

## **Privacy as a strategy for firms in digital markets [Arbeitstitel]**

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

### **Motivation:**

Egal ob E-Mail-Dienste, Software oder E-Commerce: Erhobene Daten und Datenschutzstandards von Produzenten und Dienstleistern sind nicht einheitlich. Unterschiede in den Datenschutzrichtlinien könnten einem Unternehmen dazu dienen, seine Produkte und Dienstleistungen von denen seiner Wettbewerber horizontal zu differenzieren oder ihnen einen anderen Qualitätsstandard zu verleihen. So untersuchen z.B. Casadesus-Masanell und Hervas-Drane (2015) und Preibusch und Bonneau (2013) das Verhältnis von Preis und verkauften bzw. erhobenen Daten.

### **Ziel:**

Ziel der Arbeit ist es, einen Überblick über Datenerhebungen und Datenverkauf als strategische Unternehmensentscheidungen in digitalen Märkten zu geben. Dies kann beispielsweise am Vergleich ausgewählter Unternehmen geschehen sowie im Rahmen einer theoriebasierten Literaturrecherche.

### **Literatur:**

- Casadesus-Masanell, R., & Hervas-Drane, A. (2015). Competing with privacy. *Management Science*, 61(1), 229-246.
- Preibusch S., Bonneau J. (2013) The Privacy Landscape: Product Differentiation on Data Collection. In: Schneier B. (eds) *Economics of Information Security and Privacy III*. New York, NY: Springer.