Inhaltsverzeichnis

	Seite
Abbildungsverzeichnis	VI
Abkürzungsverzeichnis	VIII
Symbolverzeichnis	XI
1. Einführung	1
1.1 Das Sachproblem	1
1.2 Zielsetzung der Untersuchung	3
1.3 Thematische Eingrenzung der Arbeit	3
1.4 Vorgehensweise der Untersuchung	4
2. Begriffsabgrenzungen	7
2.1 Finanzprodukte	7
2.2 Finanzinnovationen	13
2.2.1 Ursprung des Innovationsbegriffs	14
2.2.2 Abgrenzung von Innovation und Invention	15
2.2.3 Dimensionen des Innovationsbegriffs	16
a) Prozeß- oder outputbezogenes Innovationsverständnis	16
b) Innovationsarten	17
c) Neuheitsgrad	19
d) Neuheitsintensität	20
e) Zusammenfassung	24
2.3 Finanzintermediäre	24
2.3.1 Funktion der Finanzintermediäre	24
2.3.2 Ökonomische Begründung von Finanzintermediären	27
2.3.2.1 Ökonomische Erklärungshypothesen im Überblick	27
2.3.2.2 Hypothesen zur ökonomischen Vorteilhaftigkeit von Finanz-Produzenten	30
2.3.2.3 Der Erklärungsansatz von Benston/ Smith	33
2.3.2.4 Der Erklärungsansatz von Diamond	36
2.3.2.5 Zusammenfassung	40
3. Zur Entstehung von Finanzinnovationen	42
3.1 Analyse der Innovationsauslösung	42
3.1.1 Voraussetzungen für die Entstehung von Finanzinnovationen	42
3.1.1.1 Situation der Unsicherheit	43
3.1.1.2 Unvollkommene oder unvollständige Märkte	43

3.1.1.3	Veränderungen als Innovationsauslöser	47
a)	Wirkungsweise von Veränderungen	47
b)	Arten von Innovationsauslösern	49
ba)	Strategische Umfeldveränderungen	50
baa)	Sozio-ökonomische Umfeldveränderungen	50
bab)	Rechtliche Umfeldveränderungen	52
bac)	Technische Umfeldveränderungen	53
bb)	Veränderung der Informationssituation	54
3.1.1.4	Der Anreiz zur Markteinführung und zur Nutzung von Finanzinnovationen	56
a)	Anreize für die Finanzintermediäre	56
aa)	Gewinne	58
ab)	Schutzmöglichkeiten	61
b)	Anreize für die Nachfrager von Finanzprodukten	64
3.1.2	Lokalisierung der Initialzündung	65
3.1.3	Innovationsfördernde Faktoren	67
3.2	Effizienzanalyse	73
3.2.1	Die Vergleichsbasis	73
3.2.2	Effizienzkriterien	75
4.	Beiträge finanzierungstheoretischer Modelle zur Erklärung von Finanzinnovationen	
4.1	Vorselektion finanzierungstheoretischer Erklärungsansätze	76
4.2	Vorgehensweise der Prüfung	83
4.3	Die Rolle von Finanzierungsinstrumenten und Finanzinstitutionen im state-preference-Ansatz	85
4.3.1	Modellkonzeption	86
4.3.2	Ableitung von Marktgleichgewichtspreisen im state-preference-Ansatz	90
4.3.3	Beitrag des state-preference-Ansatzes zur Erklärung von Finanzprodukten	99
4.3.3.1	Das Verständnis von Finanztiteln	99
4.3.3.2	Vollkommener und vollständiger Markt als ungeeigneter Ansatzpunkt zur Begründung des Auftretens neuer Finanzprodukte	100
4.3.3.3	Die Marktunvollständigkeit als Ansatzpunkt zur Begründung des Auftretens neuer Finanzprodukte	102
4.3.3.4	Der Anreiz zur Nutzung neuer Finanzprodukte	104

4.3.3.5	Innovationsauslöser und innovationsfördernde Faktoren im state-preference-Ansatz	105
4.3.3.6	Die Effizienzanalyse im state-preference-Ansatz	106
4.3.4	Die Rolle von Finanzintermediären im state-preference-Ansatz	107
4.3.5	Fazit zum Erklärungsbeitrag des state-preference-Ansatzes	109
4.4	Die ältere Transaktionskostentheorie nach Coase	114
4.4.1	Konzeption der Transaktionskostentheorie nach Coase	114
4.4.2	Die Funktion von Finanzintermediären in einem unvollkommenen Marktumfeld	119
4.4.3	Erklärungshypothesen für das Auftreten von Finanzinnovationen	122
4.4.3.1	Das Verständnis von Finanztiteln	122
4.4.3.2	Erklärungshypothesen zur Analyse der Innovationsauslösung	123
a)	Eine plausible Argumentation von Miller	123
b)	Die regulative Dialektik nach Kane	124
c)	Silbers These von den steigenden Opportunitätskosten passiven Anpassungsverhaltens	128
d)	Der portfoliotheoretische Ansatz von Greenbaum/Haywood	136
e)	Der Ansatz von Dufey/ Giddy	143
4.4.3.3	Die Effizienzanalyse in der älteren Transaktionskostentheorie	149
4.4.4	Fazit zur älteren Transaktionskostentheorie	152
4.4.4.1	Beiträge zur Erklärung von Finanzinnovationen	152
4.4.4.2	Defizite bei der Erklärung von Finanzinnovationen	155
4.5	Die Agency-Theorie	157
4.5.1	Konzeption der Agency-Theorie	157
4.5.2	Die Funktion von Finanzintermediären	171
4.5.3	Erklärungshypothesen für das Auftreten von Finanzinnovationen	175
4.5.3.1	Das Verständnis von Finanztiteln	175
4.5.3.2	Erklärungshypothesen zur Analyse der Innovationsauslösung	177

4.5.3.3	Erklärungshypothesen zur Effizienzanalyse	180
a)	Die Effizienzbestimmung	180
b)	Verringerung des Verhaltensrisikos	182
ba)	Maßnahmen zur Verhinderung vertragswidrigen Verhaltens	184
baa)	Direkt wirkende Verhaltensbeschränkungen	184
bab)	Indirekt wirkende Anreizsysteme	186
bb)	Maßnahmen zur Erfassung von Handlungsergebnissen	193
c)	Begrenzung der Qualitätsunsicherheit	194
4.5.4	Fazit zur Agency-Theorie	198
4.5.4.1	Beiträge zur Erklärung von Finanzinnovationen	198
4.5.4.2	Defizite bei der Erklärung von Finanzinnovationen	201
4.6	Die neuere Transaktionskostentheorie nach Williamson	203
4.6.1	Konzeption der neueren Transaktionskostentheorie	203
4.6.2	Die Funktion von Finanzintermediären	211
4.6.3	Erklärungshypothesen für das Auftreten von Finanzinnovationen	214
4.6.3.1	Das Verständnis von Finanztiteln	214
4.6.3.2	Erklärungshypothesen zur Analyse der Innovationsauslösung	215
4.6.3.3	Erklärungshypothesen zur Effizienzanalyse	220
4.6.4	Fazit zur neueren Transaktionskostentheorie	224
4.6.4.1	Beiträge zur Erklärung von Finanzinnovationen	224
4.6.4.2	Defizite bei der Erklärung von Finanzinnovationen	226
4.7	Fazit zur Theorieprüfung	228
Empirische Erkenntnisse		231
5.1	Gegenstand und Ziel der empirischen Untersuchung	231
5.2	Struktur der empirischen Untersuchung	233
5.2.1	Umfang, Vorgehensweise und zeitlicher Ablauf der Untersuchung	233
5.2.2	Methodik	234
5.2.3	Struktur der Befragungsteilnehmer	239
5.3	Ergebnisse der empirischen Untersuchung	246
5.3.1	Anreize für Finanzintermediäre zur Entwicklung neuer Finanzprodukte	246
5.3.2	Schutzmöglichkeiten für Finanzinnovationen	251

5.3.3	Anreize und Schutzmöglichkeiten - provokante Thesen	256
5.3.4	Innovationsauslöser	259
5.3.5	Lokalisierung der Initialzündung für die Innovationsauslösung	265
5.3.6	Innovationsfördernde Faktoren	268
5.3.7	Produktkomponenten als Ansatzpunkte zur Entwicklung von Finanzinnovationen	271
5.3.8	Wahrnehmung von Finanzprodukten durch die Nachfrager	276
5.3.9	Markterfolgswirkungen von Finanzprodukten	280
5.3.9.1	Differenzierung zwischen Effizienz und Markterfolg	280
5.3.9.2	Empirische Resultate	281
5.4	Abgleich empirischer Erkenntnisse mit den Aussagen theoretischer Modelle	291
5.4.1	Zum Verständnis von Finanztiteln	291
5.4.2	Zur Analyse der Innovationsauslösung	293
5.4.3	Zur Markterfolgswirkungsanalyse	296
5.5	Methodische Kritik an der empirischen Untersuchung	298
6.	Zusammenfassung und Ausblick	300
	Literaturverzeichnis	305

Abbildungsverzeichnis

<u>lfd. Nr.</u>	<u>Bezeichnung</u>	<u>Seite</u>
Abb. 1	Graphische Darstellung der Produktstruktur von Finanzdienstleistungen auf der Basis der in dieser Arbeit zugrunde liegenden Definition von Finanzprodukten.	13
Abb. 2:	Übersicht über die verschiedenen Teilgebiete der Finanzierungstheorie.	76
Abb. 3:	Die Kostenfunktionen von originären Marktteilnehmern und Finanzintermediären für die Vermögensverwaltung	140
Abb. 4:	Erste Seite des vierseitigen Fragebogens, der dieser Befragung zugrunde lag.	235
Abb. 5:	Zweite Seite des vierseitigen Fragebogens, der dieser Befragung zugrunde lag.	236
Abb. 6:	Dritte Seite des vierseitigen Fragebogens, der dieser Befragung zugrunde lag.	237
Abb. 7:	Vierte Seite des vierseitigen Fragebogens, der dieser Befragung zugrunde lag.	238
Abb. 8:	Gründe für die Absagen.	240
Abb. 9:	Hierarchieebene, der die Interviewpartner in ihren Unternehmen zuzuordnen sind.	241
Abb. 10:	Struktur der Interviews, differenziert nach der Größe der Unternehmen, in denen die Gesprächspartner beschäftigt sind.	242
Abb. 11:	Struktur der Interviews, differenziert nach produkt- und zielgruppenbezogenen Themenschwerpunkten.	245
Abb. 12:	Produktbezogene Einschätzung des Nutzens aus der Markteinführung neuer Finanzprodukte in der Kreditwirtschaft.	247
Abb. 13:	Produktbezogene Einschätzung des Nutzens aus der Markteinführung neuer Finanzprodukte in der Versicherungswirtschaft.	249

<u>lfd. Nr.</u>	<u>Bezeichnung</u>	<u>Seite</u>
Abb. 14:	Branchenbezogene Auswertung der Einschätzung von Schutzmöglichkeiten für Finanzinnovationen vor Nachahmung.	252
Abb. 15:	Branchenbezogene Auswertung der Einschätzung von Thesen zur Vorteilhaftigkeit der Markteinführung neuer Finanzprodukte.	258
Abb. 16:	Branchenbezogene Auswertung der Bedeutung von Innovationsauslösern für die Praxis.	261
Abb. 17:	Produktgruppenbezogene Auswertung der Bedeutung von Innovationsauslösern für die Praxis (Bankprodukte).	263
Abb. 18:	Branchenbezogene Lokalisierung der Initialzündung für die Entwicklung neuer Finanzprodukte.	266
Abb. 19:	Branchenbezogene Auswertung der Bedeutung von Persönlichkeitsfaktoren und institutionellen Rahmenbedingungen für die Förderung des Auftretens von Innovationen.	269
Abb. 20:	Die Bedeutung der einzelnen Merkmalskategorien von Finanzdienstleistungen im Rahmen der Entwicklung neuer Produkte (kundengruppenbezogene Auswertung für die Kreditwirtschaft).	272
Abb. 21:	Die Bedeutung der einzelnen Merkmalskategorien von Finanzdienstleistungen im Rahmen der Entwicklung neuer Produkte (kundengruppenbezogene Auswertung für die Versicherungswirtschaft).	273
Abb. 22:	Art der Wahrnehmung von Bankprodukten durch die Nachfrager und Bedeutung von Leistungselementen aus Nachfragersicht (kundengruppenbezogene Differenzierung).	277
Abb. 23:	Art der Wahrnehmung von Versicherungsprodukten durch die Nachfrager und Bedeutung von Leistungselementen aus Nachfragersicht (kundengruppenbezogene Differenzierung).	278
Abb. 24:	Profildarstellung der Erfolgsfaktoren für die Vermarktung von Bankprodukten (kundengruppenbezogene Differenzierung).	284
Abb. 25:	Profildarstellung der Erfolgsfaktoren für die Vermarktung von Versicherungsprodukten (kundengruppenbezogene Differenzierung).	285