Helaba



INFORMATIONEN PRIMÄRMÄRKTE

GEMÄß EU-FINANZMARKTRICHTLINIE MIFID II, JANUAR 2018

BEREICH KAPITALMÄRKTE

MITEINANDER MEHR MÖGLICH MACHEN!



Die Publikation ist mit größter Sorgfalt bearbeitet worden. Sie enthält jedoch lediglich unverbindliche Analysen und Prognosen zu den gegenwärtigen und zukünftigen Marktverhältnissen. Die Angaben beruhen auf Quellen, die wir für zuverlässig halten, für deren Richtigkeit, Vollständigkeit oder Aktualität wir aber keine Gewähr übernehmen können. Sämtliche in dieser Publikation getroffenen Angaben dienen der Information.

Sie dürfen nicht als Angebot oder Empfehlung für Anlageentscheidungen verstanden werden.

© 2026 Landesbank Hessen-Thüringen Girozentrale
Stand: 05.10.2026

INHALT

1	Relevante Personen	4
2	Vermeidung von Interessenkonflikten	5
3	Grundsätzliche Informationen bzgl. DCM-Prozess im Bereich Kapitalmärkte der Helaba	6
4	Grundsätze der Mittelzuteilung	7
5	Formulierung für Standard-Zielmärkte	7

1 RELEVANTE PERSONEN

Im Bereich Kapitalmärkte der Helaba sind folgende Personen an der Erbringung von Finanzdienstleistungen im Rahmen der Originierung und Syndizierung von Kapitalmarktprodukten beteiligt:

Name	Berufsabschluss/ Qualifikation	Abteilung	Funktion
Astrid Joost-van der Spek	Bachelor of Science in Business Economics / Betriebswirtschaft	Capital Markets	Bereichsleitung Capital Markets
Thomas Cohrs	Bankkaufmann/BSc(ECON), MBA, LL.M.(FINANCE), CFA	Financial Institutions	Leitung
Marcel Göldner	Dipl.-Wirtschaftsingenieur	Corporates	Leitung
Matthias Melms	Bankkaufmann/ Dipl.-Betriebswirt (BA), CIIA,CCrA	Financial Institutions	Leitung Origination/Syndicate
Klaus Distler	Dipl.-Betriebswirt (FH)	Corporates	Leitung Origination Corporates & Credit Basket
Muhammed Yalvac	Bachelor of Science Wirtschaftswissenschaften	Corporates	Leitung Corporate Syndicate & SSD Sales
Andrea Craatz	Bankbetriebswirtin	Corporates	Origination Corporates
Frederick de Graaf	Master in Finance	Corporates	Origination Corporates
Vincent Fickler	B.Sc. Wirtschaftswissenschaften	Corporates	Origination Corporates
Morris Gutermann	Dipl.-Ökonom	Corporates	Origination Corporates
Sebastian Knapp	Master of Science in Finance & Accounting / Bankkaufmann	Corporates	Origination Corporates
Albrecht von der Chevallerie	Dipl.-Kaufmann	Corporates	Origination Corporates
Eric Pfeiffer	Dipl.-Betriebswirt (FH), B.B.A.	Corporates	Kapitalmarktvertrieb Paris
Stefan Frank	Bankkaufmann	Corporates	Corporate Syndicate
Elke Blass	Bankkauffrau / Bachelor of Science (int. BWL)	Corporates	Corporate Syndicate
Julius Schumann	M.Sc. in Economics & Finance / Bankkaufmann	Corporates	Corporate Syndicate
Martin Annighöfer	Betriebswirt	Financial Institutions	Origination FI/SSA
Tobias Jesswein	Diplom-Kaufmann & Master of Law (LL.M.)	Financial Institutions	Origination FI/SSA
Dr. Florian Rott-Abe	Promotion Betriebswissenschaften	Financial Institutions	Origination FI/SSA
Nikolaos Tsakpinis	Master of Sciene (Accounting & Finance)	Financial Institutions	Origination FI/SSA
Dirk Welling	Bankfachwirt	Financial Institutions	Origination FI/SSA
Jens Wendelin	Bankkaufmann	Financial Institutions	Origination FI/SSA
Hendrik Enzesberger	Master of Finance (M.Sc.)	Financial Institutions	EMTN/Private Placements
Stefanie Ahollinger	Bachelor of Arts; Bankkauffrau	Financial Institutions	Syndizierung FI/SSA
Alexander Kirsch	Diplom Betriebswirt (HfB)	Financial Institutions	Syndizierung FI/SSA
Lukas Schuster	Master of Science	Financial Institutions	Syndizierung FI/SSA

2 VERMEIDUNG VON INTERESSENKONFLIKTEN

Im Rahmen der Originierung von Kapitalmarktemissionen berät der Bereich Kapitalmärkte im Rahmen der von potenziellen Emittenten nachgefragten Produktkategorie hinsichtlich der Auswahl des geeigneten Kapitalmarktproduktes (z. B. Schuldschein vs. Anleihe, Fristigkeit, fest- oder variabel verzinslich, gedeckt oder ungedeckt). Eine Beratung hinsichtlich anderer Finanzierungsalternativen (z. B. Projektfinanzierung oder Kredit) findet im Bereich Kapitalmärkte grundsätzlich nicht statt. Eine vollumfängliche Beratung hinsichtlich sämtlicher Facetten finanzwirtschaftlicher Fragestellungen, wie z. B. der Eignung eines Finanzinstrumentes innerhalb der vorliegenden Kapitalstruktur eines Unternehmens, findet nicht statt.

Die Interessen anderer Kunden und die der Emittenten dürfen nicht im Widerspruch zueinander stehen. Insbesondere sind Interessenkonflikte, die zu einem zu niedrigen oder zu hohen Preis einer Emission führen könnten, auszuschließen. Im Rahmen der Organisationsstruktur Kapitalmärkte herrscht daher eine strikte Trennung der Betreuung der Emittenten- und Investoren-Kundengruppen. Neben einem umfangreichen internen Regelwerk wird dieses durch die Funktionstrennung und Unabhängigkeit der Syndizierung von der Origination und vom Vertrieb gewährleistet. Die Syndizierung übernimmt eine neutrale Funktion, die für einen bestmöglichen Ausgleich der Interessen der Emittenten und Investoren sorgt. Die Syndizierung entscheidet über die tatsächlich angebotene Struktur, die Konditionen und auch das Timing einer Emission. Auch obliegt es der Syndizierung, Interessenkonflikte, die durch gleichzeitig bzw. zeitnah geplante Emissionsvorhaben unterschiedlicher Emittenten entstehen könnten, im Sinne einer bestmöglichen Exekution für alle Beteiligten aufzulösen.

Die Syndizierung trifft die Entscheidungen hinsichtlich Strukturierung, Timing und Preisgestaltung von Angeboten auf der Grundlage intensiver Beobachtung der Primär- und Sekundärmärkte für vergleichbare Produkte. Die Einschätzung der allgemeinen Marktsituation, verbunden mit einer Analyse der Preisentwicklung ausstehender Instrumente des Emittenten sowie vergleichbarer Emittenten (Peergroups), ermöglicht eine fundierte Einschätzung der fairen Konditionengestaltung einer Neuemission. Gegebenenfalls durchzuführende „Marktsoundings“ im Vorfeld von Emissionen erfolgen im Rahmen des Regelwerks der MAR und im Einklang mit den Compliance-Vorschriften. Die Hauptzielsetzung der Syndizierung ist es, die Interessen der Emittenten- und Käuferseite bestmöglich zusammenzuführen. Auf diese Weise können Emissionen erfolgreich platziert und etwaige Interessenkonflikte vermieden werden. Die Syndizierung berät im Hinblick auf die Definition des Zielmarktes einer Emission. Dieser wird im Dialog zwischen Emittent und Origination endgültig festgelegt.

Übertrifft bei einer Emission die Nachfrage das angebotene Volumen, muss entschieden werden, wie hoch die Zuteilung für die einzelnen Käufer sein soll (Mittelzuwendung). Die Syndizierung erarbeit – ggfs. in Zusammenarbeit mit anderen Konsortialbanken – unter Berücksichtigung der Grundsätze der Zuteilung (Mittelzuwendung) einen Zuteilungsvorschlag, der mit dem Emittenten abgestimmt wird. Der Allokationsvorschlag beinhaltet nur Investoren aus dem im Vorfeld festgelegten Zielmarkt und kann darüber hinaus weitere Wünsche des Emittenten hinsichtlich der Zielgruppe oder einzelner Investoren berücksichtigen. Grundsätzlich sollen alle Investoren einer bestimmten Gruppe (Banken, Versicherungen, Kapitalanlagegesellschaften, Zentralbanken etc.) eine gleiche Zuteilungsquote erhalten. Die Zuteilung kann aber für unterschiedliche Käufergruppen unterschiedlich hoch ausfallen. Auch können Mindest- und Höchstzuteilungen oder auch sogenannte Nullzuteilungen zum Tragen kommen. Die endgültige Entscheidung über die Zuteilung trifft grundsätzlich der Emittent. Die jeweils angewendeten Zuteilungsgrundsätze werden schriftlich festgehalten, ggfs. in Form von Sammelbegründungen. Soweit innerhalb eines Konsortiums eine Bank die Federführung bei der Zuteilung übernimmt, erfolgt die Dokumentation bei diesem Haus.

Käufer einer Neuemission zahlen keine Provisionen oder Gebühren. Der Zuteilungsprozess findet ausschließlich in der unabhängigen Syndizierung statt. Die Vertriebseinheiten können aufgrund der strikten Trennung der Funktionen keinen Einfluss nehmen. Der Zuteilungsvorschlag ist daher von Fragen der Profitabilität einzelner Kunden unbeeinflusst. Besondere Maßnahmen zur Verhinderung des „Laddering“ o. Ä. sind somit nicht erforderlich. Aufgrund der Funktionstrennung und der alleinigen Entscheidungshoheit der Syndizierung sind auch keine weiteren Kontrollmechanismen zur Verhinderung unangemessener

Zuteilungen an Angestellte/Vorstände oder das Unternehmen selbst als Gegenleistung für die künftige oder vergangene Vergabe von Finanzwirtschaftsgeschäften erforderlich („Spinning“).

Die Helaba hat Vorkehrungen getroffen, damit sich mögliche Interessenkonflikte nicht auf die Nachhhaltigkeitspräferenzen (im Sinne der MiFID II) der Kunden auswirken. Weitere Informationen zum Thema Nachhaltigkeit finden Sie in unserer Kundeninformation zum Wertpapiergeschäft.

3 GRUNDSÄTZLICHE INFORMATIONEN BZGL. DCM-PROZESS IM BEREICH KAPITALMÄRKTE DER HELABA

Die Erarbeitung eines Emissionskonzeptes wird grundsätzlich im Dialog von Origination mit dem Emittenten initiiert. Origination informiert potenzielle Emittenten über das Marktgeschehen und diskutiert im Bedarfsfall über die Möglichkeiten, bestimmte Kapitalmarktprodukte zu platzieren. Im Normalfall gibt der Kunde die Art des Produktes, die gewünschte Laufzeit und das gesuchte Volumen vor, wobei das „Feintuning“ durchaus im Dialog entwickelt werden kann. In den Fällen, in denen Investoren Interesse an der Emission eines bestimmten Produktes signalisieren, werden Emittenten entsprechend gezielt durch Origination angesprochen.

Einschätzungen zu den Konditionen werden ggfs. schon in diesem Stadium abgegeben. Bei weiterem Interesse werden genaue Indikationen zum Preis und zur Platzierbarkeit bestimmter Volumina mit bestimmten Laufzeiten bei der Syndizierung angefragt und dem Emittenten unterbreitet. Dabei kann es sich um ein Angebot für eine Platzierung im „Best-Effort-Verfahren“ handeln, bei dem die Bank keine Übernahmegarantie für nicht nachgefragte Teile der Emission übernimmt, oder aber um ein Angebot der Bank, das eine solche Garantie (Underwriting) enthält. Auch kann in Einzelfällen eine sofortige feste Übernahme der Emission zum späteren Abverkauf angeboten werden. Nicht öffentliche Emissionen (Private Placements) werden zumeist erst dann von der Bank vom Emittenten angekauft, nachdem ein Investor zu dem mit dem Emittenten abgestimmten Preisniveau gefunden wurde.

Die Syndizierung trifft die Entscheidungen hinsichtlich Strukturierung, Timing und Preisgestaltung von Angeboten auf der Grundlage intensiver Beobachtung der Primär- und Sekundärmärkte für vergleichbare Produkte. Die Einschätzung der allgemeinen Marktsituation, verbunden mit einer Analyse der Preisentwicklung ausstehender Instrumente des Emittenten sowie vergleichbarer Emittenten (Peergroups), ermöglicht eine fundierte Einschätzung der fairen Konditionengestaltung einer potentiellen Neuemission. Ziel ist es, die Interessen der Emittenten- und Käuferseite bestmöglich zusammenzuführen. Auf diese Weise können Emissionen erfolgreich platziert und etwaige Interessenkonflikte vermieden werden.

In der Regel erfolgt die Vermarktung von fest- oder variabel verzinslichen Kapitalmarktprodukten (Anleihen) über ein Bankenkonsortium. Ein solches Konsortium wird im Normalfall vom Emittenten zusammengestellt. Der Emittent holt bei mehreren Banken Indikationen ein und bringt Banken zusammen, die eine ähnliche Markteinschätzung haben. Erst nach der Mandatierung kommunizieren die Banken untereinander über das Projekt und stimmen einen gemeinsamen Vorschlag für das Timing und die Vermarktungs-konditionen ab.

Die Vermarktung/das Angebot der Banken kann unterschiedlich erfolgen. Es können Emissionsvolumen und Preisniveau von vornherein feststehen oder aber im Laufe der Vermarktung unter Berücksichtigung der Nachfrage konkretisiert werden. Dabei werden indikative Angaben zum Preis (und/oder zum Volumen) gemacht, die im Laufe des Verfahrens immer weiter eingegrenzt werden. Da bis zum Abschluss der Platzierung das allgemeine Zinsniveau schwanken kann, wird der Preis der Emission in Form eines Renditeabstandes (Spread) zu einer Benchmark-Rendite angegeben. In der Regel beginnt eine öffentliche Emission unter Nennung einer Vermarktungsspanne (z. B. laufzeitkonformer Swap-Satz plus 15–20 Basispunkte Rendite).

Die potenziellen Käufer werden durch die Vertriebsmitarbeiter über das Angebot informiert. Die Käufer zeigen ihr Interesse/ihre Zeichnungsaufträge bei den Vertriebsmitarbeitern an. Die Zeichnungsaufträge können unlimitiert oder aber innerhalb der Bandbreite limitiert abgegeben werden. Alle Zeichnungsaufträge werden von der Bank (den Banken) im sogenannten Orderbuch gesammelt. Je nach Orderlage wird die Vermarktungsspanne immer weiter eingegrenzt. Am Ende des Vermarktungsprozesses wird der Renditeaufschlag endgültig festgelegt. Bei entsprechendem Ordervolumen kann im Einzelfall auch das zunächst indizierte Volumen erhöht werden. Finale Entscheidungen über diese Punkte erfolgen immer in Abstimmung mit dem Emittenten. Nachdem alle Variablen festgelegt und kommuniziert wurden, wird das Orderbuch geschlossen. Die Zeichnungsaufträge sind danach verbindlich.

Nachdem die Zuteilung der Emission kommuniziert (siehe 2 bzw. 4) und die Käufer über ihre Zuteilung informiert wurden, erfolgt das „Pricing“ der Anleihe. Aus Benchmark-Rendite und Spread werden Kupon und Verkaufspreis ermittelt.

4 GRUNDSÄTZE DER MITTELZUTEILUNG

Übertrifft bei einer Emission die Nachfrage das angebotene Volumen, muss über die Zuteilungshöhe für die einzelnen Käufer entschieden werden (Mittelzuwendung).

Grundsätzlich sollen alle Investoren einer bestimmten Gruppe (Banken, Versicherungen, Kapitalanlagegesellschaften, Zentralbanken etc.) eine gleiche Zuteilungsquote erhalten. Unterschiedliche Käufergruppen können aber unterschiedlich zugeteilt werden. Auch können Mindest-, Höchst- und Nullzuteilungen zum Tragen kommen. Die Allokation darf nur Investoren aus dem im Vorfeld festgelegten Zielmarkt berücksichtigen und kann weitere Wünsche des Emittenten hinsichtlich seiner Zielgruppe oder einzelner Investoren beinhalten. Die endgültige Entscheidung über die Zuteilung trifft grundsätzlich der Emittent. Die jeweils angewendeten Zuteilungsgrundsätze werden schriftlich festgehalten, ggfs. in Form von Sammelbegründungen. Soweit innerhalb eines Konsortiums eine Bank die Federführung bei der Zuteilung übernimmt, erfolgt die Dokumentation bei diesem Haus.

5 FORMULIERUNG FÜR STANDARD-ZIELMÄRKTE

Die im Primärmarktgeschäft der Abteilungen Corporates und Financial Institutions vertriebenen Produkte richten sich grundsätzlich an professionelle Kunden und geeignete Gegenparteien, die das Ziel der allgemeinen Vermögensbildung/-optimierung verfolgen und einen kurz- bis langfristigen Anlagehorizont haben. Bei den Produkten handelt es sich um Produkte für Anleger mit erweiterten Kenntnissen und/oder Erfahrungen mit Finanzprodukten. Die Anleger können finanzielle Verluste bis zum vollständigen Verlust des eingesetzten Kapitals tragen. Die Risikobewertung des Produkts richtet sich nach dem Rating des Emittenten.

Der Vertrieb der Produkte kann über folgende Wege erfolgen:
Execution-Only und beratungsfreies Geschäft.

Helaba

Neue Mainzer Straße 52 – 58
60311 Frankfurt am Main
T +49 69 / 91 32-01

Bonifaciusstraße 16
99084 Erfurt
T +49 3 61 / 2 17-71 00

www.helaba.com