

# ZH\_OBERGERICHT UE150133 vom 11. November 2015

ZH Obergericht, 2015-11-11, DE

Quelle: [https://mcp.opencaselaw.ch/entscheid/zh\\_obergericht\\_ue150133](https://mcp.opencaselaw.ch/entscheid/zh_obergericht_ue150133)

FR: ZH\_OBERGERICHT UE150133 du 11 novembre 2015

IT: ZH\_OBERGERICHT UE150133 del 11 novembre 2015

## Erwägungen

### E. 1

Bei der Staatsanwaltschaft See/Oberland (nachfolgend: Staatsanwaltschaft) wurden zwei Strafanzeigen gegen die A.\_\_\_\_\_ Management GmbH (nachfolgend: Beschwerdegegnerin 1) eingereicht wegen des Verdachts des Verstosses gegen Art. 3 Abs. 1 lit. r des Bundesgesetzes über den unlauteren Wettbewerb (UWG), zum einen durch das Konsumentenforum kf mit E-Mail vom 29. August 2014 (Urk. 8 HD2) und zum anderen durch die Schweizerische Eidgenossenschaft, vertreten durch das Staatssekretariat für Wirtschaft (SECO; nachfolgend Beschwerdeführerin), mit Schreiben vom 20. November 2014 (Urk. 8 ND1/1). Am 28. Mai 2015 verfügte die Staatsanwaltschaft, dass eine Untersuchung gegen die Beschwerdegegnerin 1 nicht an Hand genommen werde (Urk. 3/1 = Urk. 5 = Urk. 8 HD10). Dagegen erhob die Beschwerdeführerin mit Eingabe vom 12. Juni 2015 rechtzeitig Beschwerde und beantragte, es sei die angefochtene Verfügung aufzuheben und die Staatsanwaltschaft anzuweisen, eine Strafuntersuchung gegen die Verantwortlichen der Beschwerdegegnerin 1 sowie gegen allfällige weitere Mittäter, Gehilfen und Anstifter wegen Widerhandlungen gegen Art. 3 Abs. 1 lit. r i.V.m. Art. 23 Abs. 1 UWG zu eröffnen (Urk. 2, Beilagen: Urk. 3/1-10). Mit Verfügung vom 19. Juni 2015 wurde die Beschwerdeschrift samt Beilagen Urk. 3/2-10 der Staatsanwaltschaft sowie der Beschwerdegegnerin 1 zur (freigestellten) Stellungnahme innert Frist übermittelt (Urk. 6 = Prot. S. 2). Sowohl die Staatsanwaltschaft in ihrer Vernehmlassung vom 29. Juni 2015 (Urk. 7) als auch die Beschwerdegegnerin 1 in ihrer innert erstreckter Frist (Urk. 10, Prot. S. 3) eingereichten Stellungnahme vom 3. Juli 2015 (Urk. 11, Beilagen: Urk. 12/1-10) beantragten die Abweisung der Beschwerde. Beide Stellungnahmen wurden samt Beilagen mit Verfügung vom 8. Juli 2015 der Beschwerdeführerin zur freigestellten Äusserung (Replik) übermittelt (Urk. 14 = Prot. S. 4). Die Replik der Beschwerdeführerin erfolgte mit Eingabe vom 20. Juli 2015 (Urk. 15, Beilagen: Urk. 16/1-5) und wurde mit Verfügung vom 24. Juli 2015 samt Beilagen der Staatsanwaltschaft und der Beschwerdegegnerin 1 zur freigestellten Äusserung

- 3 - (Duplik) zugesandt (Urk. 18 = Prot. S. 5). Beide liessen sich innert Frist nicht vernehmen. Mit Eingabe vom 13. August 2015 ersuchte der Rechtsvertreter der Beschwerdegegnerin 1 um Einsicht in die Stellungnahmen der Staatsanwaltschaft (Urk. 21). Darauf wurde ihm mit Schreiben vom 17. August 2015 die Stellungnahme der Staatsanwaltschaft vom 29. Juni 2015 (Urk. 7) übermittelt mit dem Hinweis, dass von der Staatsanwaltschaft keine Duplik eingereicht worden sei (Urk. 23). Nachdem das vorgenannte Schreiben vom 17. August 2015 dem Rechtsvertreter der Beschwerdegegnerin 1 am 18. August 2015 zugestellt wurde (Urk. 24) und von Seiten der Beschwerdegegnerin 1 keine weiteren Eingaben erfolgten, erweist sich das Verfahren als spruchreif.

### E. 1.1

Wer vorsätzlich unlauteren Wettbewerb nach Artikel 3, 4, 4a, 5 oder 6 UWG begeht, wird auf Antrag mit Freiheitsstrafe bis zu drei Jahren oder Geldstrafe bestraft. Strafantrag stellen kann, wer nach Art. 9 und 10 UWG zur Zivilklage berechtigt ist (Art. 23 Abs. 1 und 2 UWG). Zur Zivilklage und damit zur Antragsstellung berechtigt ist auch der Bund, wenn er es zum Schutz des öffentlichen Interesses als nötig erachtet, namentlich wenn Kollektivinteressen bedroht oder verletzt sind (Art. 10 Abs. 3 UWG). Dabei wird er in solchen Verfahren durch das Staatssekretariat für Wirtschaft (SECO) vertreten (Art. 1 Abs. 1 der Verordnung über das Klagerecht des Bundes im Rahmen des Bundesgesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb vom 12.10.2011, SR 241.3). Der Beschwerdegegnerin 1 wird ein Verstoß gegen Art. 3 Abs. 1 lit. r UWG, mithin der Betrieb eines sog. Schneeballsystems, vorgeworfen. Schneeballsysteme haben ein hohes Schädigungspotential, insbesondere weil die Zahl möglicher Opfer hoch sein kann (Arpagaus, in: Hilty/Arpagaus [Hrsg.], BSK UWG, Basel 2013, Art. 3 Abs. 1 lit. r N 3). Dementsprechend war die Beschwerdeführerin ge-

- 4 - stützt auf Art. 23 Abs. 2 i.V.m. Art. 10 Abs. 3 lit. b UWG zur Antragsstellung berechtigt. Die Strafantragsfrist beginnt, sobald dem Antragsberechtigten Täter und Tat bekannt sind (Art. 23 UWG i.V.m. Art. 333 Abs. 1 und Art. 31 StGB). Die Kenntnis von Tat und Täter muss so sicher und zuverlässig sein, dass die antragsberechtigte Person bei der Verfolgung des Betroffenen erhebliche Erfolgsaussichten hat und nicht riskieren muss, wegen übler Nachrede oder falscher Anschuldigung verfolgt zu werden (BGE 101 IV 113 Erw. 1b). Das erste Mal auf die möglicherweise unlauteren Geschäftspraktiken der Beschwerdegegnerin 1 hingewiesen wurde die Beschwerdeführerin von B.\_\_\_\_\_ (nachfolgend: B.\_\_\_\_\_ ) mit E-Mail vom 20. August 2014 (Urk. 3/5). In der Folge gingen bei ihr weitere Beschwerden in derselben Sache ein, welche den Verdacht gegen die Beschwerdegegnerin 1 erhärteten. Ob die Beschwerdeführerin bereits am 20. August 2014 "sichere und zuverlässige Kenntnis" von Tat und Täterin hatte, erscheint fraglich. Doch selber wenn dies zu bejahen wäre, wäre der mit Schreiben vom 20. November 2014 gestellte Strafantrag rechtzeitig erfolgt (vgl. Art. 110 Abs. 6 StGB und Art. 90 Abs. 1 StPO). Entgegen den Ausführungen der Staatsanwaltschaft in ihrer Vernehmlassung vom 29. Juni 2015 (Urk. 7 S. 3) liegt ein gültiger Strafantrag vor.

## **E. 1.2**

Zur Anfechtung einer Nichtanhandnahmeverfügung berechtigt sind gemäss Art. 310 Abs. 2 i.V.m. Art. 322 Abs. 2 StPO die Parteien. Nach Art. 104 Abs. 2 StPO können Bund und Kantone Behörden, die öffentliche Interessen zu wahren haben, in Strafverfahren volle oder beschränkte Parteirechte einräumen. Gemäss Art. 23 Abs. 3 UWG hat der Bund in entsprechenden Strafverfahren die Rechte eines Privatklägers. Demnach steht dem Bund grundsätzlich insbesondere die Möglichkeit zum Ergreifen von Rechtsmitteln gegen Einstellungsverfügungen (Art. 322 Abs. 2 StPO; vgl. Botschaft zur Änderung des Bundesgesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb [UWG] vom 2. September 2009, BBl 2009 6184) und gegen Nichtanhandnahmeverfügungen zu.

- 5 - Zur strafprozessualen Beschwerde legitimiert ist nach Art. 382 Abs. 1 StPO jede Partei, die ein rechtlich geschütztes Interesse an der Aufhebung oder Änderung eines Entscheides hat. Im Gegensatz zu einer Privatperson vertritt der Bund öffentliche Interessen. Diese werden durch das UWG rechtlich geschützt (vgl. Botschaft Änderung UWG, a.a.O., 6185). Dementsprechend ist der Bund und damit die Beschwerdeführerin i.S.v. Art. 382 Abs. 1 StPO beschwerdelegitimiert.

## E. 2

Nach Art. 310 Abs. 1 lit. a StPO verfügt die Staatsanwaltschaft die Nichtanhandnahme, sobald aufgrund der Strafanzeige oder des Polizeirapports feststeht, dass die fraglichen Straftatbestände eindeutig nicht erfüllt sind. Eine Nichtanhandnahme darf nur in sachverhältnismässig und rechtlich klaren Fällen ergehen. Es muss sicher feststehen, dass der Sachverhalt unter keinen Straftatbestand fällt. Im Zweifelsfall ist eine Untersuchung zu eröffnen (BGE 137 IV 285 Erw. 2.2 u. 2.3; Urteil BGer 6B\_615/2014 v. 2.12.2014 Erw. 2). Bei der Beurteilung dieser Frage verfügen die zuständigen Behörden über ein gewisses Ermessen (Urteil BGer 6B\_962/2013 v. 1.5.2014 Erw. 3.2 m.H.).

## E. 3

Gemäss Art. 3 Abs. 1 lit. r UWG verhält sich unlauter, wer jemandem die Lieferung von Waren, die Ausrichtung von Prämien oder andere Leistungen zu Bedingungen in Aussicht stellt, die für diesen hauptsächlich durch die Anwerbung weiterer Personen einen Vorteil bedeuten und weniger durch den Verkauf oder Verbrauch von Waren oder Leistungen (Schneeball-, Lawinen- oder Pyramiden-system). Erfasst werden generell Strukturen, bei denen die bereits in das System eingestiegenen Teilnehmer hauptsächlich dann einen vermögensrechtlichen Vorteil erzielen können, wenn es diesen gelingt, weitere Teilnehmer anzuwerben und diese ebenfalls zum Einstieg ins System zu bewegen (Arpagaus, BSK UWG, a.a.O., Art. 3 Abs. 1 lit. r N 2). Die Abgrenzung zu grundsätzlich zulässigen Multi-Level-Marketingsystemen ist nicht in allen Fällen einfach. Ein MLM-System zeichnet sich durch eine Organisation mit verschiedenen Organisationsebenen aus, die auf der untersten Stufe i.d.R. über Privatpersonen als Verkäufer oder Vermittler verfügen. Weder das Anwerben weiterer Personen zu Vertriebszwecken noch generell solche Systeme sind per se unlauter, können es aber sein (Arpagaus, BSK UWG, a.a.O., Art. 3

- 6 - Abs. 1 lit. r N 15). Die Qualifikation als Schneeballsystem fällt namentlich dann in Betracht, wenn die Privatpersonen zuvor veranlasst wurden, Leistungen über den persönlichen Bedarf hinaus zu erwerben, die sie nunmehr zur Vermeidung von Verlusten im Kreise von Bekannten etc. absetzen müssen (Jung, in: Handkommentar UWG, Bern 2010, Art. 2 N 57). Art. 3 Abs. 1 lit. r UWG unterscheidet lautere von unlauteren Vertriebs- und Marketingsystemen v.a. danach, ob die Akquisition neuer Teilnehmer oder der Vertrieb eines (marktfähigen) Produkts im Vordergrund steht. Das Bestehen von Unlauterkeit setzt jedoch nicht voraus, dass ein Vorteil einzig für die Anwerbung neuer Personen gewährt wird, sondern es genügt, wenn Vorteile hauptsächlich bei der Anwerbung neuer Personen gewährt werden (Arpagaus, BSK UWG, a.a.O., Art. 3 Abs. 1 lit. r N 4, 16, 19).

Dementsprechend werden auch Systeme erfasst, bei denen ein Vertrieb von mehr oder weniger brauchbaren Waren- oder Dienstleistungen zur Tarnung vorgeschoben werden. Ferner genügt es, wenn der Anbieter beim Abnehmer einen Anreiz zur Anwerbung weiterer Personen setzt; die gleiche Natur der Geschäfte sowie der tatsächliche Abschluss solcher Geschäfte zwischen dem Abnehmer und weiteren Personen ist nicht erforderlich (Arpagaus, BSK UWG, a.a.O., Art. 3 Abs. 1 lit. r N 2, 4; Jung, Handkommentar UWG, a.a.O., Art. 2 N 54; Botschaft Änderung UWG, a.a.O., 6176). Vom wem die Leistungen an den Teilnehmer schliesslich erbracht werden, ist unerheblich. Diese müssen nicht zwingend vom Organisator des Systems stammen, sondern können auch von den Teilnehmern der nächsten Stufe oder anderen Personen geleistet werden (Kut/Stauber, Die UWG-Revision vom 17. Juni 2011 im Überblick, in: Jusletter vom 20.2.2012, S. 8 f.).

#### **E. 4**

Die Beschwerdeführerin wirft der Beschwerdegegnerin 1 bzw. den Verantwortlichen derselben im Wesentlichen zusammengefasst vor, sie versuchten, mittels eines Schneeballsystems Produkte der Firma C.\_\_\_\_\_ (nachfolgend: C.\_\_\_\_\_) zu vertreiben. Zu diesem Zweck würden die Leute unter falschen Vorgaben (irreführende Stelleninserate und Jobangebote bzw. Einladungen zu angeblichen Vorstellungsgesprächen) zu regelmässig stattfindenden Informationsveranstaltungen gelockt. Bei diesen Veranstaltungen gehe es nicht primär um die

- 7 - Produkte der C.\_\_\_\_\_ und deren Verkauf an Endverbraucher, sondern vielmehr um die Anwerbung möglichst vieler neuer Wiederverkäufer (Distributoren). Dabei würden unrealistische Versprechen gemacht, insbesondere hinsichtlich der zu erwartenden Einkünfte (Urk. 5 S. 1 f.; Urk. 8/1 S. 2 f.; Urk. 8 ND1/1 S. 4; Urk. 15 S. 3). Im Schreiben des Konsumentenforums kf vom 16. September 2014 wurde zudem ausgeführt, dass die Produkte zwar verkauft würden, der grösste Teil des Geldes jedoch dadurch verdient werde, indem man andere Mitglieder anwerbe, welche ihrerseits die Produkte verkaufen würden. An den Veranstaltungen, anlässlich welchen von Dienstag bis Donnerstag allein in D.\_\_\_\_\_ (Im ...) pro Abend ca. 100 Personen "geschult" würden, würden Verdienstzahlen von monatlich Fr. 40'000.– bis Fr. 50'000.– genannt und es sei die Rede von "passivem Einkommen", d.h., dass man das Geld für sich arbeiten lassen könne (Urk. 8 HD5 S. 2).

#### **E. 5**

Die Staatsanwaltschaft erwog, gemäss polizeilichen Ermittlungen erfolge der Vertrieb der von der Firma C.\_\_\_\_\_ angebotenen Produkte durch ein sogenanntes Empfehlungs-Marketing (Network), das ausschliesslich auf eigenen Distributoren basiere, sodass die Gewinnmargen nicht durch Zwischenhändler geschmälert würden. Im auf der Homepage offen zugänglichen und ausführlich erläuterten Marketingplan würden die Verdienstmöglichkeiten für Distributoren aufgezeigt. Im Gegensatz zu Schneeballsystemen sei keine hohe Eintrittsinvestition zu leisten und bestehe ein Umtauschrecht für bezogene Produkte. Weder für die Anwerbung von weiteren Teilnehmern noch für die Vermittlung von Neukunden werde eine Provision bezahlt, sondern man partizipiere an den Umsätzen der angeworbenen Teilnehmer. Ferner sei der Produktebezug gesperrt, falls nicht nachgewiesen werde, dass mindestens 75% der bereits bezogenen Produkte verkauft worden seien. Schliesslich seien die im online-Shop ("www.C.\_\_\_\_\_.ch") angepriesenen Kosmetikartikel zu handelsüblichen Marktpreisen für jedermann erhältlich. Über-

- 8 - teuerte Produkte hätten nicht festgestellt werden können. Ein bloss vorgeschobener Warenvertrieb zur Tarnung eines Schneeballsystems sei nicht ersichtlich. Insgesamt könne der Beschwerdegegnerin 1 und deren Mitarbeitern kein strafbares Verhalten nachgewiesen werden (Urk. 5). 6.1 Die Beschwerdeführerin monierte, die Ausführungen der Staatsanwaltschaft bezögen sich auf die Firma C.\_\_\_\_\_ und deren Unternehmensrichtlinien. In der Strafanzeige gehe es jedoch nicht um diese, sondern vielmehr um die Verantwortlichen der Beschwerdegegnerin 1 und deren tatsächlich ausgeübten Geschäftspraktiken. Jene verstiesse nicht nur gegen die Unternehmensrichtlinien der C.\_\_\_\_\_, sondern betrieben auch unter dem Deckmantel eines wohl grundsätzlich zulässigen Vertriebssystems ein unlauteres Schneeballsystem (vgl. Urk. 2 S. 3-5). 6.2 Die Beschwerdeführerin stützt ihre Vorwürfe gegen die Beschwerdegegnerin 1 hauptsächlich auf diverse Beschwerden, welche bei ihr eingegangen seien. Namentlich übermittelte wie bereits erwähnt B.\_\_\_\_\_ – Produzent/Redaktor und Moderator des Konsumentenmagazins

"E.\_\_\_\_\_" bei Radio F.\_\_\_\_ – der Beschwerdeführerin mit E-Mail vom 20. August 2014 Informationen über die Be- schwerdegegnerin 1, wobei er sich auf Aussagen von Betroffenen sowie eigene Erfahrungen stütze. Er führte aus, anlässlich eines ersten in den Räumlichkeiten der Beschwerdegegnerin 1 stattfindenden Schulungsanlasses würden die Produk- te von "C.\_\_\_\_\_" vorgestellt. Ziel sei es, dass die Teilnehmer eine erste Produkte- Packung für Fr. 250.– kaufen. Anlässlich einer zweiten Schulung müsse man ca. 300 Namen von Personen auflisten, welche angeworben werden könnten. Dabei habe der "Leiter" dieser Unternehmung in Vorträgen von seinem Verdienst in Hö- hen von monatlich Fr. 40'000.– bis Fr. 50'000.– gesprochen und davon, dass das viele erreichen könnten, wenn sie sich anstrengten (Urk. 3/5). Zusammen mit seinem E-Mail hatte B.\_\_\_\_ der Beschwerdeführerin diver- se Schulungsunterlagen aus den fraglichen Veranstaltungen übermittelt (Urk. 3/7).

- 9 - Mit E-Mail vom 16. September 2014 meldete sich sodann G.\_\_\_\_ (nachfol- gend: G.\_\_\_\_) bei der Beschwerdeführerin und führte aus, sie sei ebenfalls auf die Firma C.\_\_\_\_ reingefallen, möchte kündigen und die Produkte im Wert von Fr. 4'000.– zurückgeben (Urk. 8 ND1/2/6). Am 21. Oktober 2014 reichte H.\_\_\_\_ (nachfolgend: H.\_\_\_\_) mittels For- mular "Beschwerde betreffend unlautere Geschäftspraktiken zuhanden des Staatssekretariats für Wirtschaft SECO" bei der Beschwerdeführerin Beschwerde ein. An einem Infoabend sei es darum gegangen, neue Mitglieder anzuwerben und diesen die Produkte zu verkaufen. Je mehr "J.\_\_\_\_" (eigene Währung) man habe, desto höher steige man auf und umso mehr verdiene man (Urk. 8 ND1/2/7). Auf Nachfragen der Beschwerdeführerin berichtete H.\_\_\_\_ mit E-Mail vom 13. November 2014 von einer Infoveranstaltung vom Oktober/November 2011, wel- che mutmasslich von I.\_\_\_\_ (nachfolgend: I.\_\_\_\_) organisiert worden sei. Zu- nächst habe sie für Fr. 250.– eine Box mit Produkten kaufen und diese selber ausprobieren sollen. Sodann hätte sie noch mehr solche Boxen erwerben sollen, um sie allfälligen Neuzugängern zu verkaufen. Sie habe nur 4 weitere Boxen kau- fen wollen, aber Herr I.\_\_\_\_ habe sie überredet, 10 dieser Boxen zu kaufen, mit dem Hinweis, dass sie so schneller "J.\_\_\_\_" ("interne Währung") sammeln und entsprechend schneller aufsteigen könne. Wenn sie sich richtig erinnere, habe man daran mitverdient, was die neuen Mitglieder verkauft hätten. Ein Prozentsatz dessen sei einem gutgeschrieben worden. Sie habe jedoch keine einzige Box weiterverkauft. Dabei habe Herr I.\_\_\_\_ sein Versprechen, die nicht verkauften Boxen zurückzunehmen, nicht eingehalten (Urk. 3/4). Am 19. Dezember 2014 sodann reichte K.\_\_\_\_ (nachfolgend: K.\_\_\_\_) ebenfalls mittels dem genannten Beschwerdeformular der SECO bei der Be- schwerdeführerin Beschwerde gegen die Firma C.\_\_\_\_ ein. Er berichtete von wöchentlich stattfindenden Veranstaltungen in D.\_\_\_\_ und seinem Sohn, der als Distributor beigetreten sei und bei dem sich nach anfänglichen Verkaufserfolgen die nicht leicht absetzbare Ware staple. Sein Sohn müsse seinerseits Distributo- ren anwerben. Die Anwerbung neuer "Opfer" stehe offenbar im Vordergrund (Urk. 16/4).

- 10 - Mittels dem genannten Beschwerdeformular der SECO beschwerte sich schliesslich am 23. Januar 2015 auch L.\_\_\_\_ (nachfolgend: L.\_\_\_\_) bei der Beschwerdeführerin über die Firma C.\_\_\_\_. An ihrer "Business Präsentation" habe man ihm in Aussicht gestellt, man könne schnell und viel Geld verdienen, indem man die Produkte verkaufe oder noch besser andere ihrerseits zu Verkäu- fern mache (Urk. 16/5). Im Weiteren wies die Beschwerdeführerin auf ein Inserat auf der Website "www.N.\_\_\_\_.ch" hin, in welchem die Beschwerdegegnerin 1 Mitarbeiter/innen (neben- oder hauptberuflich) für die

Verstärkung eines Teams suche und dabei "Gute Verdienstmöglichkeiten (nicht auf Verkaufsbasis)" in Aussicht stelle (Urk. 2 S. 4). 7.1 Die Beschwerdegegnerin 1 machte geltend, die Kritik der Beschwerdeführerin beziehe sich lediglich auf die Vertriebsmethode der C.\_\_\_\_\_, nicht auf ihre, der Beschwerdegegnerin 1, Schulungs- und Beratungstätigkeit (Urk. 11 S. 9). Dies ist jedoch nicht zutreffend. Die Beschwerdeführerin betonte mehrfach, dass sie nicht das (in den Richtlinien der C.\_\_\_\_\_) beschriebene Vertriebssystem der C.\_\_\_\_\_ kritisiere, sondern vielmehr die Art und Weise, wie die Verantwortlichen der Beschwerdegegnerin 1 dieses System anwendeten (Urk. 2 S. 3 f., 5; Urk. 8 ND1/1 S. 7; Urk. 15 S. 5, 7 f.). 7.2 Weiter anerkannte die Beschwerdegegnerin 1, dass für sie nicht die Produkte und deren Verkauf an die Endkunden im Vordergrund stünden (Urk. 11 S. 7). Dies ergebe sich daraus, dass sie mit der C.\_\_\_\_\_ in keinerlei Geschäfts- oder Vertragsbeziehung stehe und nichts mit deren Network-Marketing-Modell und dem Verkauf von deren Produkten zu tun habe (Urk. 11 S. 5, 7, 9, 12). An dieser Behauptung der Beschwerdegegnerin 1 bestehen jedoch erhebliche Zweifel, zumal einige Anhaltspunkte darauf hinweisen, sie oder zumindest gewisse Gesellschafter derselben würden beim Vertrieb von Produkten der C.\_\_\_\_\_ eine nicht unerhebliche Rolle spielen. Namentlich fanden die von B.\_\_\_\_\_ erwähnten Schulungsveranstaltungen, bei welchen die Teilnehmer zu-

- 11 - nächst über die Produkte der C.\_\_\_\_\_ informiert und hernach für die Anwerbung weiterer Teilnehmer "geschult" worden seien, gemäss dessen Angaben in den Räumlichkeiten der Beschwerdegegnerin 1 statt (Urk. 3/5). Sodann war I.\_\_\_\_\_ – laut Handelsregisterauszug vom 29. Juni 2015 einzelzeichnungsberechtigter Gesellschafter und Geschäftsführer der Beschwerdegegnerin 1 (Urk. 12/2) – gemäss H.\_\_\_\_\_s Angaben mutmasslicher Organisator einer Infoveranstaltung, bei welcher es um den Verkauf von C.\_\_\_\_\_ -Produkten und die Anwerbung weiterer Distributoren ging. Er sei auch derjenige gewesen, der sie zum Kauf von 10 Boxen überredet und hernach die Rücknahme derselben verweigert habe (vgl. Urk. 3/4). Ferner führte die Beschwerdegegnerin 1 selber aus, an einer der Veranstaltungen der C.\_\_\_\_\_, an welchen B.\_\_\_\_\_ teilgenommen habe, sei auch I.\_\_\_\_\_ anwesend gewesen. Mehrere Zeugen, u.a. M.\_\_\_\_\_, könnten bestätigen, dass I.\_\_\_\_\_ keine Aussagen zu Verdienstmöglichkeiten der Distributoren gemacht habe (Urk. 11 S. 6). Folglich war auch M.\_\_\_\_\_ – Gesellschafterin der Beschwerdegegnerin 1 mit Einzelprokura (vgl. Urk. 12/2) – bei dieser Veranstaltung anwesend. Somit waren mindestens zwei von insgesamt drei Gesellschaftern der Beschwerdegegnerin 1 bei einer Veranstaltung der C.\_\_\_\_\_ anwesend, bei welcher es mutmasslich um die Anwerbung weiterer Distributoren ging. Unter diesen gesamten Umständen bestehen indes erhebliche Zweifel an der Behauptung der Beschwerdegegnerin 1, sie habe keinerlei Geschäfts- oder Vertragsbeziehung zur C.\_\_\_\_\_. Auf jeden Fall besteht ein hinreichender Verdacht, die Beschwerdegegnerin 1 oder zumindest einzelne Gesellschafter derselben, namentlich I.\_\_\_\_\_, würden beim Vertrieb der Produkte der C.\_\_\_\_\_ auf massgebliche Weise mitwirken. 7.3 Im Weiteren machte die Beschwerdegegnerin 1 geltend, die von B.\_\_\_\_\_ eingereichten Schulungsunterlagen stammten aus einer Planungsveranstaltung der C.\_\_\_\_\_ am 27. Juli 2014. Das seien nicht die ihrigen (Urk. 11 S. 8). Tatsächlich ist auf den Schulungsunterlagen die Beschwerdegegnerin 1 nicht namentlich vermerkt. Jedoch fanden wie gesagt die Schulungsveranstaltungen gemäss B.\_\_\_\_\_s Angaben in den Räumlichkeiten derselben statt (vgl. Urk. 3/5). Sodann wird – wie die Beschwerdeführerin zutreffend anmerkt (Urk. 15

- 12 - S. 4) – in den Schulungsunterlagen auf die Website "www.....ch" verwiesen (vgl. Urk. 3/7 S. 7). Inhaber und verantwortlich für den Inhalt dieser Website ist gemäss deren Impressum I.\_\_\_\_\_ (Urk. 16/3 S. 4), hinsichtlich welchem wie ausgeführt erhebliche Hinweise bestehen, er spiele beim Vertrieb der Produkte der C.\_\_\_\_\_ eine nicht unerhebliche Rolle. Gleichzeitig ist er Geschäftsführer der Beschwerdegegnerin 1, mithin einer Gesellschaft, deren Zweck u.a. in der Organisation und Durchführung von Events- und Trainingswochen sowie im Kauf und Verkauf von Schulungsunterlagen und Trainingsmanuals besteht (Urk. 12/2). Im Weiteren ist auf der Website "www.....ch" von der "A.\_\_\_\_\_ ... Vereinbarung" und den "A.\_\_\_\_\_ Partner" die Rede (Urk. 16/3 S. 2 f.). Unter diesen gesamten Umständen erscheint es nicht von vornherein ausgeschlossen, die von B.\_\_\_\_\_ eingereichten Unterlagen würden von der Beschwerdegegnerin 1 verwendet.

7.4 Ferner bestreitet die Beschwerdegegnerin 1, H.\_\_\_\_\_ zum Kauf von Produkten der C.\_\_\_\_\_ aufgefordert zu haben. Solches werde auch von I.\_\_\_\_\_ bestritten. Insbesondere stehe sie weder mit der C.\_\_\_\_\_ noch mit den Distributoren derselben in einer vertraglichen Beziehung. Sie habe kein wirtschaftliches Interesse am oder eine rechtliche Verpflichtung zum Verkauf solcher Produkte und sei auch nicht zur Rücknahme derselben verpflichtet. Dagegen habe Frau H.\_\_\_\_\_ als vertragliche Distributorin der C.\_\_\_\_\_ gemäss C.\_\_\_\_\_ -Richtlinien das Recht, jederzeit als Distributorin zurückzutreten und die bezogenen Produkte an die C.\_\_\_\_\_ gegen Kostenerstattung zurückzugeben (Urk. 11 S. 4, 5). Diesen Ausführungen steht die Darstellung H.\_\_\_\_\_s in ihrem E-Mail entgegen, welche darauf schliessen lässt, I.\_\_\_\_\_ habe auf sie eingewirkt, 10 Boxen à Fr. 250.– zu kaufen, und ihr dabei in Aussicht gestellt, je mehr sie weiterverkaufe, desto grösser sei ihr finanzieller Vorteil. Dabei erscheinen H.\_\_\_\_\_s Ausführungen nicht a priori unglaubhaft, zumal sie zumindest teilweise durch B.\_\_\_\_\_s Angaben und die von diesem eingereichten Unterlagen gestützt werden. So geht in Übereinstimmung mit H.\_\_\_\_\_s Angaben aus den Unterlagen hervor, dass der finanzielle Vorteil umso grösser sei, je mehr "J.\_\_\_\_\_ " (interne Währung) gesammelt werden könnten (vgl. Urk. 3/7 S. 4). Sowohl H.\_\_\_\_\_ als auch B.\_\_\_\_\_ be-

- 13 - richteten von zu kaufenden Produktpackungen à Fr. 250.– sowie davon, dass es v.a. darum gegangen sei, möglichst viele Leute anzuwerben. 7.5 Im Weiteren bestreitet die Beschwerdegegnerin 1, dass an den Schulungsveranstaltungen die Rede davon gewesen sei, dass viele ein Einkommen von Fr. 40'000.– bis Fr. 50'000.– erreichen könnten. Namentlich behaupte B.\_\_\_\_\_, I.\_\_\_\_\_ habe von Verdiensten von Fr. 40'000.– bis Fr. 50'000.– gesprochen. Von den beiden Veranstaltungen der C.\_\_\_\_\_, an welchen B.\_\_\_\_\_ teilgenommen habe, sei I.\_\_\_\_\_ nur an einer anwesend gewesen. Auch habe I.\_\_\_\_\_ keinerlei Aussagen zu den Verdienstmöglichkeiten der Distributoren gemacht, was diverse Zeugen bestätigen könnten (Urk. 11 S. 6 f.). Diesen Behauptungen stehen B.\_\_\_\_\_s Angaben in dessen E-Mail gegenüber, welche nicht von vornherein unglaubhaft erscheinen. Auch wenn in den von ihm eingereichten Schulungsunterlagen die konkreten Beträge von Fr. 40'000.– bzw. Fr. 50'000.– nicht genannt werden, suggerieren sie die Möglichkeit der Erzielung hoher Verdienste. Im Übrigen erwähnte B.\_\_\_\_\_ in seinem E-Mail I.\_\_\_\_\_ nicht namentlich, sondern sprach lediglich vom "Leiter" dieser Unternehmung (Urk. 3/5). 7.6 Ferner brachte die Beschwerdegegnerin 1 vor, dass neben den beiden von B.\_\_\_\_\_ besuchten Veranstaltungen weitere Produkteschulungen stattgefunden hätten. Dies zeige, dass der Verkauf der Produkte an Endkunden im Vordergrund stehe (Urk. 11 S. 9). Die Beschwerdegegnerin 1 verkennt, dass der Verkauf von Produkten die Anwendung von Art. 3 Abs. 1 lit. r UWG nicht ausschliesst. So werden

wie gesagt von dieser Bestimmung auch Systeme erfasst, bei denen ein Vertrieb von mehr oder weniger brauchbaren Waren- oder Dienstleistungen zur Tarnung vorgeschoben wird. Im Übrigen vermögen diese weiteren Produkteschulungen nichts daran zu ändern, dass der Verdacht besteht, es sei an den mutmasslich von der Beschwerdegegnerin 1 durchgeführten Veranstaltungen bei den Teilnehmern der Eindruck erweckt worden, je mehr weitere Distributoren sie anwerben, desto grösser sei ihr finanzieller Vorteil.

- 14 - 7.7 Die Beschwerdegegnerin 1 machte weiter geltend, nachdem sie weder mit der C.\_\_\_\_\_ noch mit deren Distributoren in einer Vertrags- oder Geschäftsbeziehung stehe und auch mit dem Verkauf der C.\_\_\_\_\_ -Produkte nichts zu tun habe, beziehe sich auch das Stelleninserat von "N.\_\_\_\_\_" nicht auf die Rekrutierung von neuen Distributoren für das Verkaufssystem der C.\_\_\_\_\_. Vielmehr sei es um eine Assistenz für I.\_\_\_\_\_ in seiner Funktion als Inhaber seiner privat gehaltenen Einzelunternehmung gegangen. Das Inserat stamme aus dem Jahr 2012/2013. Es seien mehrere Bewerbungen eingegangen, aber I.\_\_\_\_\_ habe letztlich darauf verzichtet, die Stelle zu besetzen (Urk. 11 S. 7 f.). Wie die Beschwerdeführerin zu Recht ausführte (Urk. 15 S. 4), besteht der begründete Verdacht, es handle sich hierbei um eine Schutzbehauptung. Zum einen ging es laut Beschwerdegegnerin 1 lediglich um eine Assistenzstelle, während im Inserat eine Mehrzahl von neuen Mitarbeiter(innen) gesucht wurde. Zum anderen ist auffallend, dass die Stelle gemäss Beschwerdegegnerin 1 offenbar seit 2012/2013 ausgeschrieben war (Urk. 11 S. 8) und just nachdem die Beschwerdeführerin in ihrer Beschwerdeschrift vom 12. Juni 2015 auf das Inserat hingewiesen hatte, das Inserat auf der Website offenbar entfernt wurde (vgl. Urk. 3/6; Urk. 16/2). Bemerkenswert ist - wie die Beschwerdeführerin zutreffend anmerkt - auch, dass die Beschreibung der im Inserat angebotenen Stellen in weiten Teilen dem entspricht, was man gemäss den von B.\_\_\_\_\_ eingereichten Schulungsunterlagen bei der Anwerbung neuer Distributoren sagen soll; namentlich dass man für ein Unternehmen im Bereich "Lifestyle-Beratung" arbeite, dass gerade einige Leute gesucht würden, die an einem Neben- oder Hauptjob interessiert seien, und dass es nicht um ein Verkaufsgeschäft gehe (vgl. Urk. 3/7 S. 8). Bei der Firma "N.\_\_\_\_\_ -Beratung" handelt es sich um ein Einzelunternehmen von I.\_\_\_\_\_ (vgl. Urk. 12/4), der wie ausgeführt Gesellschafter und Geschäftsführer der Beschwerdegegnerin 1 ist. Nachdem der Verdacht besteht, die Beschwerdegegnerin 1 und I.\_\_\_\_\_ spielten am Vertrieb der Produkte der C.\_\_\_\_\_ eine nicht unerhebliche Rolle, erscheint es nicht ausgeschlossen, dass mit dem fraglichen Stelleninserat auf der Website "www.N.\_\_\_\_\_.ch" neue Distributoren gewonnen werden sollten.

- 15 - 8.1 Die Beschwerdegegnerin 1 anerkennt, dass der Vertrieb der C.\_\_\_\_\_ - Produkte in der Weise erfolgt, dass bereits für die C.\_\_\_\_\_ tätige Verkäufer weitere Verkaufsmitarbeiter gewinnen und die Vergütungen der Verkäufer der Vorstufen von der Verkaufstätigkeit der nachgelagerten Verkäuferstufen abhängig ist (Urk. 11 S. 12). Dementsprechend ist es für einen Teilnehmer wesentlich lukrativer, die Produkte nicht bloss an einen Endverbraucher zu verkaufen, sondern an einen neuen Distributor, der seinerseits die Produkte weiterverkaufen will. Der finanzielle Vorteil ist umso grösser, je mehr neue Distributoren angeworben werden können. Aus den vorstehenden Ausführungen ergibt sich ferner, dass der hinreichende Verdacht besteht, die Beschwerdegegnerin 1 oder zumindest einzelne Gesellschafter derselben, namentlich I.\_\_\_\_\_, spielten beim Vertrieb der C.\_\_\_\_\_ -Produkte eine nicht unerhebliche Rolle, indem sie mutmasslich Veranstaltungen durchführen, bei welchen Teilnehmer zum Kauf dieser

Produkte veran- lasst werden sollen. Gleichzeitig deuten insbesondere H.\_\_\_\_s und B.\_\_\_\_s Angaben sowie die von Letzterem eingereichten Schulungsunterlagen darauf hin, dass bei diesen Veranstaltungen in einem erheblichen Masse betont wird, dass ein finanzieller Vorteil insbesondere dann erzielt werden kann, wenn es einem Teilnehmer gelinge, weitere Teilnehmer anzuwerben, welche ihrerseits die Pro- dukte weiterverkauften. Namentlich ist in den Schulungsunterlagen die Rede von der "Kraft der Dup- likation" und davon, dass es besser sei, "1% von 100 Menschen zu verdienen als 100% von sich selber". Weiter wird in Aussicht gestellt, dass mit zwei Partnern ein Verdienst von ca. Fr. 300.– erzielt werde, mit vier Partnern ein solcher von ca. Fr. 600.–, mit acht Partnern ein solcher von ca. Fr. 1'200.– etc. und bei 32 Part- nern ein solcher von ca. Fr. 4'000.–. Dabei werden diese Aussagen durch bildli- che Darstellungen verdeutlicht (Urk. 3/7 S. 1, 4). In einer Checkliste wird sodann vorgegeben, dass zunächst 300 Namen auf eine Liste zu setzen und hernach fünf Kontakte pro Tag herzustellen seien (Urk. 3/7 S. 6). In einem "Internet-/SMS-/ Mail-Leitfaden" werden die Teilnehmer aufgefordert, die Frage eines potentiellen neuen Teilnehmers, ob man da Produkte verkaufen müsse, mit "nein" zu beant- worten und zu erklären, es gehe nicht um ein Verkaufsgeschäft. Auch solle man nie, auch nicht ansatzweise, das Geschäft erklären (vgl. Urk. 3/7 S. 8).

- 16 - Aufgrund der Berichte von H.\_\_\_\_ und B.\_\_\_\_ in Kombination mit den Schulungsunterlagen entsteht der Eindruck, bei diesen Veranstaltungen in den Räumlichkeiten der Beschwerdegegnerin 1 und zumindest teilweise in Anwesen- heit des Geschäftsführers derselben, I.\_\_\_\_, gehe es primär darum, den Teil- nehmern zu vermitteln, ihr finanzieller Gewinn sei umso grösser, je mehr neue Teilnehmer sie anwerben könnten, welche ihrerseits die Produkte weiterverkauf- ten. Gleichzeitig wurden gemäss B.\_\_\_\_s Angaben bei den Veranstaltungen Verdienstmöglichkeiten von monatlich Fr. 40'000.– bis Fr. 50'000.– in Aussicht gestellt, wenn man sich genügend anstrengt. Insgesamt bestehen somit hinrei- chende Anhaltspunkte dafür, es sei bei den Teilnehmern dieser Veranstaltungen die Vorstellung hervorgerufen worden sei, sie könnten einen Verdienst von Fr. 40'000.– bis Fr. 50'000.– pro Monat erzielen, wenn sie sich entsprechend en- gagierten, d.h. wenn es ihnen gelänge, eine genügende Anzahl neuer Teilnehmer anzuwerben, welche ihrerseits die Produkte verkaufen würden. Aufgrund von H.\_\_\_\_s nicht a priori ungläubhaften Angaben bestehen so- dann Hinweise darauf, die Teilnehmer würden zum Erwerb von C.\_\_\_\_ - Produkten aufgefordert und zwar nicht nur für den Eigenbedarf, sondern über den persönlichen Bedarf hinaus. Da gemäss H.\_\_\_\_s Bericht die Rücknahme der Produkte verweigert wird, sind die Teilnehmer zur Vermeidung von Verlusten ge- zwungen, die Produkte weiterzuverkaufen. Unbehelflich erscheint dabei der Ein- wand der Beschwerdegegnerin 1, H.\_\_\_\_ habe gemäss den C.\_\_\_\_-Richtlinien das Recht (gehabt), jederzeit als Distributorin zurückzutreten und die gekauften, unbenutzten und wiederverkäuflichen Produkte gemäss Ziffer 23.3 lit. a auf Seite 49 der C.\_\_\_\_-Richtlinien gegen volle Erstattung des Kaufpreises zurückzuge- ben (Urk. 11 S. 5). So bezieht sich doch dieses Rückgaberecht gemäss Wortlaut von Ziffer 23.3 lit. a auf Seite 49 der C.\_\_\_\_-Richtlinien auf Produkte, welche ein Distributor von der C.\_\_\_\_ bezogen hat (Urk. 3/3 S. 49), also nicht auf Produkte, welche von einem anderen Distributor erworben wurden. Beim derzeitigen Akten- stand ist nicht klar, von wem die Teilnehmer, welche mutmasslich anlässlich der von der Beschwerdegegnerin 1 durchgeführten Veranstaltungen zum Kauf von C.\_\_\_\_-Produkten angeregt werden, die Produkte letztlich erwerben, ob von der C.\_\_\_\_, ob von der Beschwerdegegnerin 1, ob von Gesellschaftern der Letzte-

- 17 - ren, welche allenfalls ihrerseits als Distributor tätig sind und damit ein entsprechendes Interesse am Verkauf einer möglichst grossen Anzahl von C.\_\_\_\_\_-Produkten haben, oder ob von einem Dritten. Ferner ist es gemäss den C.\_\_\_\_\_-Richtlinien den Distributoren strengstens verboten, C.\_\_\_\_\_-Produkte direkt oder indirekt zu dem Zweck zu erwerben, sich für Boni oder Incentives zu qualifizieren oder andere hierzu aufzufordern (Urk. 3/3 C.\_\_\_\_\_-Richtlinien S. 12 Ziff. 6.4). Gemäss H.\_\_\_\_\_'s Angaben indessen forderte I.\_\_\_\_\_ diese auf, mehr Produkte zu kaufen, um schneller "J.\_\_\_\_\_'s" sammeln und aufsteigen zu können (Urk. 3/4). Damit lassen H.\_\_\_\_\_'s Angaben darauf schliessen, I.\_\_\_\_\_ habe sich in einer Art und Weise verhalten, welche den Grundsätzen der C.\_\_\_\_\_-Richtlinien widerspricht. Schliesslich bestehen wie ausgeführt Anhaltspunkte dafür, das Inserat auf der Website "www.N.\_\_\_\_\_.ch" habe der Anwerbung von Distributoren für C.\_\_\_\_\_-Produkte gedient. Die Ausgestaltung dieses Inserats, namentlich der Hinweis auf gute Verdienstmöglichkeiten "nicht auf Verkaufsbasis" (vgl. Urk. 3/6), bestätigen den Verdacht, der Beschwerdegegnerin 1 gehe es nicht primär um den Verkauf der C.\_\_\_\_\_-Produkte, sondern vielmehr um die Anwerbung von Teilnehmern, welche ihrerseits weitere Teilnehmer anwerben sollen. Dies zeigt sich auch in der fehlenden Verlinkung mit der offiziellen C.\_\_\_\_\_-Website, wie sie in den C.\_\_\_\_\_-Richtlinien vorgeschrieben ist (Urk. 3/3 C.\_\_\_\_\_-Richtlinien S. 53 Ziff. 26.1. lit. a). Unabhängig davon, ob die Beschwerdegegnerin 1 oder ihre Gesellschafter zu dieser Verlinkung verpflichtet sind – wie die Beschwerdegegnerin 1 zu Recht anmerkt (vgl. Urk. 11 S. 4), betrifft diese Verpflichtung lediglich Distributoren der C.\_\_\_\_\_ – zeigt das Fehlen der Verlinkung auf die offizielle C.\_\_\_\_\_-Website, dass bei diesem Inserat nicht die Produkte der C.\_\_\_\_\_ und der Verkauf derselben an Endkunden im Zentrum stehen. So würden doch potentielle Endkunden auf der offiziellen C.\_\_\_\_\_-Website am besten über die C.\_\_\_\_\_-Produkte informiert. 8.2 Nach den vorstehenden Ausführungen nicht zu verkennen, dass bei der derzeitigen Aktenlage der Eindruck besteht, der Fokus der mutmasslich in den Räumlichkeiten der Beschwerdegegnerin 1 und zumindest teilweise in Anwesen-

- 18 - heit von I.\_\_\_\_\_ durchgeführten Schulungsveranstaltungen liege primär auf der Anwerbung weiterer Distributoren und weniger bei den Produkten und dem Verkauf derselben. Es scheint, als werde das eigentliche Produkt in den Hintergrund gedrängt. Dies widerspricht zum einen den C.\_\_\_\_\_-Richtlinien, wonach das Geschäft der C.\_\_\_\_\_ auf der Qualität ihrer Produkte und ihrem Verbrauch durch den Endkunden beruhe (vgl. Urk. 3/3 C.\_\_\_\_\_-Richtlinien S. 12 Ziff. 6.4). Zum anderen unterscheidet Art. 3 Abs. 1 lit. r UWG wie ausgeführt lautere von unlauteren Vertriebs- und Marketingsystemen v.a. gerade danach, ob die Akquisition neuer Teilnehmer oder der Vertrieb eines (marktfähigen) Produkts im Vordergrund steht (Arpagaus, BSK UWG, a.a.O., Art. 3 Abs. 1 lit. r N 20). Aufgrund der vorstehenden Ausführungen bestehen nicht von der Hand zu weisende Anhaltspunkte, dass vorliegend Ersteres der Fall ist. Da mutmasslich den Teilnehmenden finanzielle Vorteile v.a. dann in Aussicht gestellt werden, wenn es ihnen gelingt, die Produkte an Personen zu verkaufen, welche ihrerseits Teilnehmer anwerben, die die Produkte ihrerseits weiterverkaufen, werden sie dazu veranlasst, zunächst eine Mehrzahl an Produkten zu kaufen, die sie später weiterverkaufen können, mithin einen gewissen Geldbetrag zu investieren. Der Umstand, dass Teilnehmende eine beträchtliche Eintrittsinvestition leisten müssen, bildet indes ein weiteres Kriterium, welches für das Vorliegen eines unlauteren Vertriebssystems spricht (vgl. vgl. Arpagaus, BSK UWG, a.a.O., Art. 3 Abs. 1 lit. r N 21; Botschaft Änderung UWG, a.a.O., BBl 2009 6176). Weitere

Kriterien sind sodann, dass die Teilnehmer Provisionen auf den Umsätzen ihrer untergeordneten Teilnehmer erhalten und kein Recht haben, die nicht verkauften Produkte gegen Erstattung des Erwerbspreises zurückzugeben (vgl. Arpagaus, BSK UWG, a.a.O., Art. 3 Abs. 1 lit. r N 21; Botschaft Änderung UWG, a.a.O., BBl 2009 6176). Insbesondere gestützt auf H.\_\_\_\_s Bericht sowie die Schulungsunterlagen ist nicht auszuschliessen, dass vorliegend auch diese beiden Kriterien erfüllt sind.

## **E. 9**

Nach dem Gesagten lässt sich festhalten, dass der der angefochtenen Nichtanhandnahmeverfügung zugrunde liegende Sachverhalt nur ungenügend abgeklärt ist. Insbesondere ist nicht klar, in welchem Verhältnis die Beschwerde-

- 19 - gegnerin 1 zur C.\_\_\_\_ steht, welche Rolle sie und ihre Gesellschafter, namentlich I.\_\_\_\_, bei den mutmasslich von Ersterer durchgeführten Veranstaltungen im Zusammenhang mit den Produkten der C.\_\_\_\_ spielen, wie diese Veranstaltungen konkret ablaufen und von wem genau die Teilnehmer bei diesen Veranstaltungen die C.\_\_\_\_-Produkte erwerben, mithin wie die diesbezügliche vertragliche Grundlage ausgestaltet ist. Die Staatsanwaltschaft bezieht sich in ihren Erwägungen nicht auf die in der Anzeige erhobenen Vorwürfe, sondern auf eine Sachlage, wie sie vorläge, wenn die Richtlinien der C.\_\_\_\_ eingehalten würden. Gemäss den vorstehenden Erwägungen bestehen jedoch erhebliche Anhaltspunkte, die Beschwerdegegnerin 1 halte diese Richtlinien nicht ein und betreibe ein System, bei welchem bereits eingestiegene Teilnehmer hauptsächlich dann einen vermögensrechtlichen Vorteil erzielen können, wenn es ihnen gelingt, weitere Teilnehmer anzuwerben und diese ebenfalls zum Einstieg in das System zu bewegen. Dementsprechend besteht ein hinreichender Verdacht, die Beschwerdegegnerin 1 habe sich unlauter i.S.v. von Art. 3 Abs. 1 lit. r UWG verhalten. Wie die Beschwerdeführerin zutreffend anmerkte (Urk. 15 S. 6), sind die von Seiten der Staatsanwaltschaft getroffenen Abklärungen unvollständig. Namentlich wurden von den insgesamt fünf von der Beschwerdeführerin genannten Personen, welche sich wegen solcher mutmasslich von der Beschwerdegegnerin 1 durchgeführter Veranstaltungen beschwerten, lediglich zwei seitens der Polizei telefonisch befragt. Es fanden keine schriftlichen Einvernahmen statt und drei Personen, welche möglicherweise aufklärende Aussagen machen könnten, wurden gar nicht befragt. Auch die Gesellschafter der Beschwerdegegnerin 1, namentlich I.\_\_\_\_, welcher gemäss H.\_\_\_\_s Angaben die Veranstaltung organisiert und sie überredet hat, eine Vielzahl der C.\_\_\_\_-Produkte zwecks Weiterverkaufs zu erwerben, wurden nicht einvernommen. Ebenso wenig wurden Abklärungen zu den Veranstaltungen getroffen und welche Rolle die Beschwerdegegnerin 1 bei diesen spielte. Nach dem Gesagten liegt bei den gegebenen Umständen kein sachverhaltsmässig und rechtlich klarer Fall vor, welcher eine Nichtanhandnahme rechtfertigt. Vielmehr gebietet ein hinreichender Anfangsverdacht die Eröffnung einer

- 20 - Untersuchung und die Vornahme entsprechender Abklärungen. Damit hat die Staatsanwaltschaft zu Unrecht eine Strafuntersuchung gegen die Beschwerdegegnerin 1 nicht an Hand genommen. Die Beschwerde ist daher gutzuheissen.

## **E. 10**

Zusammenfassend ergibt sich, dass in Gutheissung der Beschwerde die Nichtanhandnahmeverfügung der Staatsanwaltschaft vom 28. Mai 2015 (ref A-3/2014/151104262) aufzuheben und die Sache im Sinne der Erwägungen an die se

zurückzuweisen ist. Nach der Rückweisung der Sache mit dem vorliegenden Beschluss obliegt die Untersuchungsführung der Staatsanwaltschaft (Art. 16 StPO, Art. 61 lit. a i.V. mit Art. 62 StPO). Es besteht kein Anlass, ihr dafür Weisungen zu erteilen. III.

Export aus OpenCaseLaw (CC0). Verbindlich ist allein der vom erlassenden Gericht veröffentlichte Originaltext. Quellen-URL siehe oben.