



MiFID II – Product Governance Zielmarktdefinition

Mag.iur. Bianca Lins

Propter Homines Lehrstuhl für Bank- und Finanzmarktrecht

Institut für Wirtschaftsrecht

Universität Liechtenstein, Vaduz

Inhalte

1. Überblick
2. Anwendungsbereich
3. Anforderungen an Produkthersteller
4. Anforderungen an Produktvertreiber
5. Fazit



Überblick

1. Überblick

Europäische Rechtsgrundlagen

- Art 16 Abs 3 und Art 24 Abs 2 **MiFID II**
- Art 9 und 10 **Del. Verordnung** (EU) 2017/565
- ESMA **Guidelines** on MiFID II Product Governance Requirements

Nationale Rechtsgrundlagen

- Art 8a Abs 2 und Art 8b **BankG**
- Art 7c und Art 14 Abs 2 **VVG** & Art 13 **VVO**

1. Überblick

- Regelung für Herstellung und Vertrieb von Finanzinstrumenten
- Gegenstück zu Suitability & Appropriateness Bestimmungen
- **Ziel:**
 - ✓ Handeln im **besten Interesse** des Kunden - Vermeidung von «**mis-selling**»
 - ✓ Bekenntnis zum **Anlegerschutz**

1. Überblick

Künftig sollen nur solche Finanzinstrumente vertrieben werden, die

- ein **internes Produktgenehmigungsverfahren** durchlaufen haben und
- für die ein **Zielmarkt** bestimmt wurde.
- Neue Regelungen gelten für **gesamten Lebenszyklus** des Produkts.





Anwendungsbereich

2. Anwendungsbereich

- **Wertpapierfirmen** iSd Art 3 BankG & Art 2 VVG
 - ✓ Banken, die Wertpapierdienstleistungen (WPDL) erbringen
 - ✓ Wertpapierfirmen nach BankG
 - ✓ Vermögensverwaltungsgesellschaften nach VVG

- **Wertpapierdienstleistungen** nach VVG
 - ✓ Annahme und Übermittlung von Aufträgen über Finanzinstrumente
 - ✓ Ausführung von Aufträgen im Namen von Kunden;
 - ✓ Portfolioverwaltung;
 - ✓ Anlageberatung;
 - ✓ Übernahme der Emission von Finanzinstrumenten und/oder Platzierung von Finanzinstrumenten mit fester Übernahmeverpflichtung;
 - ✓ etc.

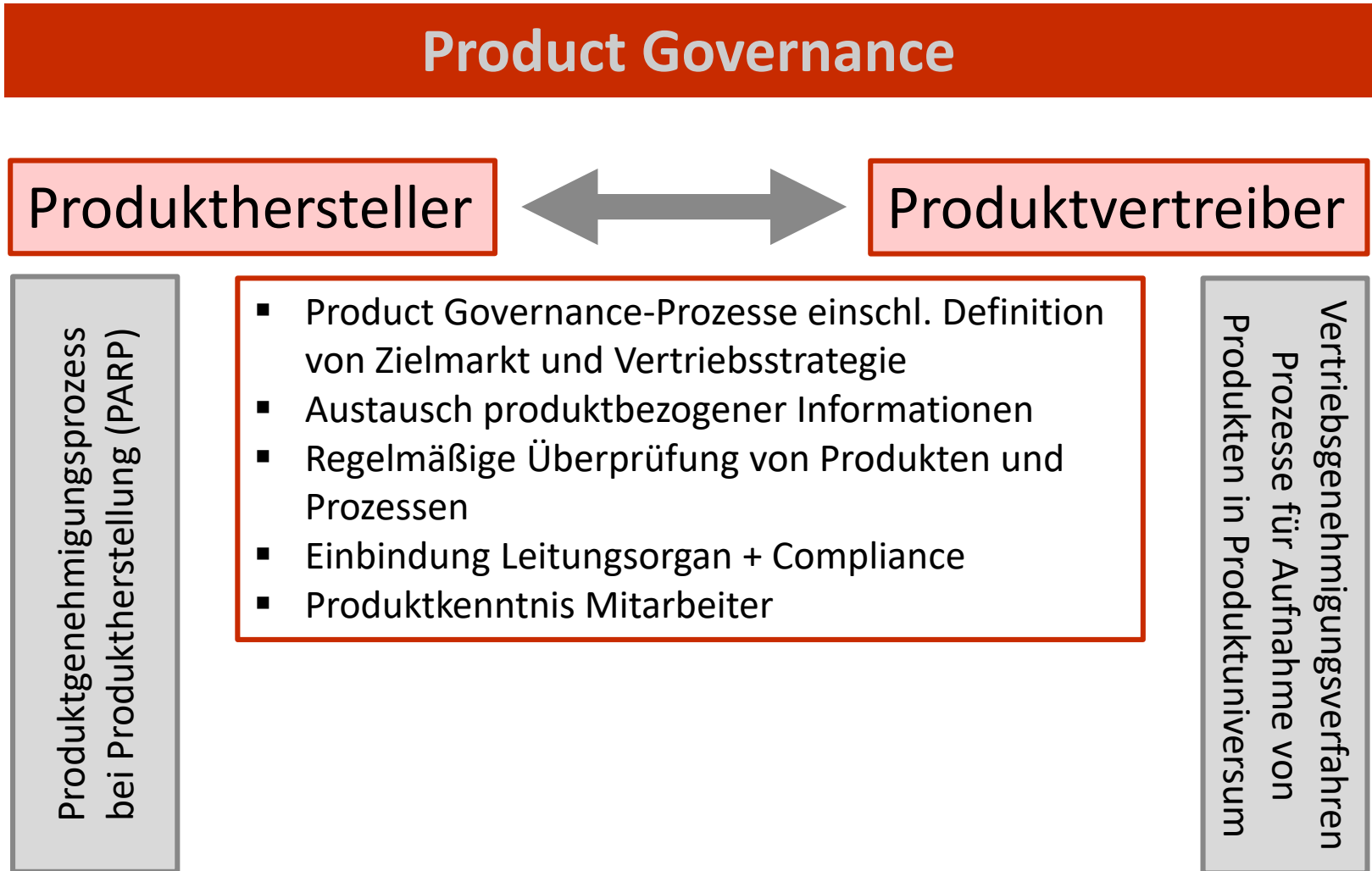
2. Anwendungsbereich

- **ProduktHersteller «manufacturer»**
eine Wertpapierfirma, die Finanzinstrumente zum Verkauf an Kunden konzipiert

- **«konzipieren»** von Finanzinstrumenten:
 - ✓ Neuschaffen
 - ✓ Entwickeln
 - ✓ Ausgeben
 - ✓ Gestalten

- **Produktvertreiber «distributor»**
 - ✓ eine Wertpapierfirma, die ihren Kunden **eigene** oder **fremde** Finanzinstrumente **anbietet, verkauft** oder **vermarktet**

2. Anwendungsbereich



2. Anwendungsbereich

- **Finanzinstrumente** gem Art 4 Abs 1 Z 10 VVG ab **3.1.2018**
 - ✓ Übertragbare Wertpapiere;
 - ✓ Geldmarktinstrumente;
 - ✓ Anteile an Organismen für gemeinsame Anlagen;
 - ✓ Optionen;
 - ✓ Terminkontrakte (Futures);
 - ✓ Swaps;
 - ✓ ausserbörsliche Zinstermingeschäfte (Forward Rate Agreements)
 - ✓ etc.



Anforderungen an Produkthersteller

3. Anforderungen an Produkthersteller

- **Produktgenehmigungs- und überprüfungsverfahren**

- ✓ Verfahren für die Freigabe
- ✓ jedes einzelnen Finanzinstruments
- ✓ jeder wesentlichen Anpassung bestehender Finanzinstrumente
- ✓ vor Vermarktung oder Vertrieb an den Kunden

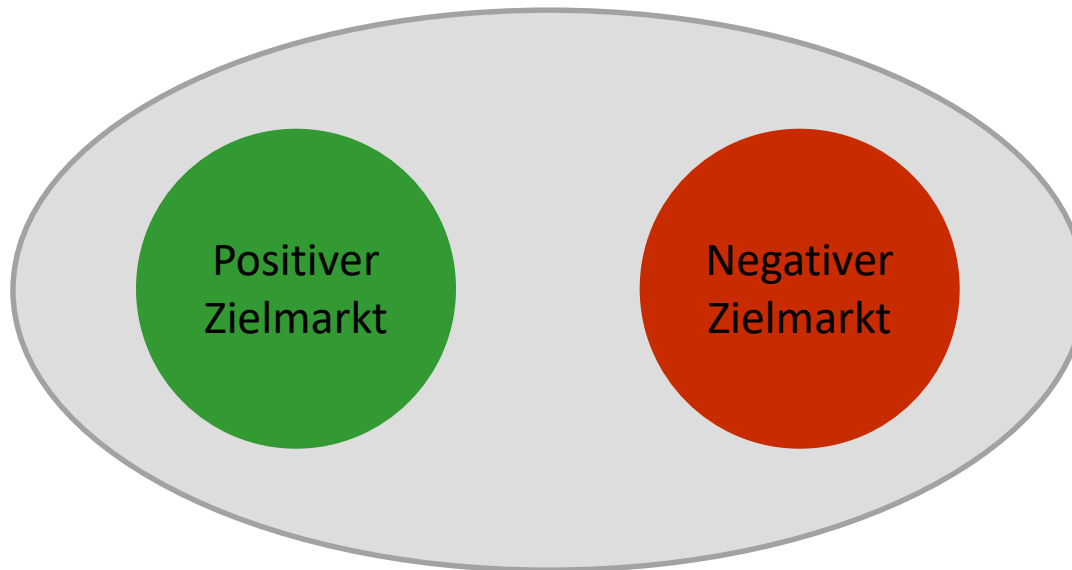
3. Anforderungen an Produkthersteller

▪ Inhalt

- ✓ angemessener Umgang mit Interessenkonflikten
- ✓ Ausschluss für den Kunden nachteiliger Produktgestaltungen
- ✓ Sachkunde der betroffenen Mitarbeiter
- ✓ Kostenkontrolle
- ✓ Szenarioanalyse
- ✓ Festlegen einer Vertriebsstrategie
- ✓ Festlegen eines Zielmarktes

3. Anforderungen an Produkthersteller

- **Definition des «abstrakten» Zielmarktes**
 - ✓ theoretisches Wissen und Erfahrung des Herstellers
 - ✓ Bestimmung anhand der 5 vorgegebenen Kategorien



3. Anforderungen an Produkthersteller

- Identifikation der 5 Kategorien



3. Anforderungen an Produkthersteller



▪ Beispiel Zielmarktdefinition

Der „X-Fonds“ richtet sich an Anleger, die das Ziel der **allgemeinen Vermögensbildung/Vermögensoptimierung** verfolgen und einen **langfristigen** Anlagehorizont von mindestens 5 Jahren haben.

Der „X-Fonds“ richtet sich an Anleger mit **Kenntnissen** und/oder **Erfahrungen** mit Wertpapieren. Der potenzielle Anleger könnte einen finanziellen Verlust tragen und legt **keinen Wert auf Kapitalschutz**.

Der „X-Fonds“ fällt bei der **Risikobewertung** auf einer Skala von 1 (sicherheitsorientiert, sehr geringe bis geringe Renditeerwartung) bis 7 (sehr risikobereit, höchste Renditeerwartung) in **Risikoklasse 5**.

Quelle: BVI/Bankenverband Deutschland

3. Anforderungen an Produkthersteller



▪ Detailtiefe der Zielmarktbestimmung

- ✓ Proportionalität im Hinblick auf das Produkt
 - ✓ geringere Detailtiefe bei einfachen, weit verbreiteten Produkten
 - ✓ höhere Detailtiefe z.B. bei komplexeren Produkten
- massgebliche Eigenschaften u.a.: Komplexität, Risiko-Rendite-Profil, Liquidität und Innovationsgehalt

3. Anforderungen an Produkthersteller

▪ Kommunikationsprozesse

- ✓ Informationen zum Finanzinstrument
- ✓ Informationen aus dem jeweiligen Produktfreigabeverfahren
- ✓ Informationen zur **Vertriebsstrategie**
 - Anlageberatung
 - Portfolioverwaltung
 - Execution-Only mit Geeignetheitstest
 - Execution-Only

→ Regelmässige Überprüfung der angebotenen/vermarkteten Finanzinstrumente

IV.

Anforderungen an Produktvertreiber

4. Anforderungen an Produktvertreiber

▪ Vertriebsgenehmigungsverfahren

- ✓ Verfahren zur Entscheidung darüber, welche Produkte und Dienstleistungen angeboten werden
- ✓ besondere Sorgfalt bei neuen Produkte oder Änderungen von Dienstleistungen

4. Anforderungen an Produktvertreiber

▪ Inhalt

- ✓ Ermitteln und Bewerten der Umstände und Bedürfnisse des Kundenstamms
- ✓ angemessener Umgang mit Interessenkonflikten
- ✓ Sachkunde der betroffenen Mitarbeiter
- ✓ Festlegen einer Vertriebsstrategie
- ✓ Festlegen bzw. Konkretisieren des Zielmarktes

4. Anforderungen an Produktvertreiber



▪ Definition des «identifizierten» Zielmarktes

- ✓ Verwertung der Informationen des Herstellers, insb. des abstrakten Zielmarktes
- ✓ Informationen über den Kundenstamm
- ✓ eigene Recherche bei Produkten von „Nicht-MIFID-Herstellern“
- ✓ Verhältnismässigkeitsprinzip: Prüfungstiefe abhängig von Produktart und –eigenschaften

→ Altbestände?

4. Anforderungen an Produktvertreiber

▪ Abgleich des «identifizierten» Zielmarktes

- ✓ Sicherstellen des Vertriebs im Einklang mit dem Zielmarkt
- ✓ Abgleich der Bedürfnisse, Eigenschaften und Merkmale des jeweiligen Kunden mit den Zielmarktkategorien
- ✓ In jedem Einzelfall am Point of Sale

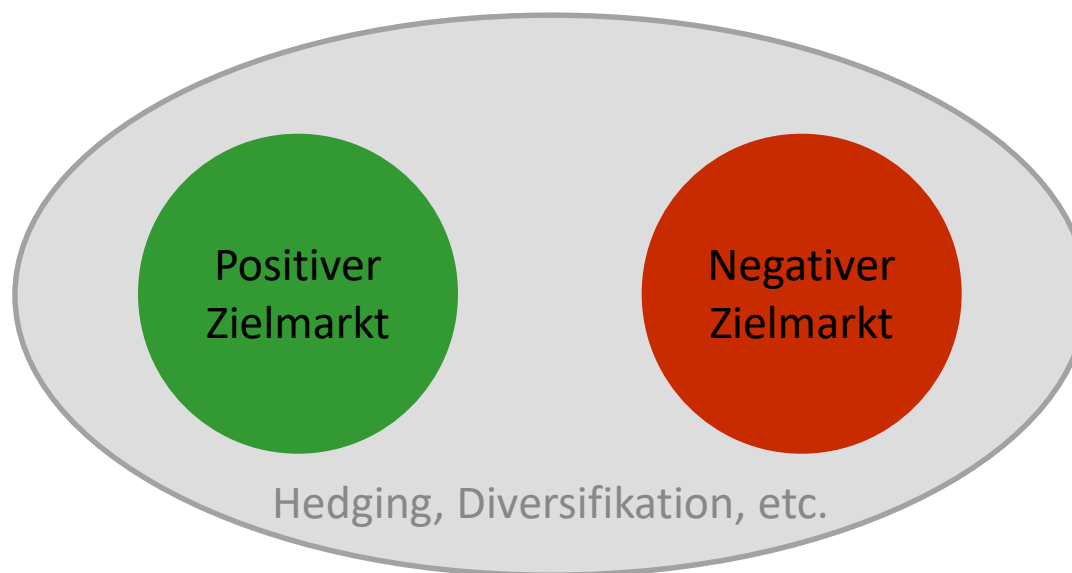
▪ Zielmarkt im Wertpapierdienstleistungskontext

- ✓ Beratungsgeschäft, Portfolioverwaltung
- ✓ Beratungsfreies Geschäft
- ✓ Execution-Only

↑ Intensität der Bestimmung
oder Konkretisierung des
Abgleichs

4. Anforderungen an Produktvertreiber

- **Vertrieb ausserhalb des positiven Zielmarktes**
 - ✓ Vertrieb zulässig, wenn gerechtfertigt durch Umstände des Einzelfalls
 - ✓ Hedging, Diversifikation, Portfoliobezug
 - ✓ Negativer Zielmarkt: absolute Ausnahme



4. Anforderungen an Produktvertreiber

▪ Kommunikationsprozesse

- ✓ Informationen zum Finanzinstrument
- ✓ Informationen aus dem jeweiligen Produktgenehmigungsverfahren
- ✓ Informationen zur **Vertriebsstrategie**
- ✓ Bei Nicht-MiFID-Hersteller Sicherstellung eines grds. aquivalenten Informationsniveaus

- ✓ Informationen aus dem Vertrieb des Produktes
- ✓ Informationen aus dem Überprüfungsprozess des Vertriebs

→ Regelmässige Überprüfung der angebotenen/vermarkteten Finanzinstrumente

V.

Fazit

**Vielen
Dank!**

Jetzt anmelden!
MiFID II – Aktuelle Praxisfragen
16.11.2017 – 16.30 -20.00 Uhr
MiFID II Intensivkurs
16.11. – 18.11.2017 & 14.12. – 16.12.2017

Korrespondenz

Mag.iur. Bianca Lins

Propter Homines Lehrstuhl für Bank- und Finanzmarktrecht
Universität Liechtenstein

Institut für Wirtschaftsrecht
Fürst-Franz-Josef-Strasse, FL-9490 Vaduz

Telefon +423 265 11 11, Direkt +423 265 11 77
bianca.lins@uni.li, www.uni.li