

Verkostomarkkinointi eli monitasomarkkinointi (MLM)

Tämä artikkeli on kopioitu enimmäkseen Wikipedian vapaan sanakirjan tiedostoista ”[Verkostomarkkinointi](#)” ja ”[Pyramidihuijaus](#)”, jotka allekirjoittanut on muokannut suurimmaksi osaksi 4. toukokuuta 2007 tallennettuihin versioihin asti. Wikipedian artikkelin sisältö voi muuttua, joten sen sisältö ei välttämättä vastaa allekirjoittaneen näkemyksiä enää siinä vaiheessa, kun luet tämän version.

Petteri Haipola 4. toukokuuta 2007.
Muokattu viimeksi 8. lokakuuta 2011.

Monta eri nimeä samalle liiketoiminnalle

Verkostomarkkinointi tunnetaan myös nimellä monitasomarkkinointi, joka nimi kuvaa monitasoista palkkioiden maksamisen periaatetta: edustajien sijoittumista pyramidikaaviossa ja palkkiojärjestelmän hierarkiassa eri tasoille. Jotkut yritykset ja markkinointiorganisaatiot karttavat näiden nimien käyttämistä alan huonon maineen vuoksi ja ovat keksineet liiketoiminnalle muita nimiä. Huono maine johtuu kaupankäynniksi naamioidun laittoman rahankeräyksen ja pyramidipelien toiminnasta, jota harjoitetaan verkostomarkkinoinnin ja monitasomarkkinoinnin tapaan. Vaihtoehtoisia nimiä toiminnalle ovat muun muassa *suosittelumarkkinointi*, *Team marketing*, *verkostopohjainen markkinointi*, *franchise-edustaminen*, *franchise-edustajana toimiminen*, *people's franchising* ja *Peoples Franchise*. Ala tunnetaan myös sen englanninkielisillä nimillä *network marketing* ja *multi-level marketing* eli *MLM*.

Verkostomarkkinoinnin määritelmä

Verkostomarkkinoinnista ei ole olemassa mitään yhtä ainoaa oikeaa määritelmää. On kuitenkin olemassa piirre, joka erottaa monitaso- eli verkostomarkkinoinnin (multi-level) yksitasomarkkinoinnista (single-level) eli muusta suoramyynnistä ja tulee ilmi jo näistä sanoista:

- Palkkiojärjestelmä on monitasoinen, niin että myyjillä on oikeus saada palkkioita alalinjassaan olevien myyjien tekemästä liikevaihdosta useammalta kuin yhdeltä tasolta.

Jos tämä piirre ei toteudu, niin kyse ei ole verkostomarkkinoinnista. Periaatteessa rajoittamaton uusien myyjien värväminen vaikka yhdelle tasolle värvääjän alalinjaan on silti verkostomarkkinointia, joten yllä oleva kriteeri ei ole yksistään riittävä verkostomarkkinoinnin määritelmäksi.

Toinen olennainen piirre on se, että yksittäisillä myyjillä on oikeus värvätä uusia myyjiä verkostoon eikä verkoston kokoa ole rajoitettu vaan se on pyrkimys kasvattaa niin suureksi kuin vain on mahdollista. Pääyhtiö, jonka kanssa myyjät ovat sopimussuhteessa (edustajasopimus), ei värvää uusia myyjiä verkostoon vaan sen tekevät myyjät itse.

On siis käytännössä kaksi tunnusmerkkiä, jotka määrittelevät sen, onko kyse yksitasomarkkinoinnista vai monitasomarkkinoinnista eli verkostomarkkinoinnista.

1. Palkkiojärjestelmä on monitasoinen, niin että myyjillä on oikeus saada palkkioita alalinjassaan olevien myyjien tekemästä liikevaihdosta.
2. Myyjät värväävät uusia myyjiä verkostoon eikä myyjien määrää ole rajoitettu millään tavalla.

Mitään valintakriteereitä tai kelpoisuusvaatimuksia ei uusille myyjille ole olemassa. Ainoa vaatimus päästä mukaan toimintaan on se, että myyjä maksaa pääyhtiölle lisenssimaksun tai ostaa aloituspaketin, joka sisältää tyypillisesti kirjallisia ohjeita työn tekemiseksi, palkkiojärjestelmän ja tuotenäytteitä. Myyjän on ostettava myös jatkossa tuotenäytteet ja markkinointimateriaali omalla kustannuksellaan. Ainoa kriteeri verkostomarkkinoinjaksi ryhtymiselle on näin ollen raha, jonka hän tuo mukanaan järjestelmään.

Verkostomarkkinointi ja pyramidipelit

Rajoittamaton uusien myyjien värväminen verkostoon ja heidän liikevaihdostaan ylälinjaan maksettavat palkkiot tuovat mukanaan ongelman, joka on saanut aikaan verkostomarkkinoinnin huonon maineen suuren yleisön silmissä, vaikka kaikki eivät tästä asiasta olekaan kuulleet. Jotkut verkostomarkkinointiyrietykset toimivat kuin laitton [pyramidipeli](#), eli ne ovat käytännöllisesti katsottuna laitonta rahankeräystä siitä huolimatta, että tuotteita myydään myös verkoston ulkopuolelle, eikä vain sen jäsenille. Jos yhtiö myy tuotteita selvään ylihintaan ja näiden tuotteiden ostaminen myyjälle itselleen on edellytyksenä liiketoiminnan harjoittamiselle, niin kyse saattaa olla laittomasta rahankeräyksestä ja pyramidipelistä.



Lähtökohtaisesti laillinen tapa markkinoida tuotteita ja palveluita

Monitasomarkkinointi on lähtökohtaisesti laillinen tapa markkinoida tuotteita ja palveluita sekä värvätä uusia värväjiä tekemään samoin, mutta lain suomia porsaanreikiä on mahdollista käyttää hyväksi niin, että laitton rahankeräys naamioidaan tavanomaiseksi kaupankäynniksi, jota harjoitetaan monitasomarkkinoinnin tapaan.

Markkinointirikosten (harhaanjohtava ja totuudenvastainen markkinointi), Kuluttajansuojalain rikkomusten, petosten ja epärehellisen elinkeinotoiminnan (unfair trade practices) lisäksi nämä tavanomaiseksi kaupankäynniksi naamioidut pyramidipelit rikkovat eri maiden pyramidimyyntiä ja rahankeräystä koskevia lakeja (pyramid selling ja front loading). Tohtori Jon Taylorin tutkimusten¹ mukaan monitasomarkkinoinnin tavoin toteutettu laitton pyramidipeli muuttuu Ponzi-huijaukseksi, kun yhtiö levittää toimintansa uusille maantieteellisille alueille²

Laillisen verkostomarkkinoinnin ja pyramidipelin välinen ero on käytännössä siinä, tuleeko järjestelmässä liikkuva raha ensisijaisesti osallistujilta itseltään (laitton pyramidipeli) vai verkoston ulkopuolisilta asiakkailta (laillinen verkostomarkkinointiyritys). Valitettavasti viranomaiset eivät käytä tätä kriteeriä tutkiessaan verkostomarkkinointia. Tästä syystä johtuen pyramidipelien harjoittamiseen ei puututa niin kauan kuin tuotteita ja palveluita myydään verkoston jäsenille, olivatpa ne sitten miten kalliita tahansa. Move Networks Oy:n (nyk. Better Life Finland) tapauksessa oli laillista myydä noin 350 euron arvoinen tuotepaketti 999 euron hintaan, eikä kyse ollut laittomasta rahankeräyksestä.¹

Pyramidipelejä koskeva Suomen lainsäädäntö

Uusi rahankeräyslaki astui voimaan 1.7.2006.³ Siinä puhutaan myös ketjukirjeistä ja niiden tavoin toimeenpannuista pyramidipeleistä, jotka voidaan naamioida muistuttamaan tavanomaista kaupankäyntiä.

Rahankeräyslain 4. luku, 4) ja 5)

"Tässä laissa tarkoitetaan:

4) ketjukirjeellä toimintaa, jossa toimintaan osallistuville luvataan taloudellinen etu sitä vastaan, että hän lähettää ketjukirjeen edelleen; ketjukirjeeseen rinnastetaan myös sähköisessä tai muussa muodossa lähetetty viesti, jossa kehoitetaan lähettämään rahaa toimintaan aiemmin liittyneille;

5) pyramidipelillä toimintaa, jossa mukaan liittyvän henkilön ansainta- tai voittomahdollisuudet osaksi tai kokonaan muodostuvat vastikkeetta niistä maksuista, joita toimintaan myöhemmin mukaan liittyvät maksavat osallistumismaksuina tai muina kerta- tai toistuvaissuorituksina."

Lain tulkinnan kannalta on keskeistä se, mikä on vastikkeetonta myyntiä niissä tapauksissa, kun toimintaan liittyy kaupankäyntiä ja tuotteiden tai palveluiden ostaminen on ehtona peliin osallistumiselle. Käytännössä peliin osallistuminen ja ostot sen ehtona tarkoittavat sitä, että ostamalla selvästi ylihintaisia tuotteita saadaan oikeus provisioihin sen verkoston osan liikevaihdosta, joka on värvätty osallistujan alalinjaan. Tuotteiden ja palveluiden sisältämä selvä ylihinta on todellisuudessa vastikkeetonta myyntiä ja laitonta rahankeräystä, joten toiminta tulisi katsoa kaupankäynnistä huolimatta lainvastaiseksi pyramidipeliksi.

Hallituksen esitys uudesta rahankeräyslaista (HE 102/2005) puhuu monitasomarkkinoinnista ja sen tapaan toimeenpannusta pyramidipelistä. [8] Mietinnön mukaan ratkaisevaa lain tulkinnan kannalta on se, maksetaanko osallistujille palkkioita uusien osallistujien värväämisestä jakelutavalle luonnostaan kuuluvasta kustannushyödyistä vai maksavatko sen osallistujat itse. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että jos toimintaan osallistumisen ehtona pitää ostaa ylihintaisia tuotteita, niin tämä ylihinta voidaan katsoa vastikkeettomaksi myynniksi, joka on laitonta rahankeräystä. Kaikki verkostomarkkinointi ei kuitenkaan ole laitonta rahankeräystä, joten lainvalvojilla ja oikeuslaitoksella on vaikea tehtävä määritellä se, miten paljon tuotteissa saa olla ylihintaa, kun niiden ostaminen on välttämätöntä alalinjasta tulevien palkkioiden saamiseksi.

Hallituksen esitys rahankeräyslaista HE 102/2005 ja monitasomarkkinointi

Monitasomarkkinoinnin tapaan toteutettuja pyramidihuijauksia sanotaan laissa pyramidipeleiksi. Hallituksen esityksessä ja uudessa rahankeräyslaissa puhutaan näistä pyramidipeleistä, jotka ovat laitonta rahankeräystä, mikä on toimeenpantu ketjukirjeeseen verrattavalla tavalla.⁴

Esityksessä sanotaan:

"Monitasomarkkinointi

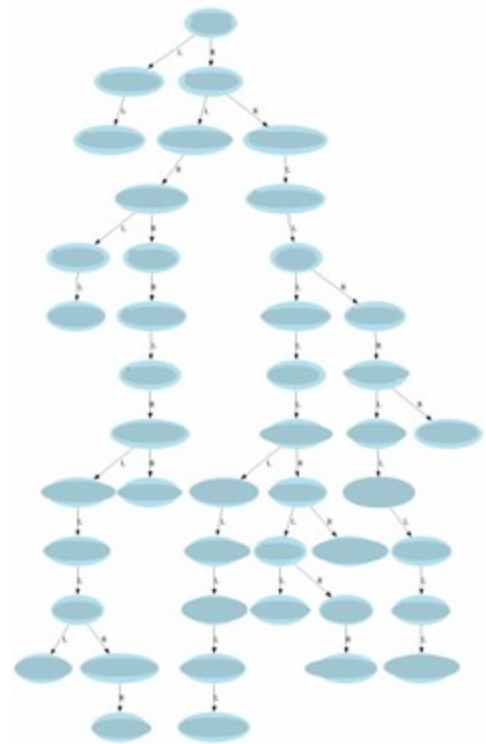
Monitasomarkkinointi (Multi-Level-Marketing, jatkossa MLM) on levinnyt laajalti erilaisten tuotteiden jakelumuotona erityisesti viimeisen kymmenen vuoden aikana. MLM perustuu tietynlaiseen pyramidirakenteeseen, mutta eroaa kuitenkin pyramidipeleistä varsinkin siinä, että järjestelyyn kuuluu tavaroiden tai palvelujen tosiasiallista kaupankäyntiä. MLM määritellään eritasoisiksi rakennetuiksi jakelujärjestelmiksi, joissa erilaisten tuotteiden myyjä saa taloudellista hyötyä tuotemyynnistä ja alemmalle tasolle sijoittuvien uusien myyjien värväyksestä. Kuluttajansuojanäkökulmasta MLM-järjestelmiin liittyy tällaisten järjestelmien lumipallovaikutus ja mahdollinen pyramidivaikutus. Jakelujärjestelmä on rakennettu voimakkaan kasvun ajatukselle.

Ketjukirjeen tavoin pyramidipeleinä toimeenpannut rahankeräykset voidaan tulkita jo nykyisellään kielletyiksi. Olennaista näissä toimeenpanotavoissa on, vastaako uusien myyjien värväämisestä saatavaa palkkiota jakelutavalle luonnostaan kuuluva kustannushyöty vai maksavatko sen uudet myyjät. Sellainen maksu voi olla suorassa muodossa osanottaja-, ilmoittautumis- tai liittymismaksu tai vastaava."

Pyramidipelin tavoin toimineita monitasomarkkinointiyrityksiä

Pyramidipeli ja laitton rahankeräys voi olla toimeenpantu verkostomarkkinoinnin tavoin. Moni alan yritys on tuomittu laittomana pyramidina maailmalla⁵ ja vuonna 2007 myös Suomessa.⁶ [Hovioikeus kumosi myöhemmin kaikki syytteet tammikuussa 2009]. Viranomaisten kokonaan sulkemista kansainvälisistä yhtiöistä suurin vuoteen 2007 mennessä on ollut SkyBiz International, joka huijasi kuluttajilta noin 200 miljoonaa USD vuosina 1999–2002.⁷ Muita suuria tai Suomessa tunnettuja lakkautettuja yrityksiä ovat olleet mm. Equinox, Bestline Products ja Renaissance eli the Tax People⁸. Rahankeräysrikoksista saatujen tuomioiden lisäksi yhtiöitä on tuomittu uhkasakkoihin harhaanjohtavan markkinoinnin ja hyvien liiketapojen vastaisen elinkeinotoiminnan vuoksi.⁹

Suomessa toimivan verkostomarkkinointiyhtiö Move Networks Oy:n kolme perustajaa tuomittiin 30. maaliskuuta 2007 sakkoihin markkinointirikoksista ja kaksi heistä tämän lisäksi itsenäisinä franchise-edustajina rahankeräysrikoksesta Turun käräjäoikeudessa. [8] Oikeuden mielestä yhtiön harjoittama verkostomarkkinoinnin ja nettikaupan yhdistelmä oli laitonta rahankeräystä jota myös Sisäasiainministeriön arpajais- ja asehallintoyksikön johtaja hallitusneuvos Jouni Laiho piti pyramidipelinä sanoen MTV3:n ajankohtaisohjelmassa "45 Minuuttia" oikeudenpäättöstä merkittäväksi ennakkotapaukseksi. Hovioikeus kumosi kuitenkin kaikki syytteet tammikuussa 2009, joten vanhan rahankeräyslain mukaan yrityksen ja sen johtajien toiminta ei ollut lainvastaista.



Kuva 1 Moven binaarinen järjestelmä

Aiemmin laittomasta rahankeräyksestä on Suomessa tuomittu World Games Inc.:n (WGI) nettipeliorganisaatioon vuosina 2002–2003 osallistuneita henkilöitä. Tuomiot lievenivät Kouvolan hovioikeudessa ehdollisesta vankeusrangaistuksesta sakkoihin.¹⁰

Pyramidipeliin osallistumisesta säädetyt rangaistukset

Pyramidipeliin osallistuja voidaan tuomita "rahankeräysrikoksesta sakkoon tai vankeuteen enintään kahdeksi vuodeksi, jollei teosta muualla laissa säädetä ankarampaa rangaistusta."¹¹

"Jos rahankeräysrikos on kokonaisuutena arvostellen vähäinen, rikoksentekijä on tuomittava lievistä rahankeräysrikoksesta sakkoon."

Sakko- tai vankeusrangaistuksen lisäksi rikoksella saatu hyöty voidaan tuomita valtiolle menetetyksi.

Rahankeräyslaissa (255/2006) sanotaan näin:8

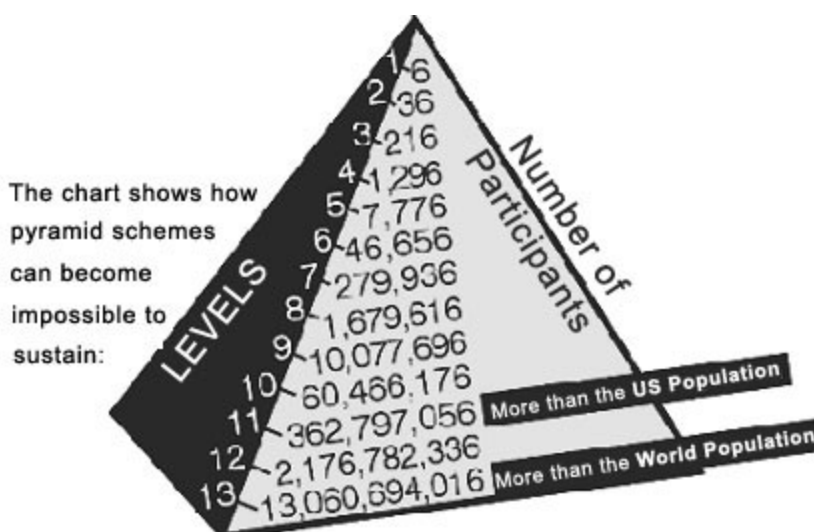
"25 §

Rangaistus rahankeräysrikoksesta ja lievistä rahankeräysrikoksesta tuomitaan rikoslain (39/1889) 17 luvun 16 b ja 16 c §:n mukaan.

Menettämisseuraamuksen määrittämisestä säädetään rikoslain 10 luvussa."

Pyramidipeliin osallistuja ei yleensä tiedä sitä, että osallistuu lainvastaiseen toimintaan. Se ei kuitenkaan estä hänen tuomitsemistaan, jos pelin aloittanut taho haastetaan oikeuteen ja todetaan syylliseksi rahankeräysrikokseen: peliin osallistuneet saavat tuomion heidän kanssaan, jos heitä vastaan on nostettu kanne. Käytännössä kanteen saavat vain ne, jotka ovat hyötäneet rikoksesta, mutta rikoksen uhrin selviävät sijoitustensa häviämisen kautta. Ei silti pidä väheksyä rikoksen uhrin kärsimää mielipahaa ja rikoksen vaikutusta ihmisten välisiin suhteisiin, jos pyramidipeliä on levitetty tutun henkilön kautta.

Pyramidipelissä valtaosa häviää rahaa ja työpanoksen ylätasojen pelaajille sekä pelin käynnistäjille



Pyramidipelit ovat kannattavia vain niiden alkuunpanijoille ja hyvin harvoille myöhemmin mukaan lähteneille. Uusi pelaaja sijoittuu pyramidikaaviossa aina sen alimmalle tasolle eli pyramidin pohjalle. Siinä vaiheessa, kun hän lähtee mukaan peliin, on hänellä valtava määrä kilpailijoita värväämässä lisää osallistujia peliin. Tästä syystä vain

muutama onnistuu värväämään itselleen todella paljon uusia pelaajia, niin että pääsee voitolle pelissä.

Robert L. Fitzpatrickin¹² ja Jon M. Taylorin[8] vuosina 1994–2006 tekemien tutkimusten mukaan jopa yli 99 prosenttia verkostomarkkinoijista häviää rahan ja työpanoksen verkostoon. Alan yrityksistä noin 99 prosenttia toimii kuin laitton pyramidipeli. Näin ollen tyypillinen verkostomarkkinointiyritys on kuin laitton pyramidipeli, mutta epätyypillinen toimii vähän kunniallisemmin.

Aiheesta muualla

Linkkejä viranomaisten sivuille

- Suomen hallitus ja Eduskunta, lainsäädäntö
 - Suomen hallitus 2005, [Hallituksen esitys Eduskunnalle uudesta rahankeräyslaista HE 102/2005](#) 19. elokuuta 2005. Finlex Valtion Sääöstietopankki. Luettu 2. toukokuuta 2007.
 - Suomen hallitus 2006, [Rahankeräyslaki 255/2006, ks. 4 § Muut määritelmät, 4\) ja 5\)](#) 1. heinäkuuta 2007. Finlex Valtion Sääöstietopankki. Luettu 2. toukokuuta 2007.
- Kuluttajavirasto
 - Kuluttajavirasto, [Tietoa verkostomarkkinoinnista](#) syyskuu 2002. Kuluttajavirasto. Luettu 2. toukokuuta 2007.
- Federal Trade Commission, USA
 - Federal Trade Commission USA,, [Federal Trade Commission, Home – Protecting America’s Consumers](#) 1. toukokuuta 2007. Federal Trade Commission. Luettu 2. toukokuuta 2007 (englanniksi).
 - James Kohm,, [Getting to the Bottom of Pyramid Schemes](#), syyskuu 2000. Federal Trade Commission USA,. Luettu 2. toukokuuta 2007 (englanniksi).
 - [FTC Consumer Alert, The Bottom Line About Multilevel Marketing Plans](#), lokakuu 2000. Federal Trade Commission USA,. Luettu 2. toukokuuta 2007 (englanniksi).
 - [FTC Consumer Alert, Multilevel marketing plans](#), marraskuu 1996. Federal Trade Commission USA,. Luettu 2. toukokuuta 2007 (englanniksi).
 - [FTC Proposed New Business Opportunity Rule](#) 5. huhtikuuta 2004. Federal Trade Commission USA,. Luettu 2. toukokuuta 2007 (englanniksi).
- Canada
 - [Pyramid Schemes](#) 22. helmikuuta 2007. Royal Canadian Mounted Police. Luettu 2. toukokuuta 2007 (englanniksi).
 - [Competition Act 55.1 Definition of "multi-level marketing plan" , Definition of Scheme of Pyramid Selling](#) 1985 , 1992 , 1999. Department of Justice, Canada. Luettu 2. toukokuuta 2007 (englanniksi).
 - [Multi-level Marketing and Pyramid Selling](#), 18. syyskuuta 2006,. Competition Bureau, Canada. Luettu 2. toukokuuta 2007 (englanniksi).
- Australia
 - Australian Competition and Consumer Commission, [News releases: Pyramid selling schemes](#) 2005,. Commonwealth of Australia 2005. Luettu 2. toukokuuta 2007 (englanniksi).

Kritiikkiä, tutkimuksia ja tilastoja

- [Verkostomarkkinointi – Bisnestä vai huijausta?](#) tammikuu 2005– 12. huhtikuuta 2007. Mursis. Luettu 2. toukokuuta 2007.
 - [Verkostomarkkinointi ja pyramidipelit - Osa I](#) tammikuu 2005– 12. huhtikuuta 2007. Mursis. Luettu 2. toukokuuta 2007.
 - [Verkostomarkkinointi ja pyramidipelit - Osa II](#) tammikuu 2005– 12. huhtikuuta 2007. Mursis. Luettu 2. toukokuuta 2007.
- Teemu Mäntynen, [Pyramidisivut 1998](#) 1998. Teemu Mäntynen. Luettu 2. toukokuuta 2007.
- Petteri Haipola, [Verkostomarkkinointi eli monitasomarkkinointi: alan kritiikin hakemisto](#) 3. tammikuuta 2001–2. toukokuuta 2007. Petteri Haipola. Luettu 2. toukokuuta 2007.
 - Petteri Haipola, [Miten verkostomarkkinointi toimii? – eli Johdanto verkostomarkkinoinnin ymmärtämiseen \(ks. Lähteet alan tilastoihin, tutkimuksiin, mediajulkaisuihin, oikeudenkäynteihin ja kritiikki-sivuille\)](#) 2006–2. toukokuuta 2007. Petteri Haipola. Luettu 2. toukokuuta 2007.
- Robert L. Fitzpatrick
 - Robert L. Fitzpatrick, [The Myth of "Income Opportunity" in Multi-Level Marketing](#) 2005. Robert L. Fitzpatrick. Luettu 2. toukokuuta 2007 (englanniksi).
 - Robert L. Fitzpatrick, [Pyramid Scheme Alert Home Page](#) 2. toukokuuta 2007. Robert L. Fitzpatrick. Luettu 2. toukokuuta 2007 (englanniksi).
 - Robert L. Fitzpatrick, [False Profits, Verkkosivut \(huom. myös kirja\)](#) 2. toukokuuta 2007. Robert L. Fitzpatrick. Luettu 2. toukokuuta 2007 (englanniksi).
- Jon Taylor (PhD)
 - Jon Taylor (PhD), [Research – Truth on MLM or Network Marketing](#) 2006. Jon Taylor (PhD). Luettu 2. toukokuuta 2007 (englanniksi).
 - Jon Taylor (PhD), [CAI Consumer Awareness Institute, The Truth on MLM](#) 2. toukokuuta 2007. Jon Taylor (PhD). Luettu 2. toukokuuta 2007 (englanniksi).

- 1 Jon Taylor (PhD), [Research – Truth on MLM or Network Marketing](#) 2006. CAI Consumer Awareness Institute. Viitattu 2. toukokuuta 2007 (englanniksi)
- 2 Jon M. Taylor, suom. P. Haipola, [Viisi Punaista Lippua tunnistamaan ja paljastamaan tuotepohjaiset pyramidit ja MLM-värväysjärjestelmät, ss. 3,10](#) Revised 2006. CAI Consumer Awareness Institute. Viitattu 2. toukokuuta 2007.
- i MTV3 uutisartikkeli, 21.01.2009 [Hovioikeus: Move-johtajat syyttömiä](#).
- 3 Suomen hallitus 2006, [Rahankeräyslaki 255/2006, ks. 4 § Muut määritelmät, 4\) ja 5\)](#) 1. heinäkuuta 2007. Finlex Valtion Säädöstietopankki. Viitattu 2. toukokuuta 2007.
- 4 Suomen hallitus 2005, [Hallituksen esitys Eduskunnalle uudesta rahankeräyslaista HE 102/2005](#) 19. elokuuta 2005. Finlex Valtion Säädöstietopankki. Viitattu 2. toukokuuta 2007.
- 5 Jon M. Taylor, [LIST OF MLM'S shut down by law enforcement](#) 2006. CAI Consumer Awareness Institute. Viitattu 2. toukokuuta 2007. (englanniksi)
- 6 Hanna Ruokangas, [Rikoksia, verkostoja ja vitamiineja TV-ohjelma](#) 4. huhtikuuta 2007. MTV3:n ohjelma 45 Minuuttia, katseluversio. Viitattu 2. toukokuuta 2007. Hanna Ruokangas, [Rikoksia, verkostoja ja vitamiineja ohjelman esittelyteksti](#) 4. huhtikuuta 2007. MTV3:n ohjelma 45 Minuuttia, esittelyteksti. Viitattu 2. toukokuuta 2007.
- 7 P. Haipola, [SkyBiz uutiset](#) 2003. P. Haipola. Viitattu 2. toukokuuta 2007
- 8 [RENAISSANCE, THE TAX PEOPLE PROMOTER PLEADS GUILTY TO \\$75 MILLION FRAUD](#) 26. maaliskuuta 2007. United States' Department of Justice. Viitattu 2. toukokuuta 2007. (englanniksi)
- 9 Teemu Mäntynen, [Pyramidisivut 1998](#) 1998. Teemu Mäntynen. Viitattu 2. toukokuuta 2007
- 10 [Kouvolan hovioikeus lievensi nettipelituomioita](#) 26. tammikuuta 2007. Verkkouutiset, STT-MERJA ÅKERLIND-SH. Viitattu 2. toukokuuta 2007.
- 11 [Rikoslaki 17 LUKU 16 b. ja 16c](#) Finlex Valtion Säädöstietopankki. Viitattu 2. toukokuuta 2007.
- 12 Robert L. Fitzpatrick, [Myytti verkostomarkkinoinnin ansiomahdollisuudesta](#) 2005. Robert L. Fitzpatrick. Viitattu 2. toukokuuta 2007.