

Product Governance

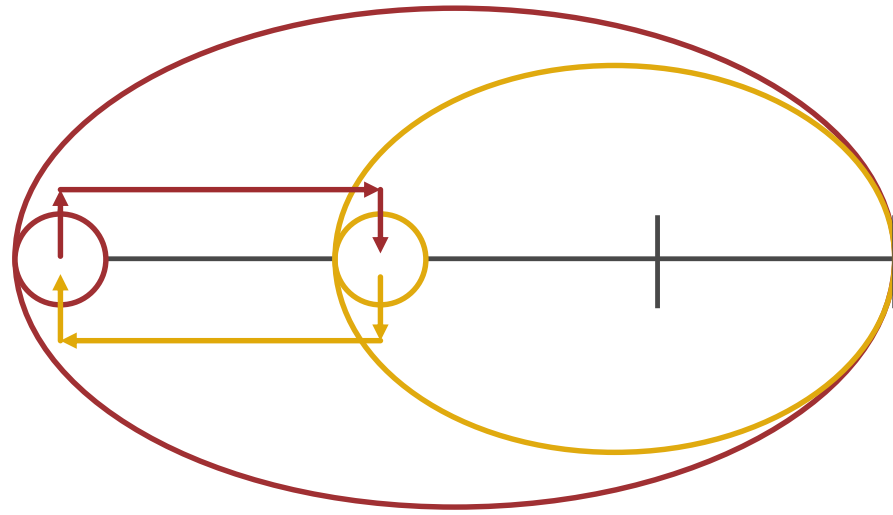
Umsetzung der MiFID II-Vorgaben
im Bereich der Wohlverhaltensregeln

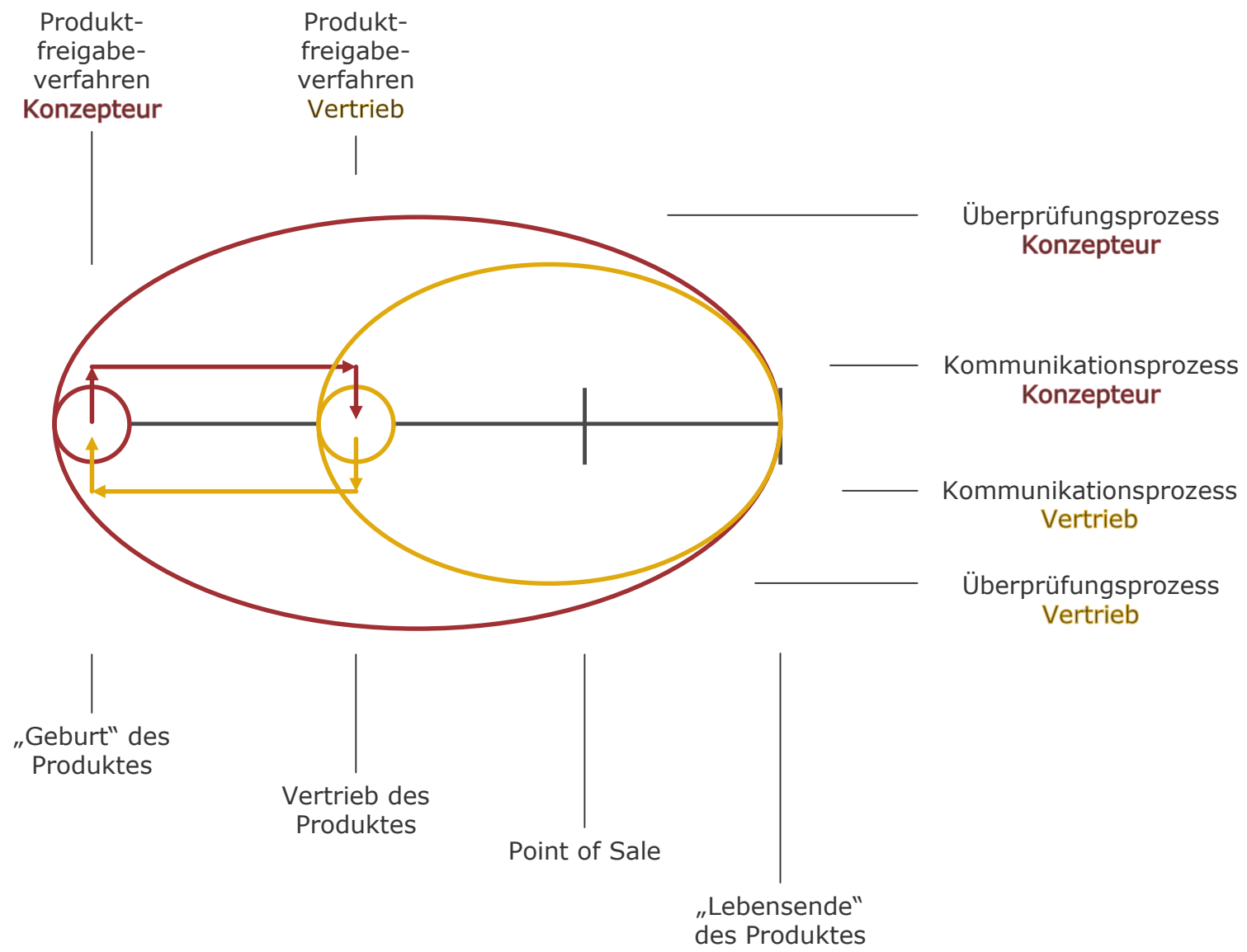
Frankfurt am Main | 27. Oktober 2017

Dr. Thorsten Becker

Product Governance – Wesentliche Rechtsquellen

- Europäisch
 - Art. 16 (3), 24 (2) MiFID II
 - Art. 9, 10 DV
 - Guidelines on MiFID II product governance requirements
- National
 - §§ 63 Abs. 4-5, 80 Abs. 9 - 13 WpHG
 - §§ 11-12 WpDVerOV
 - BT 5 MaComp





Vorgaben für Konzepture

Product Governance – Vorgaben für Konzepture

- Produktfreigabeverfahren
 - § 80 Abs. 9 WpHG, § 11 Abs. 1 - 11 WpDVerOV
- Kommunikationsprozess
 - § 80 Abs. 11 WpHG, § 11 Abs. 12 WpDVerOV
- Überprüfungsprozess
 - § 80 Abs. 10 und 13 WpHG, § 11 Abs. 13 - 15 WpDVerOV

Vorgaben für Konzepture

Produktfreigabeverfahren

Product Governance – Vorgaben für Konzepture

- Begriff des Konzepteurs
 - ein WpDU, das Finanzinstrumente konzipiert
 - „konzipieren“ von Finanzinstrumenten:
 - Neuschaffen
 - Entwickeln
 - Begeben
 - Gestalten

Vorgaben für Konzeptteure – Produktfreigabeverfahren

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

Vorgaben für Konzepture – Produktfreigabeverfahren

- Inhalte des Produktfreigabeverfahrens, insb.
 - angemessener Umgang mit Interessenkonflikten
 - Ausschluss für den Kunden nachteiliger Produktgestaltungen
 - Sachkunde der betroffenen Mitarbeiter
 - Kostenkontrolle
 - Szenarioanalyse
 - Festlegen einer Vertriebsstrategie
 - Festlegen eines Zielmarktes

Vorgaben für Konzepture

Produktfreigabeverfahren im Detail:
Zielmarktbestimmung

Vorgaben für Konzeptteure – Produktfreigabeverfahren: Zielmarkt

- Bestimmung des abstrakten Zielmarktes
 - Grundlagen der Bestimmung
 - theoretische Kenntnisse und Erfahrungen des Konzepteurs
 - ausreichende Berücksichtigung qualitativer Erwägungen
 - Bestimmung eines positiven und negativen Zielmarktes
 - Bestimmung grds. anhand fünf vorgegebener Kategorien

Vorgaben für Konzeptteure – Produktfreigabeverfahren: Zielmarkt

- Die fünf (Basis)Kategorien des Zielmarktes
 - Kundenkategorie
 - Kenntnisse und Erfahrungen
 - finanzielle Situation
 - Risikotoleranz bzw. Risiko-Rendite-Profil
 - Ziele und Bedürfnisse

Vorgaben für Konzeptreue – Produktfreigabeverfahren: Zielmarkt

- **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, Innovationsgehalt
 - verantwortungsvoller Umgang mit Zielmarktstandards

Vorgaben für Konzepture

Kommunikationsprozess

Vorgaben für Konzeptteure – Kommunikationsprozess

- Zur Verfügung zu stellende Informationen
 - Informationen zum Finanzinstrument
 - Informationen aus dem jeweiligen Produktfreigabeverfahren
 - insbesondere: Zielmarkt
 - Informationen zu geeigneten Vertriebskanälen

Vorgaben für Konzeptteure – Kommunikationsprozess

- Zu empfangende (bzw. anzufragende) Informationen
 - Informationen aus dem Vertrieb des Produktes
 - ggf. Informationen aus dem Überprüfungsprozess des Vertriebs

Vorgaben für Konzepture

Überprüfungsprozess

Vorgaben für Konzepture – Überprüfungsprozess

- Rhythmus der Überprüfung
 - regelmäßig
 - mindestens vor weiterer Begebung/Wiederauflage
 - bei Ereignissen mit Auswirkungen auf Produktrisiko/-ertrag
 - z.B. bei Überschreiten einer Schwelle, die das Ertragsprofil beeinflusst
 - z.B. bzgl. der Solvenz von Emittenten oder Garantiegebern

Vorgaben für Konzeptteure – Überprüfungsprozess

- Konsequenzen aus der Überprüfung
 - Ergreifen von geeigneten Maßnahmen, z.B.
 - Information der Kunden oder des Vertriebs
 - Einstellen oder Anpassen des Produktes
 - Hinwirken auf die Anpassung des Vertriebsablaufs
 - Beendigung der Arbeit mit Vertriebsunternehmen
 - Unterrichtung der BaFin

Vorgaben für Vertriebsunternehmen

Product Governance – Vorgaben für Vertriebsunternehmen

- Produktfreigabeverfahren
 - § 80 Abs. 12 WpHG, § 12 Abs. 1 WpDVerOV
- Informationsprozess
 - § 80 Abs. 11 WpHG, § 12 Abs. 5 - 7 und 11 WpDVerOV
- Überprüfungsprozess
 - § 80 Abs. 10 und 13 WpHG, § 12 Abs. 9 WpDVerOV

Vorgaben für Vertriebsunternehmen

Produktfreigabeprozess

Vorgaben für Vertriebsunternehmen – Produktfreigabeverfahren

- Begriff des Produktfreigabeverfahrens
 - Verfahren zur Entscheidung darüber, welche Produkte und Dienstleistungen angeboten werden
 - besondere Sorgfalt bei neuen Produkten oder Änderungen von Dienstleistungen

Vorgaben für Vertriebsunternehmen – Produktfreigabeverfahren

- Inhalte des Produktfreigabeverfahrens, insb.
 - Ermitteln und Bewerten der Umstände und Bedürfnisse des Kundenstamms
 - frühzeitige Berücksichtigung sämtlicher WpHG-Vorgaben
 - angemessener Umgang mit Interessenkonflikten
 - Sachkunde der betroffenen Mitarbeiter
 - Festlegen einer Vertriebsstrategie
 - Festlegen bzw. Konkretisieren des Zielmarktes

Vorgaben für Vertriebsunternehmen

Produktfreigabeverfahren im Detail:
Umgang des Vertriebs mit dem Zielmarkt

Vorgaben für Vertriebsunternehmen – Umgang mit dem Zielmarkt

- Bestimmen des konkreten Zielmarktes: Grundlagen
 - Informationen über das Produkt
 - Verwertung der Informationen des Konzepteurs, insb. des abstrakten Zielmarktes
 - eigene Recherche bei Produkten von „Nicht-MIFID-Konzepteuren“
 - Informationen über den Kundenstamm
 - für den Vertrieb vorgesehene Dienstleistung

Vorgaben für Vertriebsunternehmen – Umgang mit dem Zielmarkt

- Bestimmen des konkreten Zielmarktes: Umfang
 - bei Produkten von „MiFID-Konzepteuren“
 - zumindest Konkretisierung des abstrakten Zielmarktes
 - grds. Geltung der Vorgaben für Konzepture
 - bei Produkten von „Nicht-MiFID-Konzepteuren“
 - eigenständige Bestimmung des konkreten Zielmarktes
 - grds. Geltung der Vorgaben für Konzepture

Vorgaben für Vertriebsunternehmen – Umgang mit dem Zielmarkt

- Konkretisierung des abstrakten Zielmarktes
 - Prüfung, ob und ggf. wie der abstrakte Zielmarkt zum Kundenkreis des Vertriebsunternehmens passt
 - Prüfungstiefe abhängig von Produktart und -eigenschaften
 - bei Anpassungs- oder Konkretisierungsbedarf: Achtung der grundsätzlichen Entscheidungen des Konzepteurs

Vorgaben für Vertriebsunternehmen – Umgang mit dem Zielmarkt

- Abgleich des konkreten 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

Vorgaben für Vertriebsunternehmen – Umgang mit dem Zielmarkt

- Der Zielmarkt im Wertpapierdienstleistungskontext

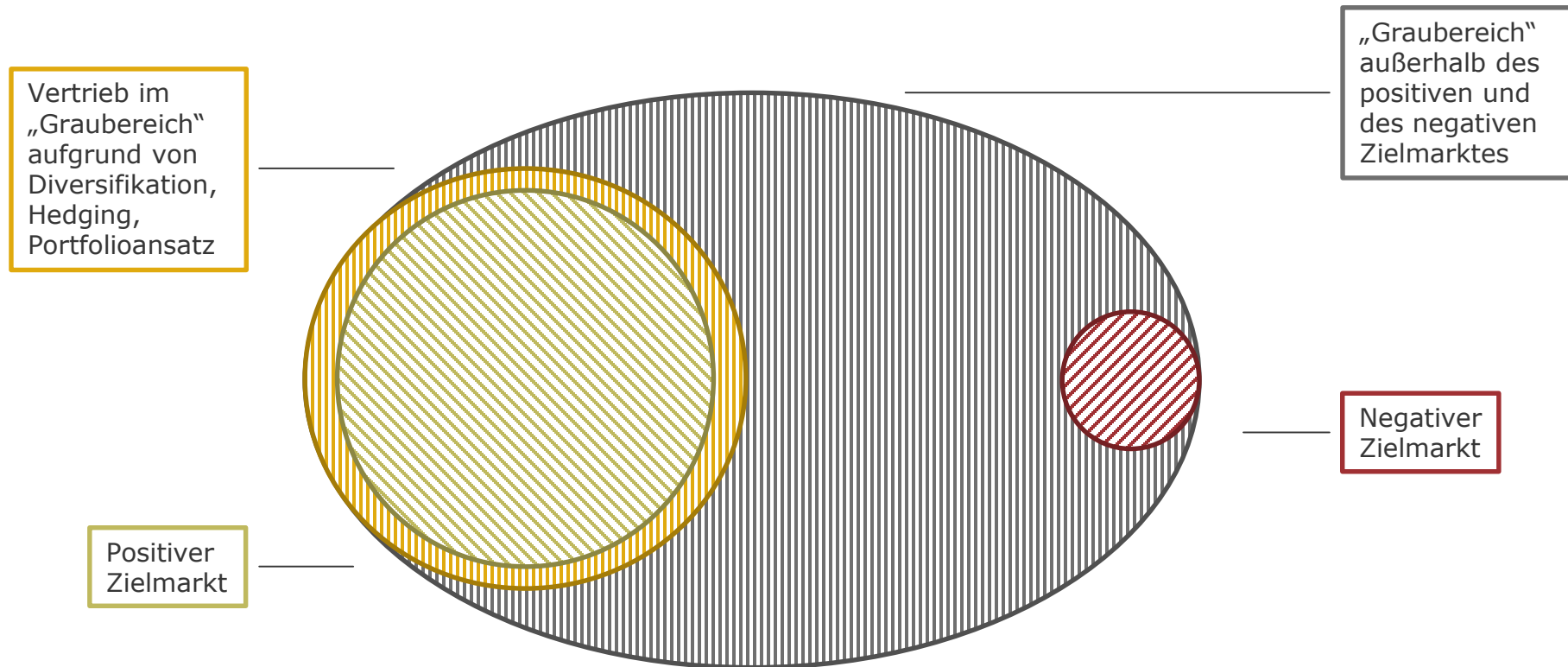
- Beratungsgeschäft, Finanzportfolioverwaltung
- beratungsfreies Geschäft
- reines Ausführungsgeschäft



Intensität der
Bestimmung
oder
Konkretisierung
des Abgleichs

(vorbehaltlich
Ausgleichsmechanismen)

Vorgaben für Vertriebsunternehmen – Umgang mit dem Zielmarkt



Vorgaben für Vertriebsunternehmen – Umgang mit dem Zielmarkt

- Abweichungen vom konkreten Zielmarkt
 - Aufnahme der Abweichung in die ggf. erforderliche Geeignetheitserklärung
 - grds. Information des Konzepteurs
 - Ausnahme: Diversifikation, Hedging, Portfoliobezug

Vorgaben für Vertriebsunternehmen – Umgang mit dem Zielmarkt

- Vertrieb außerhalb des positiven Zielmarktes
 - bei Rechtfertigung durch Umstände des Einzelfalls
 - grds. bei Diversifikation, Hedging, Portfoliobezug
- Vertrieb innerhalb des negativen Zielmarktes
 - nur in seltenen Ausnahmefällen

Vorgaben für Vertriebsunternehmen

Prozess zum Informationsaustausch

Vorgaben für Vertriebsunternehmen – Informationsprozess

- Anzufragende bzw. zu ermittelnde Informationen (1)
 - bei Produkten von „MiFID-Konzepturen“, z.B.
 - Informationen zum Finanzinstrument
 - Informationen aus dem jeweiligen Produktfreigabeverfahren
 - insbesondere: Zielmarkt
 - Informationen zu geeigneten Vertriebskanälen

Vorgaben für Vertriebsunternehmen – Informationsprozess

- Anzufragende bzw. zu ermittelnde Informationen (2)
 - bei Produkten von „Nicht-MiFID-Konzepturen“, z.B.
 - eigene Recherche zur Sicherstellung eines grds. äquivalenten Informationsniveaus
 - ggf. Ansprache des Konzepteurs, Nutzung öffentlich verfügbarer (regulatorischer) Quellen

Vorgaben für Vertriebsunternehmen – Informationsprozess

- Zur Verfügung zu stellende Informationen
 - Informationen aus dem Vertrieb des Produktes
 - z.B. Beschwerden, Grad der Zielmarkterreichung
 - ggf. Informationen aus dem Überprüfungsprozess des Vertriebs

Vorgaben für Vertriebsunternehmen

Überprüfungsprozess

Vorgaben für Vertriebsunternehmen – Überprüfungsprozess

- Überprüfungsprozess des Vertriebs
 - grds. entsprechende Geltung der Vorgaben für Konzepture
 - Ziele, Rhythmus und Konsequenzen (siehe oben beim Konzepteur)
 - Schwerpunkt: Vertriebsaspekte wie Vertriebsstrategie
 - nicht: reine Konzepteurs-Vorgaben wie z.B. Anpassen des Produktes

Haben Sie Fragen?

Umsetzung der MiFID-II-Vorgaben im Bereich der Wohlverhaltensregeln

27. Oktober 2017