



Sammlung der Rechtsprechung

SCHLUSSANTRÄGE DER GENERALANWÄLTIN
ELEANOR SHARPSTON
vom 19. Dezember 2013¹

Rechtssache C-515/12

„4finance“ UAB

gegen

**Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba und
Valstybinė mokesčių inspekcija prie Lietuvos Respublikos finansų ministerijos**

(Vorabentscheidungsersuchen des Lietuvos vyriausiojo administracinio teismo [Litauen])

„Verbraucherschutz — Unlautere Geschäftspraktiken von Unternehmen gegenüber Verbrauchern —
Schneeballsystem — Von den Verbrauchern zu erbringende Gegenleistung für den Beitritt zu einem
Schneeballsystem — Zusammenhang zwischen der von den neuen Teilnehmern erbrachten
Gegenleistung und der den bestehenden Mitgliedern gezahlten Vergütung — Bedeutung der Höhe
der Gegenleistung“

1. Die Richtlinie 2005/29/EG (im Folgenden: Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken oder Richtlinie)² verbietet u. a. Schneeballsysteme zur Verkaufsförderung (im Folgenden: Schneeballsysteme oder Pyramidensysteme). Der Lietuvos vyriausiasis administracinis teismas (Oberstes Verwaltungsgericht Litauen) stellt drei Fragen nach der Auslegung der Richtlinie in Bezug auf solche Systeme. Er möchte wissen, ob Verbraucher eine Gegenleistung erbringen müssen, damit ein Schneeballsystem in den Anwendungsbereich der Richtlinie fällt. Falls das so ist, muss nachgewiesen werden, dass das in Rede stehende System durch diese Gegenleistung finanziert wird, und ist die Höhe des für den Beitritt zu einem Schneeballsystem erforderlichen Betrags von Bedeutung?

Rechtlicher Rahmen

Richtlinie

2. In den Erwägungsgründen 2 bis 6 der Richtlinie wird erläutert, dass die Einführung einheitlicher Regeln, die das Funktionieren des Binnenmarkts verbessern, ein Hauptziel ist. In den Erwägungsgründen 7 und 8 wird ausgeführt, dass die Richtlinie „sich auf Geschäftspraktiken [bezieht], die in unmittelbarem Zusammenhang mit der Beeinflussung der geschäftlichen Entscheidungen des Verbrauchers in Bezug auf Produkte stehen“, und „unmittelbar die wirtschaftlichen Interessen der Verbraucher vor unlauteren Geschäftspraktiken im Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern [schützt]“. Nach dem elften Erwägungsgrund soll die Richtlinie „ein hohes allgemeines Verbraucherschutzniveau“ schaffen, indem sie „ein einziges generelles Verbot jener unlauteren

1 — Originalsprache: Englisch.

2 — Richtlinie 2005/29/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 11. Mai 2005 über unlautere Geschäftspraktiken im binnenmarktinternen Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern und zur Änderung der Richtlinie 84/450/EWG des Rates, der Richtlinien 97/7/EG, 98/27/EG und 2002/65/EG des Europäischen Parlaments und des Rates sowie der Verordnung (EG) Nr. 2006/2004 des Europäischen Parlaments und des Rates (Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken) (ABl. L 149, S. 22).

Geschäftspraktiken auf[stellt], die das wirtschaftliche Verhalten des Verbrauchers beeinträchtigen“. Der zwölfte Erwägungsgrund lautet: „Durch die Angleichung wird die Rechtssicherheit sowohl für Verbraucher als auch für Unternehmen beträchtlich erhöht. Sowohl die Verbraucher als auch die Unternehmen werden in die Lage versetzt, sich an einem einzigen Rechtsrahmen zu orientieren, der auf einem klar definierten Rechtskonzept beruht, das alle Aspekte unlauterer Geschäftspraktiken in der Europäischen Union regelt. Dies wird zur Folge haben, dass die durch die Fragmentierung der Vorschriften über unlautere, die wirtschaftlichen Interessen der Verbraucher schädigende Geschäftspraktiken verursachten Handelshemmnisse beseitigt werden und die Verwirklichung des Binnenmarktes in diesem Bereich ermöglicht wird.“ Im 17. Erwägungsgrund wird erläutert: „Es ist wünschenswert, dass diejenigen Geschäftspraktiken, die unter allen Umständen unlauter sind, identifiziert werden, um größere Rechtssicherheit zu schaffen. Anhang I enthält daher eine umfassende Liste solcher Praktiken. Hierbei handelt es sich um die einzigen Geschäftspraktiken, die ohne eine Beurteilung des Einzelfalls anhand der Bestimmungen der Artikel 5 bis 9 als unlauter gelten können. Die Liste kann nur durch eine Änderung dieser Richtlinie abgeändert werden.“

3. Art. 1 der Richtlinie definiert als ihren Zweck, „durch Angleichung der Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über unlautere Geschäftspraktiken, die die wirtschaftlichen Interessen der Verbraucher beeinträchtigen, zu einem reibungslosen Funktionieren des Binnenmarkts und zum Erreichen eines hohen Verbraucherschutzniveaus beizutragen“.

4. Art. 2 enthält einige Schlüsseldefinitionen. Danach bezeichnet der Ausdruck

„...“

- c) ‚Produkt‘ jede Ware oder Dienstleistung, einschließlich Immobilien, Rechte und Verpflichtungen;
- d) ‚Geschäftspraktiken im Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern‘ (nachstehend auch ‚Geschäftspraktiken‘ genannt) jede Handlung, Unterlassung, Verhaltensweise oder Erklärung, kommerzielle Mitteilung einschließlich Werbung und Marketing eines Gewerbetreibenden, die unmittelbar mit der Absatzförderung, dem Verkauf oder der Lieferung eines Produkts an Verbraucher zusammenhängt;
- e) ‚wesentliche Beeinflussung des wirtschaftlichen Verhaltens des Verbrauchers‘ die Anwendung einer Geschäftspraxis, um die Fähigkeit des Verbrauchers, eine informierte Entscheidung zu treffen, spürbar zu beeinträchtigen und damit den Verbraucher zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er andernfalls nicht getroffen hätte;

...

- h) ‚berufliche Sorgfalt‘ der Standard an Fachkenntnissen und Sorgfalt, von dem billigerweise erwartet werden kann, dass der Gewerbetreibende sie gegenüber dem Verbraucher gemäß den anständigen Marktgepflogenheiten und/oder dem allgemeinen Grundsatz von Treu und Glauben in seinem Tätigkeitsbereich anwendet;

...

- k) ‚geschäftliche Entscheidung‘ jede Entscheidung eines Verbraucher[s] darüber, ob, wie und unter welchen Bedingungen er einen Kauf tätigen, eine Zahlung insgesamt oder teilweise leisten, ein Produkt behalten oder abgeben oder ein vertragliches Recht im Zusammenhang mit dem Produkt ausüben will, unabhängig davon, ob der Verbraucher beschließt, tätig zu werden oder ein Tätigwerden zu unterlassen;

...“

5. In Art. 3 heißt es, dass die Richtlinie

„(1) ... für unlautere Geschäftspraktiken im Sinne des Artikels 5 zwischen Unternehmen und Verbrauchern vor, während und nach Abschluss eines auf ein Produkt bezogenen Handelsgeschäfts [gilt]“.

6. Art. 3 Abs. 9 bestimmt: „Im Zusammenhang mit ‚Finanzdienstleistungen‘ im Sinne der Richtlinie 2002/65/EG und Immobilien können die Mitgliedstaaten Anforderungen stellen, die im Vergleich zu dem durch diese Richtlinie angeglichenen Bereich restriktiver und strenger sind.“

7. Art. 5 Abs. 1 der Richtlinie verbietet unlautere Geschäftspraktiken. Nach Art. 5 Abs. 2 ist eine Geschäftspraktik unlauter, wenn sie „den Erfordernissen der beruflichen Sorgfaltspflicht widerspricht“ und „in Bezug auf das jeweilige Produkt das wirtschaftliche Verhalten des Durchschnittsverbrauchers, den sie erreicht oder an den sie sich richtet ..., wesentlich beeinflusst oder dazu geeignet ist, es wesentlich zu beeinflussen“. Art. 5 Abs. 5 sieht vor: „Anhang I enthält eine Liste jener Geschäftspraktiken, die unter allen Umständen als unlauter anzusehen sind. Diese Liste gilt einheitlich in allen Mitgliedstaaten und kann nur durch eine Änderung dieser Richtlinie abgeändert werden.“

8. Die Art. 6 bis 9 sind hier nicht maßgeblich. Sie behandeln irreführende Geschäftspraktiken, irreführende Unterlassungen, aggressive Geschäftspraktiken sowie Belästigung, Nötigung und unzulässige Beeinflussung.

9. Nr. 14 der „Schwarzen Liste“ in Anhang I der Richtlinie lautet: „Einführung, Betrieb oder Förderung eines Schneeballsystems zur Verkaufsförderung, bei dem der Verbraucher die Möglichkeit vor Augen hat, eine Vergütung zu erzielen, die hauptsächlich durch die Einführung neuer Verbraucher in ein solches System und weniger durch den Verkauf oder Verbrauch von Produkten zu erzielen ist.“³

Nationales Recht

10. Nach Art. 7 Nr. 22 des Lietuvos Respublikos nesąžiningos komercinės veiklos vartotojų draudimo įstatymas (Gesetz der Republik Litauen über das Verbot unlauterer Geschäftspraktiken im Geschäftsverkehr mit Verbrauchern) gilt eine Geschäftspraxis als irreführend und demnach unlauter, die in der Einführung, dem Betrieb oder der Förderung eines Schneeballsystems zum Verkauf von Produkten besteht, das dem Verbraucher die Möglichkeit bietet, eine Vergütung zu erzielen, die hauptsächlich durch die Einführung neuer Teilnehmer in das System und weniger durch den Verkauf oder Verbrauch von Produkten zu erzielen ist.

Sachverhalt, Verfahren und Vorlagefragen

11. „4finance“ UAB (im Folgenden: 4finance) gewährt Verbrauchern Kleinkredite im Fernabsatz. Vom 26. Oktober 2010 bis zum 15. Februar 2011 führte sie eine Werbekampagne durch, in der sie angab, dass jeder, der sich auf ihrer Website eintrage, für jeden von ihm eingeführten „Freund“, der sich dann auf 4finance’s Website eintrage, eine Gutschrift auf sein Konto erhalte. Das Verfahren war wie folgt: Für die Eintragung mussten die Verbraucher ein Online-Formular ausfüllen und eine rein symbolische Eintragungsgebühr von 0,01 LTL entrichten. 4finance bat diejenigen, die sich eintrugen, „Freunde“ einzuladen, sich einzutragen, indem sie in dem hierfür vorgesehenen Feld auf der Website die Mobiltelefonnummer oder E-Mail-Adresse dieser Person angaben. Durch die Angabe dieser Informationen konnte 4finance ihre Kleinkredite an diese „Freunde“ vermarkten, die dann aufgefordert

3 — Ich verstehe die Worte „... gives consideration for the opportunity to receive compensation ...“ („... erbringt eine Gegenleistung für die Möglichkeit, eine Vergütung zu erzielen“) in der englischen Fassung der Richtlinie im Sinne von „entrichtet einen Beitrag für die Möglichkeit, ein Entgelt zu erhalten“. Es muss betont werden, dass nicht alle Sprachfassungen der Richtlinie – auch nicht die litauische – die Worte „erbringt eine Gegenleistung“ enthalten.

wurden, sich einzutragen. Wenn sich diese Person eintrug, erhielt der Verbraucher, der ihre Kontaktdaten zur Verfügung stellte, eine Gutschrift (eine Prämie) von 10 LTL oder 20 LTL⁴. Bei der Eintragung erwarb die betreffende Person das Recht, bei 4finance um einen Kleinkredit anzusuchen, der im Wege des Fernabsatzes abgeschlossen wurde⁵.

12. Das Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba (Nationales Amt für Verbraucherschutz) war der Ansicht, dass 4finance ein Schneeballverkaufssystem eingeführt habe, das Verbrauchern einen Anspruch auf eine Vergütung hauptsächlich für die Einführung neuer Teilnehmer in das System und weniger für den Verkauf oder Verbrauch von Produkten geboten habe. Daher erließ es einen Bescheid, mit dem es gegen 4finance ein Bußgeld von 8 000 LTL wegen der Verletzung nationaler Rechtsvorschriften, die solche Systeme verbieten, verhängte.

13. 4finance erhob Klage gegen diesen Bescheid auf Verurteilung der Valstybinė mokesčių inspekcija prie Lietuvos Respublikos finansų ministerijos (Finanzministerium) zur Erstattung des Bußgelds. Am 25. Oktober 2011 wies das erstinstanzliche Gericht die Klage ab. 4finance legte beim Lietuvos vyriausiosios administracinės teisės teismo Rechtsmittel ein, der dem Gerichtshof folgende Fragen zur Vorabentscheidung vorgelegt hat:

1. Ist Anhang I Nr. 14 der Richtlinie dahin auszulegen, dass die Einführung, der Betrieb oder die Förderung eines Schneeballsystems zur Verkaufsförderung nur dann als unter allen Umständen unlautere Geschäftspraxis anzusehen ist, wenn der Verbraucher verpflichtet ist, einen Beitrag zu entrichten, um eine Vergütung hauptsächlich durch die Einführung neuer Verbraucher in das System und weniger durch den Verkauf oder Verbrauch von Produkten zu erzielen?
2. Hat, wenn es erforderlich ist, dass der Verbraucher einen Beitrag im Austausch gegen einen Vergütungsanspruch entrichtet, die Höhe des Beitrags, den der Verbraucher entrichtet hat, um die Möglichkeit für eine Vergütung hauptsächlich durch die Einführung neuer Verbraucher in das System und weniger durch den Verkauf oder Verbrauch von Produkten zu erzielen, einen Einfluss auf die Einstufung des Schneeballsystems zur Verkaufsförderung als irreführende Geschäftspraxis im Sinne von Anhang I Nr. 14 der Richtlinie? Können von Verbrauchern entrichtete Beiträge von rein symbolischer Höhe, die gezahlt werden, um die Identifizierung der Verbraucher zu ermöglichen, als ein Beitrag im Austausch gegen die Möglichkeit, eine Vergütung im Sinne von Anhang I Nr. 14 der Richtlinie zu erzielen, gelten?
3. Ist Anhang I Nr. 14 der Richtlinie dahin auszulegen, dass für die Qualifizierung eines Schneeballsystems zur Verkaufsförderung als irreführende Geschäftspraxis nur von Bedeutung ist, dass die Vergütung dem bereits eingetragenen Verbraucher hauptsächlich für die Einführung anderer Verbraucher in das System und weniger für den Verkauf oder Verbrauch von Produkten gezahlt wird, oder ist der Umfang, in dem die den Teilnehmern an diesem System gezahlte Vergütung für die Einführung neuer Verbraucher durch die Beiträge der neuen Mitglieder finanziert wird, ebenfalls von Bedeutung? Muss im vorliegenden Fall die den bereits eingetragenen Teilnehmern am Schneeballsystem zur Verkaufsförderung gezahlte Vergütung ganz oder größtenteils durch die Beiträge der neu in das System eingeführten Mitglieder finanziert werden?

14. 4finance, die Regierungen der Tschechischen Republik, Italiens, Litauens und Polens sowie die Europäische Kommission haben schriftliche Erklärungen eingereicht. Eine mündliche Verhandlung ist nicht beantragt und nicht durchgeführt worden.

4 — Aus den Unterlagen des nationalen Gerichts geht hervor, dass die Verbraucher bis zu 50 Personen pro Tag und nicht mehr als 200 Personen im Monat einladen konnten.

5 — Während der Kampagne trugen sich über 12 223 Personen ein. Von diesen suchten 3 577 um einen Kredit an, und 2 868 erhielten einen Kredit, wobei manche mehr als einen Kredit in Anspruch nahmen. 4finance erhielt ungefähr 122 LTL durch Eintragungsgebühren und zahlte 236 060 LTL als Prämien aus.

Beurteilung

Vorbemerkungen

15. Es ist unstreitig, dass das Ausgangsverfahren eine Geschäftspraxis im Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern betrifft, die mit der Absatzförderung, dem Verkauf oder der Lieferung eines Produkts an Verbraucher im Sinne der Richtlinie zusammenhängt.

16. In diesem Verfahren trachtet eine staatliche Behörde danach, nationale Rechtsvorschriften zur Umsetzung der Richtlinie durchzusetzen. Aus ständiger Rechtsprechung geht hervor, dass das vorlegende Gericht bei seiner Entscheidung unter Berücksichtigung des gesamten nationalen Rechts alles tun soll, was in seiner Zuständigkeit liegt, um die volle Wirksamkeit der Richtlinie zu gewährleisten und zu einem Ergebnis zu gelangen, das mit dem von der Maßnahme verfolgten Ziel übereinstimmt⁶.

Zur ersten Frage

17. Mit der ersten Frage möchte das vorlegende Gericht wissen, ob Verbraucher eine Gegenleistung erbringen müssen, damit ein Schneeballsystem eine unlautere Geschäftspraxis im Sinne des Anhangs I Nr. 14 ist.

18. Für die Untersuchung dieser Frage muss man sich damit beschäftigen, was ein Schneeballsystem ist. Solche Systeme werden in allen in dieser Rechtssache eingereichten Erklärungen (außer denjenigen der Kommission⁷) beschrieben, aber diese Beschreibungen unterscheiden sich.

19. 4finance trägt vor, dass es ein legales Marketingnetzwerk betreibe, kein Schneeballsystem. Ihrer Ansicht nach gehört zu einem Schneeballsystem i) eine Art von Investition, ii) Betrug im Zusammenhang mit der Verwendung der investierten Beträge, iii) Zahlungen an bestehende Investoren mit Hilfe der Mittel, die von neuen Investoren beigesteuert werden, iv) die Versprechung eines ungewöhnlich hohen Ertrags und v) Erträge, die eher durch die Zahl der neuen Investoren als durch die verkauften Produkte erwirtschaftet werden.

20. Die Tschechische Republik ist der Ansicht, es liege in der Natur solcher Systeme, dass jeder Verbraucher in dem Wissen für die Teilnahme bezahle, dass er von den nachfolgenden Verbrauchern, die diesem System beiträten, eine Vergütung erhalten werde. Es gebe keinen Mehrwert, nur eine Umverteilung der Mittel. Italien trägt vor, dass die Produkte in solchen Systemen von nachrangiger Bedeutung und bloß ein Vorwand seien, um andere Verbraucher für das System anzuwerben: Das System selbst habe vorrangige Bedeutung. Litauen bemerkt, dass es in der Rechtsprechung des Gerichtshofs keine Definition des Begriffs „Schneeballsystem“ gebe, meint aber, dass aus einer Reihe von Studien klar hervorgehe, dass ein grundlegender Bestandteil solcher Systeme sei, dass es eine Verbindung zwischen dem Vorteil, den der Verbraucher erhalte (die Vergütung oder Zahlung), und dem Umstand gebe, dass er neue Verbraucher zur Teilnahme an dem System einlade. Es sei diese Verbindung, die entscheide, ob ein solches System legal oder illegal sei. Polen ist der Ansicht, dass es in der Natur eines Pyramidensystems liege, dass Gewinne oder Erträge eher von den Zahlungen der Personen, die sich auf niedrigeren Ebenen der Pyramidenstruktur befänden, als vom Verkauf der Produkte abhängig seien.

6 — Urteil vom 8. September 2011, Rosado Santana (C-177/10, Slg. 2011, I-7907, Randnr. 50 und die dort angeführte Rechtsprechung.

7 — Vgl. die von der Europäischen Kommission in Auftrag gegebene Studie von Micklitz, Monazzahian und Rößler, Door to door selling – Pyramid selling – Multilevel marketing.

21. Anhang I Nr. 14 der Richtlinie enthält eine kumulative und abschließende Liste der Punkte, die vorliegen müssen, damit das Verbot des Art. 5 Abs. 1 der Richtlinie für Schneeballsysteme gilt. Betrug ist nicht angeführt. Es gibt auch keinen Hinweis darauf, dass der Ertrag oder die Zahlung, die bestehenden Mitgliedern gewährt wird, die neue Teilnehmer einladen, dem System beizutreten, (zumindest) einen gewissen Wert haben müsste. Systeme, die eine Schneeballtechnik zur Verkaufsförderung ohne die von 4finance angeführten besonderen Merkmale nutzen, aber bei denen alle in Anhang I Nr. 14 aufgeführten Punkte vorliegen, stellen eine irreführende und somit für die Zwecke von Art. 5 Abs. 5 der Richtlinie unlautere Geschäftspraxis dar.

22. Schneeballsysteme können offensichtlich besonders schädlich sein, indem sie hohe Erträge in einem kurzen Zeitraum dafür versprechen, dass nichts anderes getan wird, als eine Teilnahmegebühr zu zahlen und neue Teilnehmer anzuwerben, die das Gleiche tun, und somit Verbraucher dazu ermutigen, auf der Grundlage falscher oder unrealistischer Erwartungen zu investieren. Wie hoch der Ertrag im Vergleich zu der Teilnahmegebühr ist oder wie rasch Gewinne erzielt werden, gehört jedoch nicht zu den Punkten, die in Anhang I Nr. 14 angeführt sind. Daher sind diese Aspekte für die Feststellung, ob ein bestimmtes System verboten ist, auch nicht maßgeblich.

23. Das vorliegende Gericht weist jedoch zu Recht auf einen unglücklichen Unterschied zwischen den verschiedenen gleichermaßen authentischen Sprachfassungen der Richtlinie hin. Die meisten enthalten die Erbringung einer „Gegenleistung“, für die Möglichkeit, eine Vergütung zu erzielen, als einen der Bestandteile eines Schneeballsystems⁸. In der bulgarischen, der deutschen, der griechischen, der litauischen, der schwedischen, der slowenischen und der ungarischen Fassung wird jedoch das Erfordernis, „eine Gegenleistung zu erbringen“, nicht klar ausgedrückt. Die litauische und die deutsche Fassung (vom vorlegenden Gericht genannt) lauten „piramidės pobūdžio skatinimo sistemos sukūrimas, naudojimas ar reklamavimas, kai vartotojui suteikiama galimybė gauti atlygį visų pirma už kitų vartotojų įtraukimą į tą sistemą, o ne už produktų pardavimą ar naudojimą“ und „Einführung, Betrieb oder Förderung eines Schneeballsystems zur Verkaufsförderung, bei dem *der Verbraucher die Möglichkeit vor Augen hat, eine Vergütung zu erzielen*, die hauptsächlich durch die Einführung neuer Verbraucher in ein solches System und weniger durch den Verkauf oder Verbrauch von Produkten zu erzielen ist“. Somit ist in diesen Sprachfassungen der Richtlinie eine Zahlung des Verbrauchers („Gegenleistung“) für die Teilnahme an einem System nicht als für ein Schneeballsystem erforderliches Merkmal angeführt. In anderen Sprachfassungen (z. B. der französischen, der polnischen und der spanischen, die vom vorlegenden Gericht auch geprüft wurden) ist es jedoch ein wesentliches Merkmal.

24. 4finance macht geltend, dass die für die Eintragung erforderliche Zahlung von 0,01 LTL nicht im Austausch für die Möglichkeit, eine Vergütung zu erhalten, getätigt worden sei, sondern bloß zur Identifizierung des betreffenden Verbrauchers. Diese Gebühr sei die kleinstmögliche gewesen, die verlangt werden könne, um sicherzustellen, dass 4finance verlässliche Angaben zur Identifizierung der sich eintragenden Person habe. Da die Gebühr durch eine Onlineüberweisung bezahlt worden sei, habe 4finance Zugang zu Vorname, Nachname, Identifikationsnummer und Kontonummer der betreffenden Person sowie zu anderen persönlichen Daten erhalten, die für die Vergabe eines Kredits im Fernabsatz notwendig seien.

25. Italien ist der Ansicht, dass es eine wirtschaftliche Handlung des Verbrauchers geben müsse und dass eine solche Handlung nicht vorliege, wenn keine Gegenleistung erbracht werde. Polen trägt vor, dass eine Gegenleistung ein wesentlicher Bestandteil eines Schneeballsystems sei. Eine andere Auslegung der Richtlinie würde ihren Anwendungsbereich ausweiten und die Entwicklung des Binnenmarkts behindern, ohne den Verbraucherschutz zu erhöhen. Litauen vertritt die Auffassung,

⁸ — Namentlich die dänische, die englische, die estnische, die finnische, die französische, die italienische, die lettische, die maltesische, die niederländische, die polnische, die portugiesische, die rumänische, die slowakische, die spanische und die tschechische Fassung.

dass es kein entscheidender Faktor sein könne, ob ein Verbraucher eine Gegenleistung für die Teilnahme an einem Schneeballsystem erbringe. Wenn die Definition eines Verkaufs im Schneeballsystem mit der Erbringung einer Gegenleistung für die Teilnahme verbunden würde, wäre der Anwendungsbereich des Verbots unnötig eng.

26. Nach Ansicht der Kommission fallen unlautere Geschäftspraktiken in den Anwendungsbereich der Richtlinie, wenn sie geschäftlicher Art sind. Wenn ein Verbraucher eine Gegenleistung für die Teilnahme an einem System erbringe, sei er an einem Handelsgeschäft beteiligt, das daher von der Richtlinie erfasst sei.

27. Weichen die verschiedenen Sprachfassungen eines Unionstextes voneinander ab, muss nach ständiger Rechtsprechung die fragliche Vorschrift nach der allgemeinen Systematik und dem Zweck der Regelung ausgelegt werden, zu der sie gehört⁹. Dementsprechend verbietet es die Notwendigkeit einheitlicher Anwendung und Auslegung einer Unionsvorschrift, eine ihrer Fassungen isoliert zu betrachten, und gebietet vielmehr, sie nach dem wirklichen Willen des Gesetzgebers und dem von diesem verfolgten Zweck namentlich im Licht ihrer Fassung in allen Sprachen auszulegen¹⁰.

28. Meiner Ansicht nach liegt ein Schneeballsystem im Sinne von Anhang I Nr. 14 nur dann vor, wenn ein Verbraucher eine Gegenleistung erbringt, um einem solchen System beizutreten.

29. Diese Auslegung von Anhang I Nr. 14 wird durch eine Prüfung der Systematik und des Ziels dieser Bestimmung bestätigt.

30. Nach ihrem Art. 3 Abs. 1 gilt die Richtlinie für unlautere Geschäftspraktiken zwischen Unternehmen und Verbrauchern. Ein Schneeballsystem stellt eine solche Praxis dar.

31. Wenn eine Praxis unter die Schwarze Liste fällt, die in Anhang I angeführt ist, „ist“ sie (nach dem Wortlaut von Art. 5 Abs. 5) „unter allen Umständen als unlauter anzusehen“. Es bedarf keiner Prüfung nach Art. 5 Abs. 2, ob die fragliche Praxis den Erfordernissen der beruflichen Sorgfaltspflicht widerspricht und ob sie das wirtschaftliche Verhalten des Durchschnittsverbrauchers im Sinne dieser Bestimmung wesentlich beeinflussen würde. Anhang I enthält eine Liste dieser Praktiken, die unter allen Umständen als irreführend anzusehen sind. Dazu gehört offensichtlich jede Praxis, die ein Schneeballsystem nach Anhang I Nr. 14 ist. Die Praktiken der Schwarzen Liste gelten automatisch als unlautere Geschäftspraktiken, die nach Art. 5 Abs. 1 verboten sind¹¹.

32. Die Richtlinie verbietet die Anwendung einer Geschäftspraxis, „um die Fähigkeit des Verbrauchers, eine informierte Entscheidung zu treffen, spürbar zu beeinträchtigen und damit den Verbraucher zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er andernfalls nicht getroffen hätte“¹². Eine „geschäftliche Entscheidung“ ist definiert als „jede Entscheidung eines Verbrauchers darüber, ob, wie und unter welchen Bedingungen er einen Kauf tätigen, eine Zahlung ... leisten, ein Produkt behalten oder abgeben oder ein vertragliches Recht im Zusammenhang mit dem Produkt ausüben will ...“¹³. Der Richtlinie geht es somit darum, ob die Fähigkeit des Verbrauchers, eine wirtschaftliche Entscheidung in seinem Interesse zu treffen, durch die von dem betreffenden Unternehmen angewandte Praxis beeinträchtigt wird. Diese beiden Definitionen setzen voraus, dass die Richtlinie diejenigen Geschäftspraktiken betrifft, bei denen der Verbraucher eine Gegenleistung zu erbringen (d. h. eine Gebühr zu zahlen) hat, anstelle von Situationen, in denen es eine solche wirtschaftliche

9 — Urteile vom 6. Oktober 1982, CILFIT u. a. (283/81, Slg. 1982, 3415, Randnrn. 18 bis 20), vom 7. Dezember 1995, Rockfon (C-449/93, Slg. 1995, I-4291, Randnr. 28), und vom 1. April 2004, Borgmann (C-1/02, Slg. 2004, I-3219, Randnr. 25).

10 — Urteil vom 3. Juni 2010, Internetportal und Marketing (C-569/08, Slg. 2010, I-4871, Randnr. 35 und die dort angeführte Rechtsprechung). Vgl. aus jüngerer Zeit Urteil vom 25. April 2013, Bark (C-89/12, Randnr. 36).

11 — Siehe auch Urteil vom 17. Oktober 2013, RLvS (C-391/12, Randnr. 33).

12 — Art. 2 Buchst. e.

13 — Art. 2 Buchst. k.

Verpflichtung nicht gibt. Eine Definition, die eine Gegenleistung beinhaltet, steht im Einklang mit dem Schutz von Verbrauchern, wenn sie Entscheidungen hinsichtlich ihrer wirtschaftlichen Interessen treffen. Ohne eine Gegenleistung wäre die Identifizierung des wirtschaftlichen Verhaltens, das mit der Richtlinie geschützt werden soll, unklar.

33. Litauen trägt vor, das Erfordernis, dass Verbraucher für die Teilnahme an einem Schneeballsystem eine Gegenleistung erbringen müssten, schränke den Anwendungsbereich des Verbots in Anhang I Nr. 14 ein. Dies unterliefe die Wirkung von Art. 3 Abs. 9 und widerspräche den Zielen der Richtlinie.

34. Dem kann ich mich nicht anschließen.

35. Art. 3 Abs. 9 erlaubt den Mitgliedstaaten, für Finanzdienstleistungen restriktivere Anforderungen zu stellen. Das Erfordernis, dass Verbraucher für die Teilnahme an einem Schneeballsystem unabhängig von seinem Inhalt eine Gegenleistung erbringen müssen, hat überhaupt keine Auswirkung auf die Befugnis der Mitgliedstaaten, für Finanzdienstleistungen strengere Maßnahmen einzuführen.

36. Es ist richtig, dass die Einbeziehung einer Gegenleistung als notwendiges Merkmal dafür, dass ein System unter Anhang I Nr. 14 fällt, den Anwendungsbereich einengt. Ich bin aber nicht der Ansicht, dass eine solche Auslegung die Ziele und Zwecke der Richtlinie untergräbt.

37. Mit der Richtlinie sollen Geschäftspraktiken, die in unmittelbarem Zusammenhang mit der Beeinflussung der geschäftlichen Entscheidungen des Verbrauchers in Bezug auf Produkte stehen, verboten und die wirtschaftlichen Interessen der Verbraucher vor unlauteren Geschäftspraktiken im Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern¹⁴ vor dem Hintergrund der Schaffung eines hohen Verbraucherschutzniveaus im Gebiet der Europäischen Union geschützt werden¹⁵. Aus den Erwägungsgründen 12 und 17 geht jedoch auch klar hervor, dass der Gesetzgeber die Rechtssicherheit, ein wesentliches Element für ein reibungsloses Funktionieren des Binnenmarkts¹⁶, für Verbraucher und Unternehmer erhöhen will, insbesondere indem die Geschäftspraktiken identifiziert werden, die – wie Schneeballsysteme – unter allen Umständen unlauter sind.

38. Bei der Zusammenstellung der in Anhang I enthaltenen Schwarzen Liste der Geschäftspraktiken, die gemäß Art. 5 Abs. 5 „unter allen Umständen als unlauter anzusehen sind“, hatte der Gesetzgeber vermutlich die Absicht, die Praktiken herauszuheben, die am deutlichsten verwerflich waren. Es ist daran zu erinnern, dass die Richtlinie eine völlige Harmonisierung vornimmt¹⁷ und dass die Mitgliedstaaten von der Schwarzen Liste nicht abweichen können: Sie kann nur durch eine Änderung der Richtlinie selbst abgeändert werden¹⁸. Es gibt keine Einzelfallprüfung, ob eine Praxis, die unter eine der Nummern in Anhang I fällt, *tatsächlich* einen der in Art. 5 Abs. 2 und 4 festgelegten Tests für die Bestimmung, was eine unlautere Praxis ist, erfüllt. Eine Praxis aus der Schwarzen Liste ist *ipso facto* in allen Mitgliedstaaten verboten.

39. Wenn es – wie hier – einen Unterschied zwischen den Sprachfassungen gibt, sprechen meines Erachtens diese Faktoren dafür, die Fassung als maßgebend anzusehen, die das Vorliegen von mehr statt von weniger Punkten erfordert, bevor eine bestimmte Praxis automatisch auf die Schwarze Liste gesetzt wird, weil sie unter eine der Nummern in Anhang I fällt. Eine Praxis, die nicht automatisch auf die Schwarze Liste gesetzt wird, kann trotzdem verboten sein, wenn eine Einzelfallprüfung zeigt,

14 — Vgl. Erwägungsgründe 7 und 8.

15 — Elfter Erwägungsgrund.

16 — Urteil vom 18. Oktober 2012, *Purely Creative* (C-428/11, Randnr. 45).

17 — Vgl. Erwägungsgründe 5 und 6.

18 — Art. 5 Abs. 5.

dass sie mit einem der in Art. 5 enthaltenen individuellen Tests zur Bestimmung, was eine unlautere Praxis ist, in Konflikt gerät. Eine solche Lesart unterläuft daher nicht das Ziel, ein hohes Verbraucherschutzniveau zu gewährleisten. Sie trägt andererseits positiv dazu bei, Rechtssicherheit in Bezug auf die Frage zu schaffen, was von der Schwarzen Liste in Anhang I umfasst ist¹⁹.

40. Folglich ist es meiner Ansicht nach erforderlich, dass ein Verbraucher eine Gegenleistung für die Teilnahme an einem System erbringt, damit dieses System unter die Definition in Anhang I Nr. 14 fällt.

Zur dritten Frage

41. Die Fragen 2 und 3 sind eng miteinander verknüpft. Mit diesen Fragen möchte das vorlegende Gericht wissen, ob es erforderlich ist, einen Zusammenhang zwischen der von neuen Teilnehmern erbrachten Gegenleistung und der den bestehenden Mitgliedern gezahlten Vergütung (Frage 3) festzustellen, und falls das so ist, ob es auf die Höhe einer solchen Gegenleistung ankommt (Frage 2). Bei der Beantwortung dieser Fragen erscheint es logischer, die Fragen in dieser Reihenfolge zu behandeln.

42. Das vorlegende Gericht erklärt, dass es für die Entscheidung des Ausgangsverfahrens wissen muss, ob es von Bedeutung ist, dass die beim Beitritt zu dem in Rede stehenden System erbrachte Gegenleistung im Vergleich zu den Prämien, die für die erfolgreiche Einführung neuer Teilnehmer gezahlt wurden (zwischen 10 und 20 LTL) relativ gering (0,01 LTL) war. Mit der dritten Frage möchte es also erstens wissen, ob eine Geschäftspraxis im Sinne von Anhang I Nr. 14 irreführend ist, wenn von dem Systembetreiber hauptsächlich für die erfolgreiche Einführung neuer Teilnehmer und weniger für den Verkauf oder Verbrauch von Produkten eine Vergütung gezahlt wird. Zweitens möchte es erfahren, ob das Ausmaß, in dem eine solche Vergütung durch die beim Beitritt zu dem System erbrachte Gegenleistung finanziert wird, von Bedeutung ist.

43. 4finance trägt vor, dass ein Schneeballsystem nicht vorliegen könne, wenn die gezahlte Vergütung aus den Mitteln des betreffenden Unternehmens statt von der Gegenleistung der neuen Teilnehmer stamme. Die Tschechische Republik ist der Ansicht, dass es einen Zusammenhang zwischen der beim Beitritt zu dem System erbrachten Gegenleistung und den Zahlungen an die bestehenden Mitglieder für die Einführung neuer Teilnehmer geben müsse und dass die Gegenleistung als solche ausreichend sein sollte, um den Betrieb des Systems gewährleisten zu können. Italien, Litauen, Polen und die Kommission sind der Meinung, dass es nicht notwendig sei, für die Zwecke von Anhang I Nr. 14 irgendeine Verbindung dieser Art nachzuweisen.

44. Leider ist Anhang I Nr. 14 nicht in allen Sprachfassungen gleichlautend.

45. So heißt es unter den Fassungen, die das vorlegende Gericht geprüft hat (Hervorhebung in allen folgenden Zitaten nur hier), in der litauischen und in der deutschen Fassung, dass der Verbraucher in einem Schneeballsystem zur Verkaufsförderung eine Vergütung „*hauptsächlich durch*“ die Einführung neuer Verbraucher in dieses System und weniger durch den Verkauf oder Verbrauch von Produkten erzielt²⁰. Ich nenne diese Fassungen die „keinen Zusammenhang voraussetzenden“ Fassungen.

46. Im Gegensatz dazu heißt es in der französischen Fassung „*percevoir une contrepartie provenant essentiellement de l'entrée d'autres consommateurs dans le système plutôt que de la vente ou de la consommation de produits*“ und in der spanischen „*la oportunidad de recibir una compensación derivada fundamentalmente de la entrada de otros consumidores en el plan, y no de la venta o el*“.

19 — Was die Schwierigkeiten betrifft, die entstehen, wenn man *keine* Gegenleistung verlangt, siehe oben, Nr. 31.

20 — Siehe oben, Nr. 22.

consumo de productos“. Die englische Fassung gleicht diesen Fassungen, da sie von der Möglichkeit spricht, „to receive compensation that is *derived primarily from* the introduction of other consumers into the scheme rather than from the sale or consumption of products“. Ich nenne diese Fassungen die „einen Zusammenhang voraussetzenden“ Fassungen²¹.

47. Mit dieser Richtlinie soll eine völlige Harmonisierung eingeführt werden; und die Praktiken auf der Schwarzen Liste in Anhang I sind *ipso facto* verboten²². Trotzdem gibt es einen klaren Bruch zwischen den keinen Zusammenhang voraussetzenden Fassungen und den einen Zusammenhang voraussetzenden Fassungen. Wie soll der Gerichtshof unter diesen Umständen vorgehen?

48. Kurz gesagt, stellt eine Vorgehensweise, die den „einen Zusammenhang voraussetzenden“ Fassungen folgt, eine klare wirtschaftliche Verbindung zwischen der Belohnung für bestehende Mitglieder und der Anwerbung neuer Mitglieder her. Es handelt sich um eine enge Auslegung des Wortlauts. Dies steht gut im Einklang mit dem Grundsatz (dem ich mich bei der Beantwortung der ersten Frage angeschlossen habe), dass die Schwarze Liste in Anhang I eng auszulegen ist. Aufgrund ihrer einschränkenden Art lässt diese Vorgehensweise auch mehr Spielraum für kreatives Marketing. „Kreativ“ ist nicht zwangsläufig mit „unlauter“ gleichzusetzen. Und es gibt immer ein Sicherheitsnetz, da eine Einzelfallprüfung nach Art. 5 Abs. 2 oder Art. 5 Abs. 4 dazu führen sollte, dass eine kreative Praxis, die unlauter *ist*, verboten wird. Sachleistungen anstelle von Geld können bei dieser Beurteilung nötigenfalls mit ihrem Geldwert (für den Verbraucher) angesetzt werden.

49. Im Gegensatz dazu hat eine Vorgehensweise, die den „keinen Zusammenhang voraussetzenden“ Fassungen folgt, den Vorzug der Einfachheit. Nationale Gerichte müssten nicht prüfen, in welchem Verhältnis die als Belohnung für die Anwerbung erhaltene Vergütung von den Zahlungen der neuen Teilnehmer (sei es durch die Zahlung einer anfänglichen Aufnahmegebühr, sei es durch spätere Zahlungen) stammt. Sie müssten nicht im Einzelfall fragen, „Was bedeutet ‚stammen *hauptsächlich* von?‘“ – und mit einer Aufnahme in Anhang I soll gerade vermieden werden, dass solche Einzelfalluntersuchungen durchgeführt werden müssen. Die Bedeutung, die verschiedene nationale Gerichte der verschiedenen Mitgliedstaaten diesen Worten beimessen, könnte sehr wohl unterschiedlich sein. Das würde die Einheitlichkeit der Vorgehensweise untergraben; und fehlende Einheitlichkeit kann das Funktionieren des Binnenmarkts nicht verbessern²³. Eine „keinen Zusammenhang voraussetzende“ Vorgehensweise kann (vielleicht) auch geeigneter sein, um eine Umgehung durch Systeme zu verhindern, die ihre Geschäfte durch die Verwendung von Sachleistungen anstelle von Geld verbergen.

50. Nach einigem Zögern bin ich der Ansicht, dass eine Auslegung, die sich den „einen Zusammenhang voraussetzenden“ Fassungen anschließt, besser zu meiner Vorgehensweise bei der Beantwortung der ersten Frage passt. Deshalb komme ich zu dem Ergebnis, dass es erforderlich ist, nachzuweisen, dass die den bestehenden Mitgliedern gezahlte Vergütung hauptsächlich aus den von den neuen Teilnehmern erbrachten Gegenleistungen stammt, damit ein Schneeballsystem unter Anhang I Nr. 14 fällt und folglich gemäß Art. 5 Abs. 1 der Richtlinie verboten ist.

51. Für den Fall, dass der Gerichtshof zu einem anderen Ergebnis kommen sollte, möchte ich folgende zusätzlichen Bemerkungen machen. Sie behandeln das mögliche Argument, dass die „keinen Zusammenhang voraussetzende“ Herangehensweise in bestimmten Fällen zu einem ungerechten Ergebnis führen kann, weil rechtmäßige Geschäfte gleichermaßen erfasst werden könnten wie Betrügereien.

21 — Ich habe diese Bezeichnungen danach gewählt, ob der Wortlaut die Bedingung enthält, dass die von bestehenden Mitgliedern erhaltene Vergütung mit dem, was durch den Beitritt neuer Teilnehmer hereinkommt, „im Zusammenhang stehen“ (oder daraus stammen) sollte, oder ob diese Bedingung fehlt.

22 — Vgl. meine Anmerkungen zu der ersten Frage oben in Nr. 31.

23 — Vgl. Art. 1 der Richtlinie.

52. Ich weise darauf hin, dass ein Geschäft nicht unter Anhang I Nr. 14 fällt, wenn eine der kumulativen Voraussetzungen dieser Bestimmung nicht vorliegt. Falls es somit z. B. nicht erforderlich ist, eine Gegenleistung für den Beitritt zu einem bestimmten System zu erbringen, gilt das Verbot nicht.

53. Angenommen aber, ein Betreiber möchte eine Teilnahmegebühr einheben, um seine Verwaltungskosten zu decken (z. B. zahlen Leser eine Teilnahmegebühr für einen Buchclub und erhalten einen Buchgutschein, wenn sie neue Mitglieder für den Club anwerben). Wäre das verboten? Ich glaube nicht, weil es dabei keine Pyramidenkonstruktion gäbe.

54. Das Wort „Pyramide“ kommt in allen Sprachfassungen der Richtlinie, außer der deutschen vor, die den Begriff „*Schneeballsystem*“ verwendet, und um unter Anhang I Nr. 14 zu fallen, muss das fragliche System eine Pyramidenstruktur haben²⁴.

55. Die Worte „*Schneeballsystem zur Verkaufsförderung*“ werden in Art. 2 der Richtlinie nicht definiert. In den beim Gerichtshof eingereichten Erklärungen werden solche Systeme auf verschiedene Weise beschrieben²⁵. Die sich aus diesen Beschreibungen ergebenden gemeinsamen Mindestkriterien sind, dass i) solche Systeme Einkünfte von neuen Teilnehmern erhalten, ii) Zahlungen an die bestehenden Mitglieder erfolgen, iii) diese Zahlungen durch die Beiträge der neuen Teilnehmer und weniger durch den Verkauf von Produkten finanziert werden und dass iv) es für diejenigen, die dem System später (in den unteren Ebenen des Pyramidensystems) beitreten, weniger wahrscheinlich ist als für diejenigen auf einer höheren Ebene (die bestehenden Mitglieder), einen Gewinn zu erzielen, weil es einen endlosen Zustrom neuer Mitglieder geben müsste, damit jedes Mitglied des Systems Geld verdient.

56. Bei Berücksichtigung dieser gemeinsamen Kriterien scheint mir, dass es für den Nachweis, dass das fragliche Geschäft eine Pyramide bildet, mehrere Ebenen mit dem Betreiber an der Spitze²⁶ geben muss und ein exponentiell ansteigendes kumulatives Anwerben neuer Mitglieder geben sollte. Im Unterschied zu den antiken Steinkonstruktionen – den Pyramiden des Alten Ägypten – ist der Bewegungsverlauf abwärts, von der Spitze zur Grundfläche der Pyramide, statt aufwärts, vom Fundament zur Spitze. Diese Auffassung, die sich auf das Kriterium konzentriert, das solche Systeme zu einem Betrug macht, steht im Einklang mit dem Ziel der Richtlinie, ein hohes Verbraucherschutzniveau zu erreichen. Das Haupteinkommen des Unternehmens stammt von den späteren Mitgliedsbeiträgen und weniger vom Vertrieb von Waren oder Dienstleistungen an Verbraucher.

57. Es ist natürlich Sache des vorlegenden Gerichts, den Sachverhalt des Ausgangsverfahrens festzustellen. Nach den Erläuterungen im Vorabentscheidungsersuchen sieht es so aus, als hätte das von 4finance betriebene System keine Pyramidenstruktur im Sinne von Anhang I Nr. 14.

Zur zweiten Frage

58. Mit seiner zweiten Frage möchte das vorlegende Gericht wissen, ob eine symbolische Gegenleistung, die zur Identifizierung der Verbraucher, die einem Pyramidensystem beitreten, verlangt wird, eine „Gegenleistung“ für die Zwecke von Anhang I Nr. 14 darstellt.

24 — Das Wort *Schneeballsystem* umfasst die gleiche Art von Betrug, die in allen anderen Sprachfassungen der Richtlinie von „Pyramidensystem“ erfasst ist. Der Umstand, dass das kumulative Hinzukommen von neuen Mitgliedern vom Betreiber in der Mitte ausgeht, und nicht von der Spitze einer Pyramide, scheint mir nicht erheblich zu sein; und ich nehme nicht an, dass die deutsche Fassung deshalb ein anderes Phänomen beschreiben möchte als die anderen Sprachfassungen.

25 — Siehe oben, Nrn. 18 bis 20.

26 — Beim *Schneeball* wäre der Betreiber in der Mitte und es müsste mehrere Ringe geben, die sich nach außen erweitern.

59. Ich teile den Standpunkt der Kommission, Italiens, Litauens und Polens, dem zufolge aus einer wörtlichen Auslegung der Richtlinie hervorgeht, dass ein Mindestbetrag für eine Gegenleistung nicht ausdrücklich vorgesehen ist und sich auch nicht herleiten lässt. Der Wortlaut von Anhang I Nr. 14 ist (zumindest in diesem Punkt) klar. Der Ausdruck „erbringt eine Gegenleistung“ erfordert nicht, dass der Verbraucher einen bestimmten Betrag für den Beitritt zu einem Pyramidensystem zahlt²⁷.

60. Die Gründe, aus denen ein Unternehmen, das ein solches System einführt, verlangt, dass eine Gegenleistung erbracht wird (z. B. um, wie hier, verlässliche Angaben über die Personen zu erhalten, die sich eintragen, um einen Kreditvertrag abzuschließen), sind für die Zwecke der Richtlinie nicht maßgeblich.

61. Außerdem würde es dem Zweck der Richtlinie, völlige Harmonisierung zu erreichen, und ihrem Ziel der Einheitlichkeit und Rechtssicherheit²⁸ widersprechen, würde man in Anhang I Nr. 14 das Erfordernis hineinlesen, dass ein Verbraucher eine Mindestgegenleistung erbringen muss.

62. Folglich stellt jeder Betrag, wie gering er auch sei, eine Gegenleistung für die Zwecke der Richtlinie dar.

Ergebnis

63. Nach alledem bin ich der Ansicht, dass der Gerichtshof die vom Lietuvos vyriausiosios administracinės teisės apsaugos tarnybos vorgelegten Fragen folgendermaßen beantworten sollte:

Anhang I Nr. 14 der Richtlinie 2005/29/EG (Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken) ist dahin auszulegen, dass

- ein Schneeballsystem zur Verkaufsförderung im Sinne dieser Bestimmung vorliegt, wenn ein Verbraucher eine Gegenleistung erbringt, um einem solchen System beizutreten;
- bei der Bestimmung, ob die in Anhang I Nr. 14 angeführten Punkte in einem bestimmten Fall vorliegen, nachzuweisen ist, dass das fragliche System insoweit eine Pyramidenstruktur hat, als es aus verschiedenen Ebenen mit dem Betreiber an der Spitze besteht und es ein exponentiell ansteigendes kumulatives Anwerben neuer Mitglieder gibt. Dabei muss gezeigt werden, dass die den bestehenden Mitgliedern gezahlte Vergütung hauptsächlich aus der von den neuen Teilnehmern erbrachten Gegenleistung stammt;
- jeder Betrag, wie gering er auch sei, stellt eine Gegenleistung für die Zwecke der Richtlinie dar.

27 — Vgl. z. B. die Herangehensweise des Gerichtshofs im Urteil *PurelyCreative*, oben in Fn. 16 angeführt, Randnrn. 30 und 34.

28 — Siehe oben, Nr. 2.