

Editorial

Sehr geehrte Damen und Herren,

18.11.2014

das E-Finance Lab publiziert jeweils quartalsweise einen digitalen sowie einen gedruckten Newsletter, die abwechselnd alle sechs Wochen erscheinen. Der digitale Newsletter, dessen vierte Ausgabe für das Jahr 2014 Ihnen hier vorliegt, gibt einen kurzen Überblick über ausgewählte Forschungsarbeiten, Konferenzen und Veranstaltungen des E-Finance Lab. Der gedruckte Newsletter hingegen beschreibt kompakt und ergebnisorientiert einzelne Forschungsprojekte.

Falls Sie sich zum Bezug des digitalen und/oder des gedruckten Newsletters anmelden möchten, klicken Sie bitte [HIER](#).

Wir möchten zudem diese Ausgabe des digitalen Newsletters nutzen, um Sie recht herzlich zur E-Finance Lab Frühjahrstagung am 10. Februar 2015 ab 13:30 Uhr auf den Campus Westend der Goethe-Universität Frankfurt einzuladen.

Das Thema der diesjährigen Konferenz lautet „*Liquidity, Transparency and Electronic Trading in Europe*“. Neben Hauke Stars (Deutsche Börse AG) werden unter anderen Rodrigo Buenaventura (ESMA), Remco Lenterman (FIA EPTA) und Prof. Albert Menkveld (VU University Amsterdam) aktuelle Entwicklungen der Wertpapiermärkte diskutieren. Die aktuelle [Agenda](#) der Konferenz finden Sie in diesem Newsletter.

Sie können sich bereits für die Veranstaltung anmelden. Die Teilnahme ist kostenlos.

www.efinancelab.de/events/conferences/spring-conference-2015/registration/

Viel Freude und Gewinn beim Lesen
wünscht Ihnen herzlichst Ihr



Prof. Dr. Peter Gomber
Stellvertretender Vorsitzender des Vorstandes des E-Finance Lab

Ausgewählte Forschungsergebnisse

"Aufbau von Sozialkapital durch Microblogging in der Financial Services Industrie"

Marten Risius

Die Leistungsfähigkeit von Unternehmen hängt maßgeblich davon ab, in welchem Umfang diese in der Lage sind, organisationales Wissen zu generieren und zu verbreiten. Dies gilt insbesondere für Unternehmen aus wissensintensiven Branchen, wie der Finanzindustrie. Zahlreiche wissenschaftliche Publikationen unterstreichen, dass der Einsatz von Social Media den Beziehungsaufbau unter Mitarbeitern unterstützt und damit die aktive Suche nach und das Teilen von Informationen fördert. In diesem Zusammenhang wird häufig von Sozialkapital (SK) gesprochen. Sozialkapital wird verstanden als die Ressourcen, die durch die Beziehungen der Menschen innerhalb eines sozialen Netzwerks entstehen.

Um besser nachvollziehen zu können, wie sich der erfolgreiche Aufbau von SK durch Kommunikation in Enterprise Social Media (ESM) Anwendungen vollzieht, haben wir eine empirische Studie durchgeführt. Im Rahmen dieser Studie wurden 6.306 Enterprise Microblogging (EMB) Nachrichten untersucht, die von 136 Mitarbeitern eines internationalen Finanzdienstleisters stammen. Konkret wurden zunächst zwei unterschiedliche Kommunikationstypen identifiziert (Informer und Meformer) und diese im Anschluss bzgl. ihres jeweiligen SKs verglichen. Informer kommunizieren überwiegend faktische Informationen, während Meformer primär selbst-enthüllende Nachrichten über ihre Stimmung oder persönliche Aktivitäten verbreiten.

Die Unterschiede im Sozialkapital wurden hinsichtlich der drei grundlegenden Dimensionen analysiert: Strukturkapital, Beziehungskapital und kognitives Kapital. Strukturkapital beschreibt, ob und wie Individuen innerhalb einer Sozialstruktur vernetzt sind. Entscheidend für Strukturkapital sind das Vorhandensein von interpersonellen Netzverbindungen sowie die dazugehörigen Netzwerkpositionen (Zentralität). Beziehungskapital betont dagegen die Qualität der persönlichen Beziehungen, die Personen mittels Interaktionen aufgebaut haben. Die Stärke der Beziehung beruht dabei auf Vertrauen, gegenseitigem Respekt oder einer Freundschaft zwischen den Akteuren. Kognitives Kapital umfasst das gemeinsame Verständnis und geteilte Meinungen verschiedener Akteure eines Netzwerks. Solche Gemeinsamkeiten hängen vor allem von gleichartigen Erfahrungen und der Kommunikation ab, welche es Individuen ermöglicht, bestimmte Ereignisse in gleicher Weise zu interpretieren.

Die Ergebnisse unserer Studie zeigen, dass die eher ich-bezogene Kommunikationsweise von Meformern zu einem effektiveren Aufbau von SK führt, verglichen mit der vorrangig faktenbasierten Kommunikationsweise der Informer. Konkret finden wir in unserer Analyse substantielle Nachweise für das Potential von Meformern zur Bildung von SK hinsichtlich der Cluster Strukturkapital und Beziehungskapital. Bezüglich des kognitiven Kapitals lässt sich jedoch kein Einfluss der Kommunikationstypen feststellen.

Für Unternehmen und vor allem für Finanzinstitute haben die Ergebnisse mehrere Implikationen. Organisationen würden davon profitieren, ihre Mitarbeiter zu mehr „Selbst-Enthüllung“ zu ermuntern, da dies positiv auf die Entstehung wertvoller Beziehungen wirkt. Darüber hinaus begegnen wir den Vorbehalten vieler Praktiker, EMB führe zu einer Verschwendung von Ressourcen. Zum einen liefern wir Beweise dafür, dass eine EMB-Plattform die Kommunikation und Kollaboration zwischen den Mitgliedern einer Organisation unterstützt und letztlich SK erzeugt. Zum anderen deuten unsere Befunde darauf hin, dass Unternehmen eine vielfältigere Anwendung der Plattform in puncto Kommunikation zu Gute kommen würde. Eine rein unpersönliche und faktenbasierte Kommunikation scheint (in gewissem Maße) weniger dafür geeignet, das SK-Bildungspotential von EMB auszunutzen. Obwohl andere Forschungsarbeiten das Risiko von hedonistischem „Gerede“ in EMB als vergleichsweise gering einschätzen, zeigen unsere Ergebnisse, dass es genau dieser Überhang von selbst-enthüllender Kommunikation ist, der dem individuellen Nutzer zum Aufbau von SK verhilft.

Für weitere Informationen steht Ihnen [Marten Risius](#) (Layer 1) gerne zur Verfügung.

"Mensch oder Maschine: Wer erfasst Unternehmensveröffentlichungen am zuverlässigsten?"

Emanuel Bayer

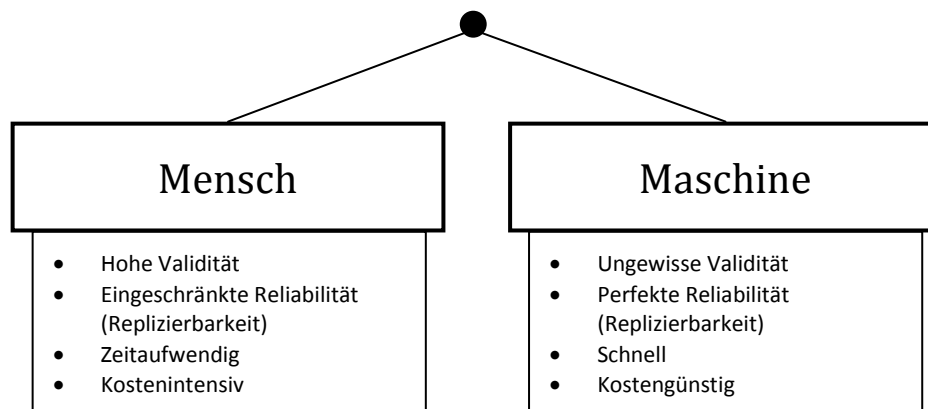
Unternehmen weltweit produzieren immer größere Mengen an Unternehmensveröffentlichungen. Diese können Pflichtveröffentlichungen wie Jahres- und Quartalsberichte, aber auch freiwillige Veröffentlichungen wie Corporate Social Responsibility (CSR) Reports sein.

Konsumenten dieser Unternehmensveröffentlichungen, wie Analysten und Investoren, stehen nun vor der Herausforderung, die wertrelevanten Informationen dieser Veröffentlichungen zu extrahieren und in ihre Bewertungen einfließen zu lassen. Auch Regulierer stehen vor der Herausforderung, die Unmengen an Veröffentlichungen auf ihre Konformität mit den Regulierungsvorschriften zu überprüfen.

Während vor ca. 20 Jahren noch kaum eine Alternative zur manuellen Durchsicht ("Mensch") der Veröffentlichungen bestand, gibt es heute die Möglichkeit, Inhaltsanalysen automatisiert durch den Einsatz entsprechender Software ("Maschine") durchzuführen. Diese automatisierten Analysen sollen Aufschluss über Themenschwerpunkte der Veröffentlichungen geben oder den „Ton“ (positiv vs. negativ) der Veröffentlichungen erfassen. Hierzu zählen die meisten Software-Programme zunächst, wie häufig gewisse Schlagwörter in der Veröffentlichung auftauchen und gleichen diese danach mit einer hinterlegten Datenbank auf deren Tonalität oder Themengebiet ab. Abbildung 1 zeigt typische Vor- und Nachteile von manuellen und automatisierten Analysen.

Abbildung 1:

Vor- und Nachteile manueller ("Mensch") und automatisierter ("Maschine") Analysen



Während automatisierte Analysen einen Beitrag zur Strukturierung der Fülle an Veröffentlichungen leisten können, gelingt es bislang noch nicht zuverlässig, zwischen sogenanntem "Cheap Talk" (d.h. nicht wertrelevanten Aussagen) und tatsächlich bei Bewertungen verwendbaren Informationen zu unterscheiden. Aus diesem Grund wurde in Layer 3 des E-Finance Lab mittels einer aufwendigen Studie knapp 400 Jahresberichte von Unternehmen aus den USA sowohl manuell als auch softwaregestützt analysiert und die Ergebnisse miteinander verglichen.

Das Ergebnis zeigt, dass die automatisierte Inhaltsanalyse bei einigen Inhaltskategorien zu anderen Ergebnissen kommt als die manuell erstellte Inhaltsanalyse. Während bei eher traditionellen Kategorien (wie z.B. Informationen über Management und Shareholder) beide Ansätze vergleichbare Ergebnisse lieferten, waren bei der Untersuchung zukunftsgerichteter Aussagen nur die Ergebnisse der manuellen Analyse aussagekräftig. Außerdem zeigte die Analyse, dass bei sehr spezifischen Informationen mit engem Vokabular die automatisierte Inhaltsanalyse eine gute Alternative zur manuellen Durchsicht der Veröffentlichung darstellt.

Die Arbeit vergleicht die Aussagekraft von automatisierter Inhaltsanalyse und manueller Textanalyse für eine Vielzahl typischer Inhaltskategorien von Unternehmensveröffentlichungen. Die Ergebnisse zeigen für welche Inhaltskategorien der automatisierte Ansatz eine schnelle und günstige Alternative zur manuellen Durchsicht darstellt, aber auch, wo softwaregestützte Ansätze noch ihre Schwächen haben. Insgesamt ermöglichen die Erkenntnisse eine schnellere Analyse der Inhalte von Unternehmensveröffentlichungen bei gleichzeitiger hoher Validität der Ergebnisse. Im nächsten Forschungsschritt sollen nun automatisierte Ansätze entwickelt werden, die auch die Analyse jener Inhaltskategorien zuverlässig ermöglichen, bei denen die Maschine bislang noch nicht ersetzt werden kann.

Für weitere Informationen steht Ihnen [Emanuel Bayer](#) (Layer 3) gerne zur Verfügung.

Ausgewählte laufende Forschungsarbeiten

"Optimierung dienstbasierter Geschäftsprozesse"

Dieter Schuller, Melanie Siebenhaar, Olga Wenge, Ronny Hans

In hoch-kompetitiven Märkten mit ähnlichen Produkten und Dienstleistungen ist es erforderlich, Geschäftsprozesse flexibel an sich ändernde Marktanforderungen anpassen und effizient ausführen zu können. Im Hinblick auf Prozesse, die durch IT realisiert bzw. hochgradig unterstützt werden, gilt dies auch für die entsprechenden IT-Strukturen und Funktionalitäten. Gerade für Unternehmen in der Finanzindustrie sind die genannten Anforderungen von großer Bedeutung, da die erstellten und angebotenen (Finanz-) Produkte und Dienstleistungen der Konkurrenzunternehmen zu einem gewissen Grad vergleichbar sind.

Im Hinblick auf die flexible Anpassung von Geschäftsprozessen wird das Paradigma der dienstbasierten Architekturen häufig empfohlen (Papazoglou et al., 2003; Georgakopoulos und Papazoglou, 2009). Durch den Einsatz eines dienstbasierten Ansatzes können Geschäftsprozesse mithilfe von (Software-)Diensten, die die Geschäftsprozesslogik und Funktionalität kapseln, unterstützt und realisiert werden. Im Gegensatz zu großen, monolithischen Anwendungsblöcken lassen sich (atomare) Dienste und dementsprechend Dienstkombinationen bzw. -kompositionen leicht und flexibel an geänderte Kundenanforderungen anpassen, ohne unmittelbar auf den Quellcode bzw. die Implementierung großer, monolithischer Anwendungslandschaften zugreifen zu müssen.

Solche Dienste können durch interne IT-Abteilungen bereitgestellt oder auch (z.B. bei einzelnen, standardisierten Prozessschritten) von externen Unternehmen (wie z.B. der Schufa) erbracht werden. Abhängig von den jeweiligen Erfordernissen können sie von der internen IT-Abteilung auch in verschiedenen Abstufungen und Qualitätsniveaus, wie bspw. Ausführungszeit oder Durchsatz, zu entsprechend verschiedenen Kosten angeboten werden. Durch höheren Einsatz von IT-Ressourcen (CPU oder RAM), was mit höheren Kosten verbunden ist, kann bspw. die Ausführungszeit und der Durchsatz erhöht werden. Diese bessere „Qualität“ kostet jedoch im Sinne eines höheren Ressourceneinsatz. Abhängig von den gewünschten nicht-funktionalen Diensteigenschaften kann zwischen entsprechenden Diensten gewählt werden. Je nach Anwendungsszenario bzw. Anwendungskontext liegen andere nicht-funktionale Anforderungen vor. Um hier eine effiziente Prozessausführung zu erreichen, bedarf es einer Optimierung bei der Auswahl geeigneter Dienste.

Die Optimierung servicebasierter Geschäftsprozesse erfolgt abhängig vom zugrundeliegenden Kontext; d.h. abhängig vom Prozessmodell muss das Optimierungsproblem modelliert und spezifiziert und je nach Anwendungskontext heuristisch oder optimal gelöst werden (Schuller et al., 2011; Schuller, 2013). Hierbei kommen Techniken aus dem Bereich der (gemischt) ganzzahligen linearen Programmierung zum Einsatz (Domschke und Drexl, 2002). Durch Optimierung lassen sich kosteneffiziente Dienstkombinationen bzw. -kompositionen für die Realisierung von Geschäftsprozessen ermitteln, die vom Anwendungskontext vorgegebene Restriktionen an nicht-funktionale Diensteigenschaften einhalten (Schuller et al., 2011; Schuller, 2013).

Bei der Dienstauführung kann es jedoch zu Abweichungen vom erwarteten Dienstverhalten kommen. Bspw. kann die Ausführung eines Dienstes aufgrund von unterschiedlichen Serverlastsituationen und Latenz im Netz (Rosario et al., 2008; Zeng et al., 2010) länger dauern als erwartet. Solches abweichendes Verhalten ist in der Regel nicht deterministisch vorhersagbar. In unseren aktuellen Arbeiten beschäftigen wir uns mit nicht-deterministischem Dienstverhalten (Schuller et al., 2013; Schuller et al., 2014). Um ein solches Verhalten von Diensten zu modellieren, bietet sich die Verwendung von stochastischen Verteilungsfunktionen an. Diese lassen sich mithilfe von Beobachtungen vergangener Serviceausführungen erstellen, d.h. es werden hierfür historische Werte berücksichtigt und verwendet. In diesem Kontext haben wir, um mit der Unsicherheit des tatsächlich auftretenden Dienstverhaltens umgehen zu können, einen simulationsbasierten Optimierungsansatz entwickelt, der unter Zuhilfenahme von erarbeiteten stochastischen Verteilungsfunktionen die Dienstauführung zunächst simuliert und anschließend optimiert. Die Evaluation hat gezeigt, dass unter Berücksichtigung von Strafzahlungen bei der Verletzung von zuvor festgelegten Restriktionen, z.B. einer oberen Grenze für die Ausführungszeit des gesamten Geschäftsprozesses, eine Reduktion der Gesamtkosten um bis zu 30% erreicht werden konnte.

Aus unseren Arbeiten ergeben sich interessante praktische Schlussfolgerungen. So lässt sich durch den Einsatz eines dienstbasierten Ansatzes und entsprechender Optimierung von hochgradig IT-unterstützten bzw. durch IT realisierte Geschäftsprozessen, wie sie gerade im Finanzbereich häufig vorhanden sind, eine kosteneffiziente Prozessausführung erreichen. Die von uns erarbeiteten und hier skizzierten Optimierungstechniken sind in der Lage, optimale Lösungen innerhalb von Millisekunden zu errechnen. Durch den Einsatz dieses Ansatzes für den Umgang mit Unsicherheit im Rahmen der Dienstauführung erhöht sich diese Berechnungszeit in den niedrigen, einstelligen Sekundenbereich. Auf der anderen Seite sind jedoch erhebliche Einsparpotentiale möglich.

Für weitere Informationen stehen Ihnen [Dieter Schuller](#), [Melanie Siebenhaar](#), [Olga Wenge](#) und [Ronny Hans](#) (alle Layer 1) zur Verfügung.

News

TU Darmstadt beteiligt sich an MOOC@TU9 zu „German Engineering“

Die Allianz führender Technischer Universitäten in Deutschland (TU9) bietet im Wintersemester 2014 einen englischsprachigen Online-Kurs als Ringvorlesung an. Der Kurs zeigt die Vielfalt und die Perspektiven des deutschen Ingenieurstudiums an den TU9-Universitäten und liefert einen Einblick in die zentralen Fragestellungen, Inhalte, Strukturen und Arbeitsweisen verschiedener Disziplinen und Studiengänge.

TU Darmstadt verteidigt Platz 1 im Humboldt-Ranking im technischen Bereich

Die Technische Universität Darmstadt bleibt im Bereich Ingenieurwissenschaften die attraktivste deutsche Universität für ausländische Gastwissenschaftlerinnen und Gastwissenschaftler. Dies geht aus dem aktuellen Ranking der Alexander von Humboldt-Stiftung hervor.

Erfolgreiche Promotion - Team von Prof. Dr. Andreas Hackethal (Layer 3)

Linda Urban, Franca Kemmerer, Thomas Etheber und Felix Germann (alle Layer 3, Professur Hackethal) haben im September 2014 erfolgreich ihre Promotion abgeschlossen. Sie haben sich mit Forschungsfragen aus dem Bereich Household Finance auseinandergesetzt. Den Kolleginnen und Kollegen herzlichen Glückwunsch!

Dr. Christoph Seebach mit Schmalenbach-Preis ausgezeichnet

Im Rahmen der 68. Konferenz der deutschen Schmalenbach-Gesellschaft in Düsseldorf wurde am 23. September der angesehene Schmalenbach Ph.D.-Doktorpreis an Dr. Christoph Seebach (ehemals Layer 1, IBM) verliehen. Die Jury vergab den Preis in Höhe von 10.000 Euro an Dr. Seebach für seine Dissertation über Social Media Analytics. Diese illustriert präzise und bedeutsam den Wandel von Entscheidungsprozessen im Management und die veränderliche Kraft von IT im Geschäftsbereich. Es war das erste Mal, dass eine Arbeit aus dem Bereich der Wirtschaftsinformatik mit dem Schmalenbach-Preis ausgezeichnet wurde.

Neue Kollegin - Team von Prof. Dr. Andreas Hackethal (Layer 3)

Marina Mukhamadieva verstärkt seit Oktober 2014 das Team von Layer 3 als Ph.D.-Studentin. Marina studierte an der Lomonosov Moscow State University sowie der University of Naples Federico II und absolviert derzeit das Ph.D.-Programm in Finance an der Goethe Universität. Herzlich willkommen!

Neuer Kollege - Team von Prof. Dr. Bernd Skiera (Layer 3)

Daniel Blaseg verstärkt seit November 2014 das Team von Layer 3 als wissenschaftlicher Mitarbeiter. Daniel studierte Management, Philosophy & Economics an der Frankfurt School of Finance & Management sowie an der Vancouver Island University und schloss 2014 als Master of Finance mit den Schwerpunkten Corporate & Development Finance ab. Als Experte für Startup-Finanzierungen beschäftigt sich Daniel Blaseg u.a. mit dem Thema Crowdfunding und referierte bereits auf der Konferenz „Finanzdienstleister der nächsten Generation“.

Veranstaltungen und Konferenzen

E-Finance Lab Spring Conference 2015:



Spring Conference 2015

"Liquidity, Transparency and Electronic Trading in Europe"

Tuesday, February 10th, 2015

Campus Westend (Casino-Building), Goethe University Frankfurt

Program Part I:

13:30 Registration and Coffee

14:00 Welcome

Peter Gomber, Chair of e-Finance, University of Frankfurt, Co-Chair, E-Finance Lab

14:10 Keynote

Hauke Stars, Member of the Executive Board, Deutsche Börse Group,
Member of the Council, E-Finance Lab

14:30 Liquidity and Transparency - What does the Regulator want?

Rodrigo Buenaventura, Head of Markets Division, ESMA

14:50 Panel: Liquidity or Transparency - What does the Investor want?

Moderator: Marcus Hooper, Director and Co-Founder, Agora Global Consultants Ltd.

Robert Barnes, CEO, Turquoise

Mike Bellaro, Global Head of Equity Trading and Head of Trading EMEA,
Deutsche Asset & Wealth Management

Rodrigo Buenaventura, Head of Markets Division, ESMA

Nej D'jela, Head of Equities Electronic Trading Product, EMEA, Barclays

Christoph Mast, Global Head of Trading, Allianz Global Investors

15:40 Coffee Break

Program Part II:**16:10 Electronic Trading and HFT - The Academic Perspective**

Albert Menkveld, Professor of Finance, VU University Amsterdam

16:30 Electronic Trading and HFT - The Industry Perspective

Remco Lenterman, Chairman, FIA EPTA

**16:50 Panel: Regulating Dark and High Frequency Trading:
Are we on the right Track?**

Moderator: Patrick L. Young, Executive Director, DV Advisors

Rob Boardman, CEO, ITG Europe

Christoph Hock, Head of Trading, Union Investment

Remco Lenterman, Chairman, FIA EPTA

Albert Menkveld, Professor of Finance, VU University Amsterdam

17:40 Coffee Break**18:10 Panel: Market Structure and Competition in a highly regulated Environment**

Moderator: Steve Grob, Director of Group Strategy, Fidessa

Nicolas Bertrand, Head of Equity and Derivatives Markets, London Stock Exchange

Alasdair Haynes, CEO, Aquis Exchange

Mark Hemsley, CEO, BATS Chi-X Europe

Stephen McGoldrick, Director, Market Structure, Deutsche Bank AG

Martin Reck, Managing Director, Deutsche Börse Group,

Member of the Board, E-Finance Lab

19:00 Get Together

Drinks and Hot Buffet

Für die Teilnahme an der EFL Frühjahrskonferenz 2015 melden Sie sich bitte auf unserer Homepage unter folgendem [Link](#) an.

Die Konferenzsprache ist Englisch. Die Teilnahme ist kostenlos.

Crowddialog 2014 - Crowdfunding als Alternative zu Mezzanine und Co.

Referent: Daniel Blaseg (E-Finance Lab)

Datum: 20. November 2014, 9 Uhr

Ort: IHK Akademie München, Orleanstrasse 10-12, 81669 München

Homepage: www.crowddialog.de

Ausgewählte Veröffentlichungen des E-Finance Lab

Layer 1

- **"Pricing in Infrastructure Clouds - An Analytical and Empirical Examination"**

Lampe, U.; Hans, R.; Seliger, M.; Pauly, M.; Schiefer, M. (2014), In: Proceedings of the 20th Americas Conference on Information Systems (AMCIS 2014); Savannah, USA.

- **"Making the right Impression for Corporate Reputation: Analyzing Impression Management of Financial Institutions in Social Media"**

Benthous, J. (2014), In: Proceedings of the 22nd European Conference on Information Systems (ECIS 2014); Tel Aviv, Israel.

Layer 2

- **"Algorithmic Trading"**

Gomber, P.; Zimmermann, K. (2014), In: Chen, S.-H.; Kaboudan, M. (eds.): Handbook on Computational Economics and Finance, Oxford University Press.

- **"Read This! How to Boost the Interest towards Research Articles - A Study on SSRN Research Impact"**

Siering, M.; Zimmermann, K.; Haferkorn, M. (2014), In: Proceedings of the International Conference on Information Systems (ICIS 2014); Auckland, New Zealand.

Layer 3

- **"Grenzen des Informationsmodells im Anlegerschutz – Lösungsansätze aus empirisch ökonomischer Sicht"**

Hackethal, A.; Meyer, S. (2014), Erscheint in: Zeitschrift für vergleichende Rechtswissenschaften.

- **"On the Edge of Buying: A Targeting Approach for Indecisive Buyers Based on Willingness-to-Pay Ranges"**

Wilken, R.; Dost, F.; Eisenbeiß, M.; Skiera, B. (2014), Journal of Retailing, Vol. 90, Issue 3, 393–407.

Die gesamte Liste der Veröffentlichungen des E-Finance Lab erhalten Sie [HIER](#).

Anstehende Vorträge der Professoren des E-Finance Lab

Prof. Dr. Peter Gomber (Layer 2) ist Tagungsleiter und Referent bei der Tagung "MiFID II/MiFIR im Licht der ESMA-Konsultation". Die Tagung gibt einen Überblick über Neuerungen der MiFID-Überarbeitung. 27. bis 28. November 2014, Frankfurt.

Prof. Dr. Bernd Skiera (Layer 3) hält im Vorfeld der "Marketing Strategy meets Wall Street Conference" einen Workshop zum Thema "Customer Metrics and Shareholder Value", 8. Januar 2015, Singapur.

Prof. Dr. Bernd Skiera (Layer 3) folgt der Einladung des Institute of Management Technology und der American Marketing Association und nimmt als Faculty Member am 3rd AIM-AMA Sheth Foundation Doctoral Consortium teil, 18. bis 20. Januar 2015, Dubai.

Impressum

E-Finance Lab Frankfurt am Main e. V.

House of Finance

Grüneburgplatz 1

60323 Frankfurt am Main

Telefon: +49 (0)69 798 338 76

Telefax: +49 (0)69 798 33910

E-Mail: info@efinancelab.de

Internet: www.efinancelab.de

Vorsitzender:

Prof. Dr. Wolfgang König

Stellvertretende Vorsitzende:

Prof. Dr. Peter Gomber (Anschrift wie oben)

Rolf Riemenschneider (Deutsche Bank AG)

Registergericht:

Frankfurt am Main

Vereinsregisternummer:

12529

Umsatzsteuer-Identifikationsnummer gemäß § 27a Umsatzsteuergesetz:

DE 045 25071420

Inhaltlich Verantwortlicher gemäß § 55 Abs. 2 RStV:

Prof. Dr. Peter Gomber (Anschrift wie oben)

Erscheinungsturnus:

alle drei Monate

Gestaltung:

Sascha Azimirad und Daniel M. Ringel

1. Auflage, Mai 2004, Copyright E-Finance Lab Frankfurt am Main e.V.

Haftungshinweis: Trotz sorgfältiger inhaltlicher Kontrolle übernehmen wir keine Haftung für die Inhalte externer Links. Für den Inhalt der verlinkten Seiten sind ausschließlich deren Betreiber verantwortlich.

