

Dokumentnummer: 03 / 2011
Veröffentlichungsdatum: 01.09.2011

FMA-
RUNDSCHREIBEN
IN HINBLICK AUF DIE
WERBUNG FÜR
ANTEILSCHEINE AN
INVESTMENTFONDS
UND
IMMOBILIENFONDS



Dieses Rundschreiben stellt keine Verordnung dar. Es soll als Orientierungshilfe dienen und gibt die Rechtsauffassung der FMA wieder. Über die gesetzlichen Bestimmungen hinausgehende Rechte und Pflichten können aus Rundschreiben nicht abgeleitet werden.

Rundschreiben vom 1. September 2011 an alle Wertpapierfirmen und Wertpapierdienstleistungsunternehmen betreffend Werbung für Anteilscheine an Investmentfonds und Immobilienfonds

Die Finanzmarktaufsichtsbehörde (FMA) weist mit diesem Rundschreiben auf die aufsichtsrechtlichen Rahmenbedingungen hinsichtlich der Thematik der Werbung für Anteilscheine an Investmentfonds und Immobilienfonds hin. Dieses Rundschreiben gibt die Rechtsansicht der FMA wieder. Die rechtlichen Grundlagen bleiben dadurch unberührt. Über die gesetzlichen Bestimmungen hinausgehende Rechte und Pflichten können aus diesem Rundschreiben nicht abgeleitet werden.

Gemäß § 128 Abs. 1 Investmentfondsgesetz 2011 – InvFG 2011 (BGBl I Nr. 77/2011 idgF) darf Werbung für Anteilscheine an Investmentfonds nur unter gleichzeitigem Hinweis auf den veröffentlichten Prospekt und das zur Verfügung zu stellende Kundeninformationsdokument (KID) erfolgen. Es ist hierbei anzugeben, auf welche Weise und in welcher Sprache die Prospekte und das KID erhältlich und zugänglich sind. Ebenso sieht § 36 Abs. 1 Immobilieninvestmentfondsgesetz – ImmoInvFG (BGBl I Nr. 80/2003 idgF) vor, dass Werbung für Anteilscheine an Immobilienfonds nur unter gleichzeitigem Hinweis auf den veröffentlichten Prospekt, auf dessen allfällige Änderungen sowie auf das Veröffentlichungsorgan, das Erscheinungsdatum, das Datum der Mitteilung gemäß § 10 Abs. 4 Kapitalmarktgesetz – KMG (BGBl. Nr. 625/1991 idgF) sowie auf allfällige Abholstellen erfolgen darf.

Unter Werbung ist jede Maßnahme zu verstehen, die durch planmäßige Beeinflussung von Personen den Absatz eines Produkts fördern soll. Als Werbemittel kommt jede Form geeigneter Medien in Betracht, insbesondere Prospekte, Zeitungsinserate, Postwurfsendungen, Faltblätter, Plakate, aber auch Werbemaßnahmen im Internet.

Es gilt hierbei das Gebot der Redlichkeit und Eindeutigkeit. Werbemaßnahmen müssen als solche erkennbar sein, dürfen nicht irreführend sein und nicht im Widerspruch zum Prospekt oder KID stehen. Sie sind weiters klar von den obligatorischen Informationen im Prospekt, KID sowie der Jahres- und Halbjahresberichte zu trennen (§ 128 Abs. 2 / § 36 Abs. 1 ImmoInvFG iVm § 4 Abs. 2 bis 4 KMG).

§ 128 Abs. 3 InvFG 2011 und § 36 Abs. 2 ImmoInvFG 2011 bestimmen, dass die Werbung für Anteile an in- oder ausländischen Investmentfonds sowie an Immobilienfonds, in denen auf die vergangene Wertentwicklung des Fonds Bezug genommen wird, einen Hinweis zu enthalten hat, aus welchem hervorgeht, dass

die Wertentwicklung der Vergangenheit keine verlässlichen Rückschlüsse auf die zukünftige Entwicklung eines Fonds zulässt.

Die FMA weist darauf hin, dass die Maßstäbe des § 128 InvFG 2011 bei der Werbung für Anteilsscheine von Wertpapierfirmen und Wertpapierdienstleistungsunternehmen, gleichermaßen zu beachten sind (vgl. § 41 WAG 2007). Bei der Werbung für Anteilscheine an inländischen Spezialfonds ist § 128 InvFG 2011 ebenso mit der Maßgabe zu beachten, dass die Bestimmungen betreffend Prospekt und KID keine Anwendung finden. Weiters sind § 128 Abs. 1 bis 3 InvFG 2011 beim Vertrieb von ausländischen AIF-Anteilscheinen im Inland zu beachten (§ 183 Abs. 2 InvFG 2011).

Ein Verstoß gegen die Bestimmungen bezüglich der Werbung für Anteilscheine stellt eine Verwaltungsübertretung gemäß § 190 Abs. 1 Z 3 oder 4 InvFG 2011 / § 38 Abs. 1 S. 1 ImmoInvFG dar und kann mit einer Geldstrafe bis zu € 30.000,- geahndet werden.