

BRANDL TALOS

Nicholas Aquilina
Markus Arzt
Blöchl Ernst
Christian Lenz
Patrick Mittlböck
Anna Katharina Radschek
Roman Rericha Christopher
Schränk Stephan Strass
Alexander Stücklberger
Thomas Talos
Anja Tauchen
Petra Thurner
Raphael Toman
Klaus Winhofer
Angela Yonkova
Adrian Zuschman

TRANSMITIDO POR WEB-ERK

Fiscalía Anticorrupción y Económica

Dampfschiffstraße 4
1030 Viena

Viena, 31 de enero de 2024
22/LYCON/1 - cs/kw - 2553548

ACUSADO:

HUBERT FR
nacido el :

representado por:
(poder otorgado, P 131975)

BRANDL TALOS

BRANDL TALOS Rechtsanwälte GmbH
A/1070 Wien Mariahilfer Straße 116
T +43 1 522 5700 F +43 1 522 57 01
brandltalos.com

Artículos 146, 147 (3), 148, segundo caso; 156 del Código Penal alemán (StGB)

OPINIÓN

1 copia
42 anexos (./1 - ./42)

1070 Wien Mariahilfer Straße 116
FN 434785s DVR 4014201

Erste Bank BIC GIBAATWWXXX IBAN AT54 2011 1000 0294 3433
Erste Bank BIC GIBAATWWXXX IBAN AT54 2011 1000 0294 3433
ÖBERREAL am 22.02.2024 a las 16:29:34 por oficina de liquidación
brandltalos.com

BRANDL
TALOS

I.	RESUMEN	3
II.	HECHOS.....	6
1.	Mi propia posición	6
2.	Información general sobre el modelo de negocio de Lyonesse Europe AG.....	9
3.	El papel y la remuneración de los comercializadores en particular	13
4.	Material informativo para comercializadores	16
5.	En relación con los productos de Lyonesse Europe AG objeto del presente procedimiento, en particular con la función de los vales de descuento	18
6.	Sobre las diferentes nubes.....	21
7.	Sobre el número de comercializadores y el alcance económico del modelo de negocio	24
8.	Sobre el EliteClub	25
III.	PROCEDIMIENTO ANTERIOR – COSA JUDICADA	27
1.	El procedimiento de investigación sobre 14 St 25/15t (sobre el modelo de negocio general)	27
2.	El procedimiento de investigación sobre 14 St 28/15h (sobre Rapid Cloud)	29
3.	Prohibición de la doble persecución	30
4.	Evaluación de los hechos concretos.....	31
IV.	SOBRE LOS DISTINTOS PROCEDIMIENTOS DE DERECHO CIVIL	32
1.	La cuestión fundamental de los procedimientos relacionados con la compra de vales de descuento	32
2.	La importancia de la decisión orientativa para el procedimiento en cuestión	34
3.	Los procedimientos relativos al EliteClub	35
4.	Posibles antecedentes de los numerosos procedimientos	35
V.	SOBRE LA SOLICITUD DE LA WKSTA (EN 82)	38
1.	General.....	38
2.	Sobre el punto 1 de la solicitud de declaración.....	39
3.	Sobre el punto 2 de la solicitud de dictamen.....	42
4.	Sobre el punto 3 de la solicitud de dictamen.....	44
5.	Sobre el punto 4. La solicitud de comentarios	49
6.	Sobre el punto 5 de la solicitud de dictamen.....	50
7.	Sobre el punto 6 de la solicitud de dictamen.....	53
8.	Sobre el punto 7 de la solicitud de dictamen.....	56
9.	Sobre el punto 8 de la solicitud de dictamen.....	68
10.	Sobre el punto 9 de la solicitud de dictamen.....	69
VI.	ASPECTOS JURÍDICOS	71
1.	Sobre los hechos objetivos del fraude.....	71
2.	Sobre el aspecto subjetivo del delito	72

BRANDL TALOS

La Fiscalía Central para la Persecución de Delitos Económicos y Corrupción («WKStA») me ha informado el 24 de octubre de 2023, de conformidad con el artículo 50 del Código Procesal Penal, que ha iniciado una investigación penal en mi contra.

La WKStA me ha concedido al mismo tiempo la posibilidad de presentar en un plazo de dos meses un escrito con mis alegaciones sobre los hechos que se me imputan. A petición mía, este plazo se ha ampliado hasta el 31 de enero de 2024, entre otras cosas debido al volumen del expediente. En este contexto, presento ahora, dentro del plazo establecido, la siguiente

Declaración:

I. RESUMEN EJECUTIVO

1. El representante de los particulares, el Dr. Josef Fromhold, ha presentado numerosas sentencias sobre procedimientos que afectan casi exclusivamente a Lyonesse Europe AG. En algunos otros procedimientos, Lyconet Austria GmbH y myWorld Austria GmbH son las partes demandadas. Estas tres sociedades son **de mi propiedad económica**. Sin embargo, entretanto me he **retirado en gran medida de las actividades operativas**, desde 2015 ya no soy director general de Lyonesse Europe AG y desde 2018 no ocupo ningún cargo en la empresa. La sociedad operadora del «EliteClub», también objeto de debate, es igualmente de mi propiedad económica desde octubre de 2023.
2. Lyonesse Europe AG se fundó en 2003 con el objetivo de crear una comunidad de compras en la que los miembros se beneficiaran de las mejores condiciones de compra que se pueden obtener como comunidad en lugar de como individuos. A su vez, los comerciantes participantes (empresas asociadas) se benefician del acceso a una amplia cartera de clientes y de posibilidades de marketing con apoyo profesional. A cambio, están dispuestos a conceder los descuentos correspondientes, que pueden transferirse a los miembros en forma de ventaja (reembolso). Desde 2017, el grupo myWorld también opera en Austria una comunidad de compras (aunque no bajo la marca «Lyonesse», sino bajo la denominación «myWorld»).
3. Cuantos más clientes y empresas asociadas tenga una comunidad de compras, más interesante será. En vista de este crecimiento, Lyonesse no ha apostado por comerciales internos, sino por **«marketers» autónomos y profesionales**. El correspondiente marketing en red de Lyonesse Europe AG se lleva a cabo desde 2014 bajo la denominación «Lyconet». Desde entonces, los comercializadores tenían la posibilidad de celebrar con la sociedad un «acuerdo Lyconet» al respecto. Los comercializadores no reciben un salario fijo por su actividad, sino que son **remunerados en función de los resultados, según el volumen de facturación de los compradores que hayan captado, de conformidad con el «plan de compensación»**. Al igual que en el sistema de reembolso, los fondos para ello proceden del margen de descuento de las empresas asociadas. A partir de 2019, Lyconet Austria GmbH también ha creado su propio sistema de distribución propio para promover la comunidad de compras myWorld.

BRANDL
TALOS

4. En 2019, 704 726 comercializadores trabajaban para Lyonesse Europe AG en todo el mundo, de los cuales 16 432 lo hacían solo en Austria. Los participantes privados son Por lo tanto, se trata de una pequeña parte (y probablemente la menos exitosa) de los comercializadores. Entre 2015 y 2019 (los años siguientes no son significativos debido a la pandemia), se generó un volumen de compras de 3 607 758 807,55 euros, es decir, alrededor de 3600 millones de euros, a través de la comunidad de compras. En 2018, gracias al éxito obtenido, se distribuyó entre los comercializadores una cantidad récord en concepto de comisiones por un total de 152 312 454,21 euros. Los ingresos medios de los comercializadores austriacos activos en 2018 ascendieron a 907,07 euros. Desde la nube austriaca de clientes se distribuyeron un total de 12 882 458,34 euros. Estas cifras por sí solas demuestran que el modelo de negocio de Lyonesse Europe AG ha tenido mucho éxito a lo largo de muchos años y que, con el Sin duda, con el compromiso adecuado, también habría sido posible obtener buenos resultados como comercializadores.
5. Para promover sus actividades de distribución, es decir, como herramienta de marketing, los vendedores de marca podían adquirir los denominados «cupones de descuento» en Lyonesse Europe AG. adquirir los denominados «cupones de descuento» de Lyonesse Europe AG. No se trata no se trata de vales de compra habituales que dan derecho a la adquisición directa de productos , sino de vales de descuento. Los vales de descuento no pueden canjearse por productos o servicios sin pago adicional, sino que canjearse por productos. Más bien, el titular del vale de descuento obtenía ventajas adicionales o descuentos en sus compras. El valor de las ventajas siempre corresponde al valor de los vales de descuento adquiridos, por lo que un comerciante no puede sufrir ningún perjuicio con la compra de un vale de descuento (por lo que se descarta el fraude).
6. El valor añadido de los vales de descuento para los comerciantes se deriva, por un lado, del hecho de que, al comprar los vales de descuento, el derecho a la remuneración surge en el momento de la compra, lo que permite alcanzar más rápidamente los objetivos profesionales y, por otro lado, del hecho de que al transferir los vales se pueden ganar nuevos clientes o motivar a los clientes existentes a realizar compras, lo que también repercute positivamente en la remuneración del vendedor en función de los resultados.
7. De vez en cuando, Lyonesse Europe AG ha ofrecido ventajas adicionales (gratuitas) por la compra de vales de descuento. En este caso, los vales de descuento se denominaban «vales de descuento de edición limitada». Estas ventajas adicionales consisten principalmente en participaciones en las diferentes «nubes». La idea detrás de este concepto surgió en el marco de una colaboración entre Lyonesse Europe AG y el club de fútbol Rapid Wien. Gracias a esta colaboración, se consiguió atraer a muchos clientes que no habían sido captados por ningún comercial. Sus ventas se asignaban a los comerciales activos que habían adquirido previamente los vales de descuento de edición limitada correspondientes. Más tarde, Lyonesse Europe AG amplió gradualmente este concepto a países enteros, creando así más «nubes». Sin embargo, es importante señalar que las «nubes» siempre fueron solo un incentivo para los comercializadores activos. Los comercializadores podían

BRANDL
TALOS

Nunca compre participaciones en las nubes directamente; solo se pueden comprar (Limited Edition limitada). Asimismo, es importante que **no se pague nada adicional por las nubes**. Incluso si no se produjeran pagos en un cloud, los vendedores no sufrirían ningún perjuicio.

8. En el pasado, al parecer, se produjo en algunos casos el malentendido de que las nubes eran una oportunidad de inversión y que, sin necesidad de crear una red de distribución con un volumen de ventas elevado, se podían obtener remuneraciones considerables (al menos así lo afirmaban algunos participantes privados). **Sin embargo, esto no se desprende de la documentación informativa y las presentaciones oficiales publicadas por Ly-oness Europe AG.** Más bien, a lo largo de los años se ha insistido cada vez más, también en los cursos de formación de los comercializadores, en que no se trata de una inversión financiera, sobre todo porque, debido a la dependencia del volumen de compras futuro e imprevisible de los compradores «libres», no se sabía de antemano qué distribuciones se obtendrían de las nubes.
9. Lyoness Europe AG, al igual que ahora Lyconet Austria GmbH, **ha actuado de forma consecuente contra la difusión de información falsa sobre su modelo de negocio.** Sin embargo, debido al tamaño de la comunidad de compradores y al número de comercializadores, nunca se puede descartar por completo la difusión de información falsa. **No obstante, puedo descartar que haya recomendado a los particulares la compra de vales de descuento como oportunidad de inversión.** Aparte de la posibilidad de que los particulares hayan asistido a un evento en el que promocioné el modelo de negocio o los productos de Lyoness Europe AG en general, puedo **descartar personalmente,** según se desprende del expediente de la investigación, **que haya de haber tenido contacto directo con las partes privadas.**
10. A pesar de los esfuerzos de Lyoness Europe AG, se repitió una y otra vez que el acuerdo Lyco-acuerdo Lyconet, concebido **exclusivamente para comercializadores autónomos y emprendedores**, fue celebrado por consumidores que creían que se trataba de una oportunidad de inversión. En los procedimientos en cuestión, en resumen, **los tribunales correspondientes consideraron que** las disposiciones pertinentes del **acuerdo sobre la remuneración de los comercializadores no eran transparentes para los consumidores.** Sin embargo, estos procedimientos se refieren esencialmente a personas que adquirieron vales de descuento de edición limitada, pero que luego no desarrollaron ninguna actividad comercial o no tuvieron mucho éxito con ella.
11. **La cuestión fundamental** de las sentencias civiles presentadas en el procedimiento de investigación era, por lo tanto, **únicamente la condición de consumidor del comercializador correspondiente** que reclamaba el reembolso de sus pagos a Ly-oness Europe AG. Como es habitual en los procedimientos masivos, a menudo se llegaron a conclusiones que, en opinión de Lyoness Europe AG, no eran correctas, pero debido al objeto limitado del procedimiento (por lo tanto, por motivos formales de irrelevancia para el procedimiento concreto) y a la jurisprudencia consolidada

BRANDL
TALOS

. En algunos casos, las sentencias recogieron literalmente las conclusiones de otros tribunales sin un procedimiento probatorio específico.

12. Algunos comercializadores también intentan reclamar el reembolso de sus cuotas de afiliación al EliteClub o sus pagos por otros productos (por ejemplo, Marketing+). En estos casos, las partes demandadas suelen ser Lyconet Austria GmbH y/o myWorld Austria. Sin embargo, en este contexto, los tribunales ya han determinado que los **comercializadores** han **recibido una contraprestación válida por sus pagos** o que, en algunos casos, las partes demandadas ni siquiera tienen legitimación pasiva. Sin embargo, los particulares no han presentado estas numerosas sentencias favorables (para Lyconet/myWorld).
13. El modelo de negocio de Lyoness Europe AG es, en esencia, un **sistema** que **ya** ha sido **investigado a fondo** por las autoridades policiales y judiciales. En el procedimiento de la WKStA (Fiscalía de Viena) con el número 14 St 25/15t, que ya ha sido archivado en su totalidad, ya se **investigó la acusación de fraude**. Los acuerdos y productos que ahora son objeto del procedimiento civil presentado, a saber, el acuerdo Lyconet y el concepto de «nubes», ya se habían presentado y examinado en su momento en el marco de la investigación preliminar. Por lo tanto, en mi opinión, el procedimiento en cuestión debe archivararse debido a la prohibición de la doble incriminación.
14. La punibilidad por fraude fracasa además tanto por los elementos objetivos como por los subjetivos del delito. Mediante la compra de vales de descuento, **ninguno de los particulares implicados ha sufrido un perjuicio patrimonial**. **Más bien, el importe pagado en cada caso se ha devuelto íntegramente.**
canjear por descuentos en nuestras empresas asociadas o transferir a otras personas
. Dado que los vendedores obtienen un derecho a los descuentos mediante la adquisición de los vales de descuento de Lyoness Europe AG, los pagos **tampoco** podían **suponer un enriquecimiento de la sociedad**. Del mismo modo, la participación en las nubes, que, como ya se ha mencionado, era gratuita, no puede haber causado ningún perjuicio.

II. HECHOS

1. Mi propia posición

- a) Ya **en 2003** me puse a buscar inversores para «Lyoness» y, finalmente, un grupo de inversores convencidos fundó Lyoness Europe AG, con sede en Suiza. **El objetivo de la sociedad era crear una comunidad de compras**, siendo la idea fundamental detrás de «Lyoness» que, al comprar conjuntamente con otros consumidores, se alcanzaría un mayor volumen y, por lo tanto, se obtendrían mejores condiciones con los comerciantes. Inicialmente, solo tenía una participación minoritaria en la sociedad, pero se acordó con los inversores que, una vez alcanzados determinados objetivos, obtendría más acciones de la sociedad. Solo tras el fallecimiento de

**BRANDL
TALOS**

fundador original, el Sr. Erwin Hüsler, adquirí finalmente la totalidad de las participaciones.

- b) A lo largo de los años, he desempeñado diversas funciones en Lyonesse Europe AG y durante mucho tiempo fui su director y presidente del consejo de administración (*CEO*). En marzo de 2015 comencé a **retirarme de estos cargos**. Desde entonces y hasta marzo de 2018, seguí siendo miembro (sin cargo) del consejo de administración de Lyonesse Europe AG, donde mis áreas de responsabilidad eran la planificación estratégica para Europa y, en particular, la orientación de los productos. Esto también incluía la planificación de los productos que debían utilizarse.
- c) En el marco de mis funciones, he desarrollado, entre otras cosas, los «*cupones de descuento*» y los «*cupones de descuento de edición limitada*» («LEDV») que aparecen repetidamente en el presente procedimiento. Sin embargo, hace tiempo **que no participo activamente en la distribución de estos productos**. En ocasiones, como fundador de Lyonesse y desarrollador de los productos correspondientes, he dado charlas generales sobre el modelo de negocio en eventos importantes, pero en esos casos también había otras personas (comercializadores) encargadas de explicar en detalle los productos distribuidos. En particular, según puedo comprobar tras una primera revisión de los expedientes y según recuerdo, **no he tenido contacto personal con ninguno de los particulares implicados ni he hablado con ellos sobre los productos de Lyonesse, Lyconet o myWorld. hablar con ellos sobre los productos de Lyonesse, Lyconet o myWorld ni les he** Tampoco se ofrecen otros productos de Lyonesse, Lyconet o myWorld.
- d) Entretanto, me he retirado por completo de las funciones operativas en las distintas sociedades. Por lo tanto, «solo» soy **el propietario económico** de una parte de las sociedades afectadas por el procedimiento. Por ejemplo, soy el propietario económico de Lyconet Marketing Agency Limited, con sede en Londres, cuyo nombre anterior era «Lyconet Holdings Limited». Esta sociedad es, a su vez, la única socia de la empresa austriaca **Lyconet Austria GmbH**.
- e) MyWorld Austria GmbH también es **de mi propiedad económica**. En este caso, la cadena de participación está estructurada de tal manera que **MyWorld Austria GmbH**, con sede en Graz, es propiedad exclusiva de MyWorld International AG (anteriormente MyWorld 360 AG), que también tiene su sede en Graz. Hasta una reestructuración el pasado mes de junio, la socia de esta sociedad anónima era myWorld International Limited, con sede en Londres, que a su vez era propiedad de myWorld Holdings Limited, con sede en Londres. Ahora, myWorld International AG es una filial de Timeriver Limited, con sede en Londres. Tanto myWorld Holdings Limited como Timeriver Limited son de mi propiedad legal y económica directa.
- f) **EliteClub Austria GmbH**, con sede en Graz, es propiedad exclusiva de EliteClub Global Limited, con sede en Londres. A través de EliteClub Holdings Limited

BRANDL
TALOS

Como sociedad matriz, mi esposa, **Silvia Freidl**, es la **propietaria económica** de estas sociedades. Sin embargo, EliteClub Austria GmbH no es (ni ha sido en ningún momento) la operadora del EliteClub. El EliteClub es operado por Elite CB International FZE, con sede en Dubái. Por lo tanto, los particulares han celebrado sus contratos con Elite CB International FZE (anteriormente NESSA FZCO) (véase el punto A.II.8 sobre EliteClub). Hasta octubre de 2023, esta sociedad era una filial de EliteClub Holdings Limited. Sin embargo, ahora esta sociedad también es de mi propiedad.

- g) En el presente procedimiento se formulan ahora diversas acusaciones que, en resumen, se refieren a que determinadas personas supuestamente tenían una impresión errónea de los ingresos de los comercializadores. Sin embargo, de las numerosas denuncias no se desprende qué papel habría desempeñado yo mismo en este asunto, sobre todo teniendo en cuenta que, como ya he mencionado, no mantuve ningún contacto personal con los particulares implicados, según recuerdo, y tampoco les expliqué en detalle los productos en cuestión. **Tampoco** he podido **deducir** del expediente de la investigación **ninguna** acusación concreta contra mí de que **yo haya causado personalmente** esta supuesta **impresión errónea** (por ejemplo, mediante declaraciones mías).
- h) Dado que Lyconet es un sistema desarrollado por mí y que las empresas operadoras son de mi propiedad económica, tengo, como es natural, interés en que **se aclaren** y **se disipen** por completo las acusaciones en cuestión, por lo que también quiero expresar mi opinión al respecto. Para ello, considero necesario explicar en términos generales las funciones de Lyoness Europe AG, myWorld Austria GmbH y Lyconet Austria GmbH, aclarar el funcionamiento de los productos ofrecidos y, por último, esclarecer los antecedentes de los numerosos procedimientos civiles que también se han mencionado. En este contexto, quiero señalar que puedo pronunciarme sobre los temas tratados en este escrito en parte por mi propia experiencia, pero que en parte también he tenido que recabar la información pertinente de las propias empresas.

Prueba: Extracto del registro mercantil de Lyconet Austria GmbH, FN 503414 s (anexo ./1); Extracto del registro mercantil de myWorld Austria GmbH, FN 237235 a (anexo ./2); Extracto del registro mercantil de myWorld International AG, FN 389134 g (anexo ./3);
Extracto del registro mercantil de EliteClub Austria GmbH, FN 524993 z (anexo ./4); Extracto del registro mercantil de myWorld International Limited (10776184 Londres) (anexo ./5);
Extracto del registro myWorld Holdings Limited (11138560 Londres) (anexo ./6);
Extracto del registro mercantil de Lyconet Marketing Agency Limited (11157485 Londres) (anexo ./7);

**BRANDL
TALOS**

Extracto del registro EliteClub Global Limited
(12263971 Londres) (anexo ./8);

Extracto del registro Lyonesse Europe AG (St. Gallen CHE-110.131.354) (Anexo ./9);

Extracto del registro mercantil de Timeriver Limited (11668411 Londres) (anexo ./10).

2. Información general sobre el modelo de negocio de Lyonesse Europe AG

- a) Desde la fundación de Lyonesse Europe AG en 2003, el modelo de negocio de Lyonesse ha evolucionado constantemente, pero la idea central de la comunidad de compras sigue siendo la misma. El objetivo de la comunidad de compras es que los miembros realicen sus compras, sobre todo las que necesitan en su vida diaria, en las empresas asociadas a Lyonesse Europe AG.
- b) Una comunidad de compras se nutre de la existencia de un gran número de empresas asociadas y de compradores. Por ello, Lyonesse Europe AG ha creado, además de la comunidad de compras (el programa de fidelización Lyonesse), un sistema de distribución propio destinado a promover la difusión y el uso de la comunidad de compras Lyonesse a través de intermediarios comerciales independientes.
- c) A partir de 2014, este modelo de negocio de Lyonesse Europe AG **se mantuvo sin cambios** en todos sus aspectos esenciales, desde la estructura económica hasta los productos comercializados. En particular, los productos objeto del procedimiento (nubes, vales de descuento, etc.) son en su totalidad conceptos o componentes de **un sistema** ya muy **antiguo**, que ya ha sido «examinado» por la WKStA y considerado conforme (véase el punto A.III.). Por lo tanto, resulta aún más sorprendente que sigan existiendo ambigüedades o malentendidos al respecto.
- d) El objetivo de la última gran reorganización y reestructuración llevada a cabo en 2014 era diferenciar mejor las distintas áreas de negocio del antiguo grupo Lyonesse. **En este sentido, hay que distinguir entre el negocio puramente de consumo (la denominada comunidad de compras, el programa de fidelización Lyonesse) y las actividades de marketing y distribución relacionadas con este.** Esta separación se hace aún más evidente en las nuevas sociedades myWorld Austria GmbH y Lyconet Austria GmbH, constituidas de forma jurídicamente independiente de Lyonesse Europe AG (véase más adelante).
- e) Según se desprende del preámbulo de las condiciones generales para los miembros de Lyonesse de 2014, Lyonesse Europe AG (además del sistema de distribución Lyconet) gestiona una comunidad de compras que permite a los participantes obtener ventajas al adquirir productos y servicios de las empresas asociadas a Lyonesse. Según las condiciones generales de Lyonesse de 2014, la afiliación a la comunidad de compras es gratuita y no conlleva ninguna otra obligación financiera (por ejemplo, obligación de compra de productos,

BRANDL
TALOS

volumen mínimo de compra o similar; véase el punto 15.1 de los Términos y condiciones generales de Lyoness de 2014: «El registro y la participación en el programa de fidelización Lyoness son gratuitos para el miembro».

- f) Las ventajas para los miembros de la comunidad de compras son exclusivamente el reembolso (una ventaja en efectivo en forma de devolución de hasta el 5 % del precio de compra, véase el punto 8.1.1 de los Términos y condiciones generales de Lyoness de 2014), los puntos de compra (una ventaja no monetaria por participar en promociones especiales [ofertas] de empresas asociadas, véase el punto 8.1.2. Términos y condiciones generales de Lyoness 2014) y la bonificación por recomendación (una ventaja en efectivo del 0,5 % del importe de la compra por cada compra realizada por un miembro de Lyoness recomendado directa o indirectamente por el miembro, véase el punto 8.1.2. Términos y condiciones generales de Lyoness 2014). Las ventajas correspondientes podían consultarse en ese momento en la página web www.lyoness.com (área de inicio de sesión) (apartados 8.1.1 y 8.2.2 de los Términos y condiciones generales de 2014).
- g) Mediante las compras realizadas en empresas asociadas se adquieren bienes y servicios concretos. Gracias a estas compras, los miembros pueden obtener ventajas relacionadas con el volumen de facturación (reembolsos, puntos de compra), como es habitual en los programas de fidelización de clientes. Los descuentos porcentuales (en este caso en forma de reembolso) son una práctica habitual. El mejor instrumento de fidelización de clientes, que también se concede, por ejemplo, con otras tarjetas de cliente (véase, por ejemplo, la tarjeta Douglas de la cadena de perfumerías Douglas o la tarjeta JÖ-Card). La ventaja no monetaria de los puntos de compra permite participar en otras promociones especiales (de duración limitada) de empresas asociadas.
- h) Además de esta comunidad de compras, Lyoness Europe AG ha gestionado un sistema de distribución que ha promovido la difusión y el uso de la comunidad de compras Lyoness a través de intermediarios comerciales independientes (preámbulo del acuerdo Lyco-net en su versión de 2014). La pertenencia al sistema de distribución Lyconet y el estatus de comercializador asociado a la misma eran gratuitos.

Prueba: Condiciones generales para miembros de Lyoness, noviembre de 2014 (anexo ./11); acuerdo Lyconet, noviembre de 2014 (anexo ./12).

i) La comunidad de compras myWorld

- i) Desde 2017, el grupo myWorld (en Austria, myWorld Austria GmbH) también gestiona su propia comunidad de compras (programa Cashback World o programa myWorld), que ya está presente en unos 50 países. La idea básica es un **sistema de reembolso** (o, en general, un sistema de ventajas) para los miembros de una **comunidad de compras** internacional.
- ii) En este contexto, los miembros tienen a su disposición diversas posibilidades de compra en distribuidores autorizados (empresas asociadas). Estas empresas asociadas son, en particular, pequeñas y medianas empresas, pero también

BRANDL TALOS

También participan grandes empresas más conocidas,¹ que esperan obtener diversas ventajas gracias a la cooperación. Estas pueden consistir, por ejemplo, en la captación de nuevos clientes, la reducción de los gastos de marketing, el aumento del flujo de clientes o los incentivos de compra para sus clientes.

- iii) Los participantes en la comunidad de compras («compradores») obtienen en todas las compras un descuento, independiente de las demás ventajas para los miembros, en forma de *«reembolso en efectivo»*, que se les transfería anteriormente de acuerdo con las condiciones de su contrato y que ahora se pone a su disposición como crédito de compra para su uso dentro del grupo myWorld. Este descuento es, dependiendo de la empresa asociada y de la oferta concreta, de un 2-5 % de media. Los productos adquiridos en las empresas asociadas se registran en el programa de reembolso, para lo cual se puede presentar una tarjeta de reembolso en las tiendas o utilizar el canal online ofrecido por myWorld para acceder a las tiendas online de las empresas asociadas.
- iv) Además de los descuentos habituales, los compradores reciben los denominados «puntos de compra» («SP») por sus compras. El número de puntos de compra obtenidos depende del importe de la compra y de la ventaja de compra acordada entre myWorld y la empresa asociada correspondiente. Por lo tanto, no es posible indicar de antemano una relación concreta entre el volumen de compra y los puntos de compra obtenidos.
- v) Los puntos de compra **no tienen un valor monetario concreto**. Se trata, por tanto, de una unidad de cuenta que sirve para ilustrar las ventajas obtenidas. Los clientes de myWorld pueden utilizar sus Shopping Points en el marco de ofertas/promociones exclusivas y canjearlos por productos o servicios específicamente designados. La ventaja o el descuento correspondiente que se obtiene por los Shopping Points y el número de Shopping Points necesarios para ello dependen siempre de las condiciones concretas negociadas con la empresa asociada correspondiente.
- vi) La cantidad de reembolso y los puntos de compra que reciben los compradores depende siempre de la compra realizada. Por lo general, las empresas ya conocidas o muy grandes no dependen tanto de la comercialización de sus productos a través de myWorld, por lo que los compradores solo pueden obtener menos reembolsos y puntos de compra por sus compras. Por lo tanto, la magnitud de las ventajas para cada comprador solo puede relacionarse indirectamente con su volumen de compra.

¹ Las empresas locales asociadas y los socios online de myWorld se pueden consultar en la página de inicio <www.myworld.com>. Entre los aproximadamente 1900 socios online se encuentran actualmente LIDL, FlixBus, ESPRIT, Amazon Prime Video y muchos más. También se han establecido colaboraciones puntuales con otras empresas conocidas, como OMV, Kika o Libro.

BRANDL
TALOS

- vii) La situación es diferente en el caso de las pequeñas y medianas empresas: debido a sus limitaciones presupuestarias, a menudo no pueden permitirse realizar campañas publicitarias a gran escala ni desarrollar programas de fidelización de clientes. Si se convierten en empresas asociadas de myWorld, pueden acceder a una gran cartera de clientes potenciales y beneficiarse de los programas de fidelización de clientes diseñados por profesionales de myWorld. Además, estas empresas pueden ahorrar costes en medidas publicitarias y de marketing al acceder a ofertas informativas exclusivas dentro de la comunidad de compras myWorld (boletín informativo, publicidad en línea).
- viii) Al igual que la mayoría de las empresas comerciales, el grupo myWorld también emite vales. Se trata de los denominados «eVoucher», que son vales originales que se pueden adquirir para diferentes empresas asociadas. Estos vales o bonos de compra se pueden canjear en la empresa asociada correspondiente, donde siempre se indica el valor del vale. Los eVoucher son, por lo tanto, «bonos de compra normales» bonos de compra que también pueden adquirir los consumidores (compradores). Por lo tanto, se diferencian fundamentalmente de los vales de descuento que emiten las tiendas y que, en el caso de los vales de descuento, no pueden canjearse en las tiendas que emiten los vales de descuento que emite la Lyonesse Europe AG (véase el punto A.II.5 para más detalles).

j) La estructura de distribución de Lyconet

- i) El modelo de negocio de la comunidad de compras myWorld se basa en que existe una gran cantidad tanto de empresas asociadas como de compradores, de modo que el «poder de mercado» de la comunidad de compras y, por lo tanto, sus beneficios aumenta con su tamaño. Sin embargo, esto no es una particularidad de myWorld, sino que es el caso de todas las comunidades de compras. Por este motivo, es conveniente captar continuamente nuevas empresas asociadas y nuevos clientes de myWorld Shopping. En este caso concreto, esto no funciona a través de un departamento integrado de distribución o marketing, sino a través de una **red de Sistema de marketing**. En términos más sencillos, la distribución se basa en las recomendaciones personales.
- ii) En diciembre de 2018 se fundó **Lyconet Austria GmbH** (antes Lyconet International AG) como **empresa operadora** de esta estructura de distribución. Desde marzo de 2019, Lyconet Austria GmbH ha creado y gestionado su propio «Programa de Marketing Lyconet» de forma independiente de Lyonesse Europe AG. Hasta su quiebra, Lyonesse Europe AG **AG, con su propio «Programa de Marketing Lyconet»**. Hasta su quiebra, Lyonesse Europe AG continuó con su propio sistema de distribución Lyconet
- iii) Un componente esencial del programa de marketing Lyconet es el acuerdo Lyconet (de marketing), que permite a personas autónomas y con actividad comercial

Los distribuidores («marketers») pueden crear y promover sus propios programas de fidelización de clientes. A diferencia del anterior modelo de negocio mixto de Lyoness Europe AG, Lyconet Austria GmbH no vende productos ni gestiona operaciones de compra.

GmbH no vende ningún producto ni opera ningún sistema de compras. comunidad de consumidores y empresas asociadas.

- iv) A través de las actividades de distribución de Lyconet Austria GmbH, se pretende captar nuevos clientes (compradores) y nuevas empresas asociadas para la comunidad de compras myWorld. Esta, a su vez, obtiene sus beneficios de los descuentos individuales de los comerciantes. A cambio de las ventajas que les reporta su participación en la comunidad de compras myWorld, las empresas asociadas están dispuestas a conceder descuentos a los comerciantes. Este **margen de descuento se transfiere** a los **compradores** en forma de reembolsos en efectivo y a los **comercializadores de Lyconet** en forma de remuneraciones por su actividad. El resto del margen constituye el beneficio de myWorld y, en consecuencia, de Lyconet Austria GmbH.
- k) En qué medida una persona utiliza las distintas opciones de remuneración de myWorld (CashBack y Shopping Points) o, además, actúa como agente comercial de Lyconet Austria GmbH para obtener comisiones por intermediación, es decisión exclusiva de dicha persona. **No existe ninguna obligación de comprar productos en las empresas asociadas, de captar nuevos miembros, de solicitar vales o de realizar cualquier otra actividad comercial.** , captar nuevos miembros, pedir vales o hacerse miembro en el EliteClub (véase el punto A.II.8. más abajo) en ningún momento. Incluso si los miembros no han **utilizado ninguna de las opciones de remuneración, no han sufrido ningún perjuicio** por ello. **La participación en la comunidad de compras myWorld comunidad de compras myWorld o a la red de distribución Lyconet nunca ha supuesto ningún coste para los miembros o distribuidores.**

Prueba: Extracto del registro mercantil de Lyconet Austria GmbH, FN 503414 s (anexo ./1); Extracto del registro mercantil de myWorld Austria GmbH, FN 237235 a (anexo ./2); Extracto del registro de Lyoness Europe AG (St. Gallen CHE-110.131.354) (anexo ./9); Condiciones generales de contratación de Cashback World para miembros, noviembre de 2017 (anexo ./13); acuerdo de Lyconet, marzo de 2019 (anexo ./14).

3. El papel y la remuneración de los comercializadores en particular

- a) **La tarea principal de los comercializadores es captar nuevos clientes para la comunidad de compras** y animarlos a realizar compras. Quienes deseen promover el modelo de negocio de la comunidad de compras myWorld como comercializadores independientes y profesionales pueden celebrar un acuerdo con Lyconet Austria GmbH para la prestación de servicios de marketing. Este «Acuerdo Lyconet» o «Acuerdo de marketing Lyconet»⁽²⁾ regula las condiciones en las que

² La versión vigente del Acuerdo de marketing de Lyconet (para Austria, actualmente la de septiembre de 2021) está disponible en la página web <www.lyconet.com> para los distintos países en los que opera Lyconet.

BRANDL
TALOS

Requisitos o marco jurídico en el que pueden operar los socios contractuales (comercializadores) que participan en la distribución estructural. Anteriormente, los comercializadores también podían celebrar un acuerdo correspondiente con Lyonesse Europe AG para promover la comunidad de compras «Lyonesse».

- b) Las disposiciones del acuerdo de Lyconet (marketing) tienen por objeto garantizar que las personas físicas o jurídicas que deseen ejercer una actividad de venta piramidal bajo la marca Lyconet actúen efectivamente como empresarios independientes. **Los consumidores tienen prohibido el acceso a Lyconet y a cualquier actividad de venta piramidal.** A pesar de los esfuerzos de Lyconet, sin embargo, los consumidores siguen celebrando acuerdos de marketing con Lyconet (a pesar de que al firmar los contratos confirman expresamente que ejercen una actividad empresarial), lo que en muchos casos ha sido la base de los procedimientos civiles objeto del presente asunto (véase el punto A.IV.).
- c) Tanto en el sistema de distribución de Lyonesse Europe AG como en el de Lyconet Austria GmbH, los comercializadores (como requisito previo para tener derecho a una remuneración) **deben ejercer una actividad comercial y registrarla debidamente.** La remuneración de los comercializadores se rige por el denominado «*plan de compensación*», que se adjunta como anexo y se modifica periódicamente. Tanto el acuerdo (de comercialización) de Lyconet como el plan de compensación fueron introducidos originalmente por Lyonesse Europe AG en 2014. Sobre la base de estos textos contractuales, Lyconet Austria GmbH ha redactado sus contratos con los comercializadores.
- d) Según este, los comercializadores no reciben una remuneración fija (mensual) por su actividad, sino que se les remunera **en función de los resultados**, de acuerdo con las normas del «*plan de compensación*». El comercializador puede tener derecho a una remuneración tanto del programa «Balance» como del programa «Carrera». La **remuneración se calcula, a grandes rasgos, en función del número de puntos de compra acreditados** que un comercializador obtiene, ya sea por sus propias compras o por las compras de los compradores que ha reclutado, **sin que sea posible una conversión exacta al céntimo de los puntos de compra en euros.** En términos sencillos, la remuneración puede describirse como dependiente del volumen de ventas.
- e) Cuanto más activos sean el comercializador y los compradores que haya reclutado, en el sentido de la utilización de la comunidad de compras, mayor será su remuneración. **Si el número de puntos de compra acreditados supera un determinado umbral, el número de puntos de compra acreditados supera un determinado umbral, se le abonarán «unidades» que se distribuyen en diferentes categorías.** En función del número de unidades contabilizadas, se pagará al comercializador una cantidad fija semanal o mensual.

BRANDL TALOS

- f) El cálculo exacto del derecho a remuneración se realiza según un sistema bastante complejo en el que intervienen diferentes componentes, como el volumen de compras propio, el volumen de compras de los miembros captados, la posición de los miembros en la red de vendedores, el volumen de ventas de las semanas anteriores, la semana de cálculo correspondiente, el nivel de carrera y si este está asegurado, así como muchos otros factores.
- g) Dado que el sistema tiene en cuenta tantos aspectos diferentes de la actividad de los comercializadores, a primera vista puede parecer opaco para alguien ajeno al mismo. Sin embargo, esto no es una particularidad del plan de remuneración de Lyconet, sino que cualquier sistema de cálculo o liquidación complejo solo puede entenderse mediante un análisis más detallado. **El sistema de remuneración concreto...**
El programa también está dirigido únicamente a personas que ya trabajan en el marketing en red o que deseen informarse al respecto. Lyconess Europe AG y Lyconet Austria GmbH ofrecen a tal fin cursos de formación para comercializadores, en los que se explican con más detalle los productos y el sistema de remuneración. Sin embargo, en la comparación con otros planes de remuneración, el plan de Lyconess es bastante habitual en el mercado.
- h) Sin embargo, un análisis siquiera superficial del «plan de compensación» permite constatar fácilmente que solo es posible obtener una remuneración significativa mediante la creación de una red de compras más amplia y el correspondiente volumen de ventas. Así, por ejemplo, se establece que para las unidades de la categoría de saldo 1 se requieren 50 puntos de compra. Una comisión de saldo de solo 6 euros requiere 3/3 unidades de saldo (y, por lo tanto, 300 puntos de compra).³⁾ Si un comercializador desea obtener unos ingresos principales (por ejemplo, una bonificación profesional mensual de 3000 euros), necesita 150 000 puntos de compra asignables.



(Plan de compensación de Lyconet 1.11.2017, página 16)

³⁾ Si partimos de la base de que por cada compra se acumulan entre un 3 % y un 8 % de puntos de compra, los profesionales del marketing necesitan generar un volumen de ventas o de compras atribuible de entre 3750 y 10 000 euros para obtener una remuneración de 6 euros.

BRANDL
TALOS

. Por este motivo, existen numerosos vídeos, presentaciones y documentos impresos que los comercializadores pueden utilizar para captar nuevas empresas asociadas y clientes. Estos documentos representan la «comunicación» o el lenguaje corporativo que miles de comercializadores de Lyconet utilizan a diario.

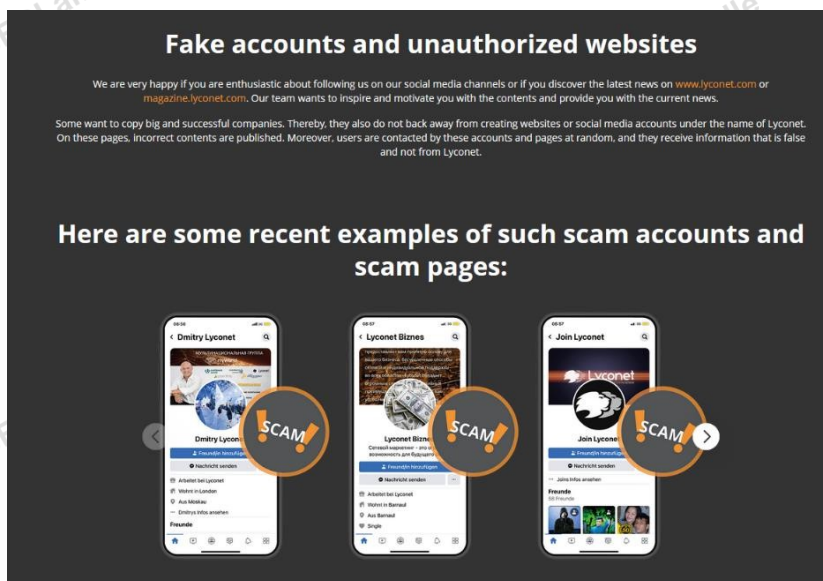
- b) De conformidad con el punto 5.2⁴ del acuerdo de Lyconet, los comercializadores están obligados a realizar únicamente aquellas declaraciones sobre Lyconess Europe AG y sus empresas asociadas que se ajusten a la documentación oficial. A tal fin, se pone a disposición de los comercializadores material de comunicación, debiendo estos, de conformidad con el punto 7.2, **utilizar exclusivamente el material de comunicación facilitado oficialmente por Lyconess Europe AG**. Esto se aplica ahora de forma análoga al material informativo de Lyconet Austria GmbH.
- c) Por lo tanto, los comercializadores **no están autorizados a crear material de presentación o formación por su cuenta ni a publicar vídeos**. Con ello se pretende, entre otras cosas, evitar que las empresas asociadas o los clientes potenciales se hagan una idea errónea del modelo de negocio. Los documentos presentados por los particulares no reflejan en parte ni el lenguaje ni la comunicación de la empresa y nunca han sido autorizados por Lyconess Europe AG ni por Lyconet Austria GmbH.
- d) A este respecto, Lyconess Europe AG y Lyconet Austria GmbH siempre han aplicado una «política de tolerancia cero». No obstante, en caso de que un comercializador haya utilizado material «ajeno», Lyconess Europe AG o Lyconet Austria GmbH, dependiendo del sistema de distribución para el que trabajara el comercializador, han reaccionado de inmediato desde el momento en que tuvieron conocimiento de ello. Los mecanismos de control de la calidad de la información dentro de la red Lyconet han estado y siguen estando muy por encima del nivel del mercado en el ámbito del marketing de recomendación. A tal fin, Lyconess Europe AG ha ofrecido a todos los comercializadores numerosas posibilidades (que ahora ofrece Lyconet Austria GmbH) para informarse en cualquier momento sobre el funcionamiento de Lyconet, así como sobre la documentación y los materiales disponibles.
- e) Lamentablemente, siguen apareciendo cuentas falsas en Facebook y sitios web no autorizados en los que se difunde información errónea sobre Lyconet. Esto puede dar lugar a que los posibles comercializadores se hagan una idea equivocada del modelo de negocio y de las posibilidades de remuneración. En la página web⁽⁵⁾ de Lyconet Austria GmbH se enumeran algunos ejemplos de estas cuentas y sitios web, y se proporcionan enlaces a las cuentas oficiales en las redes sociales. Aunque Lyconess

⁴ Como se ha señalado anteriormente, las distintas versiones solo difieren en detalles. En aras de la simplicidad, me refiero aquí siempre a la versión de 2017 más relevante para el procedimiento en cuestión.

⁵ <<https://www.lyconet.com/at/compliancepublic>> consultado por última vez el 11.1.2024.

BRANDL TALOS

Europe AG y Lyconet Austria GmbH siempre se han esforzado por combatir la información falsa y las cuentas falsas, pero debido al tamaño y la notoriedad del sistema «Lyconet», no es posible impedir por completo y de forma permanente estas prácticas engañosas.



(Captura de pantalla de la página de inicio: <https://www.lyconet.com/de/compliancepublic>)

Prueba:

Condiciones generales de Cashback World para miembros, noviembre de 2017 (anexo ./13); Acuerdo Lyconet (Lyconet Austria GmbH) de marzo de 2019 (anexo ./14); Acuerdo de Lyconet LEAG de noviembre de 2017 (anexo ./15); Plan de compensación de Lyconet LEAG de noviembre de 2017 (anexo ./16); Extracto de «CompliancePublic» de la página web de Lyconet (anexo ./17).

5. En relación con los productos de Lyoness Europe AG objeto del presente procedimiento, en particular con la función de los vales de descuento

- a) Las sentencias presentadas por los particulares se refieren en su mayor parte a la rescisión de la compra de vales de descuento de Lyoness Europe AG. **Los vales de descuento solo estaban disponibles para los comercializadores de Lyoness Europe AG y estaban concebidos como vales de descuento. La venta se realizó aquí finalmente Lyoness Europe AG, que myWorld Austria GmbH y Lyconet Austria GmbH nunca han ofrecido estos productos para su adquisición.**
- b) A diferencia de los vales clásicos, con estos vales de descuento vendidos por Lyoness Europe AG **no se podía comprar en empresas asociadas sin pago adicional. Más bien, el canje de un vale de descuento «solo» a un descuento (adicional) en forma de reembolso, que varía en función de la empresa asociada empresa asociada.**

BRANDL
TALOS

- c) Los vendedores podían utilizar el importe pagado en cualquier momento para compras personales. Al comprar en empresas asociadas, en lugar de los puntos de compra, recibían puntos para el plan de compensación (que ya se habían deducido al comprar el vale de descuento ON 348.2, 19 que a su vez se deducía del valor del vale de descuento. Si nos basamos únicamente en el precio de compra del vale de descuento, en este caso el comercial acababa «en tablas». Así, el comercial recibía por un Cupón de descuento por valor de 1000 euros, siempre en forma de descuentos (a en principio) de un importe total de 1000,00 EUR.
- d) Una ventaja de los vales de descuento era, por ejemplo, que el valor total del vale se imputaba desde el principio al volumen de compra del comercializador correspondiente y se tenía en cuenta a la hora de determinar las remuneraciones. Por lo tanto, la compra de vales de descuento podía acelerar o facilitar la consecución de determinados objetivos de volumen de negocios o de carrera. En definitiva, esto significa que los comercializadores la compra de vales de descuento **solo obtenían ventajas, pero no corrían ningún riesgo financiero** (en particular, ninguna pérdida total). Como mucho, se producía una pérdida Si el vendedor no hizo nada y no utilizó el cupón de descuento no lo hubiera utilizado, de modo que, tras varios años, hubiera caducado como cualquier otro cupón.
- e) Sin embargo, el verdadero valor añadido de un vale de descuento para los vendedores era que los vales de descuento podían transferirse a otros miembros (compradores). De este modo, un vendedor podía ofrecer a «sus» clientes recompensas adicionales por comprar a través de la comunidad de compras (después de la transferencia, es el comprador quien recibe el pago del valor del cupón de descuento, y no el vendedor). **Por lo tanto, el cupón de descuento era una herramienta de marca** con la que se podía ganar nuevos clientes o motivar a los ya existentes a realizar más que, de otro modo, no habrían realizado (o al menos no a través de la comunidad de compras). El beneficio o ventaja del comercializador derivado del vale de descuento se derivaba, en última instancia, del aumento del volumen total de compras generado, sobre cuya base se calculaba su remuneración.
- f) A los compradores de estos vales tampoco se **les sugirió ningún beneficio irrealista**.⁶ En el plan de compensación se presentaban las diferentes posibilidades de remuneración y ventajas que un comercial podía obtener a través del sistema de remuneración. De la tabla del plan de compensación que figura en el punto 14.h) anterior se desprende que **para obtener una «comisión por carrera» de 200 euros era necesario alcanzar un volumen de ventas de 10 000 puntos de compra en el mes correspondiente**.

⁶ Como ya se ha mostrado anteriormente en el punto II.14.h), un simple vistazo a las tablas del plan de compensación muestra que, para obtener una remuneración significativa, es necesario alcanzar categorías de saldo más altas y, para ello, se necesitan varios miles de puntos de compra.

BRANDL
TALOS

- g) Si se quisiera realizar este pago único de 200 euros solo mediante la compra de descuentos Para alcanzar los vales, habría sido necesario «invertir» 10 000 euros. Por lo tanto, con solo echar un vistazo al plan de compensación, quedaba claro que no se podía generar ningún «ingreso pasivo» y que, sin crear una red de compras con un volumen de ventas elevado, no se podían esperar remuneraciones significativas.
- h) Para garantizar esta comprensión, Lyoness Europe AG ha previsto en su sistema que los comercializadores, al comprar un vale de descuento, deben realizar obligatoriamente una comprobación de la información antes de finalizar la compra. En particular, debían confirmar las dos afirmaciones siguientes:⁷
- i) «Entiendo que el vale de descuento está destinado especialmente a fines de marketing, por ejemplo, para captar nuevos clientes y comercializadores y activar a los ya existentes».
- ii) « » «He comprendido que cualquier ingreso o carrera profesional dentro del programa de marketing de Lyconet solo se obtiene mediante la propia actividad empresarial (creación de mi red de compras) y que yo soy el único responsable de mi éxito».
- i) A pesar de diversas medidas, a saber, las explicaciones del plan de compensación, la puesta a disposición de material de marketing oficial y la introducción de preguntas de seguridad, siempre hubo personas que **ignoraron toda la información oficial** y esperaban poder obtener beneficios del sistema Lyconet sin crear una red adecuada, simplemente comprando vales.
- j) Para evitar malentendidos, el plan de compensación se modificó posteriormente y se estableció explícitamente que un **comercializador debe haber captado al menos cinco clientes activos para poder recibir una remuneración.** Estos deben haber realizado al menos una compra de importe mínimo. En la comunicación oficial se intenta así combatir por todos los medios el malentendido **de que los vales de descuento pueden utilizarse como «oportunidad de inversión»** con la que se puede generar un «ingreso pasivo» sin actividad comercial activa.
- k) Numerosos particulares han demandado recientemente a myWorld Austria GmbH y/o Lyconet Austria GmbH en relación con los vales de descuento de Lyoness Europe AG para reclamar el reembolso de dichos pedidos. **Sin embargo, hasta la fecha se han desestimado todas las demandas contra estas empresas y, por lo tanto,**

⁷ ON 39.2, 25.

BRANDL TALOS

jurisprudencia constante y consolidada que myWorld Austria GmbH y/o Lyconet Austria GmbH no son responsables (ni por daños y perjuicios ni por enriquecimiento injusto) **de estos productos de Lyo-ness Europe AG**. La rescisión del contrato alegada por los **particulares**

en todos los procedimientos, ya que nunca se presentó una declaración

, según la cual myWorld Austria GmbH y/o Lyconet Austria GmbH tienen todos los

los derechos y obligaciones derivados de los contratos celebrados entre las partes privadas y Lyo-ness Europe AG y, además, no cumple los requisitos legales para la subrogación contractual. (8)

para la subrogación contractual: (8)

Prueba: Condiciones generales de Cashback World para miembros, noviembre de 2017 (anexo ./13); acuerdo de Lyconet LEAG, noviembre de 2017 (anexo ./15); plan de compensación de Lyconet LEAG, noviembre de 2017 (anexo ./16); condiciones adicionales para vales de descuento en la versión de 2017 (anexo ./18); Captura de pantalla de la comprobación de información al comprar vales de descuento (anexo ./19).

6. Acerca de las diferentes nubes

a) Antes de nada, me gustaría señalar lo que, en mi opinión, es el punto más importante sobre las diferentes nubes de Ly-ness: **no se podía adquirir** una nube ni **participaciones en la nube**.

en cualquier momento. Los vendedores **solo podían comprar vales de descuento**. Sin embargo, en determinados periodos, la compra de un vale de descuento daba derecho **adicionalmente (y sin pago adicional)** a participar en determinadas nubes o a recibir participaciones en ellas. **Por eso, los vales se denominan «vales de nube»**, ya que permiten participar en la nube.

que permitían participar en la nube: cupones de edición limitada (cupones de edición limitada).

b) La idea detrás de las nubes surgió originalmente en el contexto de la cooperación entre Lyo-ness y el club de fútbol Rapid Wien. Lyo-ness ha creado aquí para una

⁸ Como ejemplos de ello cabe citar las siguientes sentencias: **sentencias de apelación del Tribunal Regional Superior de Viena** de 25 de octubre de 2023 sobre el asunto 3 R 87/23w (Ing. Herbert Baumgartner), de 27 de julio de 2023 sobre el asunto 5 R 36/23k (Felix Haas Riedl), de 29 de noviembre de 2021 sobre el 4 R 16/21h (Guirguis Mikhaeil), **sentencias de apelación del Tribunal Regional Superior de Viena** de 15 de mayo de 2023 sobre el 50 R 108/22 x (Markus Reichl), de 12 de abril de 2023 sobre 50 R 44/23m (Andreas Kisling), de 23 de febrero de 2023 sobre 1 R 175/22i (Michelle Popoviciu), de 4 de noviembre de 2022 sobre 1 R 1/21z (Alexander Bergmann), del 15/09/2021 a 1 R 174/21s (Emil Stankovic), **sentencias de apelación del Tribunal Regional Superior de Graz** del 24/03/2022 a 2 R 26/22v (Katharina Süß), del 17/08/2022 a 3 R 141/22p (David Wallmüller), **sentencias en primera instancia del Tribunal Superior de Viena** de 20 de diciembre de 2023 sobre 63 Cg 66/22h (Stefanie Wenigwieser), de 19 de diciembre de 2023 sobre 57 Cg 56/22v (Hubert Adam), de 29 de noviembre de 2023 sobre 12 Cg 24/23h (Regina Baumgartner), de 11 de octubre de 2023 sobre 14 Cg 13/23f (Bianca Riedmayer), de 2 de julio de 2023 sobre 62 Cg 65/22d (Alexander Teufel), del 28/04/2023 a 21 Cg 61/22i (Ing. Herbert Baumgartner), del 29/12/2022 a 16 Cg 54/21x (Sarah Sharobem, anteriormente Mikhaeil), **Sentencias BGHS Viena** de 27/09/2021 sobre 3 C 222/20y (Erduan Bislimi), de 25/02/2022 sobre 2C 148/20h (Krzysztof Witkowski), de 28/04/2022 sobre 21 C 85/21k (Daniel Mauker), de 20 de mayo de 2021 sobre 6C 196/20x (Emil Stankovic), de 27 de junio de 2022 sobre 19 C 328/21f (David Kussian), del 18/07/2022 a 15 C 96/21h (Markus Reichl), del 29/07/2022 a 11 C 227/20t (Michelle Popoviciu), del 02/08/2022 a 9 C 631/20i (Antonio Lo Dico), del 28/01/2023 a 12 C 408/22w (Andreas Kisling), del 26/05/2023 a 22 C 358/22s (Maximilian Holzer), del 26/06/2023 a 22 C 339/22x (Christoph Boncina), del 29/08/2023 a 10 C 474/22m (David Rindler), del 23/10/2023 a 20 C 435/22z (Lukas Studeny), del 30/11/2023 a 11 C 198/23g (Adrian Otlberger), del 30 de noviembre de 2023 a 11 C 530/22d (Florian Messerer), del 20 de diciembre de 2023 a 20 C 28/23y (Sandra Habenreich-Köck), del 6 de enero de 2024 a 14 C 616/22y (Nina Esletzbichler), del 10/01/2024 a 3 C 103/23b (Jessica Pany), del 27/01/2024 a 9 C 363/23g (Rudolf Metnitzer), **Sentencias del Tribunal Regional de Graz Este** de 19 de mayo de 2023 sobre el asunto 206 C 988/21x (Helga Kern), de 14 de noviembre de 2022, 266 C 288/21x (Sandy Häfele), de 14 de noviembre de 2022, 266 C 268/21 f (Katharina Messner), de 28 de junio de 2022, 223 C 421/21i, (Jürgen Stein), **sentencias del LGZ Graz** del 6 de diciembre de 2021 sobre 41 Cg 64/21g (Katharina Süß), del 6 de diciembre de 2021 sobre 41 Cg 62/21 p (Kathrin Grinschgl), de 1 de febrero de 2022 sobre el asunto 16 Cg 47/21y (Heinz Gerstorfer), de 9 de febrero de 2022 sobre el asunto 17 Cg 84/21x (Dominik Liebich), de 10 de marzo de 2022 sobre el asunto 12 Cg 15/22i (David Wallmüller), del 14/04/2022 a 35 Cg 92/21f (Daniel Haidbauer), del 14/06/2022 a 35 Cg 93/21b (Birgit Gerstorfer), del 05/07/2022 a 22 Cg 81/21t (Jakob Stiermeier).

BRANDL TALOS

Durante un tiempo determinado, emitió su propia tarjeta de compras rápidas y, solo con esta oferta, consiguió atraer a numerosos nuevos miembros (compradores). Estos compradores no habían sido captados por un comercializador concreto y, por lo tanto, no estaban asignados a ningún recomendador específico. Por lo tanto, formaban una especie de «nube» de compradores libres cuyos puntos de compra (y, por lo tanto, el margen de beneficio subyacente) no estaban asignados a ningún comercializador.

- c) Lyoness quería transferir estos puntos de compra libres (y las remuneraciones o márgenes de descuento asociados) como «agradecimiento» a sus comercializadores fieles y activos. En los años siguientes, este modelo se amplió en el sentido de que ya no se limitaba a la «Rapid Cloud», sino que se extendió de forma general a diferentes nubes nacionales y nubes empresariales.
- d) En los folletos informativos oficiales sobre las diferentes nubes para clientes (países) o empresas se indica que no se incurrirá en gastos adicionales para convertirse en participante de la nube correspondiente. Por el contrario, el **valor neto del pedido de la LEDV se puede canjear al 100 %**. Ninguno de los folletos informativos contiene información sobre cuántos clientes sin recomendador incluyen realmente las respectivas nubes o qué asignación de Shopping Points se puede esperar realmente en este caso. **Por lo tanto, no se prometió ningún éxito concreto a los comercializadores.**

Asimismo, siempre se ha establecido que se trata de un **programa de incentivos para los comercializadores activos de Lyconet.**

Limited Edition Discount Voucher (LEDV)

- Verfügbar ab 05.06.2018
- Maximale Anzahl pro Marketer: 3 LEDV** + 1 LEDV Small
- Maximale Anzahl pro SME-Marketer (Lyconet Marketer mit aufrechtem Händlervertrag): 3 LEDV** + 1 LEDV Small
- Preis pro LEDV: € 1.500,-
- Einlösbarer Wert (Netto-Bestellwert kann zu 100% eingelöst werden)

(Extractos de la hoja informativa sobre Enterprise Cloud 1 [EC1])

- e) Lyoness Europe AG también ha señalado expresamente en correos electrónicos relativos a los vales de descuento de edición limitada (Clouds), también ha señalado expresamente que no se trata de una inversión y ha declarado lo siguiente:

«Lyoness no asume ninguna responsabilidad por el alcance y la magnitud de las ventajas en efectivo y no monetarias que se obtengan mediante la participación en una Customer Cloud

BRANDL
TALOS

. Las ventajas en efectivo y/o no monetarias resultantes dependen de la evolución del mercado correspondiente, así como del comportamiento de compra individual de los miembros dentro del mercado en cuestión, y no pueden predecirse. La adquisición de un vale de descuento de edición limitada no constituye en ningún caso una inversión. El vale de descuento de edición limitada puede canjearse por compras propias o por compras de los clientes si se cumplen los requisitos necesarios, o bien utilizarse como herramienta de marketing. Dado que el porcentaje de descuento varía en función de la empresa asociada, también varía el valor que se deducirá del vale de descuento de edición limitada. Este se calcula a partir del importe de compra deseado y de los puntos de compra (SP) indicados para la empresa asociada correspondiente. El vale de descuento de edición limitada solo puede canjearse por el importe de este descuento (= los SP indicados).» (Anexo ./23)

- f) Por lo tanto, nunca se prometió a los compradores una inversión sin riesgo y, según estos correos electrónicos, los LEDV tampoco estaban concebidos como inversión de capital («No se pueden predecir las ventajas [...]»). Más bien, Lyoness Europe AG informó a los compradores de estos LEDV de que no se trataba de una inversión, sino de vales con un «extra» gratuito (a saber, la participación en la nube), que podían canjearse por compras propias o utilizarse como herramienta de marketing.
- g) El programa «Enterprise Cloud» se implementó en varias fases. Las diferentes nubes, desde EC1 hasta EC8, se ampliaron continuamente y, con cada nuevo programa, se incorporaron más países que hasta ese momento no estaban incluidos en el programa. Este proceso comenzó con la Austrian Customer Cloud el 8 de septiembre de 2015, pasando por la actual Customer Cloud para Alemania, que se puso en marcha el 27 de febrero de 2018, hasta llegar a la Enterprise Cloud 8 (que ya no comercializa Lyoness Europe AG), que se puso en marcha el 27 de enero de 2021 y que incluye, entre otros, clientes de Malasia, Colombia, Arabia Saudí y Rusia.
- h) Según la documentación oficial de Enterprise Clouds, se trata de un programa a largo plazo para comercializadores activos. Por ejemplo, en lo que respecta a Enterprise Cloud 1, se establece que el programa comenzará el 1 de octubre de 2018, pero que la primera asignación de puntos de compra no se realizará hasta octubre de 2022. La asignación solo se realizaría si, entretanto, se hubiera estado «activo como comercializador de Lyconet», es decir, si se hubiera tenido derecho a remuneración de forma continuada. El largo periodo de cálculo también implica que **nadie podía saber** de antemano **con exactitud cuáles serían los repartos reales**. El resultado concreto dependía del número imprevisible de compradores libres futuros y de su volumen de ventas durante varios años en el futuro. A este respecto, existía —para

BRANDL TALOS

Insistimos en ello: tampoco hay compromisos por parte de las empresas.

- i) Después de que Lyonesse Europe AG respondiera a los malentendidos de algunas personas que consideraban una «inversión» en estos Enterprise Clouds, se ha incluido el siguiente aviso legal en los folletos informativos: complementa. Lyconet Austria GmbH también lo ha incluido en la información que ha facilitado. En ella se establece que se trata de una ventaja gratuita (*incentivo*) para los comercializadores. Por lo tanto, la ventaja o la nube **no** pueden ni podían **adquirirse por separado y no son ni eran una inversión.**

Disclaimer

Bitte beachten Sie, dass Sie den Enterprise Cloud 7 (EC 7) Benefit als kostenloses Incentive erhalten. Der kostenlose EC 7 Benefit kann nicht erworben werden und stellt auch keine Investition dar. Lyconet sowie auch myWorld behalten sich das Recht vor, dieses Incentive jederzeit und ohne Angabe von Gründen abzuändern und/oder einzustellen.

(Extracto de la hoja informativa de Enterprise Cloud 7 [EC7])

- Prueba:
- Hoja informativa German Customer Cloud (anexo ./20);
 - Conjunto de hojas informativas sobre Enterprise Cloud 1 a 8 (anexo ./21);
 - Hoja informativa, versión de julio de 2020, Enterprise Cloud X (EC X) (anexo ./22);
 - Ejemplo de correo electrónico del 29 de mayo de 2018 con advertencias sobre los riesgos (anexo ./23).

7. Sobre el número de comercializadores y el alcance económico del modelo de negocio

- a) El número de comercializadores que han firmado un acuerdo con Lyconet con Lyonesse Europe AG ha aumentado constantemente desde 2015 (512 126 comercializadores) hasta 2019 (704 726). En los años siguientes, el número de comercializadores volvió a descender a 579 512 debido a las consecuencias de la pandemia y al cambio de algunos comercializadores al nuevo sistema de distribución de Lyconet Austria GmbH. Sin embargo, número considerable de personas siguió trabajando para la empresa hasta su insolvencia. Lyonesse Europe AG y ha recibido remuneraciones de esta.



- b) En Austria, el número de comercializadores activos de Lyonesse Europe AG en 2015 (15 204) hasta el año 2019 (16 432) también creció. En 2018, presente procedimiento, había 15 204 vendedores activos en remuneración por su actividad. Debido a la pandemia y a la distribución propio por parte de Lyconet Austria GmbH, el número ha disminuido considerablemente hasta 2022. Esto se debe a que las empresas asociadas a Lyonesse Europe AG son en su mayoría empresas minúsculas que han mantenido cerrados sus establecimientos durante los distintos « confinamientos »

WiffelsCarolin

05/04/2024 12:57:17

central del

Austria que reciben una

WiffelsCarolin

07/03/2024 15:48:37

comercializadores?

de vendedores activos

Los comercializadores estaban en

myworld/Lyconet, Lyonesse ya no existía en

ese momento, ¿verdad?

BRANDL
TALOS

, por lo que se generaron menos ingresos.

WiffelsCarolin

07/03/2024 15:49:41

- c) En el periodo central del periodo objeto de la investigación, es de 2018. Los miembros de la comunidad de compras realizaron compras por valor de 796 587 837,47 euros a través de la página web o de empresas asociadas. En total, la comunidad de compras realizó entre 2015 y 2019 (antes de la pandemia) un volumen de compras por valor de 3 607 758 807,55 euros, es decir, alrededor de **3600 millones de euros**. A esto hay que añadir las correspondientes comisiones para los comercializadores, que alcanzaron un nivel récord de 152 312 454,21 euros en 2018. Además, se distribuyó un importe total de 12 882 458,34 euros de la nube austriaca (ATCC) entre los comercializadores activos participantes. Paralelamente, también se realizaron distribuciones muy importantes desde otras nubes (por ejemplo, 29,7 millones de euros desde la nube polaca).
- d) Las cifras económicas mencionadas anteriormente dejan claro que los participantes privados solo representan una pequeña parte (probablemente la menos exitosa) de los comercializadores. Así, los 15 204 comercializadores austriacos activos en 2018 recibieron un total de 13 791 069,79 euros en concepto de remuneraciones. Esto corresponde a unos ingresos medios de alrededor de 907,07 euros por comercializador solo en ese año (incluidos los comercializadores que solo estuvieron activos una vez en 2018). De ello se desprende claramente que los comercializadores que se han dedicado a esta actividad con el correspondiente compromiso han ganado sin duda cantidades de dinero nada desdeñables. Es probable que los participantes privados no hayan mostrado este compromiso, por lo que tampoco han alcanzado estos ingresos. Sin embargo, todo éxito económico se gana con esfuerzo.
- No es una particularidad de Lyoness/Lyconet, sino que ocurre en cualquier actividad autónoma. actividad independiente.

8. Sobre el EliteClub

- a) La solicitud de declaración de la WKStA contiene numerosas referencias a sentencias que, en parte, se refieren al «EliteClub». Este tiene cierta relación con el sistema descrito anteriormente, pero no está integrado en él ni desde el punto de vista del derecho de sociedades ni desde el punto de vista económico. Para aclarar completamente las acusaciones existentes, me gustaría entrar en más detalles sobre esta oferta.
- b) El grupo destinatario principal del EliteClub eran y siguen siendo los comercializadores de Lyconet, a quienes se les ofrece la posibilidad de afiliarse al EliteClub. A tal fin, los particulares han celebrado contratos con Nessa FZCO o su sucesora legal, Elite CB International FZE, y han efectuado los pagos correspondientes a estas. En la mayoría de los casos, estos contratos también se firmaron a mano y se enviaron por correo electrónico a Nessa FZCO o a Elite CB International FZE. En estos contratos se describe detalladamente el contenido de esta afiliación.

BRANDL
TALOS

- c) Con la afiliación, los participantes obtienen, al igual que en cualquier club de golf o club náutico, acceso a las ofertas exclusivas del EliteClub. Con la tarjeta de socio, no se adquiere ningún producto directamente. Una de las principales ventajas son más de dos millones de ofertas de reembolso, disponibles en exclusiva para los miembros del EliteClub. Además, los miembros reciben anualmente 25 000 Puntos de compra, que puede canjear mediante ofertas de reembolso y ahorrar así hasta 25 000 euros.
- d) La ventaja para los miembros del EliteClub radica además en la posibilidad de participar en seminarios y cursos de formación exclusivos, así como de obtener mejoras para determinados eventos. Por otro lado, los miembros pueden utilizar gratuitamente las salas VIP de aeropuertos y gimnasios, así como alquilar a precios reducidos diversos activos de lujo, como villas, yates o jets privados⁹. Para subrayar la exclusividad, en las preguntas frecuentes del EliteClub¹⁰ se establece un código de vestimenta para participar.
- e) Los miembros del EliteClub podían alquilar los activos de lujo ofrecidos para su uso personal o utilizarlos como oportunidad de marketing. Por ejemplo, los compradores fieles podían ser invitados por «su» comercial a unas vacaciones en yate (más baratas) o a un viaje en jet privado, lo que les animaba a hacerse miembros de myWorld o a realizar más compras.
- f) El Tribunal Mercantil de Viena ya ha dejado claro que EliteClub **no es una inversión financiera**. En el procedimiento del demandante Manuel Schlechticky, con el número de referencia 39 Cg 81/22p, ha llegado a las siguientes conclusiones:
- «En ningún lugar se indicaba que se tratara de un producto de inversión. En ningún lugar se indicaba que el participante recibiría, tras un tiempo, más del importe abonado, ni siquiera que pudiera obtener ningún pago» (US 5).*
- Esta decisión ha sido confirmada entretanto por el Tribunal Regional Superior de Viena en el procedimiento 5 R 71/23g.
- g) Del mismo modo, el Tribunal Regional de Comercio de Viena, en los procedimientos de las partes demandantes Michaela Pany, 20 C 571/22z, Lukas Studeny, 20 C 435/22z, y Manfred Matousek, 20 C 669/22m, determinó que «no se prometió» a los respectivos demandantes una inversión financiera. También en el procedimiento Jürgen Steiner, mediante sentencia del BHGS de Viena de 30 de octubre de 2023, 10 C 435/22a, se determinó lo siguiente: *«En la documentación no se indicaba que EliteClub o*

⁹ Se desprende de ON 2, 327 y ss.

¹⁰ ON 2, 318 y ss.

BRANDL
TALOS

EliteClub Founder Circle se trataría de una inversión financiera».

Prueba: Sentencia del Tribunal Mercantil de Viena de 3.3.2023 sobre 39 Cg 81/22p (anexo ./24); Sentencia del Tribunal Superior Regional de Viena de 28 de septiembre de 2023 sobre el asunto 5 R 71/23g (anexo ./25); Sentencia del BGHS de Viena de 20 de septiembre de 2023 sobre el asunto 20 C 669/22m (anexo ./26); Sentencia del BGHS de Viena de 23 de octubre de 2023 sobre el asunto 20 C 435/22z (anexo ./27); Sentencia del BGHS de Viena de 10 de octubre de 2023 sobre 20 C 571/22z (anexo ./28); Sentencia del BGHS de Viena de 30 de octubre de 2023 sobre 10 C 435/22a (anexo ./29); Sentencia del BGHS de Viena de 12 de abril de 2023 sobre el asunto 6 C 533/22h (anexo ./30); Sentencia del BGHS de Viena de 12 de abril de 2023 sobre el asunto 6 C 442/22a (anexo ./31); Sentencia del BGHS de Viena de 3.8.2023 sobre 14 C 574/22x (anexo ./32).

III. PROCEDIMIENTO ANTERIOR – COSA JUDICADA

1. El procedimiento de investigación sobre 14 St 25/15t (sobre el modelo de negocio general)

- a) El modelo de negocio de Lyonesse Europe AG descrito anteriormente ya había sido objeto de un procedimiento de investigación. Por lo tanto, las acusaciones contra mí objeto del procedimiento **ya** habían sido **examinadas y desestimadas** en su mayor parte **por las autoridades judiciales**.
- b) En el procedimiento de investigación GZ 14 St 25/15t (anteriormente 14 St 17/12m) de la WKStA, se **investigó contra mí la sospecha de fraude grave con fines comerciales según los artículos 146 y siguientes del Código Penal austriaco (StGB)**. A raíz de mi solicitud de sobreseimiento de 13 de mayo de 2015¹¹, el Tribunal Regional de lo Penal de Viena, mediante resolución de 18 de noviembre de 2015 ¹², archivó (parcialmente) el procedimiento contra mí en relación con la acusación de fraude. El procedimiento se prolongó durante algún tiempo por sospecha de infracción del artículo 15 de la Ley de Control de Materiales Peligrosos (KMG), pero finalmente también **se archivó por completo**.
- c) Ya en este procedimiento anterior se alegó que la comunidad de compras «Lyonesse» había sido concebida en detrimento de sus miembros. El pago por adelantado de pedidos de vales (lo que ya no es posible en esta forma) y la captación de nuevos miembros constituían la actividad principal.
- d) Asimismo, se planteó la acusación, ahora de nuevo objeto de debate, **de que las remuneraciones solo se sugerían** y que, en última instancia, solo la propia empresa se beneficiaba del modelo de negocio. Los pagos de los miembros *«no tenían ningún contravalor real [...] y estaban sujetos al riesgo de pérdida total»*.⁽¹³⁾ Todas estas afirmaciones **ya se demostraron falsas en su momento**.

¹¹ ON 717, 14 St 25/15t.

¹² ON 1170, 14 St 25/15t.

¹³ ON 1170, 14 St 25/15t, S 1.

BRANDL
TALOS

- e) En el sistema anterior, que se modificó en 2014, existía la posibilidad de convertirse en «miembro premium» con derecho a remuneración mediante el pago por adelantado de futuros pedidos de vales, es decir, vales de valor y no vales de descuento. Este sistema fue objeto de una revisión penal para determinar si los miembros *«podían obtener una ventaja patrimonial mediante el pago de anticipos por vales y la captación de nuevos miembros, y si el anticipo pagado —la «apuesta»— tenía un contravalor equivalente»*.⁽¹⁴⁾
- f) El Tribunal Regional llegó a la conclusión de que *«al adquirir los vales, el miembro adquiere bienes o servicios por el valor equivalente a los vales. Por lo tanto, se adquiere un derecho de expectativa»*.¹⁵ A continuación, el tribunal examinó las diferentes formas en que los miembros de Lyoness pueden obtener un derecho a remuneración y llegó a la conclusión de que, a través de estas posibilidades, **«no se puede hablar de una pérdida patrimonial para los miembros que sea imputable a la configuración del sistema»**.¹⁶
- g) Asimismo, el Tribunal Regional **examinó** en su momento **el modelo de remuneración en sí mismo, las condiciones generales y los folletos informativos**. Tras un examen exhaustivo de estos documentos, llegó a la siguiente conclusión: *«Aunque la comprensibilidad del contenido de todo el sistema Lyoness [...] sea difícil, en particular porque los tipos de remuneración están diseñados y regulados de forma compleja, esto no constituye por sí solo un indicio suficiente de la existencia de un delito»*.⁽¹⁷⁾
- h) A este respecto, el tribunal también ha señalado que Lyoness siempre ha advertido a sus comercializadores que no hagan declaraciones que puedan dar lugar a malentendidos entre los miembros. El tribunal **examinó** el modelo de negocio —es decir, los términos y condiciones generales, que no han cambiado sustancialmente desde 2014— **también en relación con un posible fraude**. Sin embargo, este no se daría porque Lyoness *«tampoco fingió una oportunidad de obtener ganancias»*.⁽¹⁸⁾

Prueba: expediente de investigación que debe aportarse con la referencia AZ 14 St 25/15t; Resolución del Tribunal Regional Penal de Viena de 18 de noviembre de 2015 (anexo ./33); ON 1170 en el expediente de investigación con el número de referencia AZ 14 St 25/15t.

¹⁴ ON 1170, 14 St 25/15t, p. 8.

¹⁵ ON 1170, 14 St 25/15t, p. 10.

¹⁶ ON 1170, 14 St 25/15t, p. 10, resaltado no presente en el original.

¹⁷ ON 1170, 14 St 25/15t, p. 12, resaltado no presente en el original.

¹⁸ ibídem, p. 12.

BRANDL
TALOS

2. El procedimiento de investigación sobre 14 St 28/15h (sobre Rapid-Cloud)

- a) Mediante denuncia presentada el 13 de octubre de 2015, varias personas, representadas por el abogado Dr. Fromhold, presentaron otra declaración de hechos ante la WKStA en el procedimiento mencionado anteriormente con el número 14 St 25/15t, que, sin embargo, se tramitó posteriormente con el número de referencia 14 St 28/15h. El objeto de esta denuncia era, en resumen, que varias personas **habían adquirido vales de descuento de edición limitada sin comprender el sistema que los sustentaba**.
- b) El núcleo del asunto era la introducción en aquel momento de la Austrian Customer Cloud. El objetivo era repartir entre los participantes los puntos de compra que hasta entonces no se habían asignado a ningún comercializador y que procedían, entre otras cosas, del volumen de compras de aquellas personas que se habían convertido en miembros Cash-Back únicamente por su cooperación con el club de fútbol Rapid Wien. Las **condiciones de esta nube**, así como las presentaciones al respecto, se **presentaron como anexos** a la denuncia.
- c) A tal fin, en la denuncia se sugería expresamente que se examinara también la legalidad de este sistema con arreglo a los artículos 146 y siguientes del Código Penal alemán (StGB). En la denuncia complementaria de 15 de agosto de 2016, los denunciantes vuelven a exponer detalladamente el sistema de las nubes. Se *engañaba a* los depositantes sobre las «*posibilidades de obtener ganancias para que realizaran una inversión de capital*». ⁽¹⁹⁾ A este respecto se presentaron además las condiciones de South-East 1 Customer Cloud y Polish Customer-Cloud, que solo se diferencian en detalles de las nubes ahora (en parte de nuevo) objeto de la denuncia.
- d) Las nubes objeto del procedimiento en aquel momento **nunca pudieron ser adquiridas directamente**. Más bien, el sistema **no ha cambiado** en comparación con los Clouds ahora en cuestión. Los comercializadores solo tenían la posibilidad de **cupones de descuento de edición limitada (o, posteriormente, también otros productos) adquirir y, como incentivo, se les asignará una participación en la nube correspondiente**. El funcionamiento de las nubes y el hecho de que, en cierto modo, eran un «**ext**» a los vales de descuento de edición limitada, por exactamente a los Clouds que nos ocupan (de nuevo).
- e) En dicho procedimiento, volví a presentar un escrito exhaustivo y solicite que la WKStA archivara el procedimiento incoado contra mí. Ya en 2017, la WKStA accedió a mi solicitud y archivó también este procedimiento en su totalidad. Aunque en su examen se basó principalmente en el artículo 15 de la KMG, lo que se denunció y, por lo tanto, era objeto del procedimiento era ya en aquel momento la posible adquisición de nubes y, por lo tanto, esencialmente los mismos hechos que en el presente procedimiento.

WiffelsCarolin
7 de marzo de 2024, 15:55:40

¿No se podía hacer nada con el LEDV?

¹⁹ ON 8, 14 St 28/15h, AS 31.

BRANDL
TALOS

Prueba: Acta de investigación que debe obtenerse con referencia al AZ 14 St 28/15h; denuncia penal de 13/10/2015 (ON 2, 14 St 28/15h) (anexo ./34).

3. Prohibición de la doble incriminación

- a) Según el texto legal del artículo 190 del Código de Procedimiento Penal, el sobreseimiento de la investigación preliminar implica que los hechos investigados **no** constituyen **ningún delito**. Por lo tanto, si se sobresea una investigación preliminar, los hechos en los que se basa dicha investigación quedan zanjados desde el punto de vista penal. Si los hechos pueden subsumirse en varios hechos concurrentes, esto también se aplica si en el sobreseimiento no se mencionan explícitamente todos los elementos constitutivos del delito.
- b) Esta denominada prohibición de la doble incriminación (*ne bis in idem*) está consagrada en varias versiones diferentes del ordenamiento jurídico austriaco. Entre ellas figuran, por ejemplo, el artículo 4 del 7.º Protocolo del CEDH, el artículo 50 de la Carta de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea, el artículo 54 del Convenio de Schengen y el artículo 17 del Código de Procedimiento Penal. A pesar de los diferentes fundamentos jurídicos, el núcleo de la prohibición sigue siendo el mismo: nadie puede ser **castigado varias veces** por el mismo delito **ni ser perseguido en absoluto**.
- c) En su jurisprudencia más reciente sobre el artículo 17 del Código Procesal Penal, el Tribunal Supremo austriaco ha confirmado expresamente su estricta interpretación, que, según se desprende, se dictó por última vez en 1990²⁰: todo hecho **en el sentido de una circunstancia de la vida** solo debe ser **perseguido y juzgado** una vez **en el marco del Código Procesal Penal**, incluso si por el hecho pueden imponerse dos penas separadas entre sí. Si en el marco de este único procedimiento no se agotan todos los aspectos penales de los hechos, **ello va en detrimento del derecho del Estado a imponer una pena**. El artículo 17 del Código Procesal Penal se opone a un nuevo procedimiento penal con arreglo al Código Procesal Penal.²¹ Tan pronto como el tribunal dicta una resolución firme, los hechos quedan «resueltos» y la fiscalía no puede seguir investigando este delito.²²
- d) En principio, todas las resoluciones definitivas tienen efecto suspensivo. No solo las condenas o absoluciones dictadas por el tribunal tras la acusación tienen efecto suspensivo, sino también, como en el caso que nos ocupa, los sobreseimientos dictados por la fiscalía con arreglo al artículo 190 del Código Procesal Penal, **que se basan en un examen del fondo de la acusación**. Se considera que se ha realizado un examen del contenido cuando **se ha interrogado** al acusado o se ha ejercido **coacción** contra él (art. 193, apdo. 2, punto 1, del Código Procesal Penal).

²⁰ OGH 23.8.1990, 12 Os 69/90.

²¹ *Stückberger/Cernakova*, La prohibición de la doble persecución como restricción del principio de acumulación entre la FinStrG y el StGB, SWK 35/2021, 1489 (1490).

²² *Stückberger/Cernakova*, La prohibición de la doble persecución como restricción del principio de acumulación entre la FinStrG y el StGB, SWK 35/2021, 1489 (1490).

BRANDL TALOS

por lo que el procedimiento tampoco debería continuar de manera informal según el artículo 193 del Código Procesal Penal (StPO)⁽²³⁾

- e) A la hora de determinar si se trata de un hecho único, son determinantes los hechos objetivos. Los hechos objetivos se refieren a los acontecimientos históricos uniformes que son objeto del procedimiento. Describen un conjunto de hechos que, por su naturaleza, están indisolublemente vinculados entre sí y coinciden en el espacio y en el tiempo.²⁴ Para la delimitación, la categorización o subsunción en el Derecho material es irrelevante.²⁵ Por lo tanto, a diferencia de lo que ocurre en la apreciación jurídica propiamente dicha, no se pueden dividir los hechos en actos artificialmente separados entre sí y convertirlos así en varios delitos.²⁶
- f) En ocasiones, la jurisprudencia establece que existe identidad entre los **hechos** imputados y los hechos denunciados siempre que se mantenga el **núcleo de los hechos**.²⁷ **Por lo tanto**, la jurisprudencia sigue **una línea generosa** a la hora de reconocer **la identidad de los hechos**. Esto se aplica especialmente cuando se trata claramente de una modificación de los hechos originales, pero no de hechos adicionales.

4. Evaluación de los hechos concretos

- a) Como ya se ha mencionado, en las investigaciones ahora archivadas con los números de referencia AZ 14 St 25/15t y 14 St 28/15h se examinó el «sistema Lyonesse» y sus respectivos productos. El objeto de la investigación eran, en particular, las **condiciones comerciales presentadas y discutidas en aquel momento por Lyonesse Europe AG sobre la compra de vales de descuento, el acuerdo Lyconet y el plan de compensación**, así como la introducción de diversas «nubes de clientes». En las denuncias se alegaba siempre **la existencia de un delito de fraude**, que incluso se desestimó explícitamente en la resolución de archivo de 18 de noviembre de 2015.
- b) En el procedimiento en cuestión se volvió a hacer referencia a la jurisprudencia de Wijffels, vigente en lo esencial desde 2014, según la cual
 chen sin cambios: el acuerdo Lyconet, los distintos —en esencia
 sin cambios desde 2015 – Customer Clouds y el sistema de vales de descuento
 . Todos estos productos del sistema de distribución de Lyconet ya
 ya habían sido objeto de investigaciones, ahora archivadas, de la Fiscalía
 y no han cambiado significativamente desde entonces.
- c) Por lo tanto, la WKStA tendrá que examinar previamente en el presente procedimiento en qué medida las acusaciones ahora formuladas constituyen realmente un nuevo hecho —

Wijffels Carolin
7 de marzo de 2024, 15:58:09
Fiscalía
Ahí estaba LYONESS

²³ Glaser en Birkbauer/Haumer/Nimmervoll/Wess (eds.), StPO - Linzer Kommentar zur Strafprozessordnung (2020) sobre el artículo 17 del Código Procesal Penal, número marginal 13.

²⁴ OGH 28.4.2015, 11 Os 5/15t; 21.10.2008, 11 Os 112/08t.

²⁵ RIS-Justiz RS0098487, RS0102147; Lewish en Fuchs/Ratz, WK StPO, § 262 Rz 22; véase también Ratz en Fuchs/Ratz, WK StPO, § 281 Rz 502.

²⁶ Véase Stücklberger/Cernakova, Das Doppelverfolgungsverbot als Einschränkung des Kumulationsprinzips zwischen FinStrG und StGB, SWK 35/2021, 1489 (1490).

²⁷ OGH, 6.3.1979, 11 Os 205/77; OGH, 26.5.1988, 11 Os 75/89.

BRANDL
TALOS

es decir, en el funcionamiento de nuevos productos. Si llega a la conclusión de que los vales de descuento y las «nubes» no han cambiado significativamente desde la última revisión en los procedimientos de investigación ahora archivados, también se archivará el procedimiento de investigación en cuestión.

IV. SOBRE LOS DIVERSOS PROCEDIMIENTOS DE DERECHO CIVIL**1. La cuestión fundamental de los procedimientos relacionados con la compra de vales de descuento**

- a) Las partes privadas en el presente procedimiento de investigación han presentado numerosas resoluciones judiciales civiles con las que pretenden demostrar la existencia de actos presuntamente relevantes desde el punto de vista penal. Sin embargo, cabe señalar desde el principio que **en ninguno de los numerosos procedimientos civiles se han planteado reclamaciones por infracción de la legislación penal**. La cuestión central era más bien la posible condición de consumidores de los comercializadores.
- b) Los demandantes eran, como es lógico, todos aquellos **comercializadores que no habían tenido éxito en la captación de nuevos clientes**. Muchos de ellos no han captado ningún cliente nuevo o solo han captado unos pocos, que no han realizado compras significativas. Por lo tanto, el «demandante típico», al no haber realizado ninguna actividad comercial exitosa, no ha recibido ningún pago o solo ha recibido pagos muy reducidos y no ha utilizado sus vales de descuento en absoluto o solo los ha utilizado parcialmente de alguna forma (para sí mismo o como herramienta de marketing).
- c) **La cuestión fundamental de los procesos pendientes fue aclarada por el Tribunal Supremo en su resolución de 29 de noviembre de 2021, con el número de referencia GZ 8 Ob 71/21f**. En el procedimiento subyacente, el demandante había reclamado el reembolso del importe por el que había adquirido los vales de descuento de Lyonesse Europe AG, menos los pagos que había recibido de la empresa. Afirmaba haber actuado como consumidor y haber realizado los pagos con fines de inversión, lo que era reconocible para Lyonesse Europe AG. Tras estimar el recurso en primera instancia, **el tribunal de apelación desestimó el recurso en su totalidad**, pero admitió el recurso de casación debido al elevado número de procedimientos pendientes.
- d) La posibilidad de reclamar los pagos realizados dependía (únicamente) de si los demandantes podían **considerarse consumidores en el momento de celebrar el contrato con Lyconet**. En opinión del Tribunal Supremo, solo debía examinarse si Lyonesse Europe AG tenía derecho a desconocer el carácter no profesional o comercial de la operación, dado que el consumidor, por su propio comportamiento ante Lyonesse Europe AG, había dado la impresión de actuar con fines profesionales o comerciales. ⁽²⁸⁾ El Tribunal Supremo llega a la siguiente conclusión

²⁸ OGH, 29 de noviembre de 2021, 8 Ob 71/21f, p. 12.

BRANDL
TALOS

, que en este caso no debe basarse únicamente en la redacción formal del contrato, como había sido la opinión anterior del tribunal de apelación, sino que es determinante el objetivo del contenido.

- e) El comercializador no está obligado a realizar ninguna actividad de distribución, ni existe la contratación de otros vendedores o compradores es un requisito necesario para tener derecho a remuneración. Como ya se ha expuesto anteriormente en el punto II.5.j), se ha reaccionado a esta constatación y se ha adaptado el plan de compensación de tal manera que ahora se deben reclutar al menos cinco miembros más para que pueda surgir un derecho a remuneración. Asimismo, se han incluido indicaciones en los folletos de las respectivas nubes de que no se trata de una oportunidad de inversión.
- f) Según el Tribunal Supremo, la adquisición de vales de descuento por parte de Lyonesse Europe AG «se diseñó *directamente como una forma de inversión*», por lo que Lyonesse Europe AG, al formalizar la operación de adquisición, debería haber tenido la impresión razonable de que los demandantes en cuestión pretendían obtener ingresos pasivos y no utilizarlos con fines de marketing. Por lo tanto, Lyonesse Europe AG no podía invocar «*la ficción de la condición de empresario*» de los comercializadores,⁽²⁹⁾ aunque el trasfondo real del procedimiento era que muchas de las personas afectadas simplemente no entendían el modelo de negocio en cuestión.⁽³⁰⁾
- g) En consecuencia, el Tribunal Supremo llega a la conclusión de que **al celebrar el acuerdo con Lyco-net, los demandantes realizaron una transacción como consumidores**. Por lo tanto, son aplicables las normas más estrictas de protección de los consumidores y las disposiciones esenciales del acuerdo con Lyconet son nulas para el consumidor medio.
- h) Sin embargo, esta opinión jurídica no se comparte en otros países. El Tribunal Regional Superior de Núremberg, en calidad de tribunal de apelación, dictaminó en un litigio con idénticos hechos, interpuesto por un demandante residente en Alemania contra Lyonesse Europe AG, que **la adhesión al acuerdo Lyconet, según su finalidad objetiva, no tiene por objeto la inversión privada, sino una actividad profesional (13 U 1419/21).**

Prueba: Sentencia del Tribunal Regional Superior de Núremberg de 15 de noviembre de 2021 (anexo ./35).

²⁹ Tribunal Supremo a 29 de noviembre de 2021 sobre 8 Ob 71/21f, p. 14.

³⁰ Véase ON 42.2, 121: «*El demandante no ha comprendido el modelo de negocio de la demandada*» (Tribunal de Distrito de Viena, 22 de septiembre de 2022, 2 C 198/22m, US 8).

BEKM VIDEO

05/04/2024 13:14:25

Así que, una vez más, se presenta a los profesionales del marketing como personas demasiado estúpidas...

BEKM VIDEO

2024-04-05 13:15:42

¿No se explica y se presenta de otra manera en todas las llamadas? Aquí vuelve a ser cuestionable porque nunca se dice que se trate de una profesión.

BRANDL
TALOS

3. Los procedimientos del EliteClub

- a) Los procedimientos relacionados con la adquisición de valores (limitada) deben **distinguirse de aquellos en los que se aborda la** **Muchos de estos procedimientos ya fracasaron porque los demandantes querían demandar a Lyconet Austria GmbH y/o a myWorld Austria GmbH, pero su socio contractual era Elite Club. Y de nuevo se mezcla todo en el mismo saco.** **CB International FZE (antes NESSA FZCO), con sede en Dubái, por lo que las sociedades demandadas no tenían legitimación pasiva.** ⁽³¹⁾
- b) Sin embargo, a menudo la demanda también se desestima por motivos de fondo. Así, por ejemplo, el Tribunal Mercantil de Viena ya ha dejado claro que **no se trata de una inversión financiera**. Del mismo modo, el Tribunal de Primera Instancia en Materia Mercantil de Viena, en los procedimientos 20 C 571/22z, 20 C 435/22z y 20 C 669/22m, determinó que a los demandantes respectivos «no se les prometió» una inversión financiera. A los comercializadores se les **ofrecía «la posibilidad de ser invitados a eventos o de alquilar yates, jets privados o villas, o de beneficiarse de ellos cuando fueran alquilados por otras personas».**⁽³²⁾
- c) A la luz de estas sentencias, cabe suponer que Lyconet Austria GmbH y myWorld Austria GmbH también ganarán los procedimientos aún pendientes en relación con el EliteClub.

4. Posibles antecedentes de los numerosos procedimientos

- a) Al igual que en el presente procedimiento de investigación, en el que la gran mayoría de las demandas de particulares fueron presentadas por el abogado Dr. Josef Fromhold, las partes demandantes también están representadas en los procedimientos civiles mencionados anteriormente casi en su totalidad por el Dr. Fromhold. A este respecto, varios clientes de Lyconet/myWorld ya han confirmado que el Dr. Fromhold se puso en contacto con ellos para ofrecerles representarlos como partes privadas en el procedimiento de investigación pendiente a cambio de una cantidad fija. Por lo tanto, la fuerza impulsora detrás de las numerosas demandas de particulares parece **ser principalmente el propio Dr. Fromhold, cuyo modelo de negocio consiste en actuar contra Lyconet y myWorld.**
- b) Solo Lyonesse Europe AG realizó entre 2017 y 2020 pagos extrajudiciales al Dr. Fromhold por un importe de 4 491 656,22 euros, que se basaban en la reclamación judicial realizados por numerosos comercializadores. A ello hay que añadir reclamaciones judiciales dictadas entretanto, así como otras reclamaciones extrajudiciales. **En total, hasta finales de 2020 se realizaron pagos por un importe de 6 672 936,10 euros.** **¿No se dan cuenta de que es un abogado y de que un abogado cobra por su trabajo?**

³¹ Véase, por ejemplo, el Tribunal Regional de Korneuburg de 27 de marzo de 2023, 5 Cg 98/21s, US 2f y 11f.

³² Juzgado de Primera Instancia en Materia Mercantil de Viena, de 20 de septiembre de 2023, 20 C 669/22m, US 4.

BRANDL
TALOS

- c) Por supuesto, en este contexto también habría que cuestionar la actuación del Dr. Fromhold: algunos antiguos comercializadores se han quejado de que diversos fondos ajenos no se les transfirieron en absoluto o solo tras solicitarlo expresamente. Ya en la carta de Lyonesse Europe AG de 11 de agosto de 2021 dirigida a la Fiscalía de Viena, el Sr. Karl-Heinz Feddermann, miembro del Consejo de Administración de la empresa, explicó que algunos de los comercializadores representados supuestamente no habían otorgado ningún poder al Dr. Fromhold. Ya en aquel momento se localizó a un gran número de personas que no tenían conocimiento alguno de los procedimientos iniciados en su contra.
- d) El caso de Daniela Hölzl también demuestra que el abogado Dr. Fromhold no tenía poder notarial y que probablemente se quedó con el dinero reclamado. El abogado Dr. Fromhold había reclamado a Lyonesse Europe AG, mediante carta de requerimiento de pago de 20 de noviembre de 2019, derechos de recurso en nombre de la Sra. Hölzl. Lyonesse Europe AG transfirió el importe reclamado, 2000 euros, al abogado Dr. Fromhold el 27 de noviembre de 2019. Sin embargo, como la Sra. Daniela Hölzl explicó posteriormente en un correo electrónico de 2 de agosto de 2021 dirigido a Lyonesse Europe AG, nunca recibió el dinero. En otro correo electrónico, también confirmó que no conocía al abogado Dr. Fromhold. Según la información facilitada por otros miembros, el caso de la Sra. Hölzl no parece ser un caso aislado.
- e) Tras presentar inicialmente una denuncia penal contra el Dr. Fromhold, Lyonesse Europe AG también ha emprendido acciones civiles contra el Dr. Josef Fromhold. La demanda correspondiente se presentó ante el tribunal competente el 21 de septiembre de 2021. El 23 de septiembre de 2021, el abogado Dr. Fromhold ya había abonado la totalidad del capital, incluidos los intereses y las costas. El abogado Dr. Fromhold no ha negado en absoluto el hecho de que actuó contra Lyonesse Europe AG sin poder de representación de la Sra. Daniela Hölzl y que cobró 2000 euros por este concepto, pero nunca los transfirió a dicha persona. Por el contrario, la orden de pago (no impugnada) ha adquirido fuerza de cosa juzgada.
- f) Además, tras el procedimiento 19 Cg 13/20p ante el Tribunal Mercantil de Viena, Lyonesse Europe AG fue informada por escrito por terceros de que el Dr. Fromhold había proporcionado al testigo (y hijo del demandante) Abnaoub Mikhaeil una lista de preguntas y respuestas preformuladas. Esta había sido preparada específicamente para el proceso concreto (véase más abajo en el punto A.V.8.e)). En este contexto, se interpuso también una demanda de reapertura del procedimiento. Lamentablemente, esta fue desestimada por extemporánea. Sin embargo, en su resolución de 24 de septiembre de 2021 (19 Cg 13/20p/4 R 103/21b), el Tribunal Regional Superior de Viena se pronunció sobre dicha lista de preguntas y respuestas de la siguiente manera:

«Según las conclusiones de la resolución impugnada, la lista de preguntas y respuestas ninguna (solo) preguntas generales información o

BEKM VIDEO

2024-04-05 13:22:13

No es correcto

BEKM VIDEO

2024-04-05 13:23:47

¿Porque eso es lo que hace cualquier abogado antes de un juicio, preparar a su cliente?

BRANDL
TALOS

*No se trata de indicaciones, sino que se pregunta directamente al testigo M. sobre la lista y, teniendo en cuenta su declaración como testigo, se le pide que facilite determinados datos, por ejemplo, de la siguiente manera: «La jueza solo desea que confirme brevemente [...]. Nadie declara sobre Lyonesse, por lo que solo es válida su declaración. Por lo tanto, diga solo lo que le convenga y no declare a favor de Lyconet» (BA 9). La propia lista ya permite reconocer su relación con el proceso anterior, como se desprende fácilmente de los siguientes pasajes: «Mi padre tampoco quería convertirse en empresario autónomo con el registro, trabajaba como sastre» (BA 9), y más adelante (declaración impuesta al testigo): «El dinero es de mi padre, yo solo lo administraba porque él no quería ocuparse de ello» (BA 11). Una vez más, en el pasaje relativo al empleo del padre, se dirige personalmente al testigo y se le da instrucciones: «**No tiene que decir nada más, no hay pruebas en contra, no diga que era autónomo**» (BA 10).*

*Sin embargo, tras el examen abstracto requerido, la propia escritura demuestra su **idoneidad para provocar un cambio sustancial en la valoración de las pruebas, ya que de ella misma se desprende el propósito implícito de inducir al testigo a realizar las declaraciones deseadas por el autor de la lista, que supuestamente favorecen el resultado del proceso.** Del contenido de la lista se desprende asimismo que su autor pretendía favorecer la causa del demandante y que, por lo tanto, la lista debe atribuirse a la parte demandante». (Anexo ./37)*

- g) En resumen, existe la sospecha de que el modelo de negocio del abogado Dr. Fromhold se basa únicamente en reclamar a Lyonesse/Lyconet/myWorld a cualquier precio y por todos los medios (incluso cuestionables). Esto explica también por qué, en la presente investigación, se ha sumado al procedimiento un número tan elevado de particulares y por qué el expediente se ve continuamente «inflado» con escritos del abogado Dr. Fromhold.

Prueba: Correo electrónico de Daniela Hölzl de 2.8.2021 (anexo ./36);
Resolución del Tribunal Regional Superior de Viena de 24 de septiembre de 2021 sobre el asunto 4 R 103/21b (anexo ./37); Requerimiento de pago de 21 de septiembre de 2021 (anexo ./38);
Justificante del pago de 23 de septiembre de 2021 (anexo ./39).

BRANDL
TALOS

V. A PETICIÓN DE WKSTA (ON 82)

1. General

a) En primer lugar, en relación con la solicitud de dictamen, cabe señalar que la WKStA hace referencia a numerosas resoluciones presentadas en las que, en su opinión, se han formulado conclusiones relevantes. Sin embargo, el número real de resoluciones pertinentes es menor, sobre todo porque se han presentado varias sentencias por duplicado³³ y varios tribunales de distrito han formulado conclusiones idénticas en procedimientos paralelos.³⁴



BEKM VIDEO

2024-04-05 13:25:25

b) Además, cabe señalar que casi todas las sentencias mencionadas en la decisión del Tribunal Supremo a 8 Ob 71/21f. Por lo tanto, las apelaciones no se exponen a continuación ya no podían ser impugnadas con éxito por carecer de relevancia para el resultado del procedimiento, o bien ya se había renunciado en primera instancia a un procedimiento probatorio más detallado para refutar las alegaciones de las partes demandantes. Además, como es habitual en los procedimientos masivos, los jueces competentes han tomado literalmente pasajes de sentencias de otros procedimientos. Puede ocurrir que las conclusiones no se basen en resultados propios.

Pero eso demuestra que las sentencias deben ser correctas, si todas llegan al mismo resultado...

BEKM VIDEO

05/04/2024 13:26:15

c) La mayor parte de los procedimientos relacionados con la compra de vales de descuento se interpusieron contra Lyoness Europe AG. Sin embargo, numerosos particulares también han demandado a myWorld Austria GmbH y/o Lyconet Austria GmbH para que les reembolsen el importe de sus pedidos. **No obstante, todas las demandas contra estas sociedades han sido desestimadas hasta la fecha y, según la jurisprudencia constante y consolidada, myWorld Austria GmbH y/o Lyconet Austria GmbH no son responsables (ni por daños y perjuicios ni por enriquecimiento injusto) de estos productos de Lyoness Europe AG.** (35)

¿Significa esto que los jueces son tontos?

³³ Por ejemplo: la sentencia del Tribunal de Distrito de Bleiburg de 9 de noviembre de 2022, 0 C 142/22a (una vez en ON 43.2 y otra en ON 48) o la sentencia del Tribunal Regional de Korneuburg de 26 de abril de 2022, 11 Cg 18/21w (una vez en ON 45.2 y otra en ON 46.2).

³⁴ Así lo dictaminó el Tribunal Regional de Melk en sus sentencias AZ 20 C 285/21f, 20 C 325/21p y 20 C 115/22g.

³⁵ Como ejemplos de ello pueden citarse las siguientes resoluciones: **sentencias de apelación del Tribunal Regional de Viena** de 25 de octubre de 2023 sobre el asunto 3 R 87/23w (Ing. Herbert Baumgartner), de 27 de julio de 2023 sobre 5 R 36/23k (Felix H. Reichl), de 12 de abril de 2023 sobre 50 R 44/23m (Andreas Kising), de 23 de febrero de 2023 sobre 1 R 175/22i (Emil Stankovic), de 15 de septiembre de 2021 sobre 1 R 174/21s (Emil Stankovic), **sentencias de apelación del Tribunal Superior de Viena** de 15 de mayo de 2023 sobre 1 R 1/21z (Alexander Bergmann), de 15 de septiembre de 2021 sobre 1 R 174/21s (Emil Stankovic), **sentencias de apelación del Tribunal Regional de Graz** de 24 de marzo de 2022 sobre 2 R 26/22v (Katharina Süß), de 17 de agosto de 2022 sobre 2 R 26/22v (Katharina Süß), de 17 de agosto de 2022 sobre 2 R 26/22v (Katharina Süß), **sentencias en primera instancia del Tribunal Superior de Viena** de 20 de diciembre de 2023 sobre el asunto 63 Cg 66/22h (Stefanie Wenigwieser), de 19 de diciembre de 2023 sobre el asunto 57 Cg 56/22v (Hubert Adam), de 29 de noviembre de 2023 sobre 12 Cg 24/23h (Regina Baumgartner), de 11 de octubre de 2023 sobre 14 Cg 13/23f (Bianca Riedmayer), de 2 de julio de 2023 sobre 62 Cg 65/22d (Alexander Teufel), del 28/04/2023 a 21 Cg 61/22i (Ing. Herbert Baumgartner), del 29/12/2022 a 16 Cg 54/21x (Sarah Sharobem, anteriormente Mikhaeil), **sentencias BGHS Viena** de 27/09/2021 sobre 3 C 222/20y (Erduan Bislimi), de 25/02/2022 sobre 2 C 148/20h (Krzysztof Witkowski), de 28/04/2022 sobre 21 C 85/21k (Daniel Mauker), de 20 de mayo de 2021 sobre 6 C 196/20x (Emil Stankovic), de 27 de junio de 2022 sobre 19 C 328/21f (David Kussian), del 18/07/2022 a 15 C 96/21h (Markus Reichl), del 29/07/2022 a 11 C 227/20t (Michelle Popoviciu), del 02/08/2022 a 9 C 631/20i (Antonio Lo Dico), del 28/01/2023 a 12 C 408/22w (Andreas Kising), del 26/05/2023 a 22 C 358/22s (Maximilian Holzer), del 26/06/2023 a 22 C 339/22x (Christoph Boncina), del 29/08/2023 a 10 C 474/22m (David Rindler), del 23/10/2023 a 20 C 435/22z (Lukas Studeny), del 30/11/2023 a 11 C 198/23g (Adrian Otlzberger), del 30 de noviembre de 2023 a 11 C 530/22d (Florian Messerer), del 20 de diciembre de 2023 a 20 C 28/23y (Sandra Habenreich-Köck), del 6 de enero de 2024 a 14 C 616/22y (Nina Esletzbichler), del 10/01/2024 a 3 C 103/23b (Jessica Pany), del 27/01/2024 a 9 C 363/23g (Rudolf Metnitzer), **sentencias del Tribunal Regional de Graz Este** de 19 de mayo de 2023, 206 C 988/21x (Helga Kern), de 14 de noviembre de 2022, 266 C 288/21x (Sandy Häfele), de 14 de noviembre de 2022 sobre 266 C 268/21f (Katharina Messner), de 28 de junio de 2022 sobre 223 C 421/21i, (Uürgen Stein), **sentencias del LGZ Graz** de 6 de diciembre de 2021 sobre 41 Cg 64/21g

BEKM VIDEO

05/04/2024 13:27:14

¿Qué productos? Lyoness Europe AG ya no existe.

2. Sobre el punto 1 de la solicitud de comentarios

- a) En el primer punto de la solicitud de declaración, la WKStA hace referencia a numerosas sentencias. Sin embargo, debido al elevado número y a su extensión, no puedo entrar en detalle sobre cada una de ellas en el marco de la presente declaración. En resumen, en las sentencias mencionadas ⁽³⁶⁾se expone que los demandantes realizaron sus pagos con el fin de obtener los «ingresos pasivos prometidos» ⁽³⁷⁾, pero que posteriormente no recibieron los «ingresos pasivos prometidos» ⁽³⁸⁾.
- b) En numerosas sentencias solo se menciona de forma resumida que los demandantes querían obtener unos «ingresos pasivos» ³⁹ o «ingresos pasivos adicionales» ⁴⁰ o generar los «ingresos pasivos anunciados» ⁴¹. Según la mayoría de las sesiones informativas o en las presentaciones se les dio a entender unos «ingresos pasivos» ⁽⁴²⁾ o, en general, unos «ingresos adicionales» ⁽⁴³⁾ mediante la compra de LEDV ⁽⁴⁴⁾ o que se podían utilizar las nubes como «fidejucios» ⁽⁴⁵⁾. En este modo, se podía

BEKM VIDEO

2024-04-05 13:28:03

...de obtener
...medante la
...hay suficientes grabaciones y pruebas de
...que se habló exactamente de eso

(Katharina Süß), del 06/12/2021 a 41 Cg 62/21 p (Kathrin Grinschgl), del 01/02/2022 a 16 Cg 47/21y (Heinz Gerstorfer), del 09/02/2022 a 17 Cg 84/21x (Dominik Liebich), del 10/03/2022 a 12 Cg 15/22i (David Wallmüller), del 14/04/2022 a 35 Cg 92/21f (Daniel Haidbauer), del 14/06/2022 a 35 Cg 93/21b (Birgit Gerstorfer), del 05/07/2022 a 22 Cg 81/21t (Jakob Stiermeier).

³⁶ La referencia ON 68.2, 10 también citada no existe.

³⁷ ON 17.3, 15: Juzgado de Primera Instancia de Völkermarkt, de 19.7.2022, 6 C 208/22s; ON 43.2, 121 y 125: Juzgado de Distrito de Bleiburg, 9 de noviembre de 2022, 0 C 142/22a (esta sentencia se ha presentado por duplicado y también se encuentra en ON 48, 277 y ss.); ON 44.2, 128: Juzgado de Distrito de Völkermarkt, 24 de octubre de 2022, 6 C 249/22h.

³⁸ ON 20.3, 14: Juzgado de Primera Instancia de Zell am Ziller, 6 de marzo de 2023, 2 C 170/20g; ON 68.31, 27: Tribunal Regional de Leoben, 11 de octubre de 2022, 19 Cg 39/21h;

ON 71.9, 16: Juzgado de Primera Instancia de lo Mercantil de Viena, 27 de noviembre de 2020, 14 C 139/20y.

³⁹ ON 28.28, 23: Juzgado de Primera Instancia de Rattenberg, 24 de febrero de 2023, 3 C 73/21h; ON 41.2, 11: Juzgado de Primera Instancia de Klagenfurt, 2 de enero de 2023, 15 C 325/22h;

ON 44.2, 288: Tribunal Regional de Korneuburg, 22 de julio de 2022, 6 Cg 97/21a; ON 45.2, 34: Tribunal Mercantil de Viena, 30 de mayo de 2023, 23 Cg 18/22f;

ON 45.2, 90: Juzgado de Primera Instancia de Korneuburg, 29 de junio de 2022, 19 C 397/21b; ON 46.2, 54 y 56: Juzgado de Comercio de Viena, 16 de enero de 2023, 57 Cg 48/21s; ON 46.2, 640: Juzgado de Primera Instancia de Rattenberg, 24 de febrero de 2023, 3 C 83/20b; ON 49, 108: Tribunal Regional de St. Pölten, 13 de octubre de 2022, 24 Cg 32/22 m; ON 49, 138: Juzgado de Distrito de Murau, 29/11/2022, 2 C 472/22b; ON 49, 201: Juzgado Provincial de Korneuburg, 11/10/2022, 1 Cg 61/22x;

ON 62.2, 9: Tribunal Regional de Krems an der Donau, 4 de abril de 2022, 6 Cg 55/21d; ON 62.7, 26: Juzgado de Primera Instancia en Materia Mercantil de Viena, 29 de julio de 2022, 11 C 227/20t; ON 62.8, 8: Juzgado de Primera Instancia de Neulengbach, 18 de junio de 2021, 2 C 749/20x; ON 68.22, 11: Tribunal Regional de

de Neustadt de 23 de marzo de 2023, 60 Cg 42/22i.

⁴⁰ ON 40.2, 255: Juzgado de Primera Instancia de St. Pölten, 30 de enero de 2023, 7 C 620/21z; ON 46.2, 92: Tribunal Regional de Linz, 29 de julio de 2022, 15 Cg 9/22z.

⁴¹ ON 29.2, 10: Tribunal de Distrito de Melk el 11.4.2023, 20 C 325/21p.

⁴² ON 29.3, 10: Tribunal Regional de Krems an der Donau, 28.2.2023, 3 Cg 1/22t; ON 39.2, 24: Tribunal Regional de St. Pölten, 30.11.2022, 40 Cg 103/21v; ON 42.2, 72: Juzgado de Distrito de Deutschlandsberg, 26.9.2022, 101 C 488/20g; ON 42.2, 121: Juzgado de Distrito de Oberpullendorf, 21.9.2022, 2 C 198/22m; ON 42.2, 263: Tribunal Mercantil de Viena, 13.11.2020, 19 Cg 12/20p; ON 42.2, 290: Tribunal Regional de Krems an der Danubio, 28/2/2023, 48 Cg 44/21w; ON 43.2, 379: Juzgado de Primera Instancia en Materia Mercantil de Viena, 25/1/2023, 8 C 308/20g; ON 44.2, 14: Tribunal Regional de St. Pölten el 22 de mayo de 2023, 31 Cg 55/22w; 44.2, 39: Juzgado de Primera Instancia de Wels el 6 de octubre de 2022, 9 C 279/22k; ON 44.2, 80: de Braunau am Inn el 21 de noviembre de 2022, 4 C 179/22p; ON 44.2, 170: Juzgado de Primera Instancia de Voitsberg el 19 de octubre de 2022, 5 C 25/22h; ON 45.2, 210: Tribunal de Comercio de Viena el 7/1/2023, 51 Cg 15/22w; ON 45.2, 315: Juzgado de Primera Instancia en materia mercantil de Viena el 16/12/2022, 3 C 119/22d; ON 45.2, 338: Tribunal Regional de Korneuburg, 26 de abril de 2022, 11 Cg 18/21w; ON 46.2, 143 y ss.: Tribunal Regional de Korneuburg, 29 de diciembre de 2022, 11 Cg 18/21w; 46.2, 254 y ss.: Tribunal de Distrito de Vöcklabruck, 16 de junio de 2023, 50 C 942/22k; ON 46.2, 192 y 293 y ss.: Tribunal de Distrito de Amstetten, 26 de enero de 2023, 20 C 85/22z; ON 46.2, 431: Juzgado de Primera Instancia en Materia Mercantil de Viena, 11/10/2022, 6 C 232/20s; ON 46.2, 539: Juzgado de Primera Instancia en Materia Mercantil de Viena, 13 de marzo de 2023, 53 Cg 37/21v; ON 47.2, 19: Juzgado de Primera Instancia en Materia Mercantil de Viena, 26 de agosto de 2021, 2 C 364/20y; ON 47.2, 186 y ss.: Tribunal de Comercio de Viena, 13/2/2023, 64 Cg 58/21p; ON 48, 111: Tribunal Regional de St. Pölten, 13/3/2023, 31 Cg 61/22b; ON 48, 214 y ss.: Tribunal Regional de Leoben, 10/10/2022, 7 Cg 2/21d; ON 48, 335: Tribunal Regional de Leoben, 18/7/2023, 7 Cg 63/21z; ON 49, 33: de Ried im Innkreis, 10 de agosto de 2022, 1 Cg 4/22v; ON 68.3, 11: Tribunal Mercantil de Viena, 14 de noviembre de 2022, 19 Cg 25/22f; ON 68.6, 15: Tribunal Regional de St. Pölten el 26/04/2023, 40 Cg 92/22b; ON 68.18, 17: Tribunal Regional de Krems an der Donau el 28/02/2023, 48 Cg 41/21d; ON 68.20, 10: Juzgado de Primera Instancia de Melk, 18 de octubre de 2022, 12 C 727/21x; ON 68.23, 69: Juzgado de Comercio de Viena, 26 de abril de 2023, 41 Cg 85/21i; ON 68.26,

10: Juzgado de Primera Instancia de Weiz, 30 de mayo de 2023, 42 C 560/20y; ON 68.32, 14 y 19: Juzgado de Primera Instancia de Klagenfurt, 20 de diciembre de 2022, 50 C 147/22i; ON

68.35, 13: Tribunal Regional de St. Pölten, 23/11/2022, 21 R 218/22z; ON 68.42, 20: Tribunal Regional de Wiener Neustadt, 29/05/2023, 20 Cg 32/20x; ON 71.7, 25 y 30: Tribunal Mercantil de Viena, 29 de noviembre de 2022, 53 Cg 42/21d; ON 73.3, 46 y 48: Juzgado de Primera Instancia en Materia Mercantil de Viena, 26.1.2023, 1 C 249/22g.

⁴³ ON 40.2, 58: Tribunal Mercantil de Viena, 2 de febrero de 2023, 41 Cg 83/20v; ON 45.2, 272: Tribunal Regional de Korneuburg, 29 de enero de 2023, 16 Cg 39/22x.

⁴⁴ Ambas variantes en: ON 40.2, 104: Tribunal Regional de Leoben, 1.9.2022, 7 Cg 98/21x.

⁴⁵ ON 47.2, 209: Juzgado de Primera Instancia de Liezen, 7 de junio de 2022, 2 C 637/20w; ON 48, 279: Juzgado de Primera Instancia de Bleiburg, 4 de noviembre de 2022, 0 C 142/22a; ON 49,

BRANDL
TALOS

independientemente de la creación de una red de distribución, utilizar el sistema «*como inversión pasiva*».⁴⁶ En resumen Lyonesse «promocionaría las inversiones en estas nubes con el argumento de que se pueden obtener ingresos pasivos»⁴⁷.

- c) En el contexto del objeto del procedimiento mencionado anteriormente (véase el punto A.IV.1.), queda claro por qué todas las resoluciones judiciales contienen conclusiones en el sentido de que el modelo de negocio podría utilizarse como «forma de inversión». Para la reclamación de las partes demandantes celebrada el acuerdo con Lyconet en calidad de consumidores. Por lo tanto, para que la demanda fuera admisible, el motivo no podía ser la actividad independiente en el marketing en red o la creación de una red de compras, sino que debía consistir en la inversión privada de patrimonio.
- d) En relación con los numerosos procesos pendientes, Lyonesse Europe AG ha tenido conocimiento, como ya se ha mencionado, de que las partes demandantes han recibido listas de preguntas y respuestas preparadas por el representante legal, el Dr. Josef Fromhold (para más detalles, véase el punto A.V.8.e)). Por lo tanto, no es de extrañar que las partes demandantes hayan utilizado términos similares (por ejemplo, «*ingresos pasivos*») en todos los procedimientos y que los respectivos tribunales los hayan adoptado en la redacción de sus resoluciones. Sin embargo, en los documentos oficiales y en el material informativo, Lyonesse Europe AG no promocionaba ni los vales de descuento ni las nubes con la posibilidad de obtener ingresos pasivos mediante su compra.
- e) Sin embargo, Lyonesse nunca especificó el importe concreto de los repartos procedentes de las diferentes nubes, ya que este dependía del volumen de compras futuro de los compradores y, por lo tanto, no podía determinarse de antemano. Por lo tanto, son aplicables las conclusiones del Tribunal de Distrito de Melk en su sentencia de 10 de marzo de 2023 sobre el procedimiento 20 C 285/21f: «Sin embargo, en el acto no se precisó cuál sería el importe concreto de los beneficios».⁴⁸ En el caso de la demandante partió de la base de que se recuperarían los importes pagados sin más trámites y que, además, se obtendrían distribuciones de intereses. Por este motivo, consideró que el modelo de negocio de Lyonesse era una forma de inversión, debía ser tratada como consumidora y, por lo tanto, podía reclamar la devolución de sus pagos.
- f) El Tribunal Regional de Comercio de Viena, en su sentencia de 10 de mayo de 2022 en el procedimiento 9 C 420/22p, dictaminó que, en un acto publicitario celebrado en Viena-Simmering, se había informado al demandante de que su dinero trabajaría para él y le reportaría beneficios.⁴⁹ Dado que ya no trabajo en la venta directa, no creo que haya participado en esta ni en ninguna de las numerosas

21: Juzgado de Primera Instancia en Materia Mercantil de Viena, 20/2/2023, 6 C 121/22w; ON 68.47, 9: Juzgado de Primera Instancia en Materia Mercantil de Viena, 7/2/2023, 48 Cg 15/22g.

⁴⁶ ON 43.2, 433 y ss.: Tribunal Regional de Korneuburg, 23 de mayo de 2022, 5 Cg 85/21d.

⁴⁷ ON 40.2, 323: Juzgado de Distrito de Korneuburg, 29 de junio de 2022, 19 C 395/21h.

⁴⁸ ON 21.15, 15: Juzgado de Distrito de Melk, 10 de marzo de 2023, 20 C 285/21f.

⁴⁹ ON 30.24, 5.

BEKM VIDEO

2024-04-05 13:31:18 Donau,

Esto se repitió una y otra vez.

He participado en los eventos a los que se hace referencia en las diferentes sentencias. Por lo tanto, no puedo proporcionar más detalles sobre el contenido de la presentación y la información real que recibieron las diferentes partes demandantes, ni si se mencionó en ella la existencia de ingresos pasivos.

- g) No es de extrañar que los particulares implicados o las partes demandantes (representadas en cada caso por el Dr. Fromhold) relacionen el concepto de «*ingresos pasivos*» con **Lyonesse**. Ya en el procedimiento 14 St 17/12m se acusaba a **Lyonesse** de incitar a los miembros a contratar los paquetes empresariales existentes en ese momento, lo que les *permitiría «obtener ingresos pasivos sin riesgo alguno»*.⁽⁵⁰⁾ En aquel momento también se alegó que los paquetes empresariales no reportaban ninguna ventaja financiera a los miembros.
- h) Dado que en los numerosos procesos civiles no se llevaron a cabo procedimientos probatorios exhaustivos, no es de extrañar que la dicción de las partes demandantes haya encontrado eco en las conclusiones de la sentencia. En numerosos procedimientos, las conclusiones sobre la supuesta posibilidad anunciada por **Lyonesse** de obtener ingresos pasivos se basan únicamente en las descripciones de la parte demandante.⁽⁵¹⁾ En su sentencia de 1 de junio de 2023 en el procedimiento 2 C 820/22v, el Tribunal Regional de Traun se limita, en su valoración de las pruebas, a señalar que «*las declaraciones y promesas de la parte demandada sobre la obtención de ingresos pasivos ya se habían presentado en numerosos procedimientos de la parte demandada*» (52). .
- i) Otro caso clásico se describe en la sentencia del Tribunal Regional de Wels de 15 de marzo de 2021 en el procedimiento 9 C 583/20p. Según esta sentencia, el demandante se enteró de la existencia **de Lyconet** a través de una cuenta de Facebook. Allí se anunciaba **Lyconet** de tal manera que el demandante entendió que solo había que «*comprar participaciones en la nube [y que] al cabo de unos meses se obtendrían unos ingresos pasivos*»⁽⁵³⁾. Ya he abordado la problemática de este tipo de cuentas, contra las que también se está actuando, en el punto II.4.e). En la sentencia del Tribunal Regional de Wels de 15 de marzo de 2021, 9 C 584/20k, también se hace referencia a una cuenta de Facebook correspondiente.⁵⁴ La demandante en el procedimiento 11 Cg 8/20y ante el Tribunal Regional de Korneuburg también se informó a través de un grupo de Facebook.⁵⁵ En otro lugar se constató incluso que la afirmación de que se podía generar un «*ingreso pasivo*» a través de Lyconet

⁵⁰ ON 510, 14 St 25/15t, AS 23v.

⁵¹ ON 43.2, 452: Juzgado de Primera Instancia de Zell am Ziller, 4 de julio de 2022, 2 C 157/22y; ON 44.2, 80: Juzgado de Primera Instancia de Braunau am Inn, 21 de noviembre de 2022,

4 C 179/22p; ON 48, 135: Tribunal Regional de Steyr, 31/10/2022, 3 Cg 26/22g, aquí solo: «*Ingresos adicionales*» (US 3); ON 49, 213 y ss.: Tribunal Regional de Korneuburg, 11 de octubre de 2022, 1 Cg 61/22x; ON 62.11, 16: Tribunal de Distrito de Tulln, 19 de enero de 2023, 11 C 870/20v, aquí también solo «*ingresos adicionales*» (US 12); ON 68.47, 13: Tribunal Regional de Krems an der Donau, 7 de febrero de 2023, 48 Cg 15/22g.

⁵² ON 43.2, 34.

⁵³ ON 43.2, 103.

⁵⁴ ON 71.2, 11.

⁵⁵ ON 44.2, 100: Tribunal Regional de Korneuburg el 29.9.2022, 11 Cg 8/20y.

BRANDL
TALOS

conocidos o a sus recomendadores directos.⁶²

- c) Las presentaciones afirmaban que existía la posibilidad de «invertir» en la nube, ganar dinero y recuperar la inversión al cabo de unos años.⁶³ Las descripciones difieren en los detalles, aunque en varias ocasiones se indica un plazo de tres a cinco años para recuperar la inversión. Por ejemplo, en el procedimiento ante el Tribunal de Distrito de Deutschlandsberg, con el número de referencia 3 C 254/22b, se explicó al demandante que podría «*obtener ingresos en tres o cuatro años*» sin tener que hacer nada.⁶⁴
- d) A este respecto, cabe señalar que, en virtud del acuerdo con Lyconet, los comercializadores están obligados a utilizar únicamente material de comunicación oficial cuando explican el sistema de Lyconet a clientes potenciales o nuevos comercializadores (véase el punto II.4.). En los documentos contractuales, el plan de compensación, las condiciones adicionales para los vales de descuento o las hojas informativas sobre las diferentes nubes, **no se menciona en ningún momento** que se puedan recuperar los pagos realizados tras un determinado número de años. Tampoco se indica ningún importe concreto de distribución, ya que este depende del volumen de compras futuro y, por lo tanto, no puede determinarse de antemano.
- e) Por este motivo, por ejemplo, el Tribunal de Distrito de Melk, en su sentencia de 10 de marzo de 2023 en el procedimiento 20 C 285/21f, señaló acertadamente que «*sin embargo, en el acto no se precisó cuál sería el importe concreto de los beneficios*».⁶⁵ Desde un punto de vista realista, la afirmación del Tribunal Regional de Comercio de Viena en su sentencia de 20 de julio de 2022 sobre el asunto 2 C 375/21t es aplicable a muchos de los particulares implicados en relación con los repartos de los distintos «clouds»: «*No tenía ninguna idea del importe de este pago*».⁶⁶
- f) El Tribunal Regional de Amstetten ha llegado a la conclusión correcta. En su sentencia de 26 de enero de 2023 en el procedimiento 20 C 85/22v, establece que los importes pagados «*no se devuelven en efectivo, sino en forma de vales de empresas de renombre por el importe pagado*».⁶⁷ Por lo tanto, el tribunal ha reconocido que solo se podían comprar vales de descuento y que Lyo-ness Europe AG no ofrecía ninguna «forma de inversión».

BEKM VIDEO

2024-04-05 13:35:10

realizadores
oficial cuando explican el
Esto se describe exactamente así en el
modelo.

10.10.2022, 7 Cg 2/21d; ON 49, 107f: Tribunal Regional de St. Pölten el 13.10.2022, 24 Cg 32/22m; ON 49, 201 y 202; ON 49, 203; ON 49, 204; ON 49, 205; ON 49, 206; ON 49, 207; ON 49, 208; ON 49, 209; ON 49, 210; ON 49, 211; ON 49, 212; ON 49, 213; ON 49, 214; ON 49, 215; ON 49, 216; ON 49, 217; ON 49, 218; ON 49, 219; ON 49, 220; ON 49, 221; ON 49, 222; ON 49, 223; ON 49, 224; ON 49, 225; ON 49, 226; ON 49, 227; ON 49, 228; ON 49, 229; ON 49, 230; ON 49, 231; ON 49, 232; ON 49, 233; ON 49, 234; ON 49, 235; ON 49, 236; ON 49, 237; ON 49, 238; ON 49, 239; ON 49, 240; ON 49, 241; ON 49, 242; ON 49, 243; ON 49, 244; ON 49, 245; ON 49, 246; ON 49, 247; ON 49, 248; ON 49, 249; ON 49, 250; ON 49, 251; ON 49, 252; ON 49, 253; ON 49, 254; ON 49, 255; ON 49, 256; ON 49, 257; ON 49, 258; ON 49, 259; ON 49, 260; ON 49, 261; ON 49, 262; ON 49, 263; ON 49, 264; ON 49, 265; ON 49, 266; ON 49, 267; ON 49, 268; ON 49, 269; ON 49, 270; ON 49, 271; ON 49, 272; ON 49, 273; ON 49, 274; ON 49, 275; ON 49, 276; ON 49, 277; ON 49, 278; ON 49, 279; ON 49, 280; ON 49, 281; ON 49, 282; ON 49, 283; ON 49, 284; ON 49, 285; ON 49, 286; ON 49, 287; ON 49, 288; ON 49, 289; ON 49, 290; ON 49, 291; ON 49, 292; ON 49, 293; ON 49, 294; ON 49, 295; ON 49, 296; ON 49, 297; ON 49, 298; ON 49, 299; ON 49, 300; ON 49, 301; ON 49, 302; ON 49, 303; ON 49, 304; ON 49, 305; ON 49, 306; ON 49, 307; ON 49, 308; ON 49, 309; ON 49, 310; ON 49, 311; ON 49, 312; ON 49, 313; ON 49, 314; ON 49, 315; ON 49, 316; ON 49, 317; ON 49, 318; ON 49, 319; ON 49, 320; ON 49, 321; ON 49, 322; ON 49, 323; ON 49, 324; ON 49, 325; ON 49, 326; ON 49, 327; ON 49, 328; ON 49, 329; ON 49, 330; ON 49, 331; ON 49, 332; ON 49, 333; ON 49, 334; ON 49, 335; ON 49, 336; ON 49, 337; ON 49, 338; ON 49, 339; ON 49, 340; ON 49, 341; ON 49, 342; ON 49, 343; ON 49, 344; ON 49, 345; ON 49, 346; ON 49, 347; ON 49, 348; ON 49, 349; ON 49, 350; ON 49, 351; ON 49, 352; ON 49, 353; ON 49, 354; ON 49, 355; ON 49, 356; ON 49, 357; ON 49, 358; ON 49, 359; ON 49, 360; ON 49, 361; ON 49, 362; ON 49, 363; ON 49, 364; ON 49, 365; ON 49, 366; ON 49, 367; ON 49, 368; ON 49, 369; ON 49, 370; ON 49, 371; ON 49, 372; ON 49, 373; ON 49, 374; ON 49, 375; ON 49, 376; ON 49, 377; ON 49, 378; ON 49, 379; ON 49, 380; ON 49, 381; ON 49, 382; ON 49, 383; ON 49, 384; ON 49, 385; ON 49, 386; ON 49, 387; ON 49, 388; ON 49, 389; ON 49, 390; ON 49, 391; ON 49, 392; ON 49, 393; ON 49, 394; ON 49, 395; ON 49, 396; ON 49, 397; ON 49, 398; ON 49, 399; ON 49, 400; ON 49, 401; ON 49, 402; ON 49, 403; ON 49, 404; ON 49, 405; ON 49, 406; ON 49, 407; ON 49, 408; ON 49, 409; ON 49, 410; ON 49, 411; ON 49, 412; ON 49, 413; ON 49, 414; ON 49, 415; ON 49, 416; ON 49, 417; ON 49, 418; ON 49, 419; ON 49, 420; ON 49, 421; ON 49, 422; ON 49, 423; ON 49, 424; ON 49, 425; ON 49, 426; ON 49, 427; ON 49, 428; ON 49, 429; ON 49, 430; ON 49, 431; ON 49, 432; ON 49, 433; ON 49, 434; ON 49, 435; ON 49, 436; ON 49, 437; ON 49, 438; ON 49, 439; ON 49, 440; ON 49, 441; ON 49, 442; ON 49, 443; ON 49, 444; ON 49, 445; ON 49, 446; ON 49, 447; ON 49, 448; ON 49, 449; ON 49, 450; ON 49, 451; ON 49, 452; ON 49, 453; ON 49, 454; ON 49, 455; ON 49, 456; ON 49, 457; ON 49, 458; ON 49, 459; ON 49, 460; ON 49, 461; ON 49, 462; ON 49, 463; ON 49, 464; ON 49, 465; ON 49, 466; ON 49, 467; ON 49, 468; ON 49, 469; ON 49, 470; ON 49, 471; ON 49, 472; ON 49, 473; ON 49, 474; ON 49, 475; ON 49, 476; ON 49, 477; ON 49, 478; ON 49, 479; ON 49, 480; ON 49, 481; ON 49, 482; ON 49, 483; ON 49, 484; ON 49, 485; ON 49, 486; ON 49, 487; ON 49, 488; ON 49, 489; ON 49, 490; ON 49, 491; ON 49, 492; ON 49, 493; ON 49, 494; ON 49, 495; ON 49, 496; ON 49, 497; ON 49, 498; ON 49, 499; ON 49, 500; ON 49, 501; ON 49, 502; ON 49, 503; ON 49, 504; ON 49, 505; ON 49, 506; ON 49, 507; ON 49, 508; ON 49, 509; ON 49, 510; ON 49, 511; ON 49, 512; ON 49, 513; ON 49, 514; ON 49, 515; ON 49, 516; ON 49, 517; ON 49, 518; ON 49, 519; ON 49, 520; ON 49, 521; ON 49, 522; ON 49, 523; ON 49, 524; ON 49, 525; ON 49, 526; ON 49, 527; ON 49, 528; ON 49, 529; ON 49, 530; ON 49, 531; ON 49, 532; ON 49, 533; ON 49, 534; ON 49, 535; ON 49, 536; ON 49, 537; ON 49, 538; ON 49, 539; ON 49, 540; ON 49, 541; ON 49, 542; ON 49, 543; ON 49, 544; ON 49, 545; ON 49, 546; ON 49, 547; ON 49, 548; ON 49, 549; ON 49, 550; ON 49, 551; ON 49, 552; ON 49, 553; ON 49, 554; ON 49, 555; ON 49, 556; ON 49, 557; ON 49, 558; ON 49, 559; ON 49, 560; ON 49, 561; ON 49, 562; ON 49, 563; ON 49, 564; ON 49, 565; ON 49, 566; ON 49, 567; ON 49, 568; ON 49, 569; ON 49, 570; ON 49, 571; ON 49, 572; ON 49, 573; ON 49, 574; ON 49, 575; ON 49, 576; ON 49, 577; ON 49, 578; ON 49, 579; ON 49, 580; ON 49, 581; ON 49, 582; ON 49, 583; ON 49, 584; ON 49, 585; ON 49, 586; ON 49, 587; ON 49, 588; ON 49, 589; ON 49, 590; ON 49, 591; ON 49, 592; ON 49, 593; ON 49, 594; ON 49, 595; ON 49, 596; ON 49, 597; ON 49, 598; ON 49, 599; ON 49, 600; ON 49, 601; ON 49, 602; ON 49, 603; ON 49, 604; ON 49, 605; ON 49, 606; ON 49, 607; ON 49, 608; ON 49, 609; ON 49, 610; ON 49, 611; ON 49, 612; ON 49, 613; ON 49, 614; ON 49, 615; ON 49, 616; ON 49, 617; ON 49, 618; ON 49, 619; ON 49, 620; ON 49, 621; ON 49, 622; ON 49, 623; ON 49, 624; ON 49, 625; ON 49, 626; ON 49, 627; ON 49, 628; ON 49, 629; ON 49, 630; ON 49, 631; ON 49, 632; ON 49, 633; ON 49, 634; ON 49, 635; ON 49, 636; ON 49, 637; ON 49, 638; ON 49, 639; ON 49, 640; ON 49, 641; ON 49, 642; ON 49, 643; ON 49, 644; ON 49, 645; ON 49, 646; ON 49, 647; ON 49, 648; ON 49, 649; ON 49, 650; ON 49, 651; ON 49, 652; ON 49, 653; ON 49, 654; ON 49, 655; ON 49, 656; ON 49, 657; ON 49, 658; ON 49, 659; ON 49, 660; ON 49, 661; ON 49, 662; ON 49, 663; ON 49, 664; ON 49, 665; ON 49, 666; ON 49, 667; ON 49, 668; ON 49, 669; ON 49, 670; ON 49, 671; ON 49, 672; ON 49, 673; ON 49, 674; ON 49, 675; ON 49, 676; ON 49, 677; ON 49, 678; ON 49, 679; ON 49, 680; ON 49, 681; ON 49, 682; ON 49, 683; ON 49, 684; ON 49, 685; ON 49, 686; ON 49, 687; ON 49, 688; ON 49, 689; ON 49, 690; ON 49, 691; ON 49, 692; ON 49, 693; ON 49, 694; ON 49, 695; ON 49, 696; ON 49, 697; ON 49, 698; ON 49, 699; ON 49, 700; ON 49, 701; ON 49, 702; ON 49, 703; ON 49, 704; ON 49, 705; ON 49, 706; ON 49, 707; ON 49, 708; ON 49, 709; ON 49, 710; ON 49, 711; ON 49, 712; ON 49, 713; ON 49, 714; ON 49, 715; ON 49, 716; ON 49, 717; ON 49, 718; ON 49, 719; ON 49, 720; ON 49, 721; ON 49, 722; ON 49, 723; ON 49, 724; ON 49, 725; ON 49, 726; ON 49, 727; ON 49, 728; ON 49, 729; ON 49, 730; ON 49, 731; ON 49, 732; ON 49, 733; ON 49, 734; ON 49, 735; ON 49, 736; ON 49, 737; ON 49, 738; ON 49, 739; ON 49, 740; ON 49, 741; ON 49, 742; ON 49, 743; ON 49, 744; ON 49, 745; ON 49, 746; ON 49, 747; ON 49, 748; ON 49, 749; ON 49, 750; ON 49, 751; ON 49, 752; ON 49, 753; ON 49, 754; ON 49, 755; ON 49, 756; ON 49, 757; ON 49, 758; ON 49, 759; ON 49, 760; ON 49, 761; ON 49, 762; ON 49, 763; ON 49, 764; ON 49, 765; ON 49, 766; ON 49, 767; ON 49, 768; ON 49, 769; ON 49, 770; ON 49, 771; ON 49, 772; ON 49, 773; ON 49, 774; ON 49, 775; ON 49, 776; ON 49, 777; ON 49, 778; ON 49, 779; ON 49, 780; ON 49, 781; ON 49, 782; ON 49, 783; ON 49, 784; ON 49, 785; ON 49, 786; ON 49, 787; ON 49, 788; ON 49, 789; ON 49, 790; ON 49, 791; ON 49, 792; ON 49, 793; ON 49, 794; ON 49, 795; ON 49, 796; ON 49, 797; ON 49, 798; ON 49, 799; ON 49, 800; ON 49, 801; ON 49, 802; ON 49, 803; ON 49, 804; ON 49, 805; ON 49, 806; ON 49, 807; ON 49, 808; ON 49, 809; ON 49, 810; ON 49, 811; ON 49, 812; ON 49, 813; ON 49, 814; ON 49, 815; ON 49, 816; ON 49, 817; ON 49, 818; ON 49, 819; ON 49, 820; ON 49, 821; ON 49, 822; ON 49, 823; ON 49, 824; ON 49, 825; ON 49, 826; ON 49, 827; ON 49, 828; ON 49, 829; ON 49, 830; ON 49, 831; ON 49, 832; ON 49, 833; ON 49, 834; ON 49, 835; ON 49, 836; ON 49, 837; ON 49, 838; ON 49, 839; ON 49, 840; ON 49, 841; ON 49, 842; ON 49, 843; ON 49, 844; ON 49, 845; ON 49, 846; ON 49, 847; ON 49, 848; ON 49, 849; ON 49, 850; ON 49, 851; ON 49, 852; ON 49, 853; ON 49, 854; ON 49, 855; ON 49, 856; ON 49, 857; ON 49, 858; ON 49, 859; ON 49, 860; ON 49, 861; ON 49, 862; ON 49, 863; ON 49, 864; ON 49, 865; ON 49, 866; ON 49, 867; ON 49, 868; ON 49, 869; ON 49, 870; ON 49, 871; ON 49, 872; ON 49, 873; ON 49, 874; ON 49, 875; ON 49, 876; ON 49, 877; ON 49, 878; ON 49, 879; ON 49, 880; ON 49, 881; ON 49, 882; ON 49, 883; ON 49, 884; ON 49, 885; ON 49, 886; ON 49, 887; ON 49, 888; ON 49, 889; ON 49, 890; ON 49, 891; ON 49, 892; ON 49, 893; ON 49, 894; ON 49, 895; ON 49, 896; ON 49, 897; ON 49, 898; ON 49, 899; ON 49, 900; ON 49, 901; ON 49, 902; ON 49, 903; ON 49, 904; ON 49, 905; ON 49, 906; ON 49, 907; ON 49, 908; ON 49, 909; ON 49, 910; ON 49, 911; ON 49, 912; ON 49, 913; ON 49, 914; ON 49, 915; ON 49, 916; ON 49, 917; ON 49, 918; ON 49, 919; ON 49, 920; ON 49, 921; ON 49, 922; ON 49, 923; ON 49, 924; ON 49, 925; ON 49, 926; ON 49, 927; ON 49, 928; ON 49, 929; ON 49, 930; ON 49, 931; ON 49, 932; ON 49, 933; ON 49, 934; ON 49, 935; ON 49, 936; ON 49, 937; ON 49, 938; ON 49, 939; ON 49, 940; ON 49, 941; ON 49, 942; ON 49, 943; ON 49, 944; ON 49, 945; ON 49, 946; ON 49, 947; ON 49, 948; ON 49, 949; ON 49, 950; ON 49, 951; ON 49, 952; ON 49, 953; ON 49, 954; ON 49, 955; ON 49, 956; ON 49, 957; ON 49, 958; ON 49, 959; ON 49, 960; ON 49, 961; ON 49, 962; ON 49, 963; ON 49, 964; ON 49, 965; ON 49, 966; ON 49, 967; ON 49, 968; ON 49, 969; ON 49, 970; ON 49, 971; ON 49, 972; ON 49, 973; ON 49, 974; ON 49, 975; ON 49, 976; ON 49, 977; ON 49, 978; ON 49, 979; ON 49, 980; ON 49, 981; ON 49, 982; ON 49, 983; ON 49, 984; ON 49, 985; ON 49, 986; ON 49, 987; ON 49, 988; ON 49, 989; ON 49, 990; ON 49, 991; ON 49, 992; ON 49, 993; ON 49, 994; ON 49, 995; ON 49, 996; ON 49, 997; ON 49, 998; ON 49, 999; ON 49, 1000; ON 49, 1001; ON 49, 1002; ON 49, 1003; ON 49, 1004; ON 49, 1005; ON 49, 1006; ON 49, 1007; ON 49, 1008; ON 49, 1009; ON 49, 1010; ON 49, 1011; ON 49, 1012; ON 49, 1013; ON 49, 1014; ON 49, 1015; ON 49, 1016; ON 49, 1017; ON 49, 1018; ON 49, 1019; ON 49, 1020; ON 49, 1021; ON 49, 1022; ON 49, 1023; ON 49, 1024; ON 49, 1025; ON 49, 1026; ON 49, 1027; ON 49, 1028; ON 49, 1029; ON 49, 1030; ON 49, 1031; ON 49, 1032; ON 49, 1033; ON 49, 1034; ON 49, 1035; ON 49, 1036; ON 49, 1037; ON 49, 1038; ON 49, 1039; ON 49, 1040; ON 49, 1041; ON 49, 1042; ON 49, 1043; ON 49, 1044; ON 49, 1045; ON 49, 1046; ON 49, 1047; ON 49, 1048; ON 49, 1049; ON 49, 1050; ON 49, 1051; ON 49, 1052; ON 49, 1053; ON 49, 1054; ON 49, 1055; ON 49, 1056; ON 49, 1057; ON 49, 1058; ON 49, 1059; ON 49, 1060; ON 49, 1061; ON 49, 1062; ON 49, 1063; ON 49, 1064; ON 49, 1065; ON 49, 1066; ON 49, 1067; ON 49, 1068; ON 49, 1069; ON 49, 1070; ON 49, 1071; ON 49, 1072; ON 49, 1073; ON 49, 1074; ON 49, 1075; ON 49, 1076; ON 49, 1077; ON 49, 1078; ON 49, 1079; ON 49, 1080; ON 49, 1081; ON 49, 1082; ON 49, 1083; ON 49, 1084; ON 49, 1085; ON 49, 1086; ON 49, 1087; ON 49, 1088; ON 49, 1089; ON 49, 1090; ON 49, 1091; ON 49, 1092; ON 49, 1093; ON 49, 1094; ON 49, 1095; ON 49, 1096; ON 49, 1097; ON 49, 1098; ON 49, 1099; ON 49, 1100; ON 49, 1101; ON 49, 1102; ON 49, 1103; ON 49, 1104; ON 49, 1105; ON 49, 1106; ON 49, 1107; ON 49, 1108; ON 49, 1109; ON 49, 1110; ON 49, 1111; ON 49, 1112; ON 49, 1113; ON 49, 1114; ON 49, 1115; ON 49, 1116; ON 49, 1117; ON 49, 1118; ON 49, 1119; ON 49, 1120; ON 49, 1121; ON 49, 1122; ON 49, 1123; ON 49, 1124; ON 49, 1125; ON 49, 1126; ON 49, 1127; ON 49, 1128; ON 49, 1129; ON 49, 1130; ON 49, 1131; ON 49, 1132; ON 49, 1133; ON 49, 1134; ON 49, 1135; ON 49, 1136; ON 49, 1137; ON 49, 1138; ON 49, 1139; ON 49, 1140; ON 49, 1141; ON 49, 1142; ON 49, 1143; ON 49, 1144; ON 49, 1145; ON 49, 1146; ON 49, 1147; ON 49, 1148; ON 49, 1149; ON 49, 1150; ON 49, 1151; ON 49, 1152; ON 49, 1153; ON 49, 1154; ON 49, 1155; ON 49, 1156; ON 49, 1157; ON 49, 1158; ON 49, 1159; ON 49, 1160; ON 49, 1161; ON 49, 1162; ON 49, 1163; ON 49, 1164; ON 49, 1165; ON 49, 1166; ON 49, 1167; ON 49, 1168; ON 49, 1169; ON 49, 1170; ON 49, 1171; ON 49, 1172; ON 49, 1173; ON 49, 1174; ON 49, 1175; ON 49, 1176; ON 49, 1177; ON 49, 1178; ON 49, 1179; ON 49, 1180; ON 49, 1181; ON 49, 1182; ON 49, 1183; ON 49, 1184; ON 49, 1185; ON 49, 1186; ON 49, 1187; ON 49, 1188; ON 49, 1189; ON 49, 1190; ON 49, 1191; ON 49, 1192; ON 49, 1193; ON 49, 1194; ON 49, 1195; ON 49, 1196; ON 49, 1197; ON 49, 1198; ON 49, 1199; ON 49, 1200; ON 49, 1201; ON 49, 1202; ON 49, 1203; ON 49, 1204; ON 49, 1205; ON 49, 1206; ON 49, 1207; ON 49, 1208; ON 49, 1209; ON 49, 1210; ON 49, 1211; ON 49, 1212; ON 49, 1213; ON 49, 1214; ON 49, 1215; ON 49, 1216; ON 49, 1217; ON 49, 1218; ON 49, 1219; ON 49, 1220; ON 49, 1221; ON 49, 1222; ON 49, 1223; ON 49, 1224; ON 49, 1225; ON 49, 1226; ON 49, 1227; ON 49, 1228; ON 49, 1229; ON 49, 1230; ON 49, 1231; ON 49, 1232; ON 49, 1233; ON 49, 1234; ON 49, 1235; ON 49, 1236; ON 49, 1237; ON 49, 1238; ON 49, 1239; ON 49, 1240; ON 49, 1241; ON 49, 1242; ON 49, 1243; ON 49, 1244; ON 49, 1245; ON 49, 1246; ON 49, 1247; ON 49, 1248; ON 49, 1249; ON 49, 1250; ON 49, 1251; ON 49, 1252; ON 49, 1253; ON 49, 1254; ON 49, 1255; ON 49, 1256; ON 49, 1257; ON 49, 1258; ON 49, 1259; ON 49, 1260; ON 49, 1261; ON 49, 1262; ON 49, 1263; ON 49, 1264; ON 49, 1265; ON 49, 1266; ON 49, 1267; ON 49, 1268; ON 49, 1269; ON 49, 1270; ON 49, 1271; ON 49, 1272; ON 49, 1273; ON 49, 1274; ON 49, 1275; ON 49, 1276; ON 49, 1277; ON 49, 1278; ON 49, 1279; ON 49, 1280; ON 49, 1281; ON 49, 1282; ON 49, 1283; ON 49, 1284; ON 49, 1285; ON 49, 1286; ON 49, 1287; ON 49, 1288; ON 49, 1289; ON 49, 1290; ON 49, 1291; ON 49, 1292; ON 49, 1293; ON 49, 1294; ON 49, 1295; ON 49, 1296; ON 49, 1297; ON 49, 1298; ON 49, 1299; ON 49, 1300; ON 49, 1301; ON 49, 1302; ON 49, 1303; ON 49, 1304; ON 49, 1305; ON 49, 1306; ON

BRANDL
TALOS

- g) Dado que ya no trabajo en la venta directa, no creo haber participado en ninguno de los eventos mencionados a los que se hace referencia en las diferentes sentencias. Por lo tanto, no puedo proporcionar más detalles sobre el contenido de la información real que recibieron las diferentes partes demandadas.
- h) En algunos casos, las partes demandantes también tuvieron conocimiento del modelo de negocio de Lyonesse a través de cuentas de Facebook, como por ejemplo la demandante en el procedimiento ante el Tribunal Regional de Korneuburg, 11 Cg 8/20y.⁶⁸ Como ya se ha explicado con más detalle en el punto II.4.e), se está tratando de luchar contra las cuentas falsas y la información errónea. Sin embargo, nunca se puede descartar por completo que, posiblemente incluso antes de asistir a un evento oficial, terceros puedan transmitir una impresión totalmente errónea del modelo de negocio de Lyonesse Europe AG o Lyconet Austria GmbH.
- i) Por último, cabe señalar una vez más que las diversas constataciones no fueron relevantes para la resolución de los procedimientos mencionados. En ninguno de los procedimientos se examinó qué distribuciones o pagos esperaban concretamente las partes demandantes ni por qué habían llegado a esa conclusión. Más bien, solo se trataba de aclarar si, en el momento de la celebración del acuerdo con Lyconet, debían considerarse consumidores.
- j) Por este motivo, en los distintos procesos no se llevó a cabo un procedimiento probatorio exhaustivo sobre la cuestión de qué información habían recibido las partes demandantes, en su caso, con anterioridad en diversas sesiones informativas. En parte, estas constataciones se basaron únicamente en las declaraciones de las partes demandantes,⁶⁹ que son cuestionables en la medida en que es probable que se proporcionaran a las partes demandantes listas de preguntas y respuestas preparadas de antemano (véase el punto A.V.8.e)).

BEKM VIDEO

05/04/2024 13:36:41

Pero lo hace arriba...

4. Sobre el punto 3 de la solicitud de comentarios

Sobre este punto, la WKStA me ha pedido que comente la constatación de varias sentencias civiles de que «la parte demandada ha dado la impresión de que el dinero invertido trabajaría para la parte demandante y se multiplicaría».

a) ON 28.28, 23:

- i) El Tribunal de Distrito de Rattenberg, en su sentencia de 24.2.2023 con referencia

⁶⁸ ON 44.2, 100: Tribunal Regional de Korneuburg, 29 de septiembre de 2022, 11 Cg 8/20y.

⁶⁹ Por ejemplo, en: ON 43.2, 452: Juzgado de Distrito de Zell am Ziller, de 4 de julio de 2022, 2 C 157/22y; ON 44.2, 80: Juzgado de Distrito de Braunau am Inn, de 21 de noviembre de 2022, 4 C 179/22p; ON 48, 135: Tribunal Regional de Steyr, 31 de octubre de 2022, 3 Cg 26/22g; ON 49, 213 y ss.: Tribunal Regional de Korneuburg, 11.10.2022, 1 Cg 61/22x; ON 62.11, 16: Juzgado de Primera Instancia de Tulln el 19.1.2023, 11 C 870/20v; ON 68.47, 13: Juzgado Regional de Krems an der Danubio el 7 de febrero de 2023, 48 Cg 15/22g.

BRANDL TALOS

3 C 73/21h, se constató que «debido a las declaraciones realizadas a la demandante en las sesiones informativas de la demandada, así como a los activos captadores de socios [...], se le dio la impresión de que su dinero trabajaba de forma independiente y, por lo tanto, se multiplicaba». ⁷⁰ El tribunal de primera instancia basa esta constatación en la declaración de la demandante, sin que se hayan presentado pruebas contradictorias al respecto. ⁷¹

- ii) Personalmente, no creo haber participado en la sesión informativa mencionada, por lo que no puedo hacer ninguna declaración sobre su contenido. Dado que ya no estoy directamente involucrado en la distribución de los productos, no tengo ninguna influencia, o solo una influencia limitada, en el contenido y las declaraciones transmitidas.
- iii) El acuerdo de Lyconet establece que los comercializadores **solo pueden utilizar material informativo oficial para captar nuevos clientes**. De la documentación oficial se desprende claramente que el sistema de distribución objeto del presente procedimiento **no es una inversión y que no genera ingresos pasivos**, sino que solo es posible obtener remuneraciones significativas mediante la captación de compradores que generen un volumen de compras correspondiente.
- iv) Esta decisión se dictó tras la sentencia del Tribunal Supremo de Austria de 10.5.2022, Ob 71/21f. Por lo tanto, en el presente procedimiento solo la parte demandante era un consumidor. Las declaraciones en la sesión informativa no eran relevantes para el resultado del procedimiento, por lo que Lyonesse Europe AG tuvo que tomar nota de las correspondientes conclusiones y no pudo impugnarlas con éxito.

VIDEO DE BEKM

2024-04-05 13:38:31

¿Qué es lo que pasa? ¿No tiene ni idea del contenido, como en el punto ii), o ahora sí?

b) ON 30.24, 5:


- i) Según las conclusiones del Tribunal de Primera Instancia en Materia Mercantil de Viena de 10.5.2022 en el procedimiento 9 C 420/22p, el demandante asistió a una fiesta y, a continuación, a un acto publicitario en Viena-Simmering. «Según la información que se le facilitó en el acto, el demandante no tendría que realizar más prestaciones propias, el dinero «trabajaría» para él y le reportaría beneficios». ⁽⁷²⁾

⁷⁰ ON 28.28, 23.




⁷¹ ON 28.28, 32.

⁷² ON 30.24, 5.

BRANDL
TALOS

- ii) Por mi parte, no creo haber estado en la fiesta mencionada ni en el evento publicitario en Viena-Simmering. Por lo tanto, no puedo pronunciarme sobre si el demandante asistió a un evento oficial de Lyonesse Europe AG ni sobre la información que se le proporcionó allí. Dado que ya no estoy directamente involucrado en la distribución de los productos, mi influencia sobre los contenidos y las declaraciones transmitidos es, en cualquier caso, limitada.
- iii) El acuerdo de Lyconet establece que los comercializadores solo pueden utilizar **material informativo oficial** para captar nuevos clientes. De la documentación oficial se desprende claramente que el sistema de distribución objeto del presente procedimiento **no es una inversión y que no genera ingresos pasivos**, sino que solo es posible obtener remuneraciones significativas mediante la captación de compradores que generen un volumen de compras correspondiente.
- iv) Esta decisión también se dictó tras la sentencia del Tribunal Supremo a 8 Ob 71/21f, que también se cita en extractos en la propia sentencia. Por lo tanto, Lyonesse Europe AG tuvo que tomar nota de las conclusiones del tribunal de primera instancia, ya que **no eran relevantes para el resultado del procedimiento**. No podía por lo tanto, Lyonesse Europe AG  lo que no se puede luchar contra ellos con éxito.

c) ON 40.2, 37:

- i) En sus conclusiones, el Tribunal Mercantil de Viena, en su  sentencia de 2 de febrero de 2023, con el número de referencia GZ 41 Cg 83/20v, e  **¿Por qué ahora otra vez Lyonesse? No hay documentos sobre Lyonesse.** participó en una «presentación de proyecto» en la casa de  que el demandante entendió que **«en el siglo XXI ya no es necesario trabajar personalmente, sino que, naturalmente, se puede hacer que el dinero trabaje por uno»**.⁷³
- ii) De las demás conclusiones del tribunal se desprende que el demandante no entendió ni siquiera en parte el modelo de negocio de Lyonesse Europe AG. Así, aunque se utilizó el término «marketing en red», el demandante no sabía, ni siquiera después de las presentaciones, qué significaba. **No obstante, también se constata que se le explicó que, como comercial, podría haber captado nuevos miembros para ganar dinero adicional.**
- iii) Cabe destacar que, posteriormente, el demandante obtuvo una licencia para ejercer una actividad comercial libre y declaró tener 16 (¡!) clientes para la

⁷³ ON 40.2, 37.

BRANDL
TALOS

⁷⁴ Sin embargo, según la valoración del tribunal de primera instancia, él había considerado inicialmente el sistema de Lyonesse Europe AG únicamente como una inversión patrimonial, por lo que, según la jurisprudencia del tribunal supremo, debía considerarse consumidor y podía reclamar la devolución de sus pagos.

iv) Según recuerdo, no participé en las presentaciones del proyecto mencionadas anteriormente y, por lo tanto, no puedo hacer ninguna declaración sobre su contenido. Sin embargo, de la documentación oficial de Lyonesse Europe AG relacionada con las diferentes nubes se desprende que se trata de un programa de incentivos para comercializadores activos (es decir, que captan clientes). **En ningún documento oficial se anunciaba una renta pasiva ni se prometía ningún reparto concreto.**

d) ON 46.2, 640:

i) El Tribunal Regional de Rattenberg dictaminó el 24 de febrero de 2023, en su sentencia 3 C 83/20b, que «durante el proceso de captación [...] se transmitió al demandante la impresión de que su dinero trabajaba de forma independiente y, por lo tanto, se multiplicaba por sí solo». ⁷⁵ El tribunal basó esta conclusión en el interrogatorio del demandante, indicando que «no se presentaron pruebas contradictorias al respecto». ⁷⁶

ii) A la luz de la resolución del Tribunal Supremo a 8 Ob 71/21f, Lyonesse Europe AG no pudo impugnar con éxito las conclusiones del tribunal de primera instancia en detalle por falta de relevancia para el objeto del procedimiento. Personalmente, puedo descartar haber formulado tales afirmaciones al demandante. **Del material informativo oficial de Lyonesse Europe AG no se desprende que se pueda invertir dinero ni que este funcione de forma independiente y, por lo tanto, se multiplique por sí solo.**

iii) Más bien, el plan de compensación muestra que solo se puede obtener un ingreso significativo mediante un gran número de puntos de compra. Sin embargo, el requisito previo para ello es realizar las compras que, de forma realista, solo se puede lograr mediante la creación de una red adecuada.

BEKM VIDEO

05/04/2024 13:41:32

puede obtener un ingreso

WELCHES INFOMATERIAL???

Lyonesse no tiene ninguno!

⁷⁴ ON 40.2, 39.

⁷⁵ ON 46.2, 640.

⁷⁶ ON 46.2, 647.

⁷⁷ Así, por ejemplo, para el nivel profesional 3, que conlleva una bonificación profesional mensual de 500 euros, se necesitan al menos 25 000 puntos de compra en el mes correspondiente.

BRANDL
TALOS

e) ON 48, 81:

- i) El Tribunal de Distrito de Judenburg, en su sentencia de 28 de septiembre de 2022 sobre el asunto 2 C 365/22m, determinó que la parte demandante había tenido conocimiento de Lyconet a través del operador de un gimnasio y que posteriormente había asistido a una sesión informativa en una posada. Se le presentó el sistema de tal manera que *«si se compraban acciones, el dinero se multiplicaba y, cuanto más gente participara, más se multiplicaría el capital»*.⁽⁷⁸⁾
- ii) No creo haber participado en la reunión informativa mencionada por el tribunal de primera instancia en sus conclusiones. Por lo tanto, no puedo hacer ninguna declaración más detallada sobre cómo se presentó el sistema o, en particular, las nubes a la demandante en esa reunión, ni si se trataba realmente de un evento oficial de Lyoness.
- iii) En principio, el resumen muy abreviado del modelo de negocio de Lyoness Europe AG citado anteriormente contiene una parte cierta. Cuanta más «gente participe» realizando las compras correspondientes y generando así puntos de compra, más puntos de compra gratuitos se pueden distribuir entre los comercializadores que hayan participado activamente en la nube correspondiente. Si se analiza el sistema en profundidad, algo que cabría esperar con un pago de unos 12 000 euros, se llega rápidamente a la conclusión de que, sin captar clientes y crear una red con un volumen de ventas elevado, no se pueden obtener remuneraciones significativas.
- iv) En el contexto de la decisión del Tribunal Supremo a 8 Ob 71/21f, Lyoness Europe AG no pudo impugnar con éxito las conclusiones mencionadas por falta de relevancia para el resultado del procedimiento. Incluso si la demandante no hubiera asumido que el dinero invertido se multiplicaría, habría podido recuperar sus pagos como consumidora.

f) ON 68.23, 30 y 65f:

- i) El Tribunal Mercantil de Viena, en su sentencia de 26 de abril de 2023 sobre el asunto 41 Cg 85/21i, determinó que, en el marco de una velada de presentación, se le había explicado al demandante que en Lyconet solo había que depositar dinero, que luego trabajaría y ganaría más valor en total. Sus recomendadores le habían explicado que existía

⁷⁸ ON 48, 81.

BRANDL TALOS

en Lyconet, un sistema con el que se podía ganar dinero en segundo plano y el importe invertido aumentaría su valor.

- ii) Por otra parte, no creo que yo mismo haya participado en esa noche de presentación ni haya elaborado la presentación que se presentó en ella. Tampoco puedo hacer ninguna declaración más detallada sobre la información que se le proporcionó realmente al demandante. En principio, los comercializadores de Lyconet tienen prohibido utilizar material de comunicación distinto al publicado oficialmente por Lyonesse Europe AG.

BEKM VIDEO
05/04/2024 13:43:44

- iii) De los folletos informativos oficiales de «Lyconet» de Lyonesse Europe AG y de las presentaciones sobre las diferentes nubes se desprende que **no se trata de una inversión, sino de un incentivo para los comercializadores activos**. Estos deberían beneficiarse adicionalmente si han adquirido LEDV en un periodo determinado.

- iv) A la vista de la decisión del Tribunal Supremo a 8 Ob 71/21f, el resultado del procedimiento no habría cambiado si Lyonesse Europe AG hubiera impugnado las conclusiones pertinentes. Según sus principios, los comercializadores que solo entendieron los vales de descuento adquiridos como una «oportunidad de inversión» deben considerarse consumidores y, por lo tanto, pueden reclamar el reembolso de sus pagos.

5. Sobre el punto 4. La solicitud de comentarios

- a) La WKStA también me ha solicitado que me pronuncie sobre la constatación de varios tribunales de que «*la parte demandada ha presentado su modelo de negocio como libre de riesgos*». En este contexto, las constataciones en los casos individuales van desde que los demandantes respectivos esperaban una «*inversión segura*»⁷⁹ o una «*inversión financiera segura*»⁸⁰ hasta que querían invertir dinero sin riesgo para su jubilación (81). Además, Lyonesse habría indicado en la publicidad de los vales de descuento o LEDV que «*nunca se perdería todo el dinero*» (82), que la inversión «*no podía dar lugar a una pérdida total*» (83) y que, por lo tanto, «*no conllevaba ningún riesgo*» (84).
- b) Al parecer, en el marco de las presentaciones, se explicó a los demandantes que los vales de descuento eran una «*inversión absolutamente segura*»⁸⁵, por lo que el

⁷⁹ ON 40.2, 104; ON 48, 214f; ON 68.18, 18.

⁸⁰ ON 44.02, 81.

⁸¹ ON 42.2, 263.

⁸² ON 44.02, 81.

⁸³ ON 45.02, 238.

⁸⁴ ON 68.23, 31.

⁸⁵ ON 46.02, 143 y ss.

BRANDL TALOS

El volumen de compras era tan grande y rentable que, al comprar LEDV, «en realidad no existía ningún riesgo»⁸⁶. Es más, «se garantizaba la devolución del dinero invertido en cualquier caso tras 48 meses»⁸⁷.

- c) El Tribunal Regional de Vöcklabruck, en su sentencia de 16 de junio de 2023 en el procedimiento 50 C 942/22k, reconoció en su valoración de las pruebas el problema fundamental de que la demandante no era capaz de «*explicar ni siquiera aproximadamente el funcionamiento del complejo sistema de la parte demandada*». Las campañas publicitarias, los folletos y la actuación de personas de confianza la llevaron a realizar las inversiones correspondientes, a pesar de que «*ni siquiera entendía mínimamente*» el sistema. ⁽⁸⁸⁾En mi opinión las partes demandantes no entendían el sistema de Lyonesse. ⁽⁸⁹⁾
- d) En la presente declaración, ya he explicado en detalle el funcionamiento del sistema Lyonesse/Lyconet/myWorld que he creado, así como los productos correspondientes de Lyonesse Europe AG (por ejemplo, vales de descuento, LEDV, nubes) (véanse, en particular, los puntos II.2. a II.6.). El material informativo oficial de Lyonesse, así como los documentos contractuales correspondientes, nunca han hecho referencia a una «oportunidad de inversión» o a unos «ingresos pasivos». Por mi parte, puedo descartar igualmente haber tenido contacto personal con los participantes privados o haberles presentado el sistema de Lyonesse Europe AG, la comunidad de compras de myWorld Austria GmbH o de Lyconet Austria GmbH como una oportunidad de inversión.
- e) La participación en el programa myWorld Cashback o en el sistema de marketing en red Lyconet nunca ha supuesto ningún coste para los miembros. Si los comercializadores habían adquirido vales de descuento, su «inversión» estaba asegurada en la medida en que obtenían un derecho a descuentos por el mismo importe. Este derecho podía canjearse en cualquier momento, por ejemplo, en el marco de las cor

VIDEO BEKM
05/04/2024 13:45:42

¿Es eso cierto?

6. Sobre el punto 5 de la solicitud de declaración

En este punto, la WKStA me ha solicitado que me pronuncie sobre varias resoluciones judiciales que afirman que «*la parte demandada ha redactado las disposiciones contractuales escritas de forma deliberadamente confusa y opaca con el fin de ocultar el contenido real del contrato a la parte demandante*». En relación con las resoluciones citadas, cabe señalar lo siguiente:

⁸⁶ ON 46.02, 539.

⁸⁷ ON 68.20, 10.

⁸⁸ ON 46.2, 265.

⁸⁹ Así por ejemplo, el Tribunal de Distrito de Oberpullendorf, en su sentencia de 21 de septiembre de 2022 sobre el asunto 2 C 198/22m, dejó muy claro lo siguiente: «*El demandante no ha comprendido el modelo de negocio de la demandada*» (US 8 en ON 42.2, 121).

BRANDL
TALOS

a) ON 17.3, 14 y ON 44.2, 128:

- i) El Tribunal de Distrito de Völkermarkt, en su sentencia de 19 de julio de 2022, con el número de referencia 6 C 208/22s, determinó que las disposiciones del acuerdo de Lyconet, así como las disposiciones sobre los derechos de remuneración, «*ni siquiera son comprensibles en su esencia para un consumidor medio razonable*». Se da la impresión de que «los requisitos para **poder invertir en una nube** se han diseñado de forma especialmente complicada y opaca con el fin de ocultar el valor equivalente de las inversiones».⁹⁰⁾
- ii) Las conclusiones mencionadas anteriormente fueron utilizadas parcialmente, palabra por palabra, por el juez competente en otro procedimiento, concretamente en la sentencia de 24 de octubre de 2022, con el número de referencia 6 C 249/22h.⁹¹⁾
- iii) La observación de que el acuerdo de Lyconet no es comprensible para un consumidor medio es, en cierto modo, comprensible. El acuerdo de Lyconet y el correspondiente plan de compensación **están dirigidos a comercializadores profesionales y no a consumidores**. Por lo tanto, el consumidor en cuestión contractualmente no es un consumidor que probablemente tenga conocimientos sobre el marketing en red, sino una persona con experiencia en el ámbito de la distribución o, al menos, interesada en él, que desea adquirir los conocimientos necesarios sobre el modelo de remuneración de Lyonesse Europe AG (por ejemplo, en las correspondientes sesiones informativas) o que ya conoce modelos de remuneración similares por su actividad anterior.
- iv) El hecho de que la posibilidad de «invertir en una nube» se haya diseñado de forma complicada o incluso se haya ocultado se debe a que **no se trata en absoluto de una inversión**. Los comercializadores solo podían «invertir» en vales de descuento y, en el caso de LEDV, además se les asignaban participaciones en las diferentes nubes. Lyonesse Europe AG lo ha señalado expresamente tanto en correos electrónicos como en material informativo y presentaciones.
- v) El objeto de los respectivos procedimientos era, como se detalla anteriormente en el punto IV.1., la cuestión de si la parte demandante era un consumidor. Ambas sentencias se dictaron tras la sentencia del Tribunal Supremo a 29 de noviembre de 2021, por lo que las conclusiones mencionadas no pudieron ser impugnadas con éxito por carecer de relevancia para el resultado del procedimiento.

⁹⁰⁾ ON 17.3, 14.

⁹¹⁾ ON 44.2, 128.

BRANDL
TALOS

b) ON 28.28, 36:

- i) El Tribunal Regional de Rattenberg, en su sentencia de 24 de febrero de 2023, con el número de referencia 3 C 73/21h, estableció lo siguiente: *«Es evidente que, mediante una regulación complicada y enrevesada del derecho a la remuneración, se simula un sistema ingenioso, en el que el cliente permanece en la más absoluta ignorancia sobre sus derechos reales»*. Por lo tanto, también se hace hincapié en que **«el cliente»**, y por lo tanto un consumidor, permanece en la más absoluta ignorancia sobre sus derechos reales.
- ii) Sin embargo, como ya se ha señalado en varias ocasiones, el acuerdo de Lyconet y el plan de compensación correspondiente están dirigidos a personas que ejercen o desean ejercer una actividad empresarial. Por consiguiente, la redacción tampoco está dirigida a los consumidores.
- iii) En el presente procedimiento solo había que aclarar si la parte demandante era un consumidor y, por lo tanto, si eran aplicables las disposiciones de la KSchG sobre la necesaria transparencia de las cláusulas contractuales. En el contexto de la sentencia del Tribunal Supremo de 29 de noviembre de 2021, Lyoness Europe AG tuvo que tomar nota de las conclusiones de la sentencia en cuestión, pero no pudo impugnarlas con éxito por falta de relevancia para la demanda.

c) ON 43.2, 125

- i) El Tribunal Regional de Bleiburg, en su sentencia de 9 de noviembre de 2022, con el número de referencia 0 C 142/22a, ha declarado lo siguiente: *«Más bien se tiene la impresión de que el principio de la adquisición de puntos de compra y de vales de descuento como requisito previo para poder invertir en una nube se ha diseñado de forma especialmente complicada y opaca con el fin de ocultar el valor equivalente de las inversiones.»*⁹²
- ii) En el punto II.6 ya he explicado detalladamente que las diferentes nubes de clientes **nunca se concibieron como una inversión y que yo nunca las presenté ni ofrecí como tal**. Por este motivo, es evidente que en los materiales informativos sobre el *«programa de incentivos para comercializadores activos»* no se indica el valor exacto en céntimos de una posible inversión y que la posibilidad de utilizarla como oportunidad de inversión solo se puede deducir de forma indirecta.

⁹² ON 43.2, 125.

BRANDL
TALOS

iii) En el procedimiento mencionado, solo había que aclarar si la parte demandante era un consumidor y si las disposiciones contractuales eran transparentes para un consumidor medio. Dado que las disposiciones contractuales estaban dirigidas al grupo destinatario real, es decir, a comercializadores independientes, con formación en distribución o interesados en ella, Lyoness Europe AG no podía cumplir claramente este requisito.

d) **Sobre la redacción de las condiciones contractuales de Lyconet en general**

i) En el marco de la reestructuración del modelo de negocio de Lyoness en 2014, se revisaron exhaustivamente todas las condiciones contractuales. En particular, se estableció una clara separación entre el programa de reembolso Lyoness (programa de fidelización) y el sistema de distribución Lyconet. Esto se debe a que el programa de fidelización está dirigido exclusivamente a consumidores y, por lo tanto, debe cumplir los estrictos requisitos de protección del consumidor. Por el contrario, el **acuerdo de Lyconet está dirigido exclusivamente a personas autónomas que ejercen una actividad empresarial.**

ii) Dado que el acuerdo con Lyconet regula una actividad económica y la participación en un sistema de remuneración o retribución, las disposiciones correspondientes son, naturalmente, **más complejas y posiblemente no estén redactadas con suficiente precisión para el consumidor medio.** Sin embargo, como ya se ha dicho, esto se debe a que **los consumidores no deben celebrar este acuerdo.**

iii) Todas las condiciones contractuales (es decir, el acuerdo con Lyconet, las condiciones adicionales para la adquisición de vales de descuento y el plan de compensación) ya se presentaron en el procedimiento anterior de la WKStA 14 St 25/15t. Por lo tanto, el contrato **ya ha sido examinado por las autoridades judiciales** y el procedimiento correspondiente por sospecha de fraude **ha sido archivado con carácter definitivo** (véanse mis comentarios al respecto en la sección III).

7. **Sobre el punto 6 de la solicitud de declaración**

En este punto, la WKStA me ha solicitado que me pronuncie sobre las declaraciones contenidas en varias sentencias en las que *se afirma que «la parte demandada engañó a la parte demandante con intención fraudulenta sobre la naturaleza y el alcance de la inversión realizada»*. Sobre las distintas sentencias cabe señalar lo siguiente:

BRANDL
TALOS

a) ON 38, 35:

- i) El Tribunal de Primera Instancia en Materia Mercantil de Viena, en el procedimiento 2 C 268/22h, a través de la jueza Dra. Elisabeth Prachner, ha dictaminado que el modelo de negocio de Lyconet es un «sistema piramidal clásico» y que, además, no está claro en absoluto dónde va a parar la mayor parte del dinero ingresado. Debido a que la inversión se trata de un sistema piramidal prohibido,⁹³ el demandante fue engañado con intención fraudulenta sobre la naturaleza y el alcance de la inversión que realizó.
- ii) A esto hay que oponerse que precisamente la existencia de un sistema piramidal ya fue objeto del procedimiento 14 St 25/15t y que el Tribunal Regional Superior de Viena, en su resolución 22 Bs 5/16w de 12 de abril de 2016, llegó a la conclusión de que el sistema de Lyoness Europe AG no se trata precisamente de un sistema piramidal («esquema piramidal») relevante desde el punto de vista penal. La compraventa de vales de descuento solo constituye una pequeña parte del modelo de negocio global y existen otras posibilidades de obtener una remuneración.
- iii) La valoración del tribunal en el caso concreto contradice, por tanto, el resultado de la investigación mucho más exhaustiva del procedimiento 14 St 25/15t. Sin embargo, en el contexto descrito anteriormente, en el que en el procedimiento en cuestión solo debía examinarse la condición de consumidor de la parte demandante, Lyoness Europe AG no pudo impugnar con éxito las conclusiones citadas por falta de relevancia para el resultado del procedimiento.
- iv) Aparte de ello, esta interpretación jurídica contradice también la interpretación jurídica del Tribunal Regional Superior de Viena. En cuanto a la acusación de operar un sistema piramidal, el Tribunal Regional Superior de Viena ya se ha pronunciado al respecto en relación con los vales de descuento y los vales de descuento de edición limitada de Lyoness Europe AG objeto de litigio en el presente caso (entre otras, sentencias del Tribunal Regional Superior de Viena de 24 de febrero de 2021, 1 R 149/20v, los siguientes OLG Wien 1 R 95/21d, 5 R 101/21s y 4 R 16/21h), que la adquisición de vales de descuento y LEDV no puede ser objeto de rescisión por infracción del artículo 27 de la UWG, apartado 14 del anexo, en relación con el artículo 879, apartado 1, del ABGB, ya que no se dan los requisitos para la explotación de un sistema piramidal. El canje del vale y la prestación de la contraprestación documentada no dependen de que Lyoness Europe AG

⁹³ El Tribunal Regional de Leoben, en su sentencia de 11 de octubre de 2022 en el procedimiento 19 Cg 39/21h (ON 68.31, 27), también considera que el modelo de negocio de Lyconet es un sistema piramidal.

BRANDL
TALOS

o a otra empresa, sino que los vales de descuento pueden canjearse en cualquier momento. (véanse, en particular, los apartados 2.2 y 5.2 de las condiciones adicionales para vales de descuento de Lyonesse Europe AG).

Prueba: Resolución del Tribunal Regional Superior de Viena de 12 de abril de 2016, 22 Bs 5/16w (anexo ./40).

b) ON 41.2, 12 y 15:

- i) El Tribunal Regional de Klagenfurt, en su sentencia de 2.1.2023 sobre el caso 15 C 325/22h, estableció que la demandante «fue *engañada y confundida sobre las posibilidades de obtener ingresos pasivos*». Se le indujo a realizar inversiones mediante promesas, pero fue «*engañada y confundida*».⁹⁴
- ii) Sin embargo, estas declaraciones «solo» se encuentran en la valoración de las pruebas y en la apreciación jurídica. En cambio, en las «conclusiones», el tribunal estableció que la demandante había reclutado a tres conocidos o familiares y les había recomendado la tarjeta CashBack. Esto indicaría que, en principio, comprendía el modelo de negocio de Lyconet, pero que no era una comercializadora especialmente diligente ni exitosa.
- iii) Como ya se ha expuesto anteriormente en el punto IV.1, el objeto real del procedimiento era únicamente la cuestión de si la parte demandante era un consumidor en el sentido de la KSchG. En este contexto, las conclusiones negativas para Lyonesse Europe AG no pudieron ser impugnadas con éxito por carecer de relevancia para el resultado del procedimiento.

c) ON 73.3, 60:

- i) El Tribunal de Primera Instancia en Materia Mercantil de Viena, en su resolución en el procedimiento 1 C 249/22g, declaró que, en lo que respecta a la celebración concreta del contrato, «debía partirse de la base de que *existía dolo, dada la falta de valor de la afiliación*». Cabe señalar que esta **resolución** ha sido **revocada entretanto** por el Tribunal Mercantil de Viena, con referencia 1 R 105/23x, **debido a numerosos vicios de procedimiento**, y remitida al tribunal de primera instancia para que dicte una nueva resolución.
- ii) El motivo de la revocación fue que **no existían pruebas que respaldaran la afirmación anterior**, sobre todo teniendo en cuenta que el juicio se cerró sin haber **interrogado a ninguna persona**. En concreto, el Tribunal Mercantil de Viena declaró lo siguiente:

⁹⁴ ON 41.2, 12 y 15.

VIDEO DE BEKM

05/04/2024 13:51:50

BEKM VIDEO

05/04/2024 13:50:49

Porque su abogado no estaba allí otra vez, ¿verdad?

Me gustaría ver las condiciones adicionales de Lyonesse, ¿no son de Lyconet y Freidl las mezcla todas en un mismo saco? al menos 5 personas, como se describe arriba.

BRANDL TALOS

«El tribunal de primera instancia no expone en la sentencia cómo llegó a la conclusión de que la afiliación al EliteClub carecía de valor. En su valoración de las pruebas, el tribunal de primera instancia no se refiere al EliteClub y tampoco se encuentra en la propia resolución ninguna referencia a un resultado probatorio. Contra la falta de valor habla el hecho de que de la presentación del anexo ./AI y del contrato del anexo ./1 se desprende, al menos de forma aproximada, aunque difícilmente comprensible, que los miembros del EliteClub disponen de ciertas contraprestaciones» (Tribunal Mercantil de Viena, de 6 de noviembre de 2023, 1 R 105/23x, p. 13).

Prueba: Sentencia del Tribunal Mercantil de Viena de 6 de noviembre de 2023, 1 R 105/23x (anexo ./41).

8. Sobre el punto 7 de la solicitud de declaración

En este punto, la WKStA me ha solicitado que me pronuncie sobre las declaraciones contenidas en varias sentencias en las que se afirma que «no se pueden determinar contraprestaciones valiosas por parte de la parte demandada». Sobre las distintas resoluciones cabe señalar lo siguiente:

a) ON 21.15, 26; ON 29.2, 12; ON 68.12, 15 y ss.;

- i) El Tribunal Regional de Melk, en su sentencia de 10 de marzo de 2023, con referencia al expediente 20 C 285/21f, ha declarado lo siguiente: «Por lo tanto, las prestaciones del consumidor no se corresponden con ninguna contraprestación tangible».⁹⁵ En otras sentencias de 11 de abril de 2023, con referencia GZ 20 C 325/21p, y de 21 de diciembre de 2022, con referencia GZ 20 C 115/22g, la misma jueza llegó a la conclusión de no se puede determinar «qué contraprestación concretamente determinable recibió el demandante por los vales de descuento adquiridos»⁽⁹⁶⁾ y «en qué medida los puntos de compra dan derecho a ventajas reales y concretas en las empresas asociadas».⁽⁹⁷⁾ Al hacerlo, el tribunal pasa por alto que la contraprestación por los pagos de los comercializadores eran precisamente los propios vales de descuento, que podían utilizarse para compras propias o como herramienta de marketing.
- ii) Estas conclusiones también contradicen el resultado de la investigación inicial sobre el caso 14 St 25/15t, en el que el Tribunal Regional Penal de Viena, en su resolución de sobreseimiento de 18 de noviembre de 2015, estableció que los comercializadores, al adquirir los vales de descuento, adquirirían un derecho de expectativa o un derecho a bienes o servicios por el valor equivalente al vale.⁽⁹⁸⁾

⁹⁵ ON 21.15, 26; ON 29.2, 23.

⁹⁶ Igualmente ON 68.12, 15.

⁹⁷ ON 29.2, 12.

⁹⁸ ON 1170, 14 St 25/15t, p. 10.

BRANDL
TALOS

- iii) Al igual que en la mayoría de los demás procedimientos civiles, ante el Tribunal de Distrito de Melk, el **valor o el funcionamiento de los vales de descuento no fueron relevantes para la decisión**. Más bien, solo había que aclarar si el acuerdo Lyconet y el plan de compensación entre Lyoness Europe AG y la parte demandante (como posible consumidor) se habían acordado efectivamente. A este respecto, el tribunal declaró: «*Todas estas cláusulas inusuales, perjudiciales y opacas, al igual que el plan de compensación en su conjunto, son nulas*». ⁽⁹⁹⁾
- iv) Debido a la falta de relevancia para la decisión, no fue posible impugnar con éxito las conclusiones correspondientes o, en el contexto de la decisión del Tribunal Supremo de 29 de noviembre de 2021 en el procedimiento 8 Ob 71/21f, las perspectivas de éxito eran escasas desde el principio, por lo que tampoco se llevó a cabo un procedimiento probatorio exhaustivo en el que Lyoness Europe AG pudiera demostrar el valor de sus productos.

b) ON 39.2, 47 y siguientes, y ON 49, 116 y 118;

- v) En su sentencia de 30 de noviembre de 2022 sobre el asunto GZ 40 Cg 103/21v, el Tribunal Regional de St. Pölten examinó en varias páginas el modelo de negocio de Lyoness Europe AG, pero sin entrar en profundidad. Si el tribunal hubiera examinado más detenidamente el modelo de negocio, probablemente no habría llegado a la conclusión de que «*no se puede determinar con exactitud cuál es el objetivo de los vales de descuento ni qué contraprestación concreta reciben las demandantes a cambio de ellos*». ⁽¹⁰⁰⁾
- vi) El Tribunal Regional de St. Pölten llega a conclusiones similares en su sentencia de 13 de octubre de 2022 en el procedimiento 24 Cg 32/22m. Según este, el demandante *no* habría recibido «*ninguna contraprestación equivalente, sino solo productos ficticios sin valor*» a cambio de los pagos. ¹⁰¹El tribunal también señaló que no podía determinar «*qué contraprestación concreta recibió el demandante por [los vales de descuento]*». ¹⁰²Tampoco se podía determinar en qué medida los puntos de compra daban derecho a ventajas reales en las empresas asociadas.
- vii) Sin embargo, esta cuestión ya ha sido respondida de manera suficiente (como se ha mencionado en varias ocasiones) por el Tribunal Regional de lo Penal de Viena en su resolución de 18 de noviembre de 2015, 317 HR 124/14h (en el procedimiento 14 St 25/15t): «*De los autos se desprende más bien que, al adquirir los vales, el miembro obtiene bienes o*

⁹⁹ ON 21.15, 16.

¹⁰⁰ ON 39.2, 47 y ss.

¹⁰¹ ON 49, 118.

¹⁰² ON 49, 116.

BRANDL
TALOS

*adquiere servicios por el valor equivalente a los vales. De este modo, se adquiere un derecho de expectativa».*¹⁰³ Asimismo remito a mis explicaciones detalladas sobre el concepto de vales de descuento en el punto A.II.5.

c) ON 40.2, 323; ON 45.2, 88:

- i) El Tribunal de Distrito de Korneuburg, en su sentencia de 29 de junio de 2022, con el número de referencia 19 C 395/21h, ha declarado lo siguiente: «*La parte demandada promociona las inversiones en estas nubes con el argumento de que se obtienen ingresos pasivos sin necesidad de captar a otros miembros, pero, en realidad, el sistema de remuneración no ofrece ninguna ventaja si cada comercializador no capta a otros clientes. **Contrariamente a la garantía de ganancias ofrecida por la demandada, la parte demandante no ha recibido ningún pago correspondiente a sus inversiones***». ⁽¹⁰⁴⁾ En su sentencia de 29 de junio de 2022 sobre el asunto 19 C 397/21b, el tribunal llegó finalmente a las mismas conclusiones en otro caso.

- ii) De la sentencia 19 C 395/21h se desprende que la demandada pagó un importe de 199,14 euros por la compra de vales de descuento de 199,14 euros durante un periodo de aproximadamente 10 años. Estos pagos correspondían a la actividad de la demandante, es decir, la demandada pagó el descuento sin captar a otros compradores. Ni el plan de negocio ni las condiciones de las diferentes nubes prometen ganancias más elevadas.

BEKM VIDEO

05/04/2024 13:54:26

Número de caso: 19 C 395/21h

Número de referencia: 19 C 395/21h

Número de pago: 199,14 euros

Número de años: 10 años

Número de miembros: 19 miembros

Número de vales: 199,14 vales

Número de pagos: 199,14 pagos

Número de ganancias: 199,14 ganancias

Número de pérdidas: 199,14 pérdidas

Número de beneficios: 199,14 beneficios

Número de costos: 199,14 costos

Número de ingresos: 199,14 ingresos

Número de gastos: 199,14 gastos

Número de utilidades: 199,14 utilidades

Número de pérdidas: 199,14 pérdidas

Número de ganancias: 199,14 ganancias

Número de costos: 199,14 costos

Número de ingresos: 199,14 ingresos

Número de gastos: 199,14 gastos

Número de utilidades: 199,14 utilidades

Número de pérdidas: 199,14 pérdidas

Número de ganancias: 199,14 ganancias

Número de costos: 199,14 costos

Número de ingresos: 199,14 ingresos

Número de gastos: 199,14 gastos

Número de utilidades: 199,14 utilidades

Número de pérdidas: 199,14 pérdidas

Número de ganancias: 199,14 ganancias

Número de costos: 199,14 costos

Número de ingresos: 199,14 ingresos

Número de gastos: 199,14 gastos

Número de utilidades: 199,14 utilidades

Número de pérdidas: 199,14 pérdidas

Número de ganancias: 199,14 ganancias

Número de costos: 199,14 costos

Número de ingresos: 199,14 ingresos

Número de gastos: 199,14 gastos

Número de utilidades: 199,14 utilidades

Número de pérdidas: 199,14 pérdidas

Número de ganancias: 199,14 ganancias

Número de costos: 199,14 costos

Número de ingresos: 199,14 ingresos

Número de gastos: 199,14 gastos

Número de utilidades: 199,14 utilidades

Número de pérdidas: 199,14 pérdidas

Número de ganancias: 199,14 ganancias

Número de costos: 199,14 costos

Número de ingresos: 199,14 ingresos

Número de gastos: 199,14 gastos

Número de utilidades: 199,14 utilidades

Número de pérdidas: 199,14 pérdidas

Número de ganancias: 199,14 ganancias

Número de costos: 199,14 costos

Número de ingresos: 199,14 ingresos

- iii) De hecho, ninguno de los documentos oficiales de Lyconet incluye un importe concreto de distribución procedente de las diferentes nubes, ya que este depende del volumen de compras futuro de cada comprador y, por lo tanto, no es previsible. Por este motivo, por ejemplo, el Tribunal de Distrito de Melk, en su sentencia de 10 de marzo de 2023 en el procedimiento 20 C 285/21f, señaló acertadamente que «*sin embargo, en el evento no se especificó cuál sería el importe concreto de las ganancias*».⁽¹⁰⁵⁾

d) ON 41.2, 11:

- i) El Tribunal Regional de Klagenfurt, en su sentencia de 2 de enero de 2023 en el procedimiento 15 C 325/22h, ha dictaminado, entre otras cosas, lo siguiente: «*Si [la demandante] hubiera sabido que sus pagos no eran reembolsables, que los beneficios prometidos nunca se obtendrían ni se pagarían y que sus pagos no tenían una contraprestación equivalente, no habría realizado los*

¹⁰³ ON 1170, 14 St 25/15t, p. 10.

¹⁰⁴ ON 40.2, 323; 45.2, 88.

¹⁰⁵ ON 21.15, 15: Juzgado de Primera Instancia de Melk, 10 de marzo de 2023, 20 C 285/21f.

BRANDL TALOS

«Nunca se han realizado inversiones»¹⁰⁶ y: «Su inversión total no tiene un contravalor adecuado»¹⁰⁷

- ii) De hecho, ningún documento contiene un importe concreto de distribución procedente de las diferentes nubes, ya que este depende del volumen de compras futuro de cada comprador y, por lo tanto, no es previsible. Por este motivo, por ejemplo, el Tribunal Regional de Melk, en su sentencia de 10 de marzo de 2023 en el procedimiento 20 C 285/21f, señaló acertadamente *que «sin embargo, en el evento no se precisó cuál sería el importe concreto de los beneficios»* ⁽¹⁰⁸⁾.
- iii) En la sentencia concreta del Tribunal Regional de Klagenfurt tampoco se establece la cuantía que la demandante esperaba realmente recibir. Sin embargo, se constató que, en un plazo de aproximadamente dos años y medio, recibió distribuciones por valor de 526,55 euros (es decir, alrededor del 5 %) por el importe invertido de 10 450 euros. Por lo tanto, no comprendo por qué, en opinión del tribunal de primera instancia, se trata solo de un «pago marginal» ⁽¹⁰⁹⁾. Se trata, en efecto, de una remuneración que la demandante recibió además de la posibilidad de utilizar sus pagos para diversos descuentos y ofertas, sin haber captado a un solo comprador.
- iv) En este contexto, cabe señalar que el tribunal no ha interpretado correctamente el sistema Lyconet. Así, por ejemplo, ha declarado que no se aprecia «por qué sería necesario un sistema como el que opera la demandada para la adquisición de un simple vale de compra, ni por qué debería realizarse tal esfuerzo».¹¹⁰ Sin embargo, los vales de descuento en cuestión **no son vales (por mercancías) que puedan canjearse por mercancías concretas sin pago adicional, sino vales de descuento** que solo pueden canjearse por ventajas del mismo importe y utilizarse como herramienta de marketing.

e) ON 42.2, 262:

- i) El Tribunal Mercantil de Viena, en su sentencia de 13 de noviembre de 2020, en el procedimiento 19 Cg 13/20p, estableció, entre otras cosas, que no se podía determinar que los puntos de compra dieran derecho a ventajas de compra en empresas asociadas ni en qué medida se podían utilizar las nubes en una compra real. El demandante obtenía ingresos pasivos a través de

BEKM VIDEO

2024-04-05 13:55:59

¿Cómo puede un vale de descuento tener el mismo valor que una ventaja? Si es así, ¿para qué necesito un vale de descuento?

¹⁰⁶ ON 41.2, 11.

¹⁰⁷ ON 41.2, 15.

¹⁰⁸ ON 21.15, 15: Juzgado de Primera Instancia de Melk, 10 de marzo de 2023, 20 C 285/21f.

¹⁰⁹ ON 41.2, 12.

¹¹⁰ ON 41.2, 12.

quería obtener beneficios de las inversiones, pero que, contrariamente a lo prometido por los recomendantes, nunca las adquirió. «Las prestaciones del demandante no fueron compensadas por ninguna contraprestación de la demandada».¹¹¹

- ii) Después de haber comentado con más detalle en otro lugar el posible uso de los puntos de compra, me gustaría abordar **otro hecho relacionado con esta sentencia**:
- iii) Tras la conclusión del juicio en este procedimiento, Lyoness fue informada por terceros por escrito de que **el representante legal del demandante y representante de la parte civil**, el Dr. Josef Fromhold, **había facilitado al testigo** (y hijo del demandante) Ab-naoub Mikhaeil una **lista de preguntas y respuestas preformuladas** que había sido preparada específicamente para este juicio. En este contexto, Lyoness presentó una demanda de reapertura, que, sin embargo, fue desestimada por motivos formales debido a un lamentable incumplimiento del plazo.
- iv) En cuanto al contenido, el Tribunal Regional Superior de Viena, en su resolución de 24 de septiembre de 2021 sobre el asunto 4 R 103/21b, se pronunció sobre esta lista de preguntas y respuestas de la siguiente manera: «Según las constataciones de la resolución impugnada, la lista de preguntas y respuestas no contiene (únicamente) información general o disposiciones, sino que se dirige directamente al testigo M. y, en vista de su declaración, se le insta a proporcionar determinados datos, por ejemplo, de la siguiente manera: «La jueza solo desea que se confirme brevemente [...]». De Lyoness no declara nadie, por lo que solo es válida su declaración. Por lo tanto, diga solo lo que le convenga y no declare en favor de Lyconet» (BA 9). La relación con el proceso anterior ya se desprende de la propia lista, como se deduce fácilmente de los siguientes pasajes: «Mi padre tampoco quería convertirse en empresario autónomo con el registro, trabajaba como sastre» (BA 9), y más adelante (declaración impuesta al testigo): «El dinero es de mi padre, yo solo lo administraba porque él no quería ocuparse de ello» (BA 11). Una vez más, en el pasaje de la lista relativo al empleo del padre, se dirige personalmente al testigo y se le da instrucciones: «No tiene que decir nada más, no hay pruebas en contra, no diga que era autónomo».

«Sin embargo, en el examen abstracto que procede, ya del propio documento se desprende su idoneidad para provocar un cambio sustancial en la valoración de las pruebas, ya que de él mismo se desprende el propósito de inducir al testigo a realizar las declaraciones deseadas por el autor de la lista, que supuestamente favorecen el resultado del proceso. Del mismo modo, de

¹¹¹ ON 42.2, 266.

BRANDL TALOS

del contenido de la lista que su creador quería favorecer la causa del demandante y que, por lo tanto, la lista debe atribuirse a la parte demandante.

- v) El procedimiento se llevó a cabo contra Lyonesse Europe AG, myWorld Austria GmbH y Lyconet Austria GmbH, y se reclamó la responsabilidad solidaria de estas empresas. Sin embargo, el Tribunal Regional Superior de Viena anuló la sentencia contra myWorld Austria GmbH y Lyconet Austria GmbH mediante la sentencia 4 R 16/21h y la modificó en un sobreseimiento de la demanda contra estas empresas. Se denegó expresamente la responsabilidad por enriquecimiento injusto y por daños y perjuicios de myWorld Austria GmbH y Lyconet Austria GmbH por los productos de Lyonesse Europe AG. Esto se ajusta ahora a la jurisprudencia consolidada.

f) ON 44.2, 170:

- i) El Tribunal Regional de Voitsberg, en su sentencia de 19 de octubre de 2022, con el número de referencia 5 C 25/22h, ha formulado varias conclusiones que, en esta forma, contradicen las conclusiones de otros tribunales y, en particular, las del Tribunal Regional de Viena en su resolución de archivo del procedimiento 14 St 25/15t.

- ii) Así, el tribunal sostiene que «con la compra de los vales de descuento no se obtiene ninguna contraprestación en forma de bienes o servicios por el valor correspondiente. El miembro debe comprar dichos vales de descuento para tener derecho a la remuneración».¹¹²

- iii) En el punto A.II.7. ya he señalado que en Austria, en 2018, 15 204 comercializadores activos que recibieron un total de 13 791 069,79 euros en concepto de remuneraciones. Esto equivale a unos ingresos medios de 907,07 euros por comercializador. En el procedimiento 14 St 25/15t ya se demostró detalladamente que, en el sistema de Lyonesse Europe AG, los comercializadores podían tener derecho a una remuneración sin problemas, sin haber adquirido nunca un vale de descuento.

- iv) Además, parece que el tribunal ha confundido los vales de descuento con los vales de compra «normales». Los vales de descuento otorgan al comprador un derecho de expectativa transferible, pero no sobre un producto o servicio concreto, sino sobre descuentos y ventajas que, en cuanto a su alcance, corresponden exactamente al valor del vale de descuento.

- v) Sin embargo, todos estos temas y constataciones no forman parte de la resolución del procedimiento concreto. Más bien, solo se trata de una cuestión de derecho demandante

BEKM VIDEO

05/04/2024 13:58:23

¿Se necesita un vale de descuento para poder acceder a descuentos y ventajas?
¿No se trata entonces más bien de una tarjeta de ventajas? El término no es correcto.

¹¹² ON 44.2, 170.

BRANDL TALOS

El consumidor era y, por lo tanto, las disposiciones del acuerdo Lyconet podían acordarse de forma efectiva. En vista de la decisión del Tribunal Supremo a 8 Ob 71/21f, no era prometedor impugnar las conclusiones mencionadas anteriormente.

g) 46.2, 101 y ss.; ON 46.2, 129:

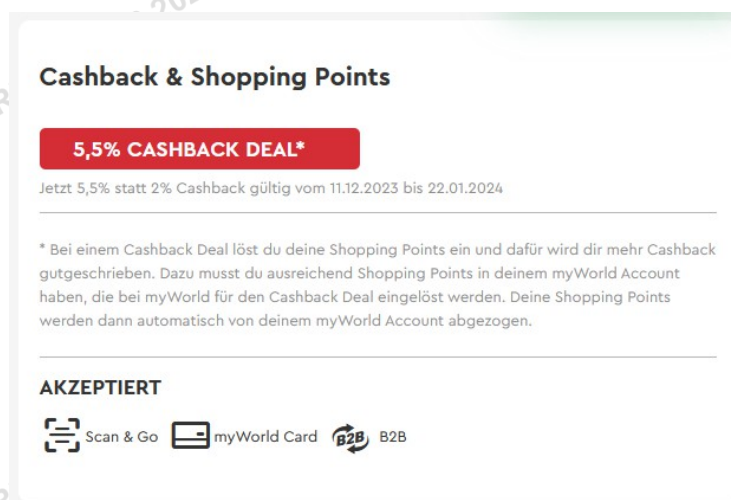
- i) El Tribunal Regional de Linz, en su sentencia de 29 de julio de 2022 en el procedimiento 15 Cg 9/22z, llegó a la conclusión de que se planteaba la cuestión de qué ventaja obtenía realmente el adquirente de un vale de descuento de esta operación. Quedarían totalmente en el aire las ventajas concretas que el demandante habría obtenido con las nubes. Estas conclusiones fueron asumidas prácticamente sin modificaciones por el Tribunal Superior Regional de Linz en su sentencia de 3 de octubre de 2022 en el procedimiento 1 R 88/22z.
- ii) En cuanto al funcionamiento de los vales de descuento, ya he señalado anteriormente, en el punto A.II.5., que estos no están concebidos para consumidores como el demandante del presente procedimiento. Para los consumidores puros, la compra de un vale de descuento no ofrece ninguna ventaja significativa. Las **ventajas solo se obtienen cuando los utiliza un comercializador profesional**, que puede comprar vales de descuento para alcanzar más rápidamente sus objetivos profesionales, impulsar las ventas de «sus» compradores y captar nuevos clientes mediante descuentos adicionales.
- iii) Por lo tanto, el vale de descuento es una herramienta de marketing que solo aporta ventajas al comprador a través del pago de puntos de compra asignados. Por lo tanto, también se pueden comparar con los obsequios publicitarios, que, aunque pueden suponer una pérdida para las empresas en indiscutible al fidelizar a los clientes.
- iv) En este contexto, también hay que entender las nubes **incentivo adicional por la adquisición de un vale de descuento de edición limitada**. Las nubes en sí mismas nunca se pudieron comprar, por lo que no suponían ninguna ventaja inmediata. Más bien, las nubes dan derecho a los vendedores a una posible distribución futura de puntos de compra, cuyo importe exacto no se puede estimar de antemano, ya que depende del volumen de compras futuro de los compradores sin recomendadores en un periodo de varios años.

BEKM VIDEO una ventaja
05/04/2024 13:59:21

¿Entonces no hay descuentos ni ventajas,
hay que comprar regalos promocionales?
¿EH?

h) 46.2, 538 y 542; ON 71.7, 24, 29, 30:

- i) El Tribunal Mercantil de Viena, en su sentencia de 13 de marzo de 2023 en el procedimiento 53 Cg 37/21v, ha formulado numerosas conclusiones negativas. Según estas, no se puede determinar que los Shopping Points den derecho a ventajas de compra ni en qué medida se pueden utilizar realmente las nubes. Ya había llegado a conclusiones similares en su sentencia de 29 de noviembre de 2022 en el procedimiento 53 Cg 42/21d.
- ii) En ambos casos, el único factor relevante para la decisión fue si el demandante era un consumidor o un empresario. De ello dependía si las disposiciones del acuerdo de Lyconet eran válidas o si se podían reclamar los pagos realizados en vales de descuento. Por lo tanto, **no se llevó a cabo un procedimiento probatorio más detallado** en relación con las conclusiones mencionadas.
- iii) Como ejemplo de una posibilidad de que los puntos de compra den derecho a ventajas de compra, me remito a la oferta de reembolso que figura a continuación, según la cual los compradores obtienen un 5,5 % en lugar de un 2 % de reembolso por el uso de puntos de compra. En la página de inicio de myWorld se pueden encontrar regularmente ofertas similares, en las que los compradores pueden utilizar los puntos de compra de su cuenta para obtener más reembolso del habitual.



(Captura de pantalla de la página de inicio de myWorld:< https://www.myworld.com/at/cashback/de-at/106294-speckalm-sau-guad?utm_source=search>;))

- iv) Además, el Tribunal de Comercio de Viena ha dictaminado lo siguiente en ambos procedimientos: «*Contrariamente a lo prometido por los recomendantes, el demandante nunca obtuvo ingresos pasivos*».¹¹³ No conozco personalmente a los recomendantes mencionados por los respectivos demandantes ni a los propios demandantes.

¹¹³ ON 46.2, 542; 71.7, 30.

**BRANDL
TALOS**

Conocido. Por lo tanto, no puedo proporcionar más detalles sobre las promesas que se han hecho a los demandantes. Sin embargo, en el material de comunicación oficial relacionado con las diferentes nubes no se hace referencia alguna a unos «ingresos pasivos» ni se promete un importe concreto de distribución.

v) En el procedimiento 53 Cg 42/21d, el Tribunal Mercantil de Viena determinó además que *«las prestaciones del demandante no tenían contraprestación alguna por parte de la demandada»*.¹¹⁴ Esto contradice las conclusiones del tribunal, según las cuales el demandante había «invertido» en varios vales de descuento de edición limitada. Mediante la compra de estos vales de descuento, el demandante adquirió un derecho de expectativa sobre los descuentos correspondientes por el importe de sus pagos y, además, el derecho a participar en el sistema de remuneración, así como en las respectivas nubes. Sin embargo, el hecho de que se hayan obtenido o se hubieran obtenido ventajas financieras y de qué tipo depende, entre otras cosas, del volumen de negocios de los compradores «libres» en la nube correspondiente.

i) ON 47.2, 55:

i) El Tribunal Regional de Graz, en su sentencia de 2 de febrero de 2022 en el procedimiento 23 Cg 70/21g, ha realizado diversas declaraciones en el marco de la valoración jurídica. Entre otras cosas, *«no es necesario determinar si se trata de un sistema piramidal»*.⁽¹¹⁵⁾ Sin embargo, el Tribunal Regional de lo Penal de Viena ya determinó en su resolución de 18 de noviembre de 2015 que no se trata de un sistema de este tipo.⁽¹¹⁶⁾

ii) De las condiciones generales y del contenido del acuerdo de Lyconet se desprende *«que en la descripción no figura ningún producto comprensible como contraprestación de los pagos del demandante»*.¹¹⁷ A este respecto, remito a mis comentarios sobre la función exacta de los vales de descuento y las ventajas que estos suponían para los distintos comercializadores (apartado A.II.5.).

j) ON 62.8, 11 y 13:

Se trata de la sentencia del Tribunal de Distrito de Neulengbach de 18 de junio de 2021 en el procedimiento con número de referencia GZ 2 C 749/20x. La WKStA me ha solicitado por separado, en el punto 9, que presente mis observaciones sobre este procedimiento, por lo que voy a entrar en más detalle sobre estas conclusiones más adelante, en el punto A.V.10.

¹¹⁴ ON 71.7, 30.

¹¹⁵ ON 47.2, 55.

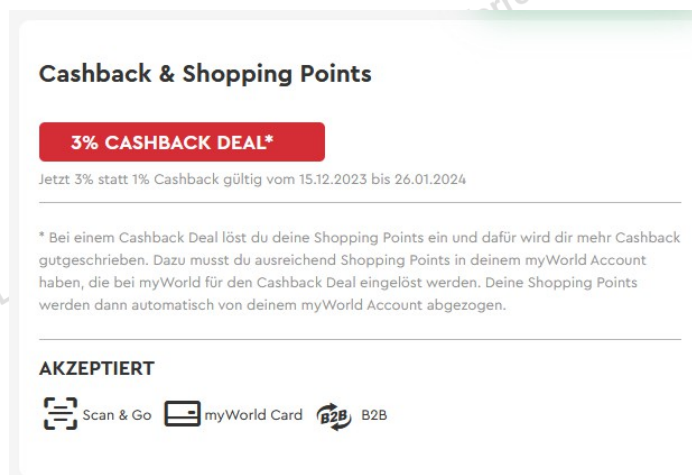
¹¹⁶ ON 1170, 14 St 25/15t.

¹¹⁷ ON 47.2, 55.

BRANDL
TALOS

k) ON 68.20, 13:

- i) El Tribunal Regional de Melk, en su sentencia de 18 de octubre de 2022 en el procedimiento 12 C 727/21x, determinó que no se podía determinar qué otro fin perseguían los vales de descuento, qué contraprestación recibía la demandante por los vales de descuento y en qué medida los puntos de compra daban derecho a ventajas reales y concretas en las empresas asociadas. En cuanto a la finalidad y la función de los vales de descuento, remito a mis comentarios en el punto A.II.5. del presente dictamen; en cuanto a las constataciones generales (idénticas) del Tribunal de Distrito de Melk en procedimientos paralelos, remito al punto A.V.8.a).
- ii) El tribunal competente ya podría haber determinado a qué contraprestaciones dan derecho los Shopping Points en las empresas asociadas con solo echar un vistazo a la página web de myWorld. En ella se publican regularmente ofertas especiales de reembolso en las que los compradores pueden canjear sus Shopping Points por descuentos adicionales o reembolsos.



(Captura de pantalla de la página web de myWorld <https://www.myworld.com/at/cashback/de-at/107609-kartbahn-blinden-markt?utm_source=search>; consultada el 18.1.2024)

l) ON 68.26, 18 f:

El Tribunal Regional de Weiz, en su sentencia de 30 de mayo de 2023 sobre el asunto 42 C 560/20y, ha determinado que los vales de descuento, cuando se utilizan como tales, no suponen en sí mismos ninguna ventaja para el comprador. Si nos basamos en el uso descrito por el tribunal para compras propias o ajenas (es decir, el uso por parte de un consumidor), sin tener en cuenta el sistema de remuneración, se podría llegar a esta conclusión. Sin embargo, como ya se ha expuesto en el punto II.5, el verdadero valor de los vales de descuento reside en su posible uso como herramienta de marketing para los comercializadores autónomos de Lyconet que crean una red de compras o

BRANDL
TALOS

o como medio para alcanzar más rápidamente determinados umbrales de facturación o de carrera profesional.

m) ON 73.3, 51:

- i) El Tribunal de Primera Instancia en Materia Mercantil de Viena, en su sentencia de 26 de enero de 2023 en el procedimiento 1 C 249/22g, declaró lo siguiente: «*Los servicios, vales y nubes adquiridos por la demandante carecen de valor. Lo mismo se aplica a la afiliación al Elite Club*». ⁽¹¹⁸⁾ Esta decisión ha sido revocada entretanto por el Tribunal de Comercio de Viena el 6 de noviembre de 2023, con el número 1 R 105/23x, debido a numerosos vicios de procedimiento, y se ha remitido al tribunal de primera instancia para que dicte una nueva resolución.
- ii) El motivo de la revocación fue que no existían pruebas que respaldaran la conclusión anterior, sobre todo teniendo en cuenta que el juicio se cerró sin que se escuchara a ninguna de las partes. En concreto, el Tribunal Mercantil de Viena declaró lo siguiente:

«El tribunal de primera instancia no expone en la sentencia cómo llegó a la conclusión de que la afiliación al EliteClub carecía de valor. En su valoración de las pruebas, el tribunal de primera instancia no se refiere al EliteClub y tampoco se encuentra en la propia resolución ninguna referencia a un resultado probatorio. Contra la falta de valor habla el hecho de que de la presentación del anexo ./AI y del contrato del anexo ./1 se desprende, al menos de forma aproximada, aunque difícilmente comprensible, que los miembros del EliteClub disponen de ciertas contraprestaciones» (Tribunal Mercantil de Viena, de 6 de noviembre de 2023, 1 R 105/23x, p. 13).

- iii) En cuanto al valor de los demás productos, concretamente del Marketing+ y del IT Loyalty Program Reseller IT Service, el Tribunal de Comercio de Viena ha declarado que estas constataciones carecen de relevancia. El tribunal ha motivado esta decisión alegando que la demandada «*está obligada a reembolsar los importes pagados por los productos Loyalty Program Reseller IT Services y Marketing+, independientemente de la falta de valor constatada*» ⁽¹¹⁹⁾, ya que no se ha alegado concretamente qué contraprestación debe imputarse a myWorld Austria GmbH.
- iv) En relación con el producto objeto del procedimiento «Marketing+», varios tribunales —concretamente, en procedimientos en los que hemos presentado alegaciones al respecto— ya han declarado que

¹¹⁸ 73,3 ,51.

BRANDL
TALOS

se adquiere una contraprestación concreta. «Marketing+» es un servicio informático o el acceso a una plataforma que sirve a los intermediarios comerciales independientes como apoyo para la creación de su red. En este contexto, el Tribunal Regional de Viena (BGHS Wien) desestimó la demanda relacionada con Marketing+ en el caso 9 C 113/21i (Michael Koc) y expuso los siguientes motivos:

*«En segundo lugar, según los hechos probados, no se puede afirmar que el producto adquirido «Marketing+» fuera un producto ficticio. En el marco de este producto, la demandada **prestaba un servicio informático real**. El demandante, como parte contratante legítima, obtuvo acceso a una plataforma en línea relacionada con dicho producto, donde podía ver vídeos para obtener información por sí mismo o para reenviarlos a otros participantes del programa que él mismo había captado o que él mismo iba a captar.*

El demandante utilizó este servicio informático durante cinco meses antes de rescindirlo en el marco de las posibilidades de rescisión en cualquier momento, que la demandada también había concedido.

- v) Del mismo modo, el BGHS de Viena declaró lo siguiente en este contexto en el procedimiento 20 C 435/22z (Lukas Studeny):

«En la medida en que el demandante reclama el reembolso de 294 euros por el producto Marketing+, se desprende de las conclusiones que, en el marco de dicho producto, la segunda parte demandada prestó un servicio informático real. El demandante obtuvo el derecho a acceder a una plataforma en línea relacionada, donde podía ver vídeos para obtener información por sí mismo o reenviarlos a otras personas. No se trata de un producto ficticio». (Anexo ./27)

- vi) El BGHS de Viena llegó a conclusiones similares en el procedimiento 3 C 103/23b (Jessica Pany). Además, el Tribunal Mercantil de Viena examinó más detenidamente las condiciones de uso de «Marketing+» y, en varios procedimientos, por ejemplo, en la sentencia de 19 de julio de 2022 sobre 60 R 62/22f o sobre 1 R 150/21m, llegó a la conclusión de que estas condiciones de uso no son opacas ni gravemente perjudiciales.
- vii) Los productos y servicios vendidos por myWorld Austria GmbH exclusivamente para comercializadores en Lyco-net Austria GmbH tienen, al menos para

BRANDL TALOS

Los profesionales del marketing con éxito valoran estos cursos como una herramienta de marketing y como una oportunidad para ascender más rápidamente en su carrera profesional. Estos cursos tienen un valor real, como demuestran numerosas sentencias contrarias (incluidas sentencias de apelación), especialmente en relación con Marketing+ y los servicios informáticos que incluye.

Prueba: Sentencia del BGHS de Viena de 23.10.2023 sobre 20 C 435/22z (anexo ./27);
sentencia del Tribunal Mercantil de Viena de 6.11.2023, 1 R 105/23x (anexo ./41);
Sentencia del BGHS de Viena de 3 de diciembre de 2021 sobre 9 C 113/21i (anexo ./42).

9. Sobre el punto 8 de la solicitud de dictamen

- a) La WKStA me ha solicitado además que me pronuncie sobre las conclusiones del Tribunal de Distrito de Liezen en la sentencia de 7 de junio de 2022 en el procedimiento con número de referencia GZ 2 C 637/20w. En dicho procedimiento, la demandante, la Sra. Irmgard Kirchmaier, reclamaba a Lyonesse Europe AG la cantidad de 13 050,00 euros. La Sra. Kirchmaier había adquirido previamente, entre 2018 y 2020, vales de descuento y vales mVoucher por dicho importe.
- b) En el procedimiento propiamente dicho no se llevó a cabo un amplio procedimiento probatorio, ya que, tras una reducción de la demanda por el importe de 495,83 euros, que la demandante había recibido en concepto de pagos a lo largo del tiempo, la reclamación ya no era controvertida en cuanto a su fundamento y cuantía. **Por lo tanto, no se celebró ningún interrogatorio de las partes, sino que solo se interrogó al demandante.**
- c) En este caso concreto, el tribunal **dictó sentencia oralmente** y, **estaba el abogado de L/L/M** **si no era controvertida, se renunció a interponer recurso.** Por lo tanto, el tribunal de primera instancia pudo, en la versión resumida de la sentencia, sin una verdadera valoración de las pruebas, llegar a conclusiones basadas únicamente en las afirmaciones de la demandante o de su hijo. De hecho, las afirmaciones, en parte muy negativas, sobre el modelo de negocio de Lyonesse podrían refutarse sin problemas.
- d) Como ya he demostrado anteriormente, el modelo de negocio de Lyonesse Europe AG se basaba en su mayor parte en las compras de los compradores, que en 2018, cuando la demandante comenzó a comprar vales de descuento, generaron un volumen de ventas de 796 587 837,47 euros (es decir, 800 millones de euros). Por lo tanto, el sistema era rentable en todo momento solo con su actividad principal y nunca «orientado a una aportación continua de capital».⁽¹²⁰⁾
- e) El hecho de que el tribunal de primera instancia no haya examinado realmente el modelo de negocio de Lyonesse Europe AG también se desprende de las conclusiones relativas a los descuentos

¹²⁰ ON 47.2, 211.

Vouchern. En opinión del BG Liezen, la principal obligación de Ly-oness Europe AG es «pagar una remuneración» a los compradores. Sin embargo, como se explica con más detalle en el punto

A.II.5., los vales de descuento son más bien una herramienta de marketing para comerciantes profesionales. Solo estos (y no los simples compradores) podían utilizar los vales de descuento para su finalidad real, es decir, conceder a los miembros potenciales o existentes de la comunidad de compras posibilidades de descuento adicionales, motivándoles así a comprar y, a su vez, beneficiándose indirectamente de las compras realizadas (a través de puntos de compra).

- f) Lo mismo ocurre con las demás conclusiones del tribunal de primera instancia. Estas deben tomarse en consideración tal y como están formuladas, aunque probablemente no se habrían adoptado si se hubiera llevado a cabo un procedimiento probatorio más exhaustivo.

10. Sobre el punto 9 de la solicitud de dictamen

- a) En el procedimiento ante el Juzgado de Primera Instancia de Neulengbach, con el número de referencia 2 C 749/20x, el demandante, el Sr. Tobias Klingenbrunner, reclamó la devolución de sus pagos por un importe de 2572 euros. En la sentencia de 18 de junio de 2021, el tribunal de primera instancia formuló diversas conclusiones sin haber procedido al interrogatorio de la parte demandada, que había sido solicitado expresamente. Sin embargo, algunas de las conclusiones podrían haberse refutado en cualquier caso si se hubiera llevado a cabo un procedimiento probatorio más exhaustivo, al que, por otra parte, la demandada ya había renunciado por motivos puramente económicos, debido al escaso valor del litigio. La valoración de las pruebas no habría sido impugnabile en cualquier caso, dado que el valor del litigio ascendía a 2572,00 euros.
- b) El tribunal de primera instancia determinó, por ejemplo, que para el comercializador individual «una actividad lucrativa es prácticamente imposible».¹²¹ Como ya he señalado en el punto A.II.7., en 2019 (es decir, antes de los «años del coronavirus») había 704 726 comercializadores registrados en Lyoness Europe AG. Estos recibieron remuneraciones del sistema en función de su nivel profesional. En total, en 2018 se distribuyeron comisiones por valor de unos 152 millones de euros entre todos los comercializadores. Los ingresos medios de un comercializador de nivel profesional 6 ascendían a unos 3600 euros al mes.
- c) Solo se puede estar de acuerdo con el tribunal de primera instancia en que los pagos (no especialmente elevados) del demandante no podían dar lugar a pagos económicamente relevantes. Los comercializadores solo pueden disfrutar de remuneraciones significativas si reclutan a numerosos nuevos miembros (compradores), que a su vez realizan un volumen de compras correspondiente.

¹²¹ ON 62.8, 11.

BRANDL
TALOS

- d) Además, no me parece comprensible la afirmación de que *«los clientes captados deben alcanzar cada mes un volumen de negocios absurdamente elevado en las empresas asociadas, de modo que el comercializador obtenga al menos unos ingresos mensuales razonables»*¹²². Más bien, el propio tribunal de primera instancia parte de la base de que para un pago de 600 euros es necesario un volumen de negocios imputable de 24 000 euros.¹²³ Si se parte de la base de que cada comprador realiza compras de primera necesidad por un importe mensual de 400 euros a través de empresas asociadas, un comercial solo tiene que captar a 60 compradores de este tipo para poder disfrutar de la remuneración mencionada. Sin embargo, las redes de comercializadores de éxito están formadas en parte por varios (cientos de) miles de personas. A nivel mundial, los comercializadores del nivel 6 de carrera han recibido recientemente remuneraciones mensuales de alrededor de 3600 euros.
- e) La afirmación de que era necesario pagar 50 euros adicionales al mes para mantener el derecho a la prestación fue matizada por el Tribunal Regional de St. Pölten en su sentencia de 7 de diciembre de 2021, con número de referencia 21 R 187/21i, en segunda instancia. Así, expone que ni las conclusiones del tribunal de primera instancia ni los términos y condiciones generales vigentes excluyen que los comercializadores *«únicamente a través de su Lifeline es decir, el volumen de compras de los clientes que han captado, puedan alcanzar los 50 puntos de compra necesarios para tener derecho a la remuneración mes a mes y, por lo tanto, no dependen de la adquisición de vales de descuento o utilicen los vales de descuento exclusivamente como herramienta de marketing»* (¹²⁴).
- f) Como ejemplo sencillo, podemos citar la empresa asociada al proveedor de electricidad E-DI, en la que se obtienen 5 SP por cada 100 euros de compra. Si un comercializador tiene 20 personas en toda su red que pagan su factura de electricidad a través de la empresa asociada E-DI, alcanzará los 50 SP necesarios para tener derecho a la remuneración cuando la factura mensual de electricidad por persona alcance los 50 euros. Dado que los precios de la electricidad han aumentado considerablemente en los últimos años, es probable que la remuneración se pueda obtener con un número menor de compradores.
- g) El ejemplo muestra además que es fácil alcanzar los volúmenes de facturación correspondientes en las empresas asociadas, ya que casi todo el mundo depende de la electricidad. Además, también se pueden realizar otras compras cotidianas en las empresas asociadas, donde Universal Versand u Otto Versand, por ejemplo, ofrecen una amplia gama de productos. Por lo tanto, los 50 puntos de compra necesarios para obtener la remuneración se consiguen fácilmente con las compras correspondientes, por lo que no es necesario adquirir vales de descuento.

¹²² ON 62.8, 13.

¹²³ Esta suposición se basa aparentemente en que solo se distribuye una Comisión de Saldo de la categoría de saldo 5, para lo cual se requieren 3/3 unidades contabilizadas en esta categoría. A este respecto, el Plan de Compensación específica que se asignará una unidad de la categoría de saldo 5 por cada 4000 puntos de compra.

¹²⁴ ON 62.8, 30.

BRANDL
TALOS

- h) Sin embargo, el Tribunal Regional de St. Pölten no ha estimado el recurso de Lyoneess Europe AG y ha declarado inadmisibile la revisión.

VI. ASPECTOS JURÍDICOS**1. Sobre los hechos objetivos del fraude**

- a) Solo se considera fraude punible según los artículos 146 y siguientes del Código Penal alemán (StGB) cuando la persona engañada sufre un perjuicio patrimonial. Se produce un perjuicio patrimonial cuando, tras el hecho, la situación patrimonial es menos favorable que antes, ya sea por una disminución de los activos o por un aumento de los pasivos. Sin embargo, siempre es necesaria una pérdida efectiva de la sustancia patrimonial. Esto significa que el valor económico del patrimonio total debe disminuir como consecuencia de la disposición objeto del procedimiento. ⁽¹²⁵⁾
- b) En este caso, siempre debe adoptarse un enfoque económico. El hecho de que los particulares no hubieran comprado los vales de descuento si hubieran conocido la verdadera situación es irrelevante desde el punto de vista penal, ya que no se protege la libertad de disposición. ¹²⁶ Los factores relacionados con la víctima solo se tienen en cuenta en la medida en que, en caso de inutilidad de los bienes o servicios adquiridos, el daño se limite a la diferencia con respecto al precio de reventa.¹²⁷
- c) El modelo básico de los vales de descuento ya fue examinado por el Tribunal Regional de lo Penal en el procedimiento original con el número de referencia AZ 14 St 25/15t (véase más arriba, en el punto A.III.). Tras un examen exhaustivo, se llegó a la conclusión de que «*al adquirir los vales, el miembro adquiere bienes o servicios por el valor equivalente a los vales. De este modo, se adquiere un derecho de expectativa*».⁽¹²⁸⁾
- d) Con la compra de vales de descuento, el patrimonio de los particulares, o su valor, no se ha visto afectado negativamente. Por el contrario, los pagos de los particulares siempre han tenido una contraprestación concreta y económicamente valiosa. En efecto, podían utilizar ellos mismos sus vales de descuento en cualquier momento y obtener así ventajas en las empresas asociadas, al menos en la medida de sus pagos. Por ejemplo, un pago de 1500 euros siempre se contraponía a descuentos de al menos 1500 euros.
- e) Incluso si el comercializador en cuestión no podía hacer uso de las posibilidades del vale de descuento, siempre tenía la posibilidad de venderlo a un tercero.

¹²⁵ Kirchbacher/Sadoghi en Höpfel/Ratz, WK² StGB § 146 (versión de 30.11.2023 rdb.at), Rz 66.

¹²⁶ Véase Birkbauer en Birkbauer/Hilf/Konopatsch/Messner/Schwaighofer/Seiler/Tipold (eds.), StGB - Strafgesetzbuch: Praxiskommentar (1.ª ed. 2017) sobre el artículo 146 del Código Penal alemán, número marginal 27.

¹²⁷ Ibídem, núm. 39.

¹²⁸ ON 1170, 14 St 25/15t, p. 10.

**BRANDL
TALOS**

Transferir el vale a otros vendedores o compradores para que estos pudieran disfrutar de las ventajas correspondientes. En caso de transferencia, no se produce ninguna pérdida de valor. En teoría, un vendedor podría haber revendido las ventajas del vale de descuento por el valor equivalente correspondiente.

- f) En este contexto, hay que tener en cuenta además que, por la adquisición de los vales de descuento, se concedieron a los comercializadores puntos de compra adicionales que, al alcanzar el importe correspondiente, dieron derecho a una remuneración. Por lo tanto, por regla general, al comprar un vale de descuento por valor de 1000 euros, un comercializador habrá obtenido un contravalor superior a dicho importe, a saber, 1000 euros en concepto de derecho a obtener ventajas y, además, un derecho a remuneración correspondiente.
- g) En resumen, la adquisición de vales de descuento no supuso ningún perjuicio económico para los comerciantes, ya que siempre adquirieron un derecho de expectativa en la misma medida. Por lo tanto, al no concurrir los elementos objetivos del delito de fraude, queda descartada la punibilidad en virtud del artículo 146 del Código Penal alemán (StGB) por este motivo.

2. En cuanto al aspecto subjetivo del delito

- a) El elemento subjetivo del delito de fraude presupone la intención ampliada del autor de obtener un enriquecimiento ilícito. Se entiende por ello la voluntad del autor de aumentar su patrimonio o el de un tercero mediante la disposición patrimonial de la víctima, debiendo ser este aumento ilícito al mismo tiempo. ⁽¹²⁹⁾ Dicha intención siempre falta cuando el autor ha prestado una contraprestación adecuada, al menos desde su punto de vista. ⁽¹³⁰⁾
- b) Con la compra de los vales de descuento, los comercializadores obtuvieron al mismo tiempo un derecho de expectativa a descuentos por el importe correspondiente. Al mismo tiempo, con el abono correspondiente de puntos de compra, les surgió un derecho a remuneración o, en el caso de la compra de LEDV, se les asignó una participación correspondiente en la nube correspondiente.
- c) Por lo tanto, Lyoness Europe AG no se ha enriquecido con la mera compra de vales de descuento. Más bien, a cambio de su pago, los comercializadores han recibido, al menos en mi opinión, una contraprestación valiosa en forma de posibilidades de descuento y la participación en el sistema de remuneración de Lyoness Europe AG.

¹²⁹ Véase *McAllister en Wess* (ed.), *Wirtschaftsstrafrecht* ² (2023) § 146 StGB, Rz 63.

¹³⁰ *Ibidem*, Rz 65.

BRANDL
TALOS

- d) Por lo tanto, si un comercial adquiría un vale de descuento por valor de 1000 euros, Lyonesse Europe AG contraía en un primer momento una obligación frente a él por valor de 1000 euros, más el correspondiente derecho a remuneración. Lyonesse Europe AG solo pudo obtener un «enriquecimiento» cuando los vales de descuento se utilizaron (conforme a su finalidad) para las compras correspondientes y la empresa se benefició del margen de descuento de las empresas asociadas. Por lo tanto, tampoco se cumplió el requisito subjetivo del delito de fraude.

Hubert Freidl