

INFORMATIONEN
GEMÄSS ART. 91 Abs. 3 DER
RICHTLINIE 2009/65/EG und ART. 30
Abs. 1 UND 2 DER RICHTLINIE
2010/44/EU
(UMGESETZT IN § 155 Abs. 2 InvFG 2011, idgF)
ÜBER DIE RELEVANTE
VERWALTUNGSPRAXIS UND
RECHTSVORSCHRIFTEN BEI AN-
ZEIGEN UND VERTRIEB
VON OGAW

Stand: 17. März 2014

INHALTSVERZEICHNIS

I. ÖFFENTLICHES ANGEBOT	4
II. WERBUNG UND BEZEICHNUNGSSCHUTZ	4

ÜBERSICHT DER VERSIONEN

Datum der Version	Anpassungen
17. März 2014	<ul style="list-style-type: none">• Designanpassung

I. ÖFFENTLICHES ANGEBOT

Ein öffentliches Angebot ist eine Mitteilung an das Publikum in jedweder Art und Form, die ausreichende Informationen enthält, um den Anleger in die Lage zu versetzen, sich für den Kauf oder die Zeichnung eines Wertpapiers oder einer Veranlagung zu entscheiden. Die Mitteilung, die Verkaufsabsicht erkennen lassen muss, hat weitere ausreichend inhaltliche Informationen für den potentiellen Anleger zu bieten. Sie kann dabei in jedweder Form und auf jedwede Art und Weise erfolgen, also beispielsweise via Medien, durch das Internet oder anlässlich einer Pressekonferenz.

Im Gegensatz zu einem „**Private Placement**“ richtet sich ein öffentliches Angebot an einen unbestimmten Personenkreis. Ein unbestimmter Personenkreis liegt etwa dann vor, wenn die Namen der Adressaten vor Setzen der Vertriebshandlung unbekannt sind. Jedoch reicht eine persönliche Kontaktaufnahme oder eine namentliche Bekanntheit aller angesprochenen Personen nicht in jedem Fall aus, um einen bestimmten Personenkreis zu schaffen.

Eine **genaue zahlenmäßige Festlegung**, wann von einem bestimmten Personenkreis gesprochen werden kann, **ist nicht möglich**, jedoch ist als absolute Grenze ein Personenkreis von 149 nicht zu überschreiten.

Maßgeblich sind die Kriterien der Anzahl der angesprochenen Personen, deren Schutzbedürftigkeit und deren Anonymität gegenüber dem Anbietenden. Anhand dieser Kriterien ist jeweils im Einzelfall das Vorliegen eines öffentlichen Angebots zu beurteilen.

II. WERBUNG UND BEZEICHNUNGSSCHUTZ

Die Werbung für Anteile an OGAW darf nur unter gleichzeitigem Hinweis auf den gemäß § 136 Abs. 4 InvFG 2011 veröffentlichten Prospekt (§ 131 InvFG 2011) und das gemäß § 138 InvFG 2011 zur Verfügung zu stellende Kundeninformationsdokument (§ 134 InvFG 2011) erfolgen und hat anzugeben, auf welche Weise und in welcher Sprache dieser Prospekt sowie das Kundeninformationsdokument für den Anleger oder potentiellen Anleger erhältlich und zugänglich sind.

Werbung an die Anleger muss eindeutig als solche erkennbar, redlich, eindeutig und nicht irreführend sein.

Insbesondere darf eine Werbung, die eine Aufforderung zum Erwerb von Anteilen eines OGAW und spezifische Informationen über ein OGAW enthält, keine Aussagen treffen, die im Widerspruch zu Informationen des Prospekts und des in § 134 Abs. 1 InvFG 2011 genannten Kundeninformationsdokuments stehen oder die Bedeutung dieser Informationen herabstufen.

Die Werbung für Anteile an OGAW, in denen auf die vergangene Wertentwicklung des Fonds Bezug genommen wird, hat einen Hinweis zu enthalten, aus welchem hervorgeht, dass die Wertentwicklung der Vergangenheit keine verlässlichen Rückschlüsse auf die zukünftige Entwicklung eines Fonds zulässt.

Ein Feeder-OGAW hat in jede Werbung den Hinweis aufzunehmen, dass er dauerhaft mindestens 85 vH seines Vermögens in Anteile eines bestimmten Master-OGAW anlegt.

Zusätzlich ist in der Werbung an hervorgehobener Stelle auf folgende Tatsachen hinzuweisen:

- die Anlagestrategie des OGAW, falls der OGAW hauptsächlich in den in § 67 Abs. 1 Z 3 bis 5 InvFG 2011 definierten Kategorien von Anlageinstrumenten, die keine Wertpapiere oder Geldmarktinstrumente sind, investiert oder einen Aktien- oder Schuldtitelindex nachbildet;
- eine erhöhte Volatilität, falls das Nettovermögen eines OGAW aufgrund der Zusammensetzung seines Portfolios oder der verwendeten Portfoliomanagementtechniken eine erhöhte Volatilität aufweist;
- auf die Bewilligung der Fondsbestimmungen durch die FMA im Falle eines OGAW im Sinne des § 76 InvFG 2011.

Ein OGAW im Sinne des § 76 InvFG 2011 hat außerdem die Mitgliedstaaten, Gebietskörperschaften oder internationalen Einrichtungen öffentlich-rechtlichen Charakters, in deren Wertpapieren der OGAW mehr als 35 vH seines Sondervermögens anzulegen beabsichtigt oder angelegt hat, anzugeben.

Die Bezeichnungen „Kapitalanlagegesellschaft“, „Kapitalanlagefonds“, „Investmentfondsgesellschaft“, „Investmentfonds“, „Miteigentumsfonds“, „Wertpapierfonds“, „Aktienfonds“, „Obligationenfonds“, „Investmentanteilscheine“, „Investmentzertifikate“, „Pensionsinvestmentfonds“, „Spezialfonds“, „Indexfonds“, „Anleihefonds“, „Rentenfonds“, „Dachfonds“,

„thesaurierende Kapitalanlagefonds“, „Geldmarktfonds“, „Geldmarktfonds mit kurzer Laufzeitstruktur“ oder gleichbedeutende Bezeichnungen oder Abkürzungen von solchen Bezeichnungen dürfen nur für Kapitalanlagefonds und deren Anteilscheine verwendet sowie nur in die Firma von Verwaltungsgesellschaften aufgenommen werden. Die Bezeichnung „OGAW“ darf nur für OGAW und deren Anteile verwendet werden. Der Zusatz „mündelsicher“ oder gleichbedeutende Bezeichnungen oder Abkürzungen dürfen in der Bezeichnung von Kapitalanlagefonds und deren Anteilscheinen nur für Kapitalanlagefonds gemäß §§ 46 Abs. 3 und § 50 Abs. 5 InvFG 2011 verwendet werden.

Hinweis: Auch nicht von der FMA zu vollziehende nationale Bestimmungen sind zu beachten (zB. Bundesgesetz gegen den unlauteren Wettbewerb 1984 - UWG idgF).