

Roßbach, Peter

Working Paper

Die Rolle des Internets als Informationsbeschaffungsmedium in Banken

Frankfurt School - Working Paper Series, No. 120

Provided in Cooperation with:

Frankfurt School of Finance and Management

Suggested Citation: Roßbach, Peter (2009) : Die Rolle des Internets als Informationsbeschaffungsmedium in Banken, Frankfurt School - Working Paper Series, No. 120, Frankfurt School of Finance & Management, Frankfurt a. M., <https://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:101:1-200907211353>

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/27888>

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.

Frankfurt School – Working Paper Series

No. 120

**Die Rolle des Internets als
Informationsbeschaffungsmedium
in Banken**

by Peter Rossbach

März 2009



**Frankfurt School of
Finance & Management**
Bankakademie | HfB

Sonnemannstr. 9–11 60314 Frankfurt am Main, Germany

Phone: +49 (0) 69 154 008 0 Fax: +49 (0) 69 154 008 728

Internet: www.frankfurt-school.de

Abstract

Subject of the study presented in this paper is the analysis of the relevance of the Internet as an information source in German banks. The results show, that today the Internet is indeed the most important information source for many types of information used in the business processes of banks. Especially sources free of charge are not only used widely, they are moreover evaluated very high in quality. It is argued, that attitude and behavior are mainly influenced by psychological and sociological factors. Finally, it is stated, that due to the loss of control over parts of the input factors it is necessary for the banks to actively incorporate the Internet into the quality management processes.

Key words: Information Search Behavior, Internet, Banks, Psychology, Sociology

ISSN: 14369753

Contact:

Peter Roßbach
Frankfurt School of Finance & Management,
Sonnemannstr. 9-11,
60314 Frankfurt,
Tel: +49 69 154008739,
Fax: +49 69 1540084739
eMail: p.rossbach@frankfurt-school.de

Content

1	Einleitung.....	4
2	Psychologische und soziologische Einflussfaktoren auf das Informationsbeschaffungsverhalten.....	4
2.1	Einflussfaktoren auf das Nutzungsverhalten.....	5
2.1.1	Sozialisationseffekt.....	5
2.1.2	Kontrolleffekt.....	5
2.1.3	Freie Wahl der Suchform.....	6
2.1.4	Delay of Gratification.....	7
2.2	Einflussfaktoren auf das Bewertungsverhalten.....	8
2.2.1	Selbstkonzept.....	8
2.2.2	Konsistenzstreben.....	9
2.2.3	Irrationale subjektive Zeiteinschätzung.....	9
3	Vorgehensweise und Untersuchungsmethodik.....	10
4	Empirische Ergebnisse.....	10
5	Implikationen.....	16
	Literatur.....	18

1 Einleitung

In informationsintensiven Branchen, zu denen auch Banken gehören, hängt die Qualität der Leistungsprozesse und -ergebnisse in hohem Maße von der Qualität der verwendeten Informationen ab. Aus diesem Grund investieren Banken größere Beträge in die Sammlung, Verwaltung und Bereitstellung der benötigten Informationen, die dann üblicherweise mittels professioneller Recherchesysteme über das Intranet oder als gedruckte Medien verfügbar gemacht werden.

Mit dem Wachsen des Internets und der damit verbundenen Informationsbasis hat das bankinterne Informationsangebot eine Alternative bekommen. Das Internet enthält nicht nur Informationen aller Art, sondern wird auch von nahezu jedem Bankmitarbeiter im privaten Bereich genutzt. Hinzu kommen Erfahrungen aus Schule und Studium, die bei den jüngeren Generationen immer umfangreicher werden. Es kann angenommen werden, dass die sich daraus ergebenden Gewohnheits- und Erfahrungseffekte auch das Informationsbeschaffungsverhalten im Unternehmen beeinflussen. In Abhängigkeit vom Nutzungsgrad des Internets und der dort verwendeten Quellen kann die Bank damit einen Verlust der Kontrolle über einen Teil der Inputfaktoren erleiden.

Es stellen sich somit die Fragen, wie intensiv die Internetnutzung im Vergleich zu den anderen Informationsangeboten im Unternehmen ist, wie die Qualität der Informationen im Internet bewertet wird und welche Implikationen sich daraus für die Banken ergeben. Um diesen Fragen nachzugehen, werden im nächsten Kapitel zunächst auf theoretischer Basis Erklärungsansätze aufgeführt, die in erster Linie auf psychologischen und soziologischen Faktoren basieren. Aus den Erklärungsansätzen werden Hypothesen über den Einfluss des Internets auf das Informationsbeschaffungsverhalten von Bankmitarbeitern abgeleitet. Diese Hypothesen werden anschließend mittels einer empirischen Untersuchung überprüft. Die Ergebnisse sind in Kapitel 4 dargestellt. Auf Basis der empirischen Befunde werden schließlich die daraus folgenden Implikationen diskutiert.

2 Psychologische und soziologische Einflussfaktoren auf das Informationsbeschaffungsverhalten

Das Internet wird heutzutage im privaten, schulischen und universitären Bereich als eine der Hauptinformationsquellen angesehen. Es ist mittlerweile nahezu überall verfügbar und bietet Informationen für alle Lebensbereiche. Aufgrund dieser Dominanz soll im Folgenden untersucht werden, wie stark der Einfluss des Internets auf das Informationsbeschaffungsverhalten in Banken ist, insbesondere auch im Vergleich zu den anderen Informationsquellen. Es wird dabei vermutet, dass die Mitarbeiter aus verschiedenen, vor allem durch psychologische und soziologische Faktoren motivierten, Gründen das Internet für die Informationsrecherche bevorzugen. Die möglichen Ursachen dafür werden, getrennt nach Einflüssen auf das Nutzungsverhalten und auf das Bewertungsverhalten, in den nachfolgenden Abschnitten diskutiert.

Zunächst wird jedoch folgende zu überprüfende Hypothese formuliert:

Hypothese 1: Bei der Informationsbeschaffung spielt das Internet die maßgebliche Rolle.

2.1 Einflussfaktoren auf das Nutzungsverhalten

2.1.1 Sozialisationseffekt

Neben den klassischen drei Feldern der Sozialisationsforschung Familie, Peer-Groups und Beruf werden heute auch die Sozialisation durch Medien und die computervermittelte Sozialisation untersucht.¹ So wird das Internet für die Menschen immer früher ein Teil des Lebens. Verstärkt durch Entwicklungen wie Web 2.0 und die zunehmende Nutzung von Community Sites, wie Myspace und Facebook, wird das Internet heutzutage bereits in jungen Jahren zu einem vertrauten Element.

Darüber hinaus sind die heutigen Schulabgänger und Hochschulabsolventen nicht nur gewohnt, das Internet privat zu nutzen, sondern sie haben bereits in Schule und Studium gelernt, Informationen im Internet zu recherchieren. Dabei bieten die Internetsuchmaschinen, wie Google, einfache Suchmechanismen, deren Bedienung man in kürzester Zeit erlernen kann. Damit verbunden ist dann auch die Erkenntnis, dass Informationen auf diesem Weg bequemer und schneller erreichbar sind als über klassische Wege wie Bibliotheksrecherche und Literaturstudium. Damit kann vermutet werden, dass die Intensität der Nutzung des Internets auch am Arbeitsplatz in Abhängigkeit vom Alter erfolgt.

Somit ergeben sich folgende zu überprüfende Hypothesen:

Hypothese 2a: Der Nutzungsgrad des Internets bei der Informationsbeschaffung korreliert mit dem Alter.

Hypothese 2b: Der Nutzungsgrad des Internets bei der Informationsbeschaffung korreliert mit dem Bildungsgrad.

2.1.2 Kontrolleffekt

Als verstärkender Effekt für die Neigung, das Internet zu nutzen, kommt noch das Kontrollmotiv hinzu. Dieses Motiv unterstellt, dass die meisten Menschen lieber selbst die Kontrolle über Dinge behalten, als Handlungs- und Entscheidungsspielräume aus der Hand zu geben. Seine Umwelt beeinflussen und kontrollieren zu können, kann einerseits instrumentell zur Erreichung bestimmter Ziele sein, kann jedoch als positives Gefühl, sich selbst und seine Umwelt unter Kontrolle zu haben, auch einen Selbstwert darstellen.²

Das Gefühl der vollständigen Kontrolle über die eigenen Suchaktivitäten im Internet entsteht in Verbindung mit den gemachten positiven Erfahrungen, für fast alle Themenbereiche etwas

¹ Vgl. Andersen, Taylor (2003).

² Vgl. Fischer, Wiswede (2002).

zu finden, und der Vertrautheit mit dem Medium. Bei einer Alternative, wie z.B. einem unternehmensinternen Recherchesystem, kann dieses Gefühl erst eintreten, wenn man es beherrscht. Bis zu diesem Zustand bleiben nicht nur die positiven Emotionen bei der Nutzung aus, sie schlagen sogar oft in negative Emotionen und das Gefühl, dem System ausgeliefert zu sein, um. Aus diesem Grund kann angenommen werden, dass eine ausgeprägte Tendenz zur Internetnutzung besteht, um diese negativen Emotionen zu vermeiden, was die in Hypothese 1 formulierte Vermutung verstärkt.

2.1.3 Freie Wahl der Suchform

Die Kategorisierung von Suchformen im Rahmen der Informationsbeschaffung ist Gegenstand einer Vielzahl an Arbeiten und hat eine lange Historie.³ Die Kategorienschemata unterscheiden sich vor allem in den verwendeten Begrifflichkeiten für die Kategorien, der Anzahl der verwendeten Kategorien sowie in den Abgrenzungen der Kategorien. Trotz der Unterschiedlichkeiten lassen sich vier Kategorien aggregieren:

- Passive Informationsaufnahme, z.B. über TV
- Informationsaufnahme bei ziellosem Stöbern
- Informationsaufnahme durch adaptive Suche
- Informationsaufnahme durch zielgerichtete Suche.

Das Internet zeichnet sich vor allem dadurch aus, dass über ein zentrales Medium, den Browser, alle dieser Suchformen gleichermaßen anwendbar sind. Im beruflichen Kontext dürfte dabei die Suche mit einem existierenden Suchziel dominieren, d.h. die adaptive Suche und die zielgerichtete Suche. Bei der adaptiven Suche beginnt man mit einem vagen Suchziel und konkretisiert dieses dann im Verlauf der Suche dynamisch. Demgegenüber wird bei der zielgerichteten Suche ein konkretes Suchziel konsequent verfolgt. Internetsuchmaschinen unterstützen beide Suchformen durch ihre einfachen Suchmasken. Im Gegensatz dazu wird der Sucherfolg bei Recherchesystemen mit komplexeren Suchmasken vor allem durch die präzise Formulierung der Suchanfrage determiniert. Dies erfordert zum einen, dass man von vornherein genau weiß, was man sucht, und zum anderen, dass man dies auch in der Sprache des Recherchesystems formulieren kann. Es kann davon ausgegangen werden, dass bei vielen, vor allem den umfangreicheren, Suchaktivitäten nicht alle Teilziele vorab definiert werden können. Somit liegt vielen Suchaktivitäten ein mehr oder weniger adaptives Verhalten zugrunde, was eine Neigung zur Nutzung des Internets und seiner Suchmechanismen nahe legt.

Menschen haben zudem eine ausgeprägte Neigung zur Komplexitätsreduktion. Somit ist es auch nur menschlich, dass einfache Suchmasken, wie sie von den Internetsuchmaschinen eingesetzt werden, den komplexeren vorgezogen werden. Man wird dabei von der präzisen Formulierung des Suchziels entbunden. Das Suchergebnis ist dann zwar zunächst nur suboptimal, da eine weitere Auswahlarbeit aus einer hohen Zahl an Treffern notwendig ist, der Weg dorthin ist jedoch einfacher. Die Komplexität wird somit von einem auf mehrere Schritte verteilt, was die Einstiegsmotivation erhöht und weniger Lernaufwand beinhaltet. Zudem ist ein derar-

³ Vgl. Aguilar (1967), dessen Schema von Weick und Daft (1984) weiterentwickelt wurde, Cove und Walsh (1988), Catledge und Pitkow (1995), Marchionini (1995), Wilson (1997), Ohler und Nieding (2000) sowie Bates (2002).

tiges Vorgehen fehlertoleranter, da man Präzisionsschwächen im ersten Schritt noch in den späteren Schritten ausgleichen kann. Die Möglichkeit der einfachen Anpassung der Suchziele führt sogar zur Frustrationsvermeidung, da die Suche auf fast jeder Stufe zu Treffern führt.⁴ Aufgrund dieser Neigung zur Komplexitätsreduktion kann vermutet werden, dass die Internetsuchmaschinen auch bei der zielgerichteten Suche vorgezogen werden. Hierbei dürfte es dann oft ungewollt und unbewusst zu adaptiven Prozessen kommen, da der Informationssuchende durch die Folgen der eigenen Unpräzision von seinem Ziel abgelenkt wird. Es wird zudem vermutet, dass Jüngere aufgrund ihrer frühen Erfahrungen mit den Internetsuchmaschinen diese auch häufiger nutzen.

Basierend auf diesen Ausführungen sollen in diesem Abschnitt folgende Hypothesen formuliert werden:

Hypothese 3a: Die Mehrzahl der Internetnutzer verwendet Internetsuchmaschinen.

Hypothese 3b: Der Nutzungsgrad der Suchmaschinen korreliert mit dem Alter.

2.1.4 Delay of Gratification

Wie zuvor beschrieben, führen einfache Suchmasken fast immer zu, wenn auch zunächst nur unpräzisen, Treffern, während bei komplexeren Recherchemechanismen mitunter mehrere Versuche notwendig sind, bis überhaupt ein Treffer erfolgt. Aus der psychologischen Lerntheorie ist bekannt, dass für Menschen eine sofortige Bedürfnisbefriedigung angenehmer ist als ein Belohnungsaufschub.⁵ Wenn eine Person eine Information benötigt, wird dies als Mangelzustand empfunden. Es entsteht ein Bedürfnis nach Informationen, und je schneller dieses Bedürfnis befriedigt wird, umso angenehmer wird dies empfunden. Der Erhalt der Information fungiert damit als Belohnung, das Warten auf die Information wird als unangenehmer Belohnungsaufschub – Delay of Gratification – wahrgenommen. Es kann dabei vermutet werden, dass auch die unpräzisen Ergebnisse der Internetsuchmaschinen zu Beginn der Suche bereits als Belohnungseinheiten wahrgenommen werden.

Der "delay of gratification"-Effekt hat auch einen Einfluss auf das Informationsbeschaffungsverhalten, wenn das Internet von dem Informationssuchenden als vollständiger empfunden wird als das interne Informationsangebot. Für den Informationssuchenden stellt sich dabei immer die Frage, ob er sich die Mühe machen soll, zunächst in den internen Quellen zu suchen, um dann erst im Falle des Nichtfindens das Internet zu nutzen. Je größer die (subjektive) Wahrscheinlichkeit ist bzw. je häufiger er die Erfahrung gemacht hat, bestimmte Informationen intern nicht zu finden, desto größer wird seine Neigung sein, direkt im Internet zu suchen. Ob die Ursache des Nichtfindens der Information auf deren Nichtvorhandensein oder einen nicht beherrschten Suchmechanismus zurückzuführen ist, spielt dabei keine Rolle.

⁴ Vgl. Ohler, Niding (2000).

⁵ Vgl. Ainslie (1986) and Herrnstein (1990).

Daraus folgen als Hypothesen:

Hypothese 4a: Das Internet wird in Bezug auf die Informationsbedarfe als umfangreicher als die internen Informationsquellen empfunden.

Hypothese 4b: Das Internet wird zudem als übersichtlicher und benutzerfreundlicher empfunden.

2.2 Einflussfaktoren auf das Bewertungsverhalten

Die vorangegangenen Ausführungen liefern mögliche Erklärungsansätze, warum Mitarbeiter das Internet als Informationsquelle vorziehen könnten. Nicht betrachtet wurde dabei die Frage, wie sie die Qualität der Informationen aus dem Internet, insbesondere auch im Vergleich zu den internen Informationsangeboten einschätzen. Aus einer rationalen Perspektive könnte man zunächst davon ausgehen, dass die Qualität der internen Informationsangebote unabhängig vom Nutzungsgrad höher eingeschätzt wird, da sie einem Qualitätsmanagementprozess unterliegen. Im Folgenden sollen mögliche Gründe diskutiert und überprüft werden, die auch zu einer gegenteiligen Bewertung führen können.

2.2.1 Selbstkonzept

Menschen sind bestrebt, ein möglichst positives Selbstbild zu haben⁶ und sich selbst vor anderen möglichst positiv darzustellen.⁷ Es kann zudem aus einer selbstkonzepttheoretischen Perspektive vermutet werden, dass Personen, die die Qualität der Informationen und der Informationssuche im Internet bewerten, nicht nur das Internet, sondern auch die eigene Fähigkeit im Umgang mit dem Medium bewerten. Wer also das Internet kritisiert, kritisiert sich auch gleichzeitig selbst, da andere ja auch in der Lage scheinen, effektiv mit dem Medium umzugehen. Es wäre somit aversiv, Inkompetenzen im Umgang damit vor anderen und auch vor sich selbst zuzugeben. Eine Kritik am internen Informationsangebot kann sogar selbstwerterhöhend wirken, da damit gleichzeitig kommuniziert wird, es selber besser zu können. Dies gilt umso stärker, je mehr Mitarbeiter diese Ansicht teilen.

In Kombination mit der in 2.1.3 aufgestellten Vermutung, dass einfache Suchmechanismen den komplexeren vorgezogen werden, kann darüber hinaus gefolgert werden, dass die kostenfreien den kostenpflichtigen Informationsanbietern nicht nur vorgezogen werden, sondern auch ihre Qualität höher eingeschätzt wird, da die kostenpflichtigen Informationsanbieter zu meist mit professionellen, komplexen Recherchesystemen ausgestattet sind.

⁶ Vgl. Dauenheimer et al. (2002).

⁷ Vgl. Snyder (1977).

Daraus folgend lassen sich als zu überprüfende Hypothesen ableiten:

Hypothese 5a: Die Informationsqualität des Internets wird als hoch empfunden.

Hypothese 5b: Kostenfreie Quellen werden vorgezogen und als qualitativ hochwertiger empfunden.

2.2.2 Konsistenzstreben

Aus einer rationalen Perspektive bildet man sich zunächst eine Meinung über das richtige Verhalten und handelt dann. Die Psychologie kennt jedoch auch den umgekehrten Prozess. Ein Verhalten wird gewählt und erst im Nachhinein für gut befunden.⁸ Dies dürfte vor allem auch dann auftreten, wenn ein Verhalten, wie in 2.1 beschrieben, gewohnheitsmäßig erfolgt. Die Einstellungsbildung folgt dann dem Verhalten und findet nicht vor dem Verhalten statt. Konsistenztheorien, wie z.B. die Theorie kognitiver Dissonanz⁹, liefern Hinweise dafür, dass einem bereits erfolgten Verhalten eine positive Einstellung folgt, da eine negative Einstellung einen unangenehmen Spannungszustand erzeugen würde. Dieser Ansatz lässt vermuten, dass Personen, die das Internet häufig nutzen, auch eine positive Einstellung zu dem Medium haben.

Daraus lässt sich folgende Hypothese formulieren:

Hypothese 6: Die Nutzer sind überzeugt, das Internet effizient nutzen zu können und schätzen ihre Recherchefähigkeit hoch ein.

2.2.3 Irrationale subjektive Zeiteinschätzung

Aufbauend auf die Darstellungen über die Suchformen kann vermutet werden, dass die Suche im Internet einen Erlebnis- bzw. sogar Unterhaltungswert mit sich bringt, da ständig etwas passiert und Frustrationen seltener auftreten. Damit kann argumentiert werden, dass die Zeit, die dort in die Informationssuche investiert wird, nicht rational kalkuliert wird. Wenn eine Tätigkeit Spaß macht, empfindet man die Zeit, die man in sie investiert, deutlich kürzer. Wenn der Suchende also mehr Zeit investiert, als er subjektiv realisiert, dürfte er die Effizienz seiner Eigenrecherche positiver bewerten, als sie sich tatsächlich darstellt.¹⁰

Daraus folgt die Hypothese:

Hypothese 7: Der tatsächliche Zeitaufwand wird massiv unterschätzt.

⁸ Vgl. Shenk (1997).

⁹ Vgl. Festinger (1957).

¹⁰ Vgl. Schmeißer, Sauer (2005).

3 Vorgehensweise und Untersuchungsmethodik

Ausgangspunkt der vorliegenden Untersuchung war eine Studie, die im Jahre 2005 mit dem Informations- und Kommunikationsring der Finanzdienstleister (IK) e.V. durchgeführt wurde.¹¹ Im Rahmen dieser Studie wurden knapp 2000 Mitarbeiter in vier Banken befragt. Im Vordergrund standen die Untersuchung des Stands der Internetnutzung sowie der Nutzung der internen Informationsvermittlungstellen. Die daraus gewonnenen Erkenntnisse führten zu weitergehenden theoretischen Überlegungen, aus denen schließlich die in Kapitel 2 aufgestellten Hypothesen folgten.

Zur Überprüfung der Hypothesen wurde ein weiterer Fragebogen konzipiert, der sich auf die ausgewählten Aspekte konzentrierte. Die Befragung wurde im Juni 2008 mittels eines elektronisch publizierten Fragebogens durchgeführt. Adressiert wurden ca. 1000 Mitarbeiter aus den Zentralen von Banken. Ausgewählt wurden nur Personen mit besonders informationsintensiven Tätigkeiten. Dabei handelte es sich ausnahmslos um Personen, die nicht an der Befragung in 2005 teilgenommen hatten. Mit 209 Antwortern lag die Rücklaufquote bei knapp 21%. Die Befragungsergebnisse wurden anhand deskriptiver Statistiken analysiert und deren Resultate mittels statistischer Tests validiert. Für die in diesem Kontext relevanten Ergebnisse wurde der Chi-Quadrat-Unabhängigkeitstest verwendet. Aussagen über die Signifikanz beziehen sich immer auf ein zweiseitiges, asymptotisches Konfidenzniveau von 5%.

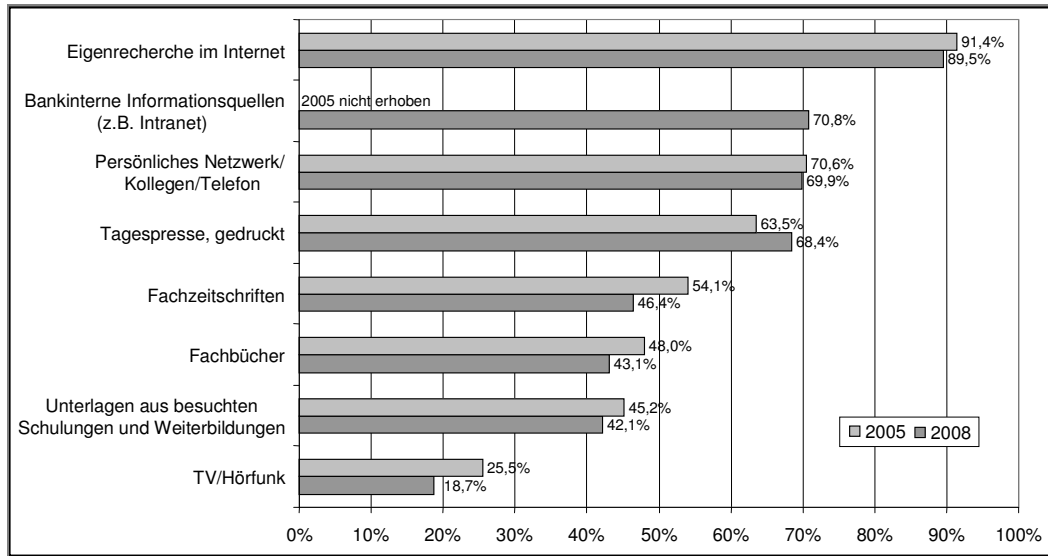
Die im Folgenden dargestellten Ergebnisse beziehen sich in erster Linie auf die Daten der aktuellen Untersuchung. Durch die Wiederverwendung einzelner Fragen wurde z.T. aber auch noch auf die Daten aus dem Jahre 2005 zurückgegriffen, um entweder eine breitere Datenbasis für die Analyse zu haben oder einen Vergleich vorzunehmen. Wo dies geschehen ist, ist entsprechend kenntlich gemacht.

4 Empirische Ergebnisse

Zur Überprüfung von Hypothese 1 war zunächst von Interesse, aus welchen Quellen die Befragten die Informationen für ihre Arbeit beziehen. Das Ergebnis zeigt Abbildung 1. In beiden Befragungen belegte das Internet deutlich den ersten Platz. Dieses Ergebnis galt bei geringen Spannbreiten für alle Banken gleichermaßen. Auch hinsichtlich der Reihenfolge und Wertigkeit der anderen Quellen besteht eine Einheitlichkeit. Im Vergleich zu 2005 kann eine Abnahme des Nutzungsgrads von Fachbüchern und -zeitschriften festgestellt werden, während der der Tagespresse leicht zugenommen hat.

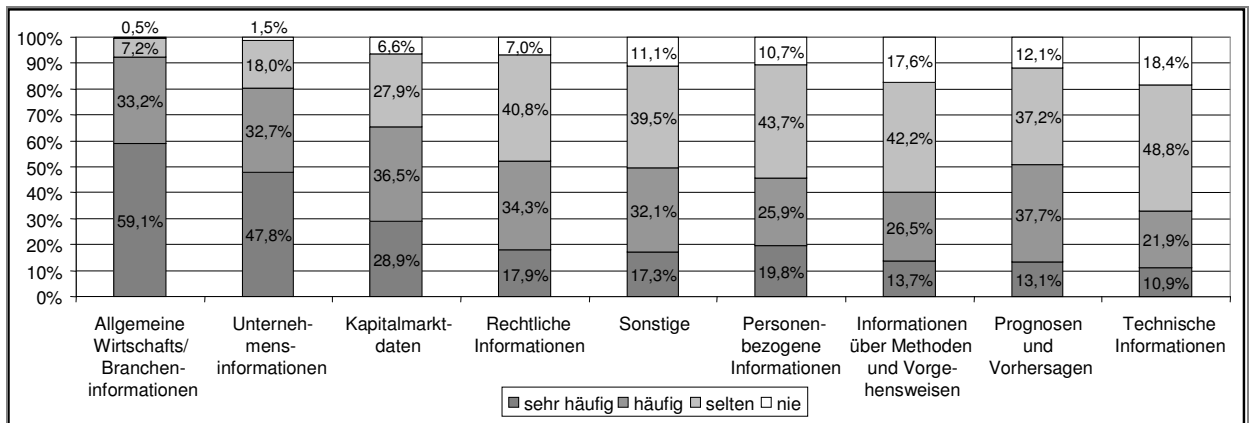
¹¹ Roßbach, Müller-Peters (2006).

Abbildung 1: Nutzungsgrad ausgewählter Informationsquellen



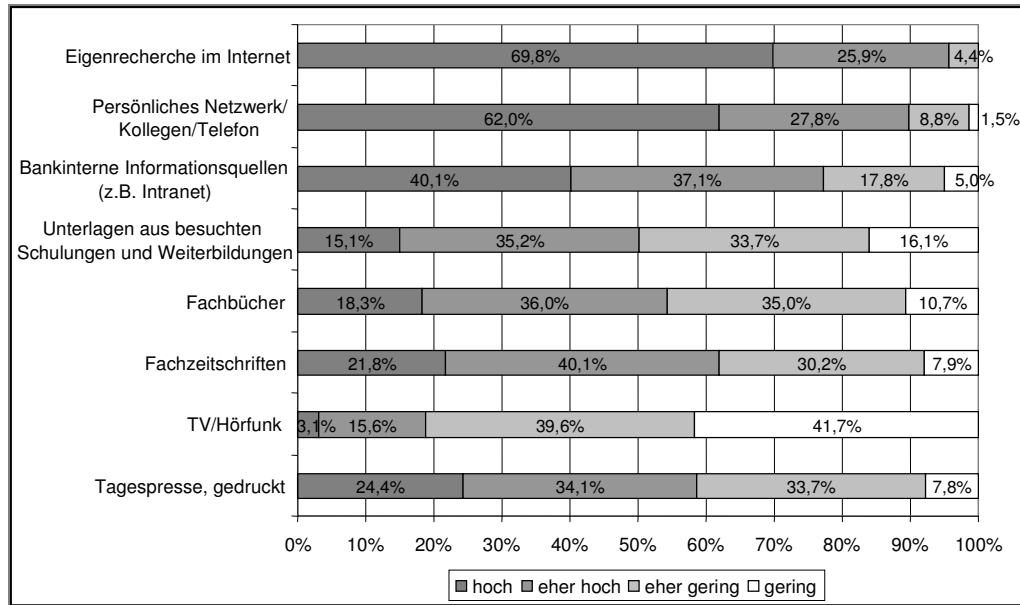
Interessant war es nun im nächsten Schritt zu analysieren, für welche Informationsarten das Internet benutzt wird. Abbildung 2 zeigt, dass es vor allem zur Beschaffung von allgemeinen Wirtschafts-, Branchen- und Unternehmensinformationen sowie Kapitalmarktdaten genutzt wird. Für die anderen Informationsarten sind alternative Quellen mindestens ebenso bedeutsam.

Abbildung 2: Internetnutzungsgrad nach Informationsarten



Neben der reinen Nutzung wurde zudem auch noch die Bedeutung der unterschiedlichen Informationsquellen abgefragt. Die Ergebnisse zeigen ebenfalls, dass das Internet am bedeutendsten eingestuft wird (vgl. Abbildung 3).

Abbildung 3: Bedeutung der Informationsquellen

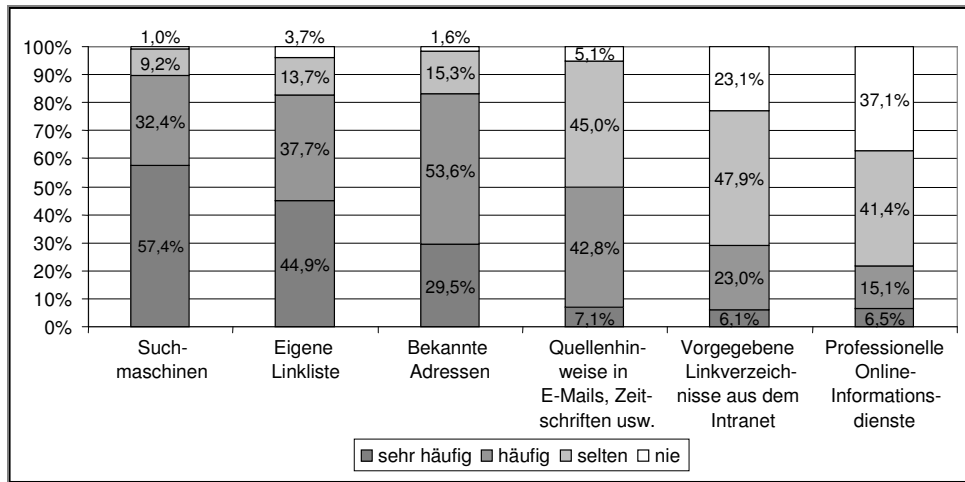


Damit kann Hypothese 1 als bestätigt angesehen werden, da das Internet im Vergleich zu den anderen Informationsquellen am stärksten genutzt und am bedeutsamsten bewertet wird. Lediglich die persönlichen Netzwerke haben eine ebenfalls noch sehr hohe Bedeutung, was insofern interessant ist, als dass es sich hier um informelle Informationsquellen handelt, die somit ebenfalls keinem Qualitätsmanagement unterliegen. Klar ersichtlich ist auch, dass die traditionellen, papiergebundenen Medien eine deutlich geringere Bedeutung haben, wobei bis auf die Tagespresse über die Zeit hinweg sogar eine Abnahme der Bedeutung festzustellen ist.

Zur Untersuchung der Abhängigkeit des Nutzungsgrads des Internets von Alter und Bildungsgrad wurden auch die Daten aus 2005 hinzugezogen. Es ergab sich ein divergierendes Ergebnis. Zwischen den Altersklassen ließ sich kein signifikanter Unterschied im Nutzungsgrad des Internets feststellen. Damit muss Hypothese 2a verworfen werden. Beim Bildungsgrad ergab sich dagegen, dass mit steigendem Bildungsgrad das Internet signifikant häufiger genutzt wird. Damit ist Hypothese 2b bestätigt.

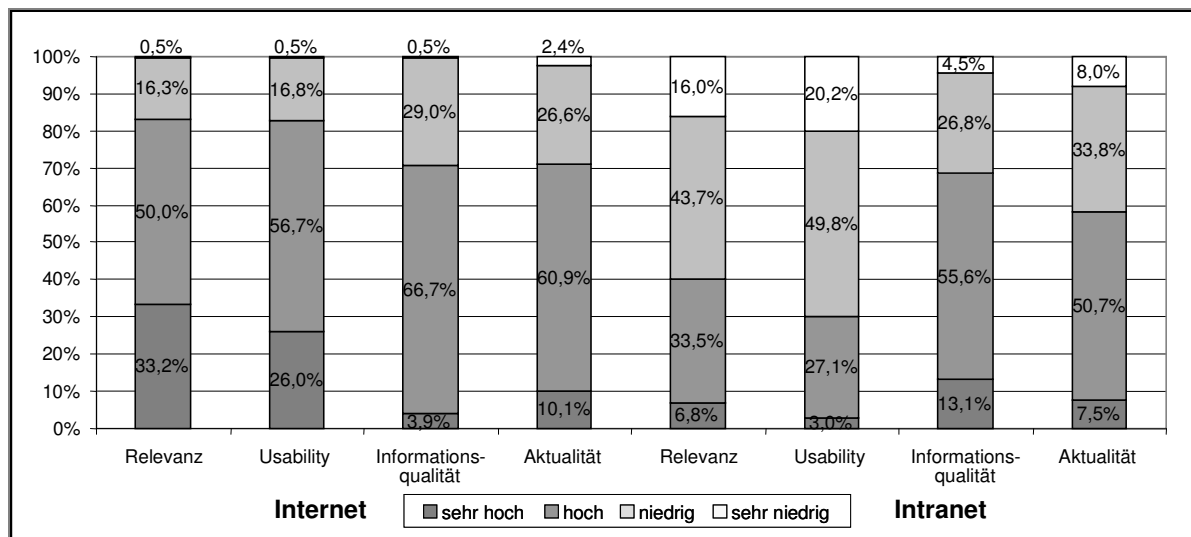
Die Ergebnisse der Frage, auf welche Weise die Befragten zu den Informationen im Internet gelangen, bestätigen Hypothese 3a (vgl. Abbildung 4). Es dominieren die Suchmaschinen, aber auch eigene Linklisten sowie bekannte Web-Adressen werden häufig verwendet. Die starke Nutzung der Suchmaschinen deutet gleichzeitig auf die häufige Verwendung unbekannter Quellen hin.

Abbildung 4: Zugangsformen zu den Informationen im Internet



Unterschiede ergeben sich jedoch bei den Altersklassen. Suchmaschinen werden signifikant häufiger von den "unter 30-Jährigen" und "30 bis 45-Jährigen" genutzt. Die "über 45-Jährigen" verwenden dagegen im Vergleich zu den anderen Altersklassen häufiger Quellenhinweise in E-Mails und Zeitschriften, vorgegebene Linkverzeichnisse aus dem Intranet sowie professionelle Online-Informationendienste. Dies bestätigt Hypothese 3b. Basis für die Überprüfung der Hypothesen 3a und 3b waren die Daten aus 2005 und 2008.

Abbildung 5: Vergleich von Internet und Intranet

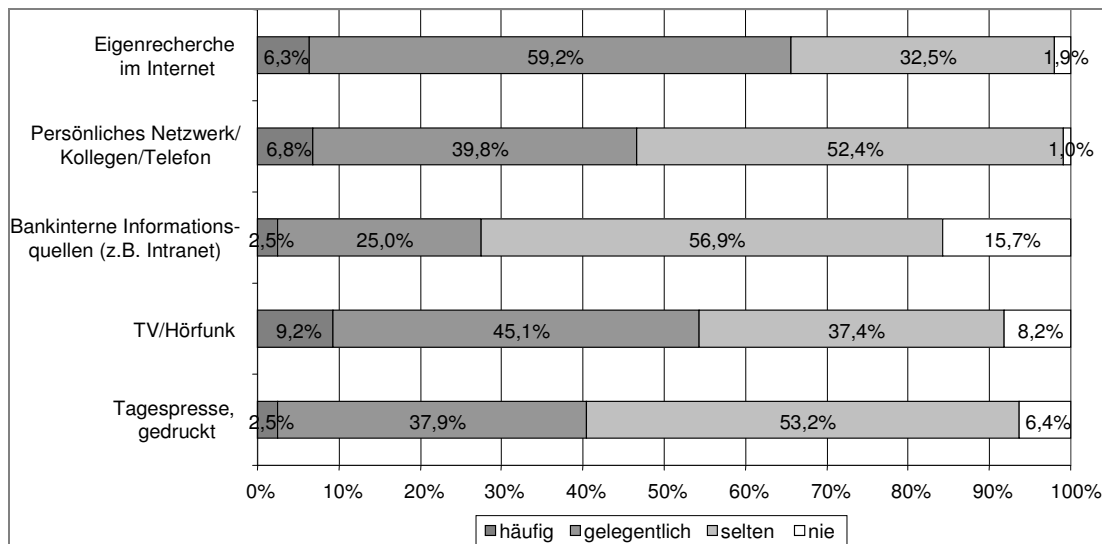


Die Hypothesen 4a und 4b zielen auf einen direkten Vergleich von Internet und Intranet als Informationsquellen ab. Abbildung 5 zeigt, dass das Internet sowohl in der Relevanz (im Sinne des Umfangs) als auch in der Usability deutlich besser als das Intranet empfunden wird. Zudem liegen die Bewertungsergebnisse für das Internet auf einem sehr hohen Niveau. Damit können die Hypothesen 4a und 4b als bestätigt angesehen werden.

Hypothese 5a beinhaltet die Annahme, dass die Informationsqualität des Internets als hochwertig empfunden wird. Die Ergebnisse der Befragung bestätigen dies (vgl. Abbildung 5). Im Vergleich dazu wird die Informationsqualität des Intranets nur als minimal besser empfunden, obwohl die dort zur Verfügung gestellten Informationen zum größten Teil einem Qualitätsmanagementprozess unterliegen. Dabei werden die Informationen im Internet nicht nur als hochwertig, sondern auch als sehr aktuell empfunden. Hinsichtlich der Aktualität wird das Intranet deutlich schlechter bewertet.

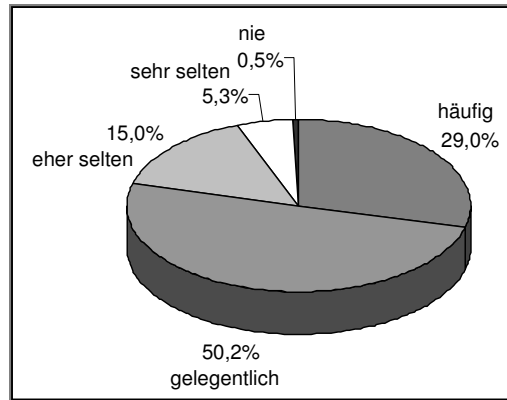
Interessant ist in diesem Zusammenhang auch, wie oft die Befragten falsche oder fehlerhafte Informationen aus den jeweiligen Informationsquellen erhalten. Abbildung 6 zeigt, dass dies vor allem im Internet „häufig“ bis „gelegentlich“ vorkommt. Dies könnte auf eine Diskrepanz zwischen empfundener und tatsächlicher Informationsqualität des Internets hindeuten.

Abbildung 6: Häufigkeiten falscher bzw. fehlerhafter Informationen nach Quellenarten



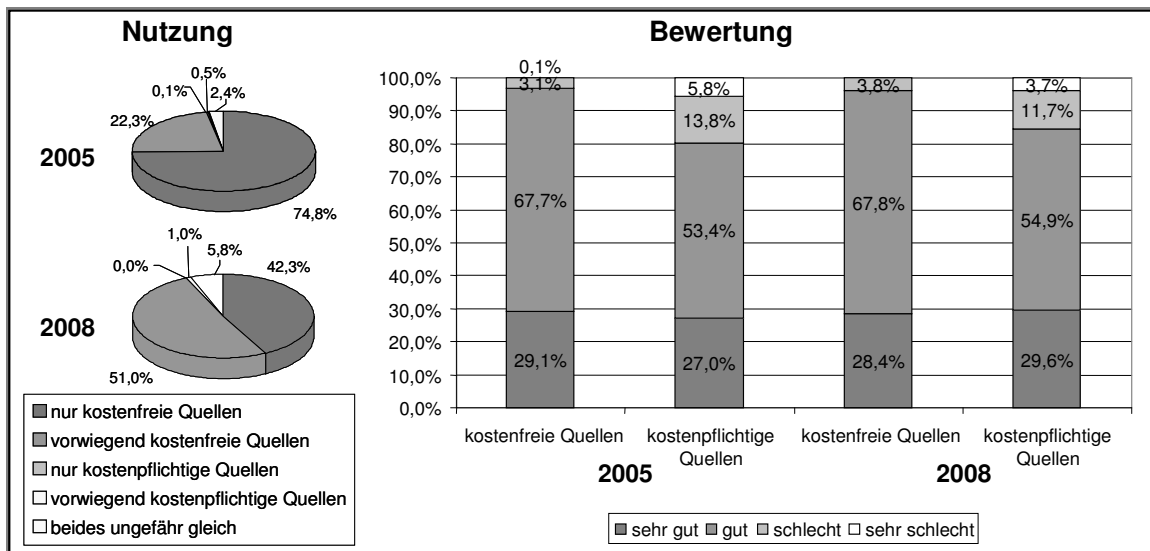
Vor diesem Hintergrund stellte sich die Frage, wie oft die aus dem Internet erlangten Informationen auf ihre Richtigkeit überprüft werden. Hier zeigt sich, dass dies nur „gelegentlich“ bzw. „selten“ der Fall ist (vgl. Abbildung 7). Dieses Ergebnis deutet darauf hin, dass sich die Informationssuchenden der Problematik zum Zeitpunkt der Informationssuche entweder nicht in vollem Umfang bewusst sind oder dass sie eine Überprüfung aus anderen Motiven, wie z.B. Zeitdruck, nicht vornehmen.

Abbildung 7: Häufigkeit der Überprüfung der Informationen aus dem Internet



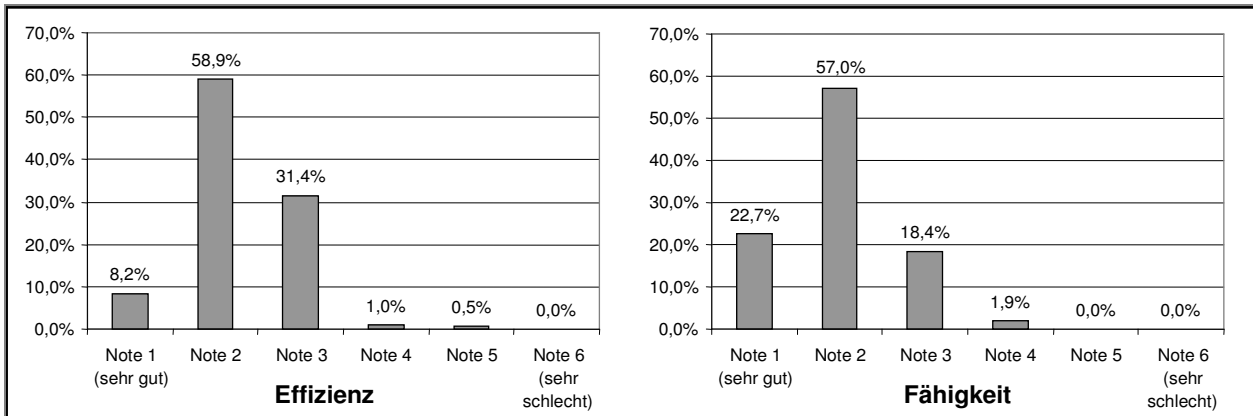
Hypothese 5b resultiert aus der Annahme, dass im Internet häufiger kostenfreie als kostenpflichtige Quellen genutzt werden. Aufgrund ihrer zumeist einfacheren Suchmechanismen und den Ausführungen bzgl. Selbstkonzept und Konsistenzstreben wurde darüber hinaus auch angenommen, dass die kostenfreien Quellen als qualitativ hochwertiger empfunden werden. Abbildung 8 bestätigt diese Hypothese. Kostenfreie Quellen dominieren bei den Befragten nicht nur, sondern werden auch qualitativ sehr hoch und insgesamt besser als die kostenpflichtigen Quellen eingeschätzt. Die Ergebnisse sind dabei denen aus 2005 sehr ähnlich. Lediglich die Nutzung und Bewertung der kostenpflichtigen Quellen hat leicht zugenommen.

Abbildung 8: Nutzung und Beurteilung von Quellenarten im Internet



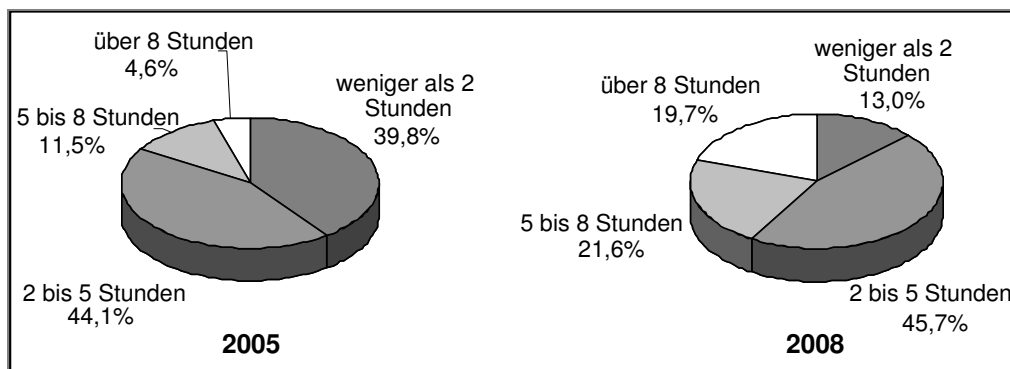
Hypothese 6 drückt die Vermutung aus, dass die Befragten die Effizienz ihrer Internet-Recherchen sowie ihre Recherchefähigkeit hoch einschätzen. Die Ergebnisse dazu finden sich in Abbildung 9 und bestätigen diese Hypothese.

Abbildung 9: Eigenbewertung der Effizienz und Fähigkeit zu Internet-Recherchen



Angesichts der Bedeutung des Internets stellte sich die Frage, wie hoch der durchschnittliche wöchentliche Zeitaufwand für Internet-Recherchen von den Befragten eingeschätzt wird. In diesem Zusammenhang zeigen beide Studien unterschiedliche Ergebnisse. In 2005 ergab sich, dass knapp 84% der Befragten ihren durchschnittlichen wöchentlichen Zeitaufwand mit weniger als 5 Stunden und ungefähr die Hälfte davon sogar mit weniger als 2 Stunden beurteilten (vgl. Abbildung 10). In der aktuellen Studie sank der Anteil der Befragten mit einem durchschnittlichen wöchentlichen Zeitaufwand von weniger als 5 Stunden auf 58,7 %. Damit wird entweder der Zeitaufwand realistischer eingeschätzt oder er ist tatsächlich gestiegen. Basierend auf diesen Ergebnissen kann Hypothese 7 jedoch nicht klar bestätigt werden.

Abbildung 10: Genannter Zeitaufwand für Internet-Recherchen pro Woche



5 Implikationen

Die zunächst theoretisch begründete und schließlich auch empirisch bestätigte Bedeutung des Internets bei der Informationsbeschaffung beinhaltet einige Implikationen. Die Auswirkungen des Informationsbeschaffungsverhaltens betreffen dabei zum einen die Frage nach einem zweckmäßigen Investitionsverhalten in interne Informationsangebote. Dieser Frage soll hier nicht weiter nachgegangen werden. Es soll lediglich angemerkt werden, dass ein kostenintensives Bereitstellen von Informationen nicht wirtschaftlich sein kann, wenn diese nicht auch

entsprechend genutzt werden. Die Konsequenzen liegen damit im Spannungsfeld zwischen Reduktion der Investitionen und Ergreifen von Maßnahmen zur Erhöhung des Nutzungsgrads.

Eine weitere wichtige Frage betrifft die Auswirkungen des Informationsbeschaffungsverhaltens auf die Leistungsqualität. Zwar war der Einfluss auf die Qualität von Leistungsprozessen und -ergebnissen hier nicht Gegenstand der Untersuchung, jedoch kann gefolgert werden, dass die Unternehmen in Abhängigkeit vom Nutzungsgrad des Internets einen Teil der Kontrolle über die Qualität von Inputfaktoren verlieren und damit gleichzeitig auch auf das Leistungsergebnis.

Auch wenn damit nicht automatisch eine Verschlechterung der Leistungsqualität verbunden ist, entsteht durch den Kontrollverlust die Gefahr, dass Qualitätsprobleme nicht frühzeitig erkannt werden. Damit würden sie erst in Form von schlechteren Leistungsergebnissen sichtbar, was negative Auswirkungen auf das Unternehmensimage und den Geschäftserfolg haben kann. Im extremen Fall können dies z.B. die Folgen von bewusst gestreuten Fehlinformationen sein, die im Internet recht leicht platziert werden können und sich oft schnell verbreiten. Beispiele im Bankenbereich sind schon in Form von Ölpreismanipulationen durch Fehlinformationen bekannt. Auch im journalistischen Bereich sind bereits mehrere Fälle bekannt geworden.¹²

Es besteht somit eine operationelle Risikokomponente, die aktiv gemanaged werden sollte. Das Unternehmen sollte sich zunächst Klarheit über die Arten und die Bedeutung der von den Mitarbeitern genutzten Informationsquellen verschaffen. Für die nicht-qualitätsgemanagten Quellen, wie z.B. die Mehrzahl der kostenfreien Internetquellen, müssen zusätzliche Qualitätsmanagementmaßnahmen und -prozesse geschaffen werden. Diese sollten dann z.B. Awareness-Maßnahmen beinhalten, um einen bewussten Umgang mit dem Internet zu erreichen. Auch Schulungen für den Umgang mit Internetsuchmaschinen inklusive der Entwicklung von guten Suchstrategien sowie Anleitungen, um Aktualität und Urheber von Informationen im Internet zu prüfen, sollten Gegenstand sein. Hier besteht noch weiterer Forschungsbedarf.

¹² Ude (2007).

Literatur

- Aguilar, F.J. (1967): *Scanning the Business Environment*, Macmillan Company, New York.
- Ainslie, G. (1986): *Beyond Microeconomics. Conflict among Interests in a Multiple Self as a Determinant of Value*, in: Ester, J. (Hrsg.): *The multiple self. Studies in rationality and social change*, Cambridge et al., S. 133-175.
- Andersen, M. L.; Taylor H. F. (2003): *Sociology: Understanding a Diverse Society*, Wadsworth.
- Bates, M. J. (2002): *Toward an Integrated Model of Information Seeking and Searching*, The Fourth International Conference on Information Needs, Seeking and Use in Different Contexts, Lisbon, Portugal, September 11-13, http://www.gseis.ucla.edu/faculty/bates/articles/info_SeekSearch-i-030329.html.
- Dauenheimer, D.; Stahlberg, D.; Frey, D.; Petersen, L.-E. (2002): *Die Theorie des Selbstwert-schutzes und der Selbstwerterhöhung*, in: Frey D.; Irle M. (Hrsg.): *Theorien der Sozial-psychologie*, Band III, Bern, S. 159-190.
- Catledge, L. D.; Pitkow, J. E. (1995): *Characterizing Browsing Strategies in the World Wide Web*, Third International World-Wide Web Conference, Darmstadt, <http://www.igd.fhg.de/www/www95/papers/80/userpatterns/UserPatterns.Paper4.formatte d.html>.
- Cove, J. F.; Walsh, B. C. (1988): *Online text retrieval via browsing*, in: *Information Process-ing and Management*, vol. 24, S. 31-37.
- Festinger, L. (1957): *A theory of cognitive dissonance*, Evanston.
- Fischer, L.; Wiswede, G. (2002): *Grundlagen der Sozialpsychologie*, Oldenburg.
- Herrnstein, R. J. (1990): *Rational choice theory: Necessary but not sufficient*, in: *American Psychologist*, vol. 45, S. 356-367.
- Marchionini, G. M. (1995): *Information Seeking in Electronic Environments*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Ohler, P.; Nieding, G. (2000): *Kognitive Modellierung der Textverarbeitung und der Informa-tionssuche im World Wide Web*, in: Batinic, B. (Hrsg.): *Internet für Psychologen*, Göttin-gen, S. 219-240.
- Roßbach, P.; Müller-Peters, A. (2006): *Der Einfluss des Internets auf das Informationsbe-schaffungsverhalten in Banken*, in: Roßbach, P. and Emmerich, R. (Hrsg.): *Der Banken-sektor im Wandel*, Frankfurt, S. 483-496.
- Shenk, D. (1997): *Data Smog. Surviving the Information Glut*, London.
- Schmeißer, D. R.; Sauer, H. M. (2005): *Usability-Forschung im E-Commerce*, in: *Planung & Analyse*, Heft 1, S. 75-81.
- Snyder, M. (1977): *Impression Management*, in: Wrightsman, L.S. (Hrsg.): *Social Psychol-ogy*, Monterey, S. 115-145.

- Ude, A. (2007): Wahrheitsfindung - Webinhalte auf ihre Glaubwürdigkeit prüfen,
in: c't, Heft 2, S. 184-88.
- Weick, K. E.; Daft, R. L. (1984): Toward a Model of Organizations as Interpretation Systems,
in: Management Review, vol. 9, no. 2, S. 284-295.
- Wilson, T. D. (1997): Information Behaviour: An Interdisciplinary Perspective,
in: Information Processing & Management, vol. 33, no. 4, S. 551-572.

Danksagung

Der Verfasser dankt Frau Dr. Anke Müller-Peters, Institut für Wirtschafts- und Sozialpsychologie, Universität zu Köln für ihre maßgebliche Mitarbeit an der Entstehung von Kapitel 2.

FRANKFURT SCHOOL / HFB – WORKING PAPER SERIES

No.	Author/Title	Year
119	Herrmann-Pillath, Carsten Diversity Management und diversitätsbasiertes Controlling: Von der „Diversity Scorecard“ zur „Open Balanced Scorecard“	2009
118	Hölscher, Luise / Clasen, Sven Erfolgsfaktoren von Private Equity Fonds	2009
117.	Bannier, Christina E. Is there a hold-up benefit in heterogeneous multiple bank financing?	2009
116.	Roßbach, Peter / Gießamer, Dirk Ein eLearning-System zur Unterstützung der Wissensvermittlung von Web-Entwicklern in Sicherheitsthemen	2009
115.	Herrmann-Pillath, Carsten Kulturelle Hybridisierung und Wirtschaftstransformation in China	2009
114.	Schalast, Christoph: Staatsfonds – „neue“ Akteure an den Finanzmärkten?	2009
113.	Schalast, Christoph / Alram, Johannes Konstruktion einer Anleihe mit hypothekarischer Besicherung	2009
112.	Schalast, Christoph / Bolder, Markus / Radünz, Claus / Siepmann, Stephanie / Weber, Thorsten Transaktionen und Servicing in der Finanzkrise: Berichte und Referate des Frankfurt School NPL Forums 2008	2009
111.	Werner, Karl / Moormann, Jürgen Efficiency and Profitability of European Banks – How Important Is Operational Efficiency?	2009
110.	Herrmann-Pillath, Carsten Moralische Gefühle als Grundlage einer wohlstandschaffenden Wettbewerbsordnung: Ein neuer Ansatz zur erforschung von Sozialkapital und seine Anwendung auf China	2009
109.	Heidorn, Thomas / Kaiser, Dieter G. / Roder, Christoph Empirische Analyse der Drawdowns von Dach-Hedgefonds	2009
108.	Herrmann-Pillath, Carsten Neuroeconomics, Naturalism and Language	2008
107.	Schalast, Christoph / Benita, Barten Private Equity und Familienunternehmen – eine Untersuchung unter besonderer Berücksichtigung deutscher Maschinen- und Anlagenbauunternehmen	2008
106.	Bannier, Christina E. / Grote, Michael H. Equity Gap? – Which Equity Gap? On the Financing Structure of Germany’s Mittelstand	2008
105.	Herrmann-Pillath, Carsten The Naturalistic Turn in Economics: Implications for the Theory of Finance	2008
104.	Schalast, Christoph (Hrsg.) / Schanz, Kay-Michael / Scholl, Wolfgang Aktionärsschutz in der AG falsch verstanden? Die Leica-Entscheidung des LG Frankfurt am Main	2008
103.	Bannier, Christina / Müsch, Stefan Die Auswirkungen der Subprime-Krise auf den deutschen LBO-Markt für Small- und MidCaps	2008
102.	Cremers, Heinz / Vetter, Michael Das IRB-Modell des Kreditrisikos im Vergleich zum Modell einer logarithmisch normalverteilten Verlustfunktion	2008
101.	Heidorn, Thomas / Pleißner, Mathias Determinanten Europäischer CMBS Spreads. Ein empirisches Modell zur Bestimmung der Risikoaufschläge von Commercial Mortgage-Backed Securities (CMBS)	2008
100.	Schalast, Christoph (Hrsg.) / Schanz, Kay-Michael Schaeffler KG/Continental AG im Lichte der CSX Corp.-Entscheidung des US District Court for the Southern District of New York	2008
99.	Hölscher, Luise / Haug, Michael / Schweinberger, Andreas Analyse von Steueramnestiedaten	2008
98.	Heimer, Thomas / Arend, Sebastian The Genesis of the Black-Scholes Option Pricing Formula	2008

Die Rolle des Internets als
Informationsbeschaffungsmedium in Banken

97.	Heimer, Thomas / Hölscher, Luise / Werner, Matthias Ralf Access to Finance and Venture Capital for Industrial SMEs	2008
96.	Böttger, Marc / Guthoff, Anja / Heidorn, Thomas Loss Given Default Modelle zur Schätzung von Recovery Rates	2008
95.	Almer, Thomas / Heidorn, Thomas / Schmaltz, Christian The Dynamics of Short- and Long-Term CDS-spreads of Banks	2008
94.	Barthel, Erich / Wollersheim, Jutta Kulturunterschiede bei Mergers & Acquisitions: Entwicklung eines Konzeptes zur Durchführung einer Cultural Due Diligence	2008
93.	Heidorn, Thomas / Kunze, Wolfgang / Schmaltz, Christian Liquiditätsmodellierung von Kreditzusagen (Term Facilities and Revolver)	2008
92.	Burger, Andreas Produktivität und Effizienz in Banken – Terminologie, Methoden und Status quo	2008
91.	Löchel, Horst / Pecher, Florian The Strategic Value of Investments in Chinese Banks by Foreign Financial Institutions	2008
90.	Schalast, Christoph / Morgenschweis, Bernd / Sprengel, Hans Otto / Ockens, Klaas / Stachuletz, Rainer / Safran, Robert Der deutsche NPL Markt 2007: Aktuelle Entwicklungen, Verkauf und Bewertung – Berichte und Referate des NPL Forums 2007	2008
89.	Schalast, Christoph / Stralkowski, Ingo 10 Jahre deutsche Buyouts	2008
88.	Banner, Christina / Hirsch, Christian The Economics of Rating Watchlists: Evidence from Rating Changes	2007
87.	Demidova-Menzel, Nadeshda / Heidorn, Thomas Gold in the Investment Portfolio	2007
86.	Hölscher, Luise / Rosenthal, Johannes Leistungsmessung der Internen Revision	2007
85.	Banner, Christina / Hänsel, Dennis Determinants of banks' engagement in loan securitization	2007
84.	Banner, Christina "Smoothing" versus "Timeliness" - Wann sind stabile Ratings optimal und welche Anforderungen sind an optimale Berichtsregeln zu stellen?	2007
83.	Banner, Christina Heterogeneous Multiple Bank Financing: Does it Reduce Inefficient Credit-Renegotiation Incidences?	2007
82.	Cremers, Heinz / Löhr, Andreas Deskription und Bewertung strukturierter Produkte unter besonderer Berücksichtigung verschiedener Marktszenarien	2007
81.	Demidova-Menzel, Nadeshda / Heidorn, Thomas Commodities in Asset Management	2007
80.	Cremers, Heinz / Walzner, Jens Risikosteuerung mit Kreditderivaten unter besonderer Berücksichtigung von Credit Default Swaps	2007
79.	Cremers, Heinz / Traughber, Patrick Handlungsalternativen einer Genossenschaftsbank im Investmentprozess unter Berücksichtigung der Risikotragfähigkeit	2007
78.	Gerdesmeier, Dieter / Roffia, Barbara Monetary Analysis: A VAR Perspective	2007
77.	Heidorn, Thomas / Kaiser, Dieter G. / Muschiol, Andrea Portfoliooptimierung mit Hedgefonds unter Berücksichtigung höherer Momente der Verteilung	2007
76.	Jobe, Clemens J. / Ockens, Klaas / Safran, Robert / Schalast, Christoph Work-Out und Servicing von notleidenden Krediten – Berichte und Referate des HfB-NPL Servicing Forums 2006	2006
75.	Abrar, Kamyar / Schalast, Christoph Fusionskontrolle in dynamischen Netzsektoren am Beispiel des Breitbandkabelsektors	2006
74.	Schalast, Christoph / Schanz, Kay-Michael Wertpapierprospekte: Markteinführungspublizität nach EU-Prospektverordnung und Wertpapierprospektgesetz 2005	2006
73.	Dickler, Robert A. / Schalast, Christoph Distressed Debt in Germany: What's Next? Possible Innovative Exit Strategies	2006

Die Rolle des Internets als
Informationsbeschaffungsmedium in Banken

72.	Belke, Ansgar / Polleit, Thorsten How the ECB and the US Fed set interest rates	2006
71.	Heidorn, Thomas / Hoppe, Christian / Kaiser, Dieter G. Heterogenität von Hedgefondsindizes	2006
70.	Baumann, Stefan / Löchel, Horst The Endogeneity Approach of the Theory of Optimum Currency Areas - What does it mean for ASEAN + 3?	2006
69.	Heidorn, Thomas / Trautmann, Alexandra Niederschlagsderivate	2005
68.	Heidorn, Thomas / Hoppe, Christian / Kaiser, Dieter G. Möglichkeiten der Strukturierung von Hedgefondsportfolios	2005
67.	Belke, Ansgar / Polleit, Thorsten (How) Do Stock Market Returns React to Monetary Policy ? An ARDL Cointegration Analysis for Germany	2005
66.	Daynes, Christian / Schalast, Christoph Aktuelle Rechtsfragen des Bank- und Kapitalmarktrechts II: Distressed Debt - Investing in Deutschland	2005
65.	Gerdemesier, Dieter / Polleit, Thorsten Measures of excess liquidity	2005
64.	Becker, Gernot M. / Harding, Perham / Hölscher, Luise Financing the Embedded Value of Life Insurance Portfolios	2005
63..	Schalast, Christoph Modernisierung der Wasserwirtschaft im Spannungsfeld von Umweltschutz und Wettbewerb – Braucht Deutschland eine Rechtsgrundlage für die Vergabe von Wasserversorgungskonzessionen? –	2005
62.	Bayer, Marcus / Cremers, Heinz / Kluß, Norbert Wertsicherungsstrategien für das Asset Management	2005
61.	Löchel, Horst / Polleit, Thorsten A case for money in the ECB monetary policy strategy	2005
60.	Richard, Jörg / Schalast, Christoph / Schanz, Kay-Michael Unternehmen im Prime Standard - „Staying Public“ oder „Going Private“? - Nutzenanalyse der Börsennotiz -	2004
59.	Heun, Michael / Schlink, Torsten Early Warning Systems of Financial Crises - Implementation of a currency crisis model for Uganda	2004
58.	Heimer, Thomas / Köhler, Thomas Auswirkungen des Basel II Akkords auf österreichische KMU	2004
57.	Heidorn, Thomas / Meyer, Bernd / Pietrowiak, Alexander Performanceeffekte nach Directors Dealings in Deutschland, Italien und den Niederlanden	2004
56.	Gerdemesier, Dieter / Roffia, Barbara The Relevance of real-time data in estimating reaction functions for the euro area	2004
55.	Barthel, Erich / Gierig, Rauno / Kühn, Ilmhart-Wolfram Unterschiedliche Ansätze zur Messung des Humankapitals	2004
54.	Anders, Dietmar / Binder, Andreas / Hesdahl, Ralf / Schalast, Christoph / Thöne, Thomas Aktuelle Rechtsfragen des Bank- und Kapitalmarktrechts I : Non-Performing-Loans / Faule Kredite - Handel, Work-Out, Outsourcing und Securitisation	2004
53.	Polleit, Thorsten The Slowdown in German Bank Lending – Revisited	2004
52.	Heidorn, Thomas / Siragusano, Tindaro Die Anwendbarkeit der Behavioral Finance im Devisenmarkt	2004
51.	Schütze, Daniel / Schalast, Christoph (Hrsg.) Wider die Verschleuderung von Unternehmen durch Pfandversteigerung	2004
50.	Gerhold, Mirko / Heidorn, Thomas Investitionen und Emissionen von Convertible Bonds (Wandelanleihen)	2004
49.	Chevalier, Pierre / Heidorn, Thomas / Krieger, Christian Temperaturderivate zur strategischen Absicherung von Beschaffungs- und Absatzrisiken	2003
48.	Becker, Gernot M. / Seeger, Norbert Internationale Cash Flow-Rechnungen aus Eigner- und Gläubigersicht	2003
47.	Boenkost, Wolfram / Schmidt, Wolfgang M. Notes on convexity and quanto adjustments for interest rates and related options	2003

Die Rolle des Internets als
Informationsbeschaffungsmedium in Banken

46.	Hess, Dieter Determinants of the relative price impact of unanticipated Information in U.S. macroeconomic releases	2003
45.	Cremers, Heinz / Kluß, Norbert / König, Markus Incentive Fees. Erfolgsabhängige Vergütungsmodelle deutscher Publikumsfonds	2003
44.	Heidorn, Thomas / König, Lars Investitionen in Collateralized Debt Obligations	2003
43.	Kahlert, Holger / Seeger, Norbert Bilanzierung von Unternehmenszusammenschlüssen nach US-GAAP	2003
42.	Beiträge von Studierenden des Studiengangs BBA 012 unter Begleitung von Prof. Dr. Norbert Seeger Rechnungslegung im Umbruch - HGB-Bilanzierung im Wettbewerb mit den internationalen Standards nach IAS und US-GAAP	2003
41.	Overbeck, Ludger / Schmidt, Wolfgang Modeling Default Dependence with Threshold Models	2003
40.	Balthasar, Daniel / Cremers, Heinz / Schmidt, Michael Portfoliooptimierung mit Hedge Fonds unter besonderer Berücksichtigung der Risikokomponente	2002
39.	Heidorn, Thomas / Kantwill, Jens Eine empirische Analyse der Spreadunterschiede von Festsatzanleihen zu Floatern im Euroraum und deren Zusammenhang zum Preis eines Credit Default Swaps	2002
38.	Böttcher, Henner / Seeger, Norbert Bilanzierung von Finanzderivaten nach HGB, EstG, IAS und US-GAAP	2003
37.	Moormann, Jürgen Terminologie und Glossar der Bankinformatik	2002
36.	Heidorn, Thomas Bewertung von Kreditprodukten und Credit Default Swaps	2001
35.	Heidorn, Thomas / Weier, Sven Einführung in die fundamentale Aktienanalyse	2001
34.	Seeger, Norbert International Accounting Standards (IAS)	2001
33.	Moormann, Jürgen / Stehling, Frank Strategic Positioning of E-Commerce Business Models in the Portfolio of Corporate Banking	2001
32.	Sokolovsky, Zbynek / Strohhecker, Jürgen Fit für den Euro, Simulationsbasierte Euro-Maßnahmenplanung für Dresdner-Bank-Geschäftsstellen	2001
31.	Roßbach, Peter Behavioral Finance - Eine Alternative zur vorherrschenden Kapitalmarkttheorie?	2001
30.	Heidorn, Thomas / Jaster, Oliver / Willeitner, Ulrich Event Risk Covenants	2001
29.	Biswas, Rita / Löchel, Horst Recent Trends in U.S. and German Banking: Convergence or Divergence?	2001
28.	Eberle, Günter Georg / Löchel, Horst Die Auswirkungen des Übergangs zum Kapitaldeckungsverfahren in der Rentenversicherung auf die Kapitalmärkte	2001
27.	Heidorn, Thomas / Klein, Hans-Dieter / Siebrecht, Frank Economic Value Added zur Prognose der Performance europäischer Aktien	2000
26.	Cremers, Heinz Konvergenz der binomialen Optionspreismodelle gegen das Modell von Black/Scholes/Merton	2000
25.	Löchel, Horst Die ökonomischen Dimensionen der ‚New Economy‘	2000
24.	Frank, Axel / Moormann, Jürgen Grenzen des Outsourcing: Eine Exploration am Beispiel von Direktbanken	2000
23.	Heidorn, Thomas / Schmidt, Peter / Seiler, Stefan Neue Möglichkeiten durch die Namensaktie	2000
22.	Böger, Andreas / Heidorn, Thomas / Graf Waldstein, Philipp Hybrides Kernkapital für Kreditinstitute	2000
21.	Heidorn, Thomas Entscheidungsorientierte Mindestmargenkalkulation	2000

Die Rolle des Internets als
Informationsbeschaffungsmedium in Banken

20.	Wolf, Birgit Die Eigenmittelkonzeption des § 10 KWG	2000
19.	Cremers, Heinz / Robé, Sophie / Thiele, Dirk Beta als Risikomaß - Eine Untersuchung am europäischen Aktienmarkt	2000
18.	Cremers, Heinz Optionspreisbestimmung	1999
17.	Cremers, Heinz Value at Risk-Konzepte für Marktrisiken	1999
16.	Chevalier, Pierre / Heidorn, Thomas / Rütze, Merle Gründung einer deutschen Strombörse für Elektrizitätsderivate	1999
15.	Deister, Daniel / Ehrlicher, Sven / Heidorn, Thomas CatBonds	1999
14.	Jochum, Eduard Hoshin Kanri / Management by Policy (MbP)	1999
13.	Heidorn, Thomas Kreditderivate	1999
12.	Heidorn, Thomas Kreditrisiko (CreditMetrics)	1999
11.	Moormann, Jürgen Terminologie und Glossar der Bankinformatik	1999
10.	Löchel, Horst The EMU and the Theory of Optimum Currency Areas	1998
09.	Löchel, Horst Die Geldpolitik im Währungsraum des Euro	1998
08.	Heidorn, Thomas / Hund, Jürgen Die Umstellung auf die Stückaktie für deutsche Aktiengesellschaften	1998
07.	Moormann, Jürgen Stand und Perspektiven der Informationsverarbeitung in Banken	1998
06.	Heidorn, Thomas / Schmidt, Wolfgang LIBOR in Arrears	1998
05.	Jahresbericht 1997	1998
04.	Ecker, Thomas / Moormann, Jürgen Die Bank als Betreiberin einer elektronischen Shopping-Mall	1997
03.	Jahresbericht 1996	1997
02.	Cremers, Heinz / Schwarz, Willi Interpolation of Discount Factors	1996
01.	Moormann, Jürgen Lean Reporting und Führungsinformationssysteme bei deutschen Finanzdienstleistern	1995

**FRANKFURT SCHOOL / HfB – WORKING PAPER SERIES
CENTRE FOR PRACTICAL QUANTITATIVE FINANCE**

No.	Author/Title	Year
18.	Keller-Ressel, Martin / Kilin, Fiodar Forward-Start Options in the Barndorff-Nielsen-Shephard Model	2008
17.	Gribsch, Susanne / Wystup, Uwe On the Valuation of Fader and Discrete Barrier Options in Heston's Stochastic Volatility Model	2008
16.	Veiga, Carlos / Wystup, Uwe Closed Formula for Options with Discrete Dividends and its Derivatives	2008
15.	Packham, Natalie / Schmidt, Wolfgang Latin hypercube sampling with dependence and applications in finance	2008
14.	Hakala, Jürgen / Wystup, Uwe FX Basket Options	2008
13.	Weber, Andreas / Wystup, Uwe Vergleich von Anlagestrategien bei Riesterrenten ohne Berücksichtigung von Gebühren. Eine Simulationsstudie zur Verteilung der Renditen	2008
12.	Weber, Andreas / Wystup, Uwe Riesterrente im Vergleich. Eine Simulationsstudie zur Verteilung der Renditen	2008
11.	Wystup, Uwe Vanna-Volga Pricing	2008
10.	Wystup, Uwe Foreign Exchange Quanto Options	2008
09.	Wystup, Uwe Foreign Exchange Symmetries	2008
08.	Becker, Christoph / Wystup, Uwe Was kostet eine Garantie? Ein statistischer Vergleich der Rendite von langfristigen Anlagen	2008
07.	Schmidt, Wolfgang Default Swaps and Hedging Credit Baskets	2007
06.	Kilin, Fiodor Accelerating the Calibration of Stochastic Volatility Models	2007
05.	Gribsch, Susanne/ Kühn, Christoph / Wystup, Uwe Instalment Options: A Closed-Form Solution and the Limiting Case	2007
04.	Boenkost, Wolfram / Schmidt, Wolfgang M. Interest Rate Convexity and the Volatility Smile	2006
03.	Becker, Christoph/ Wystup, Uwe On the Cost of Delayed Currency Fixing	2005
02.	Boenkost, Wolfram / Schmidt, Wolfgang M. Cross currency swap valuation	2004
01.	Wallner, Christian / Wystup, Uwe Efficient Computation of Option Price Sensitivities for Options of American Style	2004

HfB – SONDERARBEITSBERICHTE DER HfB - BUSINESS SCHOOL OF FINANCE & MANAGEMENT

No.	Author/Title	Year
01.	Nicole Kahmer / Jürgen Moormann Studie zur Ausrichtung von Banken an Kundenprozessen am Beispiel des Internet (Preis: € 120,-)	2003

Printed edition: € 25.00 + € 2.50 shipping

Download:

Working Paper: http://www.frankfurt-school.de/content/de/research/Publications/list_of_publication0.html

CPQF: http://www.frankfurt-school.de/content/de/research/quantitative_Finance/research_publications.html

Order address / contact

Frankfurt School of Finance & Management

Sonnemannstr. 9–11 ■ D–60314 Frankfurt/M. ■ Germany

Phone: +49 (0) 69 154 008 – 734 ■ Fax: +49 (0) 69 154 008 – 728

eMail: m.biemer@frankfurt-school.de

Further information about Frankfurt School of Finance & Management
may be obtained at: <http://www.frankfurt-school.de>