

# Inhaltsverzeichnis

<i>Vorwort</i> .....	5
<i>Abbildungsverzeichnis</i> .....	17
<i>Abkürzungsverzeichnis</i> .....	21
<i>Begriffsverzeichnis</i> .....	27
<b>1</b> <b>Problemstellung</b> .....	45
<b>1.1</b> <b>Historische Ausgangssituation</b> .....	45
<b>1.2</b> <b>Motive des Börsengangs mittelständischer</b> <b>Unternehmen</b> .....	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
<b>1.3</b> <b>Abgrenzung und Ziele des Werkes</b> .....	57
<b>2</b> <b>Die Aktiengesellschaft als Gegenstand einer</b> <b>Aktienemission</b> .....	59
<b>2.1</b> <b>Die Merkmale der Aktiengesellschaft</b> .....	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
<b>2.2</b>	<b>Rechtsgrundlagen der Kapitalerhöhung</b> .....	<b>120</b>
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
<b>2.3</b>	<b>Aktiengesellschaft durch Umwandlung</b> .....	<b>133</b>
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

<b>3</b>	<b><i>Emissionskonzepte</i></b> .....	175
<b>3.1</b>	<b>Institutioneller Rahmen der Börse</b> .....	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
<b>3.2</b>	<b>Der Emissionsprospekt</b> .....	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
<b>3.3</b>	<b>Emissionspreisfindung .....</b>	<b>242</b>
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
<b>4</b>	<b><i>Finanzmarketing börsennotierter Unternehmen</i></b> .....	<b>309</b>
<b>4.1</b>	<b>Kommunikationskonzepte</b> .....	<b>309</b>
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
<b>4.2</b>	<b>Insiderrecht und Ad hoc-Publizität:</b>	
	<b>Das Wertpapierhandelsgesetz .....</b>	<b>350</b>
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
<b>5</b>	<b><i>Fazit</i> .....</b>	<b>383</b>
<b>6</b>	<b><i>Anhang</i>.....</b>	<b>389</b>
<b>6.1</b>	<b>Vergleich der Wachstumsbörsen Neuer Markt in Frankfurt, EASDAQ in Brüssel und NASDAQ in Washington.....</b>	<b>390</b>
<b>6.2</b>	<b>Entwicklung der Neuemissionen von 1985 - 1999.....</b>	<b>391</b>
<b>6.3</b>	<b>Emissionsvolumen und Emissionskosten.....</b>	<b>392</b>
<b>6.4</b>	<b>Die Unternehmen des Neuen Marktes von März 1997 bis Dezember 1999 .....</b>	<b>395</b>
	<b><i>Literaturverzeichnis</i> .....</b>	<b>409</b>
	<b><i>Sachregister</i> .....</b>	<b>435</b>

## 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 Prospektpflicht 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