



European Securities and
Markets Authority

Leitlinien

Leitlinien zu Querverkäufen



Inhalt

| | | |
|---|--|----|
| 1 | Zweck..... | 3 |
| 2 | Anwendungsbereich..... | 3 |
| 3 | Adressaten..... | 3 |
| 4 | Compliance- und Mitteilungspflichten sowie Zeitpunkt der Anwendbarkeit | 4 |
| 5 | Begriffsbestimmungen..... | 5 |
| 6 | Leitlinien zu Querverkäufen..... | 6 |
| 7 | Beispiele für nachteilige Querverkaufspraktiken | 12 |

1 Zweck

1. Hauptzweck dieser Leitlinien ist die Erarbeitung eines kohärenten und wirksamen Ansatzes bei der Überwachung von Firmen durch zuständige Behörden, der zu einer Verbesserung des Anlegerschutzes in allen Mitgliedstaaten beitragen soll. Die Leitlinien sollen dabei helfen, die erwarteten Standards für das Verhalten und die organisatorischen Vorkehrungen von Firmen, die an Querverkäufen beteiligt sind, klar zu formulieren mit dem Ziel, dass Nachteile für Anleger abgeschwächt werden können.

2 Anwendungsbereich

2. Die Leitlinien gelten in Bezug auf Querverkäufe im Sinne der Definition in Artikel 4 Absatz 1 Unterabsatz 42 der Richtlinie über Märkte für Finanzinstrumente II (MiFID II). Sie gelten insbesondere dann, wenn eine Wertpapierdienstleistung zusammen mit einer anderen Dienstleistung oder einem Produkt als Teil eines Pakets oder als Bedingung für dieselbe Vereinbarung bzw. dasselbe Paket angeboten wird.
3. Vor dem Hintergrund dieser Definition erinnert die ESMA nochmals daran, dass für die einzelnen Produkte und Dienstleistungen, die von einer Firma im Querverkauf veräußert werden, oder für das Paket, das durch Querverkaufspraktiken entsteht, abweichende Wohlverhaltensregeln (die sich aus sektoralen EU-Rechtsvorschriften außerhalb von MiFID II ergeben) gelten können. Die vorliegenden Leitlinien berühren in keiner Weise die Pflichten von Firmen, solche geltenden Anforderungen einzuhalten.
4. Die Leitlinien gelten für gekoppelte und gebündelte Pakete, sofern diese nicht nach Rechtsvorschriften, die für die im Paket enthaltenen Produkte oder Dienstleistungen gelten, verboten sind.

3 Adressaten

5. Die Leitlinien richten sich an zuständige Behörden im Rahmen ihrer Beaufsichtigung von Firmen, die den folgenden Richtlinien unterliegen:
 - a. Richtlinie über Märkte für Finanzinstrumente (Neufassung) (Richtlinie 2014/65/EU - MiFID II);
 - b. Richtlinie zur Koordinierung der Rechts- und Verwaltungsvorschriften betreffend bestimmte Organismen für gemeinsame Anlagen in Wertpapieren (Richtlinie 2009/65/EG - OGAW-Richtlinie);
 - c. Richtlinie über die Verwalter alternativer Investmentfonds (Richtlinie 2011/61/EU - AIFMD).

4 Compliance- und Mitteilungspflichten sowie Zeitpunkt der Anwendbarkeit

Status der Leitlinien

6. Diese Leitlinien werden gemäß Artikel 16 der ESMA-Verordnung herausgegeben. Gemäß Artikel 16 Absatz 3 müssen die zuständigen Behörden alle erforderlichen Anstrengungen unternehmen, um den Leitlinien nachzukommen. Dazu sollten die zuständigen Behörden die an sie gerichteten Leitlinien in geeigneter Weise in ihre Aufsichtspraxis (z. B. durch Änderung ihres Rechtsrahmens oder ihrer Aufsichtsverfahren) aufnehmen.
7. Gemäß Artikel 24 Absatz 11 MiFID II hat die ESMA diese Leitlinien gemeinsam mit der EBA und der EIOPA ausgearbeitet.
8. Diese Leitlinien gelten ab dem 3. Januar 2018.

Mitteilungspflichten

9. Die zuständigen Behörden, für die diese Leitlinien gelten, müssen der ESMA binnen zwei Monaten nach Veröffentlichung der übersetzten Fassung durch die ESMA per E-Mail an die Adresse cross-selling1861@esma.europa.eu mitteilen, ob sie beabsichtigen, die Leitlinien einzuhalten bzw. aus welchen Gründen sie zur Einhaltung nicht bereit sind. Geht innerhalb der genannten Frist keine Mitteilung ein, wird davon ausgegangen, dass die zuständigen Behörden die Leitlinien nicht einhalten werden. Eine Vorlage für diese Mitteilungen ist auf der ESMA-Website verfügbar.
10. Wo dies sinnvoll erschien, wurden die Leitlinien in den nachstehenden Absätzen durch Beispiele ergänzt. Die Beispiele zeigen darüber hinaus auf, wie die einzelnen (durch zuständige Behörden umgesetzten) Leitlinien in der Praxis von Firmen realisiert werden können. Es sind aber auch andere Wege zur Umsetzung der Leitlinien durch eine Firma denkbar.

5 Begriffsbestimmungen

11. Sofern nicht anders angegeben, haben die in der MiFID-II-Richtlinie verwendeten Begriffe in diesen Leitlinien dieselbe Bedeutung. Für die Zwecke dieser Leitlinien gelten darüber hinaus die folgenden Begriffsbestimmungen:

| | |
|--------------------------|--|
| <i>Firmen</i> | <p>Folgende Finanzmarktteilnehmer:</p> <ul style="list-style-type: none">a) Wertpapierfirmen (gemäß der Definition in Artikel 4 Absatz 1 Unterabsatz 1 MiFID II),b) Kreditinstitute (gemäß der Definition in Artikel 4 Absatz 1 Unterabsatz 1 der Verordnung (EU) Nr. 575/2013), wenn sie Wertpapierdienstleistungen und Anlagetätigkeiten gemäß der Definition in Artikel 4 Absatz 1 Unterabsatz 2 MiFID II erbringen,c) Verwaltungsgesellschaften (gemäß der Definition in Artikel 2 Absatz 1 Buchstabe b der Richtlinie 2009/65/EG), wenn sie Dienstleistungen gemäß Artikel 6 Absatz 3 der Richtlinie 2009/65/EG erbringen), undd) externe AIFM (gemäß der Definition in Artikel 5 Absatz 1 Buchstabe a der Richtlinie 2011/61/EU), wenn sie Dienstleistungen gemäß Artikel 6 Absatz 4 der Richtlinie 2011/61/EU erbringen. |
| <i>Gebündeltes Paket</i> | Ein Paket von Produkten und/oder Dienstleistungen, bei dem jedes der angebotenen Produkte bzw. jede der angebotenen Dienstleistungen auch einzeln erworben werden kann und dem Kunden die Möglichkeit gelassen wird, die verschiedenen Bestandteile des Pakets einzeln von der Firma zu erwerben. |
| <i>Gekoppeltes Paket</i> | Ein Paket von Produkten und/oder Dienstleistungen, bei dem zumindest eines der angebotenen Produkte bzw. eine der angebotenen Dienstleistungen für den Kunden nicht einzeln von der Firma erhältlich ist. |
| <i>Bestandteil</i> | Das einzelne Produkt und/oder die einzelne Dienstleistung, das bzw. die einen Bestandteil des gebündelten oder gekoppelten Pakets bildet. |

6 Leitlinien zu Querverkäufen

Vollständige Offenlegung von Preis- und Kosteninformationen

Leitlinie 1

12. Zuständige Behörden, die Firmen beaufsichtigen, die ein gekoppeltes oder gebündeltes Paket vertreiben, sollten diese Firmen auffordern sicherzustellen, dass den Kunden Informationen über den Preis sowohl des Pakets als auch seiner Bestandteile übermittelt werden.
13. Zuständige Behörden, die Firmen beaufsichtigen, die ein gekoppeltes oder gebündeltes Paket vertreiben, sollten diese Firmen auffordern sicherzustellen, dass den Kunden eine klare Aufschlüsselung sowie die Höhe aller einschlägigen bekannten Nebenkosten übermittelt wird, die mit dem Erwerb des Pakets und seiner Bestandteile verbunden sind, z. B. Verwaltungsgebühren, Transaktionskosten und Strafzuschläge für Verkauf oder Vorauszahlung. Wenn eine genaue Ex-ante-Berechnung der Kosten nicht möglich ist, diese den Kunden nach dem Erwerb des Pakets aber dennoch entstehen, sollten die zuständigen Behörden die betreffende Firma auffordern, auf der Grundlage vernünftiger Annahmen eine Schätzung dieser Kosten zu übermitteln.

Veranschaulichendes Beispiel

Ist der Gegenstand eines Querverkaufs ein Zins-Swap mit einem Darlehen mit variablem Zinssatz, um dem Kunden die Absicherung des Zinsrisikos des Darlehens zu ermöglichen (d. h. der Kunde tauscht einen variablen Zinssatz gegen einen festen Zinssatz ein), übermittelt die Firma dem Kunden wichtige Informationen zu allen Aspekten der Swap-Vereinbarung, die sich auf die dem Kunden am Ende entstehenden Kosten wesentlich auswirken, z. B. die potenzielle Zahlungsverpflichtung bei Zinsänderungen und die Gebühr für den Ausstieg aus dem Swap-Vertrag.

Deutlich sichtbare Darstellung und zeitgerechte Übermittlung von Preis- und Kosteninformationen

Leitlinie 2

14. Zuständige Behörden, die Firmen beaufsichtigen, die ein gekoppeltes oder gebündeltes Paket vertreiben, sollten diese Firmen auffordern sicherzustellen, dass Informationen zum Preis und zu allen einschlägigen Kosten des Pakets und seiner einzelnen Bestandteile rechtzeitig vor Abschluss eines Geschäfts verfügbar gemacht werden, sodass der Kunde in der Lage ist, Entscheidungen informiert zu treffen.

Leitlinie 3

15. Zuständige Behörden, die Firmen beaufsichtigen, die ein gekoppeltes oder gebündeltes Paket vertreiben, sollten diese Firmen auffordern sicherzustellen, dass den Kunden

deutlich sichtbare, präzise und einfach formulierte Preis- und Kosteninformationen zu dem Paket und zu seinen Bestandteilen übermittelt werden (dabei ist sämtliche Fachterminologie zu erläutern).

16. Zuständige Behörden, die Firmen beaufsichtigen, die ein gekoppeltes oder gebündeltes Paket vertreiben, sollten diese Firmen auffordern sicherzustellen, bei der Werbung für einzelne Bestandteile eines gebündelten oder gekoppelten Pakets stets dafür zu sorgen, dass die Preis- und Kosteninformationen zu diesen Bestandteilen mit gleicher Deutlichkeit angegeben werden, sodass der Kunde in der Lage ist, eindeutig und rasch zu erkennen, wie sich der Erwerb beider Bestandteile als Paket auf die Kosten auswirken würde.

Veranschaulichende Beispiele

- 1) *In allen Marketingmitteilungen der Firma wird für jeden einzelnen Bestandteil innerhalb eines im Sortiment befindlichen Pakets dieselbe Schriftart benutzt, um die einschlägigen Preis- und Kundeninformationen zu kommunizieren. Einschlägige Informationen, die einen der Bestandteile betreffen, werden nicht durch eine größere oder fettere Schrift stärker hervorgehoben.*
- 2) *Erfolgt der Verkauf im Internet oder über eine andere Art des Vertriebs ohne unmittelbare Beteiligung eines Verkäufers, werden die Preis- und Kosteninformationen zu beiden Produkten, aus denen das Paket besteht, frühzeitig auf den einschlägigen Webseiten aufgeführt. Sie müssen für die Kunden einfach zu finden sein, d. h. die Preis- und Kosteninformationen zu einem Produkt, das Bestandteil eines gebündelten Pakets ist, dürfen nicht weiter unten auf dem Online-Verkaufsformular der Firma platziert oder „verborgen“ werden.*

Leitlinie 4

17. Zuständige Behörden, die Firmen beaufsichtigen, die ein gekoppeltes oder gebündeltes Paket vertreiben, sollten diese Firmen auffordern sicherzustellen, dass die Preis- und Kosteninformationen den Kunden in nicht irreführender Weise und ohne Verzerrung oder Verschleierung der tatsächlichen Kosten präsentiert werden. Die Kunden dürfen auch nicht durch die Art der Darstellung an einem sinnvollen Vergleich mit alternativen Produkten gehindert werden.

Vollständige Offenlegung etwaiger wichtiger Informationen zu nicht preisbezogenen Merkmalen und Risiken

Leitlinie 5

18. Zuständige Behörden, die Firmen beaufsichtigen, die ein gekoppeltes oder gebündeltes Paket vertreiben, sollten diese Firmen auffordern sicherzustellen, dass die Kunden etwaige wichtige Informationen zu den nicht preisbezogenen Merkmalen und Risiken der einzelnen Bestandteile und des Pakets erhalten, insbesondere auch Informationen darüber, wie diese Risiken sich verändern, wenn das gebündelte Paket und nicht die Bestandteile einzeln erworben werden.

Veranschaulichendes Beispiel

Eine Firma bietet ein Sparkonto mit Sonderkonditionen nur unter der Bedingung an, dass gleichzeitig eine strukturierte Anleihe erworben wird. In diesem Fall unterscheidet sich das mit diesem Gesamtpaket verbundene Risiko von den Risiken, die mit dem Sparkonto alleine verbunden sind: Das Anfangskapital eines Sparkontos wird garantiert; die einzige Variable ist die Verzinsung. Dagegen kann Anfangskapital, das in ein strukturiertes Investmentprodukt investiert wird, nicht garantiert werden - es kann teilweise oder ganz verloren gehen. In diesem Beispiel sind die Risikoprofile der Bestandteile offensichtlich völlig unterschiedlich. Werden die beiden Bestandteile kombiniert, könnte das mit dem strukturierten Produkt verbundene Risiko die Sicherheit des Sparprodukts so stark mindern, dass sich das Gesamtrisikoprofil des Pakets signifikant erhöht. Die Firma informiert den Kunden unmissverständlich darüber, wie sich das Risiko verändert, wenn er, anstatt die einzelnen Bestandteile separat zu erwerben, das gebündelte Paket kauft.

Deutlich sichtbare Darstellung und rechtzeitige Übermittlung etwaiger wichtiger Informationen zu nicht preisbezogenen Merkmalen und Risiken

Leitlinie 6

19. Zuständige Behörden, die Firmen beaufsichtigen, die ein gekoppeltes oder gebündeltes Paket vertreiben, sollten diese Firmen auffordern sicherzustellen, dass wichtige nicht preisbezogene Faktoren und die einschlägigen Risiken den Kunden ebenso deutlich sichtbar und gewichtig mitgeteilt werden wie Informationen zu Preisen und Kosten der einzelnen Bestandteile oder des gebündelten/gekoppelten Pakets. Über diese Faktoren und Risiken sollte der Kunde in einfachen Formulierungen und rechtzeitig vor Vertragsabschluss aufgeklärt werden (sämtliche Fachterminologie ist zu erläutern).
20. Zuständige Behörden, die Firmen beaufsichtigen, die ein gekoppeltes oder gebündeltes Paket vertreiben, sollten diese Firmen darüber hinaus auffordern sicherzustellen, dass den Kunden Informationen zu den nicht preisbezogenen Merkmalen und Risiken des Pakets in nicht in irreführender Weise und ohne verfälschte Darstellung der Auswirkungen, die diese Faktoren für den Kunden haben können, präsentiert werden.

Veranschaulichende Beispiele

- 1) *Die Firma macht den Kunden auf die möglichen Einschränkungen und Risiken des gekoppelten oder gebündelten Pakets und der Bestandteile aufmerksam und geht mit ihm die einschlägigen Informationen zur Erläuterung der wichtigsten möglichen Vorteile, Einschränkungen und Risiken des Pakets und der Bestandteile durch. Der Verkäufer erklärt gewissenhaft und rechtzeitig (vor Vertragsabschluss), welche wesentlichen Veränderungen dieser nicht preisbezogenen Faktoren möglich sind, je nachdem, i) ob der Bestandteil erworben wird und ii) welcher Bestandteil ausgewählt wird. Die Firma macht den Kunden des gekoppelten Pakets auf sämtliche Vorteile, Einschränkungen und etwaige Risiken des Pakets aufmerksam.*

- 2) *Die Firma sieht davon ab, ausschließlich allgemein auf ihre Geschäftsbedingungen zu verweisen, um Kunden auf wichtige nicht preisbezogene Informationen hinzuweisen oder ihnen diese zur Kenntnis zu bringen. Stattdessen erläutert die Firma dem Kunden die etwaigen Risiken sowie die nicht preisbezogenen Informationen in leicht verständlicher Sprache.*

Deutlich sichtbare Darstellung und Vermittlung der „Optionalität eines Erwerbs“

Leitlinie 7

21. Zuständige Behörden, die Firmen beaufsichtigen, die ein gebündeltes oder gekoppeltes Paket vertreiben, sollten diese Firmen auffordern sicherzustellen, dass Kunden ordnungsgemäß darüber informiert werden, ob die Möglichkeit besteht, die Bestandteile separat zu erwerben, d. h. ob Kunden wählen können, welche Produkte sie kaufen oder, soweit dies nach den sektoralen Rechtsvorschriften zulässig ist, ob einer der Bestandteile erworben werden muss, damit der Kunde berechtigt ist, eines der anderen Produkte von der Firma zu erwerben.
22. Zuständige Behörden, die Firmen beaufsichtigen, die ein gebündeltes Paket vertreiben, sollten diese Firmen auffordern sicherzustellen, dass sie ihre Produktauswahl so gestalten, dass Kunden ihre Auswahl aktiv zugunsten eines Erwerbs und damit eine bewusste Entscheidung zum Erwerb jedes einzelnen Bestandteils oder des gebündelten Pakets treffen können. Die zuständigen Behörden sollten daher Firmen, die Produkte oder Dienstleistungen als Paket im Rahmen eines Querverkaufs anbieten, dazu auffordern, keine Kästchen mit bereits gesetztem Haken zu verwenden (bei Online-Verkäufen oder in einem anderen Verkaufsdokument).
23. Zuständige Behörden, die Firmen beaufsichtigen, die ein gebündeltes Paket vertreiben, sollten diese Firmen auffordern sicherzustellen, dass sie bei der Präsentation ihrer Kaufoptionen nicht den Eindruck vermitteln, der Erwerb des gebündelten Pakets sei verpflichtend, obwohl er in Wirklichkeit optional ist.

Veranschaulichende Beispiele

- 1) *Eine Firma bietet eine Palette verschiedener Anlageprodukte an. Die Firma erläutert die Auswahlmöglichkeiten des Kunden in unmissverständlicher Weise. So wird zum Beispiel deutlich darauf hingewiesen, dass der Kunde die Möglichkeit hat, eine „Execution-only“-Dienstleistung (reine Ausführung) ohne zusätzliche Produkte wie Marktdaten und Finanzanalysen zu kaufen. Ebenso wird klar gesagt, ob die Wahlmöglichkeit des Kunden auf bestimmte Bündel von Bestandteilen beschränkt ist oder ob er seine Produkte völlig frei kombinieren kann.*
- 2) *Die Erwerbsoption für ein gebündeltes Paket, bestehend aus „Execution-only“-Dienstleistung und einer Marktstudie, auf den Verkaufsseiten der Firma im Internet wird leer gelassen. Der Kunde muss dem Erwerb explizit zustimmen, indem er die einfache Frage, ob er das Ergänzungsprodukt (in diesem Fall die Marktstudie) zusätzlich zum*

Hauptprodukt (und damit das gebündelte Paket) zu erwerben wünscht, durch Anklicken von „Ja“ beantwortet.

Adäquate Personalschulungen

Leitlinie 8

24. Zuständige Behörden, die Firmen beaufsichtigen, die gekoppelte oder gebündelte Pakete vertreiben, sollten diese Firmen auffordern sicherzustellen, dass das Personal, das mit dem Vertrieb der einzelnen als Bestandteile eines Pakets verkauften Produkte betraut ist, adäquate Schulungen, ggf. auch sektorübergreifende Schulungen, erhält. Die Personalschulungen müssen gewährleisten, dass die Mitarbeiter mit den etwaigen Risiken der Bestandteile und des gebündelten oder gekoppelten Pakets vertraut sind und diese den Kunden in leicht verständlicher Sprache (nicht Fachsprache) vermitteln können.

Interessenkonflikte aufgrund der für Verkaufsmitarbeiter geltenden Vergütungssysteme

Leitlinie 9

25. Zuständige Behörden, die Firmen beaufsichtigen, die gekoppelte oder gebündelte Pakete vertreiben, sollten diese Firmen auffordern sicherzustellen, dass geeignete Vergütungsmodelle und Verkaufsanreize vorhanden sind und von der Geschäftsleitung überwacht werden, die für eine verantwortungsvolles Verhalten im Geschäftsverkehr, eine faire Behandlung der Kunden und die Vermeidung von Interessenkonflikten auf Seiten des Vertriebspersonals der gekoppelten oder gebündelten Pakete förderlich sind.

Veranschaulichende Beispiele

- 1) *Die Firma verzichtet auf eine Vergütungspolitik sowie auf Praktiken und auf Leistungswettbewerbe, die für auf Provisionsbasis entlohnte Verkaufsmitarbeiter möglicherweise einen Anreiz darstellen könnten, den Kauf des gebündelten Pakets zu empfehlen und damit den unnötigen bzw. unangemessenen Verkauf eines Paketbestandteils oder des Pakets selbst zu begünstigen. Bestehen beispielsweise für Verkaufsmitarbeiter Anreize für den Querverkauf eines Darlehens zusammen mit einem Depot, birgt diese Vergütungsstruktur die Gefahr der Begünstigung missbräuchlicher Verkaufspraktiken in Bezug auf das Darlehen und damit auch auf das Paket.*
- 2) *Die Firma vermeidet Vergütungsstrukturen und -praktiken, die das Grundgehalt des Verkaufspersonals erheblich reduzieren würden, wenn ein bestimmtes Verkaufsziel in Bezug auf das gebündelte bzw. gekoppelte Paket nicht erreicht würde; damit sinkt das Risiko, dass der Verkäufer das gebündelte Paket zur Vermeidung eigener Nachteile verkauft, obwohl dies unangemessen ist.*
- 3) *Die Firma sieht davon ab, Gratifikationen oder Leistungszulagen für das Verkaufspersonal zu reduzieren, weil ein Verkaufsziel oder ein Schwellenwert für das gebündelte Paket nicht erreicht wurde.*

Widerrufsrecht

Leitlinie 10

26. Zuständige Behörden, die Firmen beaufsichtigen, die gekoppelte oder gebündelte Pakete vertreiben, sollten diese Firmen auffordern sicherzustellen, dass dort, wo Rücktritts- oder Widerrufsrechte für einen oder mehrere Bestandteil(e) eines Pakets gelten (falls die Bestandteile auf eigenständiger Basis verkauft würden), diese Rechte für die betreffenden Bestandteile innerhalb des Pakets weiterhin gelten.
27. Zuständige Behörden, die Firmen beaufsichtigen, die gekoppelte oder gebündelte Pakete vertreiben, sollten diese Firmen auffordern sicherzustellen, dass Kunden das Recht eingeräumt wird, die Produkte innerhalb eines Querverkaufsangebots nachträglich ohne unverhältnismäßige Sanktionen aufzuteilen, sofern es keine sachlich gerechtfertigten Gründe gibt, dies abzulehnen.

7 Beispiele für nachteilige Querverkaufspraktiken

28. Die nachstehenden Beispiele stellen gemäß Artikel 24 Absatz 11 MiFID II eine nicht erschöpfende Auflistung von Situationen dar, in denen Querverkäufe die Verpflichtungen von Artikel 24 Absatz 1 MiFID II nicht erfüllen.

Beispiele mit finanziellen Nachteilen

Beispiel 1

Zwei Produkte werden als Paket angeboten, wobei der Preis für dieses Paket höher ist als der Preis für die einzeln von derselben Firma angebotenen Bestandteile (unter der Voraussetzung, dass die Produkte in beiden Fällen dieselben Merkmale aufweisen).

Beispiel 2

Ein Kunde soll dazu gebracht werden, ein Querverkaufsangebot zu erwerben, indem damit geworben wird, dass ab dem Tag des Verkaufs der Gesamtbetrag der Kosten und Gebühren, die der Kunde zu zahlen hätte, niedriger ist als der kumulierte Preis der einzelnen Bestandteile, wenn diese separat erworben würden, obwohl in Wirklichkeit bereits geplant ist, diesen Kosten- und Gebührenbetrag mit der Zeit zu erhöhen, z. B. wegen anfallender Betriebskosten oder Entgelte.

Beispiel 3

Nichterstattung eines Teils des proportionalen Anteils der im Voraus bezahlten Prämie eines Versicherungsbestandteils des Pakets wegen der Beendigung einer Wertpapierdienstleistung, die damit zusammen verkauft worden war, wenn das Versicherungsprodukt nicht bestehen bleibt.

Beispiel für Nachteile wegen eingeschränkter Mobilität

Beispiel 4

Überhöhte Gebühren wegen vorzeitiger Kündigung für ein Nebenprodukt in Form einer Versicherung, wenn ein Kunde den Versicherungsschutz durch einen alternativen Anbieter ersetzen möchte, oder Drohung mit der Beendigung des Vertragsverhältnisses in Bezug auf ein anderes in dem Paket enthaltenes Produkt.

Beispiel für den Kauf nicht gewünschter oder unnötiger Produkte

Beispiel 5

Angebot eines Produkts innerhalb eines gebündelten Pakets mit einem anderen Produkt, das vom Kunden nicht verlangt wurde, wenn der Firma bewusst ist oder bewusst sein müsste, dass das Produkt ein anderes Produkt dupliziert, über das der Kunde bereits verfügt, sodass er keinen Nutzen davon hat (auch weil der Kunde nicht berechtigt ist).