

Inhaltsverzeichnis

Geleitwort	V
Vorwort	VII
Inhaltsverzeichnis	IX
Einleitung	1
Kapitel I: Modelle zur Marktmikrostruktur	5
1. Untersuchungsgegenstand	5
2. Grundlagen der Theorie zur Marktmikrostruktur	6
2.1 Präferenzen und Informationsstände der Anleger	6
2.2 Elemente einer Marktorganisation	8
2.3 Marktliquidität, Kursrisiko und Informationseffizienz	12
3. Kurzdarstellungen ausgewählter Modelle	15
3.1 Markttransparenz	15
3.2 Anonymität	20
3.3 Handelsfrequenz	23
3.4 Endogene Handelsstrategien von Insidern	26
3.5 Aggregation heterogener Informationen	31
3.6 Orderbuchsysteme	35
3.7 Preissetzung des Market Makers	38
3.8 Market-Maker-Systeme versus Auktionen	45
4. Resümee	51

Kapitel II: Handelsfrequenz und Nichtmengenanpassung	53
1. Untersuchungsgegenstand	53
2. Das Grundmodell mit <i>einem</i> Handelszeitpunkt	55
2.1 Modellaufbau	55
2.2 Marktgleichgewicht	57
2.3 Zur Koexistenz von Mengenanpassung und Nichtmengenanpassung	59
3. Zwei Handelszeitpunkte	61
3.1 Erweiterungen des Grundmodells	61
3.2 Marktgleichgewicht	63
3.2.1 Optimierung des Nichtmengenanpassers	63
3.2.2 Optimierung des Mengenanpassers	64
3.2.3 Ergebnisse	66
4. Verzicht auf zwischenzeitlichen Handel	70
5. Mengen- und Kurseffekt durch Erhöhung der Handelsfrequenz	70
5.1 Grundsätzliche Überlegungen	70
5.2 Mengeneffekt	71
5.3 Kurseffekt	72
6. Wohlfahrtseffekte der Handelsfrequenz	73
7. Diskussion der Ergebnisse	74
Anhang zu Kapitel II	76
 Kapitel III: Insiderhandel bei unsicherem Veröffentlichungszeitpunkt	 81
1. Untersuchungsgegenstand	81
2. Das Grundmodell mit <i>einem</i> Handelszeitpunkt	82
2.1 Modellaufbau	82
2.2 Marktgleichgewicht	84
2.2.1 Kurssetzung des Market Makers	85
2.2.2 Optimierung des Insiders	86
2.2.3 Ergebnisse	87

3. Zwei Handelszeitpunkte mit eventueller Vorveröffentlichung	88
3.1 Erweiterungen des Grundmodells	88
3.2 Marktgleichgewicht	90
3.2.1 Kurssetzung des Market Makers	90
3.2.2 Optimierung des Insiders	90
3.2.3 Ergebnisse	92
4. Diskussion der Ergebnisse	95
Anhang zu Kapitel III	98
 Kapitel IV: Gesamtkurs versus Einzelkurse durch Market Maker	101
1. Untersuchungsgegenstand	101
2. Die Marktteilnehmer	104
3. Gesamtkursermittlung	106
3.1 Kurssetzung des Market Makers	106
3.2 Optimierung des Insiders	106
3.3 Optimierung eines Hedgers	107
3.4 Marktgleichgewicht	108
4. Einzelkursstellung	111
4.1 Kurssetzung des Market Makers	111
4.2 Optimierung des Insiders	111
4.3 Optimierung eines Hedgers	112
4.4 Marktgleichgewicht	112
5. Vergleich beider Marktorganisationen	114
6. Diskussion der Ergebnisse	118
Anhang zu Kapitel IV	121
 Zusammenfassung	133
Literaturverzeichnis	135
Stichwortverzeichnis	146