

Inhaltsverzeichnis

Geleitwort	vii
Vorwort	ix
Abbildungsverzeichnis	xv
Tabellenverzeichnis	xvii
Abkürzungsverzeichnis	xix
Symbolverzeichnis	xxi
1 Einführung	1
1.1 Thematische Einleitung und Zielsetzung	1
1.2 Struktur und Aufbau der Dissertation	4
2 Strukturierte Finanzprodukte für private Investoren	7
2.1 Zusammenführung der grundlegenden Themen	7
2.2 Strukturierte Finanzprodukte in Deutschland	9
2.2.1 Historische Entwicklung des Marktes	9
2.2.2 Betrachtung ausgewählter strukturierter Finanzprodukte	11
2.2.2.1 Marktüberblick	11
2.2.2.2 Kapitalschutz-Zertifikate	14
2.2.2.3 Express-Zertifikate	15
2.2.2.4 Bonus-Zertifikate	17
2.2.2.5 Discount-Zertifikate	18

2.2.3	Finanzwirtschaftliche Bewertung strukturierter Produkte am Beispiel des Discount-Zertifikates	19
2.2.4	Der Handel strukturierter Produkte in Deutschland	25
2.2.5	Historische Entwicklung der Margen	27
2.3	Regulatorische Aspekte zu strukturierten Finanzprodukten	31
2.3.1	Notwendigkeit externer Eingriffe	31
2.3.2	Entwicklung der Regulierung mittels Pflichtinformationen	33
2.3.3	Selbstregulierung	38
2.3.4	Aktuelle Pflichtinformationen für strukturierte Finanzprodukte	40
2.4	Regulierung strukturierter Produkte aus Sicht der Behavioral Finance	48
2.4.1	Neoklassischer Ansatz der vollständigen Rationalität	48
2.4.2	Entwicklung der Prospect Theory	49
2.4.3	Der Entscheidungsprozess des Homo Oeconomicus Humanus	54
2.4.4	Mögliche Verzerrungen im Entscheidungsprozess	58
2.4.5	Reduzierung von Verzerrungen mittels Pflichtinformationen	63
2.4.5.1	Möglichkeiten der Reduzierung von Verzerrungen	63
2.4.5.2	Pflichtinformationen aus Sicht der Behavioral Finance	65
3	Effekte der Selbstregulierung mittels Issuer Estimated Value	69
3.1	Einführung und Einordnung in die Literatur	69
3.2	Empirische Analyse	72
3.2.1	Berechnung des IEV	72
3.2.2	Basis und Aufbereitung der Daten	73
3.2.3	IEV- und Fair-Value-Margen	76
3.2.4	Offenlegungspolitik der Emittenten	83
3.3	Fazit	88

4 Anlegerpräferenzen bei strukturierten Finanzprodukten	91
4.1 Einführung und Einordnung in die Literatur	91
4.2 Methodik und Design	94
4.2.1 Discount-Zertifikate und mögliche Einflussfaktoren	94
4.2.2 Experimentelles Design	95
4.2.3 Einführung in die auswahlbasierte Conjoint-Analyse	101
4.3 Empirische Ergebnisse	104
4.3.1 Relative Wichtigkeiten von Produktattributen	104
4.3.2 Einfluss von Expertise und zusätzlichen Informationen	107
4.3.3 Vergleich direkter und indirekter Präferenzen	110
4.4 Fazit	113
5 Wahrnehmung und Standardisierung von Basisinformationsblättern	117
5.1 Einführung und Einordnung in die Literatur	117
5.2 Methodik und Design	119
5.3 Empirische Ergebnisse	123
5.3.1 Teilnehmer der Studie	123
5.3.2 Messung der Fläche und der Aufmerksamkeit	127
5.3.3 Standardisierung als Ziel der Regulierung	130
5.4 Fazit	132
6 Auswirkungen verschiedener Darstellungsformen auf die Informationsvermittlung von Pflichtinformationen	135
6.1 Einführung und Einordnung in die Literatur	135
6.2 Methodik und Design	138
6.3 Empirische Analyse	143
6.3.1 Deskriptive Statistiken	143
6.3.2 Effekte der Darstellungsformen auf das Produktverständnis	144
6.4 Fazit	148

7	Schlussbetrachtung	151
7.1	Studienübergreifende kritische Würdigung	151
7.2	Ausblick und Empfehlung	153
	Anhang	155
	Literaturverzeichnis	163