

Product Governance
nach EU MiFID II

Referenzrahmen zur Einordnung
allgemeiner Product Governance-
Vorschriften

Thomas U. Rusterholz

Veröffentlichungen aus dem LL.M.-Studiengang Internationales Wirtschaftsrecht der Universität Zürich und des Europa Instituts an der Universität Zürich

2018 Band 102

Inhalt

Abkürzungsverzeichnis.....	9
Literaturverzeichnis	11
Rechtsquellen.....	13
Materialien.....	15
I. Product Governance als neues Element im Anlegerschutz.....	17
1. Ausgangslage und Grundidee	17
2. Problemstellung	19
3. Kontext und Quellen.....	21
4. Zielsetzung und Aufbau.....	23
II. Hintergrund und Funktionsweise	25
1. Entstehung in Grossbritannien	25
a) Probleme im Markt für Retailanleger.....	25
b) Neue Finanzmarktaufsicht und neuer Ansatz.....	26
c) Product Intervention und Structured Products Review	28
2. Aufnahme in der EU	30
a) Koordination mit EU Gremien	30
b) Aufnahme in MiFID II.....	30
3. Funktionsweise	33
a) Zielmarktdefinition.....	33
b) Aktivitäten und Interaktion	35
c) Zielmarktückkopplungsmechanismus.....	38
d) Grundlagen und Verankerung im Unternehmen	39
e) Spezialsituationen.....	40
f) Referenzschema	41
g) Einschätzung der Schutzwirkung	42
III. Product Governance nach EU MiFID II	45
1. Rechtsquellen und Überblick.....	45
2. Grundlagen.....	47
a) Wirkung.....	47
aa) Zweck und Grundidee.....	47
bb) Verhaltensgrundsätze.....	47
cc) Geltung: Definitionen und Abgrenzung.....	48
dd) Produkte.....	48
ee) Unternehmen: Herstellung, Vertrieb, Firma	50
b) Abgrenzung zu Eignung und Angemessenheit.....	51
c) Zielmarktkriterien.....	51

d)	Grundsätze der Zielmarktbestimmung	53
e)	Negativer Zielmarkt	56
f)	Vertriebsstrategie	56
3.	Governance und Supportprozesse	58
a)	Verantwortlichkeiten	58
aa)	Leitungsorgan	58
bb)	Compliance-Funktion	58
b)	Kontrollprozesse	59
c)	Personal	60
4.	Marktleistung	61
a)	Phase 1: Hersteller	61
aa)	Produktdesign	61
aaa)	Produkteigenschaften	61
bbb)	Zielmarktbestimmung	62
ccc)	Bestimmung Vertriebsstrategie	63
bb)	Produkttesting/Szenario Analyse	64
cc)	Produktgenehmigungsverfahren	65
dd)	Auswahl der Vertreiber	65
ee)	Bereitstellen von Information	66
b)	Phase 2: Vertreiber	67
aa)	Informationsbeschaffungsprozess	67
aaa)	Produktinformation	67
bbb)	Kundeninformation	67
bb)	Angebotsentscheidung	68
aaa)	Grundsätze	68
bbb)	Bestimmung Zielmarkt und negativer Zielmarkt	69
ccc)	Bestimmung Vertriebsstrategie und Verhältnis zur Zielmarktbestimmung	70
cc)	Zielmarktüberprüfung	71
dd)	Produktüberprüfung	72
ee)	Informationsbereitstellung/Zielmarktbericht	73
c)	Phase 3: Hersteller	74
aa)	Informationsbeschaffungsprozess	74
bb)	Produktüberprüfung	75
cc)	Massnahmen	75
5.	Spezielsituationen	77
a)	Horizontale Kooperation	77
aa)	Zusammenarbeit in der Herstellung	77
bb)	Zusammenarbeit im Vertrieb: Zwischengeschaltete Vertreiber	77
b)	Vertikale Kooperation	78
aa)	Nicht MiFID II Hersteller	78
bb)	Kombinierte Einheit	79
c)	Firmenkundengeschäft	80

6. Einschätzung der Umsetzung.....	81
a) Wesentliche neue Eigenschaften	81
b) Stärken der Umsetzung	81
c) Schwächen der Umsetzung	83
aa) Zielmarktkriterien	83
bb) Verhältnis zur Angemessenheit/Eignung.....	86
d) Chancen und Gefahren	87
IV. Product Governance in weiteren Bereichen	89
1. Europa.....	89
a) Koordination innerhalb der ESAs	89
b) Banken: EBA Richtlinien.....	90
c) Versicherungen EIOPA Richtlinien und DR 2017/2358.....	91
2. Schweiz.....	93
3. Internationaler Bereich.....	95
a) IOSCO: Structured Products	95
b) IAIS.....	96
V. Fazit und Ausblick.....	99