

Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....	VII
Abkürzungsverzeichnis.....	XX
Verzeichnis der zitierten EU-Rechtsvorschriften	XXVIII

Einleitung

Unternehmenspublizität als Untersuchungsgegenstand

1. Kapitel: Der Status quo	1
2. Kapitel: Publizität als rechtliche Kategorie.....	6
I. Mehrdeutigkeit des Begriffs	6
II. Publizität und Information	8
III. Publizität und Transparenz	11
IV. Publizität im öffentlichen Recht	13
1. Verfassungsrecht	13
2. Verwaltungsrecht	15
3. Straf- und Strafprozeßrecht.....	15
4. Verfahrensrecht allgemein	16
V. Publizität im Privatrecht.....	17
1. Bürgerliches Recht	17
2. Wirtschaftsrecht.....	19
3. Kapitel: Publizität als unternehmensrechtliche Kategorie.....	21
I. Ausgangspunkt	21
II. Unternehmenspublizität und die Publikation jenseits der Rechnungslegung	22
III. Unternehmenspublizität, Werbung, Investor Relations.....	24
4. Kapitel: Methode und Gang der Untersuchung	27

Erster Teil

Unternehmenspublizität in historischer Perspektive

1. Kapitel: Ursprünge und Entwicklung der Handelspublizität bis zur Wende vom 18. zum 19. Jahrhundert	31
I. Immobilienregister	31
II. Kaufmännische Publizität	32
1. Firmenpublizität	33
a) Italien	33
b) Deutschsprachiger Raum	33
c) Frankreich	34
2. Kaufmännische Register	35
a) Italienische Städte	35
b) Frankreich	36
c) Deutschland	37
d) Österreich	38
e) Diskussion um den Zweck kaufmännischer Register	38
f) Gesetzliche Bestimmungen	39
3. Markt-, Mess- und Börsenpublizität	40
4. Rechnungslegung	42
2. Kapitel: Handels- und gesellschaftsrechtliche Publizität im fortschreitenden 19. Jahrhundert	43
I. Fortbildung und Konsolidierung der Handelsregisterpublizität	44
1. Frankreich	44
2. Deutschsprachiger Raum	44
a) Preußen	45
b) Nürnberger Konferenz und ADHGB	46
c) Ausbau der Registerpublizität durch die Rechtsprechung	50
3. Frankreich	52
II. Die Aktiengesellschaft als Katalysator der Weiterentwicklung: Substitution der Staatskontrolle durch Publizität	53
1. Das Konzessionssystem und erste Ansätze aktienrechtlicher Offenlegung bis zur Mitte des 19. Jahrhunderts	53
a) Frankreich	54
b) England	55
c) Deutschland	56

2. Der Übergang zum Normativsystem und der endgültige Durchbruch der aktienrechtlichen Publizität	59
a) Frankreich	60
b) Deutschland	62
c) Schweiz	73
d) England	74
III. Publizität des Wertpapierhandels	76
IV. Die Diskussion über das „Publizitätsprinzip“ um die Jahrhundertwende	80
 3. Kapitel: Die Entwicklung der Unternehmenspublizität im 20. Jahrhundert	 84
I. Ausbau der Registerpublizität	84
1. Deutschland	84
2. Österreich	87
3. Schweiz	88
4. Frankreich	89
5. England	91
II. Funktionserweiterung der aktienrechtlichen Publizität	92
1. Deutschland	92
a) Etappe bis zur Notverordnung von 1931	92
b) Aktienrechtsreform von 1937	97
c) Frühe Nachkriegszeit	97
d) Große Aktienrechtsreform	98
e) Publizitätsgesetz von 1969	100
f) Börsenpublizität	102
2. Österreich	102
3. Schweiz	103
4. Frankreich	104
5. England	106
III. Das Einsetzen der europäischen Harmonisierung im Bereich der handels- und kapitalmarktrechtlichen Publizität	108
1. Handelsrechtliche Register- und Gründungspublizität	109
2. Gesellschaftsrechtliche Rechnungslegungspublizität	109
3. Kapitalmarktrechtliche Publizität	112
 4. Kapitel: Unternehmenspublizität in der US-amerikanischen Rechtsentwicklung	 114
I. Die Frühphase bis zum Beginn des 20. Jahrhunderts	114

II. Das Einsetzen der allgemeinen Kapitalmarktgesetz- gebung in den Einzelstaaten (Blue Sky Laws)	116
III. Der Kampf der Philosophien und der Sieg der „disclosure philosophy“ in der New Deal-Gesetzgebung des Bundes	117
IV. Die erste Phase der Securities Acts bis zum Ende der siebziger Jahre und die Sinnkrise der disclosure	119
V. Fortentwicklung und Integration des Publizitätssystems	122
5. Kapitel: Internationalisierungs- bzw. Amerikanisierungstendenzen ...	122
6. Kapitel: Entwicklungslinien	127

Zweiter Teil

Verbreitung und Erscheinungsformen der Unternehmenspublizität im geltenden positiven Recht

1. Kapitel: Europäisches Recht	132
I. Handelsrechtliche Publizität	133
1. Registerpublizität	133
2. Rechnungslegungspublizität	135
3. Konzernpublizität	137
II. Kartellpublizität	139
III. Kapitalmarktpublizität	140
1. Marktbezogenheit der Konzeption	140
2. Periodische Offenlegung	142
3. Ad hoc-Publizität	142
4. Veröffentlichungsvorgang	144
5. Prospektpublizität	144
6. Ansätze zur Integration	148
2. Kapitel: Einzelne europäische Staaten	148
I. Handelsrechtliche Publizität	149
1. Register- und Firmenpublizität	149
2. Rechnungslegungs- und Hauptversammlungspublizität	156
3. Beteiligungs- und Konzernpublizität	164
II. Kartellpublizität	167
III. Kapitalmarktpublizität	169

IV. Branchenpublizität	176
V. Insolvenzpublizität	178
3. Kapitel: USA	183
I. Handels- und gesellschaftsrechtliche Publizität	183
II. Kapitalmarktrechtliche Publizität	184

Dritter Teil

Bewertung der Unternehmenspublizität aus ökonomischer Sicht

1. Kapitel: Empirie der Publizität	191
I. Empirie der Publizität und Legitimation hoheitlicher Offenlegungsvorschriften	191
II. Deskriptive Empirie zu Umfang und Güte der Publizität	198
1. Publizität der Berichterstattung über die Finanzlage	198
2. Zwischenberichtspublizität	200
3. Konzernpublizität	202
4. Mittelstandspublizität	204
5. Prognosepublizität	206
6. Handelsregisterpublizität	207
2. Kapitel: Ökonomische Theorie	207
I. Neoklassisches Modell	208
II. Neue Institutionenökonomik - Informationsökonomik	208
1. Grundansatz	208
2. Unterstützung der Neuen Institutionenökonomik durch die Marktprozeßtheorie	210
3. Informationsökonomik	212
a) Hinreichende Publizität durch den Markt?	212
b) Notwendige Ergänzung der marktendogenen Publizität durch staatliche Regulierung	217
III. Folgerungen für den Fortgang der Untersuchung	224

Vierter Teil

Grundlagen der Dogmatik der Unternehmenspublizität

1. Kapitel: Kritische Bestandsaufnahme: Publizitätsdogmatik als Rechtsfolgendogmatik einzelner Phänotypen der Pflichtpublizität ...	229
I. Dogmatik zur handelsrechtlichen Publizität	229
1. Registerpublizität	229
a) Rechtsscheinsdogmatik	231
b) Verkehrsschutzdogmatik	237
2. Firmenpublizität	244
3. Rechnungslegungspublizität	249
4. Hauptversammlungs- bzw. Auskunftspublizität	257
5. Beteiligungs- und Konzernpublizität	267
II. Kartellpublizität	269
III. Börsen- und wertpapierhandelsrechtliche Publizität	275
1. Prospektpublizität	277
2. Berichts- und Beteiligungspublizität	282
3. Ad hoc-Publizität	286
IV. Insolvenzpublizität	289
V. Zwischenergebnis	296
2. Kapitel: Entwicklung der Grundlagen einer Funktionsdogmatik der Unternehmenspublizität	296
I. Die dualistische Zielkonzeption des Kapitalmarktrechts als Ausgangspunkt dogmatischer Überlegungen	296
1. Individualschutz und Funktionsschutz als Funktionsprinzipien des Kapitalmarktrechts	296
a) Individualschutzzweck	298
b) Funktionsschutz	300
2. Zum Verhältnis von Individual- und Funktionsschutz	301
3. Rolle und Stellung der Publizität und ihrer Regulierung im Kapitalmarktrecht	306
a) Funktionsschutzziel	306
b) Individualschutzziel	308
c) Unmittelbare versus mittelbare Regulierung	308
d) Kapitalmarktbezogenheit	312
4. Ökonomische Hinweise auf eine Erweiterung der kapitalmarktrechtlichen Funktionsanalyse	312

II. Erweiterung des kapitalmarktrechtlichen Ansatzes: Vom Anleger- und Kapitalmarktschutz zum Marktteilnehmer- und Marktschutz	314
1. Auswertung der funktionsdogmatischen Untersuchung	314
a) Handelsregisterpublizität	314
b) Firmenpublizität	315
c) Rechnungslegungspublizität	316
d) Hauptversammlungspublizität	323
e) Beteiligungs- und Konzernpublizität	324
f) Kartellpublizität	324
g) Börsen- und wertpapierhandelsrechtliche Publizität	325
h) Insolvenzpublizität	325
2. Dogmatische Einsichten aus der kollisionsrechtlichen Debatte um die Einordnung der Publizität	326
3. Bestätigung des hier gewählten dogmatischen Ansatzes durch die Wirtschaftsrechtstheorie	328
III. Ausdifferenzierung des Aufgabenprogramms der Marktpublizität: Publizität als Korrelat der Marktteilnahme	332
1. Individualschutz als Marktteilnehmerschutz	333
a) Informationsfunktion	334
b) Verhaltenssteuerungs- und Entscheidungsvorbereitungsfunktion	338
c) Kontrollfunktion	340
d) Risikosenkungsfunktion	341
2. Funktionsschutz als Marktschutz	345
a) Institutionelle Funktionsfähigkeit	345
b) Operationale Funktionsfähigkeit	345
c) Allokative Funktionsfähigkeit	347
d) Preisbildungsfunktion	348
e) Vertrauensschutzfunktion	348
IV. Genotypen der Marktpublizität	350
1. Marktchronologie als Systemisierungskriterium	351
a) Grundsätzlicher Zusammenhang zwischen Zeit und Publizität	351
b) Der marktchronologische Aspekt in der wirtschafts- rechtlichen Diskussion	353
c) Legitimierung des marktchronologischen Systemisierungsansatzes ...	354
2. Intensität der Marktbeanspruchung als Quantifizierungs- kriterium	358
a) Rechtsform des Unternehmensträgers	360
b) Unternehmensgröße	362
c) Segment des Kapitalmarktes	363

d) Konzentrationsvorgänge	368
e) Branchenpublizität	369
3. Markteintrittspublizität	369
4. Marktteilnahmepublizität	372
5. Marktteilnahmeänderungspublizität als Konzentrations- und Dekonzentrationspublizität	378
6. Marktaustrittspublizität	384

Fünfter Teil

Grundelemente der Unternehmenspublizität

1. Kapitel: Der Tatbestand der Unternehmenspublizität	389
I. Zur These vom allgemeinen Tatbestand der Unternehmens- publizität	389
II. Marktteilnahme	391
1. Marktbegriff	391
2. Marktteilnehmer	393
a) Emittenten von Publizität (Unternehmen)	393
b) Adressaten der Publizität	395
c) Informationsmittler	415
III. Offenlegung	423
1. Natur der Offenlegung	423
a) Freiwillige Offenlegung	423
b) Offenlegung aufgrund einer Rechtspflicht	438
2. Inhaltliche Anforderungen	447
a) Grundsatz der Adressatenorientierung	448
b) Wesentlichkeit	453
c) Werthaltigkeit, Klarheit und Vollständigkeit	459
d) Einheitlichkeit	463
2. Kapitel: Durchsetzung und Kontrolle der Unternehmenspublizität	
I. Prüfung der Unternehmenspublizität	467
1. Registergerichtliche Prüfung	467
2. Abschlußprüfung	470
II. Beaufsichtigung der Unternehmenspublizität	476
1. Behördliche Aufsicht	476
2. Autonome Aufsicht	480

III. Sanktionierung	480
1. Haftung	480
a) Registerpublizität	481
b) Rechnungslegungspublizität	481
c) Wertpapierhandelsrechtliche Publizität	483
d) Prospektpublizität	483
e) Problematik des Konzernvertrauens	483
f) Zur Haftung aus unverlangtem Rating	485
2. Zwangsgeld sowie Strafsanktionen	487
IV. Fazit	489
Schlußbemerkung	491
Literaturverzeichnis	494
Register	553