

**Mario M. Marti**

# Aktienemission im Internet

Thesis

Editions Weblaw, Bern 2008  
Schulthess, Zürich/Basel/Genf 2008

---

## **Inhaltsübersicht**

<b>EINLEITUNG.....</b>	<b>1</b>
<b>1. KAPITEL: GRUNDLAGEN.....</b>	<b>7</b>
<b>§ 1 BETEILIGUNGSFINANZIERUNG .....</b>	<b>7</b>
I.    Abgrenzung zu anderen Formen der Unternehmensfinanzierung .....	7
II.   Der Kreis der Investoren: Private Placement oder Public Offering.....	10
III.  Die Akteure: Selbst- oder Fremdemission.....	14
IV.  Die Mittel: Der traditionelle Weg oder der Einsatz des Internets.....	19
V.   Das Ziel: Vom Primär- zum Sekundärmarkt .....	19
<b>§ 2 E-COMMERCE UND KAPITALMARKT .....</b>	<b>23</b>
I.    Entwicklung und Bedeutung des elektronischen Geschäftsverkehrs...23	
II.   Die rechtliche Einordnung der neuen Technologie .....	24
III.  Besonderheiten im Kapitalmarktrecht .....	26
IV.  Internationalität der Abläufe.....	32
<b>2. KAPITEL: AKTIENEMISSION IM INTERNET.....</b>	<b>35</b>
<b>§ 3 EIN RÜCKBLICK .....</b>	<b>35</b>
<b>§ 4 DIE VORBEREITUNG .....</b>	<b>37</b>
I.    Vorbemerkungen .....	37

II. Die gesellschaftsinterne Vorbereitung.....	38
III. Die Vorbereitung mit externen Partnern .....	52
<b>§ 5 DIE DURCHFÜHRUNG .....</b>	<b>55</b>
I. Einleitung .....	55
II. Die aufsichtsrechtliche Erfassung der Akteure.....	56
III. Selbstemission .....	64
IV. Fremdemission .....	157
<b>§ 6 DIE ZEIT NACH DER EMISSION .....</b>	<b>197</b>
I. Allgemeines.....	197
II. Sekundärmarkthandel .....	197
III. Investor Relations .....	201
<b>3. KAPITEL: ZUSAMMENFASSUNG UND AUSBLICK....</b>	<b>205</b>

2.2. In der Schweiz .....	29
3. Gesetzgebungsbemühungen im Bereich des elektronischen Geschäftsverkehrs .....	30
3.1. Auf supranationaler Ebene .....	30
3.2. In der EU .....	30
3.3. In der Schweiz .....	31
IV. Internationalität der Abläufe.....	32
<b>2. KAPITEL: AKTIENEMISSION IM INTERNET .....</b>	<b>35</b>
<b>§ 3 EIN RÜCKBLICK .....</b>	<b>35</b>
<b>§ 4 DIE VORBEREITUNG .....</b>	<b>37</b>
I. Vorbemerkungen .....	37
II. Die gesellschaftsinterne Vorbereitung.....	38
1. Strukturelle Veränderungen .....	38
1.1. Der Weg von der geschlossenen Aktiengesellschaft zur Publikumsgesellschaft .....	38
1.2. Einzelne Schritte.....	40
a. Die veränderte Ausgangslage.....	40
b. Corporate Governance .....	40
1.3. Weitere Massnahmen .....	41
2. Bereitstellung der notwendigen Aktien.....	42
2.1. Ausgangslage: Drei Varianten.....	42
2.2. Bereitstellung bestehender Aktien der Aktionäre (Secondary Offering).....	43
a. Funktion .....	43
b. Vertragliche Regelung .....	43
c. Die Stellung der Gesellschaft.....	44
2.3. Bereitstellung eigener Aktien der Gesellschaft.....	45
2.4. Schaffung neuer Aktien (Primary Offering).....	46
a. Funktion .....	46
b. Gesellschaftsrechtliche Durchführung .....	46
3. Einsatz des Internets .....	48
3.1. Einleitung .....	48
3.2. Einsatz des Internets beim Abschluss des Vertrages zwischen den Aktionären.....	48

3.3. Einsatz des Internets im Rahmen der Generalversammlung .....	49
a. Ausgangslage .....	49
b. Kommunikation im Vorfeld der Generalversammlung .....	50
c. Online-Durchführung der Generalversammlung .....	51
III. Die Vorbereitung mit externen Partnern .....	52
<b>§ 5 DIE DURCHFÜHRUNG .....</b>	<b>55</b>
I. Einleitung .....	55
II. Die aufsichtsrechtliche Erfassung der Akteure .....	56
1. Einleitung .....	56
2. Rechtliche Grundlagen .....	56
2.1. Effekthändler .....	56
2.2. Bank .....	57
2.3. Börse .....	58
2.4. Finanzintermediär .....	59
3. Emittent .....	60
4. Emissionsplattform und Emissionshaus .....	61
4.1. Einleitung .....	61
4.2. Emissionsplattform .....	61
4.3. Emissionshaus .....	63
5. Anleger .....	64
III. Selbstemission .....	64
1. Einleitung .....	64
2. Selbstemission im engeren Sinne .....	65
2.1. Umfeld und Akteure .....	65
2.2. Vertrag Emittent – Anleger (Zeichungsvertrag) .....	65
a. Qualifikation des Vertrages und Pflichten der Parteien .....	65
b. Abschluss des Vertrages .....	67
c. Vorvertragliche Informationspflichten .....	78
d. Abwicklung des Vertrages .....	122
e. Leistungsstörungen .....	124
f. Beendigung des Vertrages .....	130
2.3. Vergleich: Secondary Offering .....	131
3. Selbstemission im weiteren Sinne .....	134
3.1. Umfeld und Akteure .....	134

3.2.	Verhältnis Emittent – Emissionsplattform (Plattform- Vertrag) .....	135
a.	Charakteristika und unterschiedliche Ausgestaltung ..	135
b.	Botenvereinbarung .....	135
c.	Mäklervertrag .....	138
d.	Agenturvertrag .....	141
e.	Affiliate-Vertrag? .....	145
f.	Abschluss des Plattform-Vertrages .....	147
g.	Beendigung des Plattform-Vertrages .....	148
3.2.	Verhältnis Emittent – Anleger (Zeichnungsvertrag) .....	152
3.3.	Verhältnis Emissionsplattform – Anleger .....	153
a.	Kein Vertrag .....	153
b.	Vertrag mit dem Anleger .....	153
c.	Prospekthaftung .....	155
3.4.	Vergleich: Secondary Offering .....	156
IV.	Fremdemission .....	157
1.	Einleitung .....	157
2.	Kommissionsweise Platzierung .....	158
2.1.	Einleitung .....	158
2.2.	Vertrag Emittent – Emissionshaus (Emissions-/Über- nahmevertrag) .....	158
a.	Qualifikation des Vertrages und Pflichten der Parteien .....	158
b.	Abschluss des Vertrages .....	165
c.	Leistungsstörungen .....	166
d.	Beendigung des Vertrages .....	166
2.3.	Vertrag Emissionshaus – Anleger .....	168
a.	Qualifikation des Vertrages und Pflichten der Parteien .....	168
b.	Abschluss des Vertrages .....	169
c.	Vorvertragliche Informationspflichten .....	174
d.	Abwicklung des Vertrages .....	180
e.	Leistungsstörungen .....	181
f.	Beendigung des Vertrages .....	182
2.4.	Vergleich: Secondary Offering .....	183
3.	Festübernahme .....	183
3.1.	Einleitung .....	183
3.2.	Vertrag Emittent – Emissionshaus (Emissions-/ Über- nahmevertrag) .....	184
a.	Qualifikation des Vertrages und Pflichten der Parteien .....	184
b.	Abschluss des Vertrages .....	188

c. Leistungsstörungen .....	189
d. Beendigung des Vertrages .....	190
3.3. Vertrag Emissionshaus – Anleger .....	191
a. Qualifikation des Vertrages und Pflichten der Parteien .....	191
b. Abschluss des Vertrages .....	191
c. Vorvertragliche Informationspflichten.....	192
d. Abwicklung des Vertrages .....	193
e. Leistungsstörungen .....	193
f. Beendigung des Vertrages .....	193
3.4. Vergleich: Secondary Offering.....	194
<b>§ 6 DIE ZEIT NACH DER EMISSION .....</b>	<b>197</b>
I. Allgemeines.....	197
II. Sekundärmarkthandel .....	197
1. Freie Handelbarkeit.....	197
2. Alternative Trading Systems.....	199
3. Börsenkotierung.....	200
III. Investor Relations .....	201
1. Einleitung.....	201
2. Publizitätspflichten .....	202
3. Kommunikation im Internet.....	204
<b>3. KAPITEL: ZUSAMMENFASSUNG UND AUSBLICK....</b>	<b>205</b>