

**Lieta C-100/24**

**Lūgums sniegt prejudiciālu nolēmumu**

**Saņemšanas datums:**

2024. gada 7. februāris

**Iesniedzējtiesa:**

*Bundesgerichtshof* (Vācija)

**Datums, kurā pieņemts iesniedzējtiesas nolēmums:**

2023. gada 21. decembris

**Prasītāja un revīzijas sūdzības iesniedzēja:**

*Verbraucherzentrale Hamburg e. V.*

**Atbildētāja un atbildētāja revīzijas tiesvedībā:**

*bonprix Handelsgesellschaft mbH*

[..]

**BUNDESGERICHTSHOF [FEDERĀLĀS AUGSTĀKĀS TIESAS]**

**LĒMUMS**

[..]

lietā

*Verbraucherzentrale Hamburg e. V.*, [..]

[..] Hamburga,

prasītāja un revīzijas sūdzības iesniedzēja,

- [..]

pret

*bonprix Handelsgesellschaft mbH*, [..]

[..] Hamburga,

atbildētāja un atbildētāja revīzijas tiesvedībā,

- [..]

*Bundesgerichtshof I. Zivilsenat* [I Civillietu senāts] pēc 2023. gada 21. decembra tiesas sēdes [..]

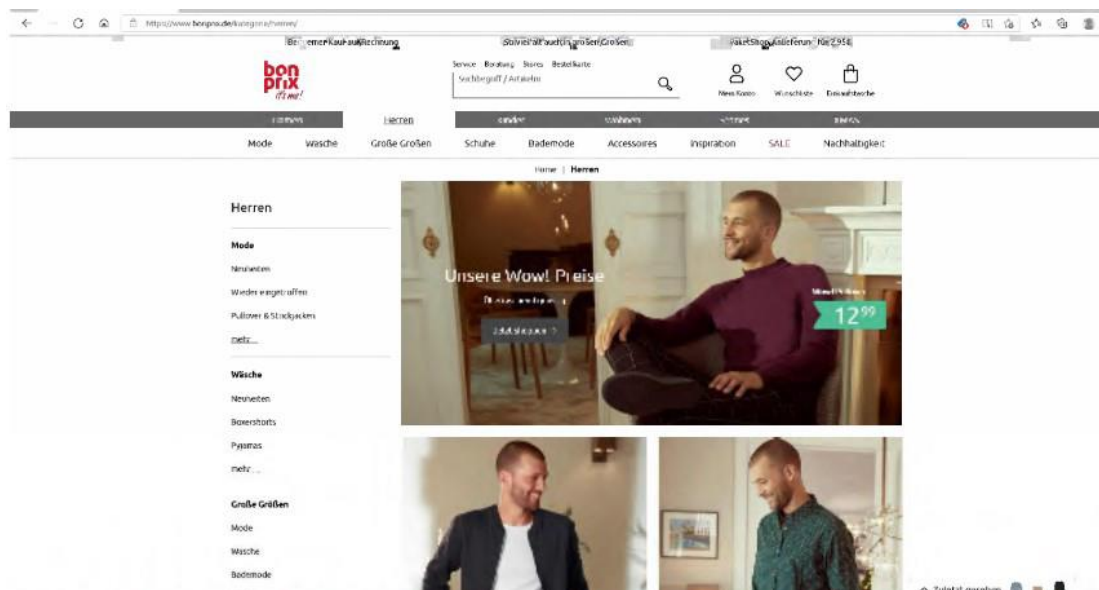
nolēma:

- I. Apturēt tiesvedību.
- II. Iesniegt Eiropas Savienības Tiesai turpmāko jautājumu prejudiciāla nolēmuma sniegšanai par to, kā interpretēt Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvas 2000/31/EK (2000. gada 8. jūnijs) par dažiem informācijas sabiedrības pakalpojumu tiesiskiem aspektiem, jo īpaši elektronisko tirdzniecību, iekšējā tirgū (Direktīva par elektronisko tirdzniecību; OV 17.7.2000, L 178, 1. lpp.) 6. panta c) punktu:

Vai reklāma ar maksāšanas kārtību (izskatāmajā lietā – “ērts pirkums uz rēķina [ar apmaksu pēc piegādes]”), kas, lai gan tai irniecīga naudas vērtība, kalpo patērētāja drošības un tiesiskajām interesēm (izskatāmajā lietā – netiek izpausti sensitīvi maksājuma dati; līguma anulēšanas gadījumā nav jāpieprasa avansa atmaksa), ir uzskatāma par veicinošu piedāvājumu Direktīvas 2000/31/EK par elektronisko tirdzniecību 6. panta c) punkta izpratnē?

Pamatojums:

- 1 A. Prasītāja ir saskaņā ar *Gesetz über Unterlassungsklagen bei Verbraucherrechts- und anderen Verstößen* [Likuma par prasībām aizliegt veikt prettiesiskas darbības patērētāju tiesību un citās jomās; turpmāk tekstā – “UKlaG”] 4. pantu reģistrēta biedrība. Atbildētāja nodarbojas ar tiešsaistes distances pārdošanu.
- 2 2021. gada decembrī atbildētāja savā tīmekļvietnē *www.bonprix.de* izvietoja reklāmu ar norādi “Ērts pirkums uz rēķina [ar apmaksu pēc piegādes]” (skat. turpmāk norādīto pielikumu K2 ar pievienotām bultiņu atzīmēm, kas skaidri izceļ norādi).



- 3 Prasītāja iebilda pret šo reklāmu kā maldinošu, jo no tās neesot varēts izsecināt, ka faktiski tiek paturētas tiesības veikt kredītpējas izvērtēšanu, un nesekmīgi izteica atbildētājam brīdinājumu.
- 4 Prasītāja lūdza piespriest atbildētājam, piedraudot ar sīkāk apzīmētām procesuālām sankcijām,
 

pārtraukt reklamēšanu tīmekļvietnē, kas publicēta, lai iniciētu pirkuma līgumu noslēgšanu ar patērētājiem – kā tas izriet no ekrāna izdrukas, kura iesniegta pielikumā K2 –, izmantojot saukli “Ērts pirkums uz rēķina [ar apmaksu pēc piegādes]”, ja šādi reklamētais pirkums tiek piedāvāts, paturot tiesības veikt pircēja kredītpējas izvērtēšanu.
- 5 Prasītāja prasa arī atlīdzināt brīdinājuma izmaksas.
- 6 *Landgericht* [apgabaltiesa] prasību noraidīja. Apelācijas tiesa ar iepriekšēju norādi un vienbalsīgu lēmumu noraidīja prasītājas apelācijas sūdzību. Palātas atļautajā revīzijas tiesvedībā, kuras noraidīšanu prasa atbildētāja, prasītāja turpina uzturēt savus prasījumus.
- 7 B. Revīzijas tiesvedības iznākums ir atkarīgs no Direktīvas 2000/31/EK 6. panta c) punkta interpretācijas. Tādēļ pirms nolēmuma pieņemšanas par prasītājas revīzijas sūdzību tiesvedība ir jāaptur un saskaņā ar LESD 267. panta pirmās daļas b) punktu un trešo daļu ir jālūdz Eiropas Savienības Tiesas prejudiciāls nolēmums.
- 8 I. Apelācijas tiesa prasības pieteikumā izvirzīto prasījumu noraidījumu pamatoja šādi:
- 9 Reklāma ar norādi “Ērts pirkums uz rēķina [ar apmaksu pēc piegādes]” neesot nedz maldinoša, nedz pārkāpj informācijas prasības.

- 10 Norāde neesot maldinoša. Izskatāmajā kontekstā sabiedrība šo vispārīgo norādi saprotot tikai tādējādi, ka ir iespējams veikt pirkumu uz rēķina [ar apmaksu pēc piegādes]. Uzrunātais patērētājs turpretī nesagaidot, ka šajā brīdī viņš būtu jāinformē par visiem pirkuma uz rēķina nosacījumiem un detaļām. Izlasījis iepriekš minēto norādi, viņš neizsecinātu, ka šī iespēja bez nosacījumiem un atrunām tiek nodrošināta ikvienam pircējam. Tā neesot uzmanības piesaistīšanas reklāma, jo tā nav izcelta. Tādējādi patērētāja uzmanība netiekot vērsta uz sensacionālu vai ārkārtēji neierastu vēstījumu.

Tomēr ārkārtēji neierasti būtu, ja atbildētāja pirkumu uz rēķina [ar apmaksu pēc piegādes] nepiesaistītu nekādiem nosacījumiem. Atbildētāja esot pamatoti atspoguļojusi, ka tiešsaistes distances pārdošanas tirgū pirkums uz rēķina [ar apmaksu pēc piegādes], piemērojot tam nosacījumus, ir ierasta [maksāšanas kārtība]. Prasītāja šajā ziņā neesot sniegusi pietiekamus pretargumentus. Pat ja patērētājam nebūtu jādomā, kādas varētu būt iespējamās atbildētājas paturētās tiesības, jo par tādām trūkst norādes, maldināšana neesot konstatējama. Apstrīdētā norāde esot objektīvi patiesa, jo pie atbildētājas ir iespējams veikt pirkumu uz rēķina [ar apmaksu pēc piegādes], un tādas interešu izsvēršanas iznākums, kura, pārbaudot maldināšanas esamību, jāveic uz patiesu norāžu pamata, esot par labu atbildētājai. Nepastāvot palielināts reklāmas piesaistīšanas efekts. Pasūtīšanas procesa laikā klients tiekot informēts par pirkuma uz rēķina [ar apmaksu pēc piegādes] nosacījumiem.

- 11 Norāde nepārkāpjot arī informācijas prasības. Esot jāpārbauda, vai patērētājam, ņemot vērā atbildētājas tīmekļvietnes konkrēto prezentāciju, tiešā kopsakarībā ar reklāmas izteikumu “Ērts pirkums uz rēķina [ar apmaksu pēc piegādes]” ir jāuztver informācija par to, vai šim pirkumam uz rēķina [ar apmaksu pēc piegādes] tiek piemēroti nosacījumi un attiecīgajā gadījumā – kādi nosacījumi tam tiek piemēroti. Jau iepriekš izklāstīto iemeslu dēļ uz šo jautājumu esot jāatbild noliedzoši. It īpaši neesot pārkāptas *Telemediengesetz* [Tiešsaistes plašsaziņas līdzekļu likuma; turpmāk tekstā – “*TMG*”] 6. panta 1. punkta 3. apakšpunktā paredzētās informācijas prasības, kas liek nodrošināt skaidru tādu veicinošu piedāvājumu kā atlaides, prēmijas un balvas atpazīstamību un kas ir ietvertas Savienības direktīvu transponēšanas noteikumos, uz kuriem ir veikta atsauce saskaņā ar *Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb* [Likuma pret negodīgu konkurenci; turpmāk tekstā – “*UWG*”] 5.a panta 4. punktu. Pirkums uz rēķina [ar apmaksu pēc piegādes] neesot priekšrocība ar naudas vērtību, kas būtu salīdzināma ar minētajā normā norādītajām atlaidēm, prēmijām vai balvām. Preču vai pakalpojumu piedāvājuma kontekstā trūkstot papildu, taustāmas un identificējamās priekšrocības, [kas tiktu nodrošināta] bez papildu atlīdzības. Pirkuma uz rēķina [ar apmaksu pēc piegādes] gadījumā pircējam esot jāsamaksā tāda pati cena, kas ir jāsamaksā uzreiz pēc preču saņemšanas bez jebkādas papildu vienošanās. Vienīgā finansiālā priekšrocība pircējam esot rodama apstākļi, ka viņam pirkuma cena ir jāmaksā dažas dienas vēlāk nekā citu maksāšanas veidu gadījumā. Nekādas priekšrocības – izņemot faktisko pirkumu – netiekot piešķirtas.

- 12 Tā kā nepastāv tiesības pieprasīt atturēšanos no darbības, brīdinājuma izmaksas neesot jāatlīdzina.
- 13 II. Revīzijas sūdzība ir jāapmierina, ja apelācijas tiesa ir kļūdaini secinājusi, ka atbildētāja nav pārkāpusi *UWG* 5.a panta 2. un 4. punktu redakcijā, kas bija spēkā līdz 2022. gada 27. maijam (*UWG aF*), proti, *UWG* 5.a panta 1. punktu un 5.b panta 4. punktu redakcijā, kas ir spēkā no 2022. gada 28. maija (*UWG nF*) kopsakarā ar *TMG* 6. panta 1. punkta 3. apakšpunktu.
- 14 1. [...] *locus standi* [...] piešķirts [...]
- 15 2. Saskaņā ar *UWG aF* 5.a panta 2. punkta pirmo teikumu negodīgi darbojas persona, kas konkrētā gadījumā, ņemot vērā visus apstākļus, noklusē patērētājam būtisku informāciju, kura (1) atkarībā no apstākļiem patērētājam ir vajadzīga, lai pieņemtu uz informāciju balstītu darījumu lēmumu un kuras (2) noklusēšana var mudināt patērētāju pieņemt lēmumu veikt darījumu, kādu viņš citādi nebūtu pieņēmis. Saskaņā ar *UWG nF* 5.a panta 1. punktu persona rīkojas negodīgi, ja tā maldina patērētāju vai citu tirgus dalībnieku, noklusējot būtisku informāciju, kura (1) patērētājam vai citam tirgus dalībniekam ir vajadzīga, lai varētu pieņemt uz informāciju balstītu lēmumu veikt darījumu un kuras (2) noklusēšana ir piemērota tam, lai vedinātu patērētāju vai citu tirgus dalībnieku pieņemt lēmumu veikt darījumu, kādu tas citādi nebūtu pieņēmis. Saskaņā ar *UWG aF* 5.a panta 4. punktu un *UWG nF* 5.b panta 4. punktu par būtisku *UWG aF* 5.a panta 2. punkta, proti, *UWG nF* 5.a panta 1. punkta izpratnē uzskata arī informāciju, ko uz Savienības tiesību regulu pamata vai saskaņā ar Savienības direktīvu transponēšanas noteikumiem par komerciālo saziņu, ieskaitot reklāmu un tirgvedību, nedrīkst slēpt no patērētājiem.
- 16 *UWG aF* 5.a panta 2. punkta pirmā teikuma, *UWG nF* 5.a panta 1. punkta noteikumi kalpo Direktīvas 2005/29/EK, kas attiecas uz uzņēmēju negodīgu komercpraksi iekšējā tirgū attiecībā pret patērētājiem, 7. panta 1. punkta transponēšanai (skat. *BGH* [Federālās Augstākās tiesas] spriedums, 2023. gada 26. oktobris, I ZR 176/19, GRUR 2023, 1704 [*juris*, 20. punkts] = WRP 2024, 65, *Zigarettenausgabeautomat III*, ar turpmākām atsaucēm). Saskaņā ar to komercpraksi uzskata par maldinošu, ja, attiecībā uz tās faktiem, ņemot vērā visas īpašības un apstākļus un saziņas līdzekļa nepilnības, tā noklusē būtisku informāciju, kas vidusmēra patērētājam ir vajadzīga, lai varētu pieņemt uz informāciju balstītu lēmumu, un tādējādi vidusmēra patērētājam liek vai var likt pieņemt lēmumu veikt darījumu, ko viņš citādi nebūtu pieņēmis. Direktīvas 2005/29/EK 7. panta 5. punkts, uz kura pamata tika pieņemts *UWG aF* 5.a panta 4. punkts, proti, *UWG nF* 5.b panta 4. punkts (skat. *BGH*, GRUR 2023, 1704 [*juris*, 20. punkts], *Zigarettenausgabeautomat III*, ar turpmākām atsaucēm), noteic, ka Kopienas tiesību aktos noteiktās prasības informācijai, kuras attiecas uz komerciālo saziņu, tostarp reklāmu un tirgdarbību, un kuru nepilnīgs uzskaitījums atrodams II pielikumā, uzskata par būtiskām. Direktīvas 2005/29/EK II pielikuma sarakstā ir atsauce uz Direktīvas 2000/31/EK 6. pantu, kas Vācijas tiesībās ir transponēts ar *TMG* 6. panta 1. punktu.

- 17 3. Izskatāmajā lietā ir iespējams, ka atbildētāja ir pārkāpusi *TMG* 6. panta 1. punkta 3. apakšpunktā paredzētās informācijas prasības. Saskaņā ar *TMG* 6. panta 1. punkta 3. apakšpunktu pakalpojumu sniedzējiem komercziņojumos, kas ir tiešsaistes plašsaziņas līdzekļi vai to daļas, ir jāievēro šādi priekšnosacījumi: veicinoši piedāvājumi, kā atlaides, prēmijas un balvas, ir skaidri atpazīstami kā šāda veida piedāvājumi, un noteikumi, kuriem jāatbilst, lai tie tiktu atļauti, ir viegli pieejami un izklāstīti skaidri un nepārprotami. Šis noteikums kalpo Direktīvas 2000/31/EK 6. panta c) punkta transponēšanai (attiecībā uz *TMG aF* 7. panta noteikumu, kura formulējums šajā ziņā iepriekšējā redakcijā bija tāds pats, skat. valdības likumprojekta par elektroniskās tirdzniecības tiesisko regulējumu pamatojumu, *BT-Drucks.* 14/6098, 22. lpp.), un tāpēc ir nepieciešama tā interpretācija atbilstoši direktīvai. Saskaņā ar Direktīvas 2000/31/EK 6. panta c) punktu papildus citām informācijas prasībām, ko nosaka Kopienas tiesības, dalībvalstis nodrošina, ka komercziņojumi, kas ir informācijas sabiedrības pakalpojuma daļa vai veido to, atbilst vismaz šādiem noteikumiem: veicinoši piedāvājumi, kā atlaides, prēmijas un balvas, ja tādi ir atļauti dalībvalstī, kurā reģistrēts pakalpojuma sniedzējs, ir skaidri atpazīstami, un noteikumi, kuriem jāatbilst, lai tie tiktu atļauti, ir viegli pieejami un izklāstīti skaidri un nepārprotami.
- 18 a) Atbildētāja kā tiešsaistes distances pārdošanas operatore ir pakalpojumu sniedzējs *TMG* 2. panta 2. punkta, proti, Direktīvas 2000/31/EK 2. panta b) punkta izpratnē (par pakalpojumu sniedzēja jēdzienu skat. *BGH* spriedumu, 2021. gada 9. septembris, I ZR 90/20, *BGHZ* 231,38 [juris 106. punkts], *Influencer I*).
- 19 b) Izskatāmajā lietā apstrīdētā norāde “Ērts pirkums uz rēķina [ar apmaksu pēc piegādes]” ir komercziņojums un daļa no tiešsaistes plašsaziņas līdzekļa vai informācijas sabiedrības pakalpojuma *TMG* 6. panta 1. punkta 3. apakšpunkta izpratnē, proti, Direktīvas 2000/31/EK 6. panta c) punkta izpratnē.
- 20 Ar komercziņojumu šādā izpratnē saskaņā ar *TMG* 2. panta 5. punktu, proti, Direktīvas 2000/31/EK 2. panta f) punktu ir jāsaprot jebkāds ziņojuma veids, kas ir paredzēts tiešai vai netiešai preču, pakalpojumu reklamēšanai vai arī tāda uzņēmuma, organizācijas vai personas tēla reklamēšanai, kas veic komerciālu, rūpniecisku darbību vai nodarbojas ar amatniecību vai regulētu profesiju; taču ar komercziņojumu nav jāsaprot nedz informācija, kas dod iespēju tieši piekļūt uzņēmuma, organizācijas vai personas darbībai, jo īpaši domēna vārds vai elektroniskā pasta adrese, nedz ziņojumi attiecībā uz preču, pakalpojumu vai uzņēmuma, organizācijas vai personas tēlu, kas ievākti neatkarīgā veidā, jo īpaši, ja tas nenotiek finansiālu apsvērumu dēļ. Senāts uzskata, ka šī komercziņojuma definīcija ir vienlīdz būtiska arī *UWG aF* 5.a panta 4. punkta, *UWG nF* 5.b panta 4. punkta, proti, Direktīvas 2005/29/EK 7. panta 5. punkta interpretācijai (skat. *BGH*, *GRUR* 2023, 1704 [juris, 22. punkts], *Zigarettenausgabebesetz III*). Tādējādi izskatāmajā lietā apstrīdētā atbildētājas norāde ietilpst komercziņojuma jēdzienā, jo tā kalpo tam, lai tieši veicinātu atbildētājas preču noietu.
- 21 Turklāt norāde ir daļa no tiešsaistes plašsaziņas līdzekļa (*TMG* 1. panta 1. punkta pirmais teikums), proti, informācijas sabiedrības pakalpojuma



- (Direktīvas 2000/31/EK 2. panta a) punkts), jo atbildētāja to reklamē tīmekļvietnē, kas popularizē tās distances pārdošanu (skat. Direktīvas 98/34/EK, ar ko nosaka informācijas sniegšanas kārtību tehnisko standartu un noteikumu jomā, 1. panta 2. punktu Direktīvas 98/48/EK, ar kuru groza Direktīvu, ar ko nosaka informācijas sniegšanas kārtību tehnisko standartu un noteikumu jomā, redakcijā).
- 22 c) Ir jānoskaidro, vai apstrīdētā norāde, kurā tiek reklamēta “ērta pirkuma uz rēķina [ar apmaksu pēc piegādes]” iespēja, ietilpst veicinošu piedāvājumu jēdzienā Direktīvas 2000/31/EK 6. panta c) punkta izpratnē.
- 23 aa) Savienības tiesību juridiskā jēdziena, kam attiecīgajās Savienības tiesību normās nav sniegta nekāda definīcija, nozīme un tvērums ir jānosaka saskaņā ar šī jēdziena ierasto nozīmi ikdienas valodā, ņemot vērā kontekstu, kādā tas tiek lietots, un tiesiskā regulējuma, kurā tas ietilpst, sasniedzamos mērķus (skat. Tiesas spriedumu, 2014. gada 3. septembris, C-201/13, GRUR 2014, 972 [juris, 19. punkts] = WRP 2014, 1181 – *Deckmyn und Vrijheidsfonds*; Tiesas spriedumu, 2022. gada 7. aprīlis, *Y GmbH* (vaniļas oleosveķi), C-668/20, ZfZ 2022, 184 [juris, 67. punkts]).
- 24 bb) Atbilstoši faktu elementa “veicinoši piedāvājumi” ([vācu valodas versijā: “Angebote zur Verkaufsförderung”,] angļu valodas versijā: “promotional offers”; franču valodas versijā: “offres promotionnelles”) burtiskajai nozīmei “ērta pirkuma uz rēķina [ar apmaksu pēc piegādes]” piedāvājums, ko uzņēmējs izsaka savu preču noieta veicināšanas nolūkā, varētu veidot faktu sastāvu. Jau tas apstāklis vien, ka atbildētāja uzskata, ka ir vērts izvietot šo norādi, liecina, ka tā no tās sagaida reklāmas, proti, pārdošanas veicināšanas iedarbību.
- 25 cc) Tiesiskā regulējuma konteksts rada jautājumu, vai veicinošu piedāvājumu jēdziens, saistībā ar to minot piemērus (“kā”) “atlaides, prēmijas un balvas”, tiek ierobežots tādējādi, ka šis noteikums neietver vienkāršus maksāšanas kārtības veidus, piemēram, iespēju veikt pirkumu uz rēķina [ar apmaksu pēc piegādes]. Ciktāl tiek pārstāvēts uzskats, ka *TMG* 6. panta 1. punkta 3. apakšpunkts ietver vienīgi priekšrocības ar naudas vērtību (skat. *BeckOK.Informations- und Medienrecht/Pries*, 42. izdevums [redigēts 2023. gada 1. novembrī], *TMG* 6. pants, 7. punkts; *BeckOK.IT- Recht/Sesing-Wagenpfeil*, 12. izdevums [redigēts 2023. gada 1. jūlijā], *TMG* 6. pants, 31. punkts; *Spindler in Spindler/Schmitz*, *TMG*, 2. izdevums, 6. pants, 23. punkts), tiek pieļauts, ka piedāvājums veikt pirkumu uz rēķina [ar apmaksu pēc piegādes] tiek iekļauts veicinoša piedāvājuma jēdzienā, ja – kā tas ir izskatāmajā lietā – reklamētais maksāšanas kārtības veids, ņemot vērā ar to saistīto faktisko maksājuma atlikšanu, ir saistīts ar (pat janiecīgu) priekšrocību ar naudas vērtību. Pat ja atteiktos no prasības par priekšrocību ar naudas vērtību un arī solījumu nodrošināt prioritāru apkalpošanu uzskatītu par pietiekamu (*Roßnagel/Schmitt*, *Beck’scher Kommentar zum Recht der Telemediendienste*, *TMG* 6. pants, 24. punkts), faktu elements jebkurā gadījumā būtu izpildīts.

- 26 Savukārt pret maksāšanas kārtības veidu iekļaušanu faktu elementu kopumā varētu argumentēt, ja – sekojot atbildes rakstam uz revīzijas sūdzību – nolūkā nošķirt pārdošanas veicināšanas jēdzienu no (plašākā) noieta veicināšanas jēdziena [vācu valodas versijā: “Absatzförderung”, attiecīgajā direktīvā: “Förderung des Absatzes”, latviešu valodas versijā: “reklamēšana”] (TMG 2. panta 5. punkts, proti, Direktīvas 2000/31/EK 2. panta f) punkts) uzsvētu to veicinošo pasākumu “akcijas raksturu”, kuri [attiecīgajā direktīvas punktā] ir uzskaitīti kā piemēri.
- 27 dd) Saskaņā ar Direktīvas 2000/31/EK 10. apsvērumu tās mērķis ir izveidot telpu bez iekšējām robežām elektroniskajai tirdzniecībai, kas nodrošinātu sabiedrības interešu mērķu augsta līmeņa aizsardzību, tostarp patērētāju aizsardzību. Saskaņā ar šīs direktīvas 29. apsvēruma teikuma otrajai daļai patērētāju aizsardzības un godīgas tirdzniecības interesēs komercziņojumiem, ietverot atlaides, reklāmas piedāvājumus un reklāmas sacensības vai spēles, jāatbilst vairākām caurskatāmības prasībām.
- 28 Reklāmas, kas ietver maksāšanas kārtības veidus, iekļaušana veicinošu piedāvājumu jēdzienā varētu atbilst patērētāju tiesību aizsardzības mērķim. Revīzijas sūdzībā pamatoti ir norādīts, ka iespējas piešķiršana veikt pirkumu uz rēķina [ar apmaksu pēc piegādes] kalpo arī pircēja drošības interesēm, jo, veicot pirkumu uz rēķina [ar apmaksu pēc piegādes], tam nav jānorāda pārdevējam sensitīvi maksājumu dati (piemēram, kredītkartes numurs un pārbaudes numurs, maksājot ar kredītkarti, vai konta rekvizīti, maksājot ar tiešā debeta maksājumu). Turklāt, veicot pirkumu uz rēķina [ar apmaksu pēc piegādes], iespējama līguma anulēšanas gadījumā, piemēram, īstenojot atteikuma tiesības, kas patērētājam distances pārdošanas gadījumā pienākas saskaņā ar Direktīvas 2011/83/ES 9. panta 1. punktu, tāpat arī preces defektu gadījumā tam nav jānopūlas ar veikta avansa atgūšanu, pieprasot tā atmaksu.
- 29 Tas, ka Direktīvas 2011/83/ES 6. panta 1. punkta g) apakšpunktā ir noteikts, ka distances līguma gadījumā patērētājs pirms līguma noslēgšanas ir jāinformē par maksāšanas noteikumiem, neliedz plaši interpretēt veicinošu piedāvājumu jēdzienu. Lai gan plaša Direktīvas 2000/31/EK 6. panta c) punkta interpretācija izraisītu Direktīvas 2011/83/ES 6. panta 1. punkta g) apakšpunktā paredzēto informēšanas prasību izpildi skaidru pārņemšanu uz priekšu, Direktīvas 2000/31/EK 6. panta c) punktā paredzētās informēšanas prasības saskaņā ar nepārprotamu noteikuma formulējumu pastāv “papildus citām informācijas prasībām, ko nosaka Kopienas tiesības”.
- 30 ee) Tādējādi rodas jautājums, vai veicinošu piedāvājumu jēdzienā Direktīvas 2000/31/EK 6. panta c) punkta izpratnē ietilpst arī reklāma ar maksāšanas kārtības veidu (izskatāmajā lietā – “ērts pirkums uz rēķina [ar apmaksu pēc piegādes]), kas, lai gan tai irniecīga naudas vērtība, kalpo patērētāja drošības un tiesiskajām interesēm (izskatāmajā lietā – netiek izpausti sensitīvi maksājuma dati; līguma anulēšanas gadījumā nav jāpieprasa avansa atmaksa).



- 31 4. Prejudiciālajam jautājumam ir nozīme lietas izspriešanā.
- 32 a) Ciktāl apstrīdētā norāde ir veicinošs piedāvājums *TMG* 6. panta 1. punkta 3. apakšpunkta izpratnē, pastāv prasībā izvirzītie prasījumi pieprasīt atturēšanos no darbības un tiesības uz brīdinājuma izmaksu atlīdzināšanu, jo atbildētāja nav sniegusi šajā noteikumā paredzēto informāciju par pārdošanas veicināšanas piedāvājuma izmantošanas nosacījumiem, tā kā trūkusi informācija par to, ka reklamētā iespēja veikt pirkumu uz rēķina [ar apmaksu pēc piegādes] ir atkarīga no iepriekšējas kredītspējas izvērtēšanas.
- 33 b) Izvirzītais prasījums nav pamatojams ar maldināšanu *UWG* 5. panta 1. punkta un 2. punkta 1. apakšpunkta izpratnē. Apelācijas tiesa, nepieļaujot kļūdu tiesību piemērošanā, ir noliegusi šādu tiesību esamību.

[..]

Iepriekšējo instanču tiesas: *LG Hamburg* [Hamburgas pirmās instances tiesas] nolēmums, 2022. gada 21. jūlijs, 403 HKO 37/22 *OLG Hamburg* [Hamburgas apgabaltiesas] nolēmums, 2023. gada 9. janvāris, 15 U 75/22 [..]

[..]

DARBA VĒRTĒŠANA