

Aandelenemissies van beursfondsen zijn meestal snel bekend bij beleggers. Bij obligatie-uitgiftes is dat meestal niet het geval. Hoe kan dat en hoe blijven beleggers op de hoogte?

NIEUWE OBLIGATIES VINDEN

Het is een regelmatig terugkerende vraag van beleggers: hoe kan ik op de hoogte blijven van nieuwe obligatie-uitgiftes? Het is een begrijpelijke vraag, want de aandacht van media voor een dergelijke gebeurtenis is summier. Daar is een aantal redenen voor.

Allereerst worden er maandelijks tientallen obligaties uitgegeven. Het is ondoenlijk om dit allemaal breed uit te meten in de pers.

De naam van bedrijven waarvan de aandelen op beurs staat, is makkelijk te vinden en is doorgaans uniek. Bij obligaties ligt dat anders. Een (beursgenoteerde) onderneming kan wel tientallen obligaties uit hebben staan op verscheidene beurzen met verschillende looptijden, valuta's, namen en risicograden.

Het zou ook niet vreemd zijn als financiële partijen die emissies begeleiden een voorkeur hebben voor aandelenemissies. De provisies hierop zijn veel hoger. Er wordt meer geld besteed aan

reclame en pr. Net als over de uitgifte van obligaties is er ook weinig bekend over de route naar zo'n emissie. Banken die de obligaties van de uitgevende partij onderschrijven sturen berichten uit naar aan andere financiële intermediairs [banken, effectenhuizen, en vermogensbeheerders].

LANCERING

Voordat de obligatie is genoteerd wordt er een ISIN-code aangevraagd. Dit is een *International Securities Identification Number*. Het is een alfanumerieke code bestaande uit 12 posities die verhandelbare financiële effecten wereldwijd uniek identificeert. Deze ISIN-codes zijn echter moeilijk via internet op te zoeken; contact met professionele partijen is noodzakelijk. Zodra er zich via het bankencircuit een nieuwe obligatie aandient, wordt er vaak intern al gehandeld als een 'as if and when issued' obligatie en krijgt de handel al een gevoel voor de prijs.

Ook worden deze obligaties in beleggingscomités van banken



ALS EEN OBLIGATIE 'HOT' IS, IS DE KOERS VAAK AL GESTEGEN VOOR JE HET WEEFT. GOED CONTACT MET EEN ADVISEUR DIE DICHT OP DE MARKT ZIT, IS DUS ESSENTIEEL.

besproken en wordt er bekeken of deze obligaties wel geschikt zijn voor particuliere beleggers. Zodra er een stempel is van een dergelijk beleggingscomité, worden de accountmanagers van private en retailbanking 'opgelijnd' om beleggers te adviseren.

Dit proces heeft als voordeel dat er goed naar de risico's gekeken is; het nadeel is dat veel obligaties niet door deze filter komen en dat dit proces zeer tijdrovend kan zijn. Daardoor kan de inschrijvingstermijn al gesloten zijn voordat er groen licht komt van de beleggingscommissie. Als een obligatie 'hot' is, is de koers vaak al gestegen naar bijvoorbeeld 102 procent, voor beleggers daar kennis van hebben.

VOLGEN

Beleggers die zich niet uit het veld laten slaan door de lange aanloop, kunnen op een aantal manieren nieuwe emissies volgen. Dagbladen als het Financiële Dagblad publiceren koersen en uitgiftes maar zijn nooit com-