
Kapitel E

Emissionsgeschäft

1. **Besorgen Sie sich quantitative und qualitative Informationen über die Emission der „T-Aktie“ (Deutsche Telekom) im Jahre 1996 und gehen Sie damit auf Ihnen wichtig erscheinende Aspekte des Emissionsgeschäfts ein.**

Lösung

- Bei der Emission der „T-Aktie“ konnte man sehr deutlich das Bookbuilding-Verfahren beobachten.
 - Es lag ein großer Schwerpunkt auf dem Marketing.
 - Damit wurde versucht eine hohe Reputation und Bekanntheit zu erreichen.
 - Es wurde versucht einen möglichst fairen Preis zu bestimmen, der bei der Erstnotiz nicht wesentlich überschritten wurde, um ein stabiles und kontinuierliches Wachstum zu gewährleisten.
 - Es entstand nach dem Volksempfänger und dem Volkswagen die erste Volksaktie !
2. **Finden Sie für jedes der in Abbildung „Platzierungsverfahren“ (Kapitel E: Emissionsgeschäft) genannten Platzierungsverfahren ein tatsächliches oder hypothetisches Beispiel.**

Lösung

- Privatplatzierung
GoAmerica (Abschluss der Transaktion 10.03.2004, Volumen 14,4 Millionen USD)
- Bezugsangebot
Allianz AG (Abschluss der Transaktion 30.04.2003, Bezugsrecht auf die neuen Allianz Aktien wurde zu 99,7 Prozent ausgeübt, Preis neuer Aktien 38 Euro, je 15 alte Allianz Aktien berechtigten zum Bezug 7 neuer Allianz Aktien, insgesamt beläuft sich das Gesamtvolumen der Emission auf rund 4,4 Milliarden Euro.)
- Öffentliche Platzierung: Auferlegung zur öffentlichen Zeichnung Bundesanleihen (früher)

- Öffentliche Plazierung: Freihändiger Verkauf Bundesanleihen (heute)
 - Öffentliche Plazierung: Ausschreibung im Tendersverfahren kurzfristige Titel zur Refinanzierung von Kreditinstituten (Zins- vs. Mengentender)
 - Verkauf über die Börse Continental AG (alle in Eigenbesitz befindlichen Aktien veräußert, Abschluss der Transaktion 14.07.2003, Liquiditätserlös: 80 Millionen Euro)
3. **Diskutieren Sie, inwiefern eine Rating-Agentur Informationsasymmetrien beseitigen kann und wo die Grenzen dafür liegen.**

Lösung

- Durch ein Rating werden potentielle Anleger über die Bonität eines Unternehmens besser informiert, da die Rating-Agenturen im Gegensatz zu den Anlegern auch interne Informationen bekommen.
 - Gerade bei Anleihen ist es für Anleger unverzichtbar, das Unternehmen gerated sind, da hier die Informationsasymmetrie besonders groß ist.
 - Da die Rating-Agenturen nicht ständig die Unternehmen genau untersuchen, sind die Ratingeinschätzungen nicht immer aktuell.
 - Allerdings könnte es auch Branchen oder Unternehmen geben, bei denen ein Rating gar nicht bzw. nur eingeschränkt möglich ist, bzw. über die wirkliche Bonität des Schuldners nur unzureichend informiert werden kann. Dies könnte z.B. bei neuen Wachstumsunternehmen der High-Tech-Branche oder völlig neuen, innovativen Unternehmen der Fall sein.
4. **Nehmen Sie aus theoretischer Perspektive Stellung zu der These, dass es zur Förderung des Aktiensparens vernünftig ist, mit dem Bookbuilding-Verfahren das Underpricing von IPOs zu beseitigen.**

Lösung

- Es werden langfristige Anleger gesucht - keine Spekulanten, die auf eine möglichst hohe Erstnotierung spekulieren, um einen möglichst hohen Zeichnungsgewinn zu erzielen.
- Eine stabile Preis- und Kursentwicklung wird zu erreichen versucht, damit auch schlecht informierte Anleger sowohl ein Erst- wie auch ein Folgeengagement wagen.
- Eine hohe Reputation wird versucht zu erzielen, damit auch Folgeemissionen von einer breiten Masse gezeichnet werden und somit das Aktiensparen als relativ sichere Form der Altersvorsorge akzeptiert wird.