

**Mål C-330/23**

**Begäran om förhandsavgörande**

**Datum för ingivande:**

25 maj 2023

**Domstol som begär förhandsavgörande:**

Landgericht Düsseldorf (Tyskland)

**Datum för beslutet att begära förhandsavgörande:**

19 maj 2023

**Kärande:**

Verbraucherzentrale Baden-Württemberg e. V.

**Svarande:**

Aldi Süd Dienstleistungs-SE & Co. oHG

---

[Utelämnas]

38 O 182/22

[Utelämnas]

LANDGERICHT DÜSSELDORF

BESLUT

I mål mellan

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

kärande,

[utelämnas]

och

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

svarande,

[utelämnas]

har Landgericht Düsseldorf (åttonde avdelningen för handelsrättsliga mål)  
[utelämnas]

beslutat följande:

Målet förklaras vilande.

Följande frågor som gäller tolkningen av artikel 6a.1 och 6a.2 i Europaparlamentets och rådets direktiv 98/6/EG av den 16 februari 1998 om konsumentskydd i samband med prismärkning av varor som erbjuds konsumenterna (EGT L 80, 1998, s. 27, nedan kallat prisinformationsdirektivet), senast ändrat genom Europaparlamentets och rådets direktiv (EU) 2019/2161 av den 27 november 2019 om ändring av rådets direktiv 93/13/EEG och Europaparlamentets och rådets direktiv 98/6/EG, 2005/29/EG och 2011/83/EU vad gäller bättre upprätthållande och modernisering av unionens konsumentskyddsregler (det så kallade omnibusdirektivet, EUT L 328, 2019, s. 7), hänskjuts till Europeiska unionens domstol för förhandsavgörande:

1. Ska artikel 6a.1 och 6a.2 i prisinformationsdirektivet tolkas så, att ett procenttal som nämns i ett tillkännagivande om prissänkning uteslutande får baseras på det tidigare priset i den mening som avses i artikel 6a.2 i prisinformationsdirektivet?
2. Ska artikel 6a.1 och 6a.2 i prisinformationsdirektivet tolkas så, att reklamslag som är avsedda att framhäva ett erbjudandes låga pris (som till exempel när priset benämns ”pris-highlight”) ska vara baserade på det tidigare priset i den mening som avses i artikel 6a.2 i prisinformationsdirektivet när de används i ett tillkännagivande om prissänkning?

### Grunder

#### A. Saken och faktiska omständigheter i målet vid den nationella domstolen

Verbraucherzentrale Baden-Württemberg, som förts upp på förteckningen över godkända inrättningar enligt 4 § Gesetz über Unterlassungsklagen bei Verbraucherrechts- und anderen Verstößen (lag om förbuds föreläggande vid åsidosättanden av konsumenträtten och andra överträdelser), väcker talan mot ALDI SÜD Dienstleistungs-SE & Co. oHG på grund av ett reklamslag som enligt kändans uppfattning påverkar konsumenternas intressen negativt. Svaranden ingår i ALDI SÜD-företagsgruppen. Bolaget är ansvarigt för företagsgruppens externa reklam och framställer veckovisa broschyrer som utges i pappersform och som tillhandahålls online. I broschyrerna presenteras bland annat erbjudanden från utbudet i företagsgruppens filialer.

Den broschyr som gällde för kalendervecka 42 (17–22 oktober 2022) presenterade på en [utelämnas] sida under rubriken ”VÅRA 6 FÄRSKHETSEXPLSIONER PRISSÄNKTA FÖR DIG” sex livsmedel som vart och ett hade tilldelats en vit rektangel med rundade hörn (prisbricka). På prisbrickorna fanns två prisangivelser, nämligen en större i mitten med en asterisk och en mindre i det högre nedre hörnet som var överstruken. Över dessa prisbrickor hade satts svart-röd-guldrandiga banderoller. I fråga om ”Rainforest Alliance-ananas” var banderollen försedd med texten ”pris-highlight” och i fråga om de andra livsmedlen med en uppgift om en procentuell nedsättning. Under varje prisbricka fanns följande text: ”Senaste försäljningspris. Lägsta pris under föregående 30-dagarsperiod: [...]”. För exempelvis ananas löd prisangivelserna i prisbrickan ”1,49\*” och „1,69“ samt ”1,39” i slutet på upplysningstexten under prisbrickan. I fråga om ”Fairtrade ekologiska bananer, i lösvikt” löd procentangivelsen ”-23%” och de tre prisangivelserna löd ”1,29\*”, „1,69“ och ”1,29”. För helhetsbilden av broschyrsidan hänvisas till bild 1 som finns i anslutning till grunderna och som motsvarar en förminskad bild av bilaga K 2, dock utan de av käranden gjorda markeringarna. För att ta del av detaljerna i presentationen av de två kritiserade erbjudandena hänvisas till bild 1 och 2. Asterismärkningen har på en senare sida i broschyren förklarats på följande sätt: ”Vänligen observera att dessa artiklar är tillgängliga endast i begränsad mängd, varför det kan förekomma att de vid vissa tidpunkter under kampanjen är slutsålda. Alla artiklar säljs utan dekoration. Några artiklar med serveringsförslag.”

Priset för ekologiska Fairtrade-bananer i lösvikt som tas ut i de butiker som tillhör svarandebolagets företagsgrupp uppgick konstant, i vart fall sedan mitten av september månad, till 1,69 euro per kg med undantag för veckan den 19–24 september, under vilken priset hade sänkts till 1,29 euro per kilo. För Rainforest Alliance-ananasen togs under de fem veckorna innan erbjudandet började gälla (kalendervecka 37–42) ut ett styckpris mellan 1,30 euro och 1,79 euro. Priset under veckan innan erbjudandet började gälla uppgick till 1,69 euro.

Käranden anser att reklamslaget avseende bananerna och ananasen är otillbörligt. Käranden skickade genom advokat en formell underrättelse till svaranden och krävde – utan framgång – återbetalning av de därigenom uppkomna kostnaderna om 243,51 euro.

Vid den muntliga förhandlingen klargjorde käranden att ansökan I, vilken käranden avsåg att ge in, endast var hänförlig till marknadsföringen av bananerna och kompletterade med uppgift om deras exakta benämning. Käranden yrkar nu

- I. att svaranden vid äventyr av vite ska förpliktas att vid försäljningen av livsmedel till konsumenter upphöra att marknadsföra och/eller låta marknadsföra livsmedlen med hjälp av prissänkningar i form av en procentuell nedsättning så som skett i bilaga K2 (bananer [utelämnas]), om denna nedsättning, uttryckt i ett procenttal, inte baseras på det lägsta pris som svaranden har tagit ut under den senaste 30-dagarsperioden före prissänkningen,

- II. att svaranden vid äventyr av vite ska förpliktas att vid försäljning av livsmedel till konsumenter upphöra att marknadsföra och/eller låta marknadsföra livsmedlen med hjälp av en prissänkning som benämns ”pris-highlight”, vilken jämförs med en uppgift om ett tidigare pris, så som skett enligt bilaga K2 (ananas [utelämnas]), om det som ”pris-highlight” betecknade priset är högre än det pris som svaranden har tagit ut under den senaste 30-dagarsperioden före prissänkningen,
- III. att svaranden därutöver ska förpliktas att till käranden betala 243,51 euro jämte ränta om 5 procentenheter över basräntan (1 december 2022) räknad från den dag då målet anhängiggjorts.

Svaranden yrkar att talan ska ogillas.

Svaranden hävdar att en konkurrent också erbjöd ananas (emellertid utan Rainforest Alliance-certifiering) för 1,49 euro under kalendervecka 42. Alla övriga konkurrenter skulle ha tagit ut högre priser.

## B. Nationell rätt

### I. Nationella bestämmelser

1. Preisangabenverordnung (förordning om angivande av priser, nedan kallad PAngV) av den 12 november 2021

#### **”1 § Tillämpningsområde, princip**

1) I denna förordning regleras hur priser av varor eller tjänster som näringsidkare erbjuder konsumenterna ska anges.

...

#### **3 § Skyldighet att ange totalpriset**

1) Den som i egenskap av näringsidkare erbjuder konsumenterna varor eller tjänster eller den som i egenskap av försäljare gör reklam med prisangivelser, vilka riktar sig till konsumenterna, ska ange totalpriset.

...

#### **§ 11 Ytterligare skyldighet att ange priser vid prissänkningar av varor**

1) Den som är skyldig att ange ett totalpris ska i konsumentförhållanden vid varje tillkännagivande av en varus prissänkning ange det lägsta totalpriset som tillämpades gentemot konsumenterna under den senaste 30-dagarsperioden innan prissänkningen började gälla.

...”

2. Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (lagen om förbud mot otillbörlig konkurrens, nedan kallad UWG)

### ”1 § Lagens syfte, tillämpningsområde

...

2) Bestämmelser som reglerar specifika aspekter av otillbörliga affärsmetoder har företräde framför bestämmelserna i denna lag vid bedömningen av om en otillbörlig affärsmetod föreligger.

...

### 2 § Definitioner

1) I denna lag avses med

1. *affärsbeslut*: varje beslut som fattas av en konsument eller annan marknadsaktör om huruvida, hur eller under vilka förutsättningar han eller hon vill ingå en affärstransaktion, göra en betalning, behålla eller överlåta en vara eller en tjänst eller utöva en avtalsenlig rättighet som har en koppling till en vara eller en tjänst, oavsett om det är konsumenten eller någon annan aktör på marknaden som beslutar att handla,

2. *affärsmetod*: åtgärder som en person vidtar i den egna eller för någon annans näringsverksamhet, före, i samband med eller efter det att avtal slutits, vilka direkt och objektivt sett syftar till att gynna försäljningen eller öka inkomsterna från varor eller tjänster alternativt har en koppling till slutandet eller genomförandet av ett avtal rörande varor och tjänster. Till varor räknas även fast egendom och digitalt innehåll. Till tjänster räknas även rättigheter och skyldigheter.

...

### 3 § Förbud mot otillbörliga affärsmetoder

1) Lagstridiga affärsmetoder ska vara förbjudna.

...

### § 5 Vilseledande affärsmetoder

1) Den som använder sig av en vilseledande affärsmetod som är ägnad att påverka en konsument eller en annan marknadsaktör att fatta ett affärsmässigt beslut som den under andra omständigheter inte hade fattat ska anses ha handlat otillbörligt.

2) En affärsmetod är vilseledande när den innefattar oriktiga påståenden eller andra påståenden ägnade att vara missvisande rörande följande faktorer:

...

2. skälet till försäljningen såsom förekomsten av en särskild priset fördel, priset eller det sätt på vilket det beräknas eller de villkor under vilka en vara levereras eller en tjänst tillhandahålls,

...

### **§ 5a Vilseledande genom underlåtenhet**

1) Även den som vilseleder en konsument eller en annan marknadsaktör genom att undanhålla vederbörande väsentlig information ska anses ha handlat otillbörligt.

1. som konsumenten eller annan marknadsaktör, allt efter omständigheterna, behöver för att fatta ett välgrundat affärsbeslut, och

2. som, på grund av att den undanhållits, kan medföra att konsumenten eller annan marknadsaktör fattar ett affärsbeslut som vederbörande i annat fall inte skulle ha fattat.

2) Med undanhållande avses även

1. hemlighållande av väsentlig information,

2. tillhandahållande av väsentlig information på ett oklart, obegripligt eller tvetydigt sätt, samt

3. underlåtenhet att lämna väsentlig information i rätt tid.

3) Vid bedömningen av om väsentlig information har undanhållits ska hänsyn tas till:

1. Rumsliga eller tidsmässiga begränsningar som följer av det kommunikationsmedium som valts för affärsmetoden och

2. alla åtgärder som näringsidkaren vidtar för att göra informationen tillgänglig för konsumenten eller annan marknadsaktör på annat sätt än genom det kommunikationsmedium som valts för affärsverksamheten.

...

### **§ 5b Väsentlig information**

...

4) Som väsentlig information i den mening som avses i 5a § första punkten räknas också sådan information som inte får undanhållas konsumenten på grund av unionsrättsliga förordningar eller av lagstiftning avseende införlivande av unionsrättsliga direktiv om kommersiell kommunikation inklusive reklam och marknadsföring.

...

## § 8 Föreläggande om upphörande och förbud

1) Den som använder affärsmetoder som är förbjudna enligt 3 § eller 7 § kan bli föremål för ett föreläggande om upphörande och, om det föreligger risk för att beteendet upprepas, ett förbuds föreläggande. Rätten att ansöka om förbuds föreläggande uppkommer redan då det finns en risk för att affärsmetoderna i 3 § eller 7 § kommer att användas.

3) Följande organ kan ansöka om de förelägganden som avses i första stycket:

...

3. de godkända inrättningar som förs upp i förteckningen över godkända inrättningar enligt 4 § i lagen om förelägganden, eller de godkända inrättningar från andra medlemsstater i Europeiska unionen som förs upp i Europeiska kommissionens förteckning i enlighet med artikel 4.3 i Europaparlamentets och rådets direktiv 2009/22/EG av den 23 april 2009 om förbuds föreläggande för att skydda konsumenternas intressen (EUT L 110, 1.5.2009, s. 30), senast ändrad genom förordning (EU) 2018/302 (EUT L 601, 2.3.2018, s. 1),

...”

## II. Relevant nationell rättspraxis

1. Såvitt känt har det hitintills inte meddelats några domstolsavgöranden avseende 11 § PAngV, vilken trädde i kraft den 28 maj 2022, som behandlar de här aktuella frågeställningarna.

[skäl] [utelämnas]

2. Frågan om vilka konsekvenser för en näringsidkare som följer av en eventuell överträdelse av 11 § första punkten PAngV kan besvaras på grundval av nationell rättspraxis på så sätt att en affärsmetod som strider mot 11 § första punkten PAngV, kan betraktas som otillbörlig enligt 5a § första–tredje punkterna och 5b § fjärde punkten UWG, så att godkända inrättningar såsom käranden kan vidta åtgärder mot respektive näringsidkare med stöd i UWG.

[skäl] [utelämnas]

## C. Unionsrätt

### I. Tillämpliga unionsrättsliga bestämmelser

#### 1. Direktiv 98/6/EG (prisinformationsdirektivet)

##### **”Artikel 1 [Tillämpningsområde]**

Syftet med detta direktiv är att föreskriva att försäljningspris och jämförpris skall anges på alla varor som konsumenterna erbjuds av näringsidkare, för att förbättra informationen till konsumenterna och underlätta prisjämförelser.

...

##### **Artikel 6a [Tillkännagivande om prissänkning]**

1. Varje tillkännagivande om en prissänkning skall innehålla uppgift om det tidigare pris som näringsidkaren har tillämpat under en fastställd tidsperiod före tillämpningen av prissänkningen.

2. Med tidigare pris avses det lägsta pris som näringsidkaren har tillämpat under en tidsperiod inte understigande 30 dagar före tillämpningen av prissänkningen.

...”

#### 2. Direktiv 2005/29/EG (direktivet om otillbörliga affärsmetoder)

##### **”Artikel 2 Definitioner**

I detta direktiv används följande beteckningar med de betydelser som här anges:

...

d) *affärsmetoder som tillämpas av näringsidkare gentemot konsumenterna*: (nedan även kallade affärsmetoder): en näringsidkares handling, underlåtenhet, beteende, företrädande eller kommersiella meddelande (inklusive reklam och saluföring) i direkt relation till marknadsföring, försäljning eller leverans av en produkt till en konsument.

...

k) *affärsbeslut*: ett beslut som fattas av en konsument om huruvida, hur och under vilka förutsättningar en produkt skall köpas, om hela eller delar av köpesumman skall betalas, om produkten skall behållas eller överlåtas eller om en avtalsenlig rättighet i samband med produkten skall utnyttjas oavsett om konsumenten beslutar att handla eller att avstå från att handla.



...

### **Artikel 3 Tillämpningsområde**

1. Detta direktiv skall tillämpas på otillbörliga affärsmetoder som tillämpas av näringsidkare gentemot konsumenter på det sätt som anges i artikel 5, före, under och efter en affärstransaktion som gäller en produkt.

...

4. Om bestämmelserna i detta direktiv står i strid med andra gemenskapsbestämmelser som reglerar specifika aspekter av otillbörliga affärsmetoder, skall de senare ha företräde och tillämpas på dessa specifika aspekter.

...

### **Artikel 4 Inre marknaden**

Medlemsstaterna får inte begränsa friheten att tillhandahålla tjänster eller den fria rörligheten för varor av anledningar som omfattas av det område som tillnärmas genom detta direktiv.

...

### **Artikel 6 Vilsedande handlingar**

1. En affärsmetod skall anses vara vilsedande om den inbegriper oriktig information och således är falsk eller om den på något sätt, även genom den allmänna utformningen – även om informationen är korrekt i sak – vilsleder eller sannolikt kommer att vilsleda genomsnittskonsumenten i ett eller flera av följande avseenden, samt i endera fallet medför eller sannolikt kommer att medföra att denne fattar ett affärsbeslut som han annars inte skulle ha fattat:

...

d) Priset eller hur priset beräknas, eller förekomsten av särskilda prisfördelar.

...

### **Artikel 7 Vilsedande underlåtenhet**

1. En affärsmetod skall anses vara vilsedande 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.

2. Det skall även anses vara vilseledande underlåtenhet om en näringsidkare, med hänsyn till de omständigheter som beskrivs i punkt 1, döljer sådan väsentlig information som avses i den punkten eller ger sådan information på ett oklart, obegripligt, tvetydigt eller olämpligt sätt, eller inte anger affärsmetodens kommersiella syfte om detta inte redan framgår av sammanhanget och när något av dessa fall innebär, eller sannolikt kommer att innebära, att genomsnittskonsumenten fattar ett affärsbeslut som denne annars inte skulle ha fattat.

3. När det kommunikationsmedium som används för affärsmetoden medför begränsningar av utrymme eller tid, skall dessa begränsningar och de åtgärder som vidtagits av näringsidkaren för att på annat sätt delge konsumenterna informationen tas i beaktande för att avgöra huruvida information har utelämnats.

...

5. 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 – skall betraktas som väsentliga.

...”

## II. Tolkning av unionsrätten

1. Tolkningen av artikel 6a.1 och 6a.2 i prisinformationsdirektivet väcker frågor om räckvidden av den reglering som fastställts där.

Bestämmelsen, liksom prisinformationsdirektivet i sin helhet, syftar enligt artikel 1 samt det första och det andra skälet till att konsumenterna informeras på ett korrekt och klart sätt om de produkter som erbjuds dem. Mer detaljerad information om bestämmelsens syfte kan för tolkningen av artikel 6a.1 och 6a.2 i prisinformationsdirektivet inte utläsas av skälen i de relevanta rättsakterna, vilka enligt artikel 296.2 FEUF är en integrerad del av unionsrätten. Varken skälen i prisinformationsdirektivet eller skälen i direktiv (EU) 2019/2161 (det så kallade omnibus-direktivet, på grundval av vilken artikel 6a tillades i prisinformationsdirektivet) innehåller en motivering för den reglering som fastställts i artikel 6a.1 och 6a.2 i prisinformationsdirektivet. Bestämmelsens historia, så som den framgår av underlaget, ger heller ingen information om bestämmelsens bakgrund ([utelämnas]).

I den ”Vägledning om tolkning och tillämpning av artikel 6a i Europaparlamentets och rådets direktiv 98/6/EG om konsumentskydd i samband med prismärkning av

varor som erbjuds konsumenterna” som publicerats den 29 december 2021, kommissionens tillkännagivande 2021/C-526/02, har kommissionen förklarat hur bestämmelsen enligt kommissionens inte bindande uppfattning (jämför kommissionen, a.a. s. 131 längst ner, se även EU-domstolens dom av den 13 december 2012 – C-226/11, Expedia Inc./Autorité de la concurrence med flera [punkterna 24 ff.]) ska tillämpas. Där anges (jfr kommissionen, a.a. s. 135 i mitten):

”Prissänkningen måste därför presenteras med hjälp av det angivna ’tidigare’ priset som referens, dvs. varje angiven procentuell nedsättning ska grundas på det ’tidigare’ pris som fastställts i enlighet med artikel 6a:

- Om prissänkningen till exempel uppges vara 50 % och det lägsta priset under de 30 föregående dagarna var 100 euro, måste säljaren ange 100 euro som det ’tidigare’ pris från vilket avdraget på 50 % beräknas, trots att varans senaste försäljningspris var 160 euro.”

Käranden anser att denna uppfattning är korrekt och anser att den är i linje med det syfte som eftersträvas med artikel 6a.1 och 6a.2 i prisinformationsdirektivet, nämligen att presentera den annonserade prisdelen så transparent som möjligt. Denna aspekt anses även av doktrinen åtminstone vara värd att beakta ([utelämnas]).

Svaranden anser däremot att kommissionens uppfattning är felaktig. Svaranden kan åberopa de ställningstaganden i doktrinen som redan anförts ovan under B.II.1., i vilka påpekas att endast en kompletterande informationskyldighet föreskrivs i bestämmelsen, men att den inte innehåller en anvisning om hur reklamen ska utformas.

Den första tolkningsfrågan syftar till att avgöra denna kontrovers.

Käranden anser vidare att även reklambudskap som presenterar priset av ett erbjudande såsom särskilt prisvärt ska, enligt artikel 6a.2 i prisinformationsdirektivet, baseras på det lägsta pris som tagits ut under den senaste 30-dagarsperioden. Denna tolkning av bestämmelsen härleder käranden från bestämmelsens syfte att förhindra prisfluktuation. Den andra tolkningsfrågan handlar om att få ett svar på denna frågeställning.

2. Å andra sidan förefaller tolkningen av de eventuellt tillämpliga bestämmelserna i direktivet om otillbörliga affärsmetoder vara klarlagd. I detta avseende kan det hänvisas till presentationen av relevant nationell rättspraxis ovan under B.II.2. I den har de unionsrättsliga kraven rörande tillämpningen av direktivet om otillbörliga affärsmetoder i det enskilda fallet redan beaktats, vilket är ett ansvar som ytterst åligger de nationella domstolarna. Även dess samspel med vad som föreskrivs i prisinformationsdirektivet har redan beaktats.

#### D. Förslag till beslut

Enligt den dömande avdelningens uppfattning ska båda tolkningsfrågorna besvaras nekande.

Enligt ordalydelsen i artikel 6a.1 och 6a.2 i prisinformationsdirektivet regleras endast när och under vilka förutsättningar (närmare bestämt enligt artikel 6a.1 i prisinformationsdirektivet vid varje tillkännagivande av en prissänkning) information ska tillhandahållas (närmare bestämt det tidigare pris som fastställts enligt artikel 6a.2 i prisinformationsdirektivet). Å andra sidan framgår det inte vare sig av artikel 6a eller någon annanstans i prisinformationsdirektivet på vilket sätt denna information ska tillhandahållas. Det är vad som skiljer denna reglering från de krav om prisangivelser avseende försäljningspris och jämförelsepris som ställs upp i prisinformationsdirektivet, vilka enligt artikel 4.1 första meningen i prisinformationsdirektivet ska vara ”entydiga, lätta att känna igen och tydligt läsbara”.

Mot denna bakgrund motsvarar kändens uppfattning avseende den första tolkningsfrågan, som kan stödjas på vad som uttalas i kommissionens vägledning om att det tidigare pris som fastställts i enlighet med artikel 6a.2 i prisinformationsdirektivet under alla omständigheter ska användas som referensvärde vid beräkningen av prisdelen, inte den regelkonstruktion som finns i prisinformationsdirektivet, där det, bortsett från ett fåtal undantag, endast fastställs när och vilken information som ska tillhandahållas en konsument. Den dömande avdelningen anser därför att det ligger närmare till hands att besvara frågan om huruvida den i prisinformationsdirektivet föreskrivna informationen tillhandahölls konsumenten på ett korrekt sätt med stöd i artikel 6 och artikel 7 i direktivet om otillbörliga affärsmetoder, som reglerar detta ämnesområde, såtillvida det inte regleras några specifika aspekter i fråga om informationsförmedlingen i prisinformationsdirektivet, vilket dock inte gäller för det område som omfattas av artikel 6a. I och med det kan det inte uteslutas att angivelsen av ett procenttal som inte baseras på det enligt artikel 6a.2 i prisinformationsdirektivet fastställda tidigare priset i ett enskilt fall kan anses vara otillbörlig. Otillbörligheten uppstår emellertid inte redan på grundval av den omständigheten att ett sådant procenttal nämns, utan på grundval av en helhetsbild inkluderande hela utformningen av reklamen som betraktas utifrån de i artikel 6 och artikel 7 i direktivet om otillbörliga affärsmetoder uppställda kraven.

Ovanstående överväganden gäller på motsvarande sätt avseende den andra tolkningsfrågan. Den handlar i ännu högre grad än den första tolkningsfrågan om lagligheten av en användning av sedvanliga reklammetoder i samband med ett tillkännagivande av en prissänkning som ska bedömas enligt de differentierade kraven i direktivet om otillbörliga affärsmetoder eftersom det saknas en specifik reglering av dessa aspekter i prisinformationsdirektivet.

E. Relevans för den nationella rättens bedömning och förklaring av [konsekvenserna som eventuella svar på] tolkningsfrågorna [kommer att ha för avgörandet i målet]

Frågan huruvida talan ska bifallas är beroende av hur tolkningsfrågorna besvaras. Talan kan tas upp till prövning i sak, men är i sin helhet välgrundad endast om tolkningsfrågorna besvaras till kändens fördel, det vill säga jakande.

I. Ansökan ska prövas i sak. [skäl] [utelämnas]

II. Svaret på tolkningsfrågorna är avgörande för huruvida kändens talan kan vinna bifall.

1. Om den första tolkningsfrågan besvaras jakande skulle det innebära att det första yrkandet ska bifallas.

[skäl] [utelämnas]

2. Om den första tolkningsfrågan besvaras nekande skulle det innebära att det första yrkandet ska avslås.

[skäl] [utelämnas]

3. Om den andra tolkningsfrågan besvarades jakande skulle det innebära att det andra yrkandet ska bifallas.

4. Men om den andra tolkningsfrågan besvaras nekande skulle det innebära att det andra yrkandet ska avslås.

[skäl] [utelämnas]

#### F. Lämpligheten av begäran om förhandsavgörande

Det förefaller lämpligt att använda sig av den möjlighet som ges i artikel 267.1 och 267.2 FEUF att vilandeförklara målet redan i första instans och hänskjuta de tolkningsfrågor som är relevanta för att avgöra målet till Europeiska unionens domstol för förhandsavgörande.

[skäl] [utelämnas]

Återgivning av illustrationerna

Bild 1

**Montag, 17.10. bis Samstag, 22.10.**

## UNSERE 6 FRISCHE-KRACHER FÜR DICH REDUZIERT.

### DEUTSCHLANDS BESTER PREIS!



**Bio-Karotten**  
Ernte aus DEUTSCHLAND  
Ursprung: Deutschland, Klasse I, 1-kg-Beutel  
-28%  
**0.99** €  
Letzter Verkaufspreis, niedrigster Preis der letzten 30 Tage: 1.39



**Champignons braun**  
Ursprung: siehe Etikett, Klasse I, 400-g-Schale, kg-Preis 3.73  
-21%  
**1.49** €  
Letzter Verkaufspreis, niedrigster Preis der letzten 30 Tage: 1.75



**Große Früchte**  
Ursprung: Costa Rica, Klasse I, Stück  
-25%  
**3.33** €  
Letzter Verkaufspreis, niedrigster Preis der letzten 30 Tage: 4.44



**NATUR LIEBUNGE Heidelbeeren**  
Ursprung: Peru/Südafrika, Klasse I, 500-g-Packung, kg-Preis 6.66  
-23%  
**1.29** €  
Letzter Verkaufspreis, niedrigster Preis der letzten 30 Tage: 1.69



**Bio-Bananen, los**  
Ursprung: Dominikanische Republik/Ecuador/Peru, kg-Preis  
-23%  
**1.29** €  
Letzter Verkaufspreis, niedrigster Preis der letzten 30 Tage: 1.69



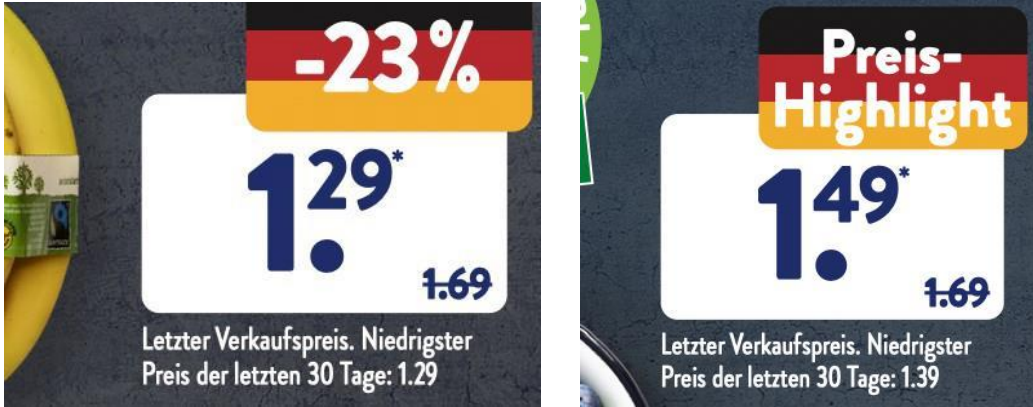
**Bio-Trauben hell & dunkel, kernlos**  
Ursprung: Italien, Klasse II, 400-g-Packung, kg-Preis 4.23  
-15%  
**1.69** €  
Letzter Verkaufspreis, niedrigster Preis der letzten 30 Tage: 1.99

**BIS ZU -28% SPAREN.**

 Mehr auf [aldi-sued.de/frischekracher](https://aldi-sued.de/frischekracher)

Bild 2

Bild 3



[utelämnas]

ARBETSDOKUMENT