



IPO-Newsletter - Februar 2011

Themen in dieser Ausgabe:

- Grußwort zur ersten Ausgabe
- IPO - eine Option für Familienunternehmen?
- Unternehmensanleihen - ein erster Schritt in Richtung Kapitalmarkt
- Social Media in der IPO-Finanzkommunikation
- Kontakt und Impressum

Financial-Network.eu

Gutleutstr. 75
60329 Frankfurt am Main
Germany

Telefon: 069 - 959 083 - 17
Fax: 069 - 959 083 - 99

contact@financial-network.eu

www.financial-network.eu

Grußwort zur ersten Ausgabe

Sehr geehrte Interessierte am Thema Börsengang,

wir freuen uns, Ihnen in Zukunft mit unserem IPO-Newsletter in regelmäßigen Abständen aktuelle Informationen, vertiefendes Basiswissen und neueste Kapitalmarkttrends bieten zu können. Der **Startpunkt** wird mit diesem ersten Newsletter gesetzt, der sich mit den Einzelthemen „IPO – eine Option für Familienunternehmen“, „Unternehmensanleihen – ein erster Schritt in Richtung Kapitalmarkt“ und „Social Media in der IPO-Finanzkommunikation“ vertiefend befasst.

FINANCIAL-NETWORK.EU ist ein seit Jahren bestehendes Netzwerk von langjährig sehr erfahrenen Kapitalmarktspezialisten, die insgesamt in den letzten 20 Jahren fast 100 Börsengänge und mehr als 100 Projekte – wie Börsenreifecheck, IPO-Beratung, Investor Relations, Platzierungen, Finanz- und Unternehmenskommunikation sowie Research und Spezialprojekte – betreut haben. Ergänzt wird das Netzwerk um weitere Spezialisten für Kapitalmarktrecht, HV-Organisation, Fondsauswertungen usw. Damit deckt **FINANCIAL-NETWORK.EU** alle für den Kapitalmarkt notwendigen Teilgebiete ab, wobei aber nur das temporär Notwendige dann auch erfolgreich umgesetzt wird. Unsere Mandanten profitieren dabei von

der schnittstellenlosen und etablierten Zusammenarbeit von Kapitalmarktprofis, von unserer Ein-Ansprechpartner-Philosophie sowie einem sehr attraktiven Preis-Leistungsverhältnis.

Mit diesen **IPO-Newsletter** wollen wir unsere Aktivitäten verbreitern und neben den schon etablierten „Frankfurter Börsengesprächen“ mit Fortbildungsangeboten für börsennotierte Unternehmen nun verstärkt auch Manager ansprechen, die sich **unabhängig und neutral über das Thema „Börsengang – Vor- und Nachteile“ informieren möchten**. Wir wollen damit auch eine stärkere Öffnung von Unternehmen in Richtung Börse – sei es über eine Unternehmensanleihe oder direkt ein richtiges IPO – unterstützen. Offen sind wir dabei auch für Ihre Fragen und Anregungen und vielleicht sogar Ihre Erfahrungsberichte, die wir gerne auch in zukünftige Newsletter übernehmen wollen.

Wenn Sie mehr Informationen wünschen, schauen Sie bitte auf www.financial-network.eu oder sprechen Sie direkt mit uns über Ihre Fragen, Ideen und Kapitalmarktpläne.

Ihr **Alexander Vollet**,
Vorsitzender von
[FINANCIAL-NETWORK.EU](http://www.financial-network.eu)



FINANCIAL-NETWORK.EU

hoc signo vinces

IPO - eine Option für Familienunternehmen?

Deutsche Familienunternehmen starten nach der Wirtschaftskrise durch. Im internationalen Vergleich verfolgen sie nicht nur über Produktinnovationen und Expansion in ausländische Märkte überdurchschnittlich häufig eine **klare Wachstumsstrategie**, sondern schätzen die eigene Wettbewerbsfähigkeit außerordentlich hoch ein. Das geht aus der Studie "Familienunternehmen 2010" der Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsgesellschaft PwC hervor. So nennen knapp 80 Prozent der Familienunternehmen in Deutschland das Wachstum als strategisches Hauptziel der kommenden zwölf Monate.

Dabei nennen sie als **Hauptengpassfaktoren für ihre Expansionsabsichten vor allem die Finanzierung** ihrer Wachstumsstrategie und den Fachkräftemangel, der sie noch stärker als große Publikumsgesellschaften trifft, weil sie meist als weniger attraktiv erscheinen.

Familienunternehmen haben vielfach einen limitierten Zugang zu Kapital. Sie leben im Widerspruch zwischen „Herr im Hause bleiben“ und dem Wunsch, notwendiges Kapital für eine rasche Expansion zu beschaffen. Als Konsequenz der Finanzkrise verliert der klassische Bankkredit an Bedeutung. Wegen des reduzierten Angebots an Krediten müssen die Unternehmen nach Finanzierungsalternativen suchen. **Der Kapitalmarkt bietet hier einen Lösungsweg** und eröffnet den Unternehmen einen effizienten Zugang zu ergiebigen nachhaltigen Quellen für neues Kapital: **Unternehmensanleihen oder IPO.**

Wichtigstes Motiv für einen Börsengang ist die effiziente, langfristige Deckung des Kapitalbedarfs. Die Flexibilität und Dynamik des Unternehmens wird erhöht, ohne Gefahr zu laufen, sich von einem dominanten Kapitalgeber abhängig zu machen. Ein Börsengang kann aber nicht nur ein attraktives Finanzierungsinstru-

ment für eine dauerhafte Finanzierungsbasis, sondern gleichzeitig auch ein Lösungskonzept für viele strukturelle Probleme sein. Die hohe Verkaufsfähigkeit börsennotierter Aktien steigert die Flexibilität der Alteigentümer, auch bezüglich einer **Nachfolgeregelung** oder eines (Teil-) Exits, ohne den Fortbestand des Unternehmens zu gefährden. Zugleich können weitere Kapitalgeber integriert werden, um beispielsweise Mitarbeiter oder Kunden stärker an das Unternehmen zu binden.

Jedoch herrscht noch bei vielen mittelständisch geprägten Familienunternehmen ein angeborenes **Misstrauen gegenüber der Börse**. Sie scheuen die Öffentlichkeit, fürchten die Offenlegung strategischer Entscheidungen, die von Wettbewerbern und Kunden ausgenutzt werden könnten. Sie wollen sich nicht vom kurzfristigen Renditestreben und schon gar nicht von Aktienkursentwicklungen abhängig machen und fürchten den Verlust des Familieneinflusses auf die Unternehmensführung. Auch die Kosten der Börseneinführung und die hohen Aufwendungen zur Erfüllung der Veröffentlichungs- und Berichtspflichten (Being Public, Investor Relations) werden als Argument herangezogen.

Aber wie stichhaltig sind nun diese Argumente gegen einen Börsengang?

Richtig ist, dass ein börsennotiertes Unternehmen stärker in das Rampenlicht der (Finanz-) Öffentlichkeit rückt und deutlich **mehr an Transparenz zeigen muss**. Wer dies nicht will, hat an der Börse nichts zu suchen. Aber liegen in einer professionellen IR-Arbeit nicht auch große Chancen, gerade für Familienunternehmen? **Image- und Reputationsgewinn**, auch gegenüber Kunden und Lieferanten, oder das erleichterte Finden von spezialisierten Mitarbeitern sind nur einige, aber keinesfalls zu vernachlässigende Effekte.

Die Kompetenz- und Interessenabgrenzung zwischen Management, Aufsichtsorgan und Eigentümer erhöht in Kombination mit einer stärkeren Öffentlichkeitskontrolle den Leistungsdruck auf das Management und zwingt zur Beseitigung von Schwachstellen. Dies und der erhöhte Kunden- und Wettbewerbsdruck aufgrund der Offenlegungspflicht führen vielfach dazu, dass sie die Profitabilität steigern und ihre Wettbewerbsposition weiter ausbauen. Das **sichert den Fortbestand des Unternehmens** im Interesse aller: Kapitalgeber und Mitarbeiter.

Die Begründung, mit dem IPO den Familieneinfluss auf die Unternehmensführung zu verlieren, sticht bei genauerer Betrachtung nicht. Bei einer Börseneinführung ist es durchaus üblich, dass der Anteil der neuen Aktionäre (Streubesitz) zwischen 30% und 40% beträgt. Selbst wenn die Familie nur noch einen Anteil von 50 % hält, ist in der Praxis der Einfluss auf wichtige gesellschaftsrechtliche Beschlüsse, für die eine 75%ige Zustimmung auf der Hauptversammlung erforderlich ist, gewahrt. Dies umso mehr, da auf der HV nur das vertretene Kapital beschlussfähig ist, und in der Praxis nur eine Präsenz von 30-50% des stimmberechtigten Kapitals anwesend ist. Der Abschluss von Poolverträgen, in denen unterschiedliche Familienstämme ihre Anteile für eine einheitliche Stimmenabgabe auf der HV bündeln, ist darüber hinaus ein weiteres gängiges Instrumentarium zur Mehrheitssicherung.

Auch das Argument eines hohen Aufwandes zur Erfüllung der Publizitätspflichten oder der anfallenden IPO-Kosten sticht nur teilweise: Für mittelständische Unternehmen haben sich der Frankfurter Entry Standard oder der Münchner M:access etabliert, in denen erleichterte Publizitätsanforderungen gelten. Demgegenüber besteht bereits für nicht börsennotierte Unternehmen ab einer bestimmten Größenordnung der Zwang, den Jahresabschluss im elektronischen Bundesanzeiger zu veröffentlichen. Sie unterliegen damit Publizitätspflichten, die denen im Entry Standard nahekommen. Und auch die Ausgaben für Creditor Relations (also den Gesprächen mit Kreditgebern), die geforderte quartalsweise Berichtserstattung, Präsentationen und Folgekosten, wenn Kreditlinien überschritten werden, schlagen immer stärker ins Gewicht. Die Abhängigkeit nicht börsennotierter Unternehmen vom Wohlwollen der Banken wird zukünftig eher zu-, als abnehmen, ganz zu schweigen, dass die Finanzierungskosten infolge von Basel III sicherlich weiter steigen werden.

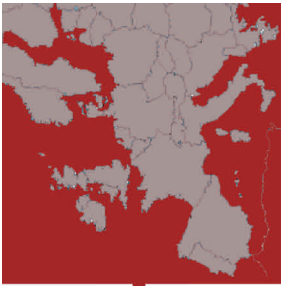
In der Summe ist ein IPO also mit einmaligen Kosten von durchschnittlich 6-8% des Emissionsvolumens und jährlichen obligatorischen Aufwendungen für Reporting, Hauptversammlung und Investor Relations von ca. 100.000 € p.a. nicht die un-



günstigste Finanzierungsalternative.

Ergo ist Eigenkapital über die Börse bei sorgfältiger Analyse für mittelständische Familienunternehmen eine wirkliche Option. Grundvoraussetzung dafür sind natürlich die Börsenreife sowie nach dem Listing die Bereitschaft zu einer professionellen Investor Relations-Arbeit, die sich zusätzlich auch oft sehr positiv auf das operative Geschäft eines Unternehmens auswirkt.

Dr. Joachim Gurnik ist Inhaber der G-CC Dr. Joachim Gurnik Communication Consulting (www.g-cc.de)



FINANCIAL-NETWORK.EU

hoc signo vinces

Unternehmensanleihe - ein erster Schritt in Richtung Kapitalmarkt

Was im Jahr 2009, in dem die Banken mit neuen Kreditvergaben sehr zögerlich waren, aus der Not geboren wurde, hat sich in der Zwischenzeit nicht nur verselbständigt, sondern sogar noch beschleunigt: die Emission von Unternehmensanleihen oder Corporate Bonds. Dank der hohen Nachfrage von Seiten der Investoren sind nun sogar Unternehmensanleihen von KMUs – d.h. mit Volumen ab 10 Mio. € - möglich. Die gute Konjunkturlage und Stimmung an den Kapitalmärkten sollte auch in Zukunft weitere Emissionen erlauben, wodurch sich den Unternehmen zusätzliche und attraktive Finanzierungsmöglichkeiten für Umschuldungen oder Wachstumsinvestitionen eröffnen, die sie nutzen sollten.

Die Herausgabe einer Unternehmensanleihe ist eine langjährig fest etablierte Möglichkeit für Unternehmen, Fremdmittel aufzunehmen. Neben den klassischen Bankkrediten, die die Mehrheit beim Fremdkapital stellen, nehmen Corporate Bonds die zweitwichtigste Finanzierungsmöglichkeit ein. Wegen des relativ hohen Aufwands und der Vorlaufkosten waren aber in der Vergangenheit Emissionsvolumina von mindestens 250 Mio. € - meist sogar zwischen 500 Mio. und 1 Mrd. € - üblich. Jedoch auch dank der Vereinheitlichungen beim notwendigen Emissionsprospekt und bei der Börsenzulassung sowie deutlich gesunkener Tradingkosten haben mittlerweile eine Reihe von Unternehmen Anleihen zwischen 50 und 100 Mio. € Volumen erfolgreich emittiert; ja sogar Bonds zwischen 10 und 25 Mio. € Gesamtbetrag hatten keine Platzierungsprobleme. Dazu kommt noch, dass einige deutsche Börsenplätze Spezialsegmente für Unternehmensanleihen (Bondm in Stuttgart oder Entry Standard in Frankfurt) - besonders für Privatanleger - ein-gerichtet haben, um deren Handelsmöglichkeiten zu er-

leichtern, d.h. es ist also auch während der Laufzeit ein tägliches Kaufen oder Verkaufen möglich.

Das Jahr 2009 stellte mit einem Volumen von knapp 300 Mrd. € ein Rekordjahr bei Neuemissionen von Corporate Bonds dar. Trotz eines reduzierten Volumens in 2010 und wohl auch 2011 bleibt das Niveau von ca. 200 Mrd. € aber deutlich über seinem langjährigen Durchschnitt.

Besonders im Jahr 2010 haben viele klein- und mittelständische Unternehmen erste Anleihen emittiert. Die Tabelle auf der nächsten Seite stellt eine Auswahl dar und listet dabei die Unternehmen, deren Anleihevolumina sowie die zur Platzierung notwendigen Zinssätze auf: Diese liegen zwar über denen von risikolosen deutschen Staatspapieren, aber trotzdem deutlich unter den Konditionen von Bankkrediten.

Eine Unternehmensanleihe ist ein verbrieft, in Stücke aufgeteilter Kredit, der als Inhaberpapier an Investoren verkauft und an einer Börse eingeführt und gehandelt wird. Das gibt dem Anleger die Möglichkeit, jederzeit seine Position aus- oder abzubauen. Der Emittent – also das Unternehmen – verpflichtet sich, für eine bestimmte Laufzeit (3-10 Jahre) eine jährliche und fest vereinbarte Zinszahlung zu leisten und den Gesamtbetrag am Ende vollständig zu tilgen. Daneben gibt es auch eine Reihe von Modifikationen, wodurch Anleihen ideal an den erwarteten Geschäftsverlauf angepasst werden können: Zerobonds (ohne Zinszahlungen), variable Verzinsungen, Stufenzinsanleihen oder auch Wandel- und Optionsanleihen. Je nach Stückelung werden bei der Platzierung entweder eher Großanleger (50.000,- € / Versicherungen, Pensionsfonds etc.) oder auch Privatanleger (ab 1.000,- € Mindestanlagebetrag) angesprochen.

Unternehmen (Auswahl)	Volumen (Mio. €)	Zinssatz (%)	Laufzeit (Jahre)
(*) ohne Rating			
Schneekoppe GmbH & Co. KG (*)	10	6,45	5
Solarwatt AG	25	7,00	5
Windreich AG (*)	25	6,25	5
RENA GmbH	75	7,00	5
3 W Power Holdings S.A. (*)	100	9,25	5
DÜRR AG (*)	150	7,25	5
Rheinmetall AG	500	4,00	7

Die Emission einer Anleihe kann den Unternehmen eine Reihe von attraktiven **Vorteilen** bieten. Dabei stehen die Diversifikation der Gesamtfinanzierung, die breitere Investorenbasis sowie die Unabhängigkeit von nur wenigen Banken als Kreditgeber eindeutig im Vordergrund. Ein weiterer wesentlicher Vorteil ist die Tatsache, dass eine Anleihe ohne dingliche Sicherheit, Covenant (Einhaltung bestimmter Bilanzrelationen) und Rating begeben werden kann. Erwähnenswert ist auch, dass ein bekanntes Unternehmen weniger Zinsen anbieten muss und seine Emission leichter platzieren kann; also ist im Vorfeld eine gute Öffentlichkeitsarbeit mit direktem Bezug auf den Kapitalmarkt empfehlenswert.

Auf der anderen Seite sind der **Aufwand sowie die Vorlaufkosten** einer Emission deutlich höher als bei Bankkrediten. Neben dem für ein öffentliches Angebot vorgeschriebenen Wertpapierprospekt müssen auch ein eventuelles Rating sowie die eigentliche Platzierung mit Präsentation, Roadshow und PR-Maßnahmen finanziert werden. Zusätzlich führen ein fehlendes Rating, ein schlechtes Ratingergebnis (Bonität) oder ein niedriger Bekanntheitsgrad zu erhöhten jährlichen Zinszahlungen. Auch kann eine Platzierung je nach Stimmung an den Kapitalmärkten nicht immer einfach sein.

Der **Emissionsprozess** verläuft meist mit den folgenden grundlegenden Teilschritten, die denen eines Börsengangs schon recht ähnlich sind: Business- und Finanzierungsplan, Bedarfsanalyse, Umsetzungsteam (Berater, Bankensyndikat etc.), Wertpapierprospekt, Due Diligence, evtl. Rating, Abstimmung BaFin, Börsenzulassung, Roadshow mit Präsentation und Preisfindung sowie eigentliche Platzierung. Dabei kann das Unternehmen seine Anleihe entweder selbst anbieten (Private Placement) oder dafür mit Banken zusammenarbeiten, um besser große Volumina auch international absetzen zu können. Im Vorfeld einer geplanten Emission sollte das Management mit seinen Hausbanken sprechen, um deren Unterstützung dafür zu erhalten. Denn durch eine zusätzliche Fremdkapitalaufnahme können sich Bilanzrelationen kurzfristig negativ verändern; also müssen womöglich bestehende Covenants angepasst werden. Die Realisierung einer Debütanleihe ist im Durchschnitt innerhalb von 2 bis 4 Monaten möglich, eine Folgeanleihe schon innerhalb von 4 Wochen.

Wie bei einem Börsengang auch haben Unternehmen mit guten Fundamentaldaten wesentliche Vorteile bei einer Anleiheemission. **Erfolgskomponenten** sind z.B. eine starke Marktposition, führende Produkte, Wachs-

Vorteile	Nachteile
Unabhängigkeit von Banken ohne Sicherheiten	höhere Zinszahlungen
ohne Covenants	Wertpapierprospekt und Börsenzulassung
sichert mittel- bis langfristige Liquidität	ggfs. Raterstellung
flexible Tranchen und Konditionen passend zum Geschäftsverlauf	Platzierung nicht immer leicht
Folgeanleihen oder IPO leichter realisierbar	Folgekosten für Börsennotiz, Rating und Creditor Relations



FINANCIAL-NETWORK.EU

hoc signo vinces

tungsmöglichkeiten, Bilanzstabilität und Profitabilität. Da ein Investor keine Sicherheiten erhält, muss er der zukünftigen operativen Performance des Unternehmens voll und ganz vertrauen. Während bei Privatanlegern der Bekanntheitsgrad eines Unternehmens auch eine große Rolle spielt, fordert der institutionelle Großanleger aber von den Unternehmen viel mehr Informationen (z.B. ein [Fact-Book](#)), um das Geschäftsmodell und die möglichen Risiken abschätzen zu können. Zusätzlich will er zeitnah und transparent über das laufende Geschäft informiert werden, da seine Zinszahlungen aus dem operativen Gewinn des Emittenten bezahlt werden.

Bei einer Anleiheemission sind auch die **Folgepflichten** zu beachten: Neben den Kosten für die Börsennotiz fallen weitere Ausgaben für eine erhöhte Transparenz der Unternehmensabschlüsse, für eventuelle Folgeratings sowie für die Information und die Pflege der Investoren über Geschäfts- und Zwischenberichte, ausführliche Website und Finanz-Presseaktivitäten an.

Die **Kosten** einer Unternehmensanleiheemission hängen natürlich von den schon getätigten Vorbereitungen auf den Kapitalmarkt (Bilanzierung, Reporting, Bekanntheitsgrad etc.) ab. Wesentliche Positionen sind der Wertpapierprospekt und ein Rating (jeweils ca. 50.000,- €), die Börseneinführung und Platzierung (ca. 30.000,- €), Kosten für die Due Dilligence sowie den rechtlichen Beistand

(50.000,- €) und zum Schluss noch Berater- und Bankenprovisionen, die aber größtenteils variabel vom Emissionsvolumen abhängen. Insgesamt fallen also Kosten in Höhe von 5-7% des Emissionsvolumens an. Für die laufenden Aufwendungen sind Beträge in der Größenordnung von 50.000,- € pro Jahr notwendig. Summa Summarum ist das zwar deutlich mehr als bei einem reinen Bankkredit, vergrößert aber die Unabhängigkeit von den Banken, benötigt weniger Sicherheiten und **bereitet schon auf den Kapitalmarkt (z.B. einen Börsengang) vor**, was sich mittelfristig sehr positiv auszahlen kann. Zusätzlich unterstützt die mit der Emission verbundene Steigerung des Bekanntheitsgrads oft auch das operative Geschäft des Unternehmens.

Insgesamt lässt sich also konstatieren, dass eine Unternehmensanleihe eine sinnvolle Ergänzung zum klassischen Bankkredit sein kann, die - dank des Kapitalmarktzugangs - schon die Tür für eine spätere Aufstockung auch des Eigenkapitals mittels Private - oder Public Equity (Börsengang) öffnet.

Alexander Vollet ist Inhaber von
IR CONSULT (www.ir-consult.de)

Social Media in der IPO-Finanzkommunikation

Eine immer größer werdende Anzahl von Aktionären und Finanzmarktinteressierten findet im Internet zunehmend eine Meinungsheimat und beeinflusst damit auch direkt Kurse und Bewertungen. Das gilt im Besonderen auch für Börsengänge. Die Bandbreite des Meinungsaustausches reicht von Blogs über Online-Foren und Social-Networking-Seiten bis hin zu Video-Sharing-Portalen. **Im Vorfeld eines IPO's werden diese Medien von den zukünftigen Investoren intensiv genutzt.** Hier teilen vor allem Privataktionäre, aber auch immer mehr professionelle Akteure ihre Meinungen und Einschätzungen der Öffentlichkeit mit, d.h. auch die Meinungsführer sind oft im Internet zu finden.

Auf diesen Kommunikationsplattformen präsent zu sein, bringt gerade in der Finanzkommunikation den Unternehmen, die an die Börse gehen, große Vorteile.

Social Media hat in den Bereichen Investor Relations und bei Börsengängen das nötige Potential und die ungeteilte Aufmerksamkeit der Financial Community, um die Firmen bekannt zu machen und deren Story attraktiv zu präsentieren. Zusätzlich wichtig ist es, dass die Beziehungen auf einer persönlicheren Ebene aufgebaut werden können. Denn durch Social Media ist es Unternehmen möglich, den Kontakt zu den Aktionären und Meinungsmultiplikatoren direkt herzustellen, zu intensivieren und Nachrichten schnell im Markt zu verbreiten. Zusätzlich können Unternehmen, Investoren und Meinungsmultiplikatoren zeitnah und direkt an der öffentlichen Diskussion teilnehmen. Dies kann natürlich auch nachteilig für Unternehmen werden, wenn sie der Kommunikation nicht von Anfang an einen sehr hohen Stellenwert einräumen. Somit können sie schnell Opfer einer negativen Meinungsspirale werden.

Die Erfahrungen mit Social Media-Aktivitäten zeigen, dass sich dadurch die Zielgruppen mit den Unternehmen und deren Produkten besser identifizieren können. So hat ein großer deutscher Automobilhersteller damit schon erste, sehr gute Erfahrungen gesammelt, in dem er als Hauptsponsor einer Webisode fungierte.

In der Finanzwelt erfahrene Kommunikationsagenturen für IPO's und Investor Relations setzen nicht nur Online-Medien - wie z. B. Blogs, Informationen in sozialen oder finanzorientierten Netzwerken - ein, sondern optimieren auch gleichzeitig die Internetpräsenz und die Unternehmenstory. Gerade ein griffiger Investment-Case hat im Internet eine herausragende Bedeutung, um dort neue Wege im Bereich der Kommunikation zu erschließen. Neben diesem Social Media-Service gehört natürlich auch die Erstellung suchmaschinenoptimierter Texte (Search Engine Optimization - SEO), wie z. B. Pressemitteilungen und Websitetexte sowie die Erstellung von Layout und Text auf Basis von Content Management Systemen.

Der Einsatz von Social Media-Instrumenten stellt besonders bei Börsengängen, wo der Markt noch sehr wenig Informationen über das neue Unternehmen hat, eine stark unterstützende Marketingmaßnahme dar. Diese Chance sollte ein IPO-Kandidat nutzen, da sie auch positive Auswirkungen auf das operative Geschäft hat.

Jörn Gleisner ist Inhaber der fr financial relations GmbH, (www.financial-relations.de)

FINANCIAL-NETWORK.EU

hoc signo vinces



Financial-Network.eu ist ein internationales Kapitalmarkt-Experten-Netzwerk, das durch die ideale Zusammenarbeit von langjährig sehr erfahrenen Spezialisten ein breit gefächertes Beratungs- und Dienstleistungsangebot bietet.

Einen besonderen Fokus haben wir auf den Kapitalmarkt. Hier bieten wir Unternehmen, die diesen zu ihrer Wachstumsfinanzierung nutzen möchten, folgende Beratungsleistungen:

- IPO-Beratung, Going-Public
- Being-Public incl. Kapitalmaßnahmen
- Platzierungen
- M&A und MBO-Begleitung
- Finanz- und Unternehmenskommunikation
- rechtliche Aspekte des Kapitalmarktes.

Unsere Mandanten profitieren von unserem Know-how, dem etablierten Netzwerk sowie unserer Top-Referenzen. Unser gesamtes Team hat fast 100 IPOs und mehr als 100 Kapitalmarktprojekte erfolgreich betreut und gehört damit zu den erfahrensten Beratern in Deutschland.

Sprechen Sie mit uns über Ihre Ideen oder Kapitalmarktpläne.

Kontakt und Impressum

Financial-Network.eu

Gutleutstr. 75
60329 Frankfurt am Main
Germany

Telefon: 069 - 959 083 - 17
Fax: 069 - 959 083 - 99

contact@financial-network.eu

www.financial-network.eu

Pressesprecher

Jörn Gleisner

© Financial-Network.eu

Alle Rechte vorbehalten. Die Verwendung und weitere Veröffentlichung der Beiträge ist honorarfrei, sofern die Quelle benannt wird und Sie uns zwei Belegexemplare an die oben genannte Adresse senden. Die Verwendung der enthaltenen Fotos ist nicht frei