



Fondbolagens förening

SWEDISH INVESTMENT FUND ASSOCIATION

# Riktlinjer för fondbolagens marknadsföring och information

Antagna av Fondbolagens förening vid styrelsemöte den 6 december 2004 och  
senast uppdaterade den 6 april 2022.

# Innehållsförteckning

Innehållsförteckning .....	2
Riktlinjer för fondbolagens marknadsföring och information .....	3
1. Information om fonder .....	3
1.1 Informationsbroschyr .....	3
1.2 Faktablad .....	3
1.3 Årsberättelse och halvårsredogörelse .....	4
1.4 Individuell kostnadsredovisning .....	4
1.5 Hållbarhetsrelaterade upplysningar .....	5
2. Marknadsföring .....	5
2.1 Allmänt om marknadsföring av fonder .....	5
2.2 Tidigare uppnådd avkastning .....	6
2.3 Räkneexempel med antaganden om framtida avkastning .....	7
2.4 Jämförelser .....	8
2.5 Grafisk framställning .....	9
2.6 Värdeomdömen .....	9
2.7 Risk .....	9
2.8 Upplysning om faktablad och informationsbroschyr .....	10
2.9 Avgifter .....	10
2.10 Marknadsföring av fonder med placeringar utifrån särskilda miljörelaterade, sociala eller andra liknande hänsyn .....	10
3. Vägledning och råd om fonder .....	11
3.1 Rådgivning .....	11
3.2 Återförsäljares information och rådgivning .....	11
Bilaga 1: Standard för beräkning av avkastning i fonder .....	13
Bilaga 2: Årlig redovisning av kostnader till andelsägare .....	15

# Riktlinjer för fondbolagens marknadsföring och information

Förevarande riktlinjer behandlar frågor om information och marknadsföring av fonder, samt rådgivning. Riktlinjerna innefattar genom punkterna 2.1-2.9 en överenskommelse med Konsumentverket om marknadsföring av fonder. Med fonder avses i denna riktlinje både värdepappersfonder och specialfonder och med fondbolag avses såväl förvaltare av värdepappersfonder som av specialfonder.

Regler om information förekommer även i vissa av föreningens övriga riktlinjer.

## 1. Information om fonder

Vid fondbolagets försäljning av fonder eller vid direktkontakt med kund, som inte sker inom ramen för särskilt tillstånd att erbjuda investeringsrådgivning, ska klart framgå om det inte är fråga om investeringsrådgivning. Informationen ska i övrigt uppfylla de krav som ställs på marknadsföringen i allmänhet, se nedan.

För varje fond ska finnas en aktuell informationsbroschyr och ett aktuellt faktablad. Årsberättelse och halvårsredogörelse ska upprättas för fonden. Varje andelsägare ska även årligen få en individuell kostnadsredovisning.

Om en schabloniserad och icke individualiserad investeringsmodell tillhandahålls utan direktkontakt med kund ska information finnas om att det är fråga om en förenklad modell och att kontakt med rådgivare rekommenderas för den som önskar personlig rådgivning utifrån individuella förutsättningar.

### 1.1 Informationsbroschyr

För informationsbroschyren gäller enligt lag särskilda krav på innehållet. I informationsbroschyren ska fondbestämmelser ingå.

### 1.2 Faktablad

Enligt lag ska faktablad alltid tillhandahållas före köp. Faktabladets syfte är att tillhandahålla den mest väsentliga informationen enligt en enhetlig

struktur. Särskilda krav på innehållet finns i förordningen<sup>1</sup> om basfakta för investerare (Key Investor Information). Faktabladen ska uppdateras minst en gång var tolfte månad och ses över vid andra tillfällen enligt vad som närmare föreskrivs i förordningen. Fondbolagens förening har tagit fram Vägledning för upprättande av faktablad som stöd vid framtagandet av dessa faktablad.

### 1.3 Årsberättelse och halvårsredogörelse

Årsberättelsen och halvårsredogörelsen ska innehålla den information som behövs för att kunna bedöma varje fonds utveckling och ställning.

Fondbolaget ska för varje fond som det förvaltar upprätta och lämna

1. en årsberättelse inom fyra månader från räkenskapsårets utgång, och
2. en halvårsredogörelse för räkenskapsårets första sex månader inom två månader efter halvårsskiftet.

#### **Utskick**

Handlingarna ska på begäran kostnadsfritt skickas eller lämnas till andelsägarna och finnas att tillgå hos fondbolaget och förvaringsinstitutet. Fondbolaget ska i samband med årsbesked med individuell kostnadsredovisning (se punkt 1.4) tillfråga andelsägarna om de vill ha årsberättelsen och halvårsredogörelsen.

#### **Nyckeltal**

Finansinspektionens föreskrifter (FFFS 2013:9) om värdepappersfonder innehåller redovisningsregler för fonder.

I 31 kap. 50 § FFFS 2013:9 stadgas att fonder i förvaltningsberättelsen ska ange vissa nyckeltal. Fondbolagens förenings riktlinjer för nyckeltal avseende värdepappersfonder och specialfonder kompletterar Finansinspektionens föreskrifter och syftar dels till att informationen ska uppfylla viss minimistandard, dels till att för spararna medge jämförelser mellan fonder. Nyckeltal ska bl.a. finnas för avkastning, kostnader och risk. I riktlinjerna anges även att typexempel ska finnas i årsredovisningen avseende förvaltningskostnad, dels för engångsbelopp dels för ett löpande sparande.

### 1.4 Individuell kostnadsredovisning

Fondbolag ska, enligt 4 kap. 22 och 23 §§ lagen om värdepappersfonder, årligen skriftligen informera varje andelsägare om hur stort belopp av de totala kostnaderna för fonden som avser dennes andelsinnehav. Motsvarande regler gäller, enligt 12 kap. 12 § lagen om förvaltare av alternativa investeringsfonder, för AIF-förvaltare som förvaltar specialfond. Detta bör utföras enligt bilaga 2.

---

<sup>1</sup> Kommissionens förordning (EU) nr 583/2010 om basfakta för investerare och villkor som ska uppfyllas när faktablad med basfakta för investerare eller prospekt tillhandahålls på annat varaktigt medium än papper eller på en webbplats.

## 1.5 Hållbarhetsrelaterade upplysningar

Hållbarhetsinformation ska lämnas enligt förordning (EU) 2019/2088 om hållbarhetsrelaterade upplysningar som ska lämnas inom den finansiella tjänstesektorn (i det följande "SFDR").

Fondbolagens förening har tagit fram *Vägledning om hållbarhetsrelaterade upplysningar för fonder* som frivilligt stöd när fondbolag lämnar hållbarhetsrelaterad information om de fonder de förvaltar.

## 2. Marknadsföring

### 2.1 Allmänt om marknadsföring av fonder<sup>2</sup>

Med marknadsföring avses i enlighet med marknadsföringslagen (2008:486) reklam och andra åtgärder i näringsverksamhet som är ägnade att främja avsättningen av och tillgången till produkter.

All marknadsföring ska utformas i enlighet med god marknadsföringssed (lagar och andra författningar, domstolspraxis, god affärssed etc.). I marknadsföring av fonder till konsumenter ska lämnas relevant och saklig information samt redogöras för de risker som har samband med den produkt som erbjuds. Informationen ska vara tydlig. Det följer vidare av marknadsföringslagen att all marknadsföring ska utformas och presenteras så att det tydligt framgår att det är fråga om marknadsföring. Vid tillfällen där det av marknadsföringens utformning och presentation inte tydligt framgår att det är fråga om marknadsföring så krävs en tydlig reklammarkering.

Vid utformningen av branschöverenskommelsen mellan Konsumentverket och Fondbolagens förening har Esmas riktlinjer om marknadsföringskommunikation enligt förordningen om gränsöverskridande distribution av fonder<sup>3</sup> beaktats. Vid marknadsföring bör mängden information vara balanserad och anpassad med hänsyn till proportionalitetsprincipen för att undvika risk för s.k. *information overload*. I branschöverenskommelsen har hänsyn tagits till denna princip i relation till Esmas riktlinjer. Branschöverenskommelsen ger uttryck för en miniminivå.

Vid profilskapande marknadsföring utan produktinformation där endast fondbolagets namn och verksamhet nämns blir flertalet av nedanstående regler ej tillämpliga.

---

<sup>2</sup> Punkterna 2.1-2.9 motsvarar föreningens branschöverenskommelse med Konsumentverket. Överenskommelsen och riktlinjerna har reviderats i april 2022. Ändringarna i punkterna 2.1-2.9 ska tillämpas fr.o.m. 2022-05-01.

<sup>3</sup> ESMA34-45-1272 SV.

Enligt fondlagstiftningen gäller särskilda krav på innehåll i faktablad och informationsbroschyr samt för årsberättelse och halvårsredogörelse.<sup>4</sup> Innehåller broschyren eller redovisningshandlingarna rent kommersiella meddelanden utöver dessa särskilda krav, gäller föreliggande regler för marknadsföring av fonder.

När indikatorer, simuleringar eller sifferuppgifter som rör risker, avgifter eller avkastning nämns i marknadsföringen bör dessa överensstämma med den information som lämnas i legala dokument och upplysningar.<sup>5</sup> Detta betyder att samma metod och värde för beräkning av indikatorer, simuleringar och sifferuppgifter bör användas även om presentation kan skilja sig åt, så länge det inte är vilseledande.

## 2.2 Tidigare uppnådd avkastning

### 2.2.1 Beräkning av avkastning

Lämnas information om uppnådd avkastning i marknadsföringen, ska avkastningen vara beräknad enligt god branschsed. Detta innebär bl.a. följande.

Vid information om avkastning för viss fond ska, för att uppnå ett för samtliga fonder jämförbart värde, beräkningen baseras på fondens nettoandelsvärde. För fonder som lämnar utdelning ska nettoandelsvärdet kompletteras med ur fonden utdelat belopp.

Fondbolagens förenings standard för beräkning av avkastning i fonder bör användas.<sup>6</sup>

Utdelning till ideella ändamål ska vid avkastningsberäkningen behandlas som övrig utdelning.

Avkastning ska beräknas på aktuella uppgifter och datum för den senaste noteringen ska anges. Vid beräkningen ska avdrag göras för alla avgifter som tas ur fonden. Det ska framgå om in- och utträdesavgifter tillkommer. Om avkastningen anges i en annan valuta än SEK bör valutan tydligt anges, med en varning om att avkastningen kan öka eller minska på grund av valutafluktuationer.

### 2.2.2 Tidsperioder

Tidigare uppnådd avkastning för viss, framgångsrik period får inte lyftas fram på ett sätt som ger ett skevt helhetsintryck av fondens utveckling. Framställningen måste ge en balanserad bild av den faktiska utvecklingen.

---

<sup>4</sup> Innehållet i dessa preciseras i FFFS 2013:9. För årsberättelse och halvårsredogörelse har Fondbolagens förening härutöver givit ut Riktlinjer för redovisning av nyckeltal avseende svenska värdepappersfonder och specialfonder.

<sup>5</sup> Faktablad, informationsbroschyr, fondbestämmelser, årsberättelse, halvårsredogörelse och upplysningar som enligt gällande rätt ska lämnas på fondbolagets webbplats.

<sup>6</sup> Se bilaga 1.

När information om tidigare uppnådd avkastning lämnas i marknadsföringen ska det framgå vilken tidsperiod den hänför sig till. Uppgift om avkastning för den tidsperiod som visas i faktabladet eller på den webbplats som faktabladet länkar till bör tas med.<sup>7</sup> Den informationen bör alltid bygga på fullständiga tolv månadersperioder, men kan kompletteras med det innevarande årets avkastning uppdaterad vid slutet av det senaste kvartalet.

### 2.2.3 Inflation

När redogörelser lämnas för hittills uppnådd värdetillväxt under fem år eller mer ska det tydligt framgå om hänsyn tagits till inflation eller inte.

### 2.2.4 Övrigt angående avkastning

Information om tidigare uppnådd avkastning bör inte vara den huvudsakliga informationen i marknadsföringen. Om information om avkastning lämnas måste information om risker lämnas på ett lika klart och tydligt sätt (se punkt 2.7).

Om det skett förändringar som signifikant påverkar den tidigare uppnådda avkastningen, såsom byte av fondbolag eller substantiellt ändrad placeringsinriktning, bör detta anges på framträdande plats.

Uppgifter om simulerad tidigare uppnådd avkastning får användas endast i följande fall:

- a) för en ny andelsklass, om avkastningen kan simuleras på grundval av avkastningen för en annan andelsklass i fonden och de två andelsklasserna har samma eller väsentligen samma egenskaper.
- b) För en ny matarfond, om avkastningen kan simuleras på grundval av mottagarfondens avkastning, förutsatt att matarfondens fondbestämmelser inte medger innehav av andra tillgångar än andelar i mottagarfonden och kompletterande likvida tillgångar, eller att matarfondens egenskaper inte väsentligt skiljer sig från mottagarfondens.

För nya fonder som saknar tidigare uppnådd avkastning, får avkastningsprofilen bara återges genom att hänvisa till referensvärdets tidigare avkastning eller till avkastningsmålet. Detta gäller under förutsättning att referensvärdet eller avkastningsmålet anges i fondens faktablad, informationsbroschyr eller fondbestämmelser.

## 2.3 Räkneexempel med antaganden om framtida avkastning

Vid antaganden om framtida avkastning ska det tydligt framgå att det endast är fråga om simulerade räkneexempel. Flera alternativ med olika förutsättningar bör därvid lämnas.

För räkneexempel gäller bl.a.

- att de grundas på rimliga antaganden som stöds av objektiva data,
- att det tydligt ska framgå att det inte är fråga om en utfästelse när antaganden om värdetillväxt görs,

---

<sup>7</sup> Se artikel 8.3 i kommissionens delegerade förordning (EU) nr 2017/653.

- att antaganden om framtida avkastning anges med den tidshorisont som överensstämmer med fondens rekommenderade investeringshorisont.

Generell information om inflationens inverkan samt eventuella skatteeffekter för konsumenten ska lämnas när det är av betydelse för att ge ett rättvisande intryck.

## 2.4 Jämförelser

Om avkastningen i en fond jämförs med avkastningen för en annan fond, en grupp av fonder, ett index eller annan sparform ska följande iakttas.

Presentationen ska vara så utformad att jämförelsen i sin helhet överensstämmer med god sed och inte är vilseledande i något avseende. De olika delarna i jämförelsen ska vara relevanta och bygga på fakta som kan styrkas. Detta innebär t.ex. följande.

### 2.4.1 Jämförelser med andra fonder

Sker jämförelse med andra fonder ska tydligt redovisas hur urvalet har gjorts. Urvalet av jämförelsefonder måste vara rättvisande, vilket bl.a. innebär att fonderna i allt väsentligt ska ha samma placeringsinriktning. Sker jämförelse med medeltal för andra fonder ska anges om medeltalet är vägt eller inte.

### 2.4.2 Jämförelseindex

Vid jämförelser med index ska det klart framgå vilket index som har använts. Valt index ska vara relevant och avse den placeringsinriktning som fonden har. Vid jämförelser med marknadsindex ska endast ett utdelningsjusterat index användas om sådant index finns. Om utdelningsjusterat index inte finns att tillgå kan annat marknadsindex användas. Det ska alltid anges om utdelningar ingår eller inte. Om fondbolaget har kombinerat olika index ska sammansättningen preciseras. Utvecklingen för fonden och index ska anges i samma valuta och beräknas på likvärdigt sätt.

### 2.4.3. Jämförelser med andra sparformer

Om jämförelse görs med någon annan sparform ska principerna för jämförelserna tydligt anges. Beräkningen av avkastningen för fonden och den andra sparformen ska göras på likvärdigt sätt. Jämförelseperioderna ska vara desamma och ska baseras på de regler om tidsperioder som anges i punkt 2.2.2 ovan.

### 2.4.4 Annan näringsidkare eller dennes produkt

En näringsidkare får i sin reklam direkt eller indirekt peka ut en annan näringsidkare eller dennes produkter bara om jämförelsen inte misskrediterar eller är nedsättande för dennes verksamhet, förhållanden, produkter, varumärken, firma eller andra kännetecken.



## 2.5 Grafisk framställning

Presentation av uppnådd avkastning eller räkneexempel med avkastningsantaganden, som illustreras i form av kurvor eller som återges på annat grafiskt sätt måste ge en korrekt bild och vara relevant.

Om kumulativ avkastning redovisas i grafisk form bör marknadsföringen även visa fondens avkastning för varje år inom perioden i fråga.

## 2.6 Värdeomdömen

Kapitalplacering eller avkastning får inte betecknas med begrepp som ”säker”, ”garanterad” och liknande omdömen om det inte kan styrkas att placeraren är tillförsäkrad insatt kapital eller viss avkastning. Ord som ”trygg” och liknande omdömen får inte användas i marknadsföringen om de inte sätts in i ett relevant sammanhang.

Reservationslösa värdeord såsom ”bäst”, ”störst” och ”ledande” får inte användas om omdömena inte kan styrkas.

Begrepp som ”svensk mästare”, ”nordisk mästare”, ”årets förvaltare” och liknande utmärkelser bör inte användas om de inte utdelats av en vederhäftig och från fondbolaget oberoende bedömare samt utgår från ett representativt material. Det åligger marknadsföraren att kunna styrka att dessa påståenden är riktiga och vederhäftiga.

## 2.7 Risk

Vid marknadsföring av fonder ska alltid framgå att sådana investeringar innebär en risk.

Följande information eller text med liknande innebörd ska alltid finnas med. Texten ska ha en framträdande placering:

”Investeringar innebär en risk.”

När marknadsföring innehåller information om fondens avkastning ska istället följande information eller text med liknande innebörd användas. Texten ska ha en framträdande placering:

”Historisk avkastning är ingen garanti för framtida avkastning. De pengar som placeras i fonden kan både öka och minska i värde och det är inte säkert att du får tillbaka hela det insatta kapitalet.”

Vid tillfällen där använt medium begränsar tid eller utrymme (exempelvis vissa sociala medier) kan det vara tillräckligt att den kortare riskinformationen används. Mediets begränsning omfattar dock inte köpta annonser, där fondbolaget har möjlighet att utöka marknadsföringens tid eller utrymme.

Vid marknadsföring av fonder där placerat kapital och avkastning garanteras behöver information enligt ovan inte ges.

Det åligger fondbolag att göra en bedömning av den risk som kan anses föreligga med att placera i den marknadsförda fonden. När fondbolaget bedömer att en fond ska klassificeras som en fond med högre risk, t.ex. med anledning av att fondens värde kan variera kraftigt på grund av fondens sammansättning och de förvaltningsmetoder fondbolaget använder sig av<sup>8</sup>, ska information om detta ges en framträdande placering i marknadsföringen. Vid marknadsföring i ett medium som är begränsat i tid eller utrymme kan det vara tillräckligt med en länk till fondens webbsida för att kunna ta del av denna information. Mediets begränsning omfattar dock inte köpta annonser, där fondbolaget har möjlighet att utöka marknadsföringens tid eller utrymme.

Om det hänvisas till användning av hävstång bör en förklaring om vad det innebär när det gäller risken för ökade förluster eller avkastning tas med.

## 2.8 Upplysning om faktablad och informationsbroschyr

Vid marknadsföring av fonder ska det av erbjudandet framgå att det finns ett faktablad och en informationsbroschyr för fonden och var dessa finns att tillgå. Vid marknadsföring i ett medium som är begränsat i tid eller utrymme kan det vara tillräckligt med en länk till fondens webbsida för att kunna ta del av denna information. Mediets begränsning omfattar dock inte köpta annonser, där fondbolaget har möjlighet att utöka marknadsföringens tid eller utrymme.

## 2.9 Avgifter

När marknadsföringen innehåller uppgift om fondens avgift bör den återspegla investerarens totala kostnader för innehavet. Det innebär att fondens förvaltningsavgift inte bör anges som enda kostnadsmått, utan att det är minst fondens löpande kostnader<sup>9</sup> som bör anges. För det fall in- och utträdesavgifter tillkommer bör även dessa anges.

Om avgiften redovisas i annan valuta än SEK (och redovisningen inte sker i procenttal) bör valutan tydligt anges, med en varning om att avgiften kan öka eller minska på grund av valutafluktuationer och växelkurser.

## 2.10 Marknadsföring av fonder med placeringar utifrån särskilda miljörelaterade, sociala eller andra liknande hänsyn

Utöver de regler i fondlagstiftningen som rör marknadsföringsmaterial samt andra tillämpliga marknadsföringsregler tillkommer, genom artikel 13 i SFDR, att marknadsföringsmaterial för fonder inte får motsäga den information som lämnas i enlighet med SFDR.

<sup>8</sup> Se denna definition i 4 kap. 16 § 2 lagen (2004:46) om värdepappersfonder.

<sup>9</sup> Årlig avgift samt, om s.k. Priip-faktablad tillhandahålls, transaktionskostnader.

Om fondbolaget i sin marknadsföring framhåller att placeringar i viss verksamhet väljs bort får högst fem procent av omsättningen i det bolag där placeringen sker, eller i den koncern där bolaget ingår, avse verksamhet som inte lever upp till de särskilda krav som fondbolaget har ställt upp. Det ska tydligt framgå för investerarna att upp till fem procent av omsättningen i det bolag där man investerar kan avse den önskade verksamheten.

## 3. Vägledning och råd om fonder

Fondbolag bör verka för att andelsägare kan fatta välinformerade beslut om fonder. För att underlätta för fondspararna har Fondbolagens förening tagit fram [www.fondkollen.se](http://www.fondkollen.se) med hjälpmedel för val och utvärdering av fonder samt stöd för beräkning av vad sparbelopp, avgifter och avkastning betyder i kronor över tid. Fondbolagen rekommenderas att informera om fondkollen.se på t.ex. hemsida eller i årsberättelse.

### 3.1 Rådgivning

Fondbolag får lämna råd om fondandelar inom ramen för fondverksamheten. Vidare kan tillstånd till investeringsrådgivning ges till fondbolag som erhållit tillstånd för portföljförvaltning. Sådan verksamhet regleras i lag.<sup>10</sup>

All rådgivning till konsument som sker inom ramen för ett fondbolags tillstånd att bedriva investeringsrådgivning ska:

- utgå från kundens behov och intressen
- ta hänsyn till kundens kunskapsnivå
- ta hänsyn till kundens riskbenägenhet
- omfatta riskinformation och prisinformation
- kännetecknas av öppenhet om eventuell provision direkt till rådgivaren

samt i övrigt uppfylla lagstiftningens krav.

Anställda hos fondbolaget som tillhandahåller investeringsrådgivning ska ha erforderliga kunskaper och i övrigt ha den kompetens som verksamheten kräver. De kunskapskrav som tagits fram av Swedsec bör vara vägledande.

### 3.2 Återförsäljares information och rådgivning

Om rådgivning sker om fondbolagets fonder via återförsäljare bör fondbolaget ha en policy för att utse återförsäljare. Ett skriftligt avtal bör upprättas mellan fondbolaget och återförsäljaren. Av avtalet bör framgå att återförsäljaren vid sin förmedling av fondbolagets fonder åtar sig att följa relevanta riktlinjer från

---

<sup>10</sup> Lagen om värdepappersfonder och FFFS 2013:9 resp. lagen om förvaltare av alternativa investeringsfonder och FFFS 2013:10.

föreningen och att återförsäljaren ansvarar för att eventuell rådgivning som sker i anslutning till försäljning av fonderna sker i enlighet med gällande lagar, föreskrifter och övriga gällande regelverk tillämpliga på den verksamhet som återförsäljaren bedriver.

Återförsäljaren ansvarar för att rådgivare besitter den kompetens som krävs. De kunskapskrav som tagits fram av Swedsec bör vara vägledande.

Fondbolaget ska tillhandahålla återförsäljare nödvändig produktinformation och support beträffande fondbolagets fondprodukter.

## Bilaga 1: Standard för beräkning av avkastning i fonder

Vid beräkning av avkastning för fonder bör följande formler användas.

För Fonder som inte lämnar utdelning:

$$A = K/K_1 - 1$$

För Fonder som lämnar utdelning:

$$A = \frac{K * (1 - U/K_2)}{K_1} - 1$$

Förklaringar:

A = avkastningen under vald period

K = kurs vid periodens slut

K<sub>1</sub> = kurs vid periodens början

K<sub>2</sub> = kurs efter avskild utdelning

U = utdelning

Görs beräkningen för flera år, bör alla utdelningar inom perioden återinvesteras (läggas tillbaka).

Vid presentation av en fonds årliga, genomsnittliga procentuella tillväxt bör en geometrisk metod användas. Hänsyn bör tas till utdelningar under perioden. Nedan ges ett exempel på formel som kan användas.

$$[(AV/K_1)^{(360/d)} - 1] * 100$$

= % avkastning per år

$$AV = K * \prod [1 + (U_n / K_n)]$$

AV = Andelsvärde vid periodens slut (inkl återinvesterade utdelningar)

K<sub>1</sub> = Andelskurs vid periodens början

d = Antal dagar i perioden (alltid 30 per månad)

K = Andelskurs vid periodens slut

U<sub>n</sub> = Utdelning nummer "n"

K<sub>n</sub> = Kurs efter avskiljandet av utdelning nummer "n"

Om en fond inte är utdelande, blir den ackumulerade utdelningsfaktorn

$$\left[1 - \frac{U_n}{K_n}\right]_{n=1}$$

Det vill säga andelsvärde= andelskurs.

För räntefonder kan avkastningsberäkningar baseras på såväl en ”enkel” ränta (periodränta) som en effektiv årsränta. För dessa fonder ska därför anges hur avkastningen beräknats.

## Bilaga 2: Årlig redovisning av kostnader till andelsägare

### Definitioner

*Total kostnad* utgörs av summan av Förvaltningskostnader, Räntekostnader, Övriga finansiella kostnader, Övriga kostnader och Skatt, enligt resultaträkningen upprättad i enlighet med 31 kap FFFS 2013:9.

*Förvaltningskostnad* utgörs av posten Förvaltningskostnader enligt 31 kap. FFFS 2013:9.

### Uppgifter till andelsägare

Den årliga redovisningen till andelsägare ska enligt lagstiftningen innehålla uppgift om Totalkostnad och Förvaltningskostnad inklusive kostnader för förvaring av fondtillgångarna. Om fondbolagen finner det lämpligt kan härutöver skillnaden mellan Total kostnad och Förvaltningskostnad specificeras under beteckningen "Räntekostnader, Övriga kostnader och Skatt".

Total kostnad, Förvaltningskostnad och, i den mån fondbolaget finner det lämpligt, posten "Räntekostnader, Övriga kostnader och Skatt", ska beräknas för varje dag fondbolaget beräknar NAV-kurs uttryckt som en kostnad per andel. Till andelsägare ska årligen ges uppgifter om på andelsägaren belöpande kostnader beräknade på basis av varje NAV-beräkningsdags kostnader och andelsinnehav. Om förvaltningskostnad räknas även för dagar då NAV-kurs ej beräknas, ska beräkning för sådana dagar inkluderas.

Om specifikation av posten "Räntekostnader, Övriga kostnader och Skatt" ska ske är feltoleransen begränsad till 0,0001% (en tiotusendels procent) avseende kostnadsberäkningen per andel och dag. Om redovisningen omfattar enbart Total kostnad och Förvaltningskostnad är feltoleransen 0,001 % (en tusendels procent) per dag<sup>11</sup>.

---

<sup>11</sup> I normalfallet utgör "Räntekostnader, Övriga kostnader och Skatt" en väsentligt mindre del av Totalkostnaden än Förvaltningskostnaden. Medges för hög feltolerans kommer summan av Förvaltningskostnad å ena sidan och posten Räntekostnader, Övriga kostnader och Skatt å andra sidan inte att summera till Total kostnad, därför att en stor del av den senare kostnadsposten har hamnat under avrundningsgränsen.