

Inhaltsverzeichnis

<i>Vorwort</i>	5
<i>Abbildungsverzeichnis</i>	17
<i>Abkürzungsverzeichnis</i>	21
<i>Begriffsverzeichnis</i>	27
1 Problemstellung	45
1.1 Historische Ausgangssituation	45
1.2 Motive des Börsengangs mittelständischer Unternehmen	49
1.2.1 Mangelnde Eigenkapitalausstattung	50
1.2.2 Nachfolgeproblematik	52
1.2.3 Rekrutierung von Fremdgeschäftsführern	53
1.2.4 Gesellschafterkonflikte	54
1.2.5 Vermögensbindung	54
1.2.6 Flexibilität der Unternehmensanteile	55
1.2.7 Börseneinführung von Tochtergesellschaften	55
1.2.8 Publizität	56
1.2.9 Anmerkungen zu den Motiven	56
1.3 Abgrenzung und Ziele des Werkes	57
2 Die Aktiengesellschaft als Gegenstand einer Aktienemission	59
2.1 Die Merkmale der Aktiengesellschaft	59
2.1.1 Aktienrechtliche Grundlagen	59
2.1.2 Organ- und Entscheidungsstrukturen der Aktiengesellschaft	62
2.1.2.1 Vorstand	64
2.1.2.2 Aufsichtsrat	66
2.1.2.3 Hauptversammlung	69
2.1.2.4 Der Beirat als satzungsmäßiges Organ einer Aktiengesellschaft	70
2.1.3 Aktiegattungen und die damit verbundenen Rechte und Pflichten	71
2.1.3.1 Begriff der Aktie	71

2.1.3.2	Einteilung der Aktien nach dem Merkmal aktienrechtlicher Übertragungsmöglichkeiten	72
2.1.3.2.1	Inhaberaktien	72
2.1.3.2.2	Namensaktien	72
2.1.3.2.3	Vinkulierte Namensaktien	75
2.1.3.3	Gliederung entsprechend der Mitgliedschaftsrechte	76
2.1.3.3.1	Stammaktien	76
2.1.3.3.2	Vorzugsaktien	76
2.1.3.4	Anteilsquotenorientierte Einteilung	78
2.1.3.4.1	Nennwertaktien	78
2.1.3.4.2	Nennwertlose Aktien	79
2.1.4	Die Satzung der Aktiengesellschaft und deren Mindestinhalt	80
2.1.5	Rechnungslegung der Aktiengesellschaft	81
2.1.6	Die Kleine Aktiengesellschaft	83
2.1.6.1	Begriff der Kleinen Aktiengesellschaft	83
2.1.6.2	Erleichterungen für Kleine Aktiengesellschaften	85
2.1.6.2.1	Gründungsvorschriften	85
2.1.6.2.2	Einberufungsvorschriften für die Hauptversammlung	85
2.1.6.2.3	Protokollierung der Hauptversammlung	86
2.1.6.2.4	Entscheidung über die Gewinnverteilung	86
2.1.6.2.5	Freistellung von der Mitbestimmung	86
2.1.6.2.6	Wahl der Arbeitnehmervertreter in den Aufsichtsrat	87
2.1.6.2.7	Erleichterter Bezugsrechtsausschluss	87
2.1.6.2.8	Einzelverbriefung der Aktien	87
2.1.7	Allgemeine Vorbehalte gegenüber der Aktiengesellschaft	88
2.1.7.1	Publizitätspflichten	88
2.1.7.2	Organstruktur	90
2.1.7.3	Fremdeinfluss	91
2.1.7.4	Steuerbelastung	92
2.1.7.4.1	Steuerbelastung einer Aktiengesellschaft	92
2.1.7.4.2	Steuerbelastung einer Personengesellschaft	95
2.1.7.5	Kosten der Rechtsform	96
2.1.7.5.1	Umwandlungskosten	97
2.1.7.5.2	Verwaltungskosten	97
2.1.7.5.3	Kosten einer Aktienplatzierung und der laufenden Notierung	97
2.1.7.5.4	Publizitäts- und Informationskosten	98
2.1.8	Zielorientierte Gestaltungsmöglichkeiten der Aktiengesellschaft	98
2.1.8.1	Aktienpool und Holdingstruktur	99

2.1.8.2	Wahl der Aktien	101
2.1.8.3	Satzungsgestaltung	102
2.1.8.4	Streuung der Aktien.....	103
2.1.9	Die Merkmale anderer börsenfähiger Rechtsformen.....	103
2.1.9.1	Kommanditgesellschaft auf Aktien als Alternative?	104
2.1.9.1.1	Gesellschaftsrechtliche Grundlagen einer KGaA.....	104
2.1.9.1.2	Persönlich haftende(r) Gesellschafter.....	108
2.1.9.1.3	Aufsichtsrat	109
2.1.9.1.4	Hauptversammlung der Kommanditaktionäre.....	109
2.1.9.1.5	Der Beirat als satzungsmäßiges Organ.....	110
2.1.9.2	Die Rechnungslegung und Ergebnisverteilung in der KGaA	111
2.1.9.3	Steuerrechtliche Grundlagen	111
2.1.9.3.1	Besteuerung der KGaA.....	111
2.1.9.3.2	Besteuerung der persönlich haftenden Gesellschafter.....	113
2.1.9.3.3	Besteuerung der Kommanditaktionäre	114
2.1.9.4	Beurteilung der KGaA.....	114
2.1.9.5	Die tatsächliche Verbreitung der KGaA im realen Wirtschaftsleben in Deutschland.....	116
2.1.10	Die GmbH & Co. KGaA als weitere Alternative?	117
2.1.11	Die AG & Co. KGaA als weitere Modifikation	119
2.2	Rechtsgrundlagen der Kapitalerhöhung	120
2.2.1	Begriff und Motive der Kapitalerhöhung	120
2.2.2	Ordentliche Kapitalerhöhung	122
2.2.2.1	Begriff und Durchführung der ordentlichen Kapitalerhöhung	122
2.2.2.1.1	Die Beschlussphase	123
2.2.2.1.2	Die Durchführungsphase	124
2.2.2.2	Das Bezugsrecht	124
2.2.2.3	Der Bezugsrechtsausschluss.....	125
2.2.2.4	Erleichterter Bezugsrechtsausschluss	126
2.2.3	Genehmigtes Kapital	129
2.2.4	Bedingte Kapitalerhöhung.....	130
2.3	Aktiengesellschaft durch Umwandlung	133
2.3.1	Überblick über das Umwandlungsrecht von 1995 und die relevanten Umwandlungsformen.....	133
2.3.1.1	Einzel- und Gesamtrechtsnachfolge	136
2.3.1.2	Die Verschmelzung	138
2.3.1.3	Die Spaltung	138
2.3.1.4	Die Vermögensübertragung.....	140

2.3.1.5	Der Formwechsel.....	140
2.3.1.6	Die Umwandlungsphasen.....	141
2.3.1.6.1	Going Public-relevante Umwandlungsformen	143
2.3.1.7	Umwandlung einer Personengesellschaft in eine Aktiengesellschaft	145
2.3.1.7.1	Umwandlung im Wege der Einzelrechtsnachfolge	145
2.3.1.7.2	Umwandlung im Wege der Verschmelzung.....	146
2.3.1.7.3	Umwandlung im Wege der Spaltung.....	151
2.3.1.7.4	Umwandlung im Wege des Formwechsels.....	154
2.3.1.8	Umwandlung einer GmbH in eine Aktiengesellschaft	157
2.3.1.8.1	Umwandlung einer GmbH im Wege der Einzelrechtsnachfolge.....	157
2.3.1.8.2	Umwandlung im Wege der Verschmelzung.....	157
2.3.1.8.3	Umwandlung im Wege der Spaltung.....	158
2.3.1.8.4	Umwandlung im Wege des Formwechsels.....	159
2.3.2	Steuerrechtliche Wirkungen der Umwandlung	159
2.3.2.1	Steuerrechtliche Problematik der Umwandlung.....	159
2.3.2.2	Steuerrechtliche Wirkungen auf die Umwandlung einer Personengesellschaft in eine Aktiengesellschaft	160
2.3.2.2.1	Voraussetzungen und steuerrechtliche Problematik des Wertansatzwahlrechts bei der Umwandlung von Personengesellschaften in eine Aktiengesellschaft	160
2.3.2.2.2	Steuerrechtliche Wirkungen der Verschmelzung einer Personengesellschaft auf eine Aktiengesellschaft	163
2.3.2.2.3	Steuerrechtliche Wirkungen der Spaltung einer Personengesellschaft auf eine Aktiengesellschaft	166
2.3.2.2.4	Steuerrechtliche Wirkungen des Formwechsels einer Personengesellschaft in eine Aktiengesellschaft	167
2.3.2.3	Steuerrechtliche Wirkungen der Umwandlung einer GmbH in eine Aktiengesellschaft.....	168
2.3.2.3.1	Steuerrechtliche Wirkungen der Verschmelzung einer GmbH auf eine Aktiengesellschaft.....	168
2.3.2.3.2	Steuerrechtliche Wirkungen der Auf- bzw. Abspaltung einer GmbH auf eine Aktiengesellschaft.....	171
2.3.2.3.3	Steuerrechtliche Auswirkungen eines Formwechsels von einer GmbH in eine Aktiengesellschaft.....	172
2.3.2.4	Anmerkungen zu geplanten Änderungen in den Steuergesetzen	173

3	<i>Emissionskonzepte</i>	175
3.1	Institutioneller Rahmen der Börse	175
3.1.1	Organisatorische Struktur der Wertpapierbörsen	175
3.1.2	Handelsformen und Preisbildung	180
3.1.2.1	Computerbörse am Kassamarkt – Xetra	182
3.1.2.2	Computerbörse am Terminmarkt – Eurex	184
3.1.2.3	Preisbildung.....	185
3.1.2.3.1	Variable oder fortlaufende Kurse	186
3.1.2.3.2	Einheitskurse	186
3.1.3	Börsenindizes	186
3.1.4	Die Börsensegmente.....	189
3.1.4.1	Amtlicher Handel	189
3.1.4.2	Geregelter Markt	192
3.1.4.3	Freiverkehr	195
3.1.4.4	Neuer Markt	197
3.1.4.4.1	Das Konzept des Neuen Marktes	201
3.1.4.4.2	Attraktivität des Neuen Marktes.....	204
3.1.4.5	SMAX	206
3.1.4.5.1	Das neue Marktsegment für etablierte Börsengesellschaften	206
3.1.4.5.2	Die Zulassungsvoraussetzungen.....	209
3.1.4.6	Zusammenfassung der rechtlichen Voraussetzungen und Folgepflichten einer Börseneinführung.....	211
3.2	Der Emissionsprospekt	213
3.2.1	Emission an der Börse	213
3.2.1.1	Amtlicher Handel	213
3.2.1.2	Geregelter Markt	216
3.2.1.3	Freiverkehr	218
3.2.1.4	Neuer Markt	218
3.2.1.5	SMAX	220
3.2.2	Emission auf dem unreglementierten Kapitalmarkt	221
3.2.2.1	Öffentliches Angebot.....	221
3.2.2.1.1	Das Wertpapier-Verkaufsprospektgesetz	221
3.2.2.1.2	Der Begriff des öffentlichen Angebots.....	222
3.2.2.1.3	Inhaltliche Anforderungen an den Verkaufsprospekt.....	224
3.2.2.2	Privatplatzierung	225
3.2.3	Prospekthaftung.....	226
3.2.3.1	Prospektmängel	226
3.2.3.1.1	Unrichtigkeit und Unvollständigkeit	226
3.2.3.2	Allgemein bürgerlich-rechtliche Haftung.....	228

3.2.3.3	Haftung gem. §§ 45, 46 BörsG.....	231
3.2.3.4	Haftung gem. § 264a StGB	239
3.2.3.5	Haftung nach dem AktG.....	241
3.3	Emissionspreisfindung	242
3.3.1	Die Festlegung der Börsenfähigkeit als erster Schritt zur Emissionspreisfindung	243
3.3.1.1	Die Ertragsaussichten, der Umsatz und die Umsatz- entwicklung sowie die Markt- und Wettbewerbssituation	244
3.3.1.2	Alter des Unternehmens	245
3.3.1.3	Positive betriebswirtschaftliche Kennziffern.....	246
3.3.1.4	Unternehmensaufbau, Organisation, Rechtsformwahl und Managementqualität	246
3.3.1.5	Publizitätsanforderungen an einen Börsenaspiranten.....	247
3.3.1.6	Das Platzierungsvolumen	247
3.3.1.7	Zusammenfassende Kriterien der Börsenfähigkeit.....	248
3.3.1.8	Die Due Diligence als Instrument zur Feststellung der Börsenfähigkeit	249
3.3.1.8.1	Begriff, Herkunft und Aspekte einer Due Diligence	249
3.3.1.8.2	Anlässe einer Due Diligence	251
3.3.1.8.2.1	Due Diligence bei Umwandlungen nach dem UmwG	252
3.3.1.8.2.2	Due Diligence bei Umstrukturierungen/Spaltungen.....	252
3.3.1.8.2.3	Due Diligence bei einer Börseneinführung	252
3.3.2	Problem der Emissionspreisfindung.....	254
3.3.3	Methoden der Unternehmensbewertung als Grundlage der Emissionspreisfindung	256
3.3.3.1	Grundlagen der Unternehmensbewertung	256
3.3.3.1.1	Beratungsfunktion	256
3.3.3.1.2	Vermittlungsfunktion	256
3.3.3.1.3	Argumentationsfunktion.....	257
3.3.3.2	Die vorherrschenden Bewertungsmethoden	258
3.3.3.3	Kurs-Gewinn-Verhältnis – KGV.....	259
3.3.3.4	Ergebnis nach DVFA/SG	262
3.3.3.4.1	Historische Entwicklung	262
3.3.3.4.1.1	Überlegungen zur Ermittlung des Ergebnisses nach DVFA/SG	264
3.3.3.4.1.2	Bereinigungswürdige Sondereinflüsse	265
3.3.3.4.1.3	Arbeitsschema nach DVFA/SG.....	268
3.3.3.4.1.4	Besonderheiten bei Neuemissionen.....	273
3.3.3.4.1.5	Besonderheiten bei der Kommanditgesellschaft auf Aktien.....	275
3.3.3.4.2	IdW-Verfahren: Ertragswertmethode nach HFA.....	276

3.3.3.5	Discounted-Cash-Flow-Analysis (DCFA).....	277
3.3.3.5.1	Grundlagen des DCFA-Methode.....	277
3.3.3.5.2	Berechnung des Unternehmenswertes nach DCFA.....	278
3.3.4	Emissionsvarianten zur Festlegung des Emissionspreises.....	279
3.3.4.1	Festpreisverfahren	280
3.3.4.2	Bookbuilding-Verfahren.....	281
3.3.4.2.1	Grundlagen des Bookbuilding-Verfahrens	281
3.3.4.2.2	Pre-Marketing-Phase	283
3.3.4.2.3	Marketingphase	285
3.3.4.2.4	Order-Taking-Phase	286
3.3.4.2.5	Pricing- und Zuteilungsphase	287
3.3.4.2.6	Greenshoe-Phase	288
3.3.4.3	Festpreisverfahren contra Bookbuilding-Verfahren - eine abschließende Stellungnahme.....	289
3.3.5	Das Underpricing und seine Ursachen	293
3.3.6	Neuere Entwicklungen: Aktienemissionen via Internet	294
3.3.6.1	Fremdemission via Internet	296
3.3.6.1.1	Die traditionellen Emissionsbanken	296
3.3.6.1.2	Die Internet-Emissionshäuser.....	296
3.3.6.1.2.1	Unabhängige Internet-Emissionshäuser	297
3.3.6.2	Eigenemission (DPO – Direct Public Offering) via Internet.....	298
3.3.6.3	Beaufsichtigung der Aktienemissionen via Internet.....	299
3.3.6.4	Ein Ausblick auf die Entwicklung des Internet im Finanzdienstleistungsbereich.....	301
3.3.7	Going Private – ein möglicher Rückzug von der Börse	302
4	<i>Finanzmarketing börsennotierter Unternehmen</i>	309
4.1	Kommunikationskonzepte	309
4.1.1	Einleitung	309
4.1.2	Komponenten des Aktienmarketing	312
4.1.2.1	Produktpolitik.....	312
4.1.2.2	Preispolitik.....	313
4.1.2.3	Distributionspolitik.....	314
4.1.2.4	Kommunikationspolitik (Investor Relations)	315
4.1.2.4.1	Ziele der Investor Relations.....	316
4.1.2.4.2	Zielgruppen der Investor Relations	322
4.1.2.4.3	Instrumente der Kommunikation.....	325
4.1.2.4.3.1	Unpersönliche Kommunikation.....	326
4.1.2.4.3.2	Persönliche Kommunikation	334

4.1.2.4.4	Zielgruppenorientierter Einsatz der Kommunikationsinstrumente.....	339
4.1.2.4.5	Einsatz der Instrumente im Zeitablauf.....	342
4.1.2.4.6	Eingliederung der Investor Relations in das Unternehmen	345
4.1.2.4.7	Bedeutung der Investor Relations für Neuemissionen	349
4.2	Insiderrecht und Ad hoc-Publizität:	
	Das Wertpapierhandelsgesetz	350
4.2.1	Begriff des Insider-Papiers	351
4.2.2	Begriff des Insiders.....	352
4.2.3	Begriff der Insidertatsache	354
4.2.4	Der Verbotstatbestand	359
4.2.5	Ad hoc-Publizität als präventives Instrument.....	364
4.2.5.1	Nach § 15 WpHG zu veröffentlichende Tatsachen	365
4.2.5.2	Verfahren der Veröffentlichung	373
4.2.6	Pflicht zur Veröffentlichung von Änderungen der Stimmrechtsanteile	379
5	<i>Fazit</i>	383
6	<i>Anhang</i>	389
6.1	Vergleich der Wachstumsbörsen Neuer Markt in Frankfurt, EASDAQ in Brüssel und NASDAQ in Washington.....	390
6.2	Entwicklung der Neuemissionen von 1985 - 1999.....	391
6.3	Emissionsvolumen und Emissionskosten.....	392
6.4	Die Unternehmen des Neuen Marktes von März 1997 bis Dezember 1999	395
	<i>Literaturverzeichnis</i>	409
	<i>Sachregister</i>	435

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1:	Motive eines Going Public von Börsenneulingen	49
Abb. 2:	Gründe des Eigenkapitalmangels mittelständischer Unternehmen	51
Abb. 3:	Konstituierende Elemente eines Going Public	57
Abb. 4:	Neun Gründungsphasen einer Aktiengesellschaft	60
Abb. 5:	Regelungsbereich und Aufgaben der Organe einer Aktiengesellschaft	63
Abb. 6:	Spezifische Aufgaben des Aufsichtsrates	67
Abb. 7:	Rechte der Hauptversammlung gem. § 119 Abs. 1 AktG	69
Abb. 8:	Einteilung der Aktien	71
Abb. 9:	Bilanzausweis der Ausstehenden Einlagen gem. § 272 Abs. 1 Satz 2 HGB	74
Abb. 10:	Bilanzausweis der Ausstehenden Einlagen gem. § 272 Abs. 1 Satz 3 HGB	75
Abb. 11:	Mindestinhalt der Satzung einer Aktiengesellschaft gem. § 23 AktG	80
Abb. 12:	Größenklassen von Kapitalgesellschaften gem. § 267 HGB	82
Abb. 13:	Systematisierung Kleiner Aktiengesellschaften	84
Abb. 14:	Rechtsformbedingte laufende Verwaltungskosten	97
Abb. 15:	Aspekte eines Poolvertrages	100
Abb. 16:	Wichtige Satzungsbestimmungen	102
Abb. 17:	Organisationsstruktur der KGaA	105
Abb. 18:	Die Organe der KGaA	107
Abb. 19:	Ertragsteuerliche Behandlung der KGaA	112
Abb. 20:	Kapitalerhöhungen zur Investitionsfinanzierung	121
Abb. 21:	Formen der Kapitalerhöhung	122
Abb. 22:	Ablauf einer ordentlichen Kapitalerhöhung	123
Abb. 23:	Tatbestandsmerkmale des § 186 Abs. 3 Satz 4 AktG	127
Abb. 24:	Ablauf einer Kapitalerhöhung mit Genehmigtem Kapital	129
Abb. 25:	Zwecke, die eine bedingte Kapitalerhöhung erlauben	131
Abb. 26:	Ablauf einer Kapitalerhöhung mit bedingtem Kapital	132
Abb. 27:	Reformziele des Umwandlungsbereinigungsgesetzes	134
Abb. 28:	Phasen der Umwandlung	142
Abb. 29:	Umwandlungsmöglichkeiten nach dem Umwandlungsgesetz	143
Abb. 30:	Die Möglichkeiten nach dem Umwandlungssteuergesetz	144
Abb. 31:	Mindestinhalt des Verschmelzungsvertrages	148
Abb. 32:	Mindestinhalt des Spaltungsplans	153

Abb. 33:	Mindestinhalt des Umwandlungsbeschlusses gem. § 194 Abs. 1 UmwG	156
Abb. 34:	Die 6 wichtigsten deutschen Wertpapierbörsen im Überblick	175
Abb. 35:	Konzernstruktur der Deutsche Börse AG	178
Abb. 36:	Einteilung des Kapitalmarktes	181
Abb. 37:	Umsatzverteilung Xetra-Handel im Verhältnis zum Parketthandel (I. Quartal 1999)	182
Abb. 38:	Die vier Grundprinzipien des Xetra-Marktmodells	183
Abb. 39:	Börsennotierte Gesellschaften 1998	189
Abb. 40:	Die Unternehmen des Nemax 50 (Stand 01.12.1999)	199
Abb. 41:	Index-Vergleich Neuer Markt mit NASDAQ in Prozent (März 1997 bis Dezember 1999)	200
Abb. 42:	Neuer Markt-Index (Dezember 1998 bis Dezember 1999)	201
Abb. 43:	Voraussetzungen für den Neuen Markt	202
Abb. 44:	Auswahl der SMAX-Teilnehmer kurz vor Handelsbeginn	207
Abb. 45:	Eckdaten potentieller SMAX-Unternehmen.....	209
Abb. 46:	Die wichtigsten Zusatzvoraussetzungen für SMAX.....	210
Abb. 47:	Rechtliche Voraussetzungen und Folgepflichten der einzelnen Börsensegmente	211
Abb. 48:	Formvorschriften eines Verkaufsprospektes	214
Abb. 49:	Reihenfolge der notwendigen Prospektangaben.....	215
Abb. 50:	Mindestangaben im Unternehmensbericht	216
Abb. 51:	Anforderungen an den Unternehmensbericht gem. § 59 Abs. 2 BörsO i.V.m. §§ 2-13 VerkProspVO	217
Abb. 52:	Ausnahmen von der Prospektspflicht gem. §§ 1-4 VerkProspG...221	
Abb. 53:	Anknüpfungspunkte für die börsengesetzliche Prospekthaftung.....	235
Abb. 54:	Kriterien zur Beurteilung der Börsenfähigkeit	248
Abb. 55:	Aspekte einer Due Diligence-Analyse.....	250
Abb. 56:	Anlässe einer Due Diligence	251
Abb. 57:	Untersuchungsfelder einer Due Diligence bei einer Börseneinführung	253
Abb. 58:	Bewertungsmethoden im Überblick	259
Abb. 59:	Katalog der zu bereinigenden und nicht zu bereinigenden Tatbestände.....	266
Abb. 60:	Arbeitsschema nach DVFA/SG.....	269
Abb. 61:	DVFA/SG-Arbeitsschema bei Neuemissionen.....	275
Abb. 62:	Vorgehensweise der Discounted-Cash-Flow-Analyse	279
Abb. 63:	Phasen des Bookbuilding-Verfahrens	283
Abb. 64:	Preisspanne beim Bookbuilding-Verfahren 1998.....	284
Abb. 65:	Pflichtangaben im Orderformular.....	286

Abb. 66:	Vergleich Festpreisverfahren und Bookbuilding-Verfahren	292
Abb. 67:	Ursachen für Marktwiderstände	310
Abb. 68:	Komponenten des Aktienmarketing	311
Abb. 69:	Alternative Rücklagenbildung	317
Abb. 70:	Ziele und Wirkungsweise von IR-Maßnahmen	320
Abb. 71:	Unternehmensprofil	327
Abb. 72:	Maßgebliche Einflussfaktoren für den Unternehmenswert	328
Abb. 73:	Öffentlichkeitswirksame Veranstaltungen	332
Abb. 74:	Unpersönliche Kommunikationsmaßnahmen	340
Abb. 75:	Persönliche Kommunikationsmaßnahmen	341
Abb. 76:	Finanzkommunikative Projektarbeiten während des Going Public.....	343
Abb. 77:	Fehler und ihre Vermeidbarkeit nach erfolgtem Going Public....	344
Abb. 78:	Die schwersten Medienfehler der Manager	347
Abb. 79:	Zehn Gebote für den Umgang mit Journalisten.....	348
Abb. 80:	Tatbestandsmerkmale der Insideratsache gem. § 13 Abs. 1 WpHG	354
Abb. 81:	Verbotstatbestandsmerkmale	359
Abb. 82:	Insideruntersuchungen des Bundesaufsichtsamtes für Wertpapierhandel (BAWe).....	362
Abb. 83:	Beispiele für in die Emittentensphäre eingetretene Sachverhalte besonderer Bedeutung	370
Abb. 84:	Veränderungen der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage	371
Abb. 85:	Veränderungen im allgemeinen Geschäftsverlauf	372
Abb. 86:	Veröffentlichung von Ad hoc-Meldungen über elektronische Informationsverbreitungssysteme	374
Abb. 87:	Veröffentlichung von Ad hoc-Meldungen in einem überregionalen Börsenpflichtblatt	375
Abb. 88:	Inhalte der Ad hoc-Veröffentlichungen deutscher Emittenten	376
Abb. 89:	Mitteilungs- und Veröffentlichungspflichten	382
Abb. 90:	Vergleich der Zulassungskriterien für die drei Wachstums- börsen Neuer Markt, EASDAQ und NASDAQ	390
Abb. 91:	Anzahl und Platzierungsvolumen der Emissionen von 1985-1999.....	391
Abb. 92:	Nominales und effektives Emissionsvolumen am Neuen Markt	392
Abb. 93:	Gegenüberstellung der durchschnittlichen Emissionsvolumina zu den durchschnittlichen Emissionskosten	393
Abb. 94:	Prozentuale Anteile der durchschnittlichen Emissionskosten an den Emissionsvolumina	394
Abb. 95:	Die Emissionsdaten der Unternehmen des Neuen Marktes.....	396