

CAPITAL 6/2000 (ET 9.3.2000)  
Kolumne Florian Langenscheidt

Was wollte Roman Herzog mit höchster Priorität? Dass durch Deutschland ein Ruck ginge, dass wir zurückfänden zu jener Risikokultur, die uns wirtschaftlich ganz nach vorn gebracht hat.

Was hat er erreicht? In manchen Bereichen, etwa der Bildung, wenig – mussten wir selbstkritisch im Initiativkreis Zukunft bei ihm letztes Jahr feststellen.

In dem des Risikokapitals für junge, innovative Unternehmen hingegen viel, sogar enorm viel. Banken hatten vor seiner Zeit nicht viel Sinn für die reine Kombination aus Idee und Managementkapazität ohne Markt- und Kreditsicherheit, und Venture-Capital-Firmen gab es herzlich wenig in unserem Lande. Alle schauten auf die USA – heute schauen die USA auch auf uns. Bedeutsamsten Rückenwind bekam der Bundespräsident dabei von einer Institution, die dieser Tage ihren dritten Geburtstag feiert nach einer Erfolgsstory sondergleichen: dem Neuen Markt. Ich gratuliere den dahinterstehenden Köpfen voller Respekt und Dankbarkeit. Warum? 1983 bis 1996 gab es in Deutschland jährlich durchschnittlich 16 Neuemissionen an der Börse, 1999 gab es insgesamt 199, dieses Jahr werden es weit über 200 sein. Das ergibt ein erstes Bild von der ungeheuren und neuartigen Dynamik bei öffentlich notierten Firmen.

Der zweite Blick zeigt: Plötzlich existieren Exit-Optionen für Eigenkapital, von denen der Investor vorher nur träumen konnte. Ohne auf Trade-Sales zu spekulieren, kann er ein halbes oder ein Jahr nach Börsengang frei handeln mit seinen Anteilen – zumeist zu traumhaften Bewertungen durch einen sehr fungiblen Markt.

Das kommt der Mentalität der Erbgeneration entgegen, die ihr enormes Kapital gern in risikoaffinen Bereichen arbeiten lassen will und auch mit potenziellen Verlusten leben kann. Etwa die Hälfte der Aktionäre am Neuen Markt sind Privatpersonen – und sie lieben das gesellschaftlich anerkannte Roulette. Ihre unverhohlenen kommunizierten Erfolge, all die heiß gehandelten Tipps vor einem etwaigen Börsengang (IPO) und natürlich die (nicht am Neuen Markt gehandelte) Telekom-Volksaktie haben eine neue Lust am Risiko und eine Öffentlichkeit für Unternehmenswerte geschaffen, die vor fünf Jahren undenkbar schien. Die astronomischen Bewertungen der Firmen nach allen traditionellen KGV-Parametern treiben diese Lust und werden aufgrund der hohen Nachfrage nach den wenigen guten Papieren von ihr mitverursacht. Ein All-Time-High nach dem anderen, Verdrei- oder -fünffachungen von Kursen in wenigen Monaten – das beflügelt jedes Abendessengespräch und lässt Augen wie Colliers blitzen. Schon gibt es Händler von Luxusgütern, die sich raffiniert auf Neue-Markt-Millionäre konzentrieren. Und das Palace Hotel in St. Moritz meldet, neureiche Internetentrepreneurs hätten in diesem Winter die Russen als zahlungskräftige Kerngästegruppe abgelöst ...

Doch ernsthaft: Die volkswirtschaftlichen Konsequenzen dieser neuen Aktienkultur sind beachtlich, und man darf sich fragen, warum die Politiker dieses Landes das Thema noch kaum für sich entdeckt haben.

Wachstumsintensive Unternehmen mit Visionären an der Spitze und zukunftsweisenden neuen Dienstleistungen bzw. Technologien im Köcher stehen plötzlich im Zentrum der öffentlichen Aufmerksamkeit. Die Firmengründer werden zu Helden der Neuzeit und fungieren als Vorbilder für

potenzielle unternehmerische Leistungsträger in etablierten Firmen, die selbst plötzlich auch den Weg in die Selbstständigkeit suchen. Die Mitglieder erfolgreicher Führungsteams werden durch intelligente Optionsprogramme zu Millionären, machen dadurch die börsennotierten Firmen zu überaus attraktiven Arbeitgebern und investieren das Geld wieder in neue, junge Ventures. Etwa 40 000 Arbeitsplätze wurden geschaffen, und das ist erst der Anfang. Denn da das im Börsengang geholte Geld primär als Eigenkapital in die Firmen fließt, haben diese plötzlich all die Investitionsmittel für Technologie, Marketing und Globalisierung, von denen sie als kleine GmbHs nur träumten. So werden mit Geld von privaten wie institutionellen Anlegern (inzwischen übrigens schon etwa zu 20 % aus dem Ausland) Erfolgssprünge in eine goldene Zukunft insbesondere im Bereich der New Economy des Internets ermöglicht. Gewaltig sind auch die Ausstrahlungen auf andere wichtige Bereiche des Wirtschaftslebens. Alle Dienstleister rund um den IPO, also Banken, Anwälte, Marketingfachleute, Berater etc., florieren, und die Medien freuen sich über die enormen Etats zur Börseneinführung und Positionierung bei den Konsumenten. Nur eine Zahl hierzu aus den USA: Ein Drittel der Superbowl-Werbespots dieses Jahres, mit ca. 3 Millionen Dollar pro 30 Sekunden die teuersten überhaupt, wurden von dot.com-Companies geschaltet! Last not least: Wir dürfen eine allgemeine Fokussierung auf den Shareholder-Value verzeichnen, die der deutschen Wirtschaft gut tut. Alle erfolgreichen Vorstände von öffentlich notierten Aktiengesellschaften wissen, dass sie nicht nur im Markt ihrer Produkte und Dienstleistungen tätig sind, sondern auch in dem ihrer Aktie – und setzen ihre Ressourcen entsprechend ein. Und sie haben sich an das Grundgesetz von Transparenz und Publizität gewöhnt. Deswegen meine Dankbarkeit, deswegen mein Respekt. Wie aber können wir unser Geburtstagskind als Wachstumsmotor auf hoher Drehzahl halten? Indem schärfste Kontroll- und Sanktionsmechanismen greifen bei Verstößen gegen Verkaufsverbote für Altaktionäre (die sogenannten „Lock-up-Periods“). Indem allen Marktteilnehmern immer wieder bewusst gemacht wird, dass es sich hier um Risikowerte handelt und man daher nicht fremdfinanziert kaufen sollte (denn nur dann führen große Kursstürze zu gravierenden volkswirtschaftlichen Dominoeffekten). Und indem wir uns nicht zu sehr schrecken lassen von Nachrichten wie jener, dass die Kapitalisierung von Yahoo höher sei als die von VW, Veba, BASF, Metro und Lufthansa zusammen. Natürlich ist das schwer nachvollziehbar – aber die globale Erfolgsgeschichte des Internet-Directorys ist auch einzigartig. Geben wir den jeweils Besten der Branche wie EM.TV, Pixelpark oder Fantastic die Chance, mit viel eingesammeltem Kapital, exzellentem Management und großer Beharrlichkeit bei der Umsetzung einer Vision in Realität ihre Versprechen einzulösen und zu Weltmarktführern zu werden!