

FMA-Wegleitung 2021/19 – Wegleitung zum grenzüberschreitenden Fondsvertrieb

Wegleitung zum grenzüberschreitenden Fondsvertrieb und die Änderungen bei den Fondsnotifikationen.

Referenz:	FMA-WL 2021/19
Adressaten:	Verwaltungsgesellschaften nach dem UCITSG (VerwG), Verwalter alternativer Investmentfonds (AIFM) mit Zulassung nach dem AIFMG EuVECA-Verwalter sowie EuSEF-Verwalter nach den Verordnungen (EU) Nr. 345/2013 und Nr. 346/2013
Betrifft:	OGAW und Verwaltungsgesellschaften, AIF und AIFM, EuVECA Fonds und EuVECA-Verwalter, EuSEF Fonds und EuSEF Verwalter
Publikationsort:	Website
Publikationsdatum:	26. August 2021
Letzte Änderung:	-

1. Vorbemerkungen

Diese Wegleitung enthält einen Überblick über die Richtlinie (EU) 2019/1160 zur Änderung der Richtlinien 2009/65/EG und 2011/61/EU im Hinblick auf den grenzüberschreitenden Vertrieb von Organismen für gemeinsame Anlagen und die Verordnung (EU) 2019/1156 zur Erleichterung des grenzüberschreitenden Vertriebs von Organismen für gemeinsame Anlagen und zur Änderung der Verordnungen (EU) Nr. 345/2013, (EU) Nr. 346/2013 und (EU) Nr. 1286/2014. Diese wurden am 12. Juli 2019 im Amtsblatt der EU veröffentlicht. Die Richtlinie (EU) 2019/1160 findet seit 2. August 2021 in der EU Anwendung. Die Verordnung (EU) 2019/1156 gilt in der EU seit 1. August 2019, ausgenommen sind die Art. 4 Abs. 1 bis 5 (Vorschriften für Marketing-Anzeigen), Art. 5 Abs. 1 und 2 (Veröffentlichung nationaler Vertriebsvorschriften und Einrichtung eines Hyperlinks zur ESMA) sowie Art. 15 und 16 (Einführung des Pre-Marketings in den Verordnungen (EU) Nr. 345/2013 und Nr. 36/2013), welche gleichzeitig mit der Richtlinie seit dem 2. August 2021 anzuwenden sind.

Die unmittelbare Anwendbarkeit in Liechtenstein hängt von dem Zeitpunkt der Übernahme in das EWR Abkommen ab. Die Richtlinie (EU) 2019/1160 und Verordnung (EU) 2019/1156 wurden im Rahmen der Gesetzesanpassung des AIFMG und UCITSG in selbigen vorab umgesetzt, sodass durch eine Verzögerung in der EWR-Übernahme kein Nachteil für die liechtensteinischen Fonds und deren Verwaltungsgesellschaften/AIFM besteht.

2. Wichtige Neuerungen

2.1 Angleichung des Notifikationsverfahrens für OGAW an das Notifikationsverfahren für AIF im Falle von Änderungen der Vertriebsanzeige

Gem. Art. 98 Abs. 6 UCITSG teilen Verwaltungsgesellschaften für ihren OGAW den Aufnahmemitgliedsstaatsbehörden jede Änderung des OGAW mit. Dies bleibt auch durch die Neufassung von Art. 98 Abs. 6 UCITSG so, d.h. der OGAW muss die Angaben und Unterlagen nach Art. 98 Abs. 1 und 2 UCITSG (Prospekt, konstituierende Dokumente, KIID, usw.) stets aktuell halten und sämtliche Änderungen eigenverantwortlich an die notifizierten Aufnahmemitgliedsstaatsbehörden übermitteln.

Gem. Art. 98 Abs. 7 UCITSG teilt die Verwaltungsgesellschaft für ihren OGAW der FMA und den Aufnahmemitgliedsstaatsbehörden jede Änderung der Angaben im Anzeigeschreiben mindestens einen Monat vor deren Umsetzung schriftlich mit. Das bedeutet, dass auch Änderungen der Vertriebsmodalitäten oder der vertriebenen Anteilklassen zu einer Meldepflicht gegenüber der FMA und der Aufnahmemitgliedsstaatsbehörde führen. Dies bezieht sich ausschliesslich auf die Angaben, wie sie in Anhang B des Notifikations-Template wiedergeben sind. Die analoge Regelung für AIF findet sich in Art. 116 AIFMG.

Zudem erfolgt eine einheitliche Regelung in Art. 98 Abs. 8 UCITSG und Art. 116 Abs. 2 AIFMG, dass die FMA innerhalb von 15 Arbeitstagen der Verwaltungsgesellschaft des OGAW oder dem AIFM die Vornahme der Änderung untersagen kann, soweit diese Änderung potenzielle Gesetzesverletzungen zur Folge haben würde. Wird eine Änderung trotz Untersagung durchgeführt, stehen der FMA die weiteren aufsichtsrechtlichen Massnahmen (Art. 98 Abs. 9 UCITSG oder Art. 116 Abs. 2 AIFMG) offen.

Gem. Art. 98 Abs. 1 UCITSG sind zukünftig auch Angaben zu Gebühren und Entgelten, sowie zu den Einrichtungen gem. Art. 96 UCITSG (z.B. Einrichtungen für Zeichnungs- und Rücknahmeaufträge sowie Informationsstellen für Anleger und Kontaktstellen für die Behördenkommunikation) in der Vertriebsanzeige aufzunehmen. Dasselbe gilt auch für AIF Notifikationen nach Art. 113 Abs. 2 Bst. i und k AIFMG.

2.2 Keine Pflicht zur Errichtung einer physischen Präsenz im Aufnahmemitgliedstaat

Zukünftig darf im Zuge der Bereitstellung von Einrichtungen im Aufnahmemitgliedstaat, die bestimmte Aufgaben gegenüber den Anlegern zu erfüllen haben, weder im Fall des Vertriebs von OGAW noch von AIF an Privatanleger die Errichtung einer physischen Präsenz vorgeschrieben werden. Es bedarf somit keiner Zahlstelle im Vertriebsland mehr. Vielmehr reicht es neu aus, die Verarbeitung von Zeichnungs-, Rückkauf- und Rücknahmeaufträgen, die Leistung von Zahlungen, die Wahrnehmung von Anlegerbeschwerden, die ausreichende Informationsbesorgung und die Einrichtung einer Kontaktstelle für die Kommunikation mit den zuständigen Behörden, auf elektronischem Wege verfügbar zu machen.

Die Informationen sind den Anlegern in der jeweiligen Amtssprache des Vertriebslandes oder einer anderen dort zugelassenen Sprache (auch elektronisch) zur Verfügung zu stellen. Dabei muss sichergestellt werden, dass die Verarbeitung von Zeichnungen und Rücknahmen den europäischen Grundsätzen entspricht und den Anlegern Informationen über ihre Zeichnungen und Rücknahmen zur Verfügung gestellt werden. Des Weiteren bedarf es einer Kontaktstelle, die aber ebenfalls nicht im Vertriebsland ansässig sein muss, die der Kommunikation mit der zuständigen inländischen Aufsichtsbehörde dient. Dies kann auch durch eine Drittpartei ausgeführt werden, wenn diese einer entsprechenden Aufsicht unterliegt.

2.3 Widerruf des Vertriebs

Entscheidet sich die Fondsleitung, den grenzüberschreitenden Vertrieb des Fonds in einem Vertriebsland nicht mehr fortzusetzen, muss sie den Vertrieb mittels Anzeige bei der FMA widerrufen (siehe Art. 116a und 117 AIFMG sowie Art. 98a und 99 UCITSG). Die FMA prüft den Widerruf innerhalb einer Frist von 15 Arbeitstagen auf Vollständigkeit. Nach erfolgreicher Vollständigkeitsprüfung leitet die FMA die Widerrufsanzeige an die Behörden des Aufnahmemitgliedstaats weiter. Die FMA informiert den AIFM bzw. die Verwaltungsgesellschaft über die Weiterleitung des Widerrufs. Ebenfalls ist die ESMA über den Widerruf zu informieren. Folgende Unterlagen sind für die Vollständigkeit einzureichen:

- Der Widerruf, hat auf die gleiche Art und Weise zu erfolgen, wie eine Vertriebsanzeige. Das heisst es ist eine **schriftliche Anzeige des Widerrufs** unter Vorlage der Nachweise der Erfüllung der festgelegten nachfolgenden vier Bedingungen (kumulativ) einzureichen.
- Es wird den Anlegern ein **Angebot zum Rückkauf oder zur Rücknahme sämtlicher Anteile** unterbreitet. Das Angebot ist mindestens für 30 Tage zu veröffentlichen. Durch die Rückgabe der Anteile dürfen den Anlegern keine zusätzlichen Kosten oder Rücknahmeabschläge belastet werden.
- Es muss zudem auf die mit dem Widerruf verbundenen Auswirkungen auf die Anleger, die ihre Anteile nicht zurückgeben möchten, hingewiesen werden und diesen sind die notwendigen Informationen weiterhin zur Verfügung zu stellen.
- Die **Bekanntmachung** der Absicht des Widerrufs des Vertriebs muss **mittels eines allgemein verfügbaren Mediums, einschliesslich elektronischer Mittel**, das für den Fonds üblich ist und für Anleger geeignet ist, erfolgen.
- Zusätzlich muss die Widerrufsanzeige **die Änderung oder Beendigung vertraglicher Vereinbarungen mit Finanzintermediären oder Vertretern** mit Wirkung vom Datum des Widerrufs des Vertriebs enthalten.

Der Widerruf führt dazu, dass für die Dauer von drei Jahren ab Widerruf des Vertriebs kein Pre-Marketing für einen derart strukturierten Fonds (vergleichbare Anlagestrategie/ oder Anlagekonzept) in dem in der Widerrufsanzeige genannten EWR-Mitgliedstaat mehr vorgenommen werden darf. Jede Änderung an den Dokumenten des Widerrufs ist der FMA weiterzuleiten. Die FMA als Herkunftsmitgliedstaatsbehörde leitet die Änderungen den zuständigen Aufnahmemitgliedstaatsbehörden weiter.

3. Pre-Marketing bei AIF

Im AIFMG wird neu der Begriff des Pre Marketings in Art. 4 Ziff. 49 AIFMG definiert sowie die Voraussetzungen für das Pre-Marketing durch die Einfügung der Art. 111a und 111b AIFMG geregelt. Das Pre-Marketing darf sich ausschliesslich an professionelle Anleger richten.

Zusammengefasst fragt das Pre-Marketing das potenzielle Interesse eines professionellen Anlegers an einer konkreten Anlagestrategie eines AIF ab, für den noch keine Vertriebsanzeige vorliegt, unabhängig davon ob der AIF oder ein Teilfonds bereits verwaltet wird bzw. registriert ist oder nicht.

Im Rahmen von Pre-Marketing dürfen den potenziellen professionellen Anlegern keine Unterlagen oder Informationen übermittelt werden, die:

- ausreichen, um die Anleger in die Lage zu versetzen, sich zum Erwerb von Anteilen eines bestimmten AIF zu verpflichten, beispielsweise, weil diese sich auf einen bereits verwalteten AIF beziehen (Art. 111a Abs. 1 Bst. a) AIFMG);
- Zeichnungsformulare oder vergleichbare Dokumente sind, unabhängig davon, ob sie in einem Entwurf oder in endgültiger Form vorliegen (Art. 111a Abs. 1 Bst. b) AIFMG); oder
- Gründungsdokumente, Prospekte oder Angebotsunterlagen eines noch nicht verwalteten bzw. registrierten AIF in endgültiger Form sind (Art. 111a Abs. 1 Bst. c) AIFMG).

Werden Entwürfe von Fondsdokumenten/ Angebotsunterlagen bereitgestellt, so dürfen diese keine Informationen enthalten, die Anlegern für das Treffen einer Anlageentscheidung genügen und es ist darin klar und deutlich darzulegen, dass es sich gem. Art. 111a Abs. 2 AIFMG

- nicht um ein Angebot oder eine Aufforderung zur Zeichnung von Anteilen eines AIF handelt; und
- die darin dargelegten Informationen nicht als zuverlässig erachtet werden sollten, da sie unvollständig sind und noch geändert werden können.

Bei Durchführung von Pre-Marketing Massnahmen ist der AIFM verpflichtet dies binnen zwei Wochen mit einfachem Schreiben in Papierform oder elektronisch an die E-Mail Adresse fonds@fma-li.li mitzuteilen.

Darin enthalten sein müssen die Mitgliedstaaten, in denen das Pre-Marketing stattfindet oder stattgefunden hat, die entsprechenden Zeiträume, eine Kurzbeschreibung des Pre-Marketings, darunter Informationen zu den vorgestellten Anlagestrategien und wenn vorhanden eine Liste der AIF und deren Teilfonds, die Gegenstand des Pre-Marketings sind oder waren.

Die FMA wird die zuständigen Behörden des Mitgliedstaates, in dem das Pre-Marketing stattfindet oder stattgefunden hat, darüber in Kenntnis setzen. Die zuständigen Behörden, in deren Land das Pre-Marketing stattgefunden hat, können die FMA als Herkunftsstaatsbehörde des AIFM ersuchen, weitere Angaben über das Pre-Marketing bereitzustellen. Es sei festgehalten, dass es sich um eine informelle Anzeige handelt, die kein Vor-Vertriebsanzeigeverfahren darstellt.

Seitens des AIFM ist jederzeit sicherzustellen, dass der Anleger aufgrund des Pre-Marketings keine Fondsanteile zeichnet bzw. zeichnen kann. Die Fondsanteile dürfen erst nach erfolgter Vertriebsanzeige gezeichnet werden. Soweit innerhalb von 18 Monaten nach dem Pre-Marketing eine Zeichnung durch professionelle Anleger vorgenommen wird, gilt dies als Vertriebsergebnis und bedarf vor der Zeichnung des AIFs einer Vertriebsanzeige.

Eine Delegation des Pre-Marketings ist möglich, allerdings ist diese auf folgende Delegationsnehmer beschränkt: Wertpapierfirmen, Vermögensverwaltungsgesellschaften, Kreditinstitute, OGAW-Verwaltungsgesellschaften, AIFM, Vertriebsträger und vertragliche gebundene Vermittler.

Der AIFM ist zur angemessenen Dokumentation des Pre-Marketings verpflichtet. Das setzt voraus, dass die Dokumente zumindest einen Disclaimer enthalten müssen, dass es sich nicht um ein Angebot oder eine Aufforderung zur Zeichnung von Anteilen handelt, die Dokumente unverbindlich sind und noch Änderungen unterliegen können.

4. Transparente Gebühren und Entgelte für Vertriebsanzeigen

Um Fondsverwaltern einen Gesamtüberblick über die anfallenden Vertriebskosten zu ermöglichen und als Entscheidungsgrundlage sind alle Gebühren und Abgaben für Vertriebsanzeigen in Liechtenstein auf der Homepage der FMA veröffentlicht. Die FMA wird wie bisher den Fondsverwaltern eine Rechnung oder Zahlungsanweisung unter klarer Angabe der Zahlungsweise und des Fälligkeitsdatums der Zahlung zukommen lassen. ESMA wird zukünftig Hyperlinks zu den Gebühren- und Entgelt-Informationen der Behörden der einzelnen Mitgliedstaaten auf ihrer Homepage veröffentlichen. Bis spätestens zum 2. Februar 2022 soll aus den Informationen zu den Gebühren und Entgelten der Mitgliedstaaten ein interaktives Tool zur Berechnung der Gebühren und Entgelte auf der Homepage der ESMA erscheinen.

5. Zentrale ESMA Datenbank zum grenzüberschreitenden Fondsvertrieb

Bis zum 2. Februar 2022 will ESMA eine zentrale Datenbank betreffend den grenzüberschreitenden Vertrieb zur Verfügung stellen. Diese soll alle vertriebenen AIF und OGAW mit den jeweiligen Vertriebsländern sowie deren Verwaltungsgesellschaften/AIFM auflisten. Die ESMA wird durch die FMA über einen Widerruf des Vertriebs informiert und dann entsprechend die Datenbank anpassen. Zudem wird ESMA auf diesem Weg auch Informationen zu den Gebühren und Entgelten der Mitgliedstaaten zur Verfügung stellen und dazu ein entsprechendes Tool aufschalten.

6. Einheitliche Vorgaben für Marketing-Anzeigen

Marketing-Anzeigen müssen zukünftig als solche eindeutig erkennbar sein und die mit den Produkten beschriebenen Chancen und Risiken deutlich und verständlich dargestellt sein. Sämtliche Angaben müssen hierbei fair und eindeutig sein und dürfen nicht irreführend sein. Die Angaben in den Marketing-Anzeigen dürfen nicht in Widerspruch zu den Fondsdokumenten stehen. Zusätzlich ist in den Marketing-Anzeigen auf die neue Möglichkeit des Widerrufs der Notifikation hinzuweisen.

Für OGAW-Marketing-Anzeigen ist anzugeben, dass ein OGAW-Prospekt existiert und dass die wesentlichen Informationen für den Anleger verfügbar sind. Zusätzlich ist anzugeben, wo, wie und in welcher Sprache potenzielle Anleger eine Zusammenfassung der Anlegerrechte erhalten können; zudem müssen Hyperlinks zu den entsprechenden Zusammenfassungen angegeben werden, die auf Informationen zur Rechtsdurchsetzung verweisen.

ESMA wird die Thematik in einer entsprechenden Guideline noch präzisieren.

6.1 Vorüberprüfung der Marketing Anzeigen durch die Aufsichtsbehörde

Zum Zwecke der Überprüfung der Einhaltung der Verordnung 2019/1156 und der nationalen Bestimmungen zum Vertrieb für OGAW und AIF (die ihre Anteile an Privatanleger vertreiben), kann die FMA eine vorherige Mitteilung der Marketing-Anzeigen verlangen. Die FMA wird hiervon derzeit keinen Gebrauch machen.

6.2 Veröffentlichung nationaler Bestimmungen zu Vertriebsanforderungen / Zentrale ESMA Datenbank

Gem. Art. 5 der Verordnung 2019/1156 wird die FMA Informationen zu allen geltenden nationalen Rechts- und Verwaltungsvorschriften für den Fondsvertrieb auf ihrer Homepage veröffentlichen und aktuell halten. Spätestens bis zum 2. Februar 2022 plant die ESMA auf ihrer Homepage eine zentrale Datenbank zur Verfügung zu stellen, welche die Hyperlinks zu den Homepages zusammenfasst.

7. Datenschutz

Die FMA verarbeitet personenbezogene Daten ausschliesslich nach den allgemeinen Datenverarbeitungsgrundsätzen der Datenschutz-Grundverordnung (Verordnung (EU) 2016/679 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 27. April 2016 zum Schutz natürlicher Personen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten, zum freien Datenverkehr und zur Aufhebung der Richtlinie 95/46/EG) sowie nach dem geltenden Datenschutzrecht.

Sämtliche Informationen zur Verarbeitung personenbezogener Daten, einschliesslich der Angaben zum Verarbeitungszweck, zum Datenverantwortlichen sowie zu den Betroffenenrechten sind in der FMA-Information zum Datenschutz enthalten: <https://www.fma-li.li/de/fma/datenschutz/fma-information-zum-datenschutz.html>

8. Inkraftsetzung

Diese Wegleitung tritt am 26. August 2021 in Kraft.

Für Rückfragen steht die FMA zur Verfügung.

Telefon: +423 236 73 73

E-Mail: info@fma-li.li