

Schneebälle des Finanzdienstleistungswesens

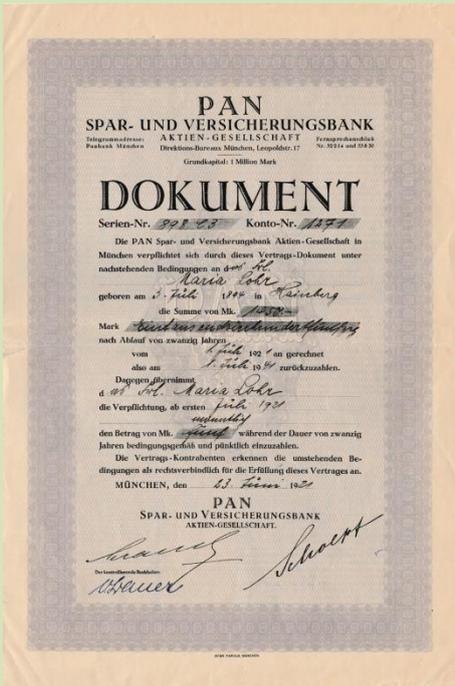
Als **Schneeballsystem** oder **Pyramidensystem** werden Geschäftsmodelle bezeichnet, die zum Funktionieren eine ständig wachsende Anzahl an Teilnehmern benötigen, analog einem den Hang hinab rollenden und dabei stetig anwachsenden Schneeball. Gewinne entstehen fast ausschließlich dadurch, dass neue Teilnehmer in dem System mitwirken, eigenes Kapital einbringen oder erwirtschaften.

Jeder Teilnehmer wird mitunter an allen Einnahmen beteiligt, welche die Teilnehmer erhalten, die sie angeworben haben, wovon sich die Bezeichnung *Pyramidensystem* ableitet. Dadurch können nicht nur die Gründer, sondern auch Teilnehmer, die besonders lange dabei sind, profitieren.

Schneeballsysteme sind Spezialfälle von Konstrukten, welche auf ständiges Wachstum unter endlichen Rahmenbedingungen angewiesen sind und daher in der Regel innerhalb weniger Jahre zusammenbrechen bzw. auffliegen.

In den meisten Ländern sind diese inzwischen – zumindest teilweise – illegal.
(Definition, gekürzt aus Wikipedia)

Interessant ist die Tatsache, dass das Schneeballsystem bereits 1921 von dieser PAN Spar- und Versicherungsbank mit Sitz in München angeboten wurde. Vermutlich hat die galoppierende Inflation ihrem Tun ein Ende bereitet.



§ 12. Jeder Kontoinhaber ist stiller Vertreter der Bank und erhält mit Übereichung seines Vertragsdokumentes Werbeformulare. Für diejenigen Personen, welche er als Kontoinhaber zulehrt, genießt er die im § 13 festgesetzten Provisionen, sofern die provisionspflichtigen Vertragsdokumente bedingungsgemäß bezahlt sind und sein eigenes Dokument weder in ein beitragsfreies umgewandelt noch von der Bank zurückgekauft, noch storniert ist. Sind dagegen auf das Dokument 20 Jahre hindurch die Beiträge bedingungsgemäß bezahlt worden, bleibt dieses auch nach Rückzahlung der Spareinlagen bezüglich der darauf noch entfallenden Provisionen im Genusse seiner vollen Rechte. Die Abstammungs- und Provisionspflicht des Dokumentes wird durch die Serien- und Kontonummer bedingt.

§ 13. An Provisionen werden für jede Werbescheinheit, das ist für jeden Monatsbeitrag von 5 Mk. (Einheitskennzeichnung laut § 2) nachstehende Beträge vergütet. Es erhält an Provision:

1. Der Werber A für jede Einheit B, welche er persönlich wirbt, Mk. 12.—
2. - - - A - - - C, - - - Kontoinhab. B - - - 6.—
3. - - - A - - - D, - - - - - C - - - 3.—
4. - - - A - - - E, - - - - - D - - - 1.50
5. - - - A - - - F, - - - - - E - - - .75

Daraus ist ersichtlich, daß die Kontoinhaber bis zur 5. Serie aus persönlichen Plazierungen von neuen Dokumenten und aus den von diesen Dokumenten weiter hervorgegangenen Werbungen Provisionen erhalten, wodurch sie als fließige Vertreter der Bank sich persönlich laufend Gewinn verschaffen. Diese Art des Verdienstes ist neu, eigenartig und gewinnbringend.

Bernd Fleischer
Policensammler