

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	xiii
Verzeichnis wichtiger Symbole und Regressionskoeffizienten	xv
Tabellenverzeichnis	xviii
Abbildungsverzeichnis	xix
1 Einleitung	1
1.1 Thematische Einführung	1
1.2 Zielsetzung und Struktur der Arbeit	3
1.3 Anordnung der Studien aus einer kognitiven Perspektive	8
2 Der Markt für strukturierte Finanzprodukte und seine Akteure	15
2.1 Der Markt für strukturierte Finanzprodukte	15
2.1.1 Begriffliche Einordnung	15
2.1.2 Die Entstehung und Entwicklung des Marktes für strukturierte Finanzprodukte	16
2.1.3 Der Zertifikatehandel an Sekundärmärkten	18
2.2 Die Produkte	20
2.2.1 Risikobasierte Produktklassifizierung	20
2.2.2 Zum Begriff Risiko	21
2.2.3 Anlageprodukte mit Kapitalschutz	22
2.2.4 Anlageprodukte ohne Kapitalschutz	23
2.2.5 Hebelprodukte ohne Knock-Out	27
2.2.6 Hebelprodukte mit Knock-Out	29

2.2.7	Die Produktvielfalt des Marktes	30
2.2.8	Bewertung und Bepreisung	32
2.2.8.1	Bewertung von Optionen	32
2.2.8.2	Margenbestimmung für Optionsscheine und Diskont-Zertifikate	35
2.2.8.3	Preispolitik der Emittenten	40
2.3	Der private Zertifikateanleger	42
2.3.1	Abgrenzung zwischen Privatanlegern und institutionellen Investoren	42
2.3.2	Differenzierung zwischen unterschiedlich professionellen Privatanlegern	44
3	Die Nachfrage nach strukturierten Finanzprodukten	46
3.1	Der Investitionsentscheidungsprozess	46
3.2	Rationalitätskonzepte	50
3.2.1	Konzept der absoluten Rationalität	50
3.2.2	Konzept der begrenzten Rationalität	52
3.3	Die Informationswahrnehmung	54
3.3.1	Psychologische Konzepte	54
3.3.2	Heuristiken der Informationswahrnehmung	56
3.3.3	Empirische Evidenz	57
3.4	Das Erinnerungsvermögen	61
3.4.1	Psychologische Grundlagen	61
3.4.2	Empirische Evidenz	63
3.5	Die Informationsverarbeitung und -evaluation	64
3.5.1	Psychologische Konzepte	64
3.5.2	Heuristiken der Informationsverarbeitung	68
3.5.3	Empirische Evidenz	70
3.6	Die Entscheidungsfindung	71
3.6.1	Psychologische Konzepte	71

3.6.2	Heuristiken der Investitionsentscheidung	72
3.6.3	Empirische Evidenz	74
3.7	Personale und situative Nachfragefaktoren	75
3.7.1	Personale Faktoren	75
3.7.1.1	Spekulation und Spaß am Handeln	75
3.7.1.2	Selbstüberschätzung	76
3.7.2	Soziales Umfeld	80
3.8	Identifikation der wesentlichen Nachfragetreiber	81
3.9	Bisherige Studien zur kognitiven Kompetenz privater Anleger	84
4	Das Nachfrageverhalten unterschiedlich großer Investoren nach Optionsscheinen	89
4.1	Theoretische Einführung	89
4.2	Datensatz zur Feedback-Analyse	90
4.3	Analyse des Feedback-Verhaltens unterschiedlich großer Investoren	95
4.4	Zusammenfassung der Ergebnisse	100
5	Beeinflussung und Beeinflussbarkeit von Privatanlegern durch Szenarien	101
5.1	Theoretische Einführung	101
5.2	Beeinflussung	105
5.3	Beeinflussbarkeit	108
5.4	Zusammenfassung der Ergebnisse und Ausblick	119
6	Die Margensensitivität von Privatanlegern bei der Investition in strukturierte Finanzprodukte	121
6.1	Theoretische Einführung	121
6.2	Die allgemeine Margensensitivität unterschiedlich großer Privatanleger	125
6.2.1	Daten	125
6.2.2	Analyse und Ergebnisse	127
6.3	Relative und absolute Margensensitivität	134

- 6.3.1 Datensatz, Nachfragmaße und Mittagskurse 134
- 6.3.2 Regressionsmodell 138
- 6.3.3 Ergebnis der Analyse der absoluten bzw.
relativen Margensensitivität 141
- 6.3.4 Untersuchung der Margenabsatzfunktionen 144
- 6.3.5 Robustheit 146
- 6.4 Zusammenfassung der Ergebnisse 146
- 7 Studienübergreifende kritische Würdigung,
Ausblick und Schlussbetrachtung 148**