

DICE POLICY BRIEF

IN DIESER AUSGABE

- 4 Wer profitiert von Parallelimporten?
- 8 Verbraucherschutz für komplexe Finanzprodukte
- 10 Was ist uns Datenschutz wirklich wert?

AUSSERDEM

- 12 Kommentar: Zur Mietpreisbremse

Ritterschlag für das DICE

Sehr geehrte Damen und Herren,

vor Ihnen liegt die dritte Ausgabe des DICE Policy Briefs. Die vielen positiven Zuschriften und mündlichen Kommentare haben uns bekräftigt, den eingeschlagenen Weg weiter zu beschreiten und in verständlicher Weise über die Arbeit am Institut zu berichten.

In diesem Policy Brief lesen Sie über die Förderung der Deutschen Forschungsgemeinschaft (DFG) für die Doktorandenausbildung am DICE – damit ist das DICE einer der ganz wenigen Standorte in Deutschland (neben Hamburg, Mannheim, Bonn, München, Berlin und Jena), an denen die DFG die Doktorandenausbildung in VWL fördert. Fünf Jahre nach der Gründung ist das DICE mit diesem Ritterschlag unter den ersten Adressen für VWL in Deutschland angekommen.

Wir berichten in diesem Policy Brief zudem darüber, welche Auswirkungen die staatliche Förderung industrieller Forschung hat, welchen Wert die Bürgerinnen und Bürger dem Datenschutz wirklich beimessen und wie sich Verbraucherschutz für komplexe Produkte auswirkt. Zudem kommentiert unser Geschäftsführer, Dr. Michael Coenen, die geplante Mietpreisbremse.

Wie schon üblich finden Sie natürlich auch einen Überblick über Publikationen und Neuigkeiten am DICE.

Viel Spaß beim Lesen wünscht Ihnen

Ihr



Prof. Dr. Justus Haucap
Direktor Düsseldorf Institut für Wettbewerbsökonomie



Foto: Gianna Metzger

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),
Anna Lu, Lars Zeigermann

Gestaltung

Kathrin Strahl/Studio Strahl, Berlin

Druck

Pinguin Druck, Berlin

Stand

Mai 2014

DFG fördert Doktoranden- ausbildung am DICE mit 2,35 Millionen Euro

Mit Beginn des Wintersemesters 2014/2015 wird die Doktorandenausbildung am DICE weiter gestärkt: Am 9. Mai 2014 bewilligte die Deutsche Forschungsgemeinschaft (DFG) einen Antrag des DICE auf finanzielle Förderung eines Graduiertenkollegs zum Thema „Wettbewerbsökonomie“.

Ab dem kommenden Wintersemester startet am DICE das neue Graduiertenkolleg „Wettbewerbsökonomie“, das durch die Deutsche Forschungsgemeinschaft (DFG) für insgesamt 4,5 Jahre mit 2,35 Millionen Euro gefördert wird. Ab Oktober 2014 werden zehn zusätzliche Doktorandinnen und Doktoranden am DICE aufgenommen, um aktuelle Fragestellungen in und um die Wettbewerbsökonomie mit theoretischen, empirischen und experimentellen Methoden zu erforschen. Sprecher des Kollegs ist Prof. Dr. Hans-Theo Normann.

Die DICE-Forscherinnen und Forscher haben für das Kolleg ein Lehr- und Forschungsprogramm entwickelt, das sich stark an aktuellen Fragen der Wettbewerbsökonomie orientiert. Das zentrale Anliegen des Kollegs ist es, die Wirksamkeit und die optimale Ausgestaltung der Wettbewerbspolitik unter sich wandelnden Rahmenbedingungen zu erforschen. Mit den Schwerpunkten „Institutionen“, „Verbundene Märkte“ und „Konsumverhalten“ rückt dabei neben der Analyse von Marktorganisation und Institutionen auch verstärkt die Rolle von Verbraucherinnen und Verbrauchern ins Zentrum der Betrachtung.

Insgesamt werden in Deutschland aktuell sechs ökonomische Graduiertenkollegs durch die DFG gefördert. Neben Bonn, München, Hamburg, Mannheim, der HU Berlin und Jena ist die Heinrich-Heine-Universität damit in der ersten Reihe der VWL angekommen.

Wie die Forschung am DICE ist das Kolleg thematisch fokussiert, methodisch jedoch vielfältig aufgestellt und bietet den künftigen Kollegiatinnen und Kollegiaten exzellente Mög-

lichkeiten, die verschiedenen Facetten der Wettbewerbspolitik auf unterschiedliche Weise zu analysieren. Die Doktorandinnen und Doktoranden erwartet im ersten Ausbildungsjahr ein anspruchsvolles Programm an Topics-Kursen, das durch Gastvorlesungen und -vorträge von international renommierten Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern ergänzt wird. Gleichzeitig wird die eigenständige Forschung bereits früh gefördert: Im eigens für die Promovierenden eingerichteten PhD-Workshop können Forschungsideen besprochen und weiter vertieft werden. Gemeinsam mit Mentorinnen und Mentoren wird so der weitere Verlauf der Promotion geplant.

Das Kolleg richtet sich in erster Linie an Absolventinnen und Absolventen mit Abschlüssen in quantitativer Volkswirtschaftslehre, aber auch Studierende ohne quantitative Ausbildung können in das Graduiertenkolleg aufgenommen werden. Für sie werden spezielle Kurse angeboten, um ihnen die nötigen methodischen Fertigkeiten für eine erfolgreiche Dissertation zu vermitteln.

Mit seinem spezifisch auf die Wettbewerbsökonomie ausgerichteten Ausbildungs- und Forschungsprogramm, seiner örtlichen Konzentration am DICE und den Verbindungen in die praktische Wettbewerbspolitik bietet das Graduiertenkolleg somit ein bisher nicht existierendes Programm für die Ausbildung von Doktorandinnen und Doktoranden in Deutschland und Europa. Zudem ist es durch die Beteiligung der Betriebswirtschaftslehre und der Rechtswissenschaft in Forschung und Ausbildung interdisziplinär und anwendungsorientiert ausgerichtet. *...Dr. Beatrice Pagel*

Wer profitiert von Parallelimporten?

Eine Wohlfahrtsanalyse des deutschen Marktes für orale Antidiabetika

Parallelimporte sollen auf patentgeschützten Arzneimittelmärkten für mehr Wettbewerb und damit für Kostenersparnisse bei den gesetzlichen Krankenkassen sorgen. Obgleich der Handel mit importierten Originalpräparaten von der Europäischen Union und nationalen Gesundheitssystemen gefördert wird, sind Parallelimporte unter Ökonomen jedoch umstritten. In unserer Studie zeigen wir, dass auf dem Markt für orale Antidiabetika in Deutschland durch Parallelimporte positive Effekte von jährlich etwa 19 Millionen Euro für Konsumenten entstehen. Die Umsätze der Hersteller von Originalpräparaten in Deutschland verringern sich zugleich um rund 18 Millionen Euro pro Jahr.

Die Ausgaben und Preise insbesondere für patentgeschützte Arzneimittel sind in den vergangenen Jahrzehnten in Deutschland und anderen OECD-Ländern überproportional angestiegen. Einer alternden Bevölkerung günstige und gleichzeitig innovative Arzneimittel zugänglich zu machen, stellt die Gesundheitspolitik vor zunehmende Herausforderungen. Während Investitionen in die Forschung und Entwicklung neuer Arzneimittel und die Wahl des Produktionsorts für pharmazeutische Unternehmen in der Regel globale Entscheidungen sind, wird der Preiswettbewerb auf Arzneimittelmärkten durch die nationale Regulierung des Arzneimittelmarktes sowie national teilweise unterschiedlich ausgestaltete Patente begrenzt, welche Unternehmen ein zeitlich begrenztes Monopol auf ihre Wirkstoffe garantieren. Daher konkurrieren patentierte Originalprodukte fast ausschließlich mit therapeutischen Alternativen, d.h. mit therapeutisch ähnlichen Produkten mit anderen Wirkstoffen. Marktdaten von Pro Generika zufolge haben die gesetzlichen Krankenversicherungen (GKV) im Jahr 2013 in Deutschland über 21,3 Milliarden Euro für Arzneimittel (zu Herstellerabgabepreisen) erstattet. Patentierte Produkte in patentgeschützten Märkten machen dabei 6,1% der Verschreibungen aus, aber etwa 38% der Arzneimittelkosten der GKV. Um diese Kosten einzudämmen, ist eine ganze Reihe von gesetzlichen Maßnahmen umgesetzt worden, wie etwa die Förderung von Parallelimporten, um so mehr Wettbewerb in patentgeschützten Wirkstoffmärkten auszulösen.

Parallelimporte in Deutschland

Parallelimporte sind nach Deutschland importierte Originalarzneimittel, die parallel zu den Originalen auch während der Patentschutzdauer in einer anderen Packung mit einem anderen Beipackzettel von Importeuren in Deutschland vertrieben werden. Ein Markteintritt durch Parallelimporte ist für die Importeure dann attraktiv, wenn der Preisunterschied zwischen dem deutschen Original und dem europäischen Duplikat groß genug ist. Der Handel basiert auf unterschiedlichen europäischen Arzneimittelpreisen, die unter anderem durch Einkommensunterschiede, unterschiedliches Nachfrageverhalten und ganz unterschiedliche nationale Preisregulierungen entstehen. Einhergehend mit einer vereinheitlichten Medikamentenzulassung durch die European Medical Agency und der europaweiten Gültigkeit von Patenten ist in den vergangenen Jahren ein reger Handel mit patentgeschützten Arzneimitteln über ein Volumen von etwa 5,5 Milliarden Euro in der EU entstanden.

Der Marktanteil aller importierten Arzneimittel am gesamten deutschen Arzneimittelmarkt betrug im Jahr 2012 rund 11%. Eine Abgabepflicht für Parallelimporte besteht in Deutschland bereits seit 1989 (Gesundheitsreformgesetz), wurde 1996 bis 2000 ausgesetzt und 2004 (GKV-Modernisierungsgesetz) wieder eingeführt mit dem Ziel, den Absatz von günstigen Import-Arzneimitteln in Deutschland zu steigern. Seitdem besteht eine verpflichtende Abgabequote von Parallelimporten von mindestens 5% des Apothekenumsatzes, wobei für die

Anrechnung in die Quote die (re-)importierten Packungen eine Preisschwelle – Preis des Originals abzüglich 15% oder 15 Euro – unterschreiten müssen (§129 Abs. 1 Nr. 2 SGB V). Die Vorschrift ist ökonomisch und politisch umstritten, da Wohlfahrtseffekte durch sinkende Innovationsanreize, empirisch bisher nicht belegte Preissenkungen in Deutschland und mögliche Preissteigerungen und Versorgungsgenpässe in den Herkunftsländern nicht eindeutig identifiziert werden können.

Wohlfahrtseffekte durch Parallelimporte

In einem neuen DICE-Forschungsprojekt haben wir nun untersucht, in welchem Umfang Patienten, Unternehmen und gesetzliche Krankenkassen von Parallelimporten profitieren und zu welchen Wohlfahrtsveränderungen Parallelimporte in Deutschland führen. Mit Hilfe eines umfangreichen Datensatzes von IMS Health Germany, der Informationen zu Preisen und Mengen aller verkauften oralen Anti-Diabetes-Medikamente zwischen 2004 und 2011 enthält, wurde ein sogenanntes mehrstufiges „Nested Logit“-Nachfragemodell aufgestellt. Unsere Ergebnisse zeigen unter anderem, dass Patientenpräferenzen zwischen ähnlichen Produkten stärker korrelieren als zwischen Produkten mit unterschiedlichen Wirkstoffen.

Die Berechnungen auf Basis eines strukturellen Gleichgewichtsansatzes, der explizit das Verhalten der Marktteilnehmer modelliert – man trifft also beispielsweise Annahmen über die Art des Preiswettbewerbs und der Konsumentenpräferenzen – erlauben einen Vergleich von Mengen, Preisen und Wohlfahrt mit und ohne Importe. Dabei wird der nicht-beobachtbare Fall, in dem es keine Importe gibt, simuliert. Die Ergebnisse zeigen, dass durch Parallelimporte Hersteller von Originalpräparaten die Preise im Durchschnitt um 11% senken, Generikahersteller ihre Preise hingegen nur um 0,7%. Trotz der Preissenkung verlieren Original- und Generikahersteller jedoch Marktanteile an die eintretenden Importeure. Interessanterweise entscheiden sich einige Generika-Konsumenten jedoch auch für einen teureren Parallelimport, da sie sich davon wohl einen höheren Nutzen versprechen. Durch die Senkung des durchschnittlichen Marktpreises werden mit der Einführung von Importen 2,7% mehr Arzneimittel verkauft

Von den günstigeren Preisen und den neuen Produkten (Importen) im Markt profitieren Konsumenten: Auf der Nachfrageseite kommt es zu Nutzengewinnen von ca. 3,7% über den gesamten Beobachtungszeitraum. Jährlich lassen sich durchschnittliche Wohlfahrtsgewinne von ca. 19 Millionen Euro errechnen. Dabei variiert der Nutzengewinn zwischen 17,6% und 100% in therapeutischen Gruppen mit überwiegend patentierten Produkten. Therapiegruppen mit überwiegend generischen Produkten zeigen keine oder nur leicht negative Veränderungen des aggregierten Konsumentennutzens.

Patienten profitieren durch eine größere Vielfalt an Produkten, durch günstigere Originalprodukte und durch sinkende Zuzahlungen um bis zu durchschnittlich 0,50 Euro pro Originalpackung. Durch die geringen Zuzahlungen in Deutschland (10%, minimal 5 Euro und maximal 10 Euro) kann jedoch davon ausgegangen werden, dass die gesetzlichen Krankenkassen den größten monetären Nutzen aus Parallelimporten ziehen. Wenn die Einsparungen zu sinkenden Beitragssätzen für die Versicherten führen, profitieren am Ende dann ebenfalls die Patienten.

Fazit

Was ändert sich für die Arzneimittelunternehmen durch die Einführung von Parallelimporten? Die Ergebnisse unserer Studie zeigen, dass Unternehmen im Durchschnitt 10,9% ihrer variablen Gewinne in Deutschland einbüßen. Durch das Substitutionsverhalten der Patienten zu günstigeren Alternativen und damit verbundene Preissenkungen der Originalprodukte verringert sich der variable Gewinn der Originalhersteller im Durchschnitt um 37,5%. Daraus lässt sich für die oralen Anti-Diabetes-Medikamente ein jährlicher Gewinnrückgang von rund 18 Millionen Euro berechnen. Interessanterweise sind auch Generikahersteller negativ von der Konkurrenz durch Importprodukte betroffen und verlieren durchschnittlich 3,1% ihres Umsatzes. Die Ergebnisse bezüglich der variablen Gewinne lassen keine Rückschlüsse auf den Gesamtgewinn der einzelnen Unternehmen zu – dafür müssten zum Beispiel die Gewinne aus den Herkunftsländern der importierten Medikamente und alle Kosten (inklusive Fixkosten) bekannt sein. Trotz des unklaren Gesamtgewinns kann durch den Transfer der variablen Gewinne von forschenden Originalherstellern zu Arbitragehändlern eher von negativen Auswirkungen auf die Forschungsaktivität innovativer Unternehmen ausgegangen werden. Parallelimporte können außerdem weitere negative Effekte auf die Arzneimittelversorgung in den Exportländern haben, etwa durch steigende Arzneimittelpreise, Lieferengpässe, späte oder keine Markteinführung. Aussagen über die globale Wohlfahrt und über das Ausmaß des Investitionsrückgangs in F&E-Aktivitäten durch Parallelimporte sind daher mit der vorliegenden Studie nicht möglich, bieten aber interessante Fragestellungen für zukünftige Forschungsarbeiten. *—Moritz Suppliet*

→ DICE Publikation

Tomaso Duso, Annika Herr und Moritz Suppliet (2014), „The Welfare Impact of Parallel Imports: A Structural Approach Applied to the German Market for Oral Anti-Diabetics“, Health Economics (im Erscheinen). Die Studie ist abrufbar als DICE Discussion Paper No. 137 unter: <http://ideas.repec.org/p/zbw/dicedp/137.html>.

Wie staatliche Förderung privater Forschung und Entwicklung wirkt

Die öffentliche Förderung von Forschung und Entwicklung (F&E) in der Privatwirtschaft zielt sowohl auf die Stärkung der volkswirtschaftlichen Wettbewerbsfähigkeit als auch auf die mit Innovationen verbundenen sozialen Erträge ab. Doch stoßen staatliche Fördermaßnahmen tatsächlich F&E-Projekte an, die ohne öffentliche Förderung nicht finanziert würden? Und wenn ja, führt diese zusätzliche F&E auch tatsächlich zu mehr Innovationserfolgen? Diese Fragen haben wir in einer empirischen Studie am Beispiel Flanderns untersucht.

Aufgrund ihrer gesamtwirtschaftlichen Bedeutung werden Forschung und Entwicklung (F&E) von Unternehmen in den meisten OECD-Ländern durch den Staat gefördert. Die daraus resultierenden Innovationen leisten einen wesentlichen Beitrag zu Wirtschaftswachstum und Wettbewerbsfähigkeit von Volkswirtschaften. F&E-Aktivitäten der privaten Wirtschaft spielen dabei nicht nur durch die Entwicklung neuer Technologien eine zentrale Rolle, sondern auch durch deren Anwendung und Verbreitung zu anderen Unternehmen und Verbrauchern, beispielsweise in Form von Kostenreduktionen, Produktvielfalt und verbesserten Arbeitsbedingungen. Nicht zuletzt wären F&E-Investitionen ohne öffentliche Förderung häufig weniger attraktiv als Sachkapitalinvestitionen, da das durch F&E gewonnene Wissen oftmals stark unternehmensspezifisch ist und sich, anders als Sachkapital, im Fall von Zahlungsschwierigkeiten kaum als Sicherheit eignet.

Die öffentliche F&E-Förderung versucht daher Projekte anzustoßen, die sonst nicht durchgeführt würden. Dabei bedienen sich Staaten verschiedener Instrumente, die von Zuschüssen für konkrete F&E-Projekte über steuerliche Anreize bis hin zu Kreditvergünstigungen reichen. Abbildung 1 zeigt die Bedeutung direkter staatlicher Projektförderung im internationalen Vergleich. In vielen Ländern spielt die direkte Projektförderung eine besondere Rolle; in einigen Ländern wie den USA, Schweden oder Deutschland ist die direkte Projektförderung das einzige Förderinstrument. Bei der direkten Projektförderung reichen Unternehmen einen Projektvorschlag bei der zuständigen Förderinstitution ein, der dann begutachtet wird. Bei positiver Evaluierung wird in der Regel ein Teil der Projektkosten von staatlicher Seite übernommen. Dieser Förderanteil

kann je nach Art des Projektes und Art des beantragenden Unternehmens variieren.

Eine zielgerichtete F&E-Förderung versucht idealerweise, die staatlichen Förderlinien an der Bedürftigkeit der Unternehmen zu orientieren. Insbesondere kleine und mittelständige Unternehmen (KMU) sehen sich eher von Finanzierungsrestriktionen betroffen und können daher beispielsweise durch eine höhere Förderrate, d.h. einen höheren Anteil der durch den Staat getragenen Projektkosten, gezielt angesprochen werden. In einigen Ländern wird zudem eine höhere Förderrate für Forschungsprojekte als für Entwicklungsprojekte vorgesehen – das liegt daran, dass für Forschungsprojekte sowohl soziale Erträge als auch Finanzierungsrestriktionen größer sind als für Entwicklungsprojekte.

Doch stößt staatliche Projektförderung tatsächlich zusätzliche Projekte an oder kommt es primär zu Mitnahmeeffekten? Werden nicht vielmehr Projekte gefördert, die auch ohne staatliche Förderung realisiert würden? Und wenn sie tatsächlich zusätzliche F&E ermöglicht, welchen Innovationserfolg haben diese Projekte? Diese Fragen haben wir in einer empirischen Studie am Beispiel Flanderns untersucht.

F&E-Förderung in Flandern

Flandern, der nördliche Teil Belgiens, hat eine besonders interessante Ausgestaltung einer zielgerichteten F&E-Förderung. In Flandern sind die Förderprogramme derart gestaltet, dass sie den regional-spezifischen Faktoren der kleinen, offenen Volks-

wirtschaft Rechnung tragen sollen, indem kleine und mittlere Unternehmen sowie Firmen mit F&E in internationaler Zusammenarbeit gezielt gefördert werden. Für Unternehmen in einem kleinen Land mit beschränktem inländischen Marktpotenzial und einem spezifischen Wissenspool stellt die Zusammenarbeit mit ausländischen Partnern sowohl eine Möglichkeit dar, Zugang zu komplementären Technologien zu erlangen, als auch sich auf ausländischen Märkten zu etablieren. Da Unternehmen aufgrund der damit verbundenen Kosten und Hürden oft von grenzüberschreitender Kooperation Abstand nehmen, soll eine staatliche Förderung gemeinschaftlicher F&E die Kosten für solche internationalen F&E-Projekte senken. Die Förderrate, die Unternehmen in Flandern für ihre Projekte beantragen können, hängt also davon ab, ob es sich um ein Forschungs- oder Entwicklungsprojekt handelt, ob das betreffende Unternehmen als KMU einzustufen ist und ob es gemeinschaftliche Forschung mit internationalen Partnern unternimmt. Im Zeitraum von 1995 bis 2012 förderte das Flämische Ministerium für Wissenschaft und Technologie (IWT) insgesamt rund 4900 Projekte mit einer durchschnittlichen Förderhöhe von 214.000 Euro pro Projekt. Dies entspricht einer durchschnittlichen Förderrate von 46%.

Effektivität gezielter F&E-Förderung

Eine staatliche Teilfinanzierung industrieller F&E-Ausgaben muss aber nicht zwangsläufig zu mehr Innovationen führen. Wir haben daher die Effektivität dieser gezielten Förderprogramme im Hinblick auf das Ziel untersucht, einerseits F&E-Tätigkeiten in der Privatwirtschaft anzustoßen und andererseits den Innovationserfolg der geförderten Unternehmen zu steigern. In unserer Studie kommen wir zu dem Befund, dass die staatlichen Zuschüsse im Allgemeinen tatsächlich zusätzliche F&E in den geförderten Unternehmen induzieren. Dabei wurden unter Anwendung des sogenannten „Propensity Score Matching (PSM)“-Verfahrens die F&E-Ausgaben eines geförderten Unternehmens mit einer hypothetischen Situation ohne Förderung verglichen. Der nicht beobachtbare Vergleichsfall – was also gewesen wäre, hätte ein gefördertes Unternehmen keine Förderung erhalten – wurde approximiert. Für den Vergleich wurde aus der Gruppe der nicht-geförderten Unternehmen eines herangezogen, das dem geförderten in wesentlichen Merkmalen (Größe, F&E-Intensität, Branche, Alter, Unternehmensstruktur) ähnlich ist und damit eine vergleichbare Förderwahrscheinlichkeit hätte. Wie wir festgestellt haben, ist die Steigerung der F&E-Intensität bei KMU größer als bei großen Unternehmen. Außerdem induziert staatliche Förderung international zusammenarbeitender KMU nicht nur mehr zusätzliche F&E als bei international zusammenarbeitenden großen Unternehmen, sondern auch mehr als bei nicht international zusammenarbeitenden KMU.

In einem zweiten Schritt ließ sich die zusätzliche F&E quantifizieren und ihr Einfluss auf den Innovationserfolg messen.

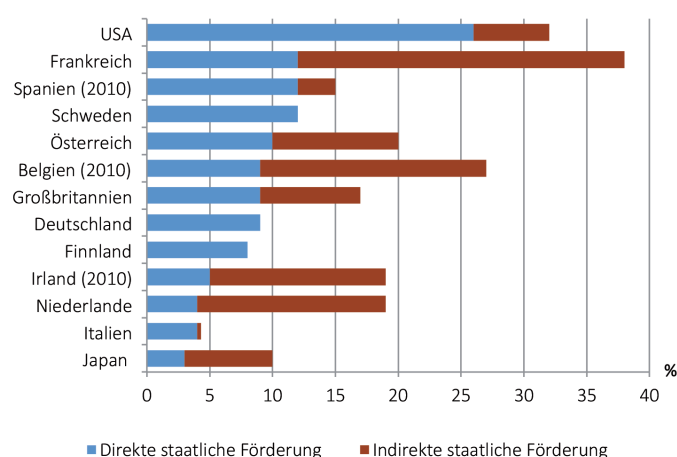


Abbildung 1: Gezielte staatliche Förderung von F&E im Privatsektor (ausgewählte Länder, 2011), Quelle: OECD Science, Technology and Industry Scoreboard 2013

Dabei kann zwischen rein privaten F&E-Investitionen und subventionsinduzierter F&E unterschieden werden. Mit Hilfe von Regressionsmodellen für beschränkt abhängige Variablen (Tobit-Modelle) haben wir untersucht, wie private F&E-Investitionen und subventionsinduzierte F&E, gemessen am Umsatzanteil mit Marktneuheiten, auf den Innovationserfolg wirken. Die Ergebnisse zeigen, dass beide Arten von F&E einen positiven, etwa gleich starken Einfluss auf den Umsatz mit Marktneuheiten haben. Des Weiteren lassen die Ergebnisse darauf schließen, dass die Effekte auf den Innovationserfolg für subventionsinduzierte F&E bei grenzüberschreitenden Projekten stärker sind.

Fazit

Es lässt sich aus diesen Ergebnissen schlussfolgern, dass staatliche Förderung für F&E maßgeschneidert auf die jeweilige Situation des Landes sein sollte. Das Instrument der Projektförderung erlaubt es, die Förderraten dem potenziellen Bedarf und der Ausrichtung des Projektes anzupassen. Die Effektivität und Effizienz von Fördermaßnahmen kann in vielen Fällen durch eine gezielte Ausrichtung gesteigert werden.

Jun.-Prof. Dr. Hanna Hottenrott

→ DICE Publikation

Hanna Hottenrott und Cindy Lopes-Bento (2014). (International) R&D Collaboration and SMEs: The Effectiveness of Targeted Public R&D Support Schemes, *Research Policy*, 43 (2014), 1055 – 1066. Die Studie ist abrufbar als DICE Discussion Paper No. 121 unter: <http://ideas.repec.org/p/zbw/dicedp/121.html>.

Verbraucherschutz bei komplexen Finanzprodukten

Bei Finanzprodukten handelt es sich oft um derart komplexe Produkte, dass Verbraucherinnen und Verbraucher Schwierigkeiten haben, diese Produkte zu verstehen und gute Entscheidungen zu treffen. Wir haben untersucht, ob und wann Maßnahmen zum Verbraucherschutz erfolgreich sein können, wenn Finanzunternehmen die Komplexität ihrer Produkte gezielt steuern können.

Verbraucher und Verbraucherinnen handeln oft nicht so rational wie in der neoklassischen Mikroökonomie traditionell angenommen wird. Insbesondere machen sie Fehler bei der Bewertung und dem Vergleich komplizierter Angebote. Ein Paradebeispiel für menschliche Fehleinschätzungen sind Finanzmärkte: Viele Verbraucherinnen und Verbraucher besitzen ein nur mangelhaftes Verständnis von Finanzprodukten; es ist gut dokumentiert, wie auf dieser Basis fehlerhafte Investitionsentscheidungen getroffen werden.

Es gibt Belege dafür, dass Finanzunternehmen Produkte gezielt in einer Art und Weise gestalten, die Konsumentenentscheidungen erschweren, beispielsweise durch das Verschleiern bestimmter Preiselemente, das Hervorheben irrelevanter Produkteigenschaften oder die Verwendung komplizierter Fachbegriffe. Teilweise werden gar minderwertige Finanzprodukte entwickelt, die ausschließlich unerfahrene Verbraucherinnen und Verbraucher zur Zielgruppe haben.

Gerade auf Finanzmärkten können fehlerhafte Entscheidungen jedoch schwerwiegende Konsequenzen für Verbraucherinnen und Verbraucher haben, beispielsweise bei der Baufinanzierung oder Altersvorsorge. Es stellt sich daher die Frage, inwieweit Maßnahmen zum Verbraucherschutz zu besseren Verbraucherentscheidungen und somit zu besseren Marktergebnissen führen können.

Komplexe Finanzprodukte und Wettbewerb

Welche Anreize haben Unternehmen überhaupt, intransparente und komplexe Produkte anzubieten? Und welchen Einfluss hat Wettbewerb zwischen Finanzunternehmen auf die Komplexität von Finanzprodukten? Je komplexer Produkte sind, desto schwieriger ist es für Verbraucherinnen und Verbraucher, das Produkt zu identifizieren, das ihren Wünschen

am ehesten entspricht, beispielsweise das Produkt mit dem insgesamt niedrigsten Preis oder den niedrigsten Gebühren. Zudem wird der Vergleich verschiedener Angebote erschwert. Wenn jedoch Verbraucherinnen und Verbraucher nur noch bedingt in der Lage sind, Preise und Gebühren zu vergleichen, werden Anbieter weniger intensiv über Gebühren konkurrieren können. Das bedeutet, dass die Intensität des Wettbewerbs typischerweise sinkt, je komplexer die Produkte sind.

Dies wiederum kann dazu führen, dass Unternehmen besonders komplexe Produkte oder Preisgestaltungen wählen, um die Wettbewerbsintensität bewusst zu reduzieren und damit auch in hart umkämpften Märkten hohe Margen durchzusetzen. Damit muss auch der Markteintritt von neuen Wettbewerbern nicht zwangsläufig zu niedrigeren Preisen führen, sondern kann vielmehr noch in komplexeren Produkten und höheren Preisniveaus resultieren.

Unternehmen können sehr unterschiedliche Anreize haben, komplexe Produkte anzubieten. So können neu in den Markt eingetretene, noch unbekannte Unternehmen größere Anreize haben, transparente Preise und Produkte anzubieten, um sich damit von den bereits im Markt etablierten Unternehmen abzusetzen. Dies konnte in jüngster Zeit insbesondere beim Markteintritt von Online-Banken beobachtet werden: Die neu eingetretenen Banken zeichneten sich meist durch eine sehr übersichtliche und einfache Preisgestaltung aus.

Auch besonders effiziente Unternehmen könnten Anreize haben, transparent zu sein, um damit ihren Effizienzvorteil ausschöpfen zu können. Dies liegt daran, dass diese Unternehmen eher über den Preis konkurrieren können als weniger effiziente Unternehmen. Diese weniger effizienten Unternehmen bevorzugen tendenziell intransparente Marktstrukturen, da sie nur in solchen Marktstrukturen trotz ihrer höheren Kosten bestehen können.



Foto: www.istockphoto.com

Verbraucherschutz und Politikimplikationen

Maßnahmen zum Verbraucherschutz können sowohl auf der Unternehmensseite als auch auf der Verbraucherseite ansetzen. Auf der Unternehmensseite können solche Maßnahmen beispielsweise die Offenlegung aller relevanten Preiselemente, die Verwendung von Beispielrechnungen oder eine einheitliche, leicht verständliche Sprache umfassen. Auf der Verbraucherseite könnten zum Schutze der Verbraucherinnen und Verbraucher zum Beispiel Bildungsprogramme zur finanziellen Allgemeinbildung aufgelegt werden.

Wenn Anleger in die Lage versetzt werden, bessere Entscheidungen zu treffen (z.B. bessere Vergleichbarkeit der angebotenen Produkte), dann erhöht sich dadurch der Wettbewerbsdruck auf die Unternehmen und die Intensität des Preiswettbewerbs zwischen Unternehmen nimmt zu. Um diesem Wettbewerbsdruck entgegenzuwirken, können Unternehmen durchaus erhöhte Anreize haben, die Produkte noch komplexer zu gestalten, als es ohne Verbraucherschutzmaßnahmen der Fall wäre.

Dieser unbeabsichtigte Effekt kann insbesondere in asymmetrischen Märkten relevant sein und auf Unternehmen zu treffen, die ursprünglich transparente Produkte angeboten haben (wie neu eingetretene Unternehmen, effiziente Unternehmen). Der durch die Verbraucherschutzmaßnahmen erhöhte Wettbewerbsdruck spiegelt sich auch bei diesen

Unternehmen wider und kann nun auch dazu führen, dass durch die Verbraucherschutzmaßnahmen gerade transparente Unternehmen ebenfalls beginnen, gezielt komplexe Produkte anzubieten. In anderen Worten: Transparente Unternehmen werden erst durch den Verbraucherschutz veranlasst, gezielt komplexe Produkte anzubieten. Je nach Stärke dieses Effektes, kann dies in der Konsequenz dazu führen, dass Maßnahmen zum Verbraucherschutz nur teilweise oder gar nicht wirksam sind.

Fazit

Wir kommen zu dem Schluss, dass Verbraucherschutzmaßnahmen zur Erhöhung der Markttransparenz weniger wirksam sein können als erwartet. Neben möglichen Ausweichreaktionen ist es möglich, dass Anbieter ihre Bemühungen um eine intransparente Produktgestaltung noch weiter verstärken. Dieses Risiko sollte bei der Politikgestaltung stets berücksichtigt werden. — Jun.-Prof. Dr. Tobias Wenzel

→ DICE Publikation

Yiquan Gu und Tobias Wenzel. „Strategic Obfuscation and Consumer Protection Policy“, *Journal of Industrial Economics* (im Erscheinen). Die Studie ist abrufbar als DICE Discussion Paper No. 76 unter: <http://ideas.repec.org/p/zbw/dicedp/76.html>.

Was ist uns Datenschutz wirklich wert? Ein Experiment

Die öffentliche Diskussion über den Schutz persönlicher Daten ist sehr lebhaft – scheinbar legen die Bürgerinnen und Bürger in Deutschland sehr viel Wert auf Datenschutz. Doch wie viel ist Menschen der Schutz ihrer Daten tatsächlich wert? Unser Experiment liefert interessante Ergebnisse.

Gerade in Deutschland scheint es, dass die Bürgerinnen und Bürger viel Wert auf ihre Privatsphäre legen, wie anhaltende Diskussionen über die Datenschutz-Politik vieler IT-Unternehmen zeigen. Ob Apple GPS-Bewegungsdaten auf dem iPhone speichert, Google Street View zu persönliche Dinge zeigt oder Facebook Userdaten zur Werbeoptimierung nutzt, die öffentliche Aufregung ist oftmals groß. Doch was ist Menschen der Schutz ihrer Daten wirklich wert? Ist ihnen Datenschutz so viel wert, wie sie in Umfragen angeben? Oder tritt das sogenannte „privacy paradox“ auf, wonach eine Diskrepanz zwischen prinzipieller Einstellung und konkretem Verhalten in Bezug auf Datenschutz besteht?

Diese Fragen haben wir in einem Experiment gemeinsam mit dem Handelsblatt Research Institute (HRI), der Forsa Gesellschaft für Sozialforschung und statistischen Analysen für die Deutsche Telekom untersucht. In unserem Experiment konnten Probanden im Labor gegen Bezahlung persönliche Daten preisgeben. Die experimentellen Daten wurden dann mit Umfragedaten verglichen.

Die Ergebnisse sind erstaunlich: So geben 71% der Teilnehmerinnen und Teilnehmer an, dass sie ihre Kontaktdaten überhaupt nur bedingt zur Verfügung stellen würden. Bis zu 92% der Befragten schließen die Nutzung ihrer Kontaktdaten für kommerzielle Zwecke auch gegen eine Bezahlung aus. Im Gegensatz zu den Teilnehmerinnen und Teilnehmern der Umfrage waren jedoch im Experiment die meisten Teilnehmerinnen und Teilnehmer bereit, Daten gegen Geld zu liefern. Nur ein recht konstanter Anteil von etwa 16% der Teilnehmerinnen und Teilnehmer verweigerte konsequent die Herausgabe persönlicher Daten. Der Rest der Probanden lieferte persönliche Daten gegen Bezahlung: So gaben beispielsweise 83% der Teilnehmerinnen und Teilnehmer für fünf Euro ihren Namen, ihre Handynummer sowie ihre Post- und Emailadresse zur Nutzung für Werbezwecke heraus.

Auch ihre Facebook-Daten verkauften zahlreiche Probanden. Im Experiment wurde nach dem Mindestbetrag für den Verkauf der Daten der „Info“- bzw. „Chronik“-Seite des persönlichen Facebook-Profiles gefragt. Dabei wurde sichergestellt,

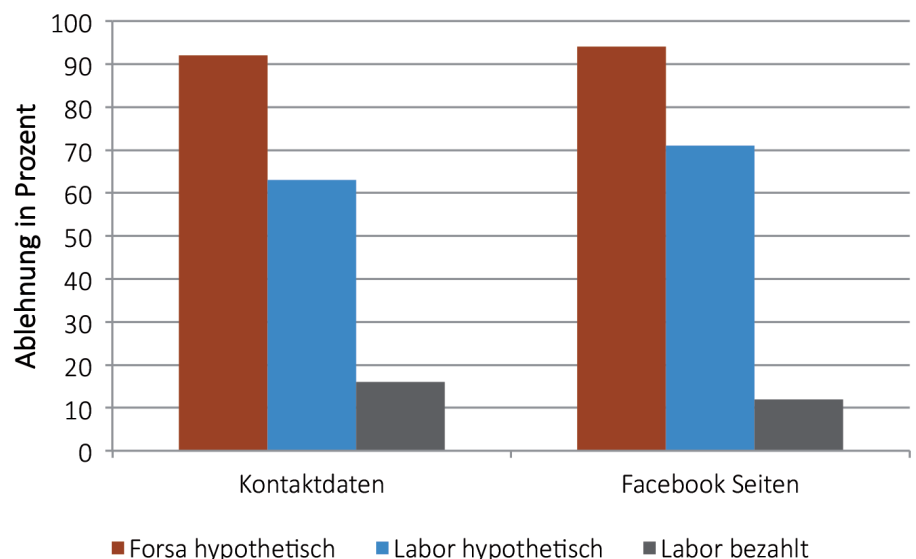


Abbildung 1: Anteil der Probanden, die eine kommerzielle Nutzung ihrer Daten in der Befragung ablehnen bzw. ihre Daten im Experiment nicht verkaufen

dass die entsprechenden Facebook-Konten auf die wahren Namen der Teilnehmerinnen und Teilnehmer registriert waren und dass sie aktiv genutzt wurden. Fast 90% der Probanden waren bereit, ihre Daten gegen Bezahlung preiszugeben: Im Mittel wurden rund 20 Euro verlangt; viele verlangten allerdings auch deutlich weniger. Gleichzeitig gab nur jeder Zehnte in der Umfrage an, seine Daten in sozialen Netzwerken oder für Preisausschreiben oder Coupons anzugeben.

Zusammenfassend lässt sich sagen: Direkt auf Datenschutzfragen angesprochen äußern viele Menschen erhebliche Bedenken und geben an, dass Datenschutz ihnen ein hohes und wichtiges Gut ist: 95% der Befragten erklärten, dass sie kritisch und sorgfältig mit ihren persönlichen Daten umge-

hen. Mit monetären Anreizen konfrontiert verweigerte jedoch nur eine von sechs Personen die Bereitstellung von Daten. Wir finden also tatsächlich Hinweise auf das als „privacy paradox“ benannte Phänomen, demzufolge Menschen dazu neigen, ihre Wertschätzung für Datenschutz zu überschätzen.

Prof. Dr. Hans-Theo Normann

→ DICE Publikation

Volker Benndorf und Hans-Theo Normann (2014). „The Willingness to Sell Private Data“; DICE Discussion Paper No. 143. Die Studie ist abrufbar unter: <http://ideas.repec.org/p/zbw/dicedp/143.html>.

Gemeinsame Tagung von DICE und Studienvereinigung Kartellrecht

Die Studienvereinigung Kartellrecht und das DICE haben am 17. Februar 2014 im Haus der Universität eine gemeinsame Tagung veranstaltet, auf der das Thema Kartellrecht und Ökonomie anhand konkreter Fälle diskutiert und vertieft wurde. Drei ausgewählte Kartellrechtsfälle wurden jeweils aus juristischer und ökonomischer Sicht kurz vorgestellt und eingeordnet.

Als erstes diskutierten Professor Dr. Roman Inderst (Universität Frankfurt) und RA Dr. Frederik Wiemer (Kanzlei Heuking Kühn Lüer Wojtek) das Urteil des Kammergerichts Berlin vom 19. 9. 2013 zur Vertriebsbeschränkung bei Schulranzen und Rucksäcken im Internet, bevor als zweites die Entscheidung des BGH vom 6. 12. 2011 zum Fusionsvorhaben der Tankstellenketten Total und OMV von Professor Dr. Justus Haucap (DICE) und RA Dr. Marco Hartmann-Rüppel (Kanzlei Taylor Wessing) erörtert wurde. Dabei wurde auch die Sektoruntersuchung Kraftstoffe des Bundeskartellamts intensiv diskutiert.

Als drittes ging es um die Entscheidungen des Bundeskartellamts und der britischen Kartellbehörden und Gerichte im Fusionsverfahren Akzo Nobel/Metlac, welche von Professor Dr. Kai-Uwe Kühn (DICE und University of Michigan) und RA Dr. Andreas Hahn (Kanzlei Oppenländer) vorgestellt und gewürdigt wurden. Dieser Zusammenschluss wurde vom Bundeskartellamt freigegeben, in Großbritannien jedoch von der dortigen Competition Commission untersagt – jeweils auf der Grundlage einer europaweiten Marktabgrenzung.

Der größte Teil der zur Verfügung stehenden Zeit wurde auf die interdisziplinäre Diskussion unter den etwa 100 Teilnehmerinnen und Teilnehmern verwendet. Nach Abschluss der Veranstaltung bestand Einigkeit, dass das neue Tagungsformat sehr anregend war und im nächsten Jahr fortgeführt werden soll. *Prof. Dr. Justus Haucap*

Ein Kommentar zur Mietpreisbremse

Es geht um Heimat

Während des Bundestagswahlkampfes wurde der Ruf nach einer Mietpreisbremse für den Mietwohnungsmarkt auch zur offenen Forderung der großen Parteien. Befürworter der Mietpreisbremse argumentieren, in Deutschland seien die Mietpreise in Ballungsräumen, Metropolen und Universitätsstädten regelrecht explodiert – Gerechtigkeit müsse wiederhergestellt werden; der Verdrängung von wirtschaftlich weniger leistungsfähigen Gruppen aus stark nachgefragten Wohnquartieren müsse entgegengewirkt werden; die Verdrängung betreffe inzwischen auch Durchschnittsverdiener, insbesondere Familien mit Kindern.

Mitte März wurde nun der Referentenentwurf für die Mietpreisbremse vorgelegt. Vorgesehen ist, dass bei der Wiedervermietung von Bestandswohnungen in Gebieten mit angespannten Wohnungsmärkten die Miete nur noch um höchstens 10 % über der ortsüblichen Vergleichsmiete angesetzt werden darf, es sei denn, die Miete lag schon vor der Neuvermietung mehr als 10 % über dieser Grenze. Zur Anwendung der Mietpreisbremse müssen die Bundesländer Gebiete mit angespannten Wohnungsmärkten durch Rechtsverordnung für eine Dauer von höchstens fünf Jahren ausweisen.

Das Gerechtigkeitsargument läuft als Begründung der Mietpreisbremse leer. Über die Zuteilung einer begehrten Wohnung entscheidet durch die Mietpreisbremse nicht länger die Wertschätzung der Bewerber. Zukünftig würden gegebenenfalls willkürliche und intransparente Kriterien entscheiden, beispielsweise die Beharrlichkeit beim Schlangestehen – vergleichbar dem in der sozialistischen Zentralplanungswirtschaft. Wahrscheinlich sind auch Umgehungsstrategien wie beispielsweise überzogene Abstandsanzahlungen für gebrauchte Küchen. Es darf die Frage gestellt werden, ob eine auf willkürlichen und intransparenten Kriterien fußende Auswahlentscheidung eigentlich gerechter ist als die Entscheidung nach dem Marktpreis.

Auch aus ökonomischer Sicht ist der Interventionismus kaum zu rechtfertigen. Wirtschaftsstudenten lernen es im ersten Semester: Preise sind Signale sowohl über die Wertschätzung für Güter als auch über ihre Knappheit. Sie geben einen Hinweis darauf, an welcher Stelle in einer

Volkswirtschaft Investitionen lohnen. Metropolen sind attraktive Zuzugsregionen, in denen Bewohner vom Arbeitsplatz- und Bildungsangebot profitieren. Womöglich sind die steigenden Mietpreise in Metropolen überwiegend das Signal, dass es dem Wohnungsbau schwer fällt, mit der steigenden Nachfrage Schritt zu halten. Die Gesetzesbegründung gesteht ein, dass die Mietpreisbremse keinen zusätzlichen Wohnraum schafft. Das ist aber nur die halbe Wahrheit. Denn durch künstlich niedrige Mietpreise steigt sogar der Wohnungsmangel, da durch sie die Nachfrage bei unverändertem Wohnungsangebot weiter steigt. Um dem Wohnungsmangel zu begegnen, müsste stattdessen vor allen Dingen zusätzliches Bauland schnell, unbürokratisch und frei von politischen Partialinteressen ausgewiesen und die private Wohnungsbautätigkeit gefördert werden. Im Gesetzentwurf finden sich vergleichbare Anregungen leider nur in der Begründung, im Gesetzestext steht von dergleichen kein Wort.

Willkür und Intransparenz als Folge der Mietpreisbremse schwächen das Signal an Investoren, dass auf einem angespannten Wohnungsmarkt ein zusätzliches Engagement mit Kapital besonders lohnend ist. Zusätzlich schwächt die Mietpreisbremse Investitionsanreize, weil sich Immobilieninvestitionen erst über Jahrzehnte amortisieren. So sind Neubauten zwar nicht unmittelbar von der Preisregulierung der Mietpreisbremse betroffen, dennoch setzt die Mietpreisbremse dem ohnehin schon bestehenden wirtschaftlichen Risiko eines jeden Immobilienbauvorhabens ein zusätzliches Moment der mittel- und langfristigen politischen Unsicherheit oben drauf.

Der für die Mietpreisbremse zuständige Minister Heiko Maas sagte in der ZEIT: „Es geht vor allem um den Ort, an dem die Menschen leben. Es geht um ihre Heimat.“ Das mag sein, aber der Mietpreisbremse geht es nicht darum. Ihr Mangel ist, ein Instrument der Politik zu sein, das dem Gerechtigkeitsempfinden zweifelhaft schmeichelt, vielen nicht schadet, unmittelbar keine Steuergelder kostet und dessen wahrer Schaden, nämlich die Störung der Signalwirkung eines funktionierenden Preissystems, lange verborgen bleibt. Mit der Mietpreisbremse lassen sich Wahlkämpfe gewinnen, ohne der Sache zu nutzen. ___Dr. Michael Coenen

List-Gesellschaft und List Forum jetzt am DICE beheimatet

Das DICE beherbergt seit diesem Jahr die List-Gesellschaft und auch das *List Forum für Wirtschafts- und Finanzpolitik*. Nachdem die Geschäftsstelle der List-Gesellschaft lange an der Universität Münster bei Professor Dr. Karl-Hans Hartwig angesiedelt war, freuen wir uns, sie nun am DICE zu haben! Die wesentliche Aufgabe ist die Herausgabe des *List Forums für Wirtschafts- und Finanzpolitik*, das wieder stärker als Medium mit aktuellen ordnungspolitischen Beiträgen zu Problemen der Wirtschafts- und Finanzpolitik positioniert werden soll.

Der neue geschäftsführende Vorstand der List-Gesellschaft setzt sich aus dem Vorsitzenden Hans-Bernd Wolberg (WGZ Bank), seinem Stellvertreter Prof. Dr. Michael Göke (FOM Essen), Prof. Dr. Justus Haucap (DICE) als federführender Herausgeber des *List Forums* und Prof. Dr. Dieter Smeets (Heinrich-Heine-Universität) als Schatzmeister zusammen.

Ein paar Worte zur Geschichte der List-Gesellschaft: Als Nachfolgerin der Friedrich-List-Gesellschaft, die 1935 durch eine Selbstauflösung einem drohenden Verbot durch die Nationalsozialisten zuvorkam, wurde die „neue“ List-Gesellschaft 1954 von Edgar Salin gegründet. Ziel ist es, Praktiker und Wissenschaftler zu gemeinsamer Arbeit zusammenzuführen. Im Fokus steht dabei die Erarbeitung von wissenschaftlichen Lösungsansätzen zu wirtschafts- und gesellschaftspolitischen Gegenwartsfragen, um die Ergebnisse für die Praxis in Wirtschaft, Verwaltung und Politik nutzbar zu machen.

So ist die heutige List-Gesellschaft eine internationale Vereinigung von persönlichen, korporativen und institutionellen Mitgliedern aus Wirtschaft, Wissenschaft, Politik, Verbänden und öffentlicher Verwaltung. Als Publikation erscheint das deutschsprachige, periodisch erscheinende *List Forum für Wirtschafts- und Finanzpolitik*, das derzeit von mehr als 300 natürlichen Personen und Institutionen bezogen wird und eine exzellente Verbreitung an deutschen Hochschulbibliotheken hat. Der jährliche Abonnementspreis beträgt 55 Euro, Mitglieder der List-Gesellschaft erhalten das *List Forum* kostenlos.

Um einen Einblick in die Themen des *List Forums* zu geben, hier eine Auswahl der Beiträge aus dem Jahr 2013:

Die deutsche Europapolitik unter den Vorgaben des Bundesverfassungsgerichts (Prof. Dr. Martin Seidel)

Die Europäische Union: Vom Garanten zum Bedroher der Freiheit (Prof. Dr. Martin Leschke)

Schadet oder nützt die Finanzspekulation mit Agrarrohstoffen? – Ein Literaturüberblick zum aktuellen Stand der empirischen Forschung (Matthias Georg Will, Sören Prehn, Prof. Dr. Ingo Pies; Prof. Dr. Thomas Glauben)

Soziale Marktwirtschaft: Auslauf- oder Zukunftsmodell? (Dr. Verena Mertins)

Solarweltmeister Deutschland? Ein gewaltig teurer Irrtum (Prof. Dr. Manuel Frondel; Prof. Dr. Christoph Schmidt; Prof. Dr. Colin Vance)

One Market, One Money – Zwei Jahrzehnte später (Prof. Dr. Peter Spahn).

Wir freuen uns über Manuskripte und hoffen auf weitere Anregungen! Gerne senden wir Ihnen ein kostenloses Probeexemplar zu. Bei Fragen oder Anmerkungen wenden Sie sich bitte an die Geschäftsstelle oder besuchen Sie unsere Internetseite:

List-Gesellschaft e.V.
Düsseldorfer Institut für Wettbewerbsökonomie (DICE)
Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf
Universitätsstraße 1, 40225 Düsseldorf
mail@list-gesellschaft.de, www.list-gesellschaft.de

Lisa Hamelmann

Publikationen im Erscheinen

How Large is the Magnitude of Fixed-Mobile Call Substitution? Empirical Evidence from 16 European Countries.

Anne-Kathrin Barth & Ulrich Heimeshoff
Erscheint in: Telecommunications Policy.

Resales at a Loss: Who Benefits?

Vanessa von Schlippenbach
Erscheint in: European Review of Agricultural Economics.

Does the Growth of Mobile Markets Cause the Demise of Fixed Networks? Evidence from the European Union.

Anne-Kathrin Barth & Ulrich Heimeshoff
Erscheint in: Telecommunications Policy.

Simultaneous and Sequential Contributions to Step-Level Public Goods: One vs. Two Provision Levels.

Hans-Theo Normann & Holger A. Rau
Erscheint in: Journal of Conflict Resolution.

Media Bias and Advertising: Evidence from a German Car Magazine.

Ralf Dewenter & Ulrich Heimeshoff
Erscheint in: Review of Economics.

A Retrospective Merger Analysis in the UK Videogames Market.

Luca Aguzzoni, Elena Argentesi, Paolo Buccirossi, Lorenzo Ciari, Tomaso Duso, Massimo Tognoni & Cristiana Vitale
Erscheint in: Journal of Competition Law and Economics.

The Rise of the East and the Far East: German Labor Markets and Trade Integration.

Wolfgang Dauth, Sebastian Findeisen & Jens Suedekum
Erscheint in: Journal of the European Economic Association.

Regulating Harmless Activity to Fight Crime.

Florian Baumann & Tim Friehe
Erscheint in: Journal of Economics/Zeitschrift für Nationalökonomie.

Global Sourcing of Complex Production Processes.

Christian Schwarz & Jens Suedekum
Erscheint in: Journal of International Economics.

Strategic Obfuscation and Consumer Protection Policy.

Yiquan Gu & Tobias Wenzel
Erscheint in: Journal of Industrial Economics.

The Effects of Rebate Contracts on the Health Care System.

Julia Graf
Erscheint in: European Journal of Health Economics.

Trade, Wages and Productivity.

Kristian Behrens, Giordano Mion, Yasusada Murata & Jens Suedekum
Erscheint in: International Economic Review.

Price vs. Quantity Competition in a Vertically Related Market

Maria Alipranti, Chrysovalantou Milliou & Emmanuel Petrakis
Erscheint in: Economics Letters

Publikationsauswahl 2014

Research Grants, Sources of Ideas and the Effects on Academic Research.

Hanna Hottenrott & Cornelia Lawson
Economics of Innovation and New Technology, 23 (2014), 109 – 133.

A Connection between Quantum Decision Theory and Quantum Games: The Hamiltonian of Strategic Interaction.

Ismael Martínez-Martínez
Journal of Mathematical Psychology, 58 (2014), 33 – 44.

Why Are Educated and Risk-Loving Persons More Mobile Across Regions?

Stefan Bauernschuster, Oliver Falck, Stephan Heblich & Jens Suedekum
Journal of Economic Behavior & Organization, 98 (2014), 56 – 69.

Consumer Myopia, Competition and the Incentives to Unshroud Add-on Information.

Tobias Wenzel
Journal of Economic Behavior and Organization, 98 (2014), 89–96.

(International) R&D Collaboration and SMEs: The Effectiveness of Targeted Public R&D Support Schemes.

Cindy Lopes-Bento & Hanna Hottenrott
Research Policy, 43 (2014), 1055 – 1066.

The Impact of Upfront Payments on Assortment Decisions in Retailing.

Pio Baake & Vanessa von Schlippenbach
Review of Industrial Organization, 44 (2014), 95 – 111.

Open Innovation in a Dynamic Cournot Duopoly.

Irina Hasnas, Luca Lambertini & Arsen Palestini
Economic Modelling, 36 (2014), 79 – 87.

Competition in Germany's Minute Reserve Power Market: An Econometric Analysis.

Justus Haucap, Ulrich Heimeshoff & Dragan Jovanovic
The Energy Journal, 35 (2014), 139 – 158.

Independent Service Operators in ATM Markets.

Tobias Wenzel
Scottish Journal of Political Economy, 61 (2014), 26 – 47.

Google, Facebook, Amazon, eBay: Is the Internet Driving Competition or Market Monopolization?

Justus Haucap & Ulrich Heimeshoff
International Economics and Economic Policy, 11 (2014), 49 – 61.

On the Strictly Descending Multi-Unit Auction.

Vitali Gretschko, Alexander Rasch & Achim Wambach
Journal of Mathematical Economics, 50 (2014), 79 – 85.

—> www.dice.hhu.de/forschung-dice/dice-publikationen.html

Ordnungspolitische Perspektiven

Das Rundfunkbeitragsaufkommen nach der Reform des Rundfunkfinanzierungsmodells.

Justus Haucap, Hans-Theo Normann, Volker Benndorf & Beatrice Pagel

Energiemarkteffizienz und das Quotenmodell der Monopolkommission.

Marc Bataille & Ulrike Hösel
Erschienen in: Zeitschrift für neues Energierecht (ZNER), 18 (2014), 40 – 44.

Wissenschaftliche Politikberatung: Erreicht der Rat von Ökonomen Politik und Öffentlichkeit?

Justus Haucap & Tobias Thomas
Erschienen in: Wirtschaftsdienst, 94 (2014), 180 – 186.

Ausbau der Stromnetze im Rahmen der Energiewende: Effizienter Netzausbau und effiziente Struktur der Netznutzungsentgelte.

Justus Haucap & Beatrice Pagel
Erschienen in: List Forum für Wirtschafts- und Finanzpolitik, 39 (2013), 235 – 254.

Krankenkassen und Leistungserbringer als Wettbewerbsakteure.

Michael Coenen & Justus Haucap
Erschienen in: D. Cassel, K. Jacobs, C. Vauth & J. Zerth (Hrsg.), Solidarische Wettbewerbsordnung, Verlag medhochzwei: Heidelberg 2014, 259 – 282.

Kommunal- statt Missbrauchsaufsicht: Zur Aufsicht über Trinkwasserentgelte nach der 8. GWB-Novelle.

Michael Coenen & Justus Haucap
Erschienen in: Wirtschaft und Wettbewerb, 64 (2014), 356 – 363.

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

Discussion Papers

Globalization and Local Profiles of Economic Growth and Industrial Change.

Wolfgang Dauth & Jens Suedekum

Asymmetric Spiders:

Supplier Heterogeneity and the Organization of Firms.

Verena Nowak, Christian Schwarz & Jens Suedekum

A Note on Consumer Flexibility, Data Quality and Collusion.

Irina Hasnas

Consumer Flexibility, Data Quality and Location Choice.

Irina Baye & Irina Hasnas

Multi-Union Bargaining: Tariff Plurality and Tariff Competition.

Hamid Aghadadashli & Christian Wey

Why are Economists so Different?

Nature, Nurture, and Gender Effects in a Simple Trust Game.

Justus Haucap & Andrea Müller

Frictions in the Interbank Market and Uncertain Liquidity Needs: Implications for Monetary Policy Implementation.

Monika Bucher, Achim Hauck & Ulrike Neyer

Patents as Quality Signals?

The Implications for Financing Constraints on R&D.

Dirk Czarnitzki, Bronwyn H. Hall & Hanna Hottenrott

Targeted Pricing, Consumer Myopia and Investment in Customer-Tracking Technology.

Irina Baye & Geza Sapi

Do Leniency Policies Facilitate Collusion? Experimental Evidence.

Georg Clemens & Holger A. Rau

Fishing for Complementarities:

Competitive Research Funding and Research Productivity.

Hanna Hottenrott & Cornelia Lawson

The Willingness to Sell Private Data.

Volker Benndorf & Hans-Theo Normann

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

DICE POLICY BRIEF

AKTUELLES & PERSONELLES

Das Forschungsprojekt „Regionales Wachstum und Strukturwandel“ von Prof. Dr. Jens Südekum wird von der Deutschen Forschungsgemeinschaft (DFG) bis März 2017 gefördert. Ziel des Projektes ist es, empirisch beobachtbare Stadtgrößenverteilungen und heterogene regionale Strukturwandelprozesse von Branchen realistischer zu modellieren. Untersucht werden unter anderem die Folgen und Wirkungsweisen von regionaler Wirtschaftspolitik und Handelsintegration für regionales Wachstum und Branchenstrukturen.

Das Forschungsprojekt „Parallelimporte, Innovationen und Generika: Wettbewerb im deutschen Markt für orale Antidiabetika“ von Jun.-Prof. Annika Herr, Moritz Suppliet und Prof. Dr. Tomaso Duso wird von der DFG bis März 2016 gefördert. Das Projekt analysiert Wettbewerb im deutschen Arzneimittelmarkt, insbesondere im Spannungsfeld sich ändernder europäischer Rahmenbedingungen, Produktinnovationen und den Herausforderungen des demografischen Wandels.

Der Verein zur Förderung der wettbewerbsökonomischen Forschung e.V. unterstützt die Arbeit des DICE finanziell und ist als gemeinnützig anerkannt. Weitere Informationen über den Förderverein des DICE sind abrufbar unter:

—> www.dice.hhu.de/foerderverein.html.

Gemeinsam mit der European School of Management and Technology (ESMT) und der Deutschen Bahn AG wird das DICE ab 2015 das jährlich in Berlin stattfindende Symposium zu „Wettbewerb und Regulierung im Eisenbahnsektor“ ausrichten. Nach dem plötzlichen Tod von Prof. Dr. Dr. h.c. Christian Kirchner (HU Berlin) wird Prof. Dr. Justus Haucap nun die wissenschaftliche Begleitung des Symposiums übernehmen. Der Termin für das nächste Symposium ist der 29. Januar 2015.

Mirjam Lange und Markus Dertwinkel-Kalt wurden als zwei von 450 Teilnehmerinnen und Teilnehmern unter Tausenden von Bewerberinnen und Bewerbern weltweit ausgewählt für das 5. Lindau Nobel Prize Meeting in Economics. Die beiden DICE-Doktoranden haben nun die Möglichkeit, vom 19. bis 23. August 2014 fünf Tage lang in Lindau zahlreiche Nobelpreisträger der Wirtschaftswissenschaften zu treffen.

Professor Dr. Justus Haucap ist vom Abgeordnetenhaus des Landes Berlin als einer von fünf Sachverständigen in die Enquete-Kommission „Neue Energie für Berlin“ berufen worden.

Dr. Sven Heitzler hat im Oktober 2013 seine Promotion am DICE abgeschlossen. Die Arbeit über „Liberalization and Regulation of Postal Services and Markets“ wurde von Prof. Dr. Christian Wey und Prof. Dr. Christian von Hirschhausen (TU Berlin) betreut. Herr Dr. Heitzler arbeitet jetzt bei der Deutschen Telekom AG.

Dr. Georg Clemens hat im Januar 2014 seine Promotion am DICE abgeschlossen. Seine Dissertation über „Strategic and Behavioral Aspects of (Anti-)Competitive Conduct in Oligopolies“ wurde von Prof. Dr. Hans-Theo Normann und Prof. Dr. Christian Wey betreut. Herr Dr. Clemens hat im April eine Stelle bei NERA Economic Consulting in Berlin angetreten.

Professor Dr. Jens Südekum hat seit diesem Sommersemester den Lehrstuhl für International Economics an unserer Fakultät inne. Mit ihm sind Verena Nowak (vorher auch Duisburg-Essen) und Nico Steffen (vorher Gießen und Frankfurt am Main) als Doktorandin bzw. Doktorand nach Düsseldorf gewechselt.

Professor Dr. Justus Haucap wurde am 21. Mai 2014 in die Nordrhein-Westfälische Akademie der Wissenschaften und Künste aufgenommen. Von den Mitgliedern der Akademie wurde er als eines von insgesamt 50 ordentlichen Mitgliedern in die Klasse für Ingenieur- und Wirtschaftswissenschaften gewählt.

Reiner Holznagel, Präsident des Bundes der Steuerzahler, wird am Dienstag, den 10. Juni 2014, um 12.30 Uhr im Lunchtime-Seminar des DICE zu aktuellen Reformvorhaben in der Steuerpolitik vortragen. Interessenten sind herzlich willkommen!

Dr. Jörn Quitzau (Berenberg Bank) wird am Dienstag, den 17. Juni 2014, 12.30 – 14.00 Uhr, im Rahmen des DICE Lunchtime Seminars über „Wirtschaftliche Effekte von Fußball-Weltmeisterschaften“ sprechen. Interessenten sind herzlich willkommen!