

Fidleg/Finig – Swiss Finish von Mifid II?



Von Franco A. Straub
Head Audit Financial Services
Deutschschweiz
Partner BDO AG

Am 6. Februar 2019 endete die Vernehmlassungsfrist für die drei Verordnungen zum Finanzdienstleistungsgesetz (Fidleg) sowie zum Finanzinstitutsgesetz (Finig). Die Finanzdienstleistungsverordnung (Fidlev), die Finanzinstitutsverordnung (Finiv) und die Aufsichtsorganisationenverordnung (AOV) sollen im Sommer dieses Jahres publiziert werden. Auf den 1. Januar 2020 dürften Fidleg und Finig dann voraussichtlich gemeinsam mit den Vollzugsverordnungen in Kraft treten.

Für Schweizer Finanzinstitute ist es somit nun an der Zeit, die Implementierung der neuen gesetzlichen Anforderungen konkret zu diskutieren. Banken sollten dabei insbesondere den folgenden drei Gebieten genug Bedeutung beimessen.

Angebot ersetzt Vertrieb

Mit dem Fidleg wird die bisherige Vertriebsdefinition des Kollektivanlagengesetzes (KAG) durch den Begriff des «Angebots» ersetzt. Der Begriff des

Angebots ist dabei enger definiert als der Vertriebsbegriff des KAG. Als Angebot gilt «jede Einladung zum Erwerb eines Finanzinstruments, die ausreichende Informationen über die Angebotsbedingungen und das Finanzinstrument selber enthält». Davon unterschieden wird das «öffentliche Angebot», welches sich an ein breites Publikum richtet.

Die noch heute gültige Vertriebsdefinition des Kollektivanlagengesetzes umfasst dagegen jedes Anbieten von kollektiven Kapitalanlagen und jedes Werben für kollektive Kapitalanlagen, das sich nicht ausschliesslich an Anleger gemäss Artikel 10 Abs. 3 Buchstaben a und b richtet.

Der Begriff der Werbung wird im Fidleg nun separat definiert. Die neue gesetzliche Bestimmung soll insbesondere die Konsistenz zwischen den gesetzlich erforderlichen Dokumenten «Basisinformationsblatt» und «Prospekt» mit der Werbung sicherstellen.

Kundensegmentierung

Die Definition der Kundensegmente des Fidleg unterscheidet sich von der bisherigen Definition des KAG dahingehend, dass nicht mehr zwischen «qualifizierten Anlegern» und Retailkunden unterschieden wird. Zukünftig wird zwischen «privaten Kundinnen und Kunden», «professionellen Kunden» sowie «institutionellen Kunden» unterschieden.

Art. 20 Fidleg definiert, dass die Verhaltensregeln für «institutionelle Kunden» keine Anwendung finden. Professionelle Kunden können auf die Anwendung eines Teils der Verhaltensregeln explizit verzichten.

Diese Bestimmung soll sicherstellen, dass den Kunden ein Schutz entsprechend den Kenntnissen und Erfahrungen im Finanzbereich geboten wird. Die Definitionen der Kundensegmentierung sind denjenigen der europäischen Mifid-II-Richtlinie ähnlich, jedoch nicht vollumfänglich identisch.

Für Banken, die ihre Kunden bereits nach Mifid II segmentiert haben, ist es lohnenswert, diese entsprechend zu überprüfen.

Zusammenarbeit mit externen Vermögensverwaltern und Beratern

Mit dem Inkrafttreten des Fidleg entfällt die gesetzliche Grundlage für den Erlass von Ständeregeln für die Vermögensverwaltung im Rahmen der Selbstregulierung. Diese werden künftig zentral im Fidleg geregelt. Deren Einhaltung soll bei den «Vermögensverwaltern und Trustees» durch Aufsichtsorganisationen überwacht werden. Die externen Vermögensverwalter müssen innerhalb von sechs Monaten nach Inkrafttreten des Fidleg bei der Finma anzeigen, dass sie eine entsprechende Unterstellung anstreben. Sie haben anschliessend drei Jahre Zeit, ein entsprechendes Bewilligungsgesuch einzureichen.

Die Verordnung liefert zwar wertvolle Hinweise, wie das Regulatory Framework ab dem 1. Januar 2020 aussehen dürfte, dennoch sind zu verschiedenen Punkten noch Präzisierungen wünschenswert – beispielsweise hinsichtlich der Bestimmungen zur Delegation von Aufgaben sowie zur Eigeninitiative des Kunden beim Angebot bzw. Vertrieb von kollektiven Kapitalanlagen.

Keine generelle Verschärfung gegenüber Mifid II

Weitere Klarheit dürfte die Publikation der definitiven Verordnungstexte bringen. Bereits heute kann aber festgehalten werden, dass die Schweizer Version von Mifid II keine generelle Verschärfung gegenüber dem europäischen Pendant darstellt, sondern insbesondere in der Zusammenarbeit mit externen Vermögensverwaltern und Beratern, aber auch im Bereich der Kundensegmentierung, Freiraum lässt.

franco.straub@bdo.ch
www.bdo.ch