

Product Governance nach EU MiFID II

Referenzrahmen zur Einordnung
allgemeiner Product Governance-
Vorschriften

Thomas U. Rusterholz

Veröffentlichungen aus dem LL.M.-Stu-
diengang Internationales Wirtschaftsrecht
der Universität Zürich und des Europa In-
stituts 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) Zielmarktrückkopplungsmechanismus	38
d) Grundlagen und Verankerung im Unternehmen	39
e) SpezialSituationsen	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 Vertreter	65
ee)	Bereitstellen von Information	66
b)	Phase 2: Vertreter	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.	SpezialSituations	77
a)	Horizontale Kooperation	77
aa)	Zusammenarbeit in der Herstellung	77
bb)	Zusammenarbeit im Vertrieb: Zwischengeschaltete Vertreter	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