

FIDLEG Q&A

(Version vom 30. Mai 2022)

Hinweise

Dieses Dokument gibt Antworten auf Fragen im Zusammenhang mit strukturierten Produkten zum Finanzdienstleistungsgesetz (FIDLEG) und unterstützt damit die Mitglieder des SVSP bei der Auslegung und Anwendung des FIDLEG.

Diese "FIDLEG Q&A" werden laufend ergänzt und aktualisiert. Die in diesem Dokument gegebenen Antworten wurden nicht von der Eidgenössischen Finanzmarktaufsicht FINMA, einer Prüfstelle oder einer anderen relevanten Behörde kommentiert oder genehmigt. Die in diesem Arbeitspapier gegebenen Antworten sind unverbindlich und ersetzen nicht die rechtliche Beurteilung im Einzelfall.

Inhalt

1.	ALLGEMEINE BESTIMMUNGEN	3
1.1	Art. 3 lit. a Ziff. 2 FIDLEG: Forderungspapierbegriff	3
1.2	Art. 3 lit. c FIDLEG: Begriff der Finanzdienstleistung	
1.3	Art. 3 lit. g FIDLEG: Angebotsbegriff	5
1.4	Art. 4 FIDLEG: Kundensegmentierung	7
2.	VERHALTENSREGELN	8
2.1	Art. 8 FIDLEG: Informationspflichten	8
2.2	Art. 9 Abs. 1 FIDLEG / Art. 13 FIDLEV: Zeitpunkt der Information	9
2.3	Art. 13 FIDLEG: Ausnahmen von der Angemessenheits- und Eignungsprüfung	9
2.4	Finden die Bestimmungen über den Beizug von Dritten in Art. 23 FIDLEG und	
	die Dienstleisterkette in Art. 24 FIDLEG Anwendung auf das Anbieten von	
	strukturierten Produkte über Vertriebspartner?	10
3.	Prospekt für Effekten	11
3.1	Art. 35 FIDLEG: Prospektpflicht und freiwillige Prospekte	11
3.2	CHF 8 Mio. Schwellenwert	11
3.3	Art. 40 FIDLEG / Anhang 3 FIDLEV: Angabe des Emissionsvolumens	12
3.4	Art. 36 Abs. 1 lit. a FIDLEG: Angebot an professionelle Kunden	12
3.5	Art. 45 FIDLEG / Art. 55 f FIDLEV: Basisprospekt und endgültige Bedingungen	13
3.6	Art. 56 FIDLEG / Art. 63 FIDLEV: Nachtragspflicht	13
3.7	Art. 54 FIDLEG / Art. 70 FIDLEV: Ausländische Prospekte	14
4.	BASISINFORMATIONSBLATT ("BIB")	16
4.1	Art. 58 FIDLEG: Ersteller und Anbieter	16
4.2	Unterscheidet sich der Begriff "Anbieten" in Art. 58 FIDLEG (und Art. 80 und	
	91 FIDLEV) vom Begriff "Angebot" i.S.v. Art. 3 lit. g FIDLEG?	17

1



4.3	Art. 59 Abs. 2 FIDLEG / Art. 87 i.V.m. Anhang 10 FIDLEV	17
4.4	Art. 59 FIDLEG / Art. 80 Abs. 2 FIDLEV: Ausnahmen	17
4.5	Art. 62 FIDLEG: Anpassungen	18
5.	Anbieten von Strukturierten Produkten	18
5.1	Art. 70 FIDLEG / Art. 96 FIDLEV: Anbieten von strukturierten Produkten	18
6.	Indirekter Fondsvertrieb	19
7.	SÄULE 3A LEBENSVERSICHERUNGSPRODUKT	19
8.	WERBUNG	20
8.1	Art. 68 FIDLEG / Art. 95 FIDLEV: Anforderungen an die Werbung mit	
	Finanzinstrumenten	20
9.	ETIKETTIERUNGSPFLICHT	20
9.1	Gibt es unter dem FIDLEG Regime weiterhin eine Etikettierungspflicht?	20
10.	ÜBERGANGSBESTIMMUNGEN IN DER FIDLEV	21
10.1	Art. 109 FIDLEV: Prospektpflicht während der Übergangsfrist	21
10.2	Art. 111 FIDLEV: Vereinfachter Prospekt während der Übergangsfrist	21
11.	HAFTUNG	22
12.	Schlussbestimmungen	22
12.1	Art. 95 FIDLEG: Übergangsbestimmungen	22



1. ALLGEMEINE BESTIMMUNGEN

1.1 Art. 3 lit. a Ziff. 2 FIDLEG: Forderungspapierbegriff

- Sind strukturierte Produkte und Hebelprodukte¹ als Forderungspapiere i.S.v. Art. 3 lit. a Ziff. 2 FIDLEG zu qualifizieren?
- Ja. Als Forderungspapiere gelten gemäss Art. 3 lit. a Ziff. 2 FIDLEG Effekten, welche nicht als Beteiligungspapiere nach Art. 3 lit. a Ziff. 1 FIDLEG qualifizieren. Im Umkehrschluss gilt, dass der Begriff "Forderungspapier" alle anderen Arten von Effekten umfasst und damit auch strukturierte Produkte und Hebelprodukte, welche als Effekten ausgegeben werden.
- Die Frage ist relevant im Zusammenhang mit Art. 45 FIDLEG (Prospekt in der Form eines Basisprospekts), Art. 55 Abs. 2 FIDLEG (Gültigkeit des Prospekts), Art. 59 Abs. 1 FIDLEG (Ausnahme von der Pflicht zur Erstellung eines Basisinformationsblatts).

1.2 Art. 3 lit. c FIDLEG: Begriff der Finanzdienstleistung

- Welche Tätigkeiten gelten als Finanzdienstleistung im Sinne des Erwerbs und der Veräusserung von Finanzinstrumenten (vor dem Hintergrund, dass der Begriff "Vermittlung" in der finalen Version der FIDLEV nicht mehr genannt wird)?
- Die Finanzdienstleistung "Erwerb oder Veräusserung von Finanzinstrumenten" wird in der Verordnung umschrieben als jede direkt an bestimmte Kunden gerichtete Tätigkeit, die spezifisch auf den Erwerb oder die Veräusserung eines Finanzinstruments abzielt (vgl. Art. 3 Abs. 2 FIDLEV i. V. m. Art. 3 lit. c Ziff. 1 FIDLEG). Mit dieser breiten Umschreibung der Finanzdienstleistung "Erwerb und Veräusserung von Finanzinstrumenten" in der Verordnung soll die Lücke geschlossen werden, welche das Verschwinden des Vertriebsbegriffes aus dem Kollektivanlagengesetz hinterlässt. Dabei gilt es zu beachten, dass es sich bei einer Finanzdienstleistung immer um eine Tätigkeit für einen Kunden handeln muss. Dieser Aspekt ist zentral für die Abgrenzung der Finanzdienstleistung von der Werbung oder dem Angebot.
- Im Übrigen unterscheidet sich die Finanzdienstleistung vom Angebot (vgl. sogleich) dadurch, dass eine Finanzdienstleistung nur vorliegt, wenn eine über die blosse Einladung zum Erwerb hinausgehende und direkt an bestimmte Kunden gerichtete Handlung vorgenommen wird (bspw. die Beratung eines Kunden, die in direktem Zusammenhang mit dem Erwerb eines Finanzinstruments durch diesen Kunden steht).

3

Als Hebelprodukte werden diejenigen Finanzinstrumente verstanden, welche unter die entsprechende Kategorie der SVSP Swiss Derivatives Map fallen.



- 5 Stellt Werbung bzw. das Werben für Finanzinstrumente eine Finanzdienstleistung im Sinne des Erwerbs und der Veräusserung von Finanzinstrumenten dar?
- Nein. Eine Finanzdienstleistung setzt voraus, dass *für einen Kunden* eine Dienstleistung erbracht wird und damit zwischen Finanzdienstleister und Kunden eine vertragliche Beziehung begründet wird. Werbung erfolgt im Eigeninteresse des Werbenden. Werbung führt nicht dazu, dass mit den Adressaten der Werbung (Publikum) eine Kundenbeziehung begründet wird.
- 9 Stellt die Veräusserung eines Finanzinstruments durch den Emittenten an einen Finanzdienstleister eine Finanzdienstleistung dar?
- Nein. Die Veräusserung von Finanzinstrumenten durch den Emittenten an einen Finanzdienstleister, welcher in eigenem Namen für eigene Rechnung oder in eigenem Namen für Rechnung eines Kunden handelt, stellt keine Finanzdienstleistung im Sinne von Art. 3 lit. c FIDLEG dar. Der Emittent handelt in eigenem Namen auf eigene Rechnung und damit nicht für einen Kunden. Der Finanzdienstleister, welcher das Finanzinstrument vom Emittenten erwirbt und dabei auf Rechnung seines Kunden handelt, erbringt hingegen eine Finanzdienstleistung gegenüber seinem Kunden.
- Gilt das Platzieren von Finanzinstrumenten als Finanzdienstleistung?
- Nein. Das Platzieren von Finanzinstrumenten mit oder ohne feste Übernahmeverpflichtung sowie damit zusammenhängende Dienstleistungen qualifizieren nicht als
 Finanzdienstleistung i.S.v. Art. 3 lit. c FIDLEG, weil bzw. sofern diese Tätigkeit nicht
 für Kunden erbracht wird, wobei mit Kunden die Anleger gemeint sind (vgl. Art. 3 Abs.
 3 lit. b FIDLEV). Das FIDLEG dient nicht dem Schutz der Emittenten, sondern dem
 Schutz der Anleger.
- 13 Ist ein Angebot gemäss Art. 3 lit. g FIDLEG eine Finanzdienstleistung i.S.v. Art. 3 lit. c FIDLEG?
- Nein. Der Begriff der Finanzdienstleistung wird in Art. 3 lit. c FIDLEG abschliessend definiert. Es werden fünf Tätigkeiten aufgeführt, welche eine Finanzdienstleistung darstellen. Das Anbieten eines Finanzinstruments wird nicht erwähnt. Entsprechend stellt allein das Anbieten eines Finanzinstruments keine Finanzdienstleistung dar.
- Zudem gilt, dass es sich bei Finanzdienstleistungen immer um eine Tätigkeit handeln muss, welche für Kunden erbracht wird (vgl. Einleitung von Art. 3 lit. c FIDLEG). Ein Angebot wird in Art. 3 lit. g FIDLEG umschrieben als eine Einladung zum Erwerb eines Finanzinstruments, die ausreichende Informationen über die Angebotsbedingungen und das Finanzinstrument selber enthält. Ein Angebot stellt damit "lediglich" eine Einladung zum Erwerb eines Finanzinstruments dar und nicht den Erwerb oder die Veräusserung selber. Der Begriff des Angebots dient im Wesentlichen dazu, die Pflicht zur Erstellung eines Prospektes und eines BIB zu begründen. Mangels einer



Tätigkeit für Kunden kann daher ein Angebot für sich alleine nicht als Finanzdienstleistung qualifizieren.

Das gleiche gilt auch für Werbung bzw. das Werben für Finanzinstrumente (siehe oben).

1.3 Art. 3 lit. g FIDLEG: Angebotsbegriff

- Gilt das Aufschalten eines strukturierten Produkts auf einer internetbasierten Plattform bereits als Angebot nach Art. 3 lit. g FIDLEG?
- Allenfalls. Als Angebot gilt gemäss Art. 3 lit. g FIDLEG jede Einladung zum Erwerb eines Finanzinstruments, die ausreichende Informationen über die Angebotsbedingungen und das Finanzinstrument selber enthält. Ein Angebot setzt eine Offerte bzw. eine Einladung zur Offertstellung (*invitatio ad offerendum*) i.S. des Obligationenrechts (vgl. Art. 3 OR) voraus. Nur das auf einen Kauf- oder Verkaufsentscheid eines Anlegers ausgerichtete Handeln soll als Angebot gelten.
- Nicht als Angebot gilt die namentliche Nennung von Finanzinstrumenten ohne oder in Verbindung mit faktischen, allgemeinen Informationen wie ISIN und Preisen (vgl. Art. 3 Abs. 6 lit. b FIDLEV). Ausgenommen sind und daher als Angebot gelten Umgehungssachverhalte, wo die Nennung von Finanzinstrumenten in Verbindung mit faktischen, allgemeinen Informationen wie ISIN und Preisen auf den Verkauf des Finanzinstruments abzielen bzw. vom Kunden als Angebot verstanden werden müssen. Dies kann beispielsweise der Fall sein, wenn Kunden mit einer einzigen Folgehandlung den Erwerb eines Finanzinstrumentes auslösen können.
- Ob in diesem Sinne etwa das Bereitstellen von Informationen zu Finanzinstrumenten auf einer Plattform als Angebot gilt oder nicht, wird nach den Umständen, insbesondere nach der konkreten Ausgestaltung der Informationen und der Plattform, zu entscheiden sein. Allein das Aufschalten von Informationen zu strukturierten Produkten auf einer Plattform sollte aber nicht a priori als Angebot gelten. Massgeblich ist insbesondere auch die Art und Weise, wie der Zugang zur Plattform gewährt wird.
- 21 Beispielhafte Darstellung von internetbasierten Plattformen bzw. relevante Kriterien für die Beurteilung, ob ein Angebot gemacht wird
- Nachfolgend wird anhand konkreter Beispiele dargestellt, wann das Zugänglichmachen von Finanzinstrumenten über eine internetbasierte Plattform nicht als Angebot gelten sollte.
- Falls Informationen zum Finanzinstrument für den interessierten Anleger auf einer Internetplattform ausschliesslich über eine Sucheingabe (z.B. bei der Suche nach ISIN/Valor oder Produktname) abrufbar sind, liegt kein Angebot des Betreibers der Internetplattform vor (*Reverse Solicitation*). Das Resultat der Sucheingabe soll keine



anderen Rechtsfolgen begründen, als die (mündliche oder schriftliche) Auskunft zu einem Finanzinstrument auf Anfrage eines interessierten Anlegers.

- Allerdings gilt es zu beachten, dass eine *Reverse Solicitation* nur dann vorliegt, wenn keine Werbung durch den "Anbieter" oder einem von diesem Beauftragten in Bezug auf das konkrete Finanzinstrument vorausgegangen ist (vgl. Art. 3 Abs. 6 lit. a FIDLEV).
- Muss der Kunde sich bei einer internetbasierten Plattform erst mit seinem Kundenpasswort einloggen, wird man gemäss den Erläuterungen zur FIDLEV davon ausgehen dürfen, dass kein öffentliches Angebot gestellt wird, infolge des klar beschränkten Personenkreises.

26 Gilt eine internetbasierte Plattform für Finanzinstrumente als Werbung?

Eine internetbasierte Plattform für Finanzinstrumente gilt nicht a priori als Werbung. Entscheidend ist, welche Informationen aufgeschaltet werden. Die Darstellung der Eckwerte des Finanzinstruments und das Aufschalten der regulatorisch geforderten Dokumente, stellt grundsätzliche keine Werbung dar. Werden zusätzliche Dokumente aufgeschaltet, so könnten diese als Werbung qualifizieren. Werden neben den Eckwerten weitere Informationen zum Finanzinstrument dargestellt, könnte dies dazu führen, dass das Darstellen des Finanzinstrumentes als Werbung qualifiziert. Letztlich kommt es auf die konkrete Ausgestaltung der fraglichen internetbasierten Plattform an.

28 Wann qualifiziert Werbung für ein Finanzinstrument als Angebot?

- Gemäss Art. 68 FIDLEG bzw. Art. 95 FIDLEV gilt als Werbung jede an Anleger gerichtete Kommunikation, die darauf gerichtet ist, auf bestimmte Finanzinstrumente aufmerksam zu machen. Nicht jede Werbung ist auch ein Angebot. Enthält jedoch eine Werbung ausreichende Informationen über die Angebotsbedingungen und das Finanzinstrument, so liegt auch ein Angebot vor. Liegt ein Angebot vor, so ist nicht darauf hinzuweisen, dass es sich hierbei auch um Werbung handelt bzw. handeln kann.
- Bei Werbung, die nicht gleichzeitig als Angebot qualifiziert, muss darauf hingewiesen werden, dass es sich um Werbung handelt und es kann sich empfehlen, ebenfalls darauf hinzuweisen, dass kein Angebot gemacht wird. Zudem muss bei einer Werbung für ein Finanzinstrument auf den Prospekt (gemeint ist ein Prospekt nach FIDLEG i.S.v. Art. 43 FIDLEV) und das Basisinformationsblatt hingewiesen werden (vgl. Art. 68 FIDLEG).



- Wann wird aus einem Angebot eine Finanzdienstleistung im Sinne von Art. 3 lit. c. Ziff. 1 FIDLEG (Erwerb und Veräusserung von Finanzinstrumenten)?
- Die Annahme eines Angebots (direkt oder indirekt) durch Anleger wird zu einem Auftrag an den Finanzdienstleister, dem Kunden ein Finanzinstrument zu kaufen oder zu verkaufen (*Execution*) oder diesen Auftrag einem Dritten zur Ausführung zu übermitteln (*Reception and Transmission of Orders; RTO*).

1.4 Art. 4 FIDLEG: Kundensegmentierung

- Bestehen Unterschiede zwischen der bestehenden Kundensegmentierung gemäss dem Kollektivanlagengesetz (KAG) und der neuen Kundensegmentierung gemäss dem FIDLEG?
- Ja. Professionelle Kunden (inkl. institutionelle Kunden) gemäss FIDLEG entsprechen im Wesentlichen der Kategorie der qualifizierten Anleger gemäss Art. 10 Abs. 3 KAG. Die Ausnahme sind Anleger, welche mit einem Finanzintermediär einen auf Dauer angelegten Vermögensverwaltungs- oder Anlageberatungsvertrag abgeschlossen haben und im Rahmen dieses Vertrags als qualifizierte Anleger gemäss Art. 10 Abs. 3^{ter} KAG gelten und nicht erklärt haben, als nicht-qualifizierte Anleger gelten zu wollen. Diese Investoren gelten unter FIDLEG initial als Privatkunden. Da strukturierte Produkte nicht mehr im KAG geregelt sind, ist für strukturierte Produkte ausschliesslich die neue Kundensegmentierung des FIDLEG massgebend. Vermögensverwaltungs- und Anlageberatungskunden dürfen in diesem Kontext nur als professionelle Kunden behandelt werden, wenn sie die notwendigen Voraussetzungen für ein Opting-out gemäss Art. 5 Abs. 2 FIDLEG erfüllen und ein solches erklärt haben.
- Art. 4 Abs. 2 FIDLEV sieht immerhin vor, dass Kunden, die durch eine bevollmächtigte Person handeln, mit dem Finanzdienstleister vereinbaren können, dass sich ihre Kategorisierung nach den Kenntnissen und Erfahrungen dieser Person richtet. Gemäss Erläuterungsbericht zu FIDLEV sind damit insbesondere Kunden gemeint, die einen unabhängigen Vermögensverwalter als Bevollmächtigten eingesetzt haben. Verfügt der Privatkunde jedoch nicht über ein Vermögen von mindestens CHF 500'000, so kann er seine Kundenklassifizierung trotz bevollmächtigter Person nicht ändern, d.h. er kann kein Opting-out gemäss Art. 5 Abs. 2 FIDLEG erklären. Immerhin werden bei einer Anlageberatung die Kenntnisse und Erfahrungen des Bevollmächtigten bei der Angemessenheits- und Eignungsprüfung berücksichtigt (Art. 16 FIDLEV).
- Ab Inkrafttreten des FIDLEG am 1. Januar 2020 ist die Kategorie "qualifizierte Anleger" nach KAG nicht mehr relevant im Zusammenhang mit strukturierten Produkten, ausser im Zusammenhang mit dem indirekten Fondsvertrieb (siehe Ziffer 6. unten). Sowohl mit Bezug auf die Prospekterstellungspflicht wie auch die Pflicht zur Erstellung eines BIB sind alleine die FIDLEG Kategorien "professioneller Kunde" und "Privatkunde" relevant.



Darf ein Kunde mehr als einem Kundensegment zugeordnet werden?

Ja. Gemäss dem Erläuterungsbericht zu FIDLEV darf ein Kunde zu einem Finanzdienstleister mehr als nur eine Kundenbeziehung (je mit einer oder mehreren Finanzdienstleistungen) haben und somit beim selben Finanzdienstleister je nach Kundenbeziehung unterschiedlichen Kundensegmenten zugewiesen werden. Dies gilt analog für den Fall eines Opting-out, d.h., ein Kunde mit mehreren Kundenbeziehungen
kann ein Opting-out auch nur für eine Kundenbeziehung erklären und entsprechend
verschiedenen Kundensegmenten zugeordnet werden.

2. VERHALTENSREGELN

2.1 Art. 8 FIDLEG: Informationspflichten

- Wann gilt ein Basisinformationsblatt als vorhanden i.S.v. Art. 8 Abs. 4 FIDLEG?
 Besteht eine Nachforschungspflicht des Finanzdienstleisters betreffend Vorhandensein des Basisinformationsblattes?
- Die Informationspflichten von Art. 8 FIDLEG verlangen u.a., dass Finanzdienstleister, welche Privatkunden Finanzinstrumente persönlich empfehlen, auch das BIB zur Verfügung stellen müssen (wo ein solches gemäss Art. 58 f. FIDLEG erstellt werden muss). Bei den sog. execution-only Geschäften, d.h. wenn die Dienstleistung ausschliesslich in der Ausführung oder Übermittlung von Kundenaufträgen besteht (ohne Beratung), entfällt grundsätzlich diese Pflicht, ausser ein BIB für das fragliche Finanzinstrument ist bereits vorhanden.
- Gemäss Art. 11. Abs. 2 FIDLEV gilt ein BIB als vorhanden, wenn es mit verhältnismässigem Aufwand gefunden werden kann. Der verhältnismässige Aufwand kann nicht bedeuten, dass der Finanzdienstleister eine eigentliche Nachforschungspflicht hat und jeweils zwingend eine manuelle Internetsuche machen muss. Es ist ausreichend, wenn der Finanzdienstleister einen Zugang zu einer Dokumentenplattform (Repository) hat, welche BIBs zentral zur Verfügung stellt und der Finanzdienstleister damit automatisch Zugriff auf die bei der Plattform vorhandenen BIBs hat und dann jeweils dort das BIB abruft.
- 42 Braucht der Finanzdienstleister vom Kunden eine Bestätigung, dass er das Basisinformationsblatt gelesen hat, wenn dieses elektronisch zur Verfügung gestellt wird?
- Nein. Art. 8 Abs. 3 FIDLEG verlangt, dass das BIB *zur Verfügung* gestellt wird. Eine Bestätigung, dass der Kunde das BIB *gelesen* hat, ist nicht notwendig.
- Kommt es für die Frage, ob ein BIB abgegeben werden muss, auf die Klassifizierung (Privatkunde) des Kunden oder seines Bevollmächtigten an? Beispiel:



Muss ein BIB abgegeben werden, wenn sich ein Privatkunde durch eine Person vertreten lässt, die als professioneller Kunde klassifizieren würde?

Es kommt auf die Einstufung des Kunden selber an. Die Einstufung kann nicht auf den Status des Bevollmächtigten abgestellt werden, zumal die vom Kunden bevollmächtigte Person selber nicht Kunde des Finanzdienstleisters ist.

2.2 Art. 9 Abs. 1 FIDLEG / Art. 13 FIDLEV: Zeitpunkt der Information

- Was ist unter "genügend Zeit" in Art. 13 FIDLEV zu verstehen?
- Gemäss Art. 9 Abs. 1 FIDLEG müssen Finanzdienstleister ihren Informationspflichten vor dem Abschluss eines Vertrags oder vor dem Erbringen einer Finanzdienstleistung nachkommen. Dabei sind Kunden so zu informieren, dass ihnen genügend Zeit bleibt, um die Informationen zu verstehen (Art. 13 FIDLEV).
- Bei der Auslegung des Begriffes "genügend Zeit" muss ein objektiver Massstab angelegt und vom Durchschnittskunden der betreffenden Kategorie ausgegangen werden. Es kann nicht auf den individuellen Kunden ankommen. Kunden haben immer dann genügend Zeit, wenn sie den Abschluss eines Vertrages oder eine Transaktion so lange herauszögern können, bis sie die Informationen zur Kenntnis genommen haben. Ob sie die Informationen auch tatsächlich zur Kenntnis nehmen, ist irrelevant.
- Kann bei einer execution-only Transaktion unter Abwesenden das Basisinformationsblatt, sofern ein solches vorhanden ist, mit Zustimmung des Kunden auch nachträglich zur Verfügung gestellt werden?
- Ja. Gemäss Art. 11 Abs. 3 FIDLEV ist es zulässig, das BIB bei einer execution-only Transaktion mit Zustimmung des Kunden erst nach Abschluss des Geschäftes zur Verfügung zu stellen. Die Zustimmung des Kunden kann in genereller Weise und im Voraus erfolgen und die Zustimmung kann jederzeit widerrufen werden (Art. 15 Abs. 3 FIDLEV). Zustimmung in genereller Weise bedeutet, dass die Zustimmung nicht nur eine Transaktion betrifft, sondern bis zu einem allfälligen Widerruf für sämtliche zukünftigen Transaktionen gilt.

2.3 Art. 13 FIDLEG: Ausnahmen von der Angemessenheits- und Eignungsprüfung

- Muss bei einem execution-only Geschäft der Hinweis, dass weder eine Angemessenheits- noch eine Eignungsprüfung erfolgt, vor jeder Transaktion erfolgen oder genügt einmal?
- Bei blosser Ausführung oder Übermittlung von Kundenaufträgen (sog. execution-only Geschäften) müssen die Finanzdienstleister weder eine Angemessenheits- noch eine Eignungsprüfung durchführen (Art. 13 Abs. 1 FIDLEG). Sie informieren die Kunden vor der Erbringung solcher Dienstleistungen, dass keine Angemessenheits- oder Eignungsprüfung durchgeführt wird (Art. 13 Abs. 2 FIDLEG). Diese Information muss



nicht vor jeder Transaktion erfolgen bzw. jedes Mal, wenn ein *execution-only* Geschäft abgeschlossen wird, sondern kann auch einmalig, zum Beispiel in einer Informationsbroschüre, erfolgen. Wird der Kunde nur einmalig informiert, so hat der Finanzdienstleister bei der Information ausdrücklich darauf hinzuweisen (vgl. Art .17 Abs. 5 FIDLEV). Dabei kann die Information in standardisierter Form erfolgen.

- 2.4 Finden die Bestimmungen über den Beizug von Dritten in Art. 23 FIDLEG und die Dienstleisterkette in Art. 24 FIDLEG Anwendung auf das Anbieten von strukturierten Produkte über Vertriebspartner?
- Gemäss Art. 23 Abs. 1 FIDLEG können Finanzdienstleister für die Erbringung von Finanzdienstleistungen Dritte beiziehen. Die Anwendbarkeit dieser Bestimmung setzt voraus, dass eine Finanzdienstleistung i.S. des FIDLEG erbracht wird. Emittenten, die ihre strukturierten Produkte ihren Vertriebspartnern (Finanzintermediäre wie beispielsweise Banken) veräussern, erbringen keine Finanzdienstleistung und sind somit auch keine Finanzdienstleister i.S. des FIDLEG (vgl. dazu auch Ziffer 1.2 "Begriff der Finanzdienstleistung"). Das FIDLEG bezweckt nicht Vertriebspartner bzw. Finanzintermediäre, die Finanzinstrumente von Emittenten erwerben, um diese ihren eigenen Kunden (Investoren) weiter anzubieten oder zu veräussern, zu schützen. Aus diesem Grund findet Art. 23 FIDLEG keine Anwendung auf Emittenten, sofern diese nicht selbst als Finanzdienstleister tätig sind.
- Gleiches gilt für die Bestimmung der Dienstleisterkette im Zusammenhang mit Vertriebsverträgen. Gemäss Art. 24 Abs. 1 FIDLEG bleiben Finanzdienstleister, die einem anderen Finanzdienstleister den Auftrag erteilen, für Kunden eine Finanzdienstleistung zu erbringen, für die Vollständigkeit und Richtigkeit der Kundeninformationen sowie die Einhaltung der Pflichten nach Art. 8 16 FIDLEG verantwortlich. Die Anwendbarkeit dieser Bestimmung setzt gemäss Botschaft zum Finanzdienstleistungsgesetz und zum Finanzinstitutsgesetz voraus, dass die beteiligten Finanzdienstleister den massgeblichen Pflichten des FIDLEG unterstellt sind. Art. 24 FIDLEG findet somit keine Anwendung, wenn das beauftragende oder das beauftragte Unternehmen kein Finanzdienstleister i.S.v. Art. 3 lit. d FIDLEG ist oder es sich bei dem Auftrag nicht um eine Finanzdienstleistung i.S.v. Art. 3 lit. c FIDLEG handelt. Aus den gleichen oben genannten Gründen findet Art. 24 FIDLEG keine Anwendung auf das Anbieten von strukturierten Produkte über Vertriebspartner.
- Die obigen Ausführungen befassen sich jedoch nicht mit der Frage, ob der Vertriebspartner beim Kauf von strukturierten Produkten für oder im Namen seiner Kunden eine Finanzdienstleistung erbringt oder nicht, sondern befassen sich lediglich mit der Vereinbarung zwischen dem Emittenten und dem Vertriebspartner.



3. PROSPEKT FÜR EFFEKTEN

3.1 Art. 35 FIDLEG: Prospektpflicht und freiwillige Prospekte

- Die Prospektpflicht knüpft an das öffentliche Angebot an. Eine Ausnahme von der Prospektpflicht besteht unter anderem, wenn sich das Angebot an weniger als 500 Anleger richtet (vgl. Art. 36 Abs. 1 lit. b FIDLEG). Gibt es darüber hinaus noch ein "nicht öffentliches" Angebot?
- Ja. Das Kriterium der Öffentlichkeit ist unabhängig von der Prospektausnahme bei einem Angebot an weniger als 500 Anleger relevant für die Frage, ob eine Prospekt-pflicht besteht. Bei einem Angebot an einen ausgewählten, eingeschränkten, klar begrenzten Kreis von Anlegern liegt kein Angebot an das Publikum und damit kein öffentliches Angebot vor. Entsprechend besteht mangels Öffentlichkeit des Angebots keine Prospektpflicht.
- Darf ein Prospekt freiwillig erstellt, der Prüfstelle zur Genehmigung eingereicht und im Rahmen eines nicht prospektpflichtigen Angebots verwendet werden?
- Ja. Die Verwendung von freiwilligen Prospekten ist zulässig. Die Prüfstelle prüft nicht, ob eine Prospektpflicht besteht oder nicht. Freiwillig erstellte Prospekte unterstehen nicht der Prüfpflicht gemäss Art. 51 FIDLEG, dürfen aber der Prüfstelle trotzdem zur Prüfung und Genehmigung eingereicht werden. Wird ein freiwillig erstellter Prospekt von der Prüfstelle genehmigt, gilt dieser als "*Prospekt nach FIDLEG*" i.S.v. Art. 43 Abs. 3 FIDLEV.

60 Wen trifft die Prospektpflicht?

Prospektpflichtig ist jede Person, welche in der Schweiz ein öffentliches Angebot zum Erwerb von Effekten macht oder die Zulassung von Effekten zum Handel an einem Handelsplatz in der Schweiz beantragt. Die Prospektpflicht ist nicht auf den Emittenten beschränkt, sondern trifft auch Drittpersonen.

3.2 CHF 8 Mio. Schwellenwert

(Art. 36 Abs. 1 lit. e FIDLEG)

- Steht diese Ausnahmebestimmung allen Typen von Effekten zur Verfügung, einschliesslich strukturierter Produkte und Hebelprodukte?
- Ja. Diese Ausnahme steht bei allen Arten von Effekten zur Verfügung und damit im Prinzip auch für strukturierte Produkte und Hebelprodukte, welche in der Form von Effekten öffentlich angeboten werden.



- Ist die Überschreitung des Schwellenwerts von CHF 8 Mio. in Bezug auf eine Emission zu bestimmen oder in Bezug auf die Gesamtemission eines Emittenten während einem Jahr?
- Der Schwellenwert gilt für eine bestimmte Emission und damit für die Effekten, welche im Rahmen dieser Emission angeboten werden. Es kommt auf den Wert der einzelnen Emission an und nicht auf den Wert aller öffentlich angebotenen Effekten eines Emittenten.
- Bei Emissionen, die unter diese Ausnahme fallen, gilt es zu beachten, dass gleichwohl ein Prospekt zu erstellen ist, falls die Effekten, welche unter dieser Ausnahme angeboten wurden, zum Handel zugelassen werden sollen.
- 3.3 Art. 40 FIDLEG / Anhang 3 FIDLEV: Angabe des Emissionsvolumens
- 67 Muss das Emissionsvolumen im Prospekt für strukturierte Produkte enthalten sein?
- Nein. Art. 40 Abs. 4 FIDLEG statuiert zwar, dass das Emissionsvolumen im Prospekt genannt werden muss (zumindest Kriterien und Bedingungen, an Hand derer das Emissionsvolumen ermittelt werden kann). Art. 46 lit. c FIDLEG sieht jedoch vor, dass der Bundesrat ergänzende Bestimmungen zu den Mindestangaben des Prospektes erlässt. Für strukturierte Produkte ist dies mit dem Anhang 3 FIDLEV geschehen. Hier ist das Emissionsvolumen bewusst nicht als Mindestinhalt des Prospektes aufgenommen worden, da das Emissionsvolumen bei der Emission von strukturierten Produkten im Gegensatz zu Anleihen und Aktien für den Anleger nicht von Bedeutung ist.
- Die Bestimmung von Art. 40 Abs. 4 FIDLEG ist insbesondere für Kapitalmarktinstrumente wie Aktien und Anleihen erlassen worden. Entsprechend werden nur in den Anhängen 1 und 2 der FIDLEV Angaben zum Emissionsvolumen als Mindestinhalt des Prospekts verlangt.
- 3.4 Art. 36 Abs. 1 lit. a FIDLEG: Angebot an professionelle Kunden
- 70 Was gilt es zu beachten, wenn sich ein Angebot lediglich an professionelle Kunden richtet?
- In der Angebotsdokumentation soll darauf hingewiesen werden, dass sich das (öffentliche) Angebot nur an professionelle Kunden richtet und, allenfalls, dass die Angebotsdokumentation ausschliesslich professionellen Kunden zugänglich gemacht werden darf.
- Art. 36 Abs. 1 lit. a FIDLEG führt jedoch nicht zu einem (zivilrechtlichen) Erwerbsverbot für Privatkunden. Beispielsweise dürfen Vermögensverwalter, welche per se als professionelle Kunden qualifizieren, (prospektfrei) angebotene Finanzinstrumente für



ihre Privatkunden erwerben, selbst wenn der Anbieter sein Angebot ausschliesslich an professionelle Kunden richtet. Allerdings müssen sie beachten, dass ihre Tätigkeit nicht selber als öffentliches Angebot gilt und damit eine Prospektpflicht auslöst.

- 3.5 Art. 45 FIDLEG / Art. 55 f FIDLEV: Basisprospekt und endgültige Bedingungen
- Sind die endgültigen Bedingungen im Zeitpunkt des öffentlichen Angebots mit indikativen Angaben lediglich gemäss Art. 45 Abs. 3 FIDLEG "zu machen" oder auch zu veröffentlichen?
- Die endgültigen Bedingungen mit indikativen Angaben müssen veröffentlicht, aber nicht bei der Prüfstelle hinterlegt werden (vgl. Art. 56 Abs. 1 FIDLEV).
- Wann müssen die endgültigen Bedingungen veröffentlicht und bei der Prüfstelle hinterlegt werden?
- Die endgültigen Bedingungen sind sobald wie möglich nach Vorliegen der endgültigen Angaben zu veröffentlichen und bei der Prüfstelle zu hinterlegen (Art. 56 Abs. 4 FIDLEV).
- Bedeutet Art. 55 Abs. 1 lit. a FIDLEV, dass sowohl der Basisprospekt als auch die endgültigen Bedingungen eine Zusammenfassung enthalten müssen? Wie soll dann die Zusammenfassung im Basisprospekt aussehen und inwiefern unterscheidet sie sich von derjenigen in den endgültigen Bedingungen?
- Ja. Die Zusammenfassung im Basisprospekt enthält nur die Angaben zur Firma, Rechtsform und Sitz des Emittenten sowie in allgemeiner Form eine Beschreibung derjenigen Effektenkategorien, welche unter dem Basisprospekt emittiert werden sollen (Art. 55 Abs. 3 FIDLEV). In die endgültigen Bedingungen aufzunehmen oder den endgültigen Bedingungen anzufügen ist die Zusammenfassung für das bestimmte öffentliche Angebot bzw. die bestimmte Handelszulassung (Art. 56 Abs. 2 FIDLEV). Im Anhang 3 FIDLEV wird mit Bezug auf den Basisprospekt für Derivate darauf hingewiesen, welche Angaben die Zusammenfassung des Basisprospekts und welche Angaben die endgültigen Bedingungen enthalten müssen.
- 3.6 Art. 56 FIDLEG / Art. 63 FIDLEV: Nachtragspflicht
- 15 lst ein freiwilliger Nachtrag ebenfalls zulässig und falls ja, was sind die Folgen?
- Ja. Weder das FIDLEG noch der FIDLEV befassen sich mit freiwilligen Prospektnachträgen. Einzig in Art. 55 Abs. 4 FIDLEG wird festgehalten, dass der Basisprospekt mit einem Nachtrag ergänzt werden muss, falls bei einer Emission von den im
 Basisprospekt beschriebenen Effekten- oder Produktekategorien abgewichen wird.
 Daraus kann geschlossen werden, dass eine freiwillige Prospektergänzung über einen Nachtrag möglich ist.



- Ein freiwilliger Prospektnachtrag muss von der Prüfstelle geprüft und genehmigt werden, ausser es liegt eine Ausnahme von der Prüfpflicht gemäss Art. 64 lit. b FIDLEV vor.
- lst eine Verlängerung der Angebotsfrist gemäss Art. 56 Abs. 5 FIDLEG nur im Falle eines Nachtrags vorgesehen? Gilt diese Regelung für jeden Nachtrag?
- Ja. Gemäss Art. 56 Abs. 5 FIDLEG endet die Angebotsfrist frühestens 2 Tage nach Veröffentlichung des Nachtrags, wenn eine neue Tatsache während eines öffentlichen Angebotes eintritt oder festgestellt wird, welche die Nachtragspflicht nach Art. 56 Abs. 1 FIDLEG auslöst. Ein "freiwilliger" Prospektnachtrag löst für sich alleine aber keine Verlängerung der Angebotsfrist aus.
- Darf ein genehmigter Basisprospekt auch für ein von der Prospektpflicht befreites Angebot verwendet werden?
- Ja, das FIDLEG schränkt die Verwendung eines genehmigten Basisprospekts nicht ein und daher kann ein genehmigter Basisprospekt im Falle eines prospektfreien Angebots verwendet werden. Wenn ein genehmigter Basisprospekt nicht als FIDLEG-Prospekt verwendet wird, könnte ein entsprechender Haftungsausschluss in die endgültigen Bedingungen aufgenommen werden.
- 3.7 Art. 54 FIDLEG / Art. 70 FIDLEV: Ausländische Prospekte
- Müssen nach Art. 54 Abs. 2 FIDLEG genehmigte ausländische Prospekte von der zuständigen ausländischen Behörde geprüft und genehmigt sein oder ist es ausreichend, dass der ausländische Prospekt alle Informationen enthält, welche das ausländische Recht verlangt?
- Art. 54 Abs. 2 FIDLEG geht von genehmigten Prospekten aus und in Art. 70 Abs. 2 FIDLEV wird darauf hingewiesen, dass die Prüfstelle in ihrer Liste der Rechtsordnungen nach Art. 54 Abs. 3 FIDLEG angeben kann, von welcher Behörde die ausländische Genehmigung erteilt sein muss, damit der Prospekt in der Schweiz als automatisch anerkannt gilt. Entsprechend ist davon auszugehen, dass der ausländische Prospekt von einer Behörde geprüft und genehmigt werden muss, um in der Schweiz als automatisch anerkannt zu gelten.
- Müssen bei nach Art. 54 Abs. 2 FIDLEG genehmigten ausländischen Prospekten auch die endgültigen Bedingungen i.S.v. Art. 70 Abs. 4 lit. b FIDLEV hinterlegt werden?
- Ja. Art. 70 Abs. 4 FIDLEV erwähnt zwar nur die Hinterlegung des genehmigten ausländischen Prospekts und nicht den Basisprospekt. Bei der Verwendung eines nach Art. 54 Abs. 2 FIDLEG genehmigten ausländischen Basisprospekts müssen aber die



Bestimmungen, die in Bezug auf die Hinterlegung bei einem Schweizer Basisprospekt gelten, angewendet werden.

- Mit Bezug auf den Schweizer Basisprospekt verlangt Art. 45 Abs. 3 FIDLEG die Hinterlegung der endgültigen Bedingungen bei der Prüfstelle. In Art. 61 Abs. 4 FIDLEV wird weiter konkretisiert, dass der Basisprospekt und die endgültigen Bedingungen (sowie Nachträge) bei der gleichen Prüfstelle zu hinterlegen sind.
- Entsprechend sind die endgültigen Bedingungen bei Verwendung eines nach Art. 54 Abs. 2 FIDLEG genehmigten ausländischen Basisprospektes zu hinterlegen und zwar bei derjenigen Prüfstelle, bei welcher der Basisprospekt hinterlegt wurde. Zu hinterlegen sind diejenigen endgültigen Bedingungen, welche nach der ausländischen Rechtsordnung zu erstellen und hinterlegen sind, d.h. das ausländische Recht ist massgebend für die Beurteilung, welche endgültigen Bedingungen zu hinterlegen sind.
- Die endgültigen Bedingungen müssen aber nur hinterlegt werden, sofern in der Schweiz ein öffentliches Angebot gemacht wird und dieses nicht unter einer der Prospektausnahmen erfolgt. Entsprechend müssen bei einem Angebot z.B. unter der CHF 8 Mio. Emissionsvolumenschwelle von Art. 36 Abs. 1 lit. e FIDLEG die endgültigen Bedingungen nicht bei der Prüfstelle hinterlegt werden.
- In welcher Form müssen endgültige Bedingungen unter einem Basisprospekt nach der EU Prospektverordnung, welcher in der Schweiz nach Art. 54 Abs. 2 FIDLEG als automatisch genehmigt gilt, bei der Prüfstelle eingereicht werden bei einem öffentlichen Angebot in der Schweiz?
- Wird ein Basisprospekt nach der EU Prospektverordnung, welcher in der Schweiz nach Art. 54 Abs. 2 FIDLEG als automatisch genehmigt gilt, verwendet, so sind die endgültigen Bedingungen gemäss den einschlägigen Bestimmungen der EU Prospektverordnung zu erstellen und in dieser Form zu veröffentlichen und der Prüfstelle einzureichen. Form und Inhalt der endgültigen Bedingungen richten sich ausschliesslich nach der EU Prospektverordnung bzw. nach den einschlägigen Bestimmungen der als gleichwertig anerkannten ausländischen Rechtsordnung. Weder das FIDLEG noch die FIDLEV stellen zusätzlichen Anforderungen an Form und Inhalt des ausländischen genehmigten Prospekts bzw. Basisprospekts, welcher als automatisch genehmigt gilt nach Art. 54 Abs. 2 FIDLEG, ausser mit Bezug auf die Sprache (vgl. Art. 70 Abs. 3 FIDLEV).
- Dürfen ausländische Prospekte, welche gemäss Art. 54 Abs. 2 FIDLEG als genehmigt gelten, bei Angeboten in der Schweiz in einer Art verwendet werden, welche nicht zulässig wäre unter der relevanten ausländischen Regulierung? Können z.B. die endgültigen Bedingungen eines EU-Basisprospekts bei einem Angebot in der Schweiz mit weiteren Angaben ergänzt werden, obwohl die EU-Vorschriften eine solche Ergänzung über die endgültigen Bedingungen nicht zulassen würden?



Nein. Die Idee des Gesetzgebers war, dass ein gleichwertiger ausländischer Prospekt in der Schweiz verwendet werden darf, aber immer nur in Übereinstimmung mit den anwendbaren ausländischen Prospektvorschriften. Entsprechend können automatisch anerkannte ausländische Basisprospekte nur insoweit über die endgültigen Bedingungen geändert oder ergänzt werden, wie dies die anwendbaren ausländischen Prospektvorschriften zulassen. Sonst würde wohl kein "genehmigter" ausländischer Prospekt mehr vorliegen.

97 Gilt die Nachtragspflicht von Art. 56 Abs. 1 FIDLEG auch für als gleichwertig anerkannte ausländische Prospekte?

- Nein. Der Inhalt des als gleichwertig anerkannten ausländischen Prospekts ergibt sich alleine aus den anwendbaren ausländischen Prospektvorschriften. Entsprechend ist es eine Frage der anwendbaren ausländischen Rechtsordnung, wann ein Prospekt über einen Nachtrag zu ergänzen ist.
- Gilt die Bestimmung über die Verlängerung der Angebotsfrist nach Art. 56 Abs. 5 FIDLEG auch in Bezug auf als gleichwertig anerkannte ausländische Prospekte, wenn der Prospekt nach der anwendbaren ausländischen Rechtsordnung über einen Nachtrag ergänzt werden muss?
- Ja. Die anwendbare ausländische Rechtsordnung ist alleine für den Prospektinhalt des als gleichwertig anerkannten ausländischen Prospekts massgebend. Die ausländische Rechtsordnung ist aber nicht massgebend, wenn es um die Konsequenzen geht, welche durch einen Prospektnachtrag ausgelöst werden. Diese richten sich direkt und ausschliesslich nach der Schweizer Rechtsordnung und damit nach Art. 56 Abs. 5 FIDLEG.
- 4. BASISINFORMATIONSBLATT ("BIB")
- 4.1 Art. 58 FIDLEG: Ersteller und Anbieter
- Wer hat das Basisinformationsblatt zu erstellen und wer hat das Basisinformationsblatt zu veröffentlichen?
- In der Regel ist der Emittent eines Finanzinstruments auch der Ersteller, der gemäss Art. 58 Abs. 1 FIDLEG das BIB zu erstellen hat, falls das Finanzinstrument Privatkunden in der Schweiz angeboten wird. Der Anbieter eines Finanzinstruments hat hingegen keine Pflicht, ein BIB zu erstellen.
- Beim öffentlichen Angebot ist das BIB zu veröffentlichen (Art. 66 FIDLEG), wobei es das Gesetz offenlässt, wer zur Veröffentlichung des BIB verpflichtet ist. Analog zu Art. 35 Abs. 1 FIDLEG trifft die Veröffentlichungspflicht den Anbieter.



4.2 Unterscheidet sich der Begriff "Anbieten" in Art. 58 FIDLEG (und Art. 80 und 91 FIDLEV) vom Begriff "Angebot" i.S.v. Art. 3 lit. g FIDLEG?

Nein. Entgegen eines Hinweises im Bericht des Bundesrats zum FIDLEV ist das Angebot als Auslöser für die Pflicht zur Erstellung eines Prospekts und eines BIB einheitlich als ein Angebot i.S.V. Art. 3 lit. g FIDLEG zu verstehen. Der Angebotsbegriff i.S.v. Art. 3 lit. g FIDLEG ist zudem nicht nur für die Erstellung (Art. 58 FIDLEG / Art. 80 FIDLEV) sondern auch für die periodische Überprüfung und Anpassung (Art. 62 FIDLEG / Art. 91 FIDLEV) des BIB relevant.

4.3 Art. 59 Abs. 2 FIDLEG / Art. 87 i.V.m. Anhang 10 FIDLEV

lst es in jedem Fall zulässig, anstelle eines BIB ein PRIIPs KID zu erstellen?

Ja. Ein PRIIPs KID kann immer an Stelle eines Basisinformationsblatts nach FIDLEG erstellt werden, selbst für Produkte, die ausschliesslich in der Schweiz angeboten werden und keine Berührung zur EU besteht.

107 Ist es zulässig, für dasselbe Produkt sowohl ein PRIIPs KID als auch ein BIB zu erstellen?

Ja. Dokumente nach ausländischem Recht, die dem Basisinformationsblatt gleichwertig sind, können an Stelle eines Basisinformationsblatts verwendet werden. Das Key Information Document (KID) nach der PRIIPs-Verordnung gilt gemäss Anhang 10 FIDLEV als dem Basisinformationsblatt gleichwertig. Dies bedeutet, dass kein FIDLEG BIB erstellt werden muss, wenn ein PRIIPs KID erstellt wurde. Da die beiden Dokumente gleichwertig sind, kann es nicht verboten sein, dass gleichzeitig ein FIDLEG BIB und ein PRIIPs KID erstellt werden.

Zivilrechtlich könnte es aber heikel sein, wenn für ein Produkt sowohl ein PRIIPs KID als auch ein FIDLEG BIB existiert und Kunden unterschiedlich mit diesen Dokumenten bedient werden. Allerdings kann auch hier argumentiert werden, dass der Gesetzgeber die beiden Dokumente als gleichwertig ansieht und daher aus dem Umstand, dass die Dokumente nicht identisch sind, keine Haftungsansprüche abgeleitet werden können.

4.4 Art. 59 FIDLEG / Art. 80 Abs. 2 FIDLEV: Ausnahmen

Muss ein Basisinformationsblatt auch für bilaterale Derivate erstellt werden?

Nein. Gemäss Art. 80 Abs. 2 FIDLEV muss für ein Finanzinstrument, welches für eine einzelne Gegenpartei besonders geschaffen wird, kein BIB erstellt werden. Diese Bestimmung gilt für sämtliche bilateralen Derivate, auch wenn in den Erläuterungen zu FIDLEV nur Währungsswaps, Währungstermingeschäfte oder Zinsswaps erwähnt werden.



4.5 Art. 62 FIDLEG: Anpassungen

112 Ist das BIB bei einer "Corporate Action" im Basiswert anzupassen?

Ja, eine "Corporate Action" bezüglich des Basiswerts (z.B. Aktiensplits, Fusion u.a.) kann eine wesentliche Änderung sein, welche zu einer Anpassung des BIB führt.

114 Ist das BIB bei einem Barriereereignis Basiswert anzupassen?

Nein, wird beispielsweise bei einem Barrier Reverse Convertible die Barriere berührt oder unterschritten und damit ein Barriereereignis ausgelöst, so löst dies nicht a priori die Pflicht zur Anpassung des BIB aus. Solche Änderungen sind in den Emissions- / Produktebedingungen vorgesehen. Es wird nicht verlangt, dass im BIB darauf hingewiesen wird, ob ein Barriereereignis eingetreten ist oder nicht. Je nach Ausgestaltung des BIB könnte aber auch eine solche Änderung zu einer Anpassung des BIB führen, beispielsweise dann, wenn das BIB den Risikoindikator der PRIIPs Regulierung aufführt und sich dieser infolge des Barriereereignisses wesentlich ändert.

5. ANBIETEN VON STRUKTURIERTEN PRODUKTEN

5.1 Art. 70 FIDLEG / Art. 96 FIDLEV: Anbieten von strukturierten Produkten

Wann gilt die Einschränkung von Art. 70 Abs. 1 FIDLEG?

Die Einschränkung, dass der Emittent, Garant oder Sicherheitengeber eines strukturierten Produktes eine Schweizer Bank, Versicherung, Wertpapierhaus oder ein gleichwertig beaufsichtigtes ausländisches Institut sein muss, gilt nur bei einem Angebot in oder von der Schweiz an Privatkunden ohne ein auf Dauer angelegtes Vermögensverwaltungs- oder Anlageberatungsverhältnis. Vermögensverwaltungs- und Anlageberatungskunden dürfen entsprechend strukturierte Produkte angeboten werden, die nicht durch ein prudenziell beaufsichtigtes Institut ausgegeben, garantiert oder besichert werden, auch wenn es sich bei diesen um Privatkunden handelt. In diesem Zusammenhang gilt es aber zu beachten, dass Vermögensverwaltungs- und Anlageberatungskunden grundsätzlich als Privatkunden gelten und bei Anlageberatungskunden grundsätzlich die Pflicht zur Erstellung eines BIB Anwendung findet.

118 Wann wird ein Produkt "von der Schweiz aus" angeboten?

Allein der Umstand, dass ein strukturiertes Produkt von einer Schweizer Gesellschaft emittiert wird, führt nicht dazu, dass dieses Produkt als von der Schweiz aus angeboten gilt und damit unter Art. 70 Abs. 1 FIDLEG fällt.



6. INDIREKTER FONDSVERTRIEB

- 120 Ist die in den FINMA-FAQ zu Strukturierten Produkten festgehaltene 33.3%-Regel noch relevant?
- Da die FINMA die FINMA-FAQ "Strukturierte Produkte" im Zusammenhang mit dem Inkrafttreten des FIDLEG archiviert und damit zurückgezogen hat, scheint die FINMA nicht mehr an ihrer in den FINMA-FAQ "Strukturierte Produkte" widergespiegelten Praxis festzuhalten. Die FINMA hat signalisiert, dass sie mehr Flexibilität sieht, die Beurteilung aber letztlich vom Einzelfall abhängt. Ohne explizite gegenteilige Hinweise der FINMA erscheint es jedoch sinnvoll, die 33,3%-Regel weiterhin generell anzuwenden.
- Wie kann ein strukturiertes Produkt angeboten werden, dessen Wertentwicklung zu mehr als 33,3% von einer nicht FINMA-genehmigten ausländischen kollektiven Kapitalanlage abhängt, die eine schweizerische Zahlstelle und Vertreterin hat?
- Solche strukturierten Produkte dürfen in der Schweiz allen Arten von qualifizierten Anlegern angeboten werden, einschliesslich vermögender Privatpersonen, die erklärt haben, als professionelle Kunden behandelt zu werden (*Opting-out*), gemäss Art. 5 Abs. 1 FIDLEG. Qualifizieren solche qualifizierten Anleger jedoch als Privatkunden im Sinne des FIDLEG, kann die Prospektpflicht und die Pflicht zur Erstellung eines KID gelten.
- Sind produktspezifische Reverse Solicitation-Transaktionen immer noch außerhalb des Anwendungsbereichs der 33,3 %-Regel?
- Ja, diese Transaktionen fallen grundsätzlich nicht in den Anwendungsbereich der 33,3 %-Regel.

7. SÄULE 3A LEBENSVERSICHERUNGSPRODUKT

- Löst das öffentliche Angebot eines strukturierten Produkts, das mit dem ein sog. "Säule 3a-Lebensversicherungsprodukt" verbunden ist, eine FIDLEG-Prospektpflicht aus?
- Nein, die Prospektpflichtausnahme nach Art. 36 Abs. 1 lit. (a) FIDLEG ist anwendbar, wenn das Produkt nur dem Lebensversicherungsunternehmen, das als professioneller Kunde qualifiziert, öffentlich angeboten wird. Folglich löst ein solches öffentliches Angebot auch keine Basisinformationsblattpflicht nach Art. 58 FinSA aus.



8. WERBUNG

- 8.1 Art. 68 FIDLEG / Art. 95 FIDLEV: Anforderungen an die Werbung mit Finanzinstrumenten
- Muss die Werbung für strukturierte Produkte den Hinweis enthalten, dass es sich um Werbung handelt?
- Ja. Gemäss Art. 8 Abs. 6 FIDLEG und Art. 68 Abs. 1 FIDLEG muss Werbung für Finanzinstrumente, gemäss Art. 95 Abs. 1 FIDLEV, auch für Finanzdienstleistungen als solche gekennzeichnet sein.
- lst in der Werbung für Finanzinstrumente gemäss Art. 68 Abs. 2 FIDLEG auf die Bezugsstelle des vereinfachten Prospektes, der an Stelle eines BIB während der zweijährigen Übergangsfrist verwendet werden darf, hinzuweisen?
- Ja, wobei es ausreichend ist, auf das "Basisinformationsblatt" als generischer Begriff hinzuweisen. Selbst wenn letztlich ein vereinfachter Prospekt oder ein PRIIPs KID an Stelle eines BIB erstellt und zur Verfügung gestellt wird, ist es nicht erforderlich, das Dokument spezifisch als "vereinfachter Prospekt" oder "PRIIPs KID" zu bezeichnen; der generische Begriff ist ausreichend.
- Qualifiziert ein Angebot auch als Werbung und können Basisinformationsblätter oder Prospekte auch als Werbung im Sinne von Art. 68 FIDLEG oder Art. 95 FIDLEV qualifizieren?
- Nein. Ein Angebot oder das Zurverfügungstellen von gesetzlich geforderten Dokumenten wie das BIB und der Prospekt stellen keine Werbung dar.
- Die Veröffentlichung und das Zurverfügungstellen von freiwillig erstellten Dokumenten kann gegebenenfalls als Werbung qualifizieren.

9. ETIKETTIERUNGSPFLICHT

- 9.1 Gibt es unter dem FIDLEG Regime weiterhin eine generelle Etikettierungspflicht?
- Nein. Weder das FIDLEG noch die FIDLEV statuieren eine generelle Etikettierungspflicht für strukturierte Produkte. Die Bestimmung im Entwurf der FIDLEV, welche eine generelle Etikettierungspflicht vorsah, wurde in der definitiven Version der FIDLEV gestrichen.
- Gemäss Anhang 3 der FIDLEV muss jedoch bei einem Prospekt für Derivate (strukturierte Produkte) auf der Vorderseite des Prospekts an "prominenter Stelle textlich in Fettschrift hervorgehoben" ein Hinweis eingefügt werden, der beinhaltet, dass die



Effekten keine kollektiven Kapitalanlagen sind, keiner Bewilligung der FINMA unterstehen und ein Emittentenrisiko beinhalten.

- 10. ÜBERGANGSBESTIMMUNGEN IN DER FIDLEV
- 10.1 Art. 109 FIDLEV: Prospektpflicht während der Übergangsfrist
- Muss für strukturierte Produkte während der Übergangsfrist ein Prospekt gemäss Obligationenrecht erstellt werden?
- Nein. Gemäss Art. 109 FIDLEV gilt die Pflicht zur Veröffentlichung eines Prospekts für ein öffentliches Angebot von Effekten bzw. ihre Zulassung zum Handel auf einem Handelsplatz erst nach Ablauf von sechs Monaten seit der Zulassung einer Prüfstelle durch die FINMA. Bis zu diesem Zeitpunkt sollen die Bestimmungen des Obligationenrechts (OR) gelten, namentlich Art. 652a und Art. 1156 OR. Dies führt jedoch nicht dazu, dass für strukturierte Produkte während dieser Zeit neu diese Bestimmungen des OR massgebend sind. Trotz Streichung des Art. 5 Abs. 4 KAG, muss kein OR-Prospekt für strukturierte Produkte erstellt werden. Dies ergibt sich auch aus Art. 111 Abs. 1 FIDLEV, welcher abschliessend die Dokumentation von strukturierten Produkten während der Übergangszeit regelt.
- Das oben Erwähnte gilt auch für Hebelprodukte. Auch für diese muss kein OR-Prospekt erstellt werden.
- 10.2 Art. 111 FIDLEV: Vereinfachter Prospekt während der Übergangsfrist
- Darf für ein strukturiertes Produkt während der Übergangsfrist sowohl ein vereinfachter Prospekt als auch ein BIB erstellt und zur Verfügung gestellt werden?
- Nein. Während der Übergangsfrist darf nur entweder ein vereinfachter Prospekt oder ein BIB erstellt und zur Verfügung gestellt werden. Dies gilt aber nicht mit Bezug auf das PRIIPs KID. Dieses darf (auf freiwilliger Basis) immer auch neben einem vereinfachten Prospekt oder einem BIB erstellt und zur Verfügung gestellt werden. Es ist während der Übergangsfrist in jedem Fall ausreichend, dass ein Dokument (vereinfachter Prospekt, BIB oder PRIIPs KID) erstellt und zur Verfügung gestellt wird.
- 142 Muss der vereinfachte Prospekt veröffentlicht werden?
- Sofern während der Übergangsfrist an Stelle eines BIB ein vereinfachter Prospekt erstellt wird, muss dieser nach den Bestimmungen des FIDLEG veröffentlicht werden. Die Veröffentlichungspflicht besteht jedoch nur, falls das strukturierte Produkt öffentlich angeboten wird. In diesem Fall ist der vereinfachte Prospekt beispielsweise



entweder kostenlos am Sitz des Emittenten oder Anbieters abzugeben oder auf der Internetseite des Emittenten oder Anbieters aufzuschalten.

11. HAFTUNG

- Bezieht sich die Haftung in Art. 69 FIDLEG neben "Prospekte nach FIDLEG" und "Basisinformationsblätter" auch auf Kotierungsprospekt und vereinfachte Prospekte (Art. 5 KAG), die während der Übergangsfrist an Stelle eines FIDLEG Prospekts oder BIB erstellt werden?
- Ja. Wenn gestützt auf Art. 109 FIDLEV ein Kotierungsprospekt für die Handelszulassung an Stelle eines Prospekts nach FIDLEG erstellt wird, so bezieht sich die Prospekthaftung nach Art. 69 FIDLEG auf den Kotierungsprospekt. Das gleiche gilt mit Bezug auf den vereinfachten Prospekt, welcher gestützt auf Art. 111 FIDLEV an Stelle eines BIB erstellt und veröffentlicht wird. Die Haftung nach Art. 69 FIDLEG bezieht sich dann auf den vereinfachten Prospekt.
- Analog gilt, dass wenn an Stelle eines BIB ein PRIIPs KID verwendet wird, sich die Haftung nach Art. 69 FIDLEG auf das PRIIPs KID bezieht.

12. SCHLUSSBESTIMMUNGEN

12.1 Art. 95 FIDLEG: Übergangsbestimmungen

- 147 Wie ist die Übergangsbestimmung von Art. 95 Abs. 4 FIDLEG zu verstehen?
- Prospektpflicht: 2-jährige Übergangsfrist bei (erstmaligem) öffentlichen Angebot von Effekten vor dem 1. Januar 2020 (Inkrafttreten von FIDLEG): ein Prospekt nach FIDLEG muss erstellt werden, wenn das Angebot vor dem 1. Januar 2020 unterbreitet wurde und nach dem 31. Dezember 2021 noch andauert.
- Für öffentliche Angebote von Effekten am oder nach dem 1. Januar 2020 richten sich die Übergangsbestimmungen für die Prospektpflicht nach Art. 109 FIDLEV.
- BIB Pflicht: 2-jährige Übergangsfrist bei (erstmaligem) Angebot von Finanzinstrumenten vor dem 1. Januar 2020 (Inkrafttreten von FIDLEG): ein BIB muss erstellt werden, wenn das Angebot vor dem 1. Januar 2020 unterbreitet wurde und nach dem 31. Dezember 2021 noch andauert.
- Für Angebote von Finanzinstrumenten am oder nach dem 1. Januar 2020 richten sich die Übergangsbestimmungen für die BIB Pflicht nach Art. 111 FIDLEV.