

INHALT

| | |
|--|-----------|
| Vorwort | 9 |
| A. Die Entwicklung der Publikums-AG in Deutschland . . . | 11 |
| B. Die Aufnahmefähigkeit des Kapitalmarktes für Neu- emissionen | 15 |
| I. Das Aktienangebot auf dem Primärmarkt | 15 |
| II. Die Nachfrage bei den verschiedenen Anleger- gruppen | 19 |
| 1. <i>Der individuelle Anleger</i> | 19 |
| 2. <i>Institutionelle Anleger</i> | 23 |
| a) Investmentfonds | 23 |
| b) Versicherungsgesellschaften | 24 |
| c) Kreditinstitute | 25 |
| d) Vermögensbildungsfonds | 25 |
| e) Pensionskassen | 26 |
| f) Ausländische Portefeuilleanlagen | 27 |
| 3. <i>Die voraussichtliche Entwicklung</i> | 27 |
| C. Die Publikums-AG aus der Sicht der Eigentümer des Unternehmens | 29 |
| I. Fungibilität der Anteile | 29 |
| 1. <i>Erbschaft</i> | 30 |
| 2. <i>Anlagealternativen</i> | 31 |
| II. Wachstumsfinanzierung ohne Anlehnung | 32 |
| III. Realisierung des Kapitalzuwachses | 32 |
| <i>Fallbeispiele aus den USA und Europa</i> | 34 |

| | |
|---|-----------|
| IV. Die Bestimmung des normativen Kurs/Gewinn-Verhältnisses | 38 |
| V. Die steuerliche Situation | 42 |
| 1. Die Doppelbesteuerung | 43 |
| 2. Vermögenssteuer | 44 |
| 3. Das Umwandlungssteuergesetz | 44 |
| VI. Publizitätsvorschriften | 44 |
| 1. Publizitätsvorschriften der AG | 44 |
| 2. Das Publizitätsgesetz von 1969 | 45 |
| 3. Der EWG-Richtlinien-Entwurf zur Publizität | 47 |
| 4. Insider-Richtlinien | 48 |
| D. Die Publikums-AG aus der Sicht des Unternehmens | 49 |
| I. Finanzierungserleichterungen | 49 |
| 1. Wachstumsfinanzierung | 49 |
| 2. Die Eigenkapitalfinanzierung über die Börse | 50 |
| 3. Übernahmeangebote und Diversifikation | 53 |
| a) Der Gewinnmultiplikator als Entscheidungskriterium | 54 |
| b) Die Übernahme nicht notierter Unternehmen | 57 |
| c) Übernahmen bei Strukturveränderungen | 58 |
| d) Die Übernahme von Unternehmen der öffentlichen Hand | 58 |
| e) Spezielle Übernahmefinanzierungsmittel | 59 |
| 4. Ausnutzung sämtlicher Finanzierungsmittel | 59 |
| a) Optionsanleihen | 61 |
| b) Die reine Option | 62 |
| c) Die Wandelanleihe | 64 |
| d) Die Vorzugsaktie | 64 |
| 5. Die Emission von Aktien von Tochtergesellschaften | 64 |
| 6. Unabhängigkeit vom Finanzierungswillen der Kreditinstitute | 67 |
| II. Marketing- und PR-Vorteile | 68 |
| III. Kostenersparnis bei der Vermögensbildung in Arbeitnehmerhand | 69 |
| 1. Gesetzliche Pläne | 69 |
| 2. Die Ausgabe von Belegschaftsaktien | 69 |

| | |
|---|-----------|
| E. Die Publikums-AG aus der Sicht des Managements . . . | 77 |
| I. Dispositionsfreiheit | 77 |
| II. Aktien-Options-Pläne als Leistungsanreiz | 77 |
| | |
| F. Der praktische Schritt zur Publikums-AG | 81 |
| I. Die Privatplacierung als Vorstufe der Emission der Publikums-AG | 81 |
| II. Der erste Kontakt mit dem Emissionshaus | 82 |
| III. Die Umwandlung | 84 |
| IV. Die Emissionsvorbereitungen | 84 |
| 1. <i>Der Emissionsbetrag</i> | 84 |
| 2. <i>Der Emissionskurs</i> | 85 |
| 3. <i>Das Timing der Emission</i> | 85 |
| 4. <i>Die Kosten der Emission</i> | 86 |
| 5. <i>Das Emissionskonsortium</i> | 86 |
| V. Das Zeichnungsverfahren | 89 |
| 1. <i>Das Verkaufsangebot</i> | 89 |
| 2. <i>Die Zeichnungsmodalitäten</i> | 102 |
| VI. Die Einführung in den Freiverkehr | 103 |
| 1. <i>Der Telefonverkehr oder unregelte Freiverkehr</i> | 103 |
| 2. <i>Die Einbeziehung in den geregelten Freiverkehr der Börse</i> | 103 |
| VII. Die Einführung an der Börse | 104 |
| 1. <i>Das Zulassungsverfahren</i> | 105 |
| a) <i>Der Prospekt</i> | 107 |
| b) <i>Die Prüfung des Antrags und der Zulassungs- beschluß</i> | 125 |
| c) <i>Die Veröffentlichung und die Aufnahme der amt- lichen Notierung</i> | 126 |
| 2. <i>Die Kosten der Einführung</i> | 127 |
| VIII. Die Zulassung in London | 128 |
| IX. Die Zulassung an der New York Stock Exchange . | 130 |