

Merkblatt Mindestinhalt Weisung Umgang mit Kundschaft für Finanzinstitute im Sinne von Art. 17 FINIG

1. Allgemeines

Jedes Finanzinstitut muss im Sinne des Finanzinstitutsgesetz FINIG angemessen organisiert sein. Die Aufsichtsorganisationen sowie die Eidg. Finanzmarktaufsicht prüfen namentlich, dass das Finanzinstitut für die geplante und ausgeübte Tätigkeit ein umfassendes und angemessenes Weisungswesen verfügt.

Hierzu gehört namentlich die Regelung des Umgangs mit der Kundschaft des Finanzinstituts. Die Weisung soll die notwendigen Begriffe definieren und instruktiv festhalten, wie die dazugehörigen Verhaltenspflichten und Anweisungen einzuhalten und jede Kundin und jeder Kunde angemessen zu dokumentieren und zu betreuen sind.

Das vorliegende Merkblatt erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit, sondern beinhaltet diejenigen Punkte, die üblicherweise zu regeln sind und von der OSFINcontrol AG als Mindestinhalt erachtet werden. Die Form, in der die genannten Verhaltenspflichten geregelt werden, kann variieren. Die OSFINcontrol AG überprüft die Einhaltung der erwähnten Punkte anlässlich der Anschlussprüfung (Vorprüfung) wie auch im Rahmen der laufenden Aufsicht. Die Regelung von Verhaltenspflichten im Umgang mit der Kundschaft des Finanzinstituts bildet zudem ein zwingend notwendiges Dokument für die Bewilligung durch die Eidg. Finanzmarktaufsicht FINMA.

2. Inhalt der Weisung

	Zu regelnde Themenbereiche	Bemerkungen
1.	Ziel / Grundlagen / Adressatenkreis	<p>Die Weisung soll einleitend umschreiben, welcher Themenbereich geregelt wird. Mit dem Ziel soll umschrieben werden, was mit der Weisung geregelt werden soll:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Verständnis, wie Kundschaft segmentiert werden kann und muss - Allgemeine Verhaltenspflichten/Code of Conduct im Umgang mit Kundschaft sind festzulegen - Aufführung der einschlägigen Verhaltenspflichten gemäss FIDLEG, namentlich zu Angemessenheits- und/oder Eigenschaftsprüfung - Angaben zu allfälligen Melde- bzw. Dokumentationspflichten, die sich aus den einzelnen Verhaltenspflichten ergeben können <p>Die Weisung soll im Weiteren auf die einschlägigen Grundlagen verweisen, die für ihre Erarbeitung relevant sind (namentlich Art. 4 f. und 10ff. FIDLEG sowie Art. 4 und 16 f. FIDLEV)</p> <p>Schliesslich soll die Weisung angeben, für wen sie Anwendung findet (üblicherweise sämtliche Mitarbeitenden des Finanzinstituts sowie</p>

		das Oberleitungsorgan)
2.	Kundensegmentierung	<p>Die Weisung soll verständlich machen, nach welchen Kriterien die Kundschaft gemäss Gesetz segmentiert werden kann – und wie diese Segmentierung im Finanzinstitut konkret vorgenommen wird (vgl. Art. 4 f. FIDLEG und Art. 4 f. FIDLEV).</p> <ul style="list-style-type: none"> - Privatkunden: alle Kunden¹, welche nicht als professionelle Kunden qualifizieren - Professionelle Kunden: Finanzintermediäre* gemäss BankG, FINIG und KAG, Versicherungsunternehmen* gemäss VAG, ausländische Kundinnen und Kunden*, die einer prudentiellen Aufsicht unterstehen, Zentralbanken*, öffentlich-rechtliche Körperschaften mit prof. Tresorerie, Vorsorgeeinrichtungen und Einrichtungen, die nach ihrem Zweck der beruflichen Vorsorge dienen, mit professioneller Tresorerie, Unternehmen mit professioneller Tresorerie, grosse Unternehmen (Umsatzerlös von CHF 40 Millionen, Bilanzsumme von CHF 20 Millionen, Eigenkapital von CHF 2 Millionen; mindestens zwei dieser Grössen müssen erfüllt sein), private Anlagestrukturen mit professioneller Tresorerie, die für vermögenden Privatkundinnen und -kunden eingerichtet wurden - Institutionelle Kunden: professionelle Kunden mit Stern* sowie nationale und supranationale öffentlich-rechtliche Körperschaften mit professioneller Tresorerie <p>Für bestimmte Privatkunden besteht die Möglichkeit, sich als professionelle Kunden einstufen zu lassen (sogenanntes Opting-Out, vgl. Art. 5 FIDLEG und Art. 5 FIDLEV):</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wenn aufgrund der persönlichen Ausbildung und beruflichen Erfahrung oder aufgrund vergleichbarer Erfahrung im Finanzsektor Kenntnisse bestehen, um die Risiken der Anlagen zu verstehen, und wenn zeitgleich über ein Vermögen von mind. CHF 500'000.- verfügt werden kann; oder - Wenn über ein Vermögen von CHF 2 Millionen verfügt werden kann <p>Durch dieses Opting-Out verzichten diese Kunden auf bestimmte Schutzmechanismen (i.e. Pflichten, die bei Privatkunden in jedem Fall zu erfüllen sind, vgl. Art. 4 ff. FIDLEG sowie Art. 6 ff. FIDLEV, namentlich Art. 22 FIDLEV).</p> <p>Professionelle Kunden, welche keine institutionellen Kunden sind, können erklären, dass sie als Privatkunden qualifizieren möchten (sogenanntes Opting-In)</p> <p>Die Segmentierung ist mit jeder Kundin/jedem Kunde im Rahmen des Onboarding vorzunehmen. Sie ist entscheidend für die Beurteilung, welche gesetzliche Verhaltenspflichten zwingend auf die jeweilige Kundenbeziehung anwendbar ist, und welche lediglich fakultativer</p>

¹ Der Einfachheit halber wird in diesem Merkblatt jeweils die männliche Form verwendet. Die weibliche Form ist dabei genauso mitgemeint.

		<p>Natur sind.</p> <p>Den Mitarbeitern soll damit ermöglicht werden, selbständig im Rahmen der Geschäftstätigkeit in der Lage zu sein, die Anwendung der Segmentierung bzw. der damit verbundenen Pflichten situativ zu erkennen und gestützt auf diese Weisung indikativ zu wissen, wie sich zu verhalten.</p>
3.	Verhalten bei Kundenan- nahme	<p>Die Kundin bzw. der Kunde ist im Rahmen des Annahmeprozesses transparent über die gewählte Segmentierung zu informieren.</p> <p>Die gewählte Segmentierung ist vom Kunden schriftlich zu bestätigen. Es empfiehlt sich daher, für die Definitionen der einzelnen Segmente deren Definitionen klar darzustellen und von der Kundin bzw. vom Kunden mit separatem Formular (z.B. in Form eines Anhangs) bestätigen zu lassen, dass sie bzw. er mit dieser Einstufung einverstanden ist.</p> <p>Allfällige Opting-Outs oder Opting-Ins sind zusätzlich zur eigentlichen Segmentierung vorzunehmen und von den betroffenen Kunden zusätzlich zu bestätigen.</p> <p>Zeitgleich ist mit der Kundschaft ein Profil (bzgl. Kundeninformationen wie auch hinsichtlich der mit dem Mandat verbundenen und vereinbarten Risiken) zu erstellen und für die angebotenen Dienstleistungen eine Strategie zu definieren, die für die Angemessenheits- oder Eignungsprüfung relevant ist (s. nachfolgend). In diesem Schritt sind insbesondere folgende Faktoren zu berücksichtigen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Erfahrung im Finanzbereich, im Speziellen mit den gewählten Finanzinstrumenten - Finanzielle Tragkraft - Kenntnisse der Risiken, welche mit Finanzinstrumenten verbunden sind, Fähigkeit, diese einzuschätzen - Persönlich definierten Anlageziele (inkl. allfälliger Restriktionen) <p>Die Kunden sind zudem im Rahmen des Onboardings über das Finanzinstituts und die Risiken, die mit den einzelnen Finanzinstrumenten verbunden sind, zu informieren (vgl. Merkblatt Mindestinhalt Information Sorgfalt Transparenz).</p>
4.	Angemessenheits- und Eignungsprüfung	<p>Gestützt auf das Kundenprofil ist bei jeder Transaktion eine Angemessenheits- oder Eignungsprüfung vorzunehmen und diese zu dokumentieren:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Im Rahmen von Beratungsmandaten ist die <i>Angemessenheit</i> der Transaktionen zu prüfen und dokumentieren. Dafür muss nicht das gesamte Kundenportfolio bekannt sein und berücksichtigt werden - Im Rahmen von Vermögensverwaltungsmandaten ist eine Eignungsprüfung vorgenommen, wobei die unter Ziff. 3 genannten Faktoren berücksichtigt werden und geprüft wird, dass die gewählten Finanzinstrumente geeignet sind.

5.	Dokumentationspflicht	<p>Die Mitarbeitenden sind anzuweisen, sämtliche ausgeübte Handlungen bzw. Verhaltenspflichten gemäss dieser Weisungen angemessen zu dokumentieren. Damit soll sichergestellt werden, dass die Handlungen des Finanzinstituts dokumentiert sind und im Sinne der gesetzlichen Vorgaben gelebt werden.</p> <p>Die Dokumentation ist durch die vorgesetzte Person sowie durch die zuständige Person Risk und Compliance in regelmässigen Abständen zu prüfen.</p>
----	-----------------------	---