

Economic Incentives for Data Sharing between Companies

Betreuer: Bastian Haberer <<mailto:bastian.haberer@uni-passau.de>>
Datum: ab sofort
Typ: Bachelorarbeit, Masterarbeit

Motivation:

Für Unternehmen kann der exklusive Zugang zu Daten einen erheblichen Wettbewerbsvorteil darstellen. Nichtsdestotrotz existieren Märkte, auf denen Unternehmen Daten handeln und sogar unentgeltliche Kooperationsprogramme zum Datenaustausch zwischen Unternehmen. Zu nennen sind hier zum Beispiel das Data Transfer Project, bei dem unter anderem Google, Twitter und Facebook, den gegenseitigen Zugang zu Daten vereinfachen, oder aber Social Logins von Facebook, Twitter oder LinkedIn bei denen Webseiten dem Login-Anbieter den Zugriff auf die Daten ihrer Nutzer ermöglichen. Dies motiviert eine Reihe von Fragestellungen: Wieso sind Unternehmen bereit freiwillig Daten zu tauschen? Unter welchen Bedingungen erlauben Unternehmen den Zugang zu ihren Daten? Welche Formen des Datenaustausches und des Datenzugangs existieren in der Praxis? Welche Konsequenzen haben diese Praktiken?

Ziel:

Ziel der Arbeit ist es einen Überblick darüber zu geben, unter welchen Bedingungen und zu welchem Zweck es für Unternehmen profitabel ist, Daten mit anderen Unternehmen zu teilen. Hierbei soll ein besonderes Augenmerk auf den Marktbedingungen liegen, die Datenkooperationen fördern bzw. einschränken. Dies kann anhand eines Überblickes über die bestehende Literatur zu Datenkooperationen und Datenhandel geschehen.

Literatur:

- Gal-Or, E. (1985). Information sharing in oligopoly. *Econometrica: Journal of the Econometric Society*, 329-343.
- Krämer, J., Schnurr, D. & Wohlfarth, M. (2018). Winners, Losers and Facebook: The Role of Social Logins in the Online Advertising Ecosystem. *Management Science*, forthcoming.
- Jentsch, N., Sapi, G., & Suleymanova, I. (2013). Targeted pricing and customer data sharing among rivals. *International Journal of Industrial Organization*, 31(2), 131-144.