



Verbraucherzentrale Südtirol
Centro Tutela Consumatori Utenti

*Die Stimme der VerbraucherInnen
La voce dei consumatori*

Verbraucherzentrale Südtirol

Zwölfmalgreiner Straße 2

39100 Bozen

Tel. 0471 975597

info@verbraucherzentrale.it

Lyonesse: Pyramidensystem und irreführende Bewerbung

Di, 15.01.2019 - 10:43

Lyonesse mit Strafe von über 3 Millionen Euro belegt



Das auch in Südtirol bekannte Lyonesse System ist von der Antitrust-Behörde mit einer Strafe von 3,2 Millionen Euro hart abgestraft worden. Das System drehte sich um eine kostenpflichtige Rabatt-Karte, mit der KundInnen in bestimmten Geschäften beim Einkauf "Geld sparen" konnten. Doch die Organisatoren des Systems haben mit der "Karriere" der Mitarbeitenden große Gewinne erzielt.

Die Aufsichtsbehörde für Wettbewerb und Markt hat nach Abschluss eines langen und komplexen Untersuchungsverfahrens festgestellt, dass das von Lyonesse Italien Srl verwendete System zur Bewerbung des Kaufmodells „cashback“ (d.h. Rückgabe eines prozentuellen Anteils des an konventionierte Betriebe gezahlten Kaufpreises) inkorrekt ist, da es ein Pyramidensystem darstellt, was vom Verbraucherschutzkodex als eine auf jeden Fall irreführende Geschäftspraxis eingestuft wird.

Das Bewerbungssystem verwendete die Vorteile dieses Cashback-Systems nur als Vorwand, und fußte in Wirklichkeit auf Rekrutierung einer hohen Anzahl von VerbraucherInnen als Verkaufsbeauftragte; waren diese „beigetreten“, wurde von ihnen eine sehr hohe „Eintrittsgebühr“ von 2.400 Euro verlangt, um das erste Kommissions-Level zu erreichen, und die „Karriere“ als Lyconet Premium Marketer beginnen zu können. Daraufhin mussten die Marketer andere VerbraucherInnen anwerben, und weitere Zahlungen tätigen, um einen „Karrierefortschritt“ zu erreichen.

Im Zuge des Untersuchungsverfahrens konnte festgestellt werden dass das Cashback-System in Wirklichkeit nur einen sekundären Rang im wirtschaftlichen Umsatz des Systems Lyonesse innehatte

(in etwa ein Sechstel der gesamten Einnahmen). Die Erreichung von hohen Levels bei den Shopping Points (der Entgeltmechanismus des Zahlungsplans) ist nämlich nur möglich, wenn die teilnehmenden VerbraucherInnen oder die von ihnen rekrutierten Personen weitere Summen einzahlen. Wie festgestellt wurde, haben mehrere zehntausende VerbraucherInnen diese Summen eingezahlt, um in das System aufgenommen und darin bleiben zu können, und nur ganz wenige Subjekte haben es geschafft, effektiv relevante Positionen zu erreichen.

Die Regulierungsbehörde hat des weiteren festgestellt, dass die Methoden, mit denen die Eigenschaften, die Bedingungen und Fristen des Systems vorgestellt wurden, irreführend waren; die einzelnen Aspekte wurden weder bei Events noch auf den Webseiten angemessen erklärt. Auch fehlten auf den Webseiten einige Angaben, die für Verträge im Fernabsatz notwendig sind, wie z.B. Informationen über die Behandlung von Beschwerden, über das Rücktrittsrecht und den Gerichtsstand.