

---

**8202/J XXIV. GP**

---

Eingelangt am 31.03.2011

Dieser Text wurde elektronisch übermittelt. Abweichungen vom Original sind möglich.

## ANFRAGE

des Abgeordneten Themessl  
und weiterer Abgeordneter

an den Bundesminister für Finanzen  
betreffend Garantiefonds

Am 4. Februar 2010 war in der Zeitung „Die Presse“ – unter dem Titel: „Zukunftsvorsorge: Anbieter auf Image-Tour“ nachfolgendes zu lesen:

*„Viele Anleger werden über die Entwicklung ihrer staatlich geförderten Garantiefonds nicht erfreut sein: Die Finanzmarktaufsicht (FMA) hat kürzlich eine Statistik präsentiert, wonach 14 dieser 22 Garantiefonds (bekannt auch als prämiengünstige Zukunftsvorsorge) „ausgestoppt“ wurden. Das heißt, dass nach den Kursstürzen im Jahr 2008 kein Geld mehr in Aktien veranlagt werden durfte. Zuvor mussten bis zu 40 Prozent der Gelder in börsennotierte Firmen aus Österreich investiert werden“.*

In diesem Zusammenhang stellen die unterfertigten Abgeordneten an den Bundesminister für Finanzen folgende

### Anfrage

1. Um welche 14 Garantiefonds – die von der FMA „ausgestoppt“ wurden – handelt es sich?
2. Wie viel Garantiefonds mit dem Modell „prämiengünstige Zukunftsvorsorge“ gibt es zur Zeit?
3. Wie viel davon sind ausgestoppt?
4. Gib es eine gesetzliche Verpflichtung der „ausgestoppten“ Garantiefonds, die Kunden über die Situation zu unterrichten?
5. Wurden die „ausgestoppten“ Garantiefonds von der FMA angehalten, ihre Kunden über die Situation aufzuklären?
6. Welche Haftungen (gegenüber den Kunden) entstehen den „ausgestoppten“ Garantiefonds, wenn sie ihre Kunden nicht informiert haben?
7. Welche Haftungen (gegenüber Vertriebspartnern) entstehen den „ausgestoppten“ Garantiefonds, wenn sie ihre Vertriebspartner nicht informiert haben?
8. Kann ein Vertriebspartner eines ausgestoppten Garantiefonds gegenüber dem Kunden haftbar gemacht werden?

9. Wurden die Kunden über die Situation und die daraus resultierenden Folgen informiert?
10. Wenn ja, in welchem Umfang wurden Sie über die Situation aufgeklärt?
11. Wenn nein, warum nicht?
12. Wurden die Kunden – in einem an sie persönlich adressierten Schreiben – informiert?
13. Wenn nein, warum nicht?
14. Wurde den Kunden ein kostenloser Umstieg – auf andere vergleichbare Produkte – angeboten?