Verbraucherzentrale Südtirol
Centro Tutela Consumatori Utenti
Die Stimme der VerbraucherInnen
La voce dei consumatori

VZS-name

VZS-str
VZS-plz
VZS-tel
info@verbraucherzentrale.it

Lyoness: Pyramidensystem und irreführende Bewerbung

Tue, 01/15/2019 - 10:43

Lyoness mit Strafe von über 3 Millionen Euro belegt

Das auch in Südtirol bekannte Lyoness 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 Lyoness 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 tägtigen, 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 Lyoness 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 klönnen, 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.