

Mål C-100/24

Begäran om förhandsavgörande

Datum för ingivande:

7 februari 2024

Domstol som begär förhandsavgörande:

Bundesgerichtshof (Tyskland)

Datum för beslutet att begära förhandsavgörande:

21 december 2023

Klagande:

Verbraucherzentrale Hamburg e. V.

Motpart:

bonprix Handelsgesellschaft mbH

[utelämnas]

BUNDESGERICHTSHOF

BESLUT

[utelämnas]

i målet

Verbraucherzentrale Hamburg e. V., [utelämnas]

[utelämnas] Hamburg,

sökande, tillika klagande

- [utelämnas]

mot

bonprix Handelsgesellschaft mbH, [utelämnas]

[utelämnas] Hamburg,

svarande, tillika motpart

- [utelämnas]

Första avdelningen för tvistemål vid Bundesgerichtshof har efter muntlig förhandling den 21 december 2023 [utelämnas] fattat följande

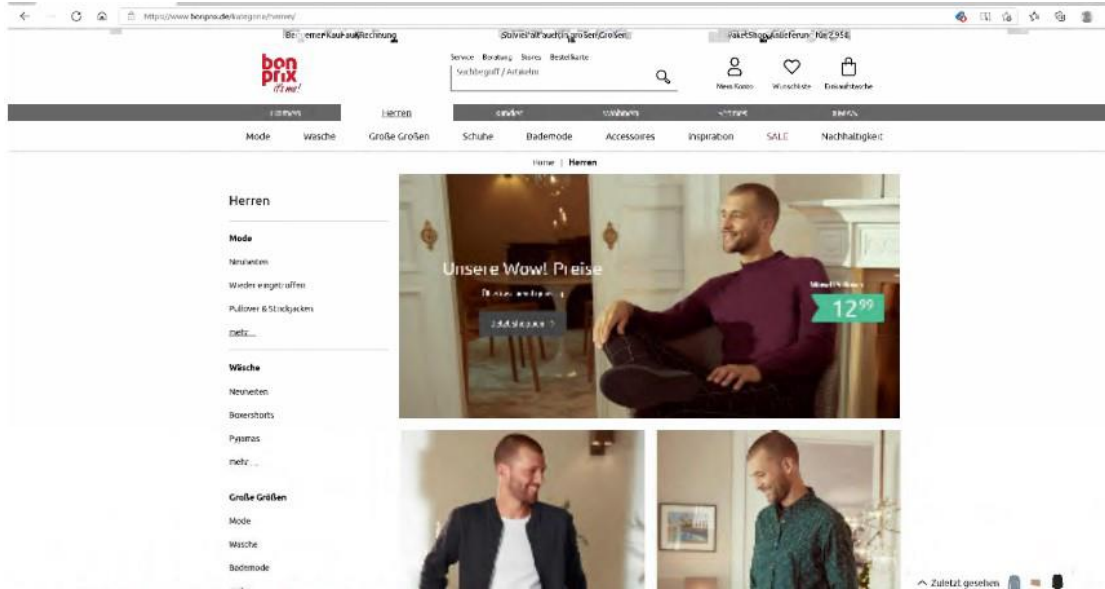
beslut:

- I. Målet förklaras vilande.
- II. Följande fråga hänskjuts för förhandsavgörande till Europeiska unionens domstol beträffande tolkningen av artikel 6 c i Europaparlamentets och rådets direktiv 2000/31/EG av den 8 juni 2000 om vissa rättsliga aspekter på informationssamhällets tjänster, särskilt elektronisk handel, på den inre marknaden ("Direktiv om elektronisk handel") (EUT L 178, 2000, s. 1):

Utgör reklam med ett betalningssätt (i förevarande mål "bekvämt köp på faktura") som visserligen endast har ett lågt penningvärde, men ändå tjänar konsumentens intresse av säkerhet och främjar konsumentens rättsliga ställning (i förevarande mål genom att inga känsliga betalningsuppgifter överlämnas och att inget återbetalningskrav avseende förskottsbetalning vid frånträde från avtalet behöver riktas till säljaren) ett säljfrämjande erbjudande i den mening som avses i artikel 6 c i direktiv 2000/31/EG om elektronisk handel?

Skäl:

- 1 A. Klaganden, Verbraucherzentrale Hamburg e. V. (nedan kallad Verbraucherzentrale), är en förening som upptagits i förteckningen enligt 4 § Unterlassungsklagengesetz (UKlaG) (lag om förbudsföreläggande vid åsidosättanden av konsumenträtten och andra överträdelser). Motparten, bonprix Handelsgesellschaft mbH (nedan kallat bonprix), bedriver onlinehandel.
- 2 I december 2021 gjorde bonprix reklam på sin webbplats www.bonprix.de med uppgiften "bekvämt köp på faktura" (se bilaga K 2 som avbildats nedan med en pilmarkering för att förtydliga var uppgiften finns).



- 3 Verbraucherzentrale har gjort gällande att denna reklam är vilseledande, eftersom det inte framgår att erbjudandet i verkligheten lämnas med förbehåll för en kreditprövning, samt utan framgång anmodat bonprix att upphöra med överträdelsen.
- 4 Verbraucherzentrale har yrkat att domstolen vid äventyr av närmare angivet vite ska förplikta bonprix att

upphöra att göra reklam på en webbplats som offentliggjorts i syfte att få till stånd köpeavtal med konsumenter med användning av sloganen ”bekvämt köp på faktura” – såsom framgår av skärmdumpen som ingetts i bilaga K2 – när ett fakturaköp som marknadsförs på detta sätt endast beviljas med förbehåll för en kreditprövning av köparen.
- 5 Verbraucherzentrale har även yrkat ersättning för kostnaderna i samband med anmodan.
- 6 Landgericht ogillade talan. Efter ett förhandsbesked ogillade appellationsdomstolen Verbraucherzentrales överklagande genom enhälligt beslut. Verbraucherzentrale fullföljer sin talan genom förevarande överklagande som beviljats prövningstillstånd av den hänskjutande domstolen. bonprix bestrider bifall till överklagandet.
- 7 B. Huruvida överklagandet ska bifallas beror på tolkningen av artikel 6 c i direktiv 2000/31/EG. Innan ett avgörande med avseende på Verbraucherzentrales överklagande meddelas ska förfarandet således vilandeförklaras och förhandsavgörande inhämtas från Europeiska unionens domstol enligt artikel 267 första stycket b och tredje stycket FEUF.
- 8 I. Appellationsdomstolen anförde följande skäl för att ogilla överklagandet:

- 9 Reklamen med uppgiften ”bekvämt köp på faktura” är inte vilseledande och strider inte heller mot något informationskrav.
- 10 Uppgiften är inte vilseledande. I det aktuella sammanhanget uppfattar allmänheten denna allmänna upplysning endast som att det finns en möjlighet att köpa på faktura. Konsumenten till vilken uppgiften riktar sig förväntar sig däremot inte att han eller hon ska underrättas om samtliga villkor och detaljer som gäller för köp på faktura i detta skede. Konsumenten uppfattar inte uppgiften som att denna möjlighet beviljas varje köpare helt och hållet ovillkorligt. Det är inte fråga om reklam som ska utgöra blickfång, eftersom den aktuella uppgiften inte framhävs särskilt. Följaktligen dras inte konsumentens uppmärksamhet till ett sensationellt eller exceptionellt påstående.

Det skulle däremot vara exceptionellt om bonprix inte uppställde några villkor för att bevilja kreditköp. bonprix har på ett övertygande sätt visat att det är normal marknadspraxis inom onlinehandeln att erbjuda fakturaköp kopplat till vissa villkor. Verbraucherzentrale har inte framhållit några övertygande argument för motsatsen. Även om en konsument inte skulle inse att bonprix eventuellt har knutit vissa villkor till erbjudandet till följd av avsaknaden av information detta är det inte fråga om ett vilseledande. Den omtvistade uppgiften är objektivt riktig, eftersom det är möjligt att köpa på faktura från bonprix. Den intresseavvägning som ska göras vid prövningen av huruvida det föreligger ett vilseledande genom objektivt riktig information talar till bonprix fördel. Reklamen har inte en förhöjd lockande effekt. Under beställningsprocessen informeras kunden om villkoren som gäller vid fakturaköp.

- 11 Uppgiften åsidosätter inte heller något informationskrav. Det ska prövas huruvida konsumenten, med hänsyn till den konkreta utformningen av bonprix webbplats i anslutning till reklammeddelandet ”bekvämt köp på faktura” måste ges information om huruvida ett sådant fakturaköp är kopplat till villkor och, i förekommande fall, vilka de är. Av de skäl som anförts ovan ska denna fråga besvaras nekande. I synnerhet föreligger inte någon överträdelse av det informationskrav som föreskrivs i 6 § 1 led 3 Telemediengesetz (TMG) (lagen om elektroniska informations- och kommunikationstjänster), enligt vilken det krävs att säljfrämjande erbjudanden, såsom rabatter, premier och gåvor ska vara klart identifierbara som sådana, eller av den lagstiftning som antagits för att genomföra unionsrättsliga direktiv enligt 5a § 4 UWG. Fakturaköp är inte en fördel med penningvärde som är jämförbar med de rabatter, premier eller gåvor som omnämns i bestämmelsen. Det saknas en ytterligare, påtaglig och identifierbar fördel i samband med ett erbjudande om varor eller tjänster utan ytterligare förmåner. Vid fakturaköp måste köparen betala samma pris, vilket förfaller till betalning omedelbart utan någon ytterligare överenskommelse efter att varan mottagits. Den enda ekonomiska fördelen för köparen är att han eller hon behöver betala priset för varan först några dagar senare än vad som är fallet för andra betalningssätt. Köparen erhåller inga förmåner utöver själva köpet.

- 12 Då talan om förbudsföreläggande saknar grund ska yrkandet om ersättning av kostnader i samband med anmodan lämnas utan bifall.
- 13 II. Överklagandet ska bifallas om appellationsdomstolen gjorde en felaktig bedömning när den fann att bonprix inte åsidosatt 5a § 2 och 4 UWG i den lydelse som var i kraft fram till den 27 maj 2022 (UWG i dess tidigare lydelse)/5a § 1 och 5b § 4 UWG i den lydelse som var i kraft från och med den 28 maj 2022 (UWG i dess nuvarande lydelse) jämförd med 6 § 1 led 3 TMG.
- 14 1. [utelämnas] Talerätt [utelämnas] föreligger [utelämnas]
- 15 2. Enligt 5a § 2 första meningen UWG i dess tidigare lydelse handlar den person otillbörligt som, i det enskilda fallet och med hänsyn till alla omständigheter, underlåter att lämna väsentlig information (led 1) som konsumenten, beroende på sammanhanget, behöver för att fatta ett välgrundat beslut och (led 2) därigenom medför att konsumenten fattar ett affärsbeslut som denne annars inte skulle ha fattat. Enligt 5a § 1 UWG i dess nuvarande lydelse handlar den otillbörligt som vilseleder en konsument eller en annan marknadsaktör genom att underlåter att lämna väsentlig information (led 1) som konsumenten eller den andra marknadsaktören, beroende på sammanhanget, behöver för att fatta ett välgrundat affärsbeslut, och (led 2) därigenom medför att konsumenten eller den andra marknadsaktören fattar ett affärsbeslut som denne annars inte skulle ha fattat. Enligt 5a § 4 UWG i dess tidigare lydelse och enligt 5b § 4 UWG i dess nuvarande lydelse anses även sådan information som väsentlig i den mening som avses i 5a § 2 UWG i dess tidigare lydelse respektive 5a § 1 UWG i dess nuvarande lydelse som inte får undanhållas från konsumenten på grundval av unionsbestämmelser eller enligt lagstiftning som genomför unionsdirektiv om kommersiella meddelanden inklusive reklam och marknadsföring.
- 16 Bestämmelserna i 5a § 2 första meningen UWG i dess tidigare lydelse, 5a § 1 UWG i dess nuvarande lydelse, syftar till att införliva artikel 7.1 i direktiv 2005/29/EG om otillbörliga affärsmetoder som tillämpas av näringsidkare gentemot konsumenter på den inre marknaden (se BGH, dom av den 26 oktober 2023 – I ZR 176/19, *GRUR* 2023, s. 1704 [*juris* punkt 20] = *WRP* 2024, s. 65 – *Zigarettenausgabeautomat III*, med ytterligare hänvisningar). Enligt denna bestämmelse ska en affärsmetod anses vara vilseledande om den, i sitt sammanhang och med beaktande av alla dess särdrag och omständigheterna kring den samt av kommunikationsmediets begränsningar, innebär att näringsidkaren underlåter att lämna väsentlig information som genomsnittskonsumenten, beroende på sammanhanget, behöver för att fatta ett välgrundat affärsbeslut och därigenom medför, eller sannolikt kommer att medföra, att genomsnittskonsumenten fattar ett affärsbeslut som denne annars inte skulle ha fattat. Artikel 7.5 i direktiv 2005/29/EG, på grundval av vilken 5a § 4 UWG i dess tidigare lydelse/5b § 4 UWG i dess nuvarande lydelse antagits (se BGH *GRUR* 2023, s. 1704 [*juris* punkt 20] – *Zigarettenausgabeautomat III*, med ytterligare hänvisningar), föreskriver att informationskrav som avser kommersiella meddelanden inklusive reklam eller marknadsföring och som har fastställts i

gemenskapslagstiftningen – en icke uttömmande förteckning över denna lagstiftning återfinns i bilaga II – ska betraktas som väsentliga. Förteckningen i bilaga II till direktiv 2005/29/EG hänvisar till artikel 6 i direktiv 2000/31/EG, som införlivats med tysk lagstiftning genom 6 § 1 TMG.

- 17 3. I förevarande mål uppkommer frågan huruvida bonprix åsidosatt det informationskrav som föreskrivs i 6 § 1 led 3 TMG. Enligt 6 § 1 led 3 TMG ska tjänsteleverantörer i samband med kommersiella meddelanden som utgör eller ingår i elektroniska informations- eller kommunikationstjänster uppfylla följande villkor: Säljfrämjande erbjudanden, såsom rabatter, premier och gåvor, ska vara klart identifierbara som sådana, och villkoren för att utnyttja dem ska vara lätt tillgängliga och framställas klart och otvetydigt. Denna bestämmelse syftar till att genomföra artikel 6 c i direktiv 2000/31/EG (beträffande den i relevanta delar identiska tidigare bestämmelsen i 7 § TMG i dess tidigare lydelse, se motiveringen till regeringens proposition till lagen om rättsliga ramvillkor för elektronisk handel (Gesetz über rechtliche Rahmenbedingungen für den elektronischen Geschäftsverkehr), BT-Drucks. 14/6098, s. 22) och ska således ges en direktivkonform tolkning. Enligt artikel 6 c i direktiv 2000/31/EG ska medlemsstaterna, förutom de övriga informationskrav som fastställs i gemenskapsrätten, se till att kommersiella meddelanden som ingår i eller utgör någon av informationssamhällets tjänster åtminstone uppfyller följande villkor: säljfrämjande erbjudanden, såsom rabatter, premier och gåvor, när sådana är tillåtna i den medlemsstat där tjänsteleverantören är etablerad, ska vara klart identifierbara som sådana, och villkoren för att utnyttja dem ska vara lätt tillgängliga och framställas klart och otvetydigt.
- 18 a) bonprix är, i egenskap av ett företag som bedriver onlinehandel, en tjänsteleverantör i den mening som avses i 2 § 2 TMG/artikel 2 b i direktiv 2000/31/EG (beträffande begreppet tjänsteleverantör, se BGH, dom av den 9 september 2021 – I ZR 90/20, *BGHZ* 231,38 [*juris* punkt 106] – Influencer I).
- 19 b) Den omtvistade uppgiften ”bekvämt köp på faktura” är ett kommersiellt meddelande som ingår i en informations- eller kommunikationstjänst eller i någon av informationssamhällets tjänster i den mening som avses i 6 § 1 led 3 TMG/artikel 6 c i direktiv 2000/31/EG.
- 20 Med kommersiella meddelanden i den mening som avses i 2 § led 5 TMG/artikel 2 f i direktiv 2000/31/EG avses varje form av meddelande som syftar till att direkt eller indirekt främja varor eller tjänster från ett företag, en organisation eller en person som bedriver handels-, industri- eller hantverksverksamhet, eller utövar reglerad yrkesverksamhet, eller till att direkt eller indirekt främja ovan nämnda företags, organisationers eller personers anseende. Följande utgör dock inte kommersiella meddelanden: information som krävs för att direkt nå företaget, organisationen eller personen, exempelvis domännamn eller en e-postadress, eller meddelanden rörande företags, organisationens eller personens varor, tjänster eller anseende som utarbetats oberoende av detta eller denna, i synnerhet när det har skett utan ekonomisk ersättning. Den hänskjutande domstolen anser att denna

definition av kommersiella meddelanden även är avgörande för tolkningen av 5a § punkt 4 UWG i dess tidigare lydelse, 5b § 4 UWG i dess nuvarande lydelse/artikel 7.5 i direktiv 2005/29/EG (se BGH, *GRUR* 2023, s. 1704 [*juris* punkt 22] – Zigarettenausgabeautomat III). Enligt detta synsätt omfattas den omtvistade uppgiften som lämnats av bonprix av begreppet kommersiella meddelanden, eftersom den syftar till att direkt främja försäljningen av bonprix varor.

- 21 Uppgiften ingår också i en informations- eller kommunikationstjänst (1 § punkt 1 första meningen TMG) eller i någon av informationssamhällets tjänster (artikel 2 a i direktiv 2000/31/EG), eftersom bonprix använder den på en webbplats som marknadsför bolagets postorderhandel (se artikel 1.2 i direktiv 98/34/EG om ett informationsförfarande beträffande tekniska standarder och föreskrifter, samt bestämmelserna om informationssamhällets tjänster, i dess lydelse enligt direktiv 98/48/EG om ändring av direktivet om ett informationsförfarande beträffande tekniska standarder och föreskrifter)
- 22 c) Den hänskjutande domstolen behöver ett klagörande av huruvida den omtvistade uppgiften som gör reklam för möjligheten till ”bekvämt köp på faktura” omfattas av begreppet säljfrämjande erbjudanden i den mening som avses i artikel 6 c i direktiv 2000/31/EG.
- 23 aa) Betydelsen och räckvidden av ett unionsrättsligt begrepp som inte definieras i relevant unionslagstiftning ska fastställas i enlighet med begreppets normala betydelse i vanligt språkbruk, med beaktande av det sammanhang i vilket det används och de mål som eftersträvas med de föreskrifter som det ingår i (se EU-domstolens dom av den 3 september 2014, C-201/13, Deckmyn och Vrijheidsfonds, EU:C:2014:2132, punkt 19, samt dom av den 7 april 2022, C-668/20, Y GmbH (Vaniljoleoresin), EU:C:2022:270, punkt 67).
- 24 bb) Med hänsyn till den normala betydelsen av begreppet ”säljfrämjande erbjudanden” (engelska: ”promotional offers”, franska: ”offres promotionnelles”) torde ett erbjudande om ”bekvämt köp på faktura” från en näringsidkare i syfte att främja försäljningen av sina varor uppfylla rekvisitet. Redan den omständigheten att bonprix anser att det över huvud taget är värt att upplysa kunden om detta visar att bolaget förväntar sig att det ska ha en kommersiell, det vill säga säljfrämjande effekt.
- 25 cc) Det sammanhang i vilket bestämmelsen ingår ger upphov till frågan huruvida räckvidden av begreppet säljfrämjande erbjudanden begränsas av de ytterligare exempel (”såsom”) som anges, nämligen ”rabatter, premier och gåvor”, vilket skulle innebära att villkor som endast avser betalningssätt, såsom möjligheten att köpa på faktura, inte omfattas av bestämmelsen. Även om man godtar synsättet att 6 § punkt 1 led 3 TMG endast omfattar förmåner med penningvärde (se *BeckOK.Informations- und Medienrecht/Pries*, 42:a utgåvan [från den 1 november 2023], 6 § TMG punkt 7; *BeckOK.IT- Recht/Sesing-Wagenpfeil*, 12:e utgåvan [från den 1 juli 2023], 6 § TMG punkt 31; Spindler i Spindler/Schmitz, TMG, 2:a utgåvan, 6 § punkt 23) talar det inte mot att fakturaköp omfattas av begreppet

säljfrämjande erbjudanden, i den mån som – vilket även är fallet i förevarande mål – det marknadsförda betalningssättet innebär att köparen ges en förmån med penningvärde (om än ett lågt sådant) i form av den uppskjutna betalningen. Ett synsätt där kravet på en förmån med penningvärde frångås och det i stället räcker med ett löfte om förmånligare behandling (vilket anförts av Roßnagel/Schmitt, *Beck'scher Kommentar zum Recht der Telemediendienste*, 6 § TMG punkt 24) skulle innebära att rekvisitet under alla omständigheter är uppfyllt.

- 26 Ett synsätt som innebär att man i syfte att avgränsa begreppet säljfrämjande erbjudanden från (det mer omfattande) begreppet främjande av försäljning ("Absatzförderung") (2 § led 5 TMG/artikel 2 f i direktiv 2000/31/EG), betonar däremot "handlingskaraktären" hos de åtgärder som räknas upp som exempel och talar mot att betalningssätt ska omfattas av rekvisitet. bonprix har anført detta i sitt svar på överklagandet.
- 27 dd) Enligt skäl 10 i direktiv 2000/31/EG är syftet med direktivet att garantera ett område där det inte finns några inre gränser för den elektroniska handeln med en hög nivå av skydd för mål av allmänt intresse, inbegripet konsumentskydd. Enligt andra meningen i skäl 29 i direktivet ligger det i konsumentskyddets och den lojala konkurrensens intresse att kommersiella meddelanden, inbegripet rabatter, specialerbjudanden, säljfrämjande tävlingar eller spel, följer vissa krav på öppenhet.
- 28 Att låta reklam med betalningssätt omfattas av begreppet säljfrämjande erbjudande torde vara förenligt med målet att skydda konsumenterna. I överklagandet har Verbraucherzentrale med rätta gjort gällande att möjligheten att köpa på faktura även tjänar köparens intresse av säkerhet, eftersom köparen inte behöver överlämna några känsliga betalningsuppgifter (till exempel kreditkortsnummer och kontrollnummer eller kontouppgifter vid autogirering) till säljaren. För det fall att köpet hävs, till exempel till följd av att konsumenten utövar sin ångerrätt vid distansförsäljning enligt artikel 9.1 i direktiv 2011/83/EU om konsumenträttigheter, eller vid fel i varan, behöver konsumenten inte heller bära risken i samband med ett återbetalningskrav om köpet skett på faktura.
- 29 Den omständigheten att artikel 6.1 g i direktiv 2011/83/EU föreskriver att konsumenten ska informeras om sätten för betalning innan denne blir bunden av ett distansavtal utgör inte hinder för en vid tolkning av begreppet säljfrämjande erbjudanden. Det är visserligen riktigt att en extensiv tolkning av artikel 6 c i direktiv 2000/31/EG skulle leda till att den skyldighet att lämna information som föreskrivs i artikel 6.1 g i direktiv 2011/83/EU inträder i ett mycket tidigare skede. Det framgår dock av den uttryckliga lydelsen av artikel 6 c i direktiv 2000/31/EG att informationskraven i nämnda bestämmelse ska uppfyllas utöver "de övriga informationskrav som fastställs i gemenskapsrätten".
- 30 ee) Följaktligen uppkommer frågan huruvida begreppet säljfrämjande erbjudande i den mening som avses i artikel 6 c i direktiv 2000/31/EG även omfattar reklam med ett betalningssätt (i förevarande mål "bekvämt köp på faktura"), som

visserligen endast har ett lågt penningvärde, men som ändå tjänar konsumentens intresse av säkerhet och främjar konsumentens rättsliga ställning (i förevarande mål genom att inga känsliga betalningsuppgifter överlämnas och att inget återbetalningskrav avseende förskottsbetalning vid frånträde från avtalet behöver riktas till säljaren).

- 31 4. Tolkningsfrågan är avgörande för utgången i målet.
- 32 a) I den mån den omtvistade uppgiften utgör ett säljfrämjande erbjudande i den mening som avses i 6 § punkt 1 led 3 TMG ska talan bifallas såvitt avser förbudsföreläggande och ersättning för kostnader i samband med anmodan, eftersom bonprix har underlåtit att lämna de uppgifter om villkoren för att utnyttja erbjudandet som föreskrivs i denna bestämmelse, då bolaget inte angett att den annonserade möjligheten att köpa på faktura är kopplad till en föregående kreditprövning.
- 33 b) Talan ska, såvitt den avser vilseledande enligt 5 § 1 och 2 led 1 UWG, lämnas utan bifall. Appellationsdomstolen gjorde en riktig bedömning i detta avseende.

[utelämnas]

Lägre instanser:
LG Hamburg, dom av den 21 juli 2022 – 403 HKO 37/22 -
OLG Hamburg, dom av den 9 januari 2023 -15 U 75/22 [utelämnas]

[utelämnas]