

Inhaltsübersicht

Vorwort	5
1. Kapitel	
Emissionsmarkt und Marktpotential	11
1. Aufbruchstimmung am Emissionsmarkt	11
2. Rückblick – Die Entwicklung des Neuemissions- geschäftes	16
3. Ausblick – Etablierung einer Aktienkultur	20
4. Ausblick – Mittelständische Unternehmen auf dem Sprung an die Börse	22
2. Kapitel	
Grundlagen des Börsengeschehens	31
1. Der Begriff Börse	31
2. Funktionsweise des Börsenhandels	32
3. Aktienbegriff und Aktienformen	36
3. Kapitel	
Der Börsenplatz Deutschland	43
1. Überblick	43
2. Rahmenbedingungen für die deutschen Börsen	45
3. Zulassungsvoraussetzungen der einzelnen Marktsegmente	47
4. Überblick über die NASDAQ und die europäischen Wachstumsbörsen	73
4. Kapitel	
Die Entscheidung über den Gang an die Börse	79
1. Motive für den Gang an die Börse	79
2. Einwendungen gegen einen Börsengang	89
3. Alternativen zum Börsengang	108

5. Kapitel

Betriebswirtschaftliche Anforderungen	113
1. Relevanz der subjektiven Kriterien der Börsenreife	113
2. Umsatzhöhe und -wachstum	115
3. Ertragskraft	120
4. Cash-flow und Ausschüttungsfähigkeit	121
5. Markt- und Wettbewerbsposition	122
6. Managementqualität	123
7. Unternehmens- und Organisationsstruktur	125
8. Unternehmenskonzept	126
9. Rechnungswesen	127
10. Feststellung der Börsenreife mittels Due Diligence	133

6. Kapitel

Gesellschafts- und steuerrechtliche Aspekte des Börsengangs	151
1. Optimierung der Unternehmensstruktur	151
2. Das Entscheidungsumfeld – ein magisches Viereck	153
3. Überblick über die wesentlichen Entscheidungs- aspekte	155
4. Darstellung der relevanten Rechtsformen	166
5. Wege in die Aktiengesellschaft	178
6. Ausgewählte zivilrechtliche Aspekte der Umwandlung	197

7. Kapitel

Mitarbeiterbeteiligung im Rahmen der Neuemission und Stock Options	205
1. Begriff	205
2. Motive für eine Mitarbeiterbeteiligung	205
3. Beteiligungsformen	207
4. Eckpunkte eines Mitarbeiterbeteiligungsmodells	210
5. Belegschaftsaktien	217
6. Stock Options	223

8. Kapitel	
Maßnahmen zur Einflußwahrung	235
1. Einführung	235
2. Bestimmung der auszugebenden Aktiengattungen	237
3. Streuung der ausgegebenen Aktien	244
4. Satzungsgestaltung	245
5. Koordination der Alteigentümerinteressen	250
9. Kapitel	
Die Bestimmung des Emissionspreises im Rahmen des Going Public	255
1. Bedeutung des Emissionspreises	255
2. Notwendigkeit der Unternehmensbewertung oder das Angemessenheitsproblem beim Going Public	256
3. Verfahren zur Ermittlung des Emissionspreises	259
4. Tatsächliche Festlegung des Emissionspreises	291
10. Kapitel	
Das Emissionskonzept	297
1. Inhalt des Emissionskonzepts	297
2. Zeitplan und Zeitpunkt der Börseneinführung	299
3. Plazierungsart	302
4. Umwandlung in die Rechtsform der Aktiengesell- schaft bzw. KGaA	305
5. Strukturelle Abgrenzung des Unternehmensvermögens	306
6. Plazierungsvolumen	307
7. Stamm- oder Vorzugsaktien	311
8. Nennwertaktie oder nennwertlose Stückaktie	313
9. Begebung von Optionsscheinen	314
10. Wahl von Börsensegment und Regionalbörse	315
11. Auswahl des Emissionsbegleiters	319
12. Festlegung von Emissionspreis und Emissions- bedingungen	324
13. Auswahl der Finanzmarketingagentur	327

11. Kapitel	
Das Kommunikationskonzept im Zusammenhang mit dem Börsengang	331
1. Vorbemerkung	331
2. Strategische Planung kommunikationspolitischer Maßnahmen	336
3. Elemente der Kommunikationspolitik	350
4. Fazit	364
Anhang: Vergleich der Bilanzierung nach HGB, IAS und US-GAAP	369
Abkürzungsverzeichnis	376
Abbildungsverzeichnis	379
Literaturverzeichnis	380
Stichwortverzeichnis	384
Ausführliches Inhaltsverzeichnis	388
Die Autoren	395