

Direktvertrieb - Tirol

Multilevelmarketing (MLM) im Direktvertrieb

Abgrenzung zum Schneeball- und Pyramidenspiel

Eine besonders erfolgreiche Form des Direktvertriebs besteht im Aufbau von Netzwerken weiterer Unternehmer/Vertriebspartner (**Multilevelmarketing**). Solche Systeme sind rechtlich unbedenklich und ganz klar abzugrenzen von wettbewerbswidrigen Vertriebssystemen wie Schneeball- oder Pyramidenspielen.

Unseriöse Anbieter versuchen allerdings immer wieder, unzulässige Systeme zu verschleiern, indem sie sich den Anschein eines legalen Direktvertriebs geben. Das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) verbietet es jedoch, in einem Geschäftsbetrieb Verträge nach dem Schneeballsystem abzuschließen. Bei einem solchen wird vereinbart, dass dem Kunden gegen ein unbedingt zu leistendes Entgelt ein Vorteil (zB die Lieferung einer Ware oder die Erbringung einer Dienstleistung) unter der Bedingung zugesichert wird, dass der Kunde dem Zusichernden selbst oder einem Dritten weitere Abnehmer zuführt, die mit diesem Unternehmen in ein gleiches Vertragsverhältnis treten. Vom Verbot umfasst ist auch das Pyramidenspiel. Dieses System funktioniert ähnlich, nur tritt hier der Kunde nicht mit dem Unternehmer, sondern mit dem jeweils Anwerbenden in ein Vertragsverhältnis. Bereits die Versendung von Einladungen, Berechtigungsscheinen oder sonstigen einschlägigen Mitteilungen mit Aufforderungen zur Teilnahme ist verboten.

Unabhängig von allfälligen, gerichtlich verfolgbaren strafbaren Handlungen ist solch ein Verhalten als Verwaltungsübertretung mit Geldstrafen bis zu 2.900 Euro zu bestrafen.

Verträge mit Schneeball- bzw. Pyramidensystemen sind nichtig. Das vom Kunden Geleistete kann gegen Verzicht auf die zugesagte Ware oder Dienstleistung bzw. Rückstellung zurückgefordert werden. Gerade bei international agierenden Unternehmen ist es jedoch sehr schwer, einen Adressaten für Rückabwicklungsansprüche ausfindig zu machen.

Was ist der Unterschied zwischen seriösem Multilevelmarketing und unlauterem Schneeball-/Pyramidenspiel?

Bei unzähligen Spielarten ist es auf den ersten Blick nicht immer leicht, das seriöse Multilevelmarketing (welches übrigens grundsätzlich nicht nur beim Warenvertrieb, sondern auch bei Finanzdienstleistungen oder anderen Dienstleistungsarten möglich ist) von unlauteren Systemen zu unterscheiden.

Daher ist der Blick auf immer wiederkehrende Muster zu richten:

- Beim Schneeball-/Pyramidenspiel steht das Anwerben von Personen im Vordergrund, beim Direktvertrieb der Produktverkauf. Modern waren früher Kettenbriefe, heute können es vielfach duplizierbare (aber weitgehend inhaltlich wertlose) E-Books oder Softwareanwendungen als Massenware sein. Zu prüfen ist im Einzelfall, ob es dem Vertreiber eher um wiederholende Einzahlungen durch die zugeführten Kunden geht oder wirklich um den Verkauf des Produkts/der Dienstleistung mit einem Mehrwert für den Kunden.
- Im Direktvertrieb steht der Kauf meist hochwertiger Ware im Vordergrund, ein Anwerben ist nicht Bedingung. Beim Schneeball-/Pyramidenspiel hingegen ist ein Kauf der Ware/Dienstleistung ohne das Anwerben von Kunden meist nicht möglich. Da nicht das Produkt im Vordergrund steht, hätte der bloße Kauf keinen Sinn. Der Unternehmensgewinn ist ja auf die Kundeneinzahlung ausgerichtet. Auch hier gibt es aber verschleierte Spielarten, wo der Kunde in einer zweiten Schiene zB an Waren-/Dienstleistungsumsätzen durch Provisionsausschüttungen profitiert. Dies aber meist erst dann, wenn er – damit er überhaupt in den Genuss von Ausschüttungen kommt – in der ersten Schiene erst selbst laufende Einzahlungen tätigen muss. Oft sind die Einzahlungen („Lizenzen“) betragsmäßig gestaffelt: Wird mehr eingezahlt, erhält man angeblich eine höhere Provisionsstufe. In jedem System steht aber die laufende Einzahlung im eigentlichen Fokus des unlauter handelnden Unternehmens. Immer öfter wird hier auch der Fiskus durch Zahlung mit digitaler Währung (zB Bitcoins) hintergangen.
- Im Direktvertrieb hat der Kunde aufgrund seines Vertrages mit dem Direktvertriebsunternehmen Gewährleistungs- und Rücktrittsrechte. Nach

dem Konsumentenschutzgesetz (KSchG) kann er Ware umtauschen bzw. zurückgeben oder Dienstleistungen reklamieren. Das Direktvertriebsunternehmen und der vermittelnde Direktberater sind in der Regel transparent und erreichbar. Oft haben dagegen Unternehmen, die Schneeball-/Pyramidenspiele anbieten, auf Websites oder in Social-Media-Kanälen keine oder eine unzureichende Adresse/Impressum. Interessenten werden über digitale Kontaktboxen oder verschlüsselte Logins zum Unternehmen geleitet. Schriftliche Verträge mit Regelungen u.a. zum anwendbaren Recht oder zum Gerichtsstand gibt es kaum. In Bewerbungen solcher Systeme wird neben Lobpreisungen zu ungeahnten Erfolgsmöglichkeiten viel Zeit der Erläuterung von Einzahlungs- und Ausschüttungsstrukturen gewidmet.

- Das Schneeball-/Pyramidenspiel funktioniert nur bis zu einer bestimmten Größe des Kundenkreises und letztlich auf Kosten jener Kunden, die keine weiteren Interessenten anwerben können. Irgendwann ist der Markt mangels Nachfrage verstopft, das System hat sich totgelaufen und bricht zusammen. Unlautere Systeme sind oft auf schnelle Gewinne ausgerichtet, da negative Kundenerfahrungen oder mediale Berichte sehr schnell im Netz sichtbar werden.
- Im seriösen Direktvertrieb hingegen ist eine Marktsättigung nicht von vornherein zu erwarten (langsame Nachfragerückgänge nach der Markteinführung einer Ware/Dienstleistung sind aber in allen Branchen und Vertriebswegen möglich). Allfällige Startgelder haben immer eine entgeltwerte Gegenleistung als Hintergrund, zB die Abgeltung des Direktberaters für digitale Infrastruktur, Schulungen, Produkt-/Verkaufsunterlagen oder Starter-/Testwarenpakete.
- Beim Schneeball-/Pyramidenspiel gewinnen nur die Frühstarter auf Kosten der Späteinsteiger, im Gegensatz dazu können im Direktvertrieb alle Beteiligten auch nachhaltig profitieren. Neben den wettbewerbs- und allenfalls strafrechtswidrigen Schneeball-/Pyramidenspielen sind übrigens auch viele Glücksspiele nach dem Glücksspielgesetz verboten. So ist sowohl die Ermöglichung der Teilnahme als auch die Teilnahme selbst an unregulierten ausländischen Glücksspielen verboten, wenn die erforderlichen Einsätze vom Inland aus geleistet werden. Dies betrifft insbesondere international agierende Internetcasinos.

„Verdächtige“ Merkmale auf einen Blick

- Im Direktvertrieb steht der Produktverkauf, nicht das Anwerben von Personen im Vordergrund.
- Im Direktvertrieb sind Kauf oder Vermittlung ohne Anwerben möglich.
- Im Direktvertrieb besteht keine Pflicht zur Abnahme von Produkten. Hingegen besteht das Recht auf Erstattung bezahlter Beträge bei Rücktritt oder Rückgabe von Waren.
- Im Direktvertrieb ist eine Marktsättigung nicht von vornherein zu erwarten. Im Direktvertrieb können alle Beteiligten dauerhaft profitieren, von einem Pyramiden- oder Schneeballsystem profitieren nur die frühen Teilnehmer.

Hinweis:

Die Entscheidung, ob ein unzulässiges System vorliegt, obliegt den Rechtsprechungsbehörden. Die Gremien Direktvertrieb sind zu einer solchen Beurteilung nicht befugt.

Impressum:

Wirtschaftskammer Österreich
Bundesgremium des Direktvertriebs
Wiedner Hauptstraße 63
1045 Wien
Tel: +43 05 90 900 – 3335

Stand: 25.11.2019