



# Klare Abgrenzung zum Pyramidenspiel

EINE BESONDERS ERFOLGREICHE FORM DES DIREKTVERTRIEBS BESTEHT IM AUFBAU VON NETZWERKEN WEITERER UNTERNEHMER/PARTNER (MULTI-LEVEL-MARKETING). 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.

**D**as Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) verbietet grundsätzlich den Abschluss von Verträgen nach dem Pyramiden- bzw. Schneeballsystem. Bei letzterem wird vereinbart, dass ein Kunde gegen ein unbedingt zu leistendes Entgelt einen Vorteil (zB eine Ware) unter der Bedingung erhält, dass der Kunde weitere Abnehmer gewinnt, die mit dem Unternehmer in ein gleiches Vertragsverhältnis treten. Das Pyramidenspiel funktioniert gleich, nur tritt dort der Kunde nicht mit dem Unternehmer, sondern mit dem jeweils Anwerbenden in ein Vertragsverhältnis.

## Wo liegen die Unterschiede zwischen Multi-Level-Marketing und Pyramidenspiel?

1. Beim Pyramidenspiel steht das Anwerben von Personen im Vordergrund, beim Direktvertrieb der Produktverkauf. Beim Kettenbrief ist das leicht zu erkennen – der Brief ist nur ein Mittel zum Zweck und hat keinen eigenen Wert. Das gilt auch für den immer wieder auftretenden pyramidenartigen Emailversand von Dateien.
2. Beim Pyramidenspiel ist ein bloßer Kauf ohne Anwerben von Kunden nicht möglich. Da hier kein Produkt im Vordergrund steht, hätte der bloße Kauf keinen Sinn, die Gewinnerzielung wird ja nur über das Anwerben erreicht. Im Direktvertrieb steht der Kauf meist hochwertiger Ware im Vordergrund, ein Anwerben ist nicht Bedingung.
3. Beim Pyramidenspiel muss der Kunde **unbedingt** ein Entgelt leisten – könnte er es zurückverlangen,

würde das System nicht funktionieren und schon am Beginn zusammenbrechen. Im Direktvertrieb hat der Kunde Gewährleistungs- und Rücktrittsrechte, er kann die Ware umtauschen oder zurückgeben.

4. Das Pyramidenspiel funktioniert nur bis zu einem bestimmten Personenkreis und letztlich auf Kosten jener Kunden, die keine weiteren Kunden anwerben können. Irgendwann ist der Markt verstopft, das System hat sich totgelaufen und bricht zusammen. Beim Direktvertrieb ist eine Marktsättigung nicht von vornherein zu erwarten (wenn aber alle 8 Mio Österreicher zB einen Scooter haben, wird die Nachfrage natürlich zurückgehen) es werden ja laufend neue Produkte gekauft bzw. keine Einsätze ohne Gegenleistung verlangt. Startgelt bzw. Provisionen fallen im Multi-Level-Marketing als Abgeltung für Einführungs-, Schulungs- und Informationsarbeit an.
5. Beim Pyramidenspiel profitieren somit nur die Frühstarter auf Kosten der Späteinsteiger, beim Direktvertrieb können dauerhaft alle Beteiligten profitieren.

Pyramidenspiele u dgl. sind nicht nur wettbewerbswidrig, sondern auch strafbar. Nach dem Strafgesetzbuch ist strafbar, wer ein solches Spiel in Gang setzt, veranstaltet, verbreitet oder die Verbreitung fördert. Verboten sind übrigens auch viele Glücksspiele nach dem Glücksspielgesetz. So ist die Ermöglichung der Teilnahme und die Teilnahme an ausländischen Glücksspielen verboten, wenn die erforderlichen Einsätze

vom Inland aus geleistet werden. Dies betrifft insbesondere internationale agierende Internetcasinos.

## Verdächtige Merkmale

In den meisten Fällen sind also Direktvertriebssysteme klar von wettbewerbswidrigen Systemen zu unterscheiden. In Einzelfällen kann aber etwa die Beurteilung, ob der Produktverkauf oder das Anwerben im Vordergrund steht, schwierig sein. Ist das Produkt eine Datei, die per Email versandt wird, liegt die Analogie zum Kettenbrief nahe. Auch Prämien für das Anwerben von Kunden, denen keine Gegenleistung für diese Kunden gegenübersteht, sind verdächtig. Das selbe gilt bei exorbitanten Gewinnversprechen innerhalb von kurzen Zeiträumen – der Erfolg im Direktvertrieb fällt nicht in kurzer Zeit vom Himmel, sondern ist konsequent zu erarbeiten, da er letztlich vom Produktverkauf abhängt.

## Unterschiede 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.

VON



**Dr Rolf Gleißner**  
GF des  
Bundesgremiums  
Direktvertrieb/WKO