

Kohtuasi C-330/23

Eelotsusetaotlus

Saabumise kuupäev:

25. mai 2023

Eelotsusetaotluse esitanud kohus:

Landgericht Düsseldorf (Düsseldorfi esimese astme kohus,
Saksamaa)

Eelotsusetaotluse kuupäev:

19. mai 2023

Hageja:

Verbraucherzentrale Baden-Württemberg e. V.

Kostja:

Aldi Süd Dienstleistungs-SE & Co. oHG

[...]

38 O 182/22

[...]

LANDGERICHT DÜSSELDORF

KOHTUMÄÄRUS

Kohtuasjas

Verbraucherzentrale Baden-Württemberg e. V. [...],

hageja,

[...]

versus

ALDI SÜD Dienstleistungs-SE & Co. oHG [...],

kostja,

[...]

tegi Landgericht Düsseldorf (Düsseldorfi esimese astme kohus, Saksamaa) 8. kaubanduskollegium [...]

järgmise kohtumääruse:

Menetlus peatatakse.

Euroopa Liidu Kohtule esitatakse Euroopa Parlamendi ja nõukogu 16. veebruari 1998. aasta direktiivi 98/6/EÜ tarbijakaitse kohta tarbijatele pakutavate toodete hindade avaldamisel (EÜT L 80, lk 27; ELT eriväljaanne 15/04, lk 32; edaspidi „direktiiv 98/6/EÜ“), mida on viimati muudetud Euroopa Parlamendi ja nõukogu 27. novembri 2019. aasta direktiiviga (EL) 2019/2161, millega muudetakse nõukogu direktiivi 93/13/EMÜ ning Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiive 98/6/EÜ, 2005/29/EÜ ja 2011/83/EL, et ajakohastada liidu tarbijakaitseenorme ja tagada paremini nende täitmine (nn koonddirektiiv, ELT L 328, lk 7), artikli 6a lõigete 1 ja 2 tõlgendamiseks järgmised eelotsuse küsimused:

1. Kas direktiivi 98/6/EÜ artikli 6a lõikeid 1 ja 2 tuleb tõlgendada nii, et hinna alandamise teates nimetatud protsendimäär võib viidata ainult varasemale hinnale direktiivi 98/6/EÜ artikli 6a lõike 2 tähenduses?
2. Kas direktiivi 98/6/EÜ artikli 6a lõikeid 1 ja 2 tuleb tõlgendada nii, et kui reklaamis esiletoomist, mille eesmärk on rõhutada pakkumise soodsat hinda (nagu näiteks hinna nimetamine „parimaks hinnaks“), kasutatakse hinna alandamise teates, peab see viitama varasemale hinnale direktiivi 98/6/EÜ artikli 6a lõike 2 tähenduses?

Põhjendused

A. Põhikohtuasja ese ja asjaolud

Hageja on ettekirjutuste seaduse (UKlaG) § 4 kohaselt kantud pädevate üksuste nimekirja ja esitab kostjale nõude tema arvates tarbijate huve kahjustava reklaami tõttu. Kostja kuulub ALDI SÜD kontserni. Ta vastutab kontserni välisreklaamide eest ja koostab iganädalasi brošüüre, mida ta annab välja paber kandjal ja teeb veebis kättesaadavaks. Brošüürides tutvustab ta muu hulgas pakkumisi kontserni kaupluste sortimendist.

42. kalendrinädalal (17.–22. oktoober 2022) kehtivas brošüüris oli ühel [...] leheküljel pealkirja all „MEIE 6 VÄRSKUSEPOMMI SULLE ALANDATUD HINNAGA“ esitatud kuus toiduainet, millest igäihe juurde oli paigutatud ümardatud nurkadega valge horisontaalne ristkülik (hinnaruut). Hinnaruutudel oli näidatud kaks hinda, nimelt keskel suurem, millele oli lisatud tärn, ja paremal alanurgas väiksem, läbikriipsutatud hind. Nende hinnaruutude kohale olid paigutatud musta-punase-kuldsetriibulised pilgupüüdjad. Rainforest Alliance'i

ananasside puhul oli see varustatud kirjaga „Parim hind“ ja muude toiduainete puhul oli näidatud hinnaalandus protsentides. Iga hinnaruudu all oli järgmine tekst: „Viimane müügihind. Viimase 30 päeva madalaim hind: [...]“. Näiteks ananasside puhul oli avaldatud hind „1,49*“ ja „[...]“ hinnaruudu sees ja „1,39“ teavitusteksti lõpus hinnaruudu all. Fairtrade'i mahebanaanide puhul oli avaldatud protsent „-23 %“ ja kolm avaldatud hinda olid „1,29*“, „[...]“ ja „1,29“. Brošüüri lehekülje üldpildi osas viidatakse pärast põhjendusi esitatud joonisele 1, mis vastab lisa K 2 vähendatud kujutisele ilma hageja lisatud märgistusteta. Kahe vaidlustatud pakkumise esitamise üksikasjade osas viidatakse joonistele 1 ja 2. Täрни tähendust selgitatakse ühel brošüüri järgmistest lehekülgedest järgmiselt: „Palume tähele panna, et need tooted on saadaval ainult piiratud kogustes ja seetõttu võivad need olla kampaania teatud aegadel välja müüdnud. Kõik tooted ilma kaunistuseta. Tooted osaliselt serverimissoovitustega.“

Kostja kontserni kauplustes lahtiste Fairtrade'i mahebanaanide eest küsitud hind oli alates septembri keskpaigast aga püsivalt 1,69 eurot/kg, välja arvatud nädalal 19.–24. septembrini, mil banaanidele kehtis alandatud hind 1,29 eurot/kg. Rainforest Alliance'i ananassidele kehtisid viie nädala jooksul enne pakkumise algust (37.–42. kalendrinädalal) ühikuhinnad vahemikus 1,39–1,79 eurot. Pakkumise algusele eelnenud nädalal oli hind 1,69 eurot.

Hageja peab banaanide ja ananassidega seotud reklaami ebaausaks, mistõttu saatis ta kostjale advokaadi kirjaga hoiatuse ja nõudis – mõlemat asjatult – talle selle tõttu tekkinud kulude hüvitamist üldsummas 243,51 eurot.

Kohtuistungil selgitas hageja, et tema teatavaks tehtud taotlus I puudutab ainult banaanide reklaami ja täiendab seda sõnaselgelt nende nimetamisega. Ta taotleb nüüd järgmist:

- I. kohustada kostjat täpsemalt nimetatud sanktsioonide ähvardusel lõpetama tarbijatele alandatud hinnaga toiduainete müügi reklaamimise ja/või reklaamida laskmise allahindlusprotsendi kujul, nagu toimus lisa K 2 järgi (banaanid [...]), kui see protsentides avaldatud allahindlus ei viita madalaimale hinnale, mida kostja küsis viimase 30 päeva jooksul enne hinna alandamist;
- II. kohustada kostjat täpsemalt nimetatud sanktsioonide ähvardusel lõpetama tarbijatele alandatud hinnaga toiduainete müügi reklaamimise ja/või reklaamida laskmise alandatud hinnaga „parima hinnana“ koos varasema hinna avaldamisega, nagu toimus lisa K 2 järgi (ananassid [...]), kui „parimaks hinnaks“ nimetatud hind on kõrgem hinnast, mida kostja küsis viimase 30 päeva jooksul enne hinna alandamist;
- III. kohustada kostjat lisaks maksma hagejale 243,51 eurot, millele lisandub viivis, mis on viie protsendipunkti võrra suurem baasintressimäärast, alates hagi esitamisest (1. detsember 2022).

Kostja palub

jätta hagi rahuldamata.

Ta väidab, et 42. kalendrinädalal pakkus üks konkurent samuti ananasse (siiski ilma Rainforest Alliance'i sertifikaadita) 1,49 euro eest. Kõik teised konkurendid küsisid kõrgemat hinda.

B. (Riigisisene õigusraamistik)

I. Riigisisese õigusaktid

1. 12. novembri 2021. aasta hindade avaldamist reguleeriv määrus (PAngV)

„§ 1. Kohaldamisala; põhimõte

1) See määrus reguleerib ettevõtjate kaupade või teenuste hindade avaldamist tarbijatele.

[...]

§ 3. Koguhinna avaldamise kohustus

1) Iga isik, kes pakub ettevõtjana tarbijatele kaupu või teenuseid või reklaamib neid kaupade või teenuste pakkujana tarbijatele koos hindade avaldamisega, peab avaldama koguhinnad.

[...]

§ 11. Täiendav kohustus avaldada hinnad kaupade hinna alandamise korral

1) Iga isik, kes on kohustatud avaldama koguhinna, peab tarbijatele igas kauba hinna alandamise teates avaldama madalaima koguhinna, mida ta kohaldas tarbijatele viimase 30 päeva jooksul enne hinna alandamise kohaldamist.

[...]“

2. Ebaausat konkurentsi keelav seadus (UWG)

§ 1. Seaduse eesmärk; kohaldamisala

[...]

2) Ebaausate kaubandusvõtete olemasolu hindamisel on ebaausate kaubandusvõtete eriaspekte reguleerivad sätted käesoleva seaduse sätete suhtes ülimuslikud.

[...]

§ 2. Mõisted

- 1) Käesolevas seaduses kasutatakse järgmisi mõisteid:
 1. tehinguotsus – tarbija või muu turuosalise mis tahes otsus selle kohta, kas, kuidas ja millistel tingimustel tehing sõlmida, selle eest maksta, kaup või teenus endale jätta või sellest loobuda või kauba või teenuse suhtes lepingujärgseid õigusi kasutada, sõltumata sellest, kas tarbija või muu turuosaline otsustab tegutseda;
 2. kaubandusvõte – isiku tegevus enda või võõra ettevõtte kasuks enne äritehingu sõlmimist, selle ajal või pärast seda, mis on otseselt ja objektiivselt seotud kaupade või teenuste müügi või ostu edendamise või lepingu sõlmimisega kaupade või teenuste kohta või selle täitmisega; kaubad tähendavad ka kinnistuid ja digitaalset sisu, teenused tähendavad ka digitaalseid teenuseid, teenused tähendavad ka õigusi ja kohustusi;

[...]

§ 3. Ebaausate kaubandusvõtete keeld

- 1) Ebaausad kaubandusvõtted on keelatud.

[...]

§ 5. Eksitav kaubandusvõte

- 1) Ebaausalt toimib isik, kes kasutab eksitavat kaubandusvõtet, mis võib panna tarbijat või muud turuosalist tegema tehinguotsust, mida ta muidu ei oleks teinud.
- 2) Kaubandusvõte on eksitav, kui see sisaldab ebaõiget teavet või eksitusse viimiseks sobivat muud teavet järgmiste asjaolude kohta:

[...]

2. müügi põhjus, näiteks erilise hinnaeelise olemasolu, hind või selle arvutamise viis või kauba tarnimise või teenuse osutamise tingimused;

[...]

§ 5a. Eksitamine tegevusetuse kaudu

- 1) Ebaausalt toimib ka isik, kes eksitab tarbijat või muud turuosalist, jättes talle esitamata olulise teabe,
 1. mida tarbija või muu turuosaline asjaolusid arvestades vajab, et teha teadlik tehinguotsus, ja

2. mille esitamata jätmine võib mõjutada tarbijat või muud turuosalist tegema tehinguotsust, mida ta muidu ei oleks teinud.

2) Esitamata jätmine tähendab ka

1. olulise teabe varjamist,

2. olulise teabe esitamist ebaselgelt, arusaamatult või mitmetähenduslikult ning

3. olulise teabe esitamist ebaõigel ajal.

3) Selle hindamisel, kas olulist teavet varjati, tuleb arvesse võtta järgmist:

1. ruumilised või ajalised piirangud, mis tulenevad kaubandusvõtteks valitud kommunikatsioonivahendist, ja

2. kõik meetmed, mida ettevõtja on võtnud, et teha teave tarbijale või muule turuosalisele kättesaadavaks muul viisil kui kaubandusvõtteks valitud kommunikatsioonivahendi abil.

[...]

§ 5b. Oluline teave

[...]

4) § 5a lõike 1 tähenduses peetakse oluliseks ka sellist teavet, mida ei või jätta tarbijale esitamata liidu määruste või õigusaktide alusel, millega võetakse üle liidu direktiivid, mis käsitlevad ärilisi teadaandeid, sealhulgas reklaami ja turundust.

[...]

§ 8. Lõpetamine ja hoidumine

1) Isikule, kes kasutab § 3 või § 7 järgi keelatud kaubandusvõtet, võib esitada nõude selle lõpetamiseks ja kordumise ohu korral sellest hoidumiseks. Õigus nõuda hoidumist tekib niipea, kui esineb selline § 3 või § 7 rikkumise oht. [...]

3) Lõikest 1 tulenevaid nõudeid võivad esitada:

[...]

3. pädevad üksused, kes on kantud pädevate üksuste nimekirja ettekirjutuste seaduse § 4 alusel või muude Euroopa Liidu liikmesriikide pädevad üksused, kes on kantud Euroopa Komisjoni loetellu vastavalt Euroopa Parlamendi ja nõukogu 23. aprilli

2009. aasta direktiivi 2009/22/EÜ tarbijate huve kaitsvate ettekirjutuste kohta (ELT 2009, L 110, lk 30), viimati muudetud määrusega (EL) 2018/302 (ELT 2018, L 60I, lk 1), artikli 4 lõikele 3,

[...]“.

II. Asjakohane riigisisene kohtupraktika

1. Seoses 28. mail 2022 jõustunud hindade avaldamist reguleeriva määruse (PAngV) §-ga 11 ei ole teadaolevalt seni tehtud kohtuotsuseid, mis käsitlevad siin kõne all olevaid küsimusi.

[selgitus] [...]

2. Küsimusele, millised tagajärjed toob ettevõtja jaoks kaasa hindade avaldamist reguleeriva määruse (PAngV) § 11 lõike 1 võimalik rikkumine, saab vastata riigisisese kohtupraktika alusel nii, et kaubandusvõtte, mis rikub hindade avaldamist reguleeriva määruse (PAngV) § 11 lõiget 1, võib osutada ebaausat konkurentsi takistava seaduse (UWG) § 5a lõigete 1–3 ja § 5b lõike 4 kohaselt ebaausaks, nii et pädevatel üksustel, nagu hageja, on nõudeõigus asjaomase ettevõtja vastu ebaausat konkurentsi takistava seaduse (UWG) alusel.

[selgitus] [...]

C. Liidu õigusraamistik

I. Asjakohased liidu õiguse sätted

1. Direktiiv 98/6/EÜ

„Artikkel 1 [Kohaldamisala]

Käesoleva direktiivi eesmärk on sätestada ettevõtjate poolt tarbijatele pakutavate toodete müügihinna ja mõõtühiku hinna avaldamine, et parandada tarbija informeeritust ja võimaldada hindade võrdlemist.

[...]

Artikkel 6a [Hinna alandamise teade]

1. Igas hinna alandamise teates tuleb ära näidata varasem hind, mida ettevõtja kohaldas kindlaksmääratud ajavahemiku jooksul enne hinna alandamist.

2. Varasem hind on ettevõtja kohaldatud madalaim hind teatava ajavahemiku jooksul, mis ei ole lühem kui 30 päeva enne hinna alandamist.

[...]“

2. Direktiiv 2005/29/EÜ

„Artikkel 2. Mõisted

Käesolevas direktiivis kasutatakse järgmisi mõisteid:

[...]

- d) *ettevõtja ja tarbija vaheliste tehingutega seotud kaubandustavad* (edaspidi ka *kaubandustavad*) – ettevõtjapoolne tegevus, tegevusetus, teguviis või esitusviis, kommertstedaanne, sealhulgas reklaam ja turustamine, mis on otseselt seotud toote reklaamimise, müügi või tarnimisega tarbijatele;

[...]

- k) *tehinguotsus* – tarbija mis tahes otsus selle kohta, kas, kuidas ja millistel tingimustel ostu sooritada, kas selle eest täies ulatuses või osadena maksta, toode endale jätta või sellest loobuda või toote suhtes lepingujärgseid õigusi kasutada ning selle kohta, kas tarbija otsustab tegutseda või tegutsemisest hoiduda;

[...]

Artikkel 3. Reguleerimisala

1. Käesolevat direktiivi kohaldatakse artiklis 5 sätestatud ettevõtja ja tarbija vaheliste tehingutega seotud ebaausate kaubandustavade suhtes enne ja pärast tootega seonduva äritehingu sõlmimist ja selle ajal.

[...]

4. Kui käesoleva direktiivi sätted on vastuolus ebaausate kaubandustavade konkreetseid aspekte reguleerivate muude ühenduse eeskirjadega, siis on viimati nimetatud eeskirjad ülimuslikud ning neid kohaldatakse kõnealuste konkreetsete aspektide suhtes.

[...]

Artikkel 4. Siseturg

Liikmesriigid ei piira teenuste osutamise vabadust ega kaupade vaba liikumist käesoleva direktiiviga lähendatava valdkonnaga seotud põhjustel.

[...]

Artikkel 6. Eksitav tegevus

1. Kaubandustava loetakse eksitavaks, kui see sisaldab valeandmeid ja on seetõttu ebaõige või muul moel, sealhulgas oma üldise esitusviisi tõttu, petab või tõenäoliselt petab keskmist tarbijat ühe või mitme alltoodud punkti osas, isegi kui teave on faktiliselt õige, ning kui see mõlemal juhul paneb või tõenäoliselt paneb keskmise tarbija tegema tehinguotsust, mida ta muidu ei oleks teinud:

[...]

d) hind või hinna arvutamise viis või konkreetse hinnaeelise olemasolu;

[...]

Artikkel 7. Eksitav tegevusetus

1. Kaubandustava loetakse eksitavaks, kui see konkreetsetes olukorras, võttes arvesse kõiki selle iseärasusi ja asjaolusid ning kommunikatsioonivahendiga seotud piiranguid, jätab välja olulise teabe, mida keskmise tarbija antud olukorras vajab teadliku tehinguotsuse tegemiseks ja seega paneb või tõenäoliselt paneb keskmise tarbija tegema tehinguotsust, mida ta muul juhul ei teeks.

2. Eksitavaks tegevusetuseks loetakse samuti seda, kui ettevõtja, võttes arvesse lõikes 1 kirjeldatud asjaolusid, varjab selles lõikes nimetatud olulist teavet või esitab seda ebaselgelt, arusaamatult, mitmetähenduslikult või ebaõigil ajal või ei määratle kaubandustava kaubanduslikku eesmärki, kui see ei ilmne juba kontekstist, ja juhul, kui see paneb või tõenäoliselt paneb keskmise tarbija tegema tehinguotsust, mida ta muul juhul ei oleks teinud.

3. Kui kaubandustava järgimisel kasutatav kommunikatsioonivahend seab ruumilisi või ajalisi piiranguid, siis võetakse teabe väljajätmise üle otsustamisel arvesse nimetatud piiranguid ning meetmeid, mida ettevõtja on võtnud, et kõnealune teave tarbijale muul viisil kättesaadavaks teha.

[...]

5. Oluliseks loetakse kommertsteadaannetega, sealhulgas reklaami või turustamisega seotud teabele esitatavad ühenduse õigusaktidega kehtestatud nõuded, mille mittetäielik nimekiri on II lisas.“

[...]“

II. Liidu õiguse tõlgendamine

1. Direktiivi 98/6/EÜ artikli 6a lõigete 1 ja 2 tõlgendamine tekitab küsimusi selles kehtestatud korra ulatuse kohta.

Selle sätte, nagu ka direktiivi 98/6/EÜ eesmärk tervikuna on tagada tarbijatele õige ja selge teave neile pakutavate toodete kohta, nagu nähtub nimetatud direktiivi artiklist 1 ning põhjendustest 1 ja 2. Täiendavat teavet selle eesmärgi kohta direktiivi 98/6/EÜ artikli 6a lõigete 1 ja 2 tõlgendamiseks ei leia asjaomaste õigusaktide põhjendustest, mis on ELTL artikli 296 teise lõigu kohaselt liidu õiguse osa. Direktiivi 98/6/EÜ ja direktiivi (EL) 2019/2161 (nn koonddirektiiv, millega lisati direktiivi 98/6/EÜ artikkel 6a) põhjendused ei sisalda põhjendust direktiivi 98/6/EÜ artikli 6a lõigetes 1 ja 2 kehtestatud korra tõlgendamiseks. Õigusnormi ettevalmistavad materjalid ei anna samuti mingit teavet normi tausta kohta ([...]).

Komisjon selgitas 29. detsembril 2021. aastal avaldatud suunistes Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiivi 98/6/EÜ (tarbijakaitse kohta tarbijatele pakutavate toodete hindade avaldamisel) artikli 6a tõlgendamiseks ja kohaldamiseks (komisjoni teatis 2021/C-526/02), kuidas tuleks tema mittesiduva (vt komisjon, eespool viidatud lk 131 all; vt ka Euroopa Kohtu 13. detsembri 2012. aasta otsus C-226/11, Expedia Inc. vs. Autorité de la concurrence jt [punkt 24 jj]) arvamuse kohaselt sätet kohaldada. Selles on kirjas (vt komisjon, eespool viidatud lk 135 keskel):

„Seega tuleb hinna alandamisest teavitamisel kasutada võrdlusalusena avaldatud varasemat hinda, st esitatav allahindlusprotsent peab põhinema artikli 6a kohaselt kindlaks määratud varasemal hinnal.

- Näiteks kui hinna alandamise teates on kirjas „–50 %“ ja madalaim hind viimase 30 päeva jooksul oli 100 eurot, peab müüja märkima selle 100 eurot varasema hinnana, millest 50 % maha arvestatakse, hoolimata sellest, et kauba viimane müügihind oli 160 eurot.“

Hageja peab seda vaadet õigeks ja leiab, et see on kooskõlas direktiivi 98/6/EÜ artikli 6a lõigetes 1 ja 2 taotletud eesmärgiga esitada reklaamitud hinnaeelset võimalikult läbipaistvalt. Seda aspekti peetakse ka õiguskirjanduses vähemalt kaalumist väärivaks ([...]).

Kostja soovib peab komisjoni arvamust ebaõigeks. Ta saab tugineda juba eespool punktis B II 1 esitatud, õiguskirjandusest leitavatele arvamustele, mis viitavad sellele, et sättega kehtestatakse üksnes täiendav teavitamiskohustus, kuid see ei sisalda reklaami kujundamise nõudeid ([...]).

Esimese eelotsuse küsimuse eesmärk on selle vastuolu lahendamine.

Hageja leiab ka, et reklaamsõnumid, mis esitavad pakkumise hinda eriti soodsana, peavad samuti viitama direktiivi 98/6/EÜ artikli 6a lõike 2 kohaselt arvutatud viimase 30 päeva madalaimale hinnale, ja tuleb sellise normist arusaama sätte eesmärgist hoida ära hinna pidev tõstmine ja langetamine. Sellele küsimusele vastamine on teise eelotsuse küsimuse ese.

2. Direktiivi 2005/29/EÜ võimalike kohaldatavate sätete tõlgendus näib sellega võrreldes olevat selge. Sellega seoses võib viidata eespool punktis B II 2 esitatud asjakohasele riigisisesele kohtupraktikale, milles on juba arvesse võetud liidu õiguse nõudeid – lõppkokkuvõttes riigisiseste kohtute pädevuses olevale – direktiivi 2005/29/EÜ kohaldamisele üksikjuhtudele ning selle koostoimele direktiivi 98/6/EÜ nõuetega.

D. (Otsuse ettepanek)

Eelotsusetaotluse esitanud kohtu arvates tuleb mõlemale eelotsuse küsimusele vastata eitavalt.

Direktiivi 98/6/EÜ artikli 6a lõiked 1 ja 2 reguleerivad nende sõnastuse kohaselt vaid seda, millal ja millistel tingimustel (nimelt direktiivi 98/6/EÜ artikli 6a lõike 1 kohaselt igas hinna alandamise teates) tuleb millist teavet esitada (nimelt direktiivi 98/6/EÜ artikli 6a lõike 2 kohaselt arvatud varasem hind). Kuidas seda teavet tuleb esitada, ei ole seevastu kindlaks määratud direktiivi 98/6/EÜ artiklis 6a ega direktiivi 98/6/EÜ muudes osades. See eristab seda korda direktiivis 98/6/EÜ sisalduvatest nõuetest müügihinna ja ühikuhinna avaldamise kohta, mis peavad direktiivi 98/6/EÜ artikli 4 lõike 1 esimese lause kohaselt olema „üheti mõistetavad, kergesti identifitseeritavad ja selgesti loetavad“.

Sellel taustal ei vasta hageja arvamus seoses esimese eelotsuse küsimusega, mille puhul ta saab tugineda komisjonile ja mida väljendatakse komisjoni suunistes nii, et hinnaeelise arvutamisel tuleb igal juhul võtta võrdlusaluseks direktiivi 98/6/EÜ artikli 6a lõike 2 kohaselt arvatud varasem hind, direktiivi 98/6/EÜ regulatiivsele lähenemisviisile, mis piirdub väheste eranditega selle kindlaksmääramisega, millal ja millist teavet tuleb tarbijale esitada. Seetõttu tundub eelotsusetaotluse esitanud kohtule sobivam vastata küsimusele, kas direktiivis 98/6/EÜ ettenähtud teave esitati tarbijale nõuetekohaselt, seda teemade ringi reguleeriva direktiivi 2005/29/EÜ artiklite 6 ja 7 alusel, välja arvatud juhul, kui direktiivis 98/6/EÜ on sätestatud teabe edastamise konkreetsed aspektid, mis aga ei kehti direktiivi 98/6/EÜ artikliga 6a hõlmatud valdkonna suhtes. See ei välista võimalust, et üksikjuhtudel on ebaaus avaldada protsent, mis ei põhine direktiivi 98/6/EÜ artikli 6a lõike 2 kohaselt arvatud varasemal hinnal. Ebaausus ei tulene siiski juba ainuüksi sellise protsendi nimetamise asjaolust, vaid reklaami üldist kujundust vaatluse alla võtva käsitusviisi alusel direktiivi 2005/29/EÜ artiklitest 6 ja 7 tulenevatest nõuetest.

Eespool esitatud kaalutlused kehtivad vastavalt teise eelotsuse küsimuse kohta. See puudutab esimesest eelotsuse küsimusest veelgi suuremal määral levinud reklaamitehnikate kasutamise lubatavust seoses hinna alandamise teatega, mida on asjakohane hinnata direktiivi 2005/29/EÜ diferentseeritud nõuete alusel, kuna direktiivis 98/6/EÜ puuduvad nende aspektide kohta konkreetsed eeskirjad.

E. (Otsuse asjakohasus ja selgitus [võimalike vastuste mõju] kohta eelotsuse küsimustele [kohtuvaidluse lahendamisele])

Hagi rahuldamine oleneb eelotsuse küsimustele antavast vastusest. Hagi on vastuvõetav, kuid tervikuna põhjendatud vaid juhul, kui eelotsuse küsimustele tuleb vastata hagejat rahuldavalt ja seega jaatavalt.

I. Hagi on vastuvõetav. [selgitus] [...]

II. Hageja nõuete põhjendatus sõltub eelotsuse küsimustele antavatest vastustest.

1. Kui esimesele eelotsuse küsimusele vastatakse jaatavalt, oleks hageja nõue I põhjendatud.

[selgitus] [...]

2. Kui esimesele eelotsuse küsimusele vastatakse seevastu eitavalt, oleks hageja nõue I põhjendamatu.

[selgitus] [...]

3. Kui teisele eelotsuse küsimusele vastatakse jaatavalt, oleks hageja nõue II põhjendatud. [selgitus] [...]

4. Kui teisele eelotsuse küsimusele vastatakse seevastu eitavalt, oleks hageja nõue II põhjendamatu.

[selgitus] [...]

F. (Eelotsusetaotluse asjakohasus)

Tundub asjakohane kasutada ELTL artikli 267 esimesest ja teisest lõigust tulenevat võimalust peatada kohtuvaidlus juba esimeses astmes ja esitada otsuse tegemiseks olulised küsimused Euroopa Liidu Kohtule eelotsuse tegemiseks.

[selgitus] [...]

Jooniste taasesitus

Joonis 1

Montag, 17.10. bis Samstag, 22.10.

UNSERE 6 FRISCHE-KRACHER FÜR DICH REDUZIERT.

DEUTSCHLANDS
BESTER
PREIS!



Ernte aus DEUTSCHLAND

-28%

0.99 €
1.39

Letzter Verkaufspreis, niedrigster Preis der letzten 30 Tage: 0.99

GUT BIO
Bio-Karotten
Ursprung: Deutschland, Klasse I, 1-kg-Beutel

BIS ZU
-28%
SPAREN.



-21%

1.49 €
1.89

Letzter Verkaufspreis, niedrigster Preis der letzten 30 Tage: 1.75

Champignons braun
Ursprung: siehe Etikett, Klasse I, 400-g-Schale, kg-Preis 3.73



Große Früchte

Verpackungsmittel aus 100% ALU-Folie

unverpackt



NATUR LIEBUNGE Heidelbeeren
Ursprung: Peru/Südafrika, Klasse I, 500-g-Packung, kg-Preis 6.66

Rain forest Alliance Ananas
Ursprung: Costa Rica, Klasse I, Stück

Preis-Highlight

1.49 €
1.69

Letzter Verkaufspreis, niedrigster Preis der letzten 30 Tage: 1.39

-25%

3.33 €
4.44

Letzter Verkaufspreis, niedrigster Preis der letzten 30 Tage: 3.99



GUT BIO

FAIRTRADE

Fairtrade Bio-Bananen, los
Ursprung: Dominikanische Republik/Ecuador/Peru, kg-Preis

-23%

1.29 €
1.69

Letzter Verkaufspreis, niedrigster Preis der letzten 30 Tage: 1.29



Bio-Trauben hell & dunkel, kernlos
Ursprung: Italien, Klasse II, 400-g-Packung, kg-Preis 4.23

-15%

1.69 €
1.99

Letzter Verkaufspreis, niedrigster Preis der letzten 30 Tage: 1.69

Mehr auf aldi-sued.de/frischekracher

Joonis 2

Joonis 3



[...]

TÖÖDOKUMENI