



ÖSTERREICHISCHE
FMA · FINANZMARKTAUFSICHT

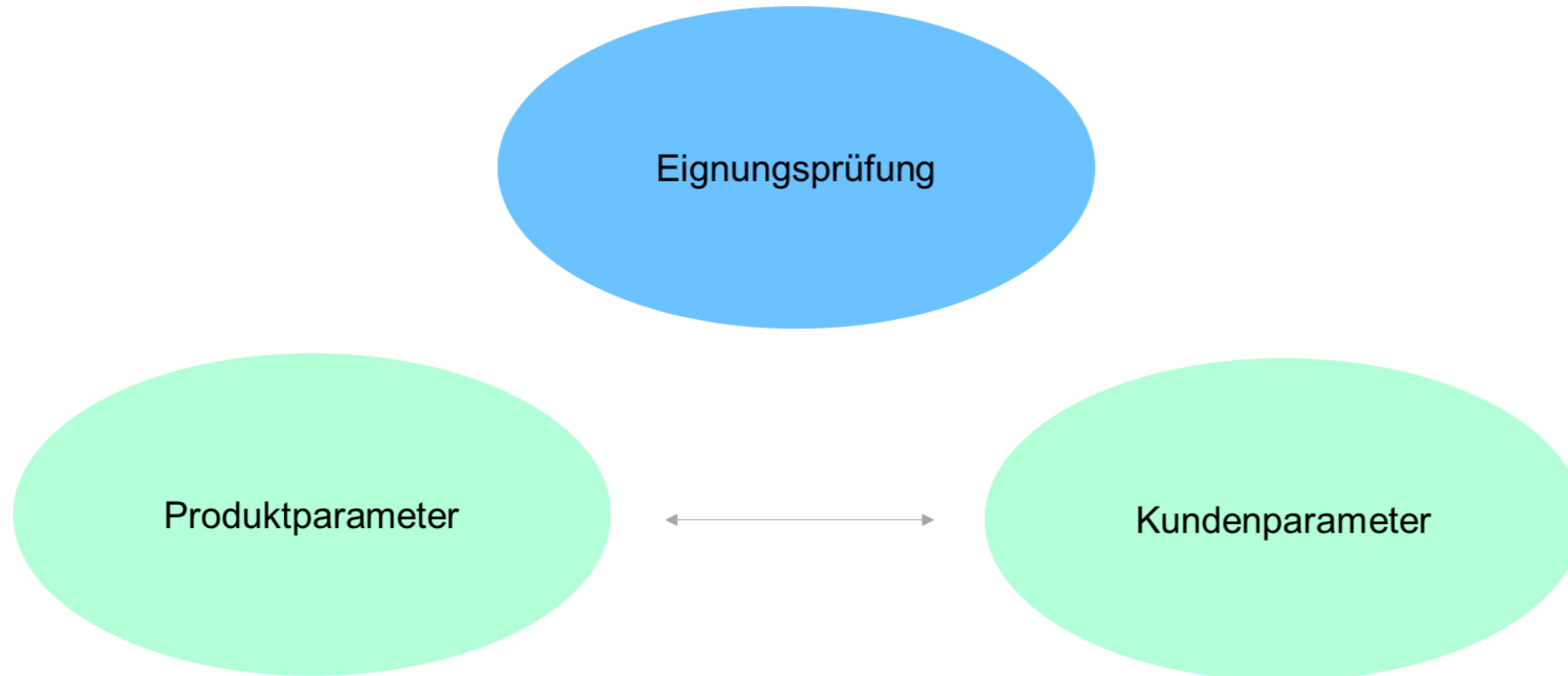
FMA-DIALOG FÜR WERTPAPIERUNTERNEHMEN 2026

DIE RETAIL INVESTMENT STRATEGIE IN DER MIFID

Mag. Roland Dämon
Senior Experte
Wertpapierunternehmen und Finanzinnovationen
Wien, 07. Mai 2026



WORUM GEHT'S EIGENTLICH IN DER MIFID?



WARUM IST DIE REGELUNG DANN SO UMFANGREICH?

- Die MiFID baut eine Menge Schutzschichten rund um dieses Ziel
- **Eignungsprüfung**
 - Informationseinholung / Produkteinstufung
 - **Marketingmitteilungen nicht zu marktschreierisch gestalten**
 - Organisatorische Rahmenbedingungen zur Erstellung von Marketing
 - **Interessenkonflikte erkennen und lösen**
 - **Interessenkonfliktpolicy**
 - **UND: Bescheide bei Verdacht, dass in Zukunft gegen Rechtsnormen verstoßen werden wird (IFR/IFD)**

WARUM IST DIE REGELUNG DANN SO UMFANGREICH?

- Aber auch außerhalb des Konzepts der Schutzschichten ist alles mögliche dazugekommen:
 - Sustainable Finance,
 - SFDR,
 - PRIIPs,
 - DORA,
 - AML,
 - Solvenzbestimmungen,
 - Melderegime,
 - SREP,
 -

UND TROTZDEM NOCH HANDLUNGSBEDARF?

- MiFID III als echtes Corona Opfer
- Stattdessen Retail Investment Strategy
- Vorschlag der EC vom Frühling 2023
- https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-9-2024-0162_EN.html

WAS WIRD DENN ALLES GEÄNDERT?

- Kundeninformationen
- Beschwerdewesen
- Marketingmitteilungen
- Inducements
- Product Governance
- Eignungstest
- Ausbildungserfordernisse
- Kundenkategorisierung
- Aufsichtsbefugnisse
- Finanzbildung

UND WIE IST DER ZEITPLAN?

- Der politische Trilog wurde im Dezember 2025 abgeschlossen
- **Der technische Trilog wurde im April 2026 abgeschlossen**
- Beschlussfassung im ECOFIN
- Beschlussfassung im Europäischen Parlament
- Übersetzung in die Mitgliedssprachen
- **Veröffentlichung im Amtsblatt der Europäischen Union**
- Parallel Entwicklung von L2 Maßnahmen
- **Umsetzungsfrist 30 Monate?**

UND WAS KANN ICH IN DER ZWISCHENZEIT SO TUN?

- Weiteren logistischen Prozess verfolgen (L1 / L2)
- Netzwerke nutzen
- Das eigene Geschäftsmodell hinterfragen – wo betroffen?
- Product Governance – einheitliche Lösungen anstreben
- Inducements – derzeitige Handhabung hinterfragen
- Kundeninformationen – redlich, eindeutig und nicht irreführend
- Austausch mit Behörden suchen