

Rechtliche Stellungnahme

Zum Vertriebssystem der Firma Vemma Europe Ltd.

Nach herrschender Rechtsauffassung in Deutschland – wegen Nr. 14 des Anhangs I zur Richtlinie gegen unlautere Geschäftspraktiken gilt EU-weit nichts anderes – ist die Abgrenzung zwischen einem System unzulässiger progressiver Kundenwerbung und z.B. einem zulässigen Multi-Level-Marketingsystem durch eine Gesamtbetrachtung aller Umstände, insbesondere des Vergütungssystems, vorzunehmen, wobei es maßgeblich darauf ankommt, ob die Ausgestaltung in erster Linie dem Warenabverkauf dient oder ob es typischer Weise darauf zielt, neue Teilnehmer in die Absatzstruktur einzubinden

Hierzu haben Rechtsprechung und Literatur in der Vergangenheit eine Vielzahl von Merkmalen und Kriterien herausgearbeitet, die für oder gegen ein System progressiver Kundenwerbung sprechen können.

Anhand dieser Kriterien habe ich das Vemma-Vergütungssystem und die Vemma-„Richtlinien und Verfahrensweisen“ geprüft und stelle dazu Folgendes fest:

Das Vemma-Vertriebssystem weist nach meiner Auffassung keine Merkmale auf, die typischer Weise den Vorwurf progressiver Kundenwerbung, sprich eines Schneeballsystems, begründen, es ist im Gegenteil durch Merkmale geprägt, die Systeme progressiver Kundenwerbung üblicherweise nicht aufweisen.

Zu den mir bekannten Vorwürfen gegen Vemma, ein Schneeballsystem oder System progressiver Kundenwerbung zu betreiben, stelle ich fest, dass diese Vorwürfe erhoben werden, ohne sich auch nur ansatzweise wirklich ernsthaft mit dem Vemma-System auseinanderzusetzen, insbesondere ohne es, wie zwingend erforderlich, wirklich anhand der oben genannten rechtlichen Kriterien zu messen. Allein dass ein System, wie dies bei jedem Unternehmen der Fall ist, auf Wachstum, auf Gewinnung neuer Affiliates und Kunden ausgerichtet ist, macht es nicht zu einem verbotenen Schneeballsystem oder einem System progressiver Kundenwerbung.

Gütersloh, den 08.01.2015


Dr. Buchmüller
Rechtsanwalt
