



Im Rahmen unserer Dienstleistungen, der Kundenberatung und Empfehlung geeigneter Anlageprodukte, hat die Wahrung der Kundeninteressen den höchsten Stellenwert. Jedoch können dabei unterschiedlichste Interessenkonflikte auftreten. Der Gesetzgeber verpflichtet uns, mögliche Interessenkonflikte zu identifizieren und Vorkehrungen zu einem angemessenen Umgang mit solchen zu treffen, um eventuell daraus ergebende Beeinträchtigungen von Kundeninteressen zu vermeiden.

Identifizierung möglicher Interessenkonflikte:

1. Durch Zuwendungen jeglicher Art, die bei der Anlage eines Kunden in einen von uns empfohlenen Investmentfonds erfolgen könnten, und zwar ...
 - a) durch Vergütung des Ausgabeaufschlags,
 - b) durch Vergütung der Bestandsprovision,
 - c) durch sonstige Arten einer Vergütung (z.B. Weitergabe einer Management-Fee o.ä.).

Der Interessenkonflikt könnte daraus abgeleitet werden, dass wir ein Anlageprodukt bevorzugen, bei dessen Abschluss wir eine höhere Zuwendung erhalten.

2. Durch Zuwendungen jeglicher Art, die von einem Produkthanbieter (Kapitalanlagegesellschaft oder Versicherungsunternehmen) an uns erfolgen könnte, oder bereits erfolgt ist, dessen Produkte wir unseren Kunden empfehlen, und zwar ...
 - a) durch Geldzuwendungen,
 - b) durch Einladung zu fachlichen Veranstaltungen incl. Bewirtung und Aushändigung von werblichen Gegenständen,
 - c) durch Einladung eines Produkthanbieters zu freizeithchen Veranstaltungen mit Kostenübernahme oder –beteiligung.

Der Interessenkonflikt könnte daraus abgeleitet werden, dass wir Anlageprodukte eines Produktgebers bevorzugen, von dem wir die aufgeführten Zuwendungen in der Vergangenheit erhalten haben oder in Zukunft erhalten werden oder könnten, ggf. auch als Folge eines möglichen Vertriebs dieser Produkte.

3. Durch Erlangung von Informationen, ...
 - a) die nicht öffentlich bekannt sind.
 - b) aus denen hervorgeht, dass ein Anlageprodukt einer mengenmäßigen oder zeitlichen Begrenzung des Angebots unterliegt.

Der Interessenkonflikt könnte daraus abgeleitet werden, dass wir aus persönlichen Interessen in unserem Kundenkreis bestimmte Kunden bevorzugen und entscheiden, ob und wem wir ggf. diese Informationen zukommen lassen, um daraus für uns höhere Provisionen zu generieren oder einen Provisionsverlust zu vermeiden.





4. Aus persönlichen Beziehungen mit Personen eines Produkthanbieters (z.B. Mitarbeiter, Geschäftsleitung, mit diesen verbundenen Personen, Mitglied von Aufsichtsrat, Vorstand oder sonstigen Beiräten)

Der Interessenkonflikt könnte daraus abgeleitet werden, dass wir Anlageprodukte eines Produktgebers bevorzugen, zu dem eine der genannten persönlichen Beziehungen bestehen, um daraus persönliche Vorteile jedweder Art zu erlangen, oder als Folge bereits erhaltener persönlicher Vorteile jedweder Art.

Umgang mit den identifizierten möglichen Interessenkonflikten:

Zu 1: Der Bezug von Provisionen aus dem Vertrieb von Anlageprodukten ist Grundlage unseres Unternehmens. Jeder Kunde wird darauf in allgemeiner Form im Rahmen der „Erstinformation“ hingewiesen, sowie in konkreter Form bei der Empfehlung der für ihn ausgewählten Anlageprodukte. In der „Geeignetheitserklärung“ wird zudem festgehalten, wie hoch die Kosten des gewählten Anlageproduktes in Abhängigkeit des jeweiligen Anlagebetrags sind.

Bei der Erstellung eines Anlagevorschlags spielen die Provisionen eine untergeordnete Rolle. Wichtigstes Kriterium bei der Auswahl in Frage kommender Produkte ist die Einhaltung der individuellen Zielmarktbestimmung, also die anleger- und objektgerechte Beratung. Die in Frage kommenden Produkte werden dabei anhand ihrer Inhalte und bisherigen Wertentwicklungen verglichen. Dadurch ist nahezu ausgeschlossen, dass es nach diesen Kriterien identische Produkte gibt, die unterschiedliche Provisionssätze haben.

Sollte es von einem identischen Produkt unterschiedliche Tranchen mit unterschiedlichen Provisionssätzen geben, weisen wir den Kunden im Beratungsgespräch darauf hin.

- Zu 2: a) Geldzuwendungen werden nicht angenommen.
- b) Die Teilnahme an fachlichen Veranstaltungen stellt für uns in erster Linie eine fachliche Weiterbildung dar, in der wir einen aktuellen Einblick in die Finanzmärkte erhalten und uns über Produkte informieren, die wir sowohl bereits in Kundendepots platziert haben, als auch dafür künftig in Frage kommen könnten. Dabei übernimmt in der Regel der Produkthanbieter eine angemessene Bewirtung und stellt Werbegeschenke in kleinem Umfang zur Verfügung.

In unseren Beratungsgesprächen informieren wir unsere Kunden darüber, dass dies zu unserer Beratungskompetenz beiträgt und speziell die erhaltenen Bewirtungen und Werbegeschenke in keinsten Weise zu einer Bevorzugung der Produkte dieses Anbieters führen.

- c) Einladungen eines Produkthanbieters zu freizeithchen Veranstaltungen mit Kostenübernahme oder -beteiligung werden von uns in aller Regel abgelehnt. In begründeten Ausnahmefällen wird dies dem Kunden bei der Empfehlung eines entsprechenden Produktes dieses Anbieters angezeigt, sowie durch geeignete Informationen nachgewiesen, dass die Teilnahme an dieser Veranstaltung keinen Einfluss auf die Auswahl und Empfehlung des Anlageproduktes hat.





Zu 3: Wir nutzen alle uns zur Verfügung stehenden Kontaktmöglichkeiten, um zu gewährleisten, dass wir Informationen zu einem Anlageprodukt, die entweder nicht öffentlich bekannt sind, oder einer mengenmäßigen oder zeitlichen Begrenzung des Angebots unterliegen, so schnell wie möglich allen Kunden zur Verfügung stellen, die davon betroffen sind, oder betroffen sein könnten. Bei der Kontaktform per E-Mail erfolgt dies gleichzeitig, bei allen anderen Kontaktformen obliegt dem Berater die Entscheidung nach bestem Wissen und Gewissen, in welcher Reihenfolge er die entsprechenden Kunden kontaktiert. Eine Bevorzugung aus persönlichen Gründen kann daraus nicht abgeleitet werden.

Aus einer möglichen verspäteten Reaktion seitens der Kunden, die aufgrund einer verzögerten Kenntnisnahme speziell von E-Mail-Nachrichten erfolgt, kann ebenfalls keine Bevorzugung des Beraters aus persönlichen Gründen abgeleitet werden. Gemeinsam mit dem Kunden ist dann zu klären, ob es für künftige Fälle eine andere, einvernehmliche Lösung geben kann.

Zu 4: Eine persönliche Beziehungen mit Personen eines Produkthanbieters ist für uns in erster Linie eine wichtige Möglichkeit, durch die wir einen aktuellen Einblick in die Finanzmärkte erhalten und uns über die Produkte des Anbieters informieren, die wir sowohl bereits in Kundendepots platziert haben, als auch dafür künftig in Frage kommen könnten. Eine Bevorzugung dieser Produkte, um persönliche Vorteile daraus zu erlangen, schließen wir grundsätzlich aus.

In unseren Beratungsgesprächen informieren wir unsere Kunden, wenn zu einem angebotenen Produkt eine persönliche Beziehung zu einer entsprechenden Person des Produkthanbieters besteht.

Um bestmöglich zu vermeiden, dass sachfremde Interessen unsere Beratung und Anlageempfehlung beeinflussen, verpflichten wir uns zur Einhaltung hoher ethischen Standards. Wir verfolgen keine internen Vertriebsziele und Produktvorgaben. Wir beachten jederzeit Sorgfalt und Redlichkeit, rechtmäßiges und professionelles Handeln, Marktstandards sowie insbesondere immer die Kundeninteressen.

Diese Dokumentation wird mindestens 1 Mal pro Jahr geprüft und bei Bedarf angepasst und ergänzt, sowie bei der jährlichen Wirtschaftsprüfung vorgelegt.

München im August 2020

Ort, Datum

Gerhard Roth

Thomas Stich

Die letzte Überarbeitung/Ergänzung erfolgte im Januar 2024.

Die letzte Überarbeitung/Ergänzung erfolgte im Juli 2023.

Die letzte Überarbeitung/Ergänzung erfolgte im August 2022.

Die letzte Überarbeitung/Ergänzung erfolgte im Februar 2021.

