

„Auch ein Prospekt ist keine unüberbrückbare Abschreckung für zwielichtige Firmen“

Dr. Thorsten Kuthe und Madeleine Zipperle, Heuking Kühn Lüer Wojtek

GoingPublic: Herr Dr. Kuthe, mit dem Schließen des FQB soll zugleich der Entry Standard aufgewertet werden. Trifft es denn zu, dass der Entry Standard als „Qualitätssegment“ (des Freiverkehrs) auch so wahrgenommen wird?

Kuthe: Nach unserer Einschätzung wird der Entry Standard in der Praxis als Qualitätssegment des Freiverkehrs wahrgenommen und deutlich vom FQB unterschieden. Es ist zu hoffen, dass sich durch den Wechsel vieler Unternehmen aus dem FQB in den Entry Standard dieses Bild nicht verändert.

GoingPublic: Frau Zipperle, welche Möglichkeiten sehen Sie für derzeit betroffene Unternehmen im FQB?

Zipperle: Alle betroffenen Unternehmen können natürlich zunächst den Wechsel in den Entry Standard anstreben. Hier muss jedes Unternehmen für sich persönlich prüfen, ob es die Voraussetzungen dafür erfüllen will und einen Prospekt benötigt oder nicht. Denkbar ist auch ein Wechsel in den Freiverkehr an einer anderen Börse in Deutschland. Die anderen Börsen etwa in Düsseldorf haben ihre eigenen Qualitätskriterien, die nicht in allen Punkten mit denen der Frankfurter Börse übereinstimmen. Denkbar ist natürlich auch, die Börsennotierung ganz aufzugeben. Das kann jedoch zu Auseinandersetzungen mit Aktionären führen.

GoingPublic: Welche empfehlen Sie konkret?

Kuthe: Im Regelfall empfiehlt sich der erwähnte Wechsel in den Entry Standard. Die anderen Börsen werden nicht diejenigen Kandidaten aufnehmen, die aus guten Gründen in Frankfurt durch das Rost fallen, sondern sind nur in Einzelfällen eine Alternative. Einen entsprechenden Antrag sollte man kurzfristig stellen. Wenn ein Prospekt erstellt werden muss, sollte der Emittent sich mit der Frage beschäftigen, ob die erleichterten Prospektvoraussetzungen für kleine Unternehmen oder für Bezugsrechtskapitalerhöhungen, die in den nächsten Monaten in Kraft treten sollen, in Anspruch genommen werden können, um so die Arbeit und den Kostenaufwand zu reduzieren. Mit einem erfahrenen Partner lässt sich ein Prospekt in wenigen Wochen erstellen, aber das Timing muss gut geplant werden.



Dr. Thorsten Kuthe



Madeleine Zipperle

GoingPublic: Ist nicht mit Umgehungstaktiken zu rechnen, z.B. über eine Hauptnotiz etwa in Warschau (auch EU-regulierter Markt), wonach die gleichen Unternehmen dann doch wieder im Quotation Board landen würden?

Zipperle: Die Praxis lehrt, dass es immer Umgehungsmöglichkeiten geben wird. Eine Hauptnotiz an einem EU-regulierten Markt wie in Warschau ist aber ebenfalls mit einem gewissen Aufwand an Kosten und Transparenz verbunden und unterliegt der EU-weiten Handelsüberwachung. Damit wird der Aufwand für Missbrauchsfälle deutlich erhöht, was hoffentlich viele solcher Kandidaten ausreichend abschreckt. Dabei sollte man sich natürlich über eines im Klaren sein: Auch die Anforderungen des Entry Standards sind keine Garantie dafür, dass es nicht erneut zu Problemfällen kommt. Denn der Aufwand für einen Prospekt ist im Verhältnis nicht so hoch, dass er eine unüberbrückbare Abschreckung darstellt. Hier ist es Aufgabe der Marktteilnehmer, selbst mit darauf zu achten, dass sich die Spreu vom Weizen trennt.

GoingPublic: Frau Zipperle, Herr Dr. Kuthe, vielen Dank an Sie beide für die aufschlussreichen Einblicke.

Das Interview führte Falko Bozicevic.