein. Auch die vielerorts vorhandene Begrenzung der Taxilizenzen ist nicht mehr sinnvoll. Früher war die Investition in ein Taxi relativ kostspielig und konnte durch die begrenzten Lizenzen abgesichert werden. Heute sorgt die Begrenzung der Taxilizenzen nur noch für eine Marktabschottung und dafür, dass Lizenzen schwarz gehandelt werden, oftmals zu fünfstelligen Euro-Beträgen.

Für die Lizenzinhaber wirft das Taxigeschäft nach wie vor hohe Gewinne ab. Das liegt zum einen an den staatlich regulierten Festpreisen. Diente die Preisregulierung früher dem Schutz der Verbraucher, nutzt sie heute vor allem den Taxiunternehmen, weil der Preiswettbewerb unterbunden wird. Dabei könnten über Apps die Preise genauso einfach verglichen werden wie beim Friseur oder Pizza-Dienst. Wenn überhaupt mögen Höchstpreise noch sinnvoll sein, nicht aber Festpreise. Das Verbot, durch Rabatte oder Sonderangebote günstiger zu sein als andere Anbieter, ist wettbewerbs- und verbraucherfeindlich. Zum anderen resultieren die Gewinne der Taxiunternehmen aus der relativ geringen Bezahlung der Taxifahrer. Taxifahren ist ein typischer Job für Studienabbrecher, Migranten und andere Quereinsteiger, da der Beruf keine Ausbildung und kaum Startkapital erfordert. Die Konkurrenz auf dem Arbeitsmarkt ist daher intensiv und die Entlohnung gering, ganz unabhängig von der Digitalisierung.

Die weitgehend monopolistisch organisierten Taxizentralen haben die Digitalisierung fast verschlafen – bis neue Anbieter wie MyTaxi oder Uber in den Markt eingetreten sind.

Diese Plattformen ermöglichen es den Fahrgästen nicht nur, direkt das nächste verfügbare Taxi mit der jeweiligen App zu bestellen. Sie ermöglichen es den Kunden auch, die Fahrer zu bewerten. Dasselbe gilt umgekehrt für die Fahrgäste, die etwa bei Uber von den Fahrern bewertet werden. Die Registrierung von Fahrern und Fahrgästen erhöht für beide die Sicherheit.

Der Staat ist gefordert, die Sinnhaftigkeit bestehender Regelungen zu überprüfen. Im Bereich der Personenbeförderung ist dies komplett gescheitert. Die Stellungnahme der Bundesregierung zum letzten Hauptgutachten der Monopolkommission verheißt hier wenig Gutes: Weiter so wie bisher, heißt das Motto im Wesentlichen. Die Taxi-regulierung in seinem Lauf, hält weder Ochs noch Esel auf, hätte man in Anlehnung an ein berühmtes Zitat auch schreiben können.

Eine Liberalisierung des Taximarktes bedeutet nicht, dass nicht ein Mindestmaß an Regulierung sinnvoll sein kann: Zu denken ist an Anforderungen sowohl an die eingesetzten Pkw als auch an die Fahrer, etwa hinsichtlich des gesundheitlichen Zustands, Vorstrafen und Punkten in der Verkehrssünderdatei. Auch über Versicherungspflichten sollte nachgedacht werden, sobald ein gewisses Ausmaß an Personenbeförderungen erreicht wird. Ein pauschales Verbot jedoch, das letztlich vor allem den Verbrauchern schadet und den Taxifahrern selbst kaum hilft, wohl aber den etablierten Taxiunternehmen, ist die denkbar schlechteste Antwort auf die Digitalisierung. Auch hier droht Deutschland den Anschluss zu verlieren.

Prof. Dr. Justus Haucaj

→ DICE Publikation

Justus Haucaj, Ferdinand Pavel, Rafael Aigner, Michael Arnold, Moritz Hottenrott und Christiane Kehder (2015), „Chancen der Digitalisierung auf Märkten für urbane Mobilität: Das Beispiel Uber“. DICE Ordnungspolitische Perspektiven Nr. 73, online abrufbar unter: <https://ideas.repec.org/p/zbw/diceop/73.html>

Dieser Kommentar ist in etwas abgewandelter Form auch in *Wirtschaft und Wettbewerb* 9/2015 erschienen.

Wie der Austausch von Kundendaten den Wettbewerb beeinflusst

In vielen Branchen sammeln Unternehmen nicht nur Daten über ihre Kunden, sondern tauschen diese mit Wettbewerbern aus. Wir haben die Anreize dafür untersucht sowie die theoretischen Auswirkungen auf den Preiswettbewerb. Unsere Analyse zeigt: Die Anreize hängen von der Art der Daten ab und sind in einem intensiveren Wettbewerbsumfeld stärker. Letztendlich führt der Datenaustausch zu durchschnittlich höheren Preisen.

Daten werden wichtiger für Unternehmen

Fortschritte in der Informationstechnologie erlauben es heute Unternehmen in vielen Branchen, umfassende Daten über ihre Kunden und deren Verhalten zu sammeln. Basierend auf diesen Kundendaten können Unternehmen Schlussfolgerungen über Kundenpräferenzen ziehen und diese zur Preisdifferenzierung nutzen, also um Kunden zu segmentieren und für verschiedene Kundengruppen unterschiedliche Preise festzulegen.

Ein illustratives Beispiel liefern Fluggesellschaften. Mithilfe von computergestützten Reservierungssystemen werden persönliche Kundendaten wie Name, Adresse, Alter und Geschlecht, aber auch die individuelle Reisehistorie erfasst. Eine weitere Datenquelle stellen Vielfliegerprogramme dar. Berichten der Internationalen Luftverkehrsvereinigung (IATA) zufolge sind die Airlines mithilfe der Kundendaten in der Lage, maßgeschneiderte Preisnachlässe zu gewähren und so unterschiedliche Preise von verschiedenen Kundensegmenten zu verlangen.

Auch in der Telekommunikationsbranche werden große Mengen an Kundendaten in Form von geschützten kundenbezogenen Netzwerkinformationen – sogenannte Customer Proprietary Network Information (CPNI) – gespeichert. Diese Daten enthalten Identifizierungsdaten von Kunden und detaillierte Informationen zu deren Telefonierverhalten. Diese CPNI werden auch für auf die Rückgewinnung von Kunden gerichtete Marketingaktivitäten genutzt. Die amerikanischen Federal Communications Commission (FCC) hat diese Praxis 1999 als wettbewerbsfördernd eingestuft.

Der Austausch von Daten

Teilweise werden Kundendaten jedoch nicht nur gesammelt und unternehmensintern für preispolitische Maßnahmen genutzt, sondern auch zwischen im Wettbewerb stehenden Unternehmen ausgetauscht. In der Luftfahrt erlaubt es das Computerreservierungssystem, Fluggastdatensätze für konkurrierende Linienfluggesellschaften zugänglich zu machen. Die Unternehmen können jedoch Einschränkungen im Hinblick auf die zu teilenden Daten vornehmen. So halten manche Fluglinien etwa Vielfliegerdaten im Computerreservierungssystem zurück. In der Telekommunikationsbranche können die kundenbezogenen Netzwerkinformationen möglicherweise bei den Wettbewerbern landen, weil laut FCC der unautorisierte Zugang für diese Daten stark zugenommen hat. Im Prinzip könnten Unternehmen durch höhere Sicherheitsstandards ausschließen, dass personenbezogene Daten an die Konkurrenz gelangen und somit ein indirekter Datenaustausch stattfindet.

Wann tauschen Wettbewerber Kundendaten aus?

In einer DICE-Studie haben wir untersucht, unter welchen Bedingungen Wettbewerber einen Anreiz haben, Kundendaten auszutauschen. Es zeigt sich, dass diese Anreize stark sowohl von der Art der Daten als auch von der Intensität des Wettbewerbs abhängen.

In unserem theoretischen Modell unterscheiden wir zwei Parameter: die Produktpräferenzen eines Konsumenten und dessen Sensitivität in Bezug auf Preis oder Werbung.

Der erste Parameter beschreibt etwa, welche Airline ein Fluggast bevorzugt. Der zweite wichtige Parameter misst, wie sensitiv der Kunde auf Preisänderungen oder Werbung reagiert. Mit anderen Worten: Dieser Parameter zeigt, wie leicht der Kunde dazu zu bewegen ist, ein Produkt zu kaufen, das eigentlich nicht seine erste Wahl ist.

Die Ergebnisse unserer theoretischen Studie zeigen, dass die Anreize Kundendaten auszutauschen davon abhängen, ob es um Daten über kundenspezifische Produktpräferenzen oder die Sensitivität der Kunden in Bezug auf Preisänderungen geht. Im ersten Fall haben die Wettbewerber keinen Anreiz, Kundendaten zu teilen. Im zweiten Fall kann es jedoch für die Unternehmer profitabel sein, Daten mit der Konkurrenz zu teilen. Dieser Unterschied resultiert aus der unterschiedlichen Wirkung der zwei Datentypen auf das strategische Verhalten der Unternehmen. Wenn Informationen zu den Produktpräferenzen von Kunden ausgetauscht werden, wird der Wettbewerb zwischen den Unternehmen stets intensiviert. Der Grund dafür ist folgender: Wenn das Unternehmen mehr über Produktpräferenzen der Kunden erfährt, kann es den Kunden, die eigentlich den Wettbewerber bevorzugen, gezielt einen niedrigeren Preis anbieten als den Kunden, die ohnehin das eigene Produkt bevorzugen. Da sich die Unternehmen dann gegenseitig unterbieten, senkt dieses Verhalten die Unternehmensprofite. Daher besteht kein Anreiz zum Austausch von Informationen zu Produktpräferenzen.

Im Vergleich dazu ist weniger klar, wie der Austausch von Daten zur Preissensitivität von Konsumenten den Preiswettbewerb beeinflusst. Ob dieser gestärkt oder geschwächt wird, hängt von der Intensität des Preiswettbewerbs ab, der auch ohne Datenaustausch besteht. Unsere Ergebnisse zeigen: Wenn der Preiswettbewerb ohne Datenaustausch schwach ist, wird er durch den Datenaustausch meistens gestärkt, d.h. Unternehmen setzen im Durchschnitt niedrigere Preise und erwirtschaften geringere Profite. Da der Austausch von Kundeninformationen nachteilig für die beteiligten Unternehmen wäre, sollte dieser Fall nie eintreten. Wenn der Wettbewerb jedoch intensiv und die Preise damit auch ohne Datenaustausch relativ niedrig waren, werden sie nach dem Datenaustausch im Durchschnitt meistens steigen – das liegt daran, dass Unternehmen mithilfe zusätzlicher Daten die Kunden stärker segmentieren und dadurch preislich stärker differenzieren können. Im Ergebnis ist der Austausch von Kundendaten wahrscheinlicher, wenn der Wettbewerb auch ohne

Datenaustausch stark ist, weil dann wenig Spielraum für eine noch weitere Steigerung der Wettbewerbsintensität besteht. In diesem Fall führt der Datenaustausch zu höheren Profiten bei den Unternehmen – zum Nachteil der Konsumenten.

Fazit und wettbewerbspolitische Implikationen

Unsere Analyse hat gezeigt, dass der Austausch von Informationen über Produktpräferenzen stets wettbewerbsfördernd wirkt und in niedrigeren Preisen resultieren würde. Im Ergebnis tauschen Unternehmen solche Daten deswegen nicht aus. Anders verhält es sich bei Informationen über die Preissensitivität. Ist die Wettbewerbsintensität hinreichend hoch, können diese Informationen dazu genutzt werden, gezielt Preisdifferenzierung zu betreiben und die Profite zu steigern. Wenn sich Unternehmen also zum Datenaustausch entschließen, so ist davon auszugehen, dass dies zu Lasten des Wettbewerbs und somit der Verbraucher geschieht.

Die revidierten Leitlinien der Europäischen Kommission für die Vereinbarungen über horizontale Zusammenarbeit sind um ein Kapitel über die Wettbewerbseffekte des Datenaustauschs zwischen Konkurrenten erweitert worden. Es geht darin um die Frage, unter welchen Bedingungen Datenaustausch kollusionsfördernd wirken kann und den Wettbewerb schwächt. Dabei werden aber Kundendaten, die Preisdifferenzierung vereinfachen, nicht explizit betrachtet. Wie unsere Analyse gezeigt hat, bedarf es gar keiner expliziten Kollusion, um höhere Preise und Unternehmensprofite erzielen zu können: Bereits Preisdifferenzierung auf Basis ausgetauschter Kundendaten kann zu unerwünschten Ergebnissen führen.

Aus wettbewerbspolitischer wäre es daher wünschenswert, dem neuen Kapitel der Leitlinien einen Absatz hinzuzufügen, der sich dem Thema Datenaustausch und Preisdifferenzierung widmet. __ Jun.-Prof. Dr. Irina Baye

→ DICE Publikation

Nicola Jentzsch, Gesa Sapi und Irina Suleymanova (2013), „Targeted Pricing and Customer Data Sharing Among Rivals“, *International Journal of Industrial Organization*, Vol. 31, S. 131–144. Die Studie ist abrufbar als DICE Discussion Paper No. 60 unter: <https://ideas.repec.org/p/zbw/dicedp/60.html>.

Handel ohne Grenzen

Dass politische Grenzen eine Barriere für den Handel sein können, ist aus der internationalen Handelsforschung wohlbekannt. Weniger gut dokumentiert ist, dass Handelsbarrieren auch innerhalb eines Landes bestehen können. So lässt sich ein signifikant niedrigeres intranationales Handelsvolumen zwischen dem Osten und dem Westen Japans ausmachen als innerhalb der beiden Landesteile. Die Handelshemmnisse lassen sich dabei auf die bipolare Struktur inner-japanischer Unternehmens- und Migrationsnetzwerke zurückführen.

Der handelsreduzierende Effekt politischer Grenzen gilt als einer der am besten dokumentierten Befunde der empirischen Handelsliteratur. So beläuft sich beispielsweise das internationale Handelsvolumen zwischen US-amerikanischen Bundesstaaten und kanadischen Provinzen nur auf ein Bruchteil des Handelsvolumens zwischen vergleichbaren Regionen innerhalb beider Länder. Während politische Grenzen also eindeutig mit einer maßgeblichen Reduktion im grenzüberschreitenden Handel verbunden sind, stellt sich die Frage nach dem Umkehrschluss. Lassen sich Handelsschranken entlang bestimmter geographischer Dimensionen auch losgelöst vom Verlauf politischer Grenzen identifizieren?

Faktoren bilateraler Handelsströme

Welche Faktoren bestimmen das Ausmaß bilateraler Handelsströme zwischen zwei Regionen? Neuere Handelsmodelle beantworten diese elementare Frage mit einer Analogie zum Newtonschen Gravitationsgesetz. Während in der Physik die Anziehungskraft zwischen zwei Körpern positiv von deren Massen und negativ von der zu überbrückenden Distanz abhängt, sind es im ökonomischen Kontext die Marktpotenziale (d.h. die ökonomischen Massen) der betrachteten Regionen sowie die zu überbrückenden Handelshemmnisse (u.a. die Distanz), welche das Ausmaß des bilateralen Handelsvolumens bestimmen. Maßgeblich für die Erfolgsgeschichte der ökonomischen Gravitationsgleichung ist dabei die Möglichkeit, neben einer Vielzahl anderer bilateraler Handelshemmnisse auch den handelsreduzierenden Effekt politischer Grenzen identifizieren und quantifizieren zu können. Politische Grenzen senken nicht nur das heutige Handelsvolumen substantiell, sie werfen auch einen langen Schatten in die Zukunft. So lässt sich beispielsweise der Verlauf der ehemaligen Sezessionsgrenze zwischen den amerikanischen Nord- und Südstaaten noch heute – 150

Jahre nach Beendigung des amerikanischen Bürgerkrieges – mit einem um 12,8 Prozent niedrigerem Handelsvolumen in Verbindung bringen.

Handelsschranke zwischen Ost und West

Im Rahmen einer empirischen Untersuchung innerjapanischer Handelsverflechtungen habe ich nun erstmals eine systematische Handelsschranke für den intranationalen Handel zwischen Präfekturen im Osten und Westen Japans identifizieren können (vgl. Abbildung 1). Das Handelsvolumen zwischen Ost und West fällt dabei je nach Spezifikation um 23,1 bis 51,3 Prozent geringer aus als innerhalb beider Landesteile. Anders als im Falle Deutschlands, für welches das Ost-West-Handelsgefälle trotz anhaltender Integrationsbemühungen in Jahr 2004 immer noch stattliche 20,5 Prozent betrug, lässt sich die Teilung des innerjapanischen Handelsraums weder durch eine historische Ost-West-Grenze noch durch offensichtliche kulturelle Unterschiede erklären. Die Robustheit des Ergebnisses wird vielmehr durch eine ganze Reihe von Sensitivitätstests bestätigt, wobei insbesondere alternative geographische Handelsschranken basierend auf abweichenden räumlichen Aufteilungen (z.B. in Zentrum versus Peripherie) systematisch ausgeschlossen werden können.

Was verursacht nun die in Abbildung 1 illustrierte Teilung des japanischen Handelsraums? Aus einer Vielzahl möglicher Einflussfaktoren konnte ich zwei konkurrierende Erklärungsansätze isolieren, welche, zusammengefasst unter der Überschrift „Geschichte versus Agglomeration“, ein Auflösung des innerjapanischen Ost-West-Handelspuzzles versprechen. Während der geschichtliche Ansatz die historisch bedingten kulturellen Unterschiede als mögliche Ursache betont, geht der Agglomerationsansatz davon aus, dass die bipolare (Tokyo-versus-Osaka) Verstärkung Nachkriegsjapans zu dualen Netzwerkstrukturen innerhalb der japanischen Wirtschaft

West-Japan

KANSAI

- 24. Mie
- 25. Shiga
- 26. Kyōto
- 27. Ōsaka
- 28. Hyōgo
- 29. Nara
- 30. Wakayama

CHŪGOKU

- 31. Tottori
- 32. Shimane
- 33. Okayama
- 34. Hiroshima
- 35. Yamaguchi

SHIKOKU

- 36. Tokushima
- 37. Kagawa
- 38. Ehime
- 39. Kōchi

KYŪSHŪ

- 40. Fukuoka
- 41. Saga
- 42. Nagasaki
- 43. Kumamoto
- 44. Ōita
- 45. Miyazaki
- 46. Kagoshima

OKINAWA

- 47. Okinawa (ohne Abb.)

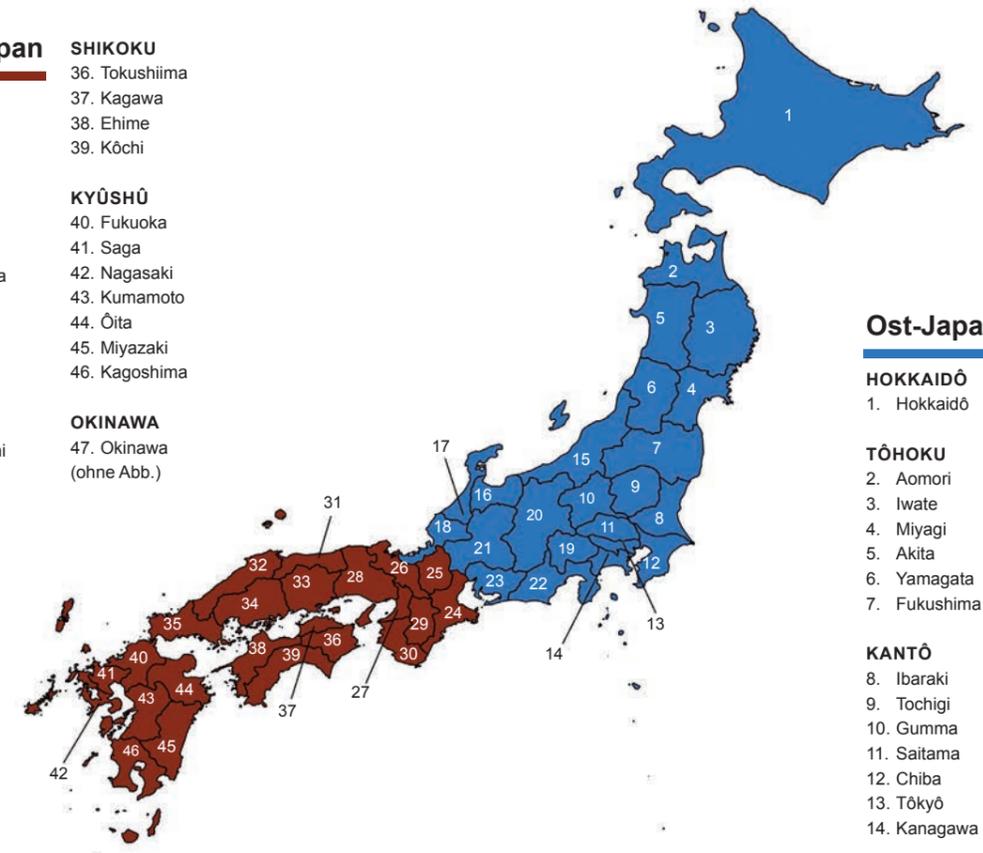


Abbildung 1: Die japanischen Präfekturen, eingeteilt in Ost (blau) und West (rot)

Ost-Japan

HOKKAIDŌ

- 1. Hokkaidō

TŌHOKU

- 2. Aomori
- 3. Iwate
- 4. Miyagi
- 5. Akita
- 6. Yamagata
- 7. Fukushima

KANTŌ

- 8. Ibaraki
- 9. Tochigi
- 10. Gumma
- 11. Saitama
- 12. Chiba
- 13. Tōkyō
- 14. Kanagawa

CHŪBU

- 15. Niigata
- 16. Toyama
- 17. Ishikawa
- 18. Fukui
- 19. Yamanashi
- 20. Nagano
- 21. Gifu
- 22. Shizuoka
- 23. Aichi

führte. Eine umfassende Kartographierung kultureller Unterschiede innerhalb Japans basierend auf historischen Daten zur Verbreitung von Dialekten der japanischen Sprache lässt keinerlei Rückschlüsse auf eine systematische Ost-West-Demarkationslinie zu. Umso klarer jedoch ist ein entsprechendes Ost-West-Muster in Japans sozialer Netzwerkstruktur erkennbar. Dabei führt auch in Japan eine intensivere Vernetzung von Haushalten und Unternehmen grundsätzlich zu mehr Handel, die handelsschaffenden Netzwerkeffekte sind dabei jedoch mitunter regional sehr unterschiedlich stark ausgeprägt. Eine intensivere Vernetzung innerhalb des Ostens und des Westens führt folglich zu mehr Handel innerhalb beider Regionen und gleichzeitig zu einer Wasserscheide für den Handel dort, wo die regional integrierten Netzwerke des Ostens und Westens aneinandergrenzen.

Fazit

Was lehrt uns Japans duale Netzwerkstruktur? Das illustrative Beispiel einer geographischen Ost-West-Handelsschranke jenseits aktueller und historischer politischer Gren-

zen hinterfragt, inwiefern sich starre politische Grenzen zur bedeutsamen Abgrenzung stetig weiterentwickelnder sub- und supra-nationaler Wirtschaftsräume eignen. Integrationsbemühungen, welche ausschließlich auf die Eliminierung von Handelshemmnissen entlang politischer Außengrenzen abstellen, greifen folglich immer dann zu kurz, wenn sich der Verlauf politischer Grenzen signifikant von der Geographie real existierender Wirtschaftsräume unterscheidet.

Jun.-Prof. Dr. Jens Wrona

→ DICE Publikation

Jens Wrona (2015), „Border Effects without Borders: What Divides Japan's Internal Trade?“ Die Studie ist abrufbar als DICE Discussion Paper No. 185 unter: <https://ideas.repec.org/p/zbw/dicedp/185.html>

Kartellrechtsanwendung auf Online-Märkten

Wettbewerbsbeschränkungen des Internet-Handels haben sich zu einem Schwerpunktthema der Kartellrechtsdurchsetzung entwickelt. Auch am DICE wird intensiv zu den neuen Herausforderungen geforscht, die sich für Kartellrecht und Wettbewerbspolitik durch die Digitalisierung ergeben.

Der Google-Fall

Wir haben uns intensiv mit dem Brüsseler Kartellrechtsverfahren gegen Google wegen einer angeblich missbräuchlichen Bevorzugung der eigenen Einkaufsplattform Google Shopping auseinandergesetzt. Unsere Analysen zeigen erstens, dass die Marktabgrenzung bei Suchmaschinen äußerst schwierig ist: zum einen weil für Suchanfragen kein Entgelt von den Nutzern erhoben wird, sondern Nutzer mit ihren Daten bzw. ihrer Aufmerksamkeit für die platzierten Werbeanzeigen zahlen, sodass typische Instrumente der Marktabgrenzung nicht anwendbar sind. Zum anderen weil Internetsuchen nicht nur über universelle Suchmaschinen erfolgen, sondern auch bei spezialisierten Webseiten. So wird bei Amazon nach Büchern und vielen anderen Produkten gesucht, ebenso bei eBay, bei Wikipedia nach allgemeinen Informationen, in sozialen Netzen nach Personen etc. Das mögliche Substitutionsverhalten der Nutzer ist hier bisher wenig ergründet worden, was eine sachgerechte Marktabgrenzung erschwert. Zweitens ist auch der Nachweis einer angeblich verzerrten Darstellung von Suchergebnissen schwer zu erbringen, schließlich muss eine Suchmaschine die Treffer sortieren, sonst wäre sie ziemlich

nutzlos. Und drittens sind auch die möglichen Abhilfen allesamt nicht ohne Nebenwirkungen. Eine Entflechtung von Suchmaschinen wäre hochgradig innovations- und damit auch nutzerunfreundlich. Die Vorgabe einer Suchmaschinenneutralität hört sich zwar gut an, dürfte aber in der Praxis faktisch kaum operationalisierbar sein, da sich Googles Suchalgorithmus fast 1000-mal im Jahr ändert. Wer legt dann fest, was „neutral“ ist, wer soll dies überprüfen und für welche Suchanfragen soll das gelten – etwa für alle denkbaren? Am besten scheinen hier weitere Transparenzvorgaben zu sein, die es den Nutzern erstens noch deutlicher machen, welche Links sogenannte organische Suchtreffer sind und welche nicht, und zweitens zwischen Google-Inhalten und anderen unterscheiden. Weitere Details finden sich bei Haucap und Kehder (2013).

Doppelpreissysteme und Preisspaltungen

Auch Vertikalvereinbarungen im Internethandel sind ein intensiv beforschtes Thema am DICE. Dertwinkel-Kalt, Haucap und Wey (2015a) befassen sich etwa mit dem weitgehenden Verbot von Preisspaltungen bei den Herstellerpreisen zwi-

schen Online- und Offline-Vertriebswegen. Nach den europäischen Leitlinien für vertikale Beschränkungen sind Vereinbarungen zwischen Herstellern und Händlern verboten, nach denen ein Händler für online vertriebene Mengen eines Produktes einen höheren Preis an den Hersteller zahlen muss als für offline vertriebene Einheiten (sog. Doppelpreissystem bzw. Preisspaltung). So dürfen etwa keine höheren Rabatte für offline vertriebene Mengen gewährt werden. Jegliche preisliche Schlechterstellung hinsichtlich der online vertriebenen Mengen ist prinzipiell unzulässig. Allenfalls in engen Ausnahmefällen kommt eine Einzelfreistellung in Betracht, wenn der Onlinevertrieb für den Hersteller mit deutlich höheren Kosten verbunden ist als Offlineverkäufe. Das Bundeskartellamt hat diese Preisspaltung in jüngerer Zeit in zahlreichen Verfahren gegen deutsche Hersteller untersucht und ein Ende der vertriebswegbezogenen Preisspaltung erreicht. Die Wettbewerbswirkungen einer Preisspaltung sind jedoch keineswegs so eindeutig, wie es die Leitlinien für vertikale Beschränkungen und die Kartellrechtspraxis erwarten lassen. Vielmehr kann gerade die Preisspaltung den intermodalen Wettbewerb zwischen Online- und Offline-Händlern befördern. Kern unseres theoretischen Beitrags ist die Einsicht, dass es gerade die Preisspaltung zwischen online und offline vertriebenen Produkten den Herstellern ermöglicht, auch den eigentlich teureren stationären Handel am Leben zu halten. Ist eine Preisspaltung untersagt, kann stationären Händlern aufgrund ihrer höheren Vertriebskosten das Ende drohen, da der stationäre Handel im Wettbewerb mit dem kostengünstigeren Internetvertrieb nicht mehr konkurrenzfähig ist. Verschwinden jedoch mittelfristig die stationären Händler, droht eine Marktkonzentration und somit ein Verlust an Wettbewerb zwischen den Vertriebsformen zu Lasten der Verbraucher. Wie wir in einem weiteren Beitrag zeigen, können starke Internethändler ihre Verhandlungsmacht sogar strategisch dazu nutzen, die stationären Händler vom Markt zu verdrängen, indem sie für alle ungünstige Beschaffungskonditionen aushandeln, die sich nur noch die marktstarken Internethändler leisten können. Ein Verbot der Preisspaltung sichert in diesem Fall nicht den Wettbewerb, sondern – ganz im Gegenteil – würgt ihn sogar künstlich ab. Dies geht gleichermaßen zu Lasten von Herstellern und Verbrauchern. Weitere Details finden sich bei Dertwinkel-Kalt, Haucap und Wey (2015b).

Meistbegünstigungsklauseln im Online-Handel

Neben Preisspaltungen sind Meistbegünstigungsklauseln wichtige Beispiele für vertikale Beschränkungen im Online-Handel. Prominente Beispiele sind hier der Apple-Ebook-Fall sowie in Deutschland das Verfahren gegen HRS. Auch die Wettbewerbswirkungen dieser Fälle sind bei genauer Analyse weniger eindeutig als die Rechtsprechung vermuten lässt. Im Verfahren gegen Apple ging es zum einen um die Einrich-

tung einer Meistbegünstigungsklauseln, nach der Ebooks über die Apple-Plattformen nicht teurer verkauft werden dürfen als auf der günstigsten anderen Plattform (ein sogenanntes Across Platform Parity Agreement – APPA), zum anderen um die Umstellung von Großhandelssystem auf das Handelsvertretermodell beim Ebook-Vertrieb. Während eine Betrachtung der Ebook-Preise schnell auf Preissteigerungen schließen lässt, ist die Lage weitaus weniger eindeutig, wenn auch die Preise der komplementären Lesegeräte für Ebooks betrachtet werden, welche parallel gesunken sind. Details finden sich bei Gaudin und White (2014).

Auch das HRS-Verfahren des Bundeskartellamts haben wir jüngst einer wettbewerbsökonomischen Analyse unterzogen. Wieder ging es hier um APPA, also hier um die Vereinbarung Hotelzimmer nirgendwo günstiger anzubieten als bei HRS (sog. Bestpreisklausel), und wieder ergeben sich bei der sachlichen Marktabgrenzung auf Plattformmärkten sowie bei den entwickelten Schadenstheorien nicht unerhebliche Schwierigkeiten, welche Kartellbehörden und Gerichte in keine einfache Lage versetzen. Aufgrund der noch wenig klaren Wirkungsweisen von APPA sowie den konzeptionellen Problemen der Marktabgrenzung stellt sich die (durchaus offene) Frage, ob nicht eine behutsamere Vorgehensweise gegenüber den Plattformen ratsamer wäre. — Prof. Dr. Justus Haucap

→ DICE Publikationen

Markus Dertwinkel-Kalt, Justus Haucap und Christian Wey (2015a), „Procompetitive Dual Pricing“, erscheint in: *European Journal of Law and Economics*, vorläufige Fassung online abrufbar unter: <https://ideas.repec.org/p/zbw/dicedp/99.html>

Markus Dertwinkel-Kalt, Justus Haucap und Christian Wey (2015b), „Raising Rivals' Costs through Buyer Power“, in: *Economics Letters*, Vol. 126, S. 181–184, online abrufbar unter: <https://ideas.repec.org/p/zbw/dicedp/162.html>

Germain Gaudin und Alexander White (2014), „On the Antitrust Economics of the Electronic Books Industry“, *DICE Discussion Paper No 147*, online abrufbar unter: <https://ideas.repec.org/p/zbw/dicedp/147r.html>

Lisa Hamelmann, Justus Haucap und Christian Wey (2015), „Die wettbewerbsrechtliche Zulässigkeit von Meistbegünstigungsklauseln auf Buchungsplattformen am Beispiel von HRS“, erscheint in: *Zeitschrift für Wettbewerbsrecht (ZWeR)*, vorläufige Fassung auch online abrufbar unter: <https://ideas.repec.org/p/zbw/diceop/72.html>

Justus Haucap und Christiane Kehder (2013), „Suchmaschinen zwischen Wettbewerb und Monopol: Der Fall Google“, in: R. Dewenter, J. Haucap und C. Kehder (Hrsg.), *Wettbewerb und Regulierung in Medien, Politik und Märkten: Festschrift für Jörn Kruse zum 65. Geburtstag*, Nomos-Verlag: Baden-Baden, S. 115–154, online abrufbar unter: <https://ideas.repec.org/p/zbw/diceop/44.html>



Foto: shutterstock.com/Gajus

6. EGIT-Workshop in Düsseldorf

Am 20. und 21. März 2015 fand der sechste „Economic Geography and International Trade“-Workshop (EGIT) statt, der von Prof. Dr. Jens Südekum (DICE) gemeinsam mit Prof. Gabriel Felbermayr, Ph.D. (CESifo und LMU München) und Prof. Dr. Volker Nitsch (TU Darmstadt) ausgerichtet wurde. Diesjähriger Veranstaltungsort war das Haus der Universität in Düsseldorf.

Im Rahmen des Workshops präsentierten Nachwuchswissenschaftlerinnen und Nachwuchswissenschaftler ihre Arbeiten aus den Bereichen der ökonomischen Geographie und des internationalen Handels. Diese Arbeiten wurden von erfahrenen Wissenschaftlern kritisch diskutiert. Christian Fischer, Doktorand am DICE, präsentierte ein gemeinsames Papier mit Jens Südekum und Fabrice Defever (University of Nottingham) mit dem Titel „Relational Contracts and Supplier Turnover in the Global Economy“.

Für die diesjährige Keynote Ansprache konnte Henry Overman (London School of Economics) gewonnen werden. Sein Vortrag „Home versus Home-Town: What do we mean by spatial sorting?“ befasste sich mit der Beziehung zwischen dem Geburtsort von Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern und den resultierenden Arbeitsmarktallokationen in Großbritannien.

Insgesamt nahmen mehr als 30 Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler aus ganz Europa an der Tagung teil. Finanziert wurde die Veranstaltung über das DFG-Schwerpunktprogramm 1764 „Der deutsche Arbeitsmarkt in der Globalisierung: Herausforderungen durch Handel, Technologie und Demografie“. *___ Verena Nowak und Christian Fischer*

Symposium „The German Experience under the EU Damages Directive“

Am 16. Juni veranstaltete das DICE in Kooperation mit der George Washington University Law School (GWU) und der amerikanischen Kanzlei Hausfeld ein Symposium zum Thema „The German Experience under the EU Damages Directive“ im Haus der Universität in Düsseldorf.

Nach der Begrüßung durch Prof. Dr. Christian Wey (DICE) stellte der renommierte amerikanische Anwalt Michael Hausfeld die europäische Richtlinie zu kartellrechtlichen Schadensersatzansprüchen (2014/104/EU) vor und erörterte ihren Einfluss auf die Wettbewerbsbedingungen in Deutschland. Anschließend leitete Ed Coulson (Hausfeld) die erste Podiumsdiskussion ein. Diskutanten waren Filip Kubik (EC), Prof. Dr. Christian Kers-

ting (Universität Düsseldorf), Dr. Michael Buch (Metro Group), Dr. Tilman Makatsch (Deutsche Bahn), Dr. Volker Soyez (Haver & Mailänder Rechtsanwälte) sowie Rüdiger Harms (Cleary Gottlieb Steen & Hamilton). Als Kernziele der Richtlinie wurden das Recht der Geschädigten auf angemessene Kompensation sowie die Optimierung des Zusammenspiels zwischen staatlicher und privater Wettbewerbsrechtsdurchsetzung herausgestellt. Insbesondere wurde dabei die mögliche Vorreiterrolle Deutschlands, aber auch die Problematiken, die sich aus der Umsetzung der Richtlinie ergeben, betont.

In der folgenden Podiumsdiskussion, geleitet von Prof. Dr. William Kovacic (GWU), wurden die potenziellen Auswirkungen der Richtlinie in der Beratungspraxis erörtert. Besonders prekär seien die Verteilung der Beweislast und die daraus resultierende Benachteiligung der Direktabnehmer, der Schutz vertraulicher Informationen und die Auswirkungen auf die Kronzeugenregelung. Gleichzeitig nannten die Diskutanten Enno Eilts (Oxera), Dr. Uta Itzen (Freshfields Bruckhaus Deringer), Dr. Christian Steinle (Gleiss Lutz), Romina Polley (Cleary Gottlieb Steen & Hamilton), Dr. Thorsten Mäger (Hengeler Mueller), Anthony Maton (Hausfeld) und Prof. Dr. Albrecht Bach (Oppenländer Rechtsanwälte) auch Vorteile, wie die zunehmende Gerechtigkeit für Geschädigte, verstärkte Rechtssicherheit und Wettbewerb zwischen europäischen Rechtsregimen. In der abschließenden Ansprache betonte auch Christopher Rother (Deutsche Bahn) diese Vorteile.

Nachmittags folgte ein simuliertes Gerichtsverfahren, bei dem sich die Anwälte Dr. Thomas Funke (Osborne Clarke) und Dr. Kathrin Westermann (Noerr LLP), unterstützt durch die Ökonomen Dr. Veit Böckers (DICE) und Dr. Ulrich Heimeshoff (DICE), gegenüberstanden. Als Richter fungierten Judge Douglas Ginsburg (United States Court of Appeals for the District of Columbia Circuit), Prof. Dr. Dr. h.c. Joachim Bornkamm (Vorsitzender Richter am BGH a.D.), Hendrik Kerkmeeester (Dutch Court of Appeals) sowie Peter Freeman CBE QC (Competition Appeal Tribunal); Prof. Dr. Kai-Uwe Kühn (DICE und University



Michael Hausfeld erläutert die Richtlinie zu wettbewerbsrechtlichen Schadensersatzansprüchen (2014/104/EU). Foto: DICE Consult

of Michigan) verkörperte den unabhängigen ökonomischen Gerichtsgutachter. Im Schlusswort des Symposiums resümierte Michael Hausfeld, dass die Richtlinie Chancen und Risiken berge; letztere sollen jedoch nicht die weitere Entwicklung hemmen, sondern durch die Rechtsgestaltung bewältigt werden. *___ Lisa Hamelmann*

7. NRW-Workshop Verbraucherforschung: „Schöne neue Verbraucherwelt?“



*Ministerin S. Schulze, W. Schuldzinski, Prof. Dr. J. Haucap und J. Becker (v.l.n.r.)
Foto: Gebauer / VZ NRW*

Am 15. Juni 2015 hat der 7. NRW-Workshop Verbraucherforschung im Haus der Universität in Düsseldorf stattgefunden. Die gemeinsame Veranstaltung des DICE und des Kompetenzzentrums Verbraucherforschung NRW (KVF NRW) der Verbraucherzentrale NRW stand unter dem Motto „Schöne neue Verbraucherwelt?“.

Nach der Begrüßung durch den neuen Vorstand der Verbraucherzentrale NRW, Wolfgang Schuldzinski, richteten Svenja Schulze, Landesministerin für Innovation, Wissenschaft und Forschung und Julianne Becker vom Ministerium für Klimaschutz, Umwelt, Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz Grußworte an die Anwesenden.

Den Auftakt machte Prof. Dr. Justus Haucap (DICE) und beleuchtete die Chancen und Risiken der Digitalisierung für den Verbraucher. Im ersten Themenblock „Big Data“ bewertete Prof. Dr. Dirk Helbing (ETH Zürich) die gesellschaftlichen Folgen von Big Data und Dr. Barbara Kolany-Raiser (Universität Münster) stellte das Projekt ABIDA („Assessing Big Data“) vor. Den zweiten Schwerpunkt bildete die Frage nach der Sicherheit im Internet der Dinge. Mit der Sicherheit in vernetzten Fahrzeugen befasste sich Prof. Dr. Kerstin Lemke-Rust (Hochschule Bonn-Rhein-Sieg).

Prof. Dr. Ulrich Greveler (Hochschule Rhein-Waal) beleuchtete die Chancen und Risiken des Smart Grid. Unter dem letzten Themenschwerpunkt „Datenschutz und Privatsphäre“ sprachen Prof. Dr. Michael Schleusener und Dr. Sarah Stevens (Hochschule Niederrhein) zum Thema „Der digital verführte, ahnungslose Verbraucher“.

Den Abschluss der Veranstaltung bildete eine Podiumsdiskussion unter der Leitung von Wolfgang Schuldzinski zum Thema „Schöne neue Verbraucherwelt?“. Diskutanten waren die Landtagsabgeordneten Inge Blask (SPD), Henning Höne (FDP), Hans Christian Markert (Grüne), Dr. Joachim Paul (Piraten) und Robert Stein (CDU). *___ Lars Zeigermann*

Deutsch-Französischer Workshop „Competition and Bargaining in Vertical Chains“ in Düsseldorf

Der dritte Workshop des deutsch-französischen Forschungsprojekts „Competition and Bargaining in Vertical Chains“ fand am 25. und 26. Juni bereits zum zweiten Mal in Düsseldorf statt. Im Haus der Universität kamen mehr als 30 Ökonomen aus fünf verschiedenen Ländern zusammen, um neuste Forschungsergebnisse zu diskutieren und Ideen auszutauschen. Die Vielfalt an Methodik – Theorie, Empirie und ökonomische Experimente – sorgte für eine abwechslungsreiche Betrachtung von Fragestellungen in vertikalen Marktstrukturen. Unter anderem wurden Verhandlungsmacht und wettbewerbsbehindernde Effekte untersucht.

Als Gäste konnten Leslie Marx (Duke University), Howard Smith (Keble College, Oxford), Joao Montez (London Business School), Thomas Jeitschko (Michigan State University), Simon Lörtscher (University of Melbourne), Chrysovalantou Milliou (Athens University of Economics & Business), Markus Reisinger (WHU) und Özlem Bedre-Defolie (ESMT Berlin) gewonnen werden. Mit Hamid Aghadashli, Maria Alipranti, Germain Gaudin, Gordon Klein, Claudia Möllers, Verena Nowak und Jan-Philip Schain hatten einige Nachwuchsforscher des DICE Gelegenheit ihre Forschungsarbeiten zu präsentieren und mit den Experten zu diskutieren. Für die Organisation waren Prof. Dr. Hans-Theo Normann, Prof. Dr. Christian Wey, Dr. Gordon Klein, Dr. Claire Chambolle und Claudia Möllers verantwortlich.

Die Forschungsk Kooperation wird aus Mitteln der französischen Agence Nationale de la Recherche (ANR) und der Deutschen Forschungsgemeinschaft (DFG) finanziert. Der abschließende Workshop im Rahmen des gemeinsamen Forschungsprojekts wird im März 2016 in Frankreich stattfinden. *___ Claudia Möllers*

Publikationen im Erscheinen

Putting on a Tight Leash and Levelling Playing Field: An Experiment in Strategic Obfuscation and Consumer Protection.

Yiquan Gu & Tobias Wenzel

Erscheint in: International Journal of Industrial Organization.

On the Norms of Charitable Giving in Islam: Two Field Experiments in Morocco.

Fatima Lambarraa & Gerhard Riener

Erscheint in: Journal of Economic Behavior & Organization.

Flying the Nest: How the Home Department Shapes Researchers' Career Paths.

Hanna Hottenrott & Cornelia Lawson

Erscheint in: Studies in Higher Education.

Salience and Health Campaigns.

Markus Dertwinkel-Kalt

Erscheint in: Forum for Health Economics & Policy.

Globalization and Local Profiles of Economic Growth and Industrial Change.

Wolfgang Dauth & Jens Suedekum

Erscheint in: Journal of Economic Geography.

Merger Remedies in Oligopoly under a Consumer Welfare Standard.

Markus Dertwinkel-Kalt & Christian Wey

Erscheint in: Journal of Law, Economics, and Organization.

Status Concerns as a Motive for Crime?

Florian Baumann & Tim Friehe

Erscheint in: International Review of Law and Economics.

Policy-Induced Environmental Technology and Inventive Efforts: Is There a Crowding Out?

Hanna Hottenrott & Sascha Rexhäuser

Erscheint in: Industry and Innovation.

Optimal Damages Multipliers in Oligopolistic Markets.

Florian Baumann und Tim Friehe

Erscheint in: Journal of Institutional and Theoretical Economics.

Offshoring Domestic Jobs.

Hartmut Egger, Udo Kreikemeier & Jens Wrona

Erscheint in: Journal of International Economics.

De-Industrialisation and Entrepreneurship under Monopolistic Competition.

Albert G. Schweinberger & Jens Suedekum

Erscheint in: Oxford Economic Papers.

Multi-Union Bargaining: Tariff Plurality and Tariff Competition.

Hamid Aghadashli & Christian Wey

Erscheint in: Journal of Institutional and Theoretical Economics.

Asymmetric Spiders: Supplier Heterogeneity and the Organization of Firms.

Verena Nowak, Christian Schwarz & Jens Suedekum

Erscheint in: Canadian Journal of Economics.

Publikationsauswahl

Vergleichbarkeit internationaler Arzneimittelpreise: Internationale Preisreferenzierung in Deutschland durch das AMNOG.

Jörg Mahlich, Jörn Sindern & Moritz Suppliet

Perspektiven der Wirtschaftspolitik, 16 (2015), 164 – 172.

What Drives the Relevance and Reputation of Economics Journals? An Update from a Survey among Economists.

Justus Haucap & Johannes Muck

Scientometrics, 103 (2015), 849 – 877.

The Pan-European Population Distribution Across Consistently Defined Functional Urban Areas.

Kurt Schmidheiny & Jens Suedekum

Economics Letters, 133 (2015), 10 – 13.

Cultural Diversity and Plant-Level Productivity.

Michaela Trax, Stephan Brunow & Jens Suedekum

Regional Science and Urban Economics, 53 (2015), 85 – 96.

Status and Liability.

Florian Baumann, Tim Friehe & Inga Hillesheim

Journal of Institutional and Theoretical Economics (JITE), 171 (2015), 285 – 307.

Which Factors Drive the Decision to Opt Out of Individual Research Rankings? An Empirical Study of Academic Resistance to Change.

Michael Berlemann & Justus Haucap

Research Policy, 44 (2015), 1108 – 1115.

Sales at a Loss: Who Benefits?

Vanessa von Schlippenbach

European Review of Agricultural Economics, 42 (2015), 269 – 286.

Games with Type Indeterminate Players.

Ariane Lambert-Mogiliansky & Ismael Martínez-Martínez

Quantum Interaction: Lecture Notes in Computer Science, 8951 (2015), 223 – 239.

The Effect of Perceived Regional Accents on Individual Economic Behavior: A Lab Experiment on Linguistic Performance, Cognitive Ratings and Economic Decisions.

Stephan Heblich, Alfred Lameli & Gerhard Riener

PLoS ONE, 10 (2015), e0113475.

Do Expert Reviews Really Drive Demand? Evidence from a German Car Magazine.

Ralf Dewenter & Ulrich Heimeshoff

Applied Economics Letters, 22 (2015), 1150 – 1153.

Same Same but Different: Dialects and Trade.

Alfred Lameli, Volker Nitsch, Jens Suedekum & Nikolaus Wolf

German Economic Review, 16 (2015), 290 – 306.

Status Concerns as a Motive for Crime?

Florian Baumann & Tim Friehe

International Review of Law and Economics, 43 (2015), 46 – 55.

Die Sektoruntersuchung des Bundeskartellamts zur Nachfragemacht im Lebensmitteleinzelhandel: Ein Kommentar aus ökonomischer Perspektive.

Justus Haucap, Ulrich Heimeshoff, Susanne Thorwarth & Christian Wey

Wirtschaft und Wettbewerb, 65 (2015), 605 – 618.

Ökonomie des Teilens – nachhaltig und innovativ? Die Chancen der Sharing Economy und ihre möglichen Risiken und Nebenwirkungen.

Justus Haucap

Wirtschaftsdienst, 95 (2015), 91 – 95.

Zu wenig Einfluss des ökonomischen Sachverständs? Empirische Befunde zum Einfluss von Ökonomen und anderen Wissenschaftlern auf die Wirtschaftspolitik

Justus Haucap, Gert G. Wagner & Tobias Thomas

List Forum für Wirtschafts- und Finanzpolitik, 40 (2014), 422 – 436.

→ www.dice.hhu.de/forschung-dice/dice-publikationen.html

Ordnungspolitische Perspektiven

Chancen der Digitalisierung auf Märkten für urbane Mobilität: Das Beispiel Uber.

Justus Haucap, Ferdinand Pavel, Rafael Aigner, Michael

Arnold, Moritz Hottenrott & Christiane Kehder

Die wettbewerbsrechtliche Zulässigkeit von Meistbegünstigungsklauseln auf Buchungsplattformen am Beispiel von HRS.

Lisa Hamelmann, Justus Haucap & Christian Wey

Recht und Ökonomie aus Sicht der Wirtschaftswissenschaft

Florian Baumann

Freier Warenverkehr und unverfälschter Wettbewerb in der Europäischen Union: Der Beitrag der europäischen Produkthaftung

Florian Baumann

→ <http://ideas.repec.org/s/zbw/diceop.html>

Discussion Papers

Relational Contracts and Supplier Turnover in the Global Economy.

Fabrice Defever, Christian Fischer & Jens Suedekum

Export Quality Upgrading Under Credit Constraints.

Andrea Ciani, Francesca Bartoli

Full Versus Partial Collusion Among Brands and Private Label Producers.

Irina Hasnas & Christian Wey

Violations of First-Order Stochastic Dominance as Salience Effects.

Markus Dertwinkel-Kalt & Mats Köster

Asymmetric Perceptions of the Economy: Media, Firms, Consumers, and Experts.

Konstantin Kholodilin, Christian Kolmer, Tobias Thomas &

Dirk Ulbricht

Border Effects without Borders: What Divides Japan's Internal Trade?

Jens Wrona

The Impact of Private Equity on Firms' Innovation Activity.

Kevin Amess, Joel Stiebale & Mike Wright

Sorting Through Affirmative Action: Three Field Experiments in Colombia.

Marcela Ibañez, Ashok Rai & Gerhard Riener

The Influence of Product Liability on Vertical Product Differentiation.

Florian Baumann, Tim Friehe & Alexander Rasch

Proof Beyond a Reasonable Doubt: Laboratory Evidence.

Florian Baumann & Tim Friehe

→ <http://ideas.repec.org/s/zbw/dicedp.html>

DICE POLICY BRIEF

AKTUELLES & PERSONELLES

Dr. Andrea-Louise Müller hat ihre Promotion am DICE am 24. August 2015 erfolgreich abgeschlossen. Die kumulative Arbeit wurde von Prof. Dr. Justus Haucap und PD Dr. Ulrich Heimeshoff betreut und beinhaltet zum einen empirische Analysen des Erfolgs der Abwrackprämie für PKW, zum anderen eine Analyse der regionalen Verbreitung von Solaranlagen in Deutschland. Seit Februar 2015 arbeitet Frau Dr. Müller bereits für die Metro AG.

Dr. Johannes Muck hat seine Promotion am DICE ebenfalls am 24. August 2015 erfolgreich abgeschlossen. Die von Prof. Dr. Justus Haucap und PD Dr. Ulrich Heimeshoff betreute kumulative Arbeit untersucht zum einen das Verhältnis zwischen etablierten und neuen Netzbetreibern im Mobilfunk, zum anderen Fragen der Wirtschaftsökonomie. Seit März 2015 arbeitet Herr Dr. Muck als Postdoctoral Researcher bei Prof. Dr. Roman Inderst an der Goethe-Universität Frankfurt.

Prof. Dr. Florian Baumann hat einen Ruf auf eine Professur für Law and Economics an der Rechts- und Staatswissenschaftlichen Fakultät der Universität Bonn angenommen. In Bonn wird Prof. Dr. Baumann insbesondere den Bachelor-Studiengang Law and Economics betreuen.

Mirjam Lange, Doktorandin am DICE, wird von September 2015 bis Januar 2016 auf Einladung von Prof. Dr. Johannes Bauer als Gastforscherin an der Michigan State University forschen. Sie wird dort zu Gast am Department of Media and Information sein und zum Thema Breitbanddiffusion und Regulierung von Telekommunikationsmärkten forschen.

Claudia Möllers, Doktorandin am DICE, wird die Universität Amsterdam für einen sechswöchigen Forschungsaufenthalt besuchen. Vor Ort wird sie am CREED (Center for Research in Experimental Economics and Political Decision Making) unter anderem mit Dr. Sander Onderstal zusammenarbeiten.

Prof. Dr. Jens Südekum ist vom renommierten Centre for Economic Policy Research (CEPR) zum Research Fellow im Programmbereich "Internationale und Regionale Wirt-

schaftsbeziehungen" ernannt worden. Das Ziel des CEPR ist die Förderung und Verbreitung ökonomischer Spitzenforschung zu politikrelevanten Themen, die für die europäische Öffentlichkeit und wirtschaftspolitische Entscheidungsträger von besonderem Interesse sind.

Jun.-Prof. Dr. Jens Wrona hat einen Ruf auf die Juniorprofessur für Internationale Wirtschaft an der Heinrich-Heine-Universität angenommen. Zuvor ist Jun.-Prof. Dr. Wrona von der Universität Tübingen für die beste Dissertation im Fachbereich Wirtschaft ausgezeichnet worden. In seiner Arbeit untersucht er Arbeitsmigration und die Auslagerung von Arbeitsplätzen ins Ausland.

Dr. Tim Thomes (vorher WHU) hat im September 2015 eine Stelle als Postdoctoral Researcher am DICE angetreten. Die Forschungsinteressen von Herrn Dr. Thomes liegen im Bereich der angewandten mikroökonomischen Theorie, mit einem besonderen Fokus auf Industrieökonomik und Wettbewerbspolitik.

Andrea Ciani, Ph.D. (vorher Bocconi Universität Mailand) ist seit September 2015 als Postdoctoral Researcher am DICE tätig. Er forscht zum Thema empirische Außenhandels- und Industrieökonomik, insbesondere zum Einfluss von Kreditmarktfriktionen auf das Innovations- und Exportverhalten von Unternehmen.

Prof. Dr. Justus Haucap ist von der Frankfurter Allgemeinen Zeitung (FAZ) wie schon in den beiden Vorjahren auch 2015 wieder in die Liste der 30 einflussreichsten Volkswirte in Deutschland aufgenommen worden. Im FAZ-Ökonomenranking 2015 belegt er Platz 13.

Prof. Dr. Jens Südekum hat die wirtschaftswissenschaftliche Fakultät beim Science Slam 2015 der Heinrich-Heine Universität vertreten. Mit seinem Vortrag zum Thema „Dialekt und Ökonomie“ hatte er sich zunächst fakultätsintern durchgesetzt und auch beim Finale viel Applaus für seinen in verschiedenen Mundarten gehaltenen Vortrag geerntet.