

Asia C-100/24

Ennakkoratkaisupyyntö

Jättämispäivä:

7.2.2024

Ennakkoratkaisupyynnön esittänyt tuomioistuin:

Bundesgerichtshof (Saksa)

Ennakkoratkaisupyynnön esittämistä koskevan päätöksen tekemispäivä:

21.12.2023

Kantaja ja Revision-menettelyn valittaja:

Verbraucherzentrale Hamburg e. V.

Vastaaja ja Revision-menettelyn vastapuoli:

bonprix Handelsgesellschaft mbH

[--]

BUNDESGERICHTSHOF

VÄLIPÄÄTÖS

[--]

asiassa

Verbraucherzentrale Hamburg e. V., [--]

[--] Hampuri,

kantajana ja Revision-menettelyn valittajana,

- [--]

vastaan

bonprix Handelsgesellschaft mbH, [--]

[–] Hampuri,

vastaajana ja Revision-menettelyn vastapuolena,

- [–]

Bundesgerichtshofin (liittovaltion ylin tuomioistuin, Saksa) I siviiliasioiden jaosto on ottaen huomioon 21.12.2023 pidetyssä istunnossa esitetyn [–]

päättänyt seuraavaa:

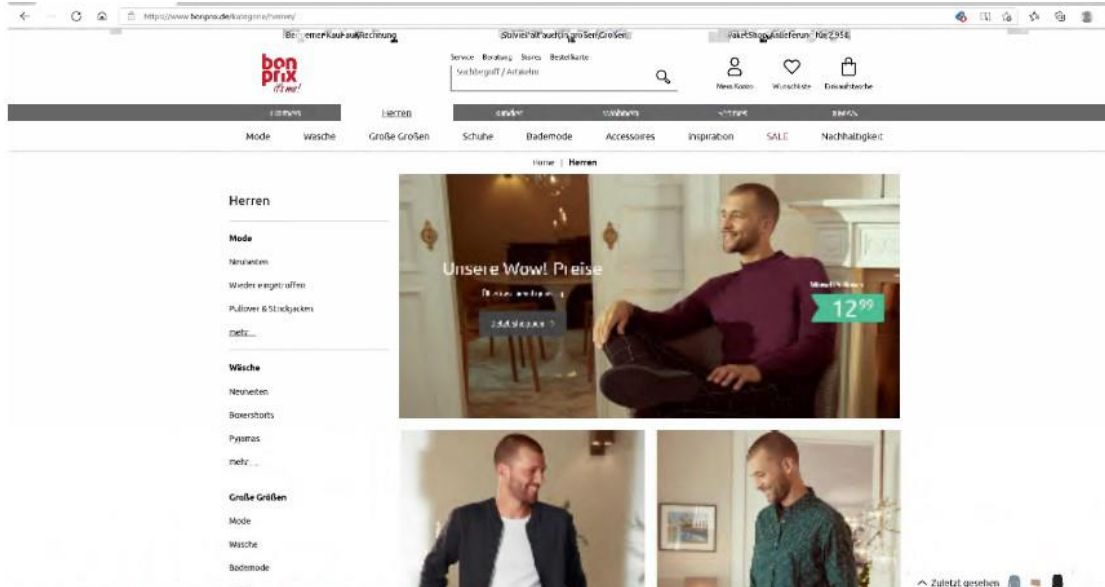
I Asian käsittelyä lykätään.

II Euroopan unionin tuomioistuimelle esitetään tietoyhteiskunnan palveluja, erityisesti sähköistä kaupankäyntiä, sisämarkkinoilla koskevista tietyistä oikeudellisista näkökohdista 8.6.2000 annetun Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivin 2000/31/EY (”Direktiivi sähköisestä kaupankäynnistä”) (EYVL 2000, L 178, s. 1) 6 artiklan c alakohdan tulkinnasta seuraava ennakkoratkaisukysymys:

Muodostaako mainonta käyttäen maksutapaa (tässä: ”Osta vaivattomasti laskulla”), jonka rahallinen arvo on tosin vähäinen mutta joka edistää kuluttajan turvallisuuteen liittyviä etuja ja oikeussuojaa (tässä: arkaluonteisia maksutietoja ei luovuteta, sopimuksen purkamisen yhteydessä ei vaadita takaisin etukäteissuoritusta), sähköisestä kaupankäynnistä annetun direktiivin 2000/31/EY 6 artiklan c alakohdassa tarkoitettua myynninedistämistarjouksen?

Perustelut:

- 1 A. Kantaja on kieltokanteista kuluttajan oikeuksien loukkausten ja muiden rikkomisten yhteydessä annetun lain (Gesetz über Unterlassungsklagen bei Verbraucherrechts- und anderen Verstößen, jäljempänä UKlaG) 4 §:ssä tarkoitettuun luetteloon merkitty yhdistys. Vastaaja harjoittaa postimyyntiä verkossa.
- 2 Vastaaja mainosti joulukuussa 2021 verkkosivustollaan www.bonprix.de käyttäen mainintaa ”Osta vaivattomasti laskulla” (ks. jäljempänä kuvattu liite K2, johon on kyseisen maininnan havainnollistamiseksi lisätty sitä osoittava nuoli).



- 3 Kantaja on riitauttanut tämän mainonnan harhaanjohtavana, koska siitä ei käy ilmi, että laskulla ostaminen edellyttää tosiasiallisesti luottokelpoisuuden arviointia, ja kehottanut vastaajaa tuloksetta poistamaan kyseisen maininnan.
- 4 Kantaja on vaatinut, että vastaaja velvoitetaan tarkemmin kuvattujen pakkokeinojen uhalla
 olemaan mainostamatta myyntisopimusten tekemiseksi kuluttajien kanssa avatulla verkkosivustolla käyttämällä – liitteessä K2 esitetystä näyttökuvasta ilmenevää – mainoslauseita ”Osta vaivattomasti laskulla”, jos näin mainostettua laskulla ostamista tarjotaan ainoastaan sillä edellytyksellä, että ostajan luottokelpoisuus tarkistetaan.
- 5 Kantaja vaatii lisäksi kehoitusmenettelystä aiheutuneiden kulujensa korvaamista.
- 6 Landgericht (alueellinen alioikeus, Saksa) hylkäsi kanteen. Toisen asteen tuomioistuimien hylkäsi kantajan edellä mainitusta ratkaisusta tekemän valituksen yksimielisellä päätöksellä. Kantaja vaatii edelleen kanteessa esittämiensä vaatimusten hyväksymistä Revision-valituksella, johon asiaa käsittelevä jaosto antoi luvan ja jonka hylkäämistä vastapuoli vaatii.
- 7 B. Revision-valituksen menestyminen riippuu direktiivin 2000/31 6 artiklan c alakohdan tulkinnasta. Ennen kantajan Revision-valituksen ratkaisemista asian käsittelyä on tämän vuoksi lykättävä ja Euroopan unionin tuomioistuimelle on esitettävä SEUT 267 artiklan ensimmäisen kohdan b alakohdan ja kolmannen kohdan mukaisesti ennakkoratkaisupyyntö.
- 8 I Toisen asteen tuomioistuimien on perustellut kanteessa esitettyjen vaatimusten hylkäämistä seuraavasti:

9 Mainonta käyttäen mainintaa ”Osta vaivattomasti laskulla” ei ole harhaanjohtavaa eikä tietojen antamista koskevan vaatimuksen vastaista.

10 Kyseinen maininta ei ole harhaanjohtava. Yleisö ymmärtää tämän yleisen maininnan nyt kyseessä olevassa asiayhteydessä pelkästään siten, että laskulla ostaminen on mahdollista. Kyseinen kuluttaja ei sitä vastoin odota, että hänelle ilmoitetaan tässä vaiheessa kaikki laskulla ostamisen ehdot ja yksityiskohdat. Hän ei ymmärrä tätä mainintaa niin, että mahdollisuus ostaa laskulla myönnetään ehdoitta ja varauksettomasti jokaiselle ostajalle. Kyse ei ole mainonnassa käytettävästä katseenvangitsijasta, koska sitä ei ole korostettu. Kuluttajan huomiota ei siten kiinnitetä huomiota herättävään tai poikkeukselliseen viestiin.

Olisi kuitenkin epätavallista, jos vastaaja ei asettaisi laskulla ostamiselle ehtoja. Vastaaja on perustellusti esittänyt, että verkkopostimyynnissä ehdollinen laskulla ostaminen on tavanomaista markkinoilla. Kantaja ei ole kiistänyt tätä riittävästi. Vaikka kuluttaja ei pohtisikaan vastaajan laskulla ostamiselle mahdollisesti asettamia ehtoja, koska niistä ei ole mitään mainintaa, kyse ei ole harhaanjohtamisesta. Moitittu maininta on objektiivisesti tarkasteltuna totuudenmukainen, koska vastaaja tarjoaa mahdollisuuden ostaa laskulla, ja – kun kyse on objektiivisesti tarkasteltuna totuudenmukaisista tiedoista – harhaanjohtamisen arvioinnissa lähtökohdaksi otettava intressien punninta kallistuu vastaajan eduksi. Mainonnalla ei ole erityistä ”houkutusvaikutusta”. Asiakkaalle ilmoitetaan laskulla ostamisen ehdoista tilausprosessin aikana.

11 Kyseessä oleva maininta ei ole myöskään tietojen antamista koskevan vaatimuksen vastainen. On tutkittava, onko vastaajan internetsivuston konkreettinen ulkoasu huomioon ottaen kuluttajalle annettava mainoslauseen ”Osta vaivattomasti laskulla” välittömässä yhteydessä tieto siitä, onko laskulla ostamiselle asetettu ehtoja ja jos on, niin millaisia. Tähän kysymykseen on jo mainituista syistä vastattava kieltävästi. Kyseisellä mainonnalla ei etenkään rikota sähköisistä tieto- ja viestintäpalveluista annetun lain (Telemediengesetz, jäljempänä TMG) 6 §:n 1 momentin 3 kohdan mukaista tietojen antamista koskevaa vaatimusta, jonka mukaan myyninedistämistarjoukset, kuten alennukset, ostohyvitykset ja kylkiäiset, on voitava selvästi tunnistaa sellaisiksi, ja joka kuuluu vilpillisen kilpailun estämisestä annetun lain (Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb, jäljempänä UWG) 5a §:n 4 momentissa tarkoitettuihin unionin direktiivien täytäntöönpanosäännöksiin. Laskulla ostaminen ei ole kyseisessä säännöksessä mainittuihin alennuksiin, ostohyvityksiin tai kylkiäisiin rinnastettavissa oleva rahanarvoinen etu. Tavaroiden tai palvelujen tarjoamiseen liittyvää, vastikkeetta annettavaa erillistä, konkreettista ja mainittavaa etua ei myönnetä. Laskulla ostettaessa ostajan on maksettava sama hinta, joka erääntyy automaattisesti maksettavaksi heti tavarantoimituksen jälkeen. Ostajan saaman ainoan taloudellisen edun muodostaa se, että hänen on maksettava myyntihinta muutamaa päivää myöhemmin kuin muissa maksutavoissa. Varsinaista ostoa laajempia etuja ei myönnetä.

12 Koska kielto-oikeutta ei ole, kehoitusmenettelystä aiheutuneita kuluja ei korvata.

- 13 II Revision-valitus on hyväksyttävä, jos toisen asteen tuomioistuin on perusteettomasti katsonut, ettei vastaaja ole rikkonut UWG:n, sellaisena kuin se oli voimassa 27.5.2022 saakka (jäljempänä UWG:n vanha versio), 5a §:n 2 ja 4 momenttia tai UWG:n, sellaisena kuin se on ollut voimassa 28.5.2022 alkaen (jäljempänä UWG:n uusi versio), 5a §:n 1 momenttia ja 5b §:n 4 momenttia, luettuina yhdessä TMG:n 6 §:n 1 momentin 3 kohdan kanssa.
- 14 1. [– –] Kanneoikeus [– –] on olemassa [– –]
- 15 2. UWG:n vanhan version 5a §:n 2 momentin ensimmäisen virkkeen mukaan sopimattomaan menettelyyn syyllistyy henkilö, joka sen asiayhteydessä, kun otetaan huomioon kaikki seikat, jättää mainitsematta kuluttajalle olennaisia tietoja, joita keskivertokuluttaja tarvitsee asiayhteyden mukaan perustellun kaupallisen ratkaisun tekemiseen (1 kohta) ja joiden mainitsematta jättäminen saa kuluttajan tekemään kaupallisen ratkaisun, jota hän ei muuten olisi tehnyt (2 kohta). UWG:n uuden version 5a §:n 1 momentin mukaan sopimattomana menettelynä pidetään sitä, että kuluttajaa tai muuta markkinatoimijaa johdetaan harhaan jättämällä mainitsematta olennaisia tietoja, (1 kohta) joita kuluttaja tai muu markkinatoimija tarvitsee asiayhteyden mukaan perustellun kaupallisen ratkaisun tekemiseen ja (2 kohta) joiden mainitsematta jättäminen todennäköisesti saa kuluttajan tai muun markkinatoimijan tekemään kaupallisen ratkaisun, jota hän muuten ei olisi tehnyt. UWG:n vanhan version 5a §:n 4 momentin ja UWG:n uuden version 5b §:n 4 momentin mukaan UWG:n vanhan version 5a §:n 2 momentissa tai UWG:n uuden version 5a §:n 1 momentissa tarkoitettuja olennaisia tietoja ovat myös tiedot, joita ei saa jättää mainitsematta kuluttajalle unionin asetusten perusteella tai kaupallisesta viestinnästä, mainonta ja markkinointi mukaan luettuina, annettujen unionin direktiivien täytäntöönpanosäännösten mukaisesti.
- 16 UWG:n vanhan version 5a §:n 2 momentin ensimmäisen virkkeen ja UWG:n uuden version 5a §:n 1 momentin säännöksillä pannaan täytäntöön sopimattomista elinkeinonharjoittajien ja kuluttajien välisistä kaupallisista menettelyistä sisämarkkinoilla annetun direktiivin 2005/29/EY 7 artiklan 1 kohta (ks. BGH:n tuomio 26.10.2023 – I ZR 176/19, GRUR 2023, 1704 [juris 20 kohta oikeuskäytäntöviittauksineen] = WRP 2024, 65 – Zigarettenausgabeautomat III). Mainitun direktiivin säännöksen mukaan kaupallista menettelyä pidetään harhaanjohtavana, jos sen asiayhteydessä, kun otetaan huomioon kaikki seikat ja olosuhteet sekä viestintävälineen rajoitukset, jätetään mainitsematta olennaisia tietoja, joita keskivertokuluttaja tarvitsee asiayhteyden mukaan perustellun kaupallisen ratkaisun tekemiseen, ja jos se näin saa tai todennäköisesti saa keskivertokuluttajan tekemään kaupallisen ratkaisun, jota hän ei muuten olisi tehnyt. Direktiivin 2005/29 7 artiklan 5 kohdassa, jonka perusteella UWG:n vanhan version 5a §:n 4 momentti tai UWG:n uuden version 5b §:n 4 momentti annettiin (ks. BGH, GRUR 2023, 1704 [juris 20 kohta oikeuskäytäntöviittauksineen] – Zigarettenausgabeautomat III), säädetään, että unionin lainsäädännössä vahvistettuja kaupallista viestintää, mainonta tai markkinointi mukaan luettuna, koskevia tiedotusvaatimuksia pidetään olennaisina ja että liitteessä II, joka ei ole tyhjenteävä, on luettelo tällaisista vaatimuksista.

Direktiivin 2005/29 liitteessä II olevassa luettelossa viitataan direktiivin 2000/31 6 artiklaan, joka on pantu täytäntöön Saksan lainsäädännössä TMG:n 6 §:n 1 momentilla.

- 17 3. Nyt käsiteltävässä asiassa tulee kyseeseen, että vastaaja on rikkonut TMG:n 6 §:n 1 momentin 3 kohdassa säädettyä tietojen antamista koskevaa vaatimusta. TMG:n 6 §:n 1 momentin 3 kohdan mukaan palvelujentarjoajien on kaupallisessa viestinnässä, joka muodostaa osittain tai kokonaan sähköisen tieto- ja viestintäpalvelun, noudatettava seuraavia edellytyksiä: myynninedistämistarjoukset, kuten alennukset, ostohyvitykset ja kylkiäiset, on voitava selvästi tunnistaa sellaisiksi, ja niiden saamista koskevien ehtojen on oltava helposti saatavilla, ja ehdot on esitettävä selkeästi ja yksiselitteisesti. Kyseisellä säännöksellä pannaan täytäntöön direktiivin 2000/31 6 artiklan c alakohta (tältä osin samansisältöisestä TMG:n vanhan version 7 §:n edeltäjäsäännöksestä ks. sähköisen kaupankäynnin oikeudellisista toimintaedellytyksistä annettua lakia (Gesetz über rechtliche Rahmenbedingungen für den elektronischen Geschäftsverkehr) koskevan hallituksen lakiehdotuksen perustelut, BT-Drucks. 14/6098, s. 22), joten sitä on tulkittava direktiivin mukaisesti. Direktiivin 2000/31 6 artiklan c alakohdan mukaan muiden yhteisön oikeudessa asetettujen tietojen antamista koskevien vaatimusten lisäksi jäsenvaltioiden on varmistettava, että kaupallisessa viestinnässä, joka muodostaa osittain tai kokonaan tietoyhteiskunnan palvelun, noudatetaan ainakin seuraavia edellytyksiä: jos myynninedistämistarjoukset, kuten alennukset, ostohyvitykset ja kylkiäiset, sallitaan siinä jäsenvaltiossa, johon palvelun tarjoaja on sijoittautunut, ne on voitava selvästi tunnistaa sellaisiksi, niiden saamista koskevien ehtojen on oltava helposti saatavilla, ja ehdot on esitettävä selkeästi ja yksiselitteisesti.
- 18 a) Vastaaja on verkkopostimyynnin harjoittajana TMG:n 2 §:n 2 kohdassa / direktiivin 2000/31 2 artiklan b alakohdassa tarkoitettu palvelun tarjoaja (palvelun tarjoajan käsitteestä ks. BGH:n tuomio 9.9.2021 – I ZR 90/20, BGHZ 231,38 [juris 106 kohta] – Influencer I).
- 19 b) Käsiteltävässä asiassa riitautettu maininta ”Osta vaivattomasti laskulla” on TMG:n 6 §:n 1 momentin 3 kohdassa / direktiivin 2000/31 6 artiklan c alakohdassa tarkoitettua kaupallista viestintää, joka muodostaa osittain sähköisen tieto- ja viestintäpalvelun tai tietoyhteiskunnan palvelun.
- 20 Tässä tarkoitettulla kaupallisella viestinnällä tarkoitetaan TMG:n 2 §:n 5 kohdan / direktiivin 2000/31 2 artiklan f alakohdan mukaan kaikkia viestinnän muotoja, joiden tarkoituksena on kaupallista, teollista tai käsiteollista toimintaa tai säänneltyä ammattia harjoittavan yrityksen, organisaation tai henkilön tavaroiden, palvelujen tai imagon edistäminen välittömästi tai välillisesti. Kaupallista viestintää eivät kuitenkaan ole yhteystiedot, jotka mahdollistavat suoran yhteyden kyseisen yrityksen, organisaation tai henkilön toimintaan, erityisesti ”domain”-nimi tai sähköpostiosoite, tai viestintä, joka liittyy kyseisen yrityksen, organisaation tai henkilön imagoon tai niiden tarjoamiin tavaroihin tai palveluihin ja joka on laadittu niistä riippumattomasti, erityisesti jos tämä on tehty ilman

taloudellista vastiketta. Asiaa käsittelevän jaoston käsityksen mukaan tämä kaupallisen viestinnän määritelmä on yhtä lailla merkityksellinen UWG:n vanhan version 5a §:n 4 momentin ja UWG:n uuden version 5b §:n 4 momentin / direktiivin 2005/29 7 artiklan 5 kohdan tulkinnan kannalta (ks. BGH, GRUR 2023, 1704 [juris 22 kohta] – Zigarettenausgabeautomat III). Tämän perusteella käsiteltävässä asiassa riitautettu vastaajan käyttämä maininta kuuluu kaupallisen viestinnän käsitteeseen, koska sen tarkoituksena on vastaajan tavaroiden edistäminen välittömästi.

- 21 Kyseinen maininta muodostaa lisäksi osittain sähköisen tieto- ja viestintäpalvelun (TMG:n 1 §:n 1 momentin ensimmäinen virke) tai tietoyhteiskunnan palvelun (direktiivin 2000/31 2 artiklan a alakohta), koska vastaaja esittää sen postimyyntiään mainostavalla verkkosivustolla (ks. teknisiä standardeja ja määräyksiä ja tietoyhteiskunnan palveluja koskevia määräyksiä koskevien tietojen toimittamisessa noudatettavasta menettelystä 22.6.1998 annetun Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivin 98/34/EY, sellaisena kuin se on muutettuna teknisiä standardeja ja määräyksiä koskevien tietojen toimittamisessa noudatettavasta menettelystä annetun direktiivin 98/34/EY muuttamisesta annetulla direktiivillä 98/48/EY, 1 artiklan 2 alakohta).
- 22 c) On tarpeen selventää, kuuluuko riidanalainen maininta, jolla mainostetaan mahdollisuutta ”ostaa vaivattomasti laskulla”, direktiivin 2000/31 6 artiklan c alakohdassa tarkoitettua myynninedistämistarjouksen käsitteen alaan.
- 23 aa) Unionin oikeuteen sisältyvän käsitteen, jota ei ole määritelty asiaa koskevassa unionin lainsäädännössä, merkitys ja ulottuvuus on määritettävä sen tavanomaisen merkityksen mukaan, joka sillä on yleiskielessä, ottamalla samalla huomioon asiayhteys, jossa sitä käytetään, ja sen lainsäädännön tavoitteet, jonka osa se on (ks. unionin tuomioistuimen tuomio 3.9.2014, Deckmyn ja Vrijheidsfonds, C-201/13, GRUR 2014, 972 [juris 19 kohta] = WRP 2014, 1181 ja tuomio 7.4.2022, Y GmbH (Vaniljasta saatu oleoharts), C-668/20, ZfZ 2022, 184 [67 kohta]).
- 24 bb) Tunnusmerkin ”myynninedistämistarjous” (englanniksi: ”promotional offers”; ranskaksi: ”offres promotionnelles”) sananmukaisen merkityksen mukaan ”Osta vaivattomasti laskulla” -tarjous, jonka elinkeinonharjoittaja tekee tavaroidensa edistämiseksi, täyttäisi kaikei tämän tunnusmerkin. Jo se seikka, että vastaaja pitää tätä tietoa maininnan arvoisena, osoittaa, että vastaaja odottaa siltä mainonnallista, siis myyntiä edistävää vaikutusta.
- 25 cc) Kyseisen käsitteen asiayhteydestä herää kysymys, rajoitetaanko myynninedistämistarjouksen käsitettä sitä seuraavilla esimerkeillä (”kuten”) ”alennukset, ostohyvitykset ja kylkiäiset” siten, että pelkät maksutavat, kuten mahdollisuus ostaa laskulla, eivät kuulu mainitun säännöksen soveltamisalaan. Sikäli kuin katsotaan, että TMG:n 6 §:n 1 momentin 3 kohta käsittää ainoastaan rahanarvoisia etuja (ks. BeckOK.Informations- und Medienrecht/Pries, 42. painos [1.11.2023], TMG:n 6 §, 7 kohta; BeckOK.IT- Recht/Sesing-Wagenpfeil, 12. painos [1.7.2023], TMG:n 6 §, 31 kohta ja Spindler teoksessa Spindler ja

Schmitz, *TMG*, 2. painos, 6 §, 23 kohta), tämä ei ole esteenä sille, että laskulla ostamista koskevan tarjouksen katsotaan kuuluvan myyninedistämistarjouksen käsitteen piiriin, sikäli kuin – kuten myös käsiteltävässä asiassa – mainostettuun maksutapaan liittyy, kun otetaan huomioon siitä seuraava maksun tosiasiallinen lykkääminen, (joskin vähäinen) rahanarvoinen etu. Jos luovutaan rahanarvoista etua koskevasta edellytyksestä ja pidetään riittävänä myös lupausta erityiskohtelusta (näin Roßnagel ja Schmitt, *Beck'scher Kommentar zum Recht der Telemediendienste*, TMG:n 6 §, 24 kohta), kyseinen tunnusmerkki kuitenkin täyttyy.

- 26 Toisaalta maksutapojen kyseiseen tunnusmerkkiin sisällyttämistä vastaan voisi puhua se, jos – kuten Revision-valitukseen annetussa vastauksessa – myyninedistämisen käsitteen rajaamisessa (laajemmasta) edistämisen käsitteestä (TMG:n 2 §:n 5 kohta / direktiivin 2000/31 2 artiklan f alakohta) korostetaan esimerkinomaisesti lueteltujen myyninedistämistoimien ”toiminnallista luonnetta”.
- 27 dd) Direktiiviin 2000/31 sisältyvän sääntelyn tavoitteena on sen johdanto-osan kymmenennen perustelukappaleen mukaan luoda alue, jolla ei todellakaan ole sisäisiä rajoja sähköiselle kaupankäynnille, ja varmistaa yleisen edun mukaisten tavoitteiden suojelun korkea taso sekä erityisesti kuluttajan suojelu. Saman direktiivin johdanto-osan 29 perustelukappaleen toisen virkkeen mukaan kuluttajien etujen ja liiketoimien rehellisyyden varmistamiseksi on kaupallisessa viestinnässä alennukset, myyninedistämistarjoukset sekä -kilpailut ja -pelit mukaan lukien noudatettava tiettyjä avoimuutta koskevia vaatimuksia.
- 28 Maksutapojen mainonnan sisällyttäminen myyninedistämistarjouksen käsitteeseen lienee kuluttajansuojaa koskevan tavoitteen mukaista. Revision-valituksessa väitetään perustellusti, että laskulla ostamisen mahdollisuuden tarjoaminen edistää myös ostajan turvallisuutta, koska ostaessaan laskulla hänen ei tarvitse ilmoittaa myyjälle arkaluonteisia maksutietoja (luottokortilla maksettaessa on ilmoitettava esimerkiksi luottokortin numero ja turvakoodi, suoraveloituksen yhteydessä pankkiyhteys). Lisäksi laskulla ostettaessa siinä tapauksessa, että sopimus purkautuu, esimerkiksi koska kuluttaja käyttää etämyynnissä kuluttajan oikeuksista annetun direktiivin 2011/83/EU 9 artiklan 1 kohdan mukaista peruutusosoikeutta tai koska tavarassa on puutteita, ostaja välttyy palautuksen vaatimiselta, koska hän ei ole suorittanut etukäteismaksua.
- 29 Myyninedistämistarjouksen käsitteen laajalle tulkinnalle ei ole esteenä se, että direktiivin 2011/83/EU 6 artiklan 1 kohdan g alakohdan mukaan kuluttajalle on toimitettava etäsopimuksen yhteydessä ennen sopimuksen tekemistä maksuihin liittyvät järjestelyt. Direktiivin 2000/31 6 artiklan c alakohdan laaja tulkinta johtaisi tosin siihen, että direktiivin 2011/83 6 artiklan 1 kohdan g alakohdassa säädettyä tiedonantovaatimusta sovelletaan selkeästi aikaisempaan ajankohtana. Direktiivin 2000/31 6 artiklan c alakohdassa säädettyjä tietojen antamista koskevia vaatimuksia sovelletaan kuitenkin kyseisen säännöksen nimenomaisen

sanamuodon mukaan ”muiden yhteisön oikeudessa asetettujen tietojen antamista koskevien vaatimusten lisäksi”.

- 30 ee) Tästä herää kysymys, kuuluuko direktiivin 2000/31 6 artiklan c alakohdassa tarkoitettuun myyninedistämistarjouksen käsitteeseen myös sellaisen maksutavan (tässä: ”Osta vaivattomasti laskulla”) mainostaminen, jonka rahallinen arvo on tosin vähäinen mutta joka edistää kuluttajan turvallisuuteen liittyviä etuja ja oikeussuojaa (tässä: arkaluonteisia maksutietoja ei luovuteta, sopimuksen purkamisen yhteydessä ei vaadita takaisin etukäteissuoritusta).
- 31 4. Ennakkoratkaisukysymyksellä on merkitystä asian ratkaisemisen kannalta.
- 32 a) Sikäli kuin riidanalainen maininta muodostaa TMG:n 6 §:n 1 momentin 3 kohdassa tarkoitettua myyninedistämistarjouksen, kanteen mukainen kielloikeus ja oikeus kehoitusmenettelystä aiheutuneiden kulujen korvaamiseen ovat olemassa, koska vastaaja ei ole antanut kantajalle kyseisessä säännöksessä säädettyjä tietoja myyninedistämistarjouksen käytön ehdoista sitä, että mainostettu mahdollisuus ostaa laskulla edellyttää ensin tehtävää luottokelpoisuuden tarkistamista, koskevan tiedon puuttumisen vuoksi.
- 33 b) Esitetty vaatimus ei ole perusteltu harhaanjohtamisen perusteella UWG:n 5 §:n 1 momentin ja 2 momentin 1 kohdan nojalla. Toisen asteen tuomioistuimella on oikeudellista virhettä tekemättä katsonut, ettei vaadittua oikeutta ole.

[– –]

Alemmat

LG Hamburg, tuomio 21.7.2022 – 403
 OLG Hamburg, tuomio 9.1.2023 -15 U 75/22 [OMISSIS]

oikeusasteet:

HKO 37/22 -

[– –]