

1. Juli 2021

Fondsvertrieb und Pre-Marketing ab 2. August 2021 – Was jetzt zu beachten ist

Zum 2. August 2021 treten neue Vorschriften in Kraft, die das Pre-Marketing von Anteilen an Organismen für gemeinsame Anlagen (OGAs) erstmalig EU-weit vereinheitlichen.

Gleichzeitig gibt es neue Regelungen, wie das entsprechende Marketing-Material künftig inhaltlich zu gestalten ist.

Beide Neuerungen betreffen Kapitalverwaltungsgesellschaften mit Vollerlaubnis sowie EuVECA- und EuSEF-Manager, die ihre Produkte über den 2. August 2021 hinaus an (potentielle) Anleger vertreiben bzw. Pre-Marketing betreiben.

Marketing and Pre-Marketing of investment funds as from 2 August 2021 – What to prepare for

With effect as of 2 August 2021, new rules will come into force, harmonising for the first time the pre-marketing of interests in undertakings for collective investments (UCIs) within the EU.

At the same time, new rules on the future content of marketing material are implemented.

Both developments concern fully licensed capital management companies as well as EuVECA and EuSEF managers, which market or pre-market their products beyond 2 August 2021 to (potential) investors.

ZUSAMMENFASSUNG

Ab 2. August 2021 gelten statt der bisher uneinheitlichen nationalen Ansätze EU-weit einheitliche Regelungen zum Pre-Marketing.

Neben der neuen Definition des Begriffs „Pre-Marketing“ gibt es auch ein formalisiertes Notifizierungsverfahren, das AIF-KVGen, EuVECA- und EuSEF-Manager künftig einhalten müssen.

Für OGAs, die ab dem 2. August 2021 im regulären Vertrieb sind, müssen erfasste KVGen neue Vorgaben für Vertriebsmaterial (sog. „Marketing-Anzeigen“) einhalten.

EXECUTIVE SUMMARY

As from 2 August 2021, new EU-wide uniform rules on pre-marketing will replace the so far inconsistent national approaches.

In addition to a new definition of the term “pre-marketing”, a formalised notification procedure will be introduced, which AIFMs, EuVECA and EuSEF managers will need to comply with.

For UCIs regularly marketed as from 2 August 2021, AIFMs and UCITS managers are obliged to comply with new requirements regarding their “marketing communications”.

Marketing-Anzeigen müssen als solche erkennbar sein, Chancen und Risiken eines Investments gleich gewichten und müssen fair, eindeutig und nicht irreführend sein.

Insbesondere die detaillierten Vorgaben der ESMA zur inhaltlichen Gestaltung von Marketing-Anzeigen dürften erhebliche Auswirkungen auf die Vertriebsdokumentation haben.

Marketing communications must be identifiable as such, describe the risks and rewards of an investment in an equally prominent manner, and be fair, clear and not misleading.

In particular the detailed specifications of ESMA on the content of marketing communications are expected to have a considerable effect on marketing documentation.

A. Pre-Marketing

Das Pre-Marketing-Konzept wurde 2019 im Rahmen eines Maßnahmenpakets der EU-Kommission mit dem Ziel der weiteren Harmonisierung der Vertriebsregeln im Rahmen einer Änderungsrichtlinie zur AIFM-Richtlinie eingeführt und in Deutschland jüngst durch das sog. Fondsstandortgesetz ins KAGB übernommen, wirksam ab dem 2. August 2021. Es gilt für AIF-KVGs und unter den entsprechenden Verordnungen auch für EuVECA- und EuSEF-Manager.

„Pre-Marketing“ beschreibt kurz gesagt die durch eine KVG oder in deren Auftrag erfolgende direkte oder indirekte Bereitstellung von Informationen oder Mitteilung über Anlagestrategien oder Anlagekonzepte an potentielle professionelle Anleger in der EU mit dem Ziel festzustellen, inwieweit diese Interesse an einem AIF haben. Der AIF darf in dem betreffenden Mitgliedstaat noch nicht zugelassen bzw. noch nicht zum Vertrieb angezeigt sein und das Pre-Marketing darf noch kein Angebot an den potentiellen Anleger zur Investition in die Anteile dieses AIF darstellen.

Es geht also um eine Regulierung der Phase vor dem eigentlichen Vertriebsstart. Das Pre-Marketing ist nun EU-weit zulässig (in manchen EU-Staaten erstmals), verlangt aber eine Notifizierung an die zuständige Aufsichtsbehörde innerhalb von zwei Wochen ab

A. Pre-Marketing

The concept of pre-marketing was introduced in 2019 in the context of a set of measures by the EU Commission aiming at a further harmonisation of marketing rules, through a Directive amending the AIFM Directive. It has recently been implemented into the German capital investment act (KAGB) by the law strengthening the fund market place (Fondsstandortgesetz), effective as from 2 August 2021. It applies to AIFMs and, under the relevant Regulations, to EuVECA and EuSEF managers.

“Pre-marketing”, in short, describes the provision of information or communication, direct or indirect, on investment strategies or investment ideas by an EU AIFM or on its behalf, to potential professional investors in the EU in order to test their interest in an AIF which is not yet established or not yet notified for marketing in the respective Member State, and which in each case does not amount to an offer or placement to the potential investor to invest in the interests of that AIF.

The aim is to further regulate the phase before the actual marketing starts. Pre-marketing will now be allowed throughout the EU (in some Member States for the first time), but it requires a notification to the competent na-

Aufnahme des Pre-Marketings unter Angabe bestimmter Informationen und Dokumente.

AIF-KVGen sollten sich unbedingt mit dem neuen Verfahren vertraut machen, da für vertriebsbezogene Kontakte mit potentiellen Anlegern außerhalb des Pre-Marketings bzw. des regulären Vertriebs nur noch wenig Spielraum verbleiben wird.

Zu beachten ist auch, dass die neuen Regeln den Kreis Dritter, die Pre-Marketing für die betreffende KVG betreiben dürfen, erheblich einschränken: Dies sind künftig nur noch KVGen mit Vollerlaubnis, Kreditinstitute und Wertpapierdienstleistungsunternehmen.

Für mehr Informationen zum Pre-Marketing klicken Sie hier auf unsere [Mandanteninformation vom 15. März 2019](#).

B. Marketing-Anzeigen

Im Schatten der Pre-Marketing Debatten haben die neuen Regelungen über Marketing-Anzeigen bislang kaum Aufmerksamkeit erhalten. Diese beruhen auf einer unmittelbar anwendbaren [EU-Verordnung](#) zur Erleichterung des grenzüberschreitenden Vertriebs von OGAs, deren materielle Vertriebsregelungen nun ebenfalls zum 2. August 2021 in Kraft treten.

Die neuen Pflichten treffen alle KVGen mit Vollerlaubnis sowie ebenfalls EuVECA- und EuSEF-Manager.

Sie sind inhaltlich parallel zu bereits aus dem MiFID-Universum bekannten Vorgaben gestaltet, die bislang die KVGen allenfalls als Reflex betroffen haben. Danach müssen Marketing-Anzeigen immer

- als solche erkennbar sein;
- die Chancen und Risiken eines OGAs vergleichbar deutlich beschreiben; und
- generell fair, eindeutig und nicht irreführend sein.

tional authority within two weeks of having begun pre-marketing, providing certain information and documents.

It is crucial that AIFMs get acquainted with the new procedures, because there will be little room left for marketing-related communications with potential investors outside of the pre-marketing and marketing regimes.

It should further be noted that the new rules substantially limit the group of eligible third parties to conduct pre-marketing on behalf of the relevant manager: These must qualify as fully licensed AIFM or UCITS manager, credit institutions or MiFID investment firms.

For more information on pre-marketing please click here for our [client information dated 15 March 2019](#).

B. Marketing Communications

Overshadowed by the debates on pre-marketing, the new rules on marketing communications have gained very little attention so far. These are based on a directly applicable [EU Regulation](#) on facilitating cross-border distribution of UCIs, whose material marketing rules will likewise come into force on 2 August 2021.

The new obligations will apply to fully licensed AIFMs, UCITS managers, EuVECA and EuSEF managers.

They have been drafted in parallel with similar obligations within the MiFID universe, which so far affected fund managers by way of a reflex reaction, if at all. Going forward, marketing communications must always

- be identifiable as such;
- describe the risks and rewards of a UCI in an equally prominent manner; and
- generally be fair, clear and not misleading.

Das scheint überwiegend unproblematisch, aber beispielsweise stellen viele Vertriebspräsentationen naturgemäß eher die Chancen eines Investments in den Vordergrund, während die Risiken bislang allenfalls im Kleingedruckten auftauchen.

Der Begriff der Marketing-Anzeigen ist sehr weit gefasst. Er wird nahezu jede werbende Kommunikation umfassen, einschließlich solcher auf Websites und in sozialen Medien, mit Ausnahme rechtlicher und regulatorischer Dokumente. Pre-Marketing-Material soll nicht umfasst sein.

Präzisierungen enthalten jüngst veröffentlichte Leitlinien der Europäischen Aufsichtsbehörde ESMA, die voraussichtlich Ende 2021 formal in Kraft treten werden.

KVGen mit Vollerlaubnis, EuVECA- und EuSEF-Manager sollten ab 2. August 2021 sämtliches von ihnen verwendetes Vertriebsmaterial (Präsentationen, Pitch Books, Teaser, LinkedIn Messages etc.) an den neuen Vorgaben messen.

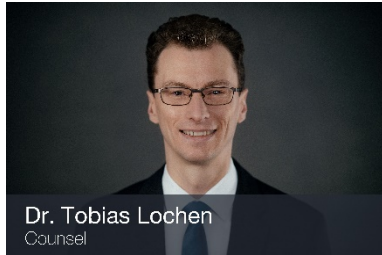
This seems to be not very problematic at a first glance, but for example many marketing presentations quite naturally focus on the rewards of an investment, while the risks are presented in the fine print, if at all.

The definition of marketing communications will be interpreted rather extensively. It will include nearly any advertising communication, including communication on websites and in social media, with the exception of legal and regulatory documents. Pre-marketing material is also excluded.

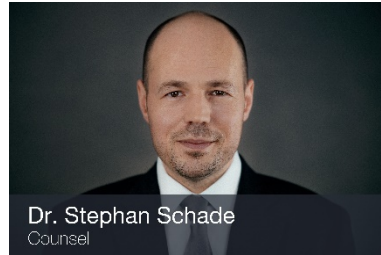
The recently published Guidelines of the European regulator ESMA, which are due to formally enter into force towards the end of 2021, contain some further guidance.

As from 2 August 2021, fully licensed AIFMs and UCITS managers as well as EuVECA and EuSEF managers should cross check any marketing material they intend to use (presentations, pitch books, teasers, LinkedIn messages, etc.) against the new obligations.

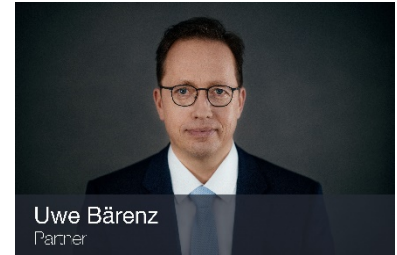
Kontaktieren Sie uns / Please contact us:



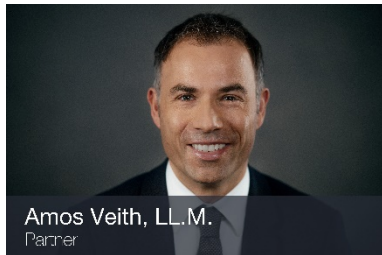
tobias.lochen@pplaw.com
T +49 (30) 25353-122



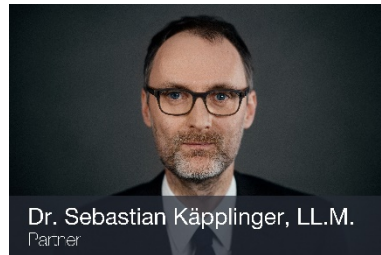
stephan.schade@pplaw.com
T +49 (30) 25353-117



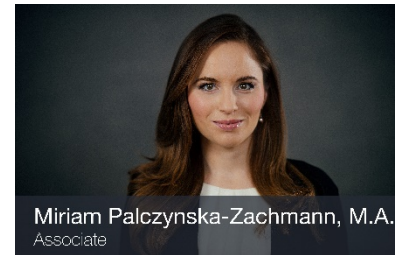
uwe.baerenz@pplaw.com
T +49 (30) 25353-122



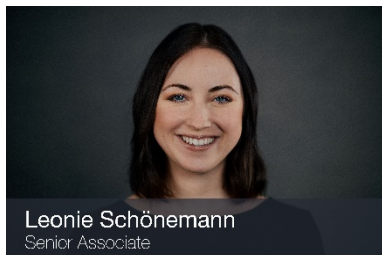
amos.veith@pplaw.com
T +49 (30) 25353-124



sebastian.kaepplinger@pplaw.com
T + 49 (69) 247047-22



miriam.palczynska-zachmann@pplaw.com
T +49 (30) 25353-122



leonie.schoenemann@pplaw.com
T + 49 (69) 247047-52

Über uns

POELLATH ist eine marktführende international tätige Wirtschafts- und Steuerkanzlei mit mehr als 150 Anwälten und Steuerberatern in Berlin, Frankfurt und München. Wir stehen für High-End-Beratung zu Transaktionen und Asset Management. Wir bieten Recht und Steuern aus einer Hand. In unseren ausgewählten und hoch-spezialisierten Praxisgruppen kennen wir nicht nur das Recht, sondern prägen gemeinsam mit unseren Mandanten die Best Practice im Markt. Nationale und internationale Rankings listen unsere Berater regelmäßig als führende Experten ihres Fachgebietes.

Umfassenden Service bieten wir in folgenden Bereichen: Mergers & Acquisitions | Private Equity | Venture Capital | Private Funds | Immobilientransaktionen | Gesellschafts- und Kapitalmarktrecht | Finanzierungen | Steuerrecht | Nachfolge und Vermögen | Stiftungen und Non-Profit-Organisationen | IP/IT-, Vertriebs- und Kartellrecht | Prozessführung und Schiedsverfahren.

About us

POELLATH is a market-leading international business and tax law firm with more than 150 lawyers and tax advisors in Germany. We stand for high-end advice on transactions and asset management. We offer legal and tax advice from one source. In our selected and highly specialized practice groups, we not only know the law, but shape the best practice in the market together with our clients. National and international rankings regularly list our professionals as leading experts in their fields.

We offer comprehensive service in the following areas: Mergers & Acquisitions | Private Equity | Venture Capital | Private Funds | Real Estate | Corporate and Capital Markets | Finance | Tax | Private Clients | Foundations and Non-Profit Organizations | IP/IT, Distribution and Antitrust Law | Litigation and Arbitration.