



ÖSTERREICHISCHE
FMA · FINANZMARKTAUFSICHT

MIFID II - DER RECHTLICHE RAHMEN (STATUS QUO UND AKTUELLE ENTWICKLUNGEN)

Claudia Parenti, 11.12.2023



ÜBERSICHT NACHHALTIGKEITSASPEKTE BEIM WERTPAPIERVERTRIEB



NACHHALTIGKEITSPRÄFERENZEN SIND IN DER ANLAGEBERATUNG ZU BERÜCKSICHTIGEN

GEEIGNETHEITSBEURTEILUNG

- Anlageempfehlungen haben auch den **Nachhaltigkeitspräferenzen** der Kund:in zu entsprechen
- Bei Einholung der Informationen von den Kund:innen sind im Rahmen der Anlageziele auch **Informationen zu Nachhaltigkeitspräferenzen** einzuholen
- Finanzinstrumente dürfen nicht als den Nachhaltigkeitspräferenzen der Kund:innen entsprechend empfohlen werden, wenn sie diesen Präferenzen **nicht** entsprechen
- Wenn **kein** verfügbares Finanzinstrument den Nachhaltigkeitspräferenzen der Kund:in entspricht, kann die Kund:in die Nachhaltigkeitspräferenzen für das konkrete Beratungsszenario anpassen
 - Begründungs- und Dokumentationsverpflichtung

GEEIGNETHEITSERKLÄRUNG

- In der Geeignetheitserklärung ist auch festzuhalten, **inwieweit die Empfehlung auf die Nachhaltigkeitspräferenzen der Kund:in abgestimmt** wurde

Dreiteilige Definition „Nachhaltigkeitspräferenzen“

Präferenz für ökologisch nachhaltige Investitionen im Sinne der Taxonomie VO

Investition in Wirtschaftstätigkeit, die Beitrag zu **Umweltziel** leistet
+
keine Beeinträchtigung eines anderen Ziels
+
Mindestanforderungen (soziales, Menschenrechte etc.)

- Klimaschutz
- Anpassung an den Klimawandel
- Nachhaltige Nutzung von Wasserressourcen
- Wandel zu Kreislaufwirtschaft
- Vermeidung von Umweltverschmutzung
- Schutz von Ökosystemen/Biodiv

Präferenz für nachhaltige Investitionen im Sinne der Disclosure VO (SFDR)

Investition in eine wirtschaftliche Tätigkeit, die zum Erreichen eines **ESG-Ziels** beiträgt
+
den anderen Zielen keinen Schaden zufügt

- Ressourceneffiziente Nutzung von Energien, Wasser, Boden
- Mehr biologische Vielfalt und Kreislaufwirtschaft
- Investitionen zur Bekämpfung von Ungleichheit
- Förderungen sozialer Zusammenhalt/Integration
- Nutzung Verfahrensweisen guter Unternehmensführung

Präferenz für Investitionen bei denen nachteilige Auswirkungen auf Nachhaltigkeitsfaktoren berücksichtigt werden (PAI)

Investition vermeidet **nachteilige Auswirkungen** auf Nachhaltigkeit

- Treibhausgasemissionen
- Emissionen im Wasser
- Anteil gefährlicher Abfälle
- Unbereinigtes geschlechterspezifisches Verdienstgefälle
- Engagement in umstrittenen Waffen

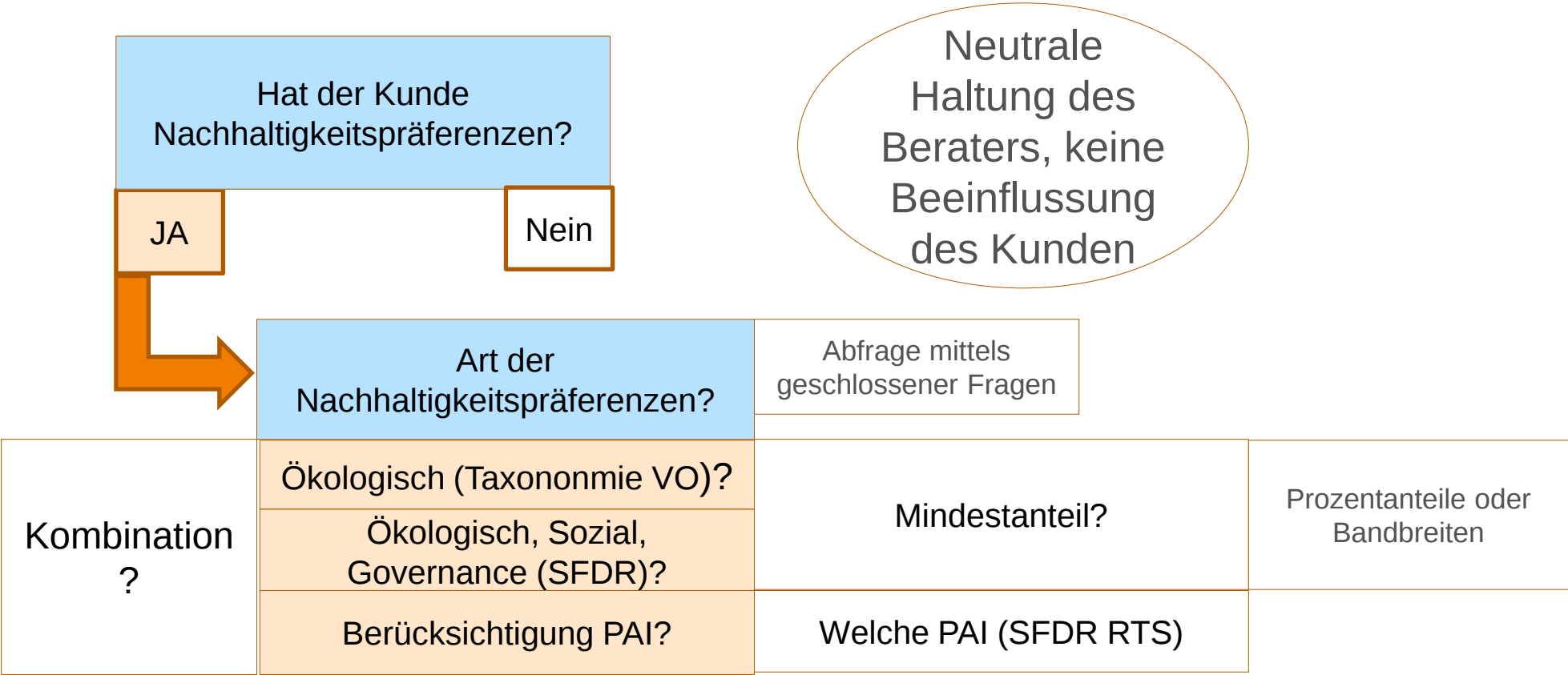
Erläuterung des Konzepts der Nachhaltigkeitspräferenzen in einfachen Worten, Vermeidung von technischen Fachausdrücken

Drei Arten von
Nachhaltigkeitspräferenzen

Bedeutung der Begriffe
„ökologisch“, „sozial“
und „governance“

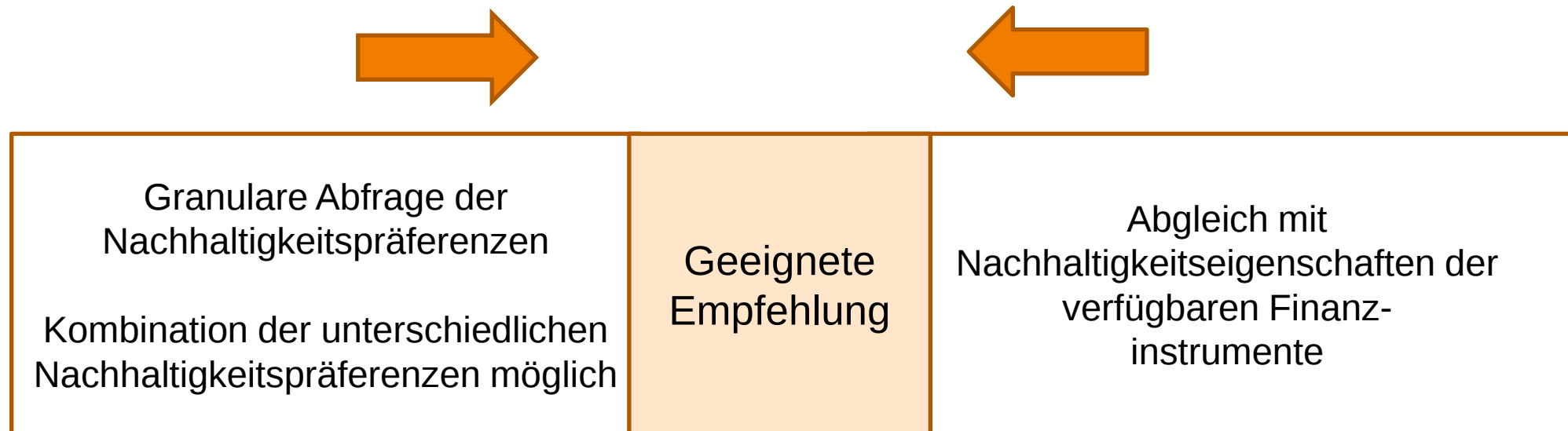
Unterschied Produkte
mit und ohne
Nachhaltigkeitseigenschaften

ESMA Leitlinien: Vorgangsweise bei der Kundenbefragung



ESMA LEITLINIEN: BEFRAGUNG DER KUNDEN ZU NACHHALTIGKEITSPRÄFERENZEN

Zweck: Ermöglichen des Abgleichs der Nachhaltigkeitspräferenzen des Kunden mit den Nachhaltigkeitseigenschaften der Finanzinstrumente



KOMPLEXITÄT DER EUROPÄISCHEN VORGABEN

Probleme beim Verständnis
der Nachhaltigkeitskriterien
bei Berater:innen und
Kund:innen

Unterschiedliche Umsetzung
im Detail aufgrund
entsprechenden Spielraums
bzw. Unklarheiten der
europäischen Vorgaben

IM DETAIL...

- MiFID-Vorgaben zur Erhebung der Nachhaltigkeitspräferenzen sehen eine Unterscheidung nach „Taxonomie-Prdoukten“, „SFDR-Produkten“ und der Berücksichtigung von Principal Adverse Impacts („PAI“) vor:
 - die Unterscheidung ist bereits für Berater:innen schwer greifbar
 - Kund:innen ist diese Komplexität im Detail oft schwer vermittelbar
 - dies führt dazu, dass die Kund:innen idR (noch) keine Detailangaben machen und die konkrete Ausgestaltung den Unternehmen überlassen.
 - uU ist dies auch ein Grund dafür, dass bei einigen Unternehmen viele Kund:innen angeben, keine Nachhaltigkeitspräferenzen zu haben.
- Die adaptierte europäische Guidance (ESMA-Leitlinien zur Eignung und Product Governance) lassen noch einige Fragen offen:
 - kumulative oder alternative Berücksichtigung von Kundenpräferenzen?
 - Ausgestaltung Bandbreitenabfrage
 - zwingende Angabe von Detailpräferenzen bei allg. Kund:innen-Interesse an Nachhaltigkeit?

(NOCH) MANGELNDE DATENQUALITÄT

Datenqualität zu Nachhaltigkeitskriterien bei verschiedenen Anbietern (noch) sehr unterschiedlich

Mangelnde Datenqualität insbesondere bei Non-SFDR-Produkten

IM DETAIL...

- Unternehmen bedienen sich zur Einstufung der Produkte nach Nachhaltigkeitskriterien vorwiegend Datenprovidern:
 - die Datenlage der verbreiteten Datenprovider ist teilweise noch sehr überschaubar.
 - unterschiedliche Datenqualität führt dazu, dass gleiche Produkte bei unterschiedlichen Anbietern und in unterschiedlichen Systemen tw. als nachhaltig und tw. als nicht nachhaltig dargestellt werden.
- Insbesondere bei Non-SFDR-Produkten (Aktien, Anleihen, etc.) fehlen oft mangels Angaben der Emittenten Informationen zur Nachhaltigkeit:
 - manche Unternehmen stufen diese Produkte mangels Daten als nicht nachhaltig ein
 - andere Unternehmen kaufen externe Ratings zu oder bewerten selbst
 - dies führt insbesondere wiederum zur unterschiedlichen Behandlung gleicher Produkte.

ERHEBUNG DER PRÄFERENZEN

vollständige Erhebung der Nachhaltigkeitspräferenzen

Art der Erhebung der Nachhaltigkeitspräferenzen

IM DETAIL...

- die meisten Unternehmen haben noch nicht bei allen Kund:innen die Nachhaltigkeitspräferenzen erhoben
 - in der Anlageberatung oft kein Beratungsgeschäft ohne Erhebung der Nachhaltigkeitspräferenzen mehr möglich; in der Vermögensverwaltung (wo keine Interaktion mit Kund:in erforderlich ist) teilweise Rückstand bei der Erhebung.
 - detaillierte Erhebung (insbesondere Abfrage von einzelnen PAIs oder PAI-Gruppen) teilweise aufgrund der mangelnden Verfügbarkeit von Produkten (oder Daten) noch nicht durchgeführt.
- Kund:innendaten werden teils in vorgegebenen Bandbreiten, teils mit Mindestanteil erhoben
 - Bandbreiten und Mindestanteile mit dem Begriff „hoch“ setzen teilweise eine niedrige Untergrenze an, um die Produktauswahl nicht einzuschränken
 - der geringste Mindestanteil/Bandbreite wird oft mit einer Untergrenze von 0 angesetzt, sodass nachhaltigkeitsinteressierten Kund:innen jedes (auch nicht nachhaltige) Produkt vertrieben werden kann.
- teilweise keine Erhebung von Mindestanteilen, wenn Kunde keine inhaltlichen Detailpräferenzen angibt (nur „Ja“ zur Nachhaltigkeit sagt).

WERBUNG

Verwendung
nachhaltigkeitsbezogener
Begriffe

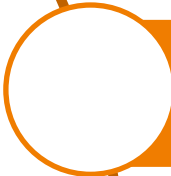
IM DETAIL...

- Verwendung nachhaltigkeitsbezogener Begriffe („grün“, „nachhaltig“, etc.) muss korrekt und nachvollziehbar sein
 - teilweise für den Kunden erklärungsbedürftig, insbesondere bei gleichzeitigem Vertrieb mehrerer Produkte (Querverkauf)
 - Verwendung nur bei Produkten, welche auch entsprechend Nachhaltigkeitskriterien berücksichtigen

KEY MESSAGES

An orange circle with a white center, connected to the text box by a thin orange line.

Komplexität der Regelungen führt derzeit tw. noch zu fehlendem Verständnis von Berater:innen und Kund:innen und Unklarheiten in der Umsetzung

An orange circle with a white center, connected to the text box by a thin orange line.

Datenqualität zu nachhaltigen Produkten ist noch nicht optimal

An orange circle with a white center, connected to the text box by a thin orange line.

Erhebung der Nachhaltigkeitspräferenzen noch nicht abgeschlossen; Granularität (Mindestanteile, PAI, etc.) verbesserungsbedürftig

An orange circle with a white center, connected to the text box by a thin orange line.

Dokumentationserfordernisse (Geeignetheitserklärung, Anpassung der Präferenzen) sind zu beachten

An orange circle with a white center, connected to the text box by a thin orange line.

Werbung mit nachhaltigkeitsbezogenen Begriffen muss zutreffend sein

FINANZMARKTAUFSICHT ÖSTERREICH

■ Kompetenz ■ Kontrolle ■ Konsequenz