Sammlung der Rechtsprechung

URTEIL DES GERICHTSHOFS (Zweite Kammer)

3. April 2014*

„Richtlinie 2005/29/EG — Unlautere Geschäftspraktiken — Schneeballsystem — Relevanz des etwaigen Beitrags, den ein Verbraucher leistet, um eine Vergütung zu erhalten — Auslegung des Begriffs Beitrag“

In der Rechtssache C-515/12

betreffend ein Vorabentscheidungsersuchen nach Art. 267 AEUV, eingereicht vom Lietuvos vyriausiasis administracinis teismas (Oberstes Verwaltungsgericht Litauen) mit Entscheidung vom 29. Oktober 2012, beim Gerichtshof eingegangen am 14. November 2012, in dem Verfahren

„4finance“ UAB

gegen

Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba,

Valstybinė mokesčių inspekcija prie Lietuvos Respublikos finansų ministerijos

erlässt

DER GERICHTSHOF (Zweite Kammer)

unter Mitwirkung der Kammerpräsidentin R. Silva de Lapuerta sowie der Richter J. L. da Cruz Vilaça, G. Arestis, J.-C. Bonichot (Berichterstatter) und A. Arabadjiev,

Generalanwältin: E. Sharpston,

Kanzler: A. Calot Escobar,

aufgrund des schriftlichen Verfahrens,

unter Berücksichtigung der Erklärungen:

— der „4finance“ UAB, vertreten durch G. Velička, Generaldirektor,

— der litauischen Regierung, vertreten durch R. Janeckaitė als Bevollmächtigte,

— der tschechischen Regierung, vertreten durch M. Smolek und S. Šindelková als Bevollmächtigte,

— der italienischen Regierung, vertreten durch G. Palmieri als Bevollmächtigte im Beistand von P. Gentili, avvocato dello Stato,

* Verfahrenssprache: Litauisch.

— der polnischen Regierung, vertreten durch B. Majczyna und M. Szpunar als Bevollmächtigte,

— der Europäischen Kommission, vertreten durch A. Steiblytė und M. van Beek als Bevollmächtigte,

nach Anhörung der Schlussanträge der Generalanwältin in der Sitzung vom 19. Dezember 2013,

folgendes

Urteil

1 Das Vorabentscheidungsersuchen betrifft die Auslegung des Anhangs I Nr. 14 der Richtlinie 2005/29/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 11. Mai 2005 über unlautere Geschäftspraktiken von Unternehmen gegenüber Verbrauchern im Binnenmarkt 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, Berichtigung der deutschen Fassung, ABl. 2009, L 253, S. 18).

2 Dieses Ersuchen ergeht im Rahmen eines Rechtsstreits der „4finance“ UAB (im Folgenden: 4finance) gegen das Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba (Nationales Amt für Verbraucherschutz) und das Valstybinė mokesčių inspekcija prie Lietuvos Respublikos Finansų ministerijos (Nationale Steuerinspektion, dem Ministerium der Finanzen angeschlossen) wegen Bußgelds, das gegen diese Gesellschaft wegen Verstoßes gegen das litauische Gesetz über das Verbot unlauterer Geschäftspraktiken gegenüber Verbrauchern verhängt worden war.

Rechtlicher Rahmen

Unionsrecht

3 In den Erwägungsgründen 8, 9, 11 und 17 der Richtlinie 2005/29 heißt es:

„(8) Diese Richtlinie schützt unmittelbar die wirtschaftlichen Interessen der Verbraucher vor unlauteren Geschäftspraktiken von Unternehmen gegenüber Verbrauchern. …

(9) Diese Richtlinie berührt nicht individuelle Klagen von Personen, die durch eine unlautere Geschäftspraxis geschädigt wurden. … Für Finanzdienstleistungen und Immobilien sind aufgrund ihrer Komplexität und der ihnen inhärenten ernsten Risiken detaillierte Anforderungen erforderlich, einschließlich positiver Verpflichtungen für die betreffenden Gewerbetreibenden. Deshalb lässt diese Richtlinie im Bereich der Finanzdienstleistungen und Immobilien das Recht der Mitgliedstaaten unberührt, zum Schutz der wirtschaftlichen Interessen der Verbraucher über ihre Bestimmungen hinauszugehen. …

…

(11) Das hohe Maß an Konvergenz, das die Angleichung der nationalen Rechtsvorschriften durch diese Richtlinie hervorbringt, schafft ein hohes allgemeines Verbraucherschutzniveau. Diese Richtlinie stellt ein einziges generelles Verbot jener unlauteren Geschäftspraktiken auf, die das wirtschaftliche Verhalten des Verbrauchers beeinträchtigen. Sie stellt außerdem Regeln über aggressive Geschäftspraktiken auf, die gegenwärtig auf Gemeinschaftsebene nicht geregelt sind.

…

(17) 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."

4 Art. 1 der Richtlinie 2005/29 lautet:

„Zweck dieser Richtlinie ist es, 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."

5 Art. 2 Buchst. d dieser Richtlinie sieht vor:

„Im Sinne dieser Richtlinie bezeichnet der Ausdruck

…

d) ‚Geschäftspraktiken von Unternehmen gegenüber 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;

…"

6 Art. 3 Abs. 1 dieser Richtlinie hat folgenden Wortlaut:

„Diese Richtlinie gilt für unlautere Geschäftspraktiken im Sinne des Artikels 5 von Unternehmen gegenüber Verbrauchern vor, während und nach Abschluss eines auf ein Produkt bezogenen Handelsgeschäfts."

7 Art. 5 der Richtlinie 2005/29 lautet:

„(1) Unlautere Geschäftspraktiken sind verboten.

(2) Eine Geschäftspraxis ist unlauter, wenn

a) sie den Erfordernissen der beruflichen Sorgfaltspflicht widerspricht

und

b) sie in Bezug auf das jeweilige Produkt das wirtschaftliche Verhalten des Durchschnittsverbrauchers, den sie erreicht oder an den sie sich richtet oder des durchschnittlichen Mitglieds einer Gruppe von Verbrauchern, wenn sich eine Geschäftspraxis an eine bestimmte Gruppe von Verbrauchern wendet, wesentlich beeinflusst oder dazu geeignet ist, es wesentlich zu beeinflussen.

…

(4) Unlautere Geschäftspraktiken sind insbesondere solche, die

a) irreführend im Sinne der Artikel 6 und 7

oder

b) aggressiv im Sinne der Artikel 8 und 9 sind.

(5) 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 Anhang I („Geschäftspraktiken, die unter allen Umständen als unlauter gelten") der Richtlinie 2005/29 sieht in Nr. 14 vor:

„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."

Litauisches Recht

9 Art. 7 Nr. 22 des Gesetzes über unlautere Geschäftspraktiken in der auf den Sachverhalt des Ausgangsverfahrens anwendbaren Fassung bestimmt:

„Eine Geschäftspraxis gilt als irreführend, wenn sie in der Einführung eines Schneeballsystems zum Verkauf von Produkten besteht, das dem Verbraucher die Möglichkeit bietet, eine Vergütung zu erzielen, die hauptsächlich durch die Einführung neuer Verbraucher in das System und weniger durch den Verkauf oder Verbrauch von Produkten zu erzielen ist. Das Gleiche gilt für den Betrieb oder die Förderung eines solchen Systems."

Ausgangsverfahren und Vorlagefragen

10 Die Rechtsmittelklägerin des Ausgangsverfahrens, 4finance, ist eine Gesellschaft, die im Fernabsatz kurzfristig Kleinkredite gewährt. Gegen sie wurde mit Bescheid des Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba vom 28. Juli 2011 wegen Verstoßes gegen Art. 7 Nr. 22 des Gesetzes über unlautere Geschäftspraktiken ein Bußgeld in Höhe von 8 000 litauischen Litas (LTL) verhängt. Aus diesem Bescheid geht hervor, dass 4finance zwischen dem 26. Oktober 2010 und dem 15. Februar 2011 eine Werbekampagne durchführte, mit der sie „ein Schneeballverkaufssystem eingeführt [haben soll], 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]".

11 Dieser Bescheid wurde durch Urteil des Vilniaus apygardos administracinis teismas (Regionales Verwaltungsgericht Vilnius) vom 25. Oktober 2011 bestätigt, woraufhin 4finance gegen dieses Urteil beim Lietuvos vyriausiasis administracinis teismas (Oberster Verwaltungsgerichtshof Litauens) ein Rechtsmittel einlegte.

12 Zu den 4finance zur Last gelegten Handlungen führt das vorlegende Gericht aus, dass diese Gesellschaft jedem neuen Kunden eine Prämie von 20 LTL für die Anmeldung jedes anderen durch ihn angeworbenen Kunden angeboten habe. Um Kunde von 4finance zu werden, habe der neue Kunde bei der Anmeldung auf der Internetseite der 4finance Anmeldekosten in Höhe von 0,01 LTL entrichten müssen.

13 In diesem Zusammenhang stellen sich dem vorlegenden Gericht als Erstes Fragen zur Auslegung von Anhang I Nr. 14 der Richtlinie 2005/29 sowie zur Vereinbarkeit von Art. 7 Nr. 22 des Gesetzes über unlautere Geschäftspraktiken mit dieser Bestimmung. Es weist hierzu darauf hin, dass sich diese Vorschrift des litauischen Rechts zwar eng an die Fassungen dieser Richtlinie in deutscher und litauischer Sprache anlehne, aber nicht mit anderen Sprachfassungen dieser Richtlinie, so z. B. den Fassungen in spanischer, französischer und polnischer Sprache übereinstimme. Nach dem Wortlaut der letztgenannten Fassungen von Nr. 14 nämlich „entrichtet der Verbraucher einen Beitrag im Austausch für die Möglichkeit, eine Vergütung zu erzielen, die hauptsächlich durch die Einführung neuer Verbraucher zu erzielen ist“. Die Fassungen dieser Vorschrift in deutscher und litauischer Sprache sähen dieses Kriterium der Entrichtung eines Beitrags durch den Verbraucher aber nicht vor.

14 Als Zweites, für den Fall, dass der vom Verbraucher entrichtete Beitrag nach Auffassung des Gerichtshofs unabdingbar sein sollte, um ein Werbesystem als Schneeballsystem im Sinne der Richtlinie 2005/29 ansehen zu können, stellt das vorlegende Gericht dem Gerichtshof eine Frage zur Auslegung des Begriffs „Beitrag“. Zum einen sei es wichtig, zu wissen, ob jeder entrichtete Betrag, sei er auch noch so gering, als Beitrag angesehen werden könne, und zum anderen ob die Entrichtung eines symbolischen Betrags wie im Ausgangsverfahren ausreiche, um dieses System verbieten zu können. Es weist hierzu darauf hin, dass es sich bei dem von einem neuen Kunden auf die Konten von 4finance eingezahlten Betrag von 0,01 LTL um den niedrigsten technisch überweisbaren Betrag handle, dass diese Überweisung nur der genauen Identifizierung dieses Kunden diene, um den Abschluss eines Kreditvertrags zu ermöglichen, und dass mit den auf diese Weise eingezahlten Beiträgen nur in sehr geringem Ausmaß die Prämien finanziert worden seien, die mittels des Absatzförderungssystems gezahlt würden.

15 Im Licht dieser Erwägungen hat der Lietuvos vyriausiasis administracinis teismas beschlossen, das Verfahren auszusetzen und dem Gerichtshof folgende Fragen zur Vorabentscheidung vorzulegen:

1. Ist Anhang I Nr. 14 der Richtlinie 2005/29 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 erlangen, einen Einfluss auf die Einstufung des Schneeballsystems zur Verkaufsförderung als irreführende Geschäftspraxis im Sinne von Anhang I Nr. 14 der Richtlinie 2005/29? 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 2005/29 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 angemeldeten Teilnehmern am Schneeballsystem zur Verkaufsförderung gezahlte Vergütung ganz oder größtenteils durch die Beiträge der neu in das System eingeführten Mitglieder finanziert werden?

Zu den Vorlagefragen

16 Mit seinen Fragen, die zusammen zu prüfen sind, möchte das vorlegende Gericht wissen, unter welchen Voraussetzungen ein System der Absatzförderung als „Schneeballsystem“ im Sinne von Anhang I Nr. 14 der Richtlinie 2005/29 angesehen werden kann und somit unter allen Umständen verboten ist.

17 Aus dem Vorabentscheidungsersuchen geht vor, dass Art. 7 Nr. 22 des Gesetzes über unlautere Geschäftspraktiken eine eng an die deutsche und die litauische Fassung angelehnte Umsetzung von Anhang I Nr. 14 der Verordnung 2005/29 darstellt. Doch laut dem vorlegenden Gericht stellt die letztgenannte Bestimmung in mehreren ihrer anderen Sprachfassungen eine zusätzliche Voraussetzung für das Verbot eines Schneeballsystems auf, wonach „der Verbraucher einen Beitrag entrichtet“, um aus dem System Nutzen ziehen zu können. Das vorlegende Gericht legt dem Gerichtshof die Frage vor, ob es nach dieser Nr. 14 erforderlich ist, dass der Verbraucher einen solchen Beitrag leisten muss. Für den Fall, dass der Gerichtshof diese Frage bejaht, möchte es wissen, ob jeder Betrag unabhängig von seiner Höhe als Beitrag im Sinne dieser Nr. 14 zu qualifizieren ist.

18 Schließlich möchte das vorlegende Gericht in Erfahrung bringen, ob ein Absatzförderungssystem nur dann als Schneeballsystem zu qualifizieren ist, wenn feststeht, dass die Vergütung, die ein Verbraucher erhalten kann, teilweise oder überwiegend aus den später von anderen Verbrauchern gezahlten Beiträgen finanziert wird.

19 Nach ständiger Rechtsprechung des Gerichtshofs schließt es die Notwendigkeit einheitlicher Anwendung und damit Auslegung einer Vorschrift des Unionsrechts aus, sie in einer ihrer Sprachfassungen isoliert zu betrachten, sondern gebietet vielmehr, sie nach dem wirklichen Willen ihres Urhebers und dem von diesem verfolgten Zweck namentlich im Licht ihrer Fassung in allen Sprachen auszulegen (vgl. Urteil Internetportal und Marketing, C-569/08, EU:C:2010:311, Rn. 35 und die dort angeführte Rechtsprechung).

20 Hierzu ist darauf hinzuweisen, dass das Verbot der Schneeballsysteme in allen Sprachfassungen des Anhangs I Nr. 14 der Verordnung 2005/29 auf drei gemeinsamen Voraussetzungen beruht. Zunächst basiert eine solche Absatzförderung auf der Zusage, dass der Verbraucher die Möglichkeit haben wird, einen wirtschaftlichen Vorteil zu erlangen. Sodann hängt die Einhaltung dieser Zusage von der Einführung weiterer Verbraucher in dieses System ab. Schließlich stammt der Großteil der Einkünfte, mit denen die den Verbrauchern zugesagte Vergütung finanziert werden kann, nicht aus einer tatsächlichen wirtschaftlichen Tätigkeit.

21 Es steht nämlich fest, dass ein solches Absatzförderungssystem mangels tatsächlicher wirtschaftlicher Tätigkeit, die das Erzielen ausreichender Einkünfte ermöglicht, um die den Verbrauchern zugesagte Vergütung zu finanzieren, zwangsläufig auf dem wirtschaftlichen Beitrag seiner Teilnehmer beruht, da die Möglichkeit eines Teilnehmers an diesem System, eine Gegenleistung zu erhalten, im Wesentlichen von den Kosten abhängt, die zusätzliche Teilnehmer zahlen.

22 Ein solches System kann nur dann ein „Schneeballsystem“ sein, wenn für sein Fortbestehen der Beitritt einer immer größeren Zahl von neuen Teilnehmern erforderlich ist, um die Vergütungen zu finanzieren, die den bereits vorhandenen Mitgliedern ausgezahlt werden. Es impliziert auch, dass die Wahrscheinlichkeit, eine Vergütung für ihren Beitrag zu erhalten, für die zuletzt beigetretenen Teilnehmer am geringsten ist. Dieses System bricht zusammen, wenn der Anstieg der Zahl der neu beitretenden Teilnehmer, die für den Fortbestand des Systems theoretisch ins Unendliche steigen müsste, nicht mehr ausreicht, um die allen Teilnehmern zugesagten Vergütungen zu zahlen.

23 Demnach setzt die Qualifizierung als „Schneeballsystem“ im Sinne von Anhang I Nr. 14 der Richtlinie 2005/29 in erster Linie voraus, dass die Teilnehmer an einem solchen System einen finanziellen Beitrag entrichten.

24 Diese Auslegung wird durch den Zweck der Richtlinie 2005/29 untermauert, die gemäß ihrem achten Erwägungsgrund „unmittelbar die wirtschaftlichen Interessen der Verbraucher vor unlauteren Geschäftspraktiken von Unternehmen gegenüber Verbrauchern [schützt]“ und nach ihrem Art. 1 „durch Angleichung der Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über unlautere Geschäftspraktiken, die die wirtschaftlichen Interessen der Verbraucher beeinträchtigen, … zum Erreichen eines hohen Verbraucherschutzniveaus [beiträgt]“ (Urteil Köck, C-206/11, EU:C:2013:14, Rn. 29 und die dort angeführte Rechtsprechung). Wie die Generalanwältin in Nr. 32 ihrer Schlussanträge ausgeführt hat, wäre ohne einen finanziellen Beitrag des Verbrauchers die Identifizierung des wirtschaftlichen Verhaltens des Verbrauchers, der mit der Richtlinie geschützt werden soll, unklar.

25 Außerdem bestätigt der Wortlaut der meisten Sprachfassungen von Anhang I Nr. 14 der Richtlinie 2005/29, dass der Beitrag des Verbrauchers ein konstitutives Element eines Schneeballsystems im Sinne dieser Vorschrift ist.

26 Zur Frage, ob jeder von einem Teilnehmer an einem Absatzförderungssystem gezahlte Betrag unabhängig von seiner Höhe als Beitrag im Sinne von Anhang I Nr. 14 der Richtlinie 2005/29 anzusehen ist, ist darauf hinzuweisen, dass diese Vorschrift in den Sprachfassungen, in denen das Vorliegen eines finanziellen Beitrags des Verbrauchers erwähnt wird, keinen Mindestbetrag vorsieht (vgl. entsprechend Urteil Purely Creative u. a., C-428/11, EU:C:2012:651, Rn. 30). Außerdem wäre das im 17. Erwägungsgrund der Richtlinie genannte Ziel, größere Rechtssicherheit bei der Identifizierung von unlauteren Geschäftspraktiken zu schaffen, nicht gewährleistet, wenn die Mitgliedstaaten entscheiden könnten, welche Beträge als finanzieller Beitrag angesehen werden können. Daher umfasst der Begriff des Beitrags des Verbrauchers jeglichen finanziellen Beitrag seitens des Verbrauchers, unabhängig von seiner Höhe.

27 Ferner ergibt sich aus den Rn. 20 bis 22 des vorliegenden Urteils zwingend, dass ein Absatzförderungssystem nur dann als „Schneeballsystem“ im Sinne von Anhang I Nr. 14 der Richtlinie 2005/29 qualifiziert werden kann, wenn ein Zusammenhang zwischen den von neuen Teilnehmern gezahlten Beiträgen und den von den bereits vorhandenen Teilnehmern bezogenen Vergütungen besteht.

28 Diese Auslegung wird durch den Wortlaut der meisten Sprachfassungen von Anhang I Nr. 14 der Richtlinie 2005/29 bestätigt, wonach die Finanzierung der Vergütung, die ein Verbraucher beziehen kann, „hauptsächlich“ oder „grundsätzlich“ von den später von neuen Teilnehmern an dem System gezahlten Beiträgen abhängt.

29 Entgegen dem Vorbringen der litauischen Regierung vereitelt eine solche Auslegung von Anhang I Nr. 14 der Richtlinie 2005/29 keineswegs das Ziel, zum Erreichen eines hohen Verbraucherschutzniveaus beizutragen.

30 Hierzu ist darauf hinzuweisen, dass sich die nach Art. 5 dieser Richtlinie verbotenen Praktiken in zwei Gruppen unterteilen.

31 Zum einen umfasst Anhang I der Richtlinie 2005/29 Geschäftspraktiken, die unter allen Umständen unlauter sind und daher ohne eine Beurteilung des Einzelfalls anhand der Bestimmungen der Art. 5 bis 9 der Richtlinie als unlauter gelten können. Zum anderen können Praktiken, die nicht in diesem Anhang aufgeführt sind, nach einer Einzelfallprüfung ihrer Merkmale anhand der in diesen Art. 5 bis 9 genannten Kriterien für unlauter erklärt werden (Urteile Purely Creative u.a., EU:C:2012:651, Rn. 45 und Köck, EU:C:2013:14, Rn. 35).

32 Somit fallen nur die verbraucherschädlichsten Geschäftspraktiken unter ein absolutes Verbot, aber eine Praktik, die nicht in Anhang I der Richtlinie 2005/29 aufgeführt ist, kann dennoch verboten werden, wenn eine spezifische und konkrete Beurteilung auf ihre Unlauterkeit im Sinne der Art. 5 bis 9 dieser Richtlinie schließen lässt.

33 Im vorliegenden Fall geht aus dem Vorabentscheidungsersuchen hervor, dass die im Rahmen des von 4finance geschaffenen Absatzförderungssystems den vorhandenen Mitgliedern ausgezahlten Prämien nur zu einem sehr geringen Teil aus den von den neuen Teilnehmern verlangten finanziellen Beiträgen finanziert wurden. In einem solchen System scheint daher die zweite in Rn. 27 des vorliegenden Urteils genannte Voraussetzung nicht erfüllt zu sein. Ist dies der Fall, was das vorlegende Gericht zu prüfen hat, könnte dieses System somit nicht auf der Grundlage von Anhang I Nr. 14 der Richtlinie 2005/29 verboten werden.

34 Nach alledem ist auf die Vorlagefragen zu antworten, dass Anhang I Nr. 14 der Richtlinie 2005/29 dahin auszulegen ist, dass ein Schneeballsystem nur dann unter allen Umständen eine unlautere Geschäftspraxis darstellt, wenn ein solches System vom Verbraucher einen finanziellen Beitrag gleich welcher Höhe im Austausch für die Möglichkeit verlangt, 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.

Kosten

35 Für die Parteien des Ausgangsverfahrens ist das Verfahren ein Zwischenstreit in dem bei dem vorlegenden Gericht anhängigen Rechtsstreit; die Kostenentscheidung ist daher Sache dieses Gerichts. Die Auslagen anderer Beteiligter für die Abgabe von Erklärungen vor dem Gerichtshof sind nicht erstattungsfähig.

Aus diesen Gründen hat der Gerichtshof (Zweite Kammer) für Recht erkannt:

Anhang I Nr. 14 der Richtlinie 2005/29/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 11. Mai 2005 über unlautere Geschäftspraktiken von Unternehmen gegenüber Verbrauchern im Binnenmarkt 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) ist dahin auszulegen, dass ein Schneeballsystem nur dann unter allen Umständen eine unlautere Geschäftspraxis darstellt, wenn ein solches System vom Verbraucher einen finanziellen Beitrag gleich welcher Höhe im Austausch für die Möglichkeit verlangt, 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.

Unterschriften