

In einem Börsengang bildet die Herausarbeitung der Verkaufsargumente für eine neue Aktie neben der reinen mathematischen Bewertung die erfolgskritische Herausforderung für alle Projektbeteiligten.

### Definition

Die Equity Story bildet die Basis der Kommunikation in einem Börsengang. Sie umfasst alle wesentlichen Charakteristika eines Unternehmens im Kapitalmarktumfeld und positioniert die Gesellschaft gegenüber potenziellen Investoren.

Über die Equity Story werden gegenüber zukünftigen Aktionären die Alleinstellungsmerkmale des Emittenten abgeleitet und in der Vermarktung aktiv und einheitlich eingesetzt.

Grundlage und gleichermaßen Zusammenfassung der Equity Story ist die SWOT-Analyse, welche unternehmensspezifische Stärken und Schwächen sowie marktbezogene Chancen und Risiken gegenüberstellt. Mit der Formulierung potenzieller Schwächen und Risiken wird eine proaktive Aufarbeitung von Investorenbedenken frühzeitig ermöglicht.

### Einheitlichkeit der Kommunikation

Im Börsengang werden unterschiedliche Dokumente zur Information verschiedener Zielgruppen eingesetzt. Dies sind:

- Wertpapierprospekt
- Unternehmenspräsentation
- Infobroschüre
- Analysten-Reports
- Internet-Auftritt
- Pressemappen etc.

Nur eine von dem Emittenten sowie den begleitenden Banken und ggf. der Kommunikationsagentur einheitlich formulierte Equity Story stellt eine gleichlaufende Widergabe in den diversen Veröffentlichungen sicher. Die Equity Story sollte so fundamental und nachhaltig formuliert sein, dass sie auch nach dem IPO Bestand behält.

### Bestandteile der Equity Story

Unternehmensspezifische Faktoren:

- Geschäftsmodell
- Produkte
- Kunden
- Management
- Historie

Markt- und branchenspezifische Faktoren:

- Attraktivität der Branche
- Wettbewerbsposition
- Markteintrittsbarrieren

Formale Faktoren:

- Legale Struktur des Emittenten
- Altaktionäre
- Transaktionsstruktur

**UNTERNEHMENSPEZIFISCHE FAKTOREN:****Geschäftsmodell**

Gegenüber Investoren ist es besonders wichtig, die Perspektive und Tragfähigkeit des Geschäftsmodells herauszuarbeiten.

- Welche Wachstumspotenziale werden geboten?
- Welche Dividende kann gezahlt werden?
- Wofür sollen Emissionserlöse eingesetzt werden?
- Welche zusätzlichen Wachstums-/Expansionsmöglichkeiten bestehen durch ein IPO?

Stichworte sind hierbei:

- Internes Wachstum
- Externes Wachstum
- Bilanzoptimierung

**Produkte**

- Wie verdient der Emittent sein Geld?
- Was sind die Schlüsselfaktoren für die Umsatzgenerierung?
- Wovon hängt die Akzeptanz der Produkte ab?
- Wie laufen Produktlebenszyklen?
- Ist das Geschäft saisonalen Schwankungen unterworfen?
- Welche Entwicklungskosten müssen erwirtschaftet werden?
- Wie ist die Produktion/Erbringung von Dienstleistungen organisiert?
- Wie ist die Abhängigkeit von Vorprodukten/Rohstoffen?

**Kunden**

- Wie groß ist die Kundenbasis?
- Wovon hängt das Verhalten meiner Kunden ab?
- Wie ist die wirtschaftliche Situation meiner Kunden?
- Gibt es eine große Integration in die Wertschöpfungsketten meiner Kunden/Abhängigkeiten?
- Gibt es eine Abhängigkeit/Dominanz von einzelnen Kunden?

**Management/Historie**

- Welche Erfahrung hat das Management?
- Ist die Struktur des Unternehmens für ein kapitalmarktadäquates Reporting ausgelegt?
- Wie ist das Unternehmen am Markt positioniert, gibt es historische Markennamen/Patente?
- Gibt es Zugang zu qualifiziertem Personal?
- Gibt es einen gut positionierten „Brand Name“ der Gesellschaft?

**MARKT- UND BRANCHENSPEZIFISCHE FAKTOREN:****Attraktivität der Branche**

- Beschreibung der Branche, in der sich der Emittent bewegt, sowie die Herausarbeitung der Chancen des Emittenten in dem beschriebenen Marktumfeld
- Belege über Marktstudien mit Wachstumsraten oder Konsolidierungsszenarien
- Erläuterung von Annahmen zum technischen Fortschritt etc.

**Wettbewerbsposition**

- Beschreibung der Konkurrenten
- Benchmarking über Vergleich bezüglich Produktportfolien, Produktionstechniken, Vertriebskonzepte etc.
- Ableiten von Marktanteilen und nach Möglichkeit Herstellung einer Beziehung zum Gesamtmarkt

**Markteintrittsbarrieren**

- Alleinstellungsmerkmale durch z. B. zeitlichen, technischen oder monetären Vorsprung belegen
- Verdeutlichung der Kosten/Investitionen/Managementfähigkeiten, die ein Konkurrent aufbringen müsste, um in eine ähnliche Wettbewerbsposition zu gelangen

**Regulatorisches Umfeld**

- Relevante Gesetze
- Subventionen
- Regulierungen
- Monopole

Darstellung für alle relevanten Teilmärkte und Jurisdiktionen erforderlich.

**FORMALE FAKTOREN:****Legale Struktur**

- Rechtsform des Emittenten (AG, KGaA, ausländische Kapitalgesellschaft etc.)
- Gesellschaftsstruktur des Emittenten (Tochtergesellschaften, Holding, Konglomerat etc.)
- Beziehungen (Verträge) mit dem Unternehmen nahestehenden Personen (Altaktionäre, Schwes-tergesellschaften)
- Gesellschaftsrechtliche Historie

**Verhalten Altaktionär**

- Verbleib im Unternehmen (langfristig)
- Umplatzierungswunsch
- Totaler Rückzug
- Wunsch nach Beibehaltung der unternehmerischen Kontrolle (Sperrminoritäten)
- Personalunion von Vorstand und wesentlichen Altaktionären ⇨ klare vertragliche Regelungen

**Transaktionsstruktur**

- Verarbeiten der Ausgangslage in eine für alle Interessengruppen akzeptable Struktur. Folgende individuelle Ziele treffen aufeinander:
- Vermögenssituation der Altaktionäre
  - Kapitalbedarf des Emittenten
  - Renditeerwartung von institutionellen Investoren
  - Anlageziele potenzieller Privatanleger