

Deutschlands ältestes Industrieunternehmen ist seit August an der Börse. Die Hüttenwerke Königsbronn (HWK), deren Wurzeln bis 1365 zurückreichen und die Weltmarktführer im Segment schwerer Kalandrwalzen sind, die für die Herstellung hochwertiger Papiere und Kartons benötigt werden, haben für ihren Sprung aufs Parkett den bereits existierenden Börsenmantel der Holdinggesellschaft Terentius SE genutzt. Nach der Umfirmierung notiert der mittelständische Hightechmaschinenbauer nun als HWK 1365 SE an der Düsseldorfer Börse.

„Wir wollen wachsen und neue Absatzmärkte erschließen“, begründet Unternehmenschef Wolf Waschkuhn die Entscheidung für den Going Public. Erster Erfolg: Mittlerweile setzen auch Lebensmittelproduzenten die Walzen der Baden-Württemberger ein. Ein Drittel der 275.000 HWK-Aktien gehören 78 Mitarbeitern der inzwischen 100-köpfigen Belegschaft. „Diese Kollegen haben zu unserer guten Entwicklung maßgeblich beigetragen. Mit dem Börsengang erhält jeder einen Nettovermögenswert von rund 72.000 Euro“, berichtet Waschkuhn.

Kapital und Bekanntheit im Fokus

Viel los war in den vergangenen Jahren nicht auf dem Markt für Initial Public Offerings (IPO) in Deutschland. 2022 entschieden sich fünf Unternehmen für eine Erstnotierung ihrer Aktien, 2023 wagten nur drei Gesellschaften den Sprung aufs Parkett, und im laufenden Jahr wurde die Börsenglocke für Neulinge bisher nur für die Parfümeriekette Douglas und den Panzerzulieferer Renk geläutet. Mit Birkenstock entschied sich ein traditionsreicher deutscher Mittelständler für einen Börsengang in den USA.

Rezessionsängste, die geopolitischen Unsicherheiten und fehlende Wagniskapitalgeber werden als Gründe für die Zurückhaltung hierzulande genannt, aber auch hohe IPO-Kosten und administrative Hürden. Diese beiden Bremsklötze hat HWK-Chef Waschkuhn umgangen: „Durch den Börsenmantel war das Listing für uns günstiger und schneller möglich.“ Über dieses Konstrukt, das als „Reverse-IPO“ bezeichnet wird, ist Ende Juli auch dem Berliner 3-D-Drucker-Produzenten BigRep SE, der etwa 100 Mitarbeiter beschäftigt, der Börsengang gelungen.



Auch dem Berliner 3-D-Drucker-Produzenten BigRep SE ist Ende Juli der Börsengang gelungen. Er beschäftigt etwa 100 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Foto Hannes P. Albert/picture alliance

Im Mantel aufs Parkett

Die deutlich gestiegenen Fremdkapitalkosten machen einen Börsengang wieder attraktiver. Einige Mittelständler stehen bereits in den Startlöchern und warten nur auf eine günstige Gelegenheit. Andere sind schon vorgeprescht.

Von Jürgen Hoffmann

Als IPO-Sponsor fungierte die SMG Holding, die Mittelständler und Investoren zusammenbringt, um Wachstumsunternehmen einen leichteren Zugang zum Kapitalmarkt zu ermöglichen. Durch den Merger mit dem börsennotierten Vehikel, das bereits Geld eingesammelt hatte, stehen BigRep rund 16 Millionen Euro zur Verfügung, die zur Finanzierung von Wachstumsinvestitionen und strategischen Akquisitionen eingesetzt werden sollen. „Der Börsengang ermöglicht es uns, größer zu denken und unsere Buy-and-Build-Strategie weiter zu verfolgen“, erklärt Chief Executive Officer Sven Thate.

Ein dritter Mittelständler, der sich einen Börsenumhang angezogen hat, ist die Legal-Finance-Gruppe. Der Prozessfinanzierer unterstützt Kläger bei der Durchsetzung ihrer Rechte. „Ein hochprofitables Geschäftsmodell“, so Vorstand Andreas Wegerich. Seit Juli sind die Hamburger unter dem Namen Nakiki SE im regulierten Markt in Frankfurt notiert. Frisches Geld eingesammelt hat Nakiki an der Börse bisher allerdings nicht. HWK auch nicht. Die Erklärung liefert Manuel Hölzle, Gründer der Augsburger Kapitalmarktberatung GBC: „Gerade für kleinere und weniger bekannte Unternehmen kann der Reverse-IPO sinnvoll sein, um Kosten zu sparen und potentielle Anleger zu überzeugen. Erst später geben sie dann neue Aktien aus, um zusätzliches Kapital zu bekommen.“

Mit Reverse-IPO Kosten sparen

Durch die Zug-um-Zug-Methode umgeht der Emittent zudem das Risiko, in den aktuell volatilen Zeiten einen angekündigten IPO doch wieder absagen zu müssen. „Derzeit können wir aus eigener Kraft wachsen. Seit der Börsennotierung aber bekommen wir deutlich mehr Finanzierungsanfragen, die uns in eine andere Liga katapultieren können“, berichtet Nakiki-Vorstand Wegerich. Aktuell beträgt der Gesamtstreitwert der Nakiki-Prozessfinanzierungen 133 Millionen Euro. Den will Wegerich auf eine Milliarde Euro vervielfachen. Wie stehen die Chancen mittelständischer Betriebe, sich in nächster Zeit über die Börse Kapital zu beschaffen? „Relativ gut“, sagt Manuel Hölzle. So begünstigt das gestiegene Zinsniveau, durch das Fremdkapital teurer geworden ist, eine IPO-Renaissance: „Eigenkapital über die Börse ist für Mittelständler wieder eine Option. Aber sie müssen ihre Hausaufgaben machen, um bei einem offenen Börsenfenster Investoren zu überzeugen.“

Das träge Umfeld für Börsengänge könnte auch nach Einschätzung der Frankfurt School of Finance & Management bald wieder etwas Fahrt aufnehmen. Wenn sich der Markt für Fusionen und Übernahmen belebe, „sehen wir auch mehr Börsengänge“, sagt Professor Christoph Schalast. Jens Hecht von Kirchhoff Consult, der seit 20 Jahren mittelständische Betriebe bei Kapitalmarkttransaktionen berät und mehr als 30 Börsengänge begleitet hat, ist ebenfalls optimistisch. Zwar hätten die USA, Frankreich und Skandinavien zuletzt deutlich mehr Börsengänge auch von Mittelständlern gesehen als Deutschland: „Aber nach Jahren des Trauerspiels kommt künftig auch hierzulande wieder Leben ins IPO-Geschäft.“ Das liegt nach Ansicht von Hecht auch daran, dass die Bewertungen an der Börse „immer noch relativ hoch sind“.

Hoffnung auf Belebung des Marktes

Derzeit befänden sich „mehrere Dutzend“ Unternehmen in der Warteschleife, die den Markt aufmerksam beobachteten, um zum richtigen Zeitpunkt aufzuspringen: „Viele gehören mehrheitlich Private-Equity-Gesellschaften, und auch Familiengesellschaften wollen an der Börse frisches Eigenkapital schöpfen, um den nächsten Wachstumschritt finanzieren zu können und weniger anfällig für Krisen zu sein.“ Gute Börsenstartchancen haben nach Ansicht des Finanzmarktexperten vor allem Health-Care-, Energie- und Technologieunternehmen. Hecht rät Firmenchefs, die über einen Going Public nachdenken, sich vorher drei Fragen zu beantworten: „Habe ich eine gute Story und plausible Wachstumspläne, bin ich in der Lage, regelmäßig Quartalszahlen vorzulegen, und bin ich bereit, Transparenz innerhalb meines Betriebes und gegenüber der Öffentlichkeit herzustellen?“