

★

Canal: Abogado Mag. Dr. Josef Fromhold

Ver todos los artículos

◀ | Artículo 7 | ▶

Eliminar anuncios

Navegar por lo último

Navegar por todos los 10

LG Krems 02.06.2021 1 R 26/21k

June 14, 2021, 4:36 pm

» [Siguiente: HG Viena 04.06.2021 48 Cg 30/20a](#)

« [Anterior: HG Viena 17.05.2021 1 R 319/20p](#), [HG Viena 21.04.2021 1 R 290/20y](#)



Ninguna persona razonable compraría un cupón de descuento por una tarifa, porque también recibiría el descuento como participante en el sistema de devolución de dinero, pero sin tener que comprar un cupón primero.

La compra de un cupón de descuento tan caro obviamente solo tiene el sentido de que los especialistas en marketing reciban una remuneración sin tener que hacer nada más que pagar el precio de compra.

En particular, estas remuneraciones no dependen del comportamiento de los participantes a contratar. En este sentido, Lyoness confirmó que al demandante se le había prometido un ingreso continuo como "autocorredor" sin más acción. Desde el punto de vista económico, la compra de un vale de descuento de edición limitada es una inversión pura para un participante.

El vendedor financia los descuentos con el precio de compra del cupón de descuento. Económicamente, esto equivale a un préstamo sin intereses del comercializador a Lyoness.

Si el demandante ha indicado que es empresario durante el registro, debido a los requisitos del formulario de registro, Lyoness no debería confiar en ello.

Lyoness se ha esforzado notablemente por dar a su modelo de negocio la apariencia de una distribución estructural permitida, pero sin éxito. Una característica del contenido económico de la relación contractual es el hecho destacado por el propio Lyoness de que el demandante compró vales de descuento por 10.250,00 euros durante un período de casi 3 años, para los que obviamente no tenía uso.

De acuerdo con el artículo 6, letra c) de la Directiva 2005/29, una práctica comercial se considera engañosa si contiene información falsa y, por lo tanto, es falsa o si es adecuada de alguna manera, incluso con información objetivamente correcta, para engañar al consumidor promedio sobre el alcance de las obligaciones del comerciante, los motivos de la práctica comercial y la naturaleza del procedimiento de distribución y, de hecho o probablemente, lo lleva a tomar una decisión comercial que de otro modo no habría tomado. El modelo de negocio Lyoness engaña al consumidor medio sobre tales circunstancias.

El alcance de las obligaciones de Lyoness de realizar "remuneraciones" está disfrazado por las cláusulas de página, complicadas y en su mayor parte difíciles o imposibles de cumplir, sobre la reserva y el cambio de reserva de puntos y unidades de compra.

Es probable que esto induza a los consumidores promedio a tomar decisiones comerciales que de otro modo no habrían tomado, es decir, a comprar varios cupones de descuento en la expectativa de grandes ganancias.

Los requisitos de Lyoness en los términos y condiciones inducen a los participantes a realizar pagos en curso, cuyo propósito es exclusivamente la obtención de remuneraciones.

Extracto:

El objeto de este procedimiento son principalmente las reclamaciones de recuperación de la compra de vales de descuento. De acuerdo con los términos y condiciones de la parte demandada, estos no se pueden utilizar directamente para compras en empresas asociadas y no se reembolsarán total o parcialmente en efectivo. Para las compras de empresas asociadas, un vendedor recibe un descuento. Además, recibirá un reembolso de una fracción del precio de compra del cupón de descuento en el desvío a través de los puntos comerciales, cuyo valor se deduce del cupón de descuento. La parte demandada ha aportado en primera instancia un ejemplo de cálculo que muestra que el vendedor prefinancia los descuentos a través del precio de compra del cupón de descuento. Económicamente, esto equivale a un préstamo sin intereses del comercializador a la parte demandada. El único otro uso posible es regalar vales de descuento (supleto. /2, punto 5.1). Ninguna persona razonable compraría un cupón de este tipo por una tarifa, porque también recibiría el descuento como participante en el sistema de devolución de dinero, pero sin tener que comprar un cupón primero. Según las conclusiones, el factor decisivo para que se compren tales cupones de descuento sigue siendo:

El requisito previo para que los especialistas en marketing puedan recibir una remuneración de la parte demandada es el derecho a la remuneración. Para obtenerlos, el vendedor necesita de acuerdo con el Plan de Compensación Lyonconet (página 6 en el suplemento. /A) 50 puntos de compra "en la semana actual" + en un máximo de 5 semanas anteriores". Al comprar cupones de descuento, la parte demandada acredita a los puntos de compra del vendedor (punto 3.1 en el suplemento. /2). La forma más fácil y confiable de que el vendedor puede obtener la calificación es comprar cupones de descuento semanalmente a un precio que conduce a la acreditación de 50 puntos de compra.

Según la parte demandada, el cupón de descuento de edición limitada es un cupón de descuento especial que solo vende por cantidades fijas de cuatro dígitos. A diferencia de los cupones de descuento ordinarios, da derecho al vendedor a participar en los puntos de compra de las nubes de los clientes, es decir, (en pocas palabras) que recibe una parte de los puntos de compra para los que ningún vendedor es elegible. La compra de un cupón de descuento tan caro obviamente solo tiene el sentido de que los especialistas en marketing reciban una remuneración sin tener que hacer nada más que pagar el precio de compra. En particular, estas remuneraciones no dependen del comportamiento de los participantes a contratar. En este sentido, según el caso, la parte demandada confirmó el argumento del demandante de que se le había prometido un ingreso continuo como "auto-corredor" sin más acción. Según los hechos indiscutibles, la compra de un vale de descuento de edición limitada se presenta económicamente para un participante como una mera inversión. Esto también se aplica a los vales de descuento ordinarios, cuyo único propósito sensato es mantener un derecho a remuneración.

La participación en un sistema de este tipo no es una actividad profesional o comercial. Según el propósito contractual reconocible, el demandante no quería iniciar una actividad comercial, sino aumentar sus recursos financieros invirtiendo en la parte demandada. Cualquier persona que contrate a personas que no sean otros participantes para dicho sistema no se convierte en el organizador. La parte demandada (según sus argumentos) afirma, en el momento de la celebración del contrato, en contra del modelo de negocio elegido por ella misma, solo contratar con empresarios. Sin embargo, esto no le permite convertir a los participantes en empresarios de manera inenara. La parte demandada debe esperar que los consumidores (austriacos) también se dejen atraer y registrar por los beneficios prometidos. La declaración de una parte del contrato sobre la condición de consumidor es una declaración de conocimiento que también puede ser errónea (4 Ob 102/15a). Tal confirmación de hecho en los términos y condiciones es nula de acuerdo con el § 6 párrafo 1 z 11 KSchG porque carga al consumidor con una prueba que de otro modo no tendrían que proporcionar (RIS-Justiz RS0121955). Si el demandante, debido a los requisitos de la parte demandada en el formulario de registro, ha declarado que es empresario durante el registro, la parte demandada no debería confiar en ello.

Por lo tanto, el demandante debe ser juzgado como consumidor.

La parte demandada se ha esforzado claramente por dar a su modelo de negocio la apariencia de una distribución estructural permitida, pero sin éxito. El contenido económico de la relación contractual es el hecho destacado por el propio solicitante de apelación de que el demandante compró vales de descuento por 10.2050,00 euros durante un período de casi 3 años, para los que obviamente no tenía uso. La parte demandada afirmó en primera instancia que el demandante había utilizado los cupones de descuento comprados y LEDV para varias compras. Sin embargo, no mencionó ninguna compra concreta y solo se refirió a las "otras ventajas de los miembros", como las describe el propio demandante en la demanda. La demanda no indica que el demandante hubiera utilizado vales para las compras.

Según la decisión citada del TJCE, una práctica que no figura en el Anexo I de la Directiva 2005/29 puede prohibirse incluso si una evaluación específica y concreta sugiere su deslealtad en el sentido de los artículos 5 a 9 de esta Directiva. De acuerdo con el artículo 6, letra c) de la Directiva 2005/29, una práctica comercial se considera engañosa si contiene información falsa y, por lo tanto, es falsa o si es adecuada de alguna manera, incluso con información objetivamente correcta, para engañar al consumidor promedio sobre el alcance de las obligaciones del comerciante, los motivos de la práctica comercial y la naturaleza del procedimiento de distribución y, de hecho o probablemente, lo lleva a tomar una decisión comercial que de otro modo no habría tomado. Por lo tanto, en estas condiciones, se permite una aplicación análoga de las disposiciones sobre la prohibición de los sistemas de ráfagas.

El modelo de negocio de la parte demandada engaña al consumidor medio sobre tales circunstancias. El alcance de las obligaciones de la parte demandada para el cumplimiento de "remuneraciones" está disfrazado por las cláusulas de página, complicadas y en gran parte difíciles o imposibles de cumplir, sobre la reserva y el cambio de reserva de puntos y unidades de compra. Sobre la base de las extensas descripciones, no es posible calcular numéricamente en qué condiciones un vendedor debe recibir en última instancia qué cantidades se pagan. En gran medida, faltan las condiciones necesarias para las operaciones aritméticas. Por ejemplo, no se explica cómo se transfieren los puntos de compra o unidades a otras categorías o "equilibrios" y cómo se contabilizan allí, entre otras cosas porque no se explica qué significa la reserva derecha / izquierda y según qué reglas debe realizarse. Tampoco se explica cuáles son las categorías 1 - 5 y cómo se pueden registrar los puntos o unidades de compras allí. Las tablas muestran posibles ganancias en una cantidad a veces de cuatro dígitos, sin que los participantes puedan estimar ni siquiera aproximadamente en qué condiciones pueden obtener tales cantidades. Es probable que esto induza a los consumidores promedio a tomar decisiones comerciales que de otro modo no habrían tomado, es decir, a comprar varios cupones de descuento en la expectativa de grandes ganancias. Por lo tanto, los hechos deben evaluarse de forma análoga a la Z 14 del Anh como una práctica comercial prohibida.

Incluso si no quisiera compartir esta opinión, habría que juzgar en casos individuales si dicho sistema de distribución es agresivo, engañoso o desleal (4 Ob 26/09s; Kucsko/Woller in Wiebe/Kodek. UWG2 § 27 Rz 7; Woller, Glosse zu EuGH C-515/12, ecolex 2014/295, 725). Un sistema de recompensas para clientes en el que, debido a la falta de transparencia, no resulta si el cliente que participa en este sistema debe recibir en concreto y qué, es desleal (Heidinger; Handig; Wiebe; Frauenberger; Burgstaller in Wiebe/Kodek, UWG2 § 1 Rz 1089).

De acuerdo con los términos y condiciones (también difíciles de entender) de la parte demandada, el importe de las remuneraciones que finalmente se pagarán también aumenta con el número de puntos de compra acumulados. La remuneración en la cantidad relevante solo puede ser de compras de los miembros reclutados (directa o indirectamente) (la llamada Lifeline, véase, por ejemplo, la página 3 en el suplemento. /A) El número de estos miembros tiende a aumentar el número de puntos de compra que un vendedor puede obtener. Si los miembros reclutados actúan como vendedores para la parte demandada, su actividad multiplica el número de miembros en la línea de vida. La expectativa de ganancias aumenta significativamente si no solo se ganan miembros para el programa Cashback World, sino también otros participantes en el modelo de negocio de la parte demandada.

Estos requisitos de la parte demandada inducen a los participantes a realizar pagos continuos a ellos, cuyo propósito es exclusivamente la obtención de una remuneración. Esto diferencia este modelo de negocio de una distribución estructural habitual, como se basó, por ejemplo, en la decisión 4 Ob 26/09s. La combinación de pagos continuos, al menos en total, a la parte demandada, para asegurarse como resultado simplemente un derecho a remuneración, con el incentivo de introducir más participantes al sistema, es inmoral (cf. 9 Ob 40/18z). El modelo está diseñado para un crecimiento constante en condiciones marco similares, de modo que los participantes reclutados más tarde pierden su uso debido a la sobresaturación del mercado, lo que también justifica la inmoralidad (ver 4 Ob 10/19b). Debido a que toda la relación contractual entre las partes solo sirve para fines inmorales, todos los servicios mutuos que son indiscutibles en términos de cantidad deben ser reprocesados.

El artículo [LG Krems 02.06.2021 1 R 26/21k](#) apareció por primera vez en el [abogado Mag. Dr. Josef Fromhold](#).

search RSSing.com....

Busqueda

Ver todos los artículos

◀ | Artículo 7 | ▶

Eliminar anuncios

Navegar por lo último

Navegar por todos los 10

ÚLTIMAS IMÁGENES



Sea Otter Classic 2024: Lo que el TÜV no permitiría - 34 bicicletas emocionantes...

Abril 27, 2024, 10:00 pm

ARTÍCULOS DE TENDENCIA

El motor se sace de pie

June 26, 2018, 3:22 pm

IMAGEN

no optimizada

¿Puedo apagar el sistema de alarma con un fusible en un sikh r170...

4 de junio de 2014, 11:17 am

Sistema de protección de peatones defectuoso

June 20, 2018, 1:52 pm

Asiento Vito en 2. Dar la vuelta a la fila (en sentido contrario a la marcha)

30 de marzo de 2018, 12:35 am

Código de error 118002 Mezcla a grasa

19 de septiembre de 2020, 6:31 am

¿Cambiar el aceite de transmisión Aprilia RS 125?

12 de mayo de 2018, 10:57 am

Tablas de SAP HR

5 de julio de 2016, 1:00 am

¿Cambiar el aceite de transmisión Aprilia RS 125?

12 de mayo de 2018, 10:57 am

2,0 TFSI - Fuga de aire en el sistema de admisión Error P2279/2188

May 30, 2018, 1:33 am

Todos los animales de Zoo 2: Animal Park

21 de mayo de 2021, 6:10 am

Girar el volante + imprimir el inicio.

Noviembre 5, 2015, 2:29 pm

Mensaje abierto en el capó BC

5 de mayo de 2014, 5:20 am

Pérdida de refrigerante en el V del motor 3.0 TDI BUG Audi Q7

3 de mayo de 2018, 2:02 am

¿El techo de Mercedes S1 r230 500 no se abre? La capota convertible no se abre...

13 de junio de 2018, 9:15 am

dos rectas deben estar conectadas entre sí por una curva lisa,...

15 de marzo de 2019, 9:24 am

Cabello de longitud media: ¡Estos son los peinados más bonitos para el cabello hasta los hombros!

Noviembre 29, 2019, 5:07 am

Idea de lección: caja de búsqueda

2 de octubre de 2017, 6:08 am

Editado: Vectores de acrocuo de motocicleta / Tarea recta

Marzo 19, 2016, 1:44 pm

Se detectan constantemente errores del sistema de archivos - el mensaje siempre viene

Noviembre 26, 2018, 8:37 am

G7 SV Facell KM | no se han corrido 1.000 km | Error: Sistema de energía del vehículo,...

25 de octubre de 2018, 2:22 am

Carga / ayuda de arranque en el GTE

18 de marzo de 2017, 1:23 am

Más páginas para explorar+