

ε. Theissen • c. Westheide

**one for the money, two for the show? The number of designated
market makers and liquidity**

CFR working paper 22-10

An vielen Aktienmärkten ist es üblich, dass designierte Market Maker den Handel im kontinuierlichen Auktionsmarkt unterstützen, indem sie dort zusätzliche Liquidität bereitstellen. Der Emittent muss dafür in der Regel eine Gebühr an den Market Maker zahlen. Es ist mittlerweile gut dokumentiert, dass die Liquidität durch die Aktivität der Market Maker tatsächlich ansteigt, und dass das Arrangement auch für die Emittenten vorteilhaft ist.

In Deutschland kommt es recht häufig vor, dass im Handel mit der Aktie eines Unternehmens mehrere Market Maker tätig sind. In unserem Beitrag untersuchen wir, ob die Präsenz mehrerer Market Maker einen zusätzlichen positiven Effekt auf die Liquidität hat. Wir untersuchen dazu die Auswirkungen von Veränderungen der Zahl designierter Market Maker auf die Liquidität. Mögliche Endogenitätsprobleme adressieren wir durch Verwendung eines Instrumentvariablenansatzes.

Die Ergebnisse zeigen, dass eine Erhöhung (Verringerung) der Zahl designierter Market Maker tatsächlich zu einer Erhöhung (Verringerung) der Liquidität führt.