

# § 28a AIFMG Voraussetzungen für das Pre-Marketing durch einen EU- AIFM

AIFMG - Alternative Investmentfonds Manager-Gesetz

⌚ Berücksichtigter Stand der Gesetzgebung: 21.02.2026

1. (1) Ein in Österreich konzessionierter AIFM kann in einem Mitgliedstaat Pre-Marketing betreiben, wenn das Pre-Marketing angemessen dokumentiert wird und die den potenziellen professionellen Anlegern vorgelegten Informationen
  1. nicht ausreichen, um die Anleger in die Lage zu versetzen, sich zum Erwerb von Anteilen eines bestimmten AIF zu verpflichten;
  2. keine Zeichnungsformulare oder vergleichbare Dokumente sind, unabhängig davon, ob sie in einem Entwurf oder in endgültiger Form vorliegen und
  3. keine Gründungsdokumente, Prospekte oder Angebotsunterlagen eines noch nicht registrierten AIF in endgültiger Form sind.Die gemäß Z 1 vorgelegten Informationen dürfen kein annahmefähiges Anbot im Sinne von § 861 ABGB darstellen.
2. (2) Werden Entwürfe von Prospekten oder Angebotsunterlagen bereitgestellt, so dürfen diese keine Informationen enthalten, die Anlegern für das Treffen einer Anlageentscheidung genügen, und es ist darin klar und deutlich darzulegen, dass
  1. es sich dabei nicht um ein Angebot oder eine Aufforderung zur Zeichnung von Anteilen eines AIF handelt und
  2. die darin dargelegten Informationen nicht als zuverlässig erachtet werden sollten, da sie unvollständig sind und noch geändert werden können.
3. (3) Der AIFM hat sicherzustellen, dass professionelle Anleger im Rahmen des Pre-Marketings keine Anteile eines AIF erwerben können. Professionelle Anleger, die im Rahmen des Pre-Marketings kontaktiert wurden, dürfen Anteile des AIF ausschließlich nach einer Vertriebsanzeige gemäß den §§ 29 bis 33 erwerben. Eine durch professionelle Anleger innerhalb von 18 Monaten, nachdem der EU-AIFM das Pre-Marketing aufgenommen hat, vorgenommene Zeichnung
  1. von Anteilen eines AIF, der in den im Rahmen des Pre-Marketings bereitgestellten Informationen genannt wird, oder
  2. eines infolge des Pre-Marketings registrierten AIFgilt als Vertriebsergebnis und bedarf einer Vertriebsanzeige gemäß den §§ 29 bis 33.
4. (4) Der AIFM hat binnen zwei Wochen nach Aufnahme des Pre-Marketings die FMA schriftlich über die Mitgliedstaaten, in denen das Pre-Marketing stattfindet oder stattgefunden hat und den Zeitraum für das Pre-Marketing zu informieren sowie eine Kurzbeschreibung des Pre-Marketings, darunter Informationen zu den vorgestellten Anlagestrategien und gegebenenfalls eine Liste der AIF und Teilfonds von AIF, die Gegenstand des Pre-Marketings sind oder waren, anzuschließen. Die FMA hat die zuständigen Behörden jener Mitgliedstaaten, in denen das Pre-Marketing stattfindet oder stattgefunden hat, davon unverzüglich zu informieren. Die FMA hat diesen zuständigen Behörden auf Anfrage weitere Angaben zum Pre-Marketing zu übermitteln.
5. (5) Im Namen eines in Österreich konzessionierten AIFM darf Pre-Marketing nur unter Einhaltung der Abs. 1 bis 3 von
  1. einer gemäß der Richtlinie 2014/65/EU zugelassenen Wertpapierfirma,
  2. einem gemäß der Richtlinie 2013/36/EU zugelassenen Kreditinstitut,
  3. einer gemäß der Richtlinie 2009/65/EG zugelassenen OGAW-Verwaltungsgesellschaft,
  4. einem gemäß der Richtlinie 2011/61/EU zugelassenen AIFM oder
  5. einem im Sinne der Richtlinie 2014/65/EU handelnden vertraglich gebundenen Vermittlerbetrieben werden.
6. (6) Ein in einem anderen Mitgliedstaat zugelassener AIFM kann in Österreich Pre-Marketing betreiben. Abs. 1 bis 5 ist auf dieses Pre-Marketing sinngemäß anzuwenden.

In Kraft seit 11.12.2021 bis 31.12.9999

© 2026 JUSLINE

JUSLINE® ist eine Marke der ADVOKAT Unternehmensberatung Greiter & Greiter GmbH.

[www.jusline.at](http://www.jusline.at)