

Praxistest und erstes Fazit MiFID II

Ergebnisse einer Onlinebefragung unter allen Fachverbandsmitgliedern im Oktober 2018, n=146, Befragungszeitraum Herbst 2018

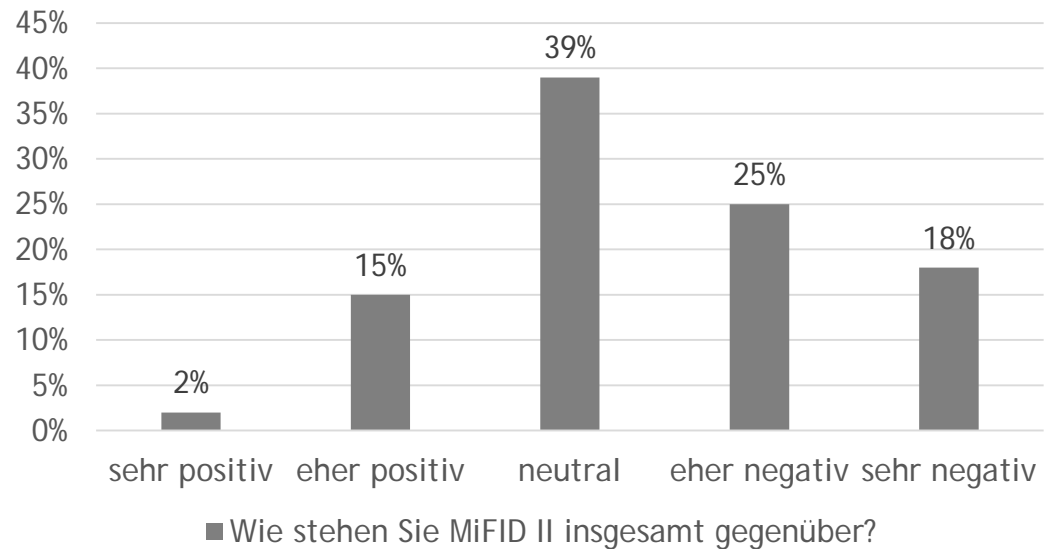
Abstract - Die Ergebnisse im Überblick

- Das erste Fazit der Befragten zu MiFID II fällt nicht gut aus: Der Großteil der Befragten (43 %) steht der MiFID II eher negativ (25 %) oder sogar sehr negativ (18 %) gegenüber.
- Insbesondere das Mehr an Information, das MiFID II mit sich bringt, bewerten fast alle Teilnehmer als zu viel. Diese zusätzlichen Informationen werden von mehr als drei Viertel der Befragten (76 %) als nutzlos oder gar störend bewertet.
- Bei der Betreuungssituation für Kleinanleger zeichnen die Befragten ein pessimistisches Bild: 70 % sind der Meinung, dass sich diese durch MiFID II eher oder sogar stark verschlechtert.
- Beim Produktangebot und den Veranlagungsvolumina gab jeweils mehr als ein Drittel an, dass sich ihr Produktangebot bzw. ihre Veranlagungsvolumina vermindert haben.
- 95 % sind der Meinung, dass sich der Zeitaufwand für die Kundenberatung durch MiFID II erhöht hat. Insbesondere im Bereich der Dokumentationsverpflichtungen ist der Aufwand gestiegen, hier wenden 94 % seit MiFID II mehr Zeit auf.
- Die Auswirkungen auf den Konsumentenschutz werden unterschiedlich bewertet. Der Großteil (44 %) sieht keine nennenswerten Auswirkungen, während fast ein Drittel der Befragten (30 %) angeben, dass sich der Konsumentenschutz durch MiFID II verbessert.

Frage 1, n=146

- Der Großteil der Befragten (43 %) steht der MiFID II eher negativ (25 %) oder sogar sehr negativ (18 %) gegenüber.
- Mehr als ein Drittel der Befragten ist neutral gegenüber MiFID II eingestellt.
- Nur 17 % der Befragten stehen der MiFID II eher positiv (15 %) oder sehr positiv (2 %) gegenüber.

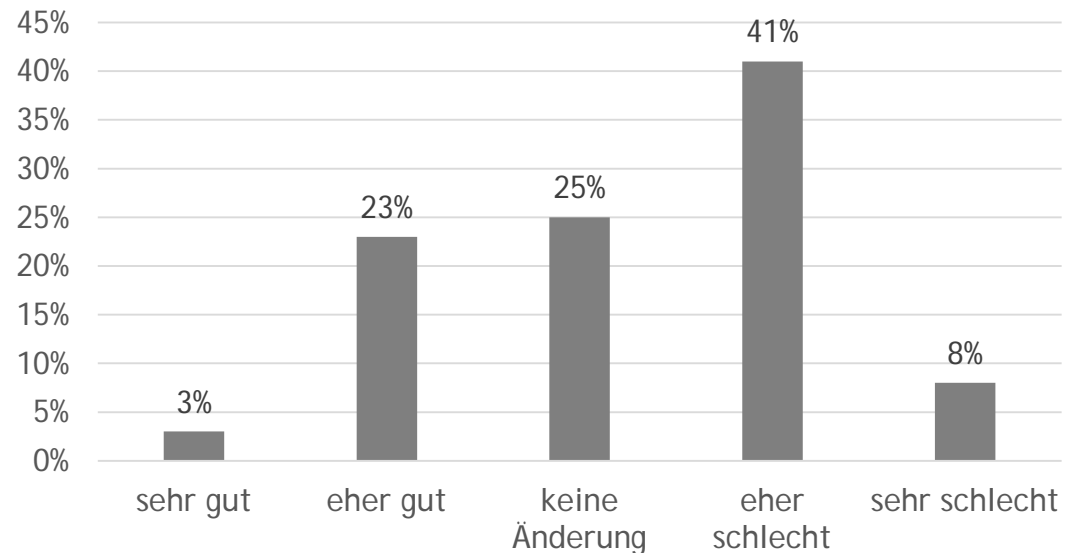
Wie stehen Sie MiFID II insgesamt gegenüber?



Frage 2, n=146

- Knapp die Hälfte der Befragten (49 %) ist der Meinung, dass sich die MiFID II eher schlecht oder sogar sehr schlecht auf die Information für Kunden auswirkt.
- Ein Viertel (25 %) der Befragten sieht keine Änderung in diesem Bereich.
- Ein weiteres Viertel (26 %) sieht positive Auswirkungen auf die Informationen für Kunden durch die MiFID II und schätzt diese eher gut oder sehr gut ein.

Wie wirken sich die neuen Vorschriften der MiFID II auf die Informationen für Kunden aus?

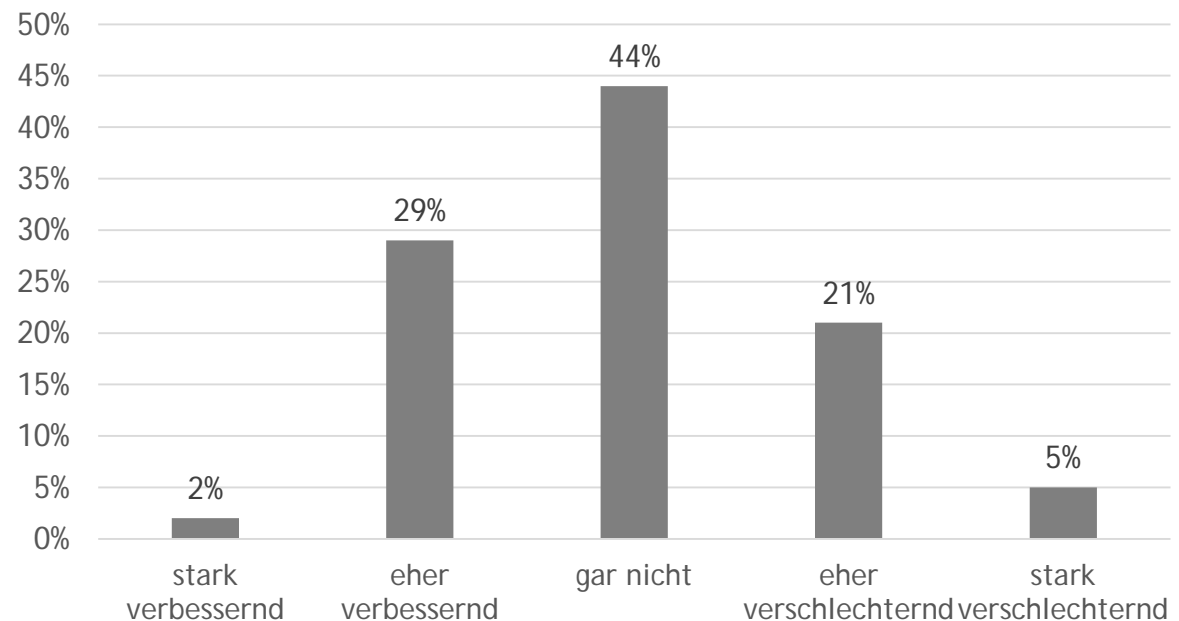


■ Wie wirken sich die neuen Vorschriften der MiFID II auf die Informationen für Kunden aus?

Frage 3, n=146

- Der Großteil der Teilnehmer (44 %) sieht keine wesentlichen Auswirkungen auf den Konsumentenschutz.
- Ein knappes Drittel (31 %) der Befragten ist der Meinung, dass sich der Konsumentenschutz durch die MiFID II eher oder stark verbessert.
- Ca. ein Viertel (26 %) der Befragten denkt, dass sich der Konsumentenschutz durch die MiFID II eher oder stark verschlechtert.

Wie wirken sich Ihrer Meinung nach die neuen Regeln der MiFID II auf den Konsumentenschutz aus?

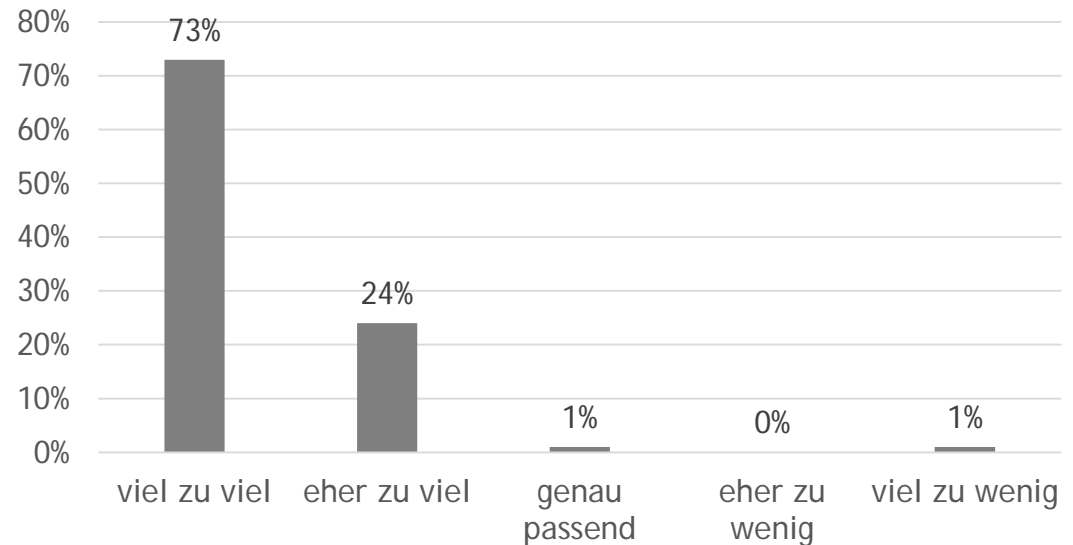


■ Wie wirken sich Ihrer Meinung nach die neuen Regeln der MiFID II auf den Konsumentenschutz aus?

Frage 4, n=146

- Eine klare Mehrheit (97 %) beurteilt die durch die MiFID II gestiegene Informationsmenge, die sie ihren Kunden zur Verfügung stellen muss, für viel zu viel oder eher zu viel.
- Je zwei Befragte (1 %) beurteilen das Ausmaß an Information als genau passend oder viel zu wenig.

Wie beurteilen Sie das Ausmaß der Menge an Informationen, die Sie Ihren Kunden geben müssen?

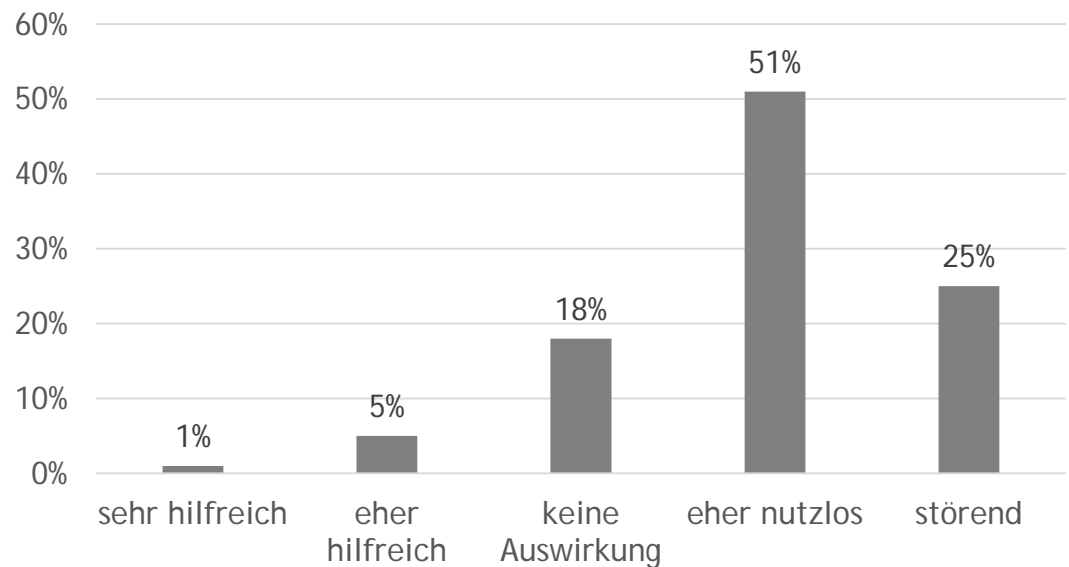


- Wie beurteilen Sie das Ausmaß der Menge an Informationen, die Sie Ihren Kunden geben müssen?

Frage 5, n=146

- Gleichzeitig zur Einschätzung der Informationsmenge an sich, schätzen drei Viertel (76 %) der Befragten diese zusätzlichen Informationen als nutzlos oder sogar störend für die Entscheidungsfindung ihrer Kunden.
- 18 % denken, dass die zusätzlichen Informationen keine Auswirkung auf die Entscheidungsfindung ihrer Kunden hat.
- Insgesamt 6 % erachten die zusätzlichen Informationen als sehr hilfreich oder eher hilfreich für die Entscheidungsfindung ihrer Kunden.

In wie weit sind diese zusätzlichen Informationen bei der Entscheidungsfindung Ihrer Kunden hilfreich?

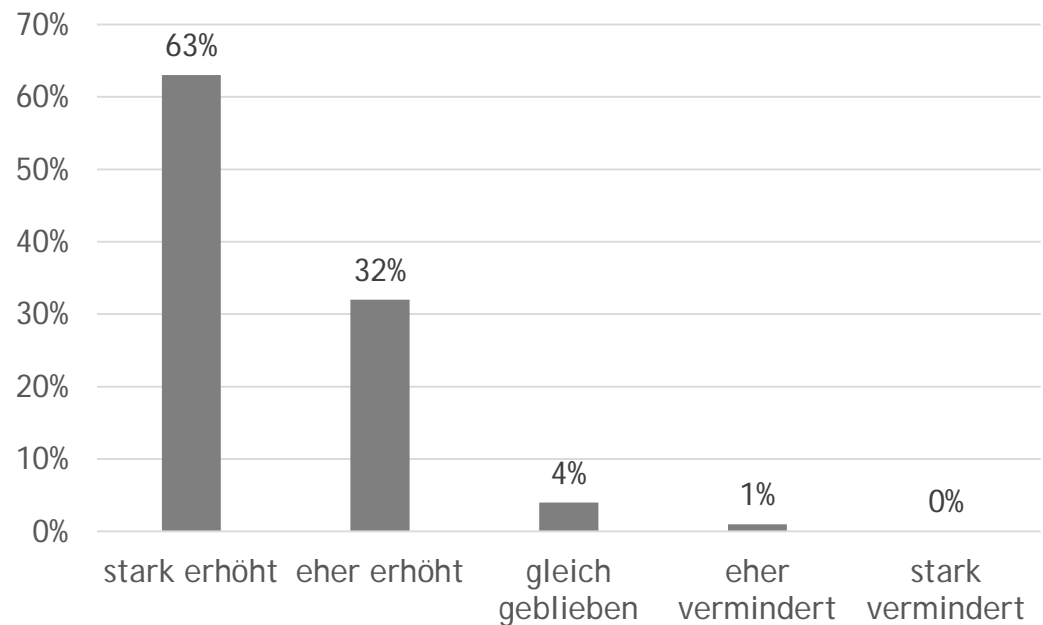


■ In wie weit sind diese zusätzlichen Informationen bei der Entscheidungsfindung Ihrer Kunden hilfreich?

Frage 6, n=146

- Eine überwiegende Mehrheit (95 %) stimmt überein, dass sich der Zeitaufwand für die Kundenbetreuung durch MiFID II stark erhöht oder eher erhöht hat.
- 4 % sind der Meinung, dass der Zeitaufwand für die Kundenbetreuung gleich geblieben ist.
- Zwei Befragte (1 %) geben an, dass sich der Zeitaufwand eher vermindert hat.
- Kein Befragter ist der Meinung, dass sich der Zeitaufwand für die Kundenbetreuung durch MiFID II stark vermindert hat.

Wie hat sich der Zeitaufwand in der Kundenbetreuung durch MiFID II geändert?

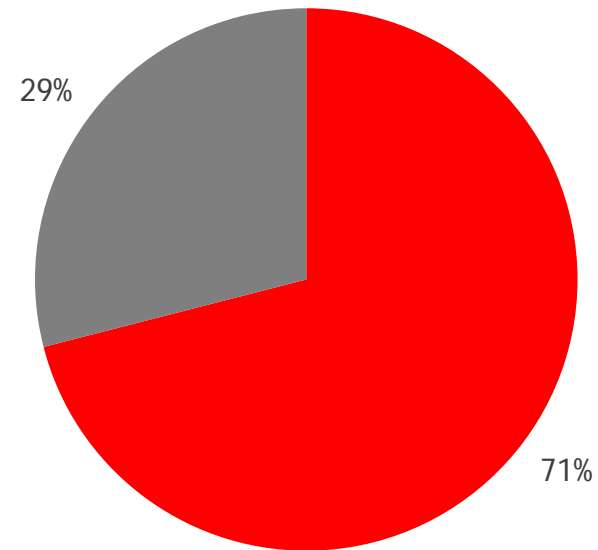


■ Wie hat sich der Zeitaufwand in der Kundenbetreuung durch MiFID II geändert?

Frage 7, n=146

- Mehr als zwei Drittel der Befragten (71 %) benötigen seit MiFID II mehr Zeit für den Angemessenheits- und Eignungstest.

Benötigen Sie für den Angemessenheits- und Eignungstest seit MiFID II mehr Zeit?

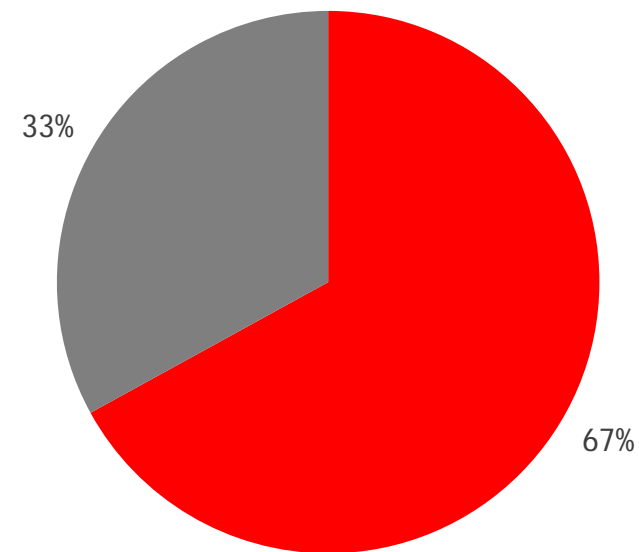


■ ja ■ nein

Frage 8, n=146

- Zwei Drittel (67 %) der Befragten geben an, seit MiFID II mehr Zeit für die fachliche Kundeberatung zu benötigen.

Benötigen Sie für die fachliche Kundenberatung seit MiFID II mehr Zeit?

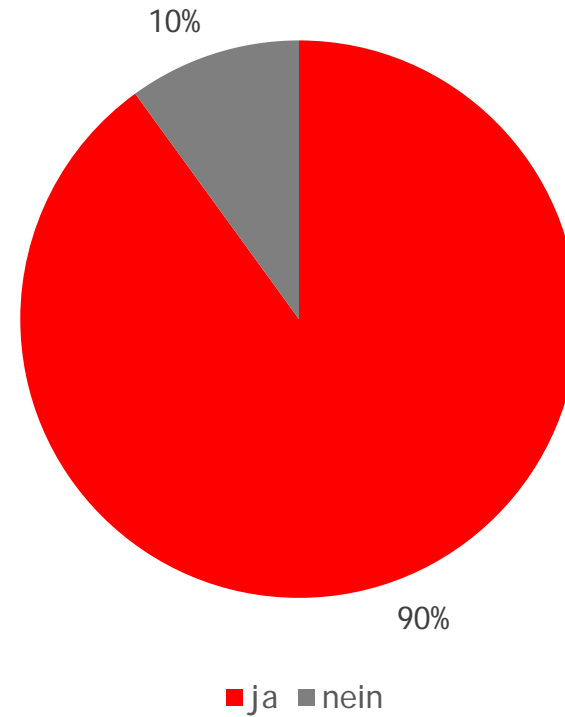


■ ja ■ nein

Frage 9, n=146

- Eine deutliche Mehrheit (90 %) benötigt seit MiFID II mehr Zeit für die Weitergabe der notwendigen rechtlichen Informationen im Rahmen der Kundenberatung.

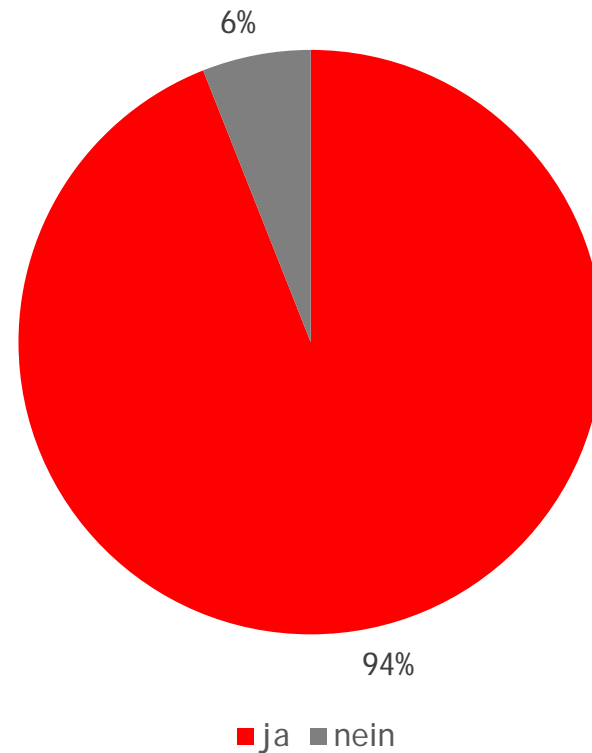
Benötigen Sie für die Weitergabe der für die Kundenberatung nötigen rechtlichen Informationen seit MiFID II mehr Zeit?



Frage 10, n=146

- Eine noch deutlichere Mehrheit (96 %) gibt an, für die Erfüllung der Dokumentationspflichten seit MiFID II mehr Zeit zu benötigen.

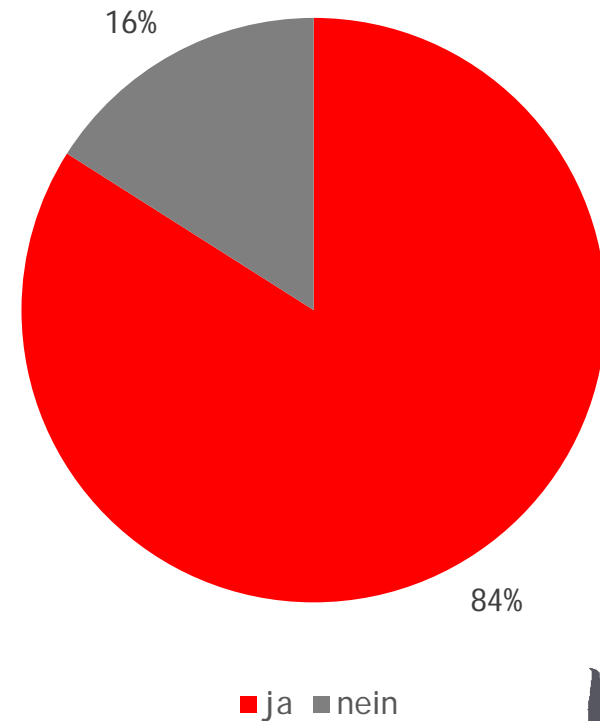
Benötigen Sie für die Erfüllung der Dokumentationspflichten seit MiFID II mehr Zeit?



Frage 11, n=146

- Der Großteil der Befragten (84 %) benötigt seit MiFID II mehr Zeit für die Vorbereitung von Kundenterminen.

Benötigen Sie zur Vorbereitung der Kundentermine seit MiFID II mehr Zeit?



Frage 12 - offene Frage/Einzelnennungen

Benötigen Sie für Anderes seit MiFID II mehr Zeit?

Wenn Ja, wofür?

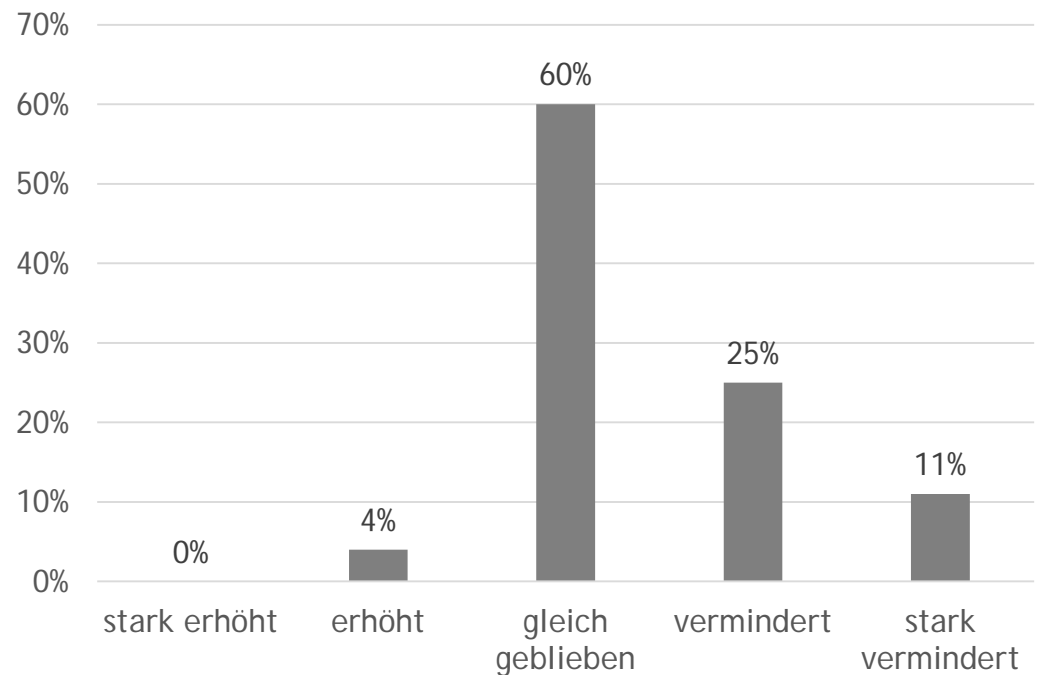
Thema	Nennungen
Compliance	1
Ausbildung	1
"Papierkram"/Dokumentation/Vor- und Nachbereitung/Bürokratie/Verwaltung/Administration	26
DSGVO/IDD/DeIVO	6
EDV	1
Weiterbildung/Seminare/Schulungen	5
zusätzliches Personal/interner Aufwand	2
zusätzlich notwendige Termine für Kunden/Kundenberatung	7
Papier/Toner/Gerät	2
Produktgenehmigungsprozess/Zielmarkt	1
Gesamtabwicklung	3

- Als weitere relevante Faktoren, die in Zusammenhang mit MiFID II einen zusätzlichen Zeitaufwand bedeuten, wurden in ungestützten Einzelnennungen insbesondere bürokratische Aspekte und Dokumentationspflichten genannt.
- Außerdem wurde auf notwendige Zusatztermine für Kunden, aufgrund der gestiegenen Informationspflichten verwiesen und der damit verbundene Weiterbildungsbedarf bei einem selbst und den Mitarbeitern thematisiert.
- Weiters wurde auf Regulierungen wie die DSGVO und IDD verwiesen.

Frage 13, n=146

- Für mehr als die Hälfte der Teilnehmer (60 %) hatte MiFID II keine Auswirkungen auf das Produktangebot.
- Mehr als ein Drittel (36 %) gaben jedoch an, dass sich ihr Produktangebot vermindert oder sogar stark vermindert hat.
- Nur 4 % der Befragten gaben an, ihr Produktangebot seit MiFID II erhöht zu haben.
- Bei keinem Befragten hat sich das Produktangebot seit MiFID II stark erhöht.

Wie hat sich MiFID II auf Ihr Produktangebot ausgewirkt?

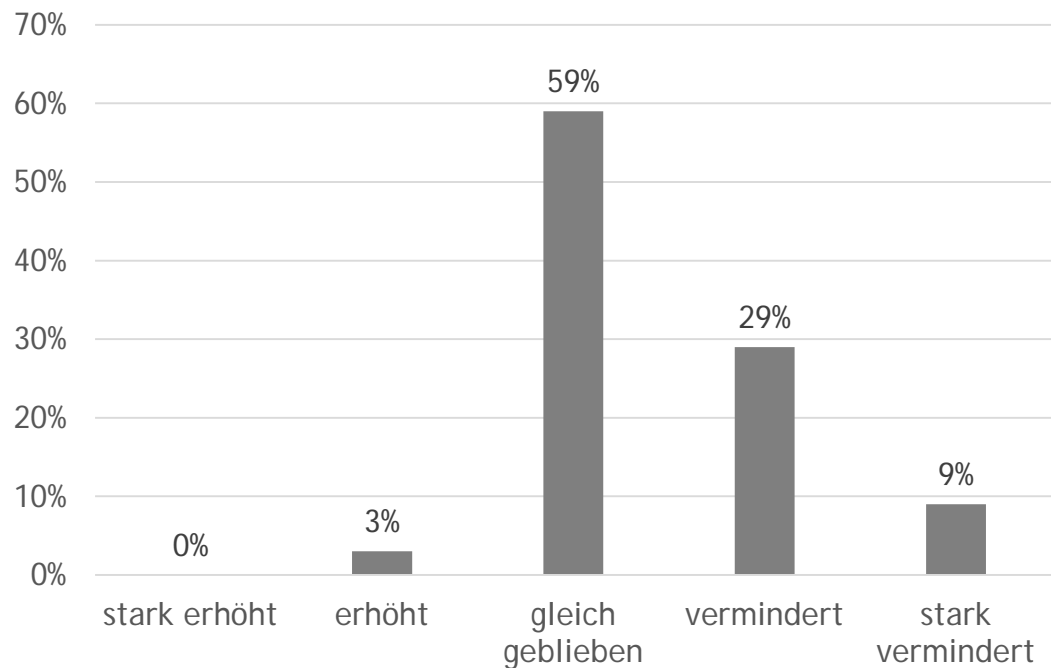


■ Wie hat sich MiFID II auf Ihr Produktangebot ausgewirkt?

Frage 14, n= 146

- Ein ähnliches Bild zeigt sich bei den Veranlagungsvolumina, die bei mehr als der Hälfte (59 %) gleich geblieben sind.
- Mehr als ein Drittel (38 %) geben jedoch an, dass sich ihre Veranlagungsvolumina vermindert oder stark vermindert haben.
- Nur bei 3 % der Befragten hatte MiFID II eine Erhöhung der Veranlagungsvolumina zur Folge.
- Bei keinem Befragten haben sich die Veranlagungsvolumina durch MiFID II stark erhöht.

Wie hat sich MiFID II auf Ihre Veranlagungsvolumina ausgewirkt?

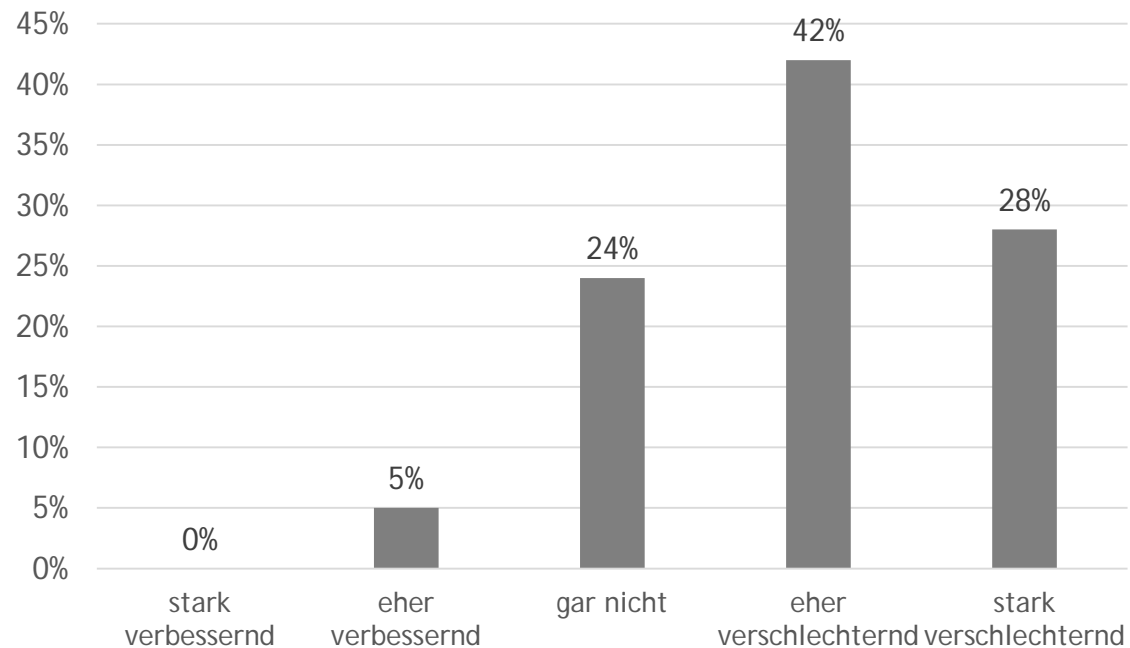


■ Wie hat sich MiFID II auf Ihre Veranlagungsvolumina ausgewirkt?

Frage 15, n=146

- Ein Großteil (70 %) der Teilnehmer ist der Meinung, dass sich MiFID II auf die Betreuung von Kleinanlegern eher verschlechternd oder sogar stark verschlechternd auswirkt.
- Knapp ein Viertel (24 %) denkt, dass MiFID II keine Auswirkungen auf die Betreuung von Kleinanlegern hat.
- 5 % denken, dass sich MiFID II eher verbessernd auf die Betreuung von Kleinanlegern auswirkt.
- Kein Teilnehmer ist der Meinung, dass sich MiFID II stark verbessernd auf die Betreuung von Kleinanlegern auswirkt.

Inwieweit hat sich MiFID II Ihrer Ansicht nach auf die Betreuung von Kleinanlegern ausgewirkt?



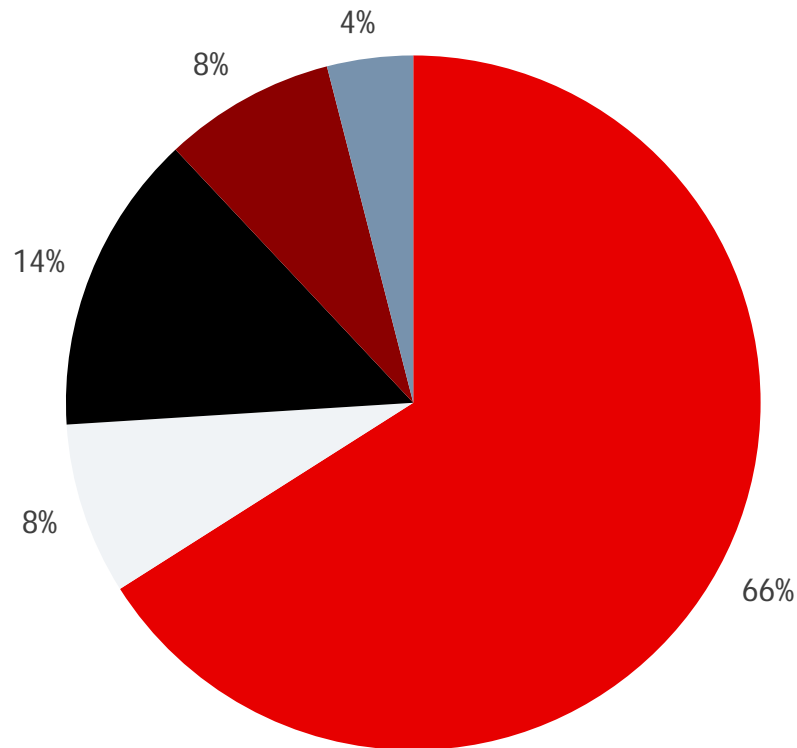
■ Inwieweit hat sich MiFID II Ihrer Ansicht nach auf die Betreuung von Kleinanlegern ausgewirkt?

Demografie: Überblick

- Zwei Drittel der Befragten (66 %) gehören der Berufsgruppe der Gewerblichen Vermögensberater an.
- 94 % der Befragten sind bereits länger als 10 Jahre in der Branche tätig, 47 % sogar länger als 20 Jahre.
- Es haben sich Finanzdienstleister aus allen Bundesländern an der Umfrage beteiligt, der Großteil davon ist in Wien tätig (37 %), gefolgt von Niederösterreich (16 %) und der Steiermark (16 %).
- Ein Großteil der Teilnehmer ist männlich (81 %), 16 % der Teilnehmer sind weiblich (restliche 3 % = keine Angabe).

Demografie Berufsgruppe

Welcher Berufsgruppe gehören Sie an?



■ Gewerbliche Vermögensberatung

■ Wertpapierfirma

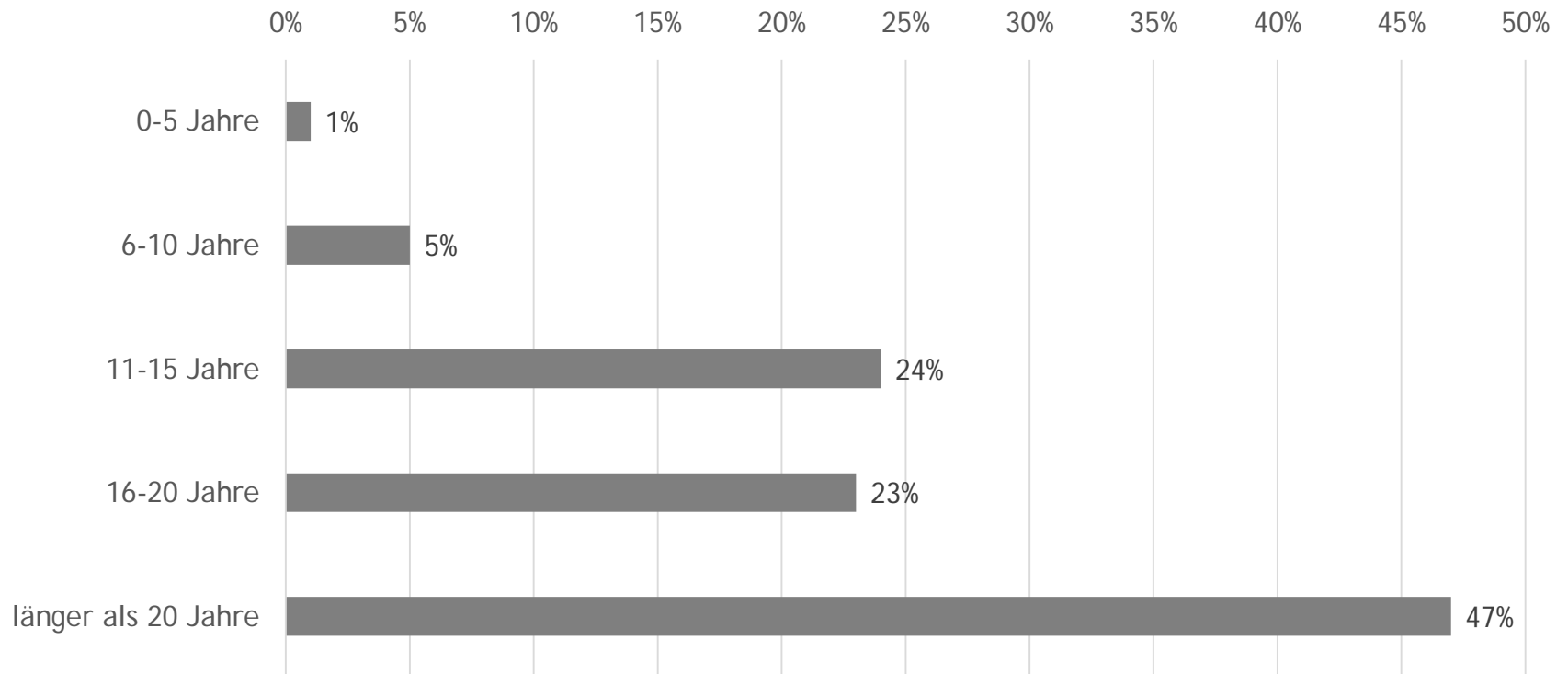
■ Andere

■ Wertpapiervermittler

■ Wertpapierdienstleistungsunternehmen

Demografie: Berufszugehörigkeit

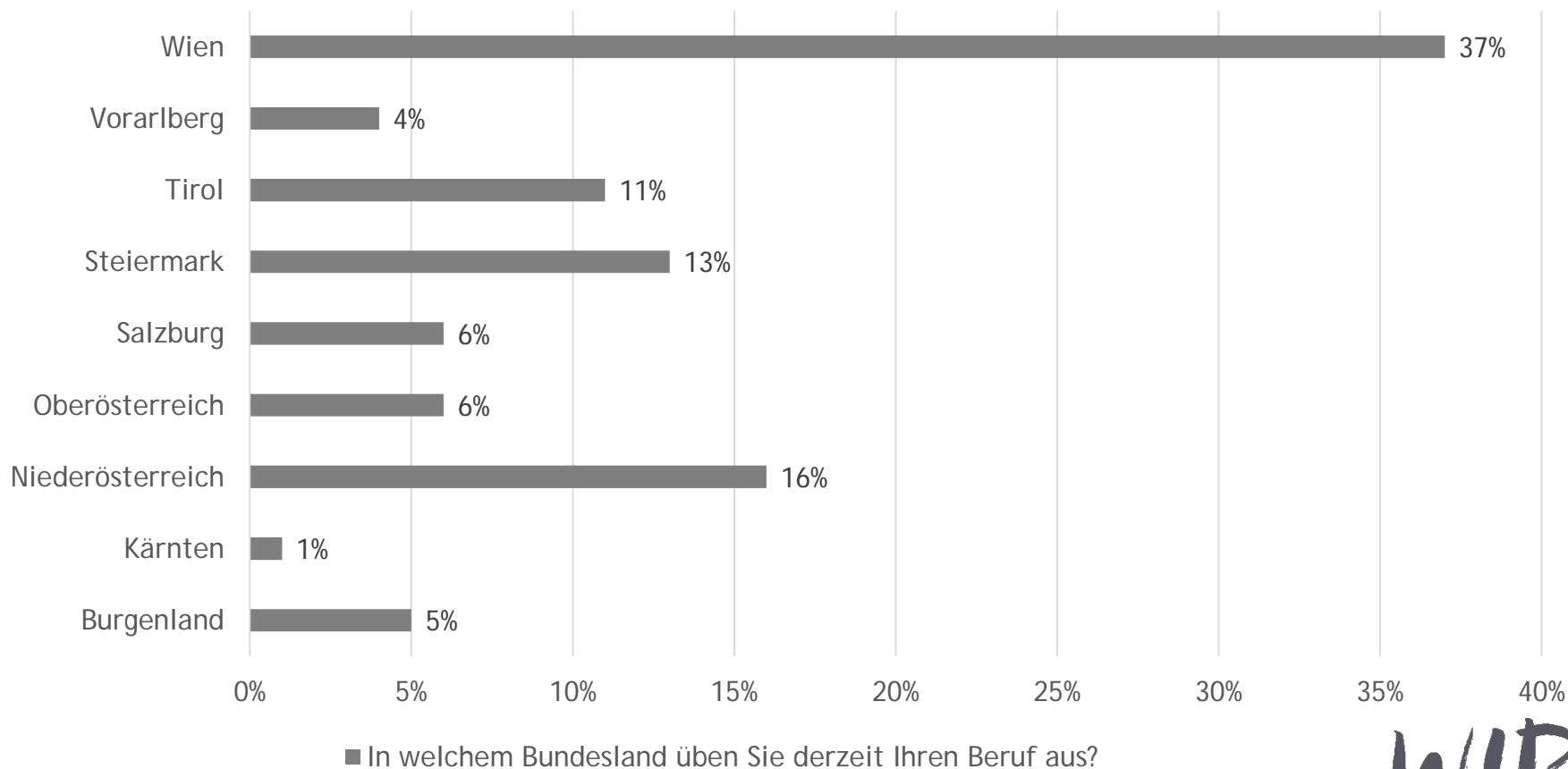
Wie lange sind Sie bereits in der
Finanzdienstleistungsbranche tätig?



■ Wie lange sind Sie bereits in der Finanzdienstleistungsbranche tätig?

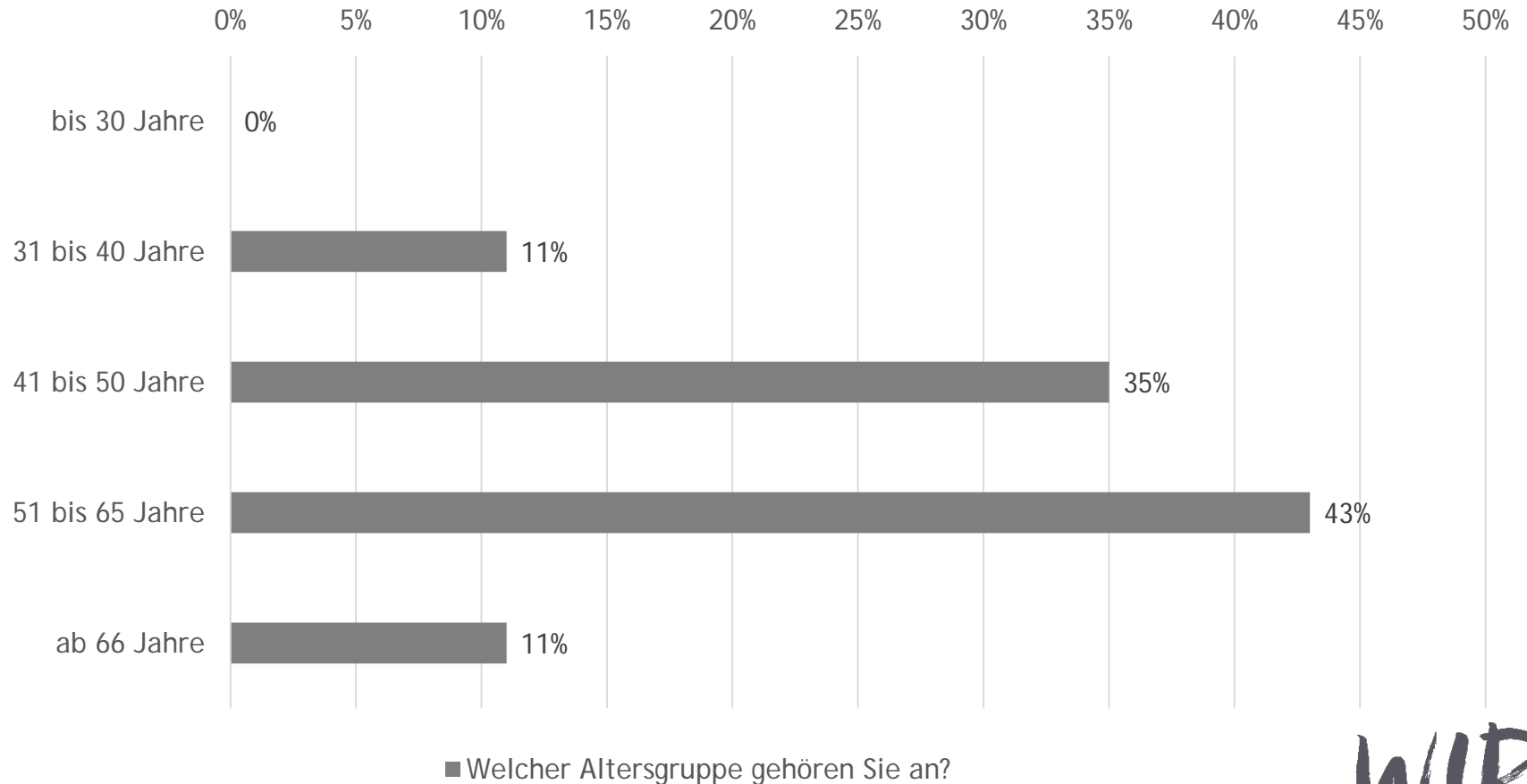
Demografie: Bundesland

In welchem Bundesland üben Sie derzeit Ihren Beruf aus?

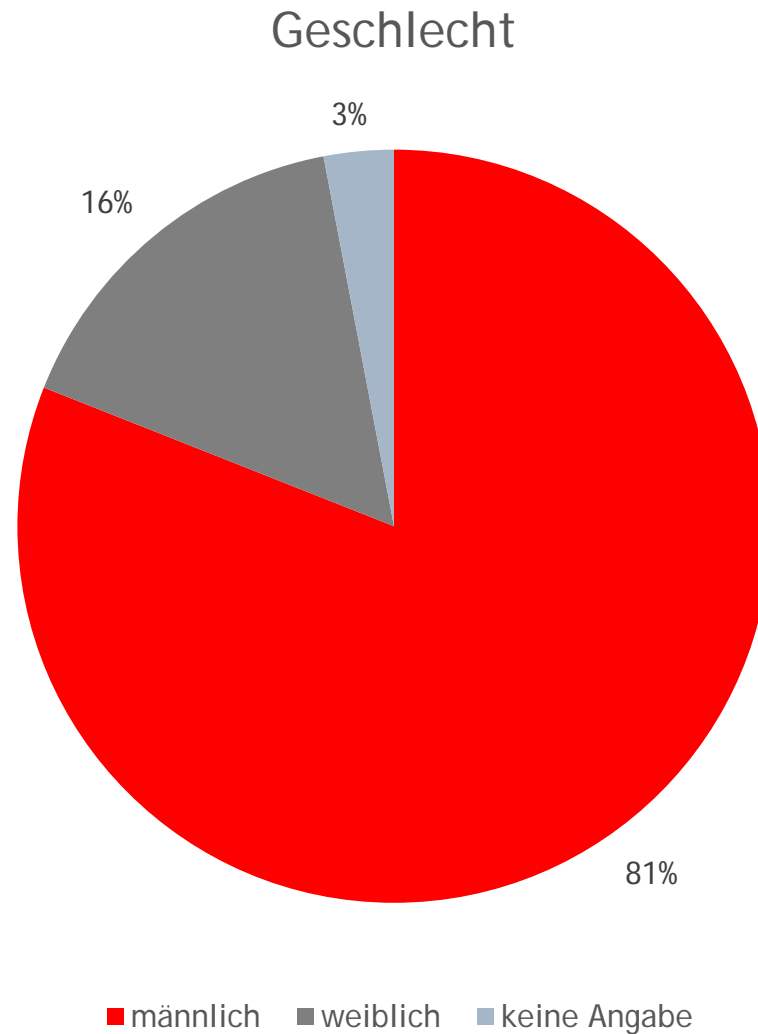


Demografie: Altersgruppen

Welcher Altersgruppe gehören Sie an?



Demografie: Geschlecht



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.