



Datum van  
inontvangstneming

:

26/07/2023

**Zaak C-330/23**

**Verzoek om een prejudiciële beslissing**

**Datum van indiening:**

25 mei 2023

**Verwijzende rechter:**

Landgericht Düsseldorf (Duitsland)

**Datum van de verwijzingsbeslissing:**

19 mei 2023

**Verzoekende partij:**

Verbraucherzentrale Baden-Württemberg e. V.

**Verwerende partij:**

Aldi Süd Dienstleistungs-SE & Co. oHG

---

[OMISSIS]

38 O 182/22

[OMISSIS]

LANDGERICHT DÜSSELDORF

BESLISSING

In de zaak

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

verzoekster,

[OMISSIS]

en

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

verweerster,

[OMISSIS]

heeft de 8e kamer voor handelszaken van het Landgericht Düsseldorf (rechter in tweede aanleg Düsseldorf) [OMISSIS]

als volgt beslist:

De behandeling van de zaak wordt geschorst.

Aan het Hof van Justitie van de Europese Unie worden ter uitlegging van artikel 6 bis, leden 1 en 2, van richtlijn 98/6/EG van het Europees Parlement en de Raad van 16 februari 1998 betreffende de bescherming van de consument inzake de prijsaanduiding van aan de consument aangeboden producten (PB 1998, L 80, blz. 27; hierna: „prijsaanduidingsrichtlijn”), zoals laatstelijk gewijzigd bij richtlijn (EU) 2019/2161 van het Europees Parlement en de Raad van 27 november 2019 tot wijziging van richtlijn 93/13/EEG van de Raad en richtlijnen 98/6/EG, 2005/29/EG en 2011/83/EU van het Europees Parlement en de Raad wat betreft betere handhaving en modernisering van de regels voor consumentenbescherming in de Unie (zogenoemde „omnibusrichtlijn”, PB 2019, L 328, blz. 7), de volgende prejudiciële vragen voorgelegd:

1. Moet artikel 6 bis, leden 1 en 2, van de prijsaanduidingsrichtlijn aldus worden uitgelegd dat een in een aankondiging van een prijsvermindering genoemd percentage uitsluitend betrekking kan hebben op de vorige prijs in de zin van artikel 6 bis, lid 2, van de prijsaanduidingsrichtlijn?
2. Moet artikel 6 bis, leden 1 en 2, van de prijsaanduidingsrichtlijn aldus worden uitgelegd dat reclameboodschappen die bedoeld zijn om de lage prijs van een aanbieding te benadrukken (zoals de aanduiding van de prijs als „prijs-highlight”), wanneer zij worden gebruikt in een aankondiging van een prijsvermindering, betrekking moeten hebben op de vorige prijs in de zin van artikel 6 bis, lid 2, van de prijsaanduidingsrichtlijn?

### Motivering

#### A. (Voorwerp en feiten van het hoofdgeding)

Verzoekster is ingeschreven in de lijst van bevoegde instanties overeenkomstig § 4 UKlaG en heeft een zaak aangespannen tegen verweerster wegens reclame die volgens haar de belangen van de consument schaadt. Verweerster maakt deel uit van het concern ALDI SÜD. Zij is verantwoordelijk voor de externe reclameuitingen van dit concern en produceert wekelijks folders die in papieren vorm worden gepubliceerd en online beschikbaar worden gesteld. In de folders worden onder andere aanbiedingen uit het winkelassortiment van het concern gepresenteerd.

In de folder die geldig was voor kalenderweek 42 (van 17 tot en met 22 oktober 2022) werden zes levensmiddelen gepresenteerd op één [OMISSIS] pagina onder de kop „ONZE 6 SUPERAANBIEDINGEN VERSAFDELING VOOR JOU AFGEPRIJSD”, waaraan elk een witte liggende rechthoek met afgeronde hoeken was toegewezen (prijstegel). Op de prijstegels stonden twee prijsaanduidingen, namelijk een grotere met een sterretje in het midden en een kleinere doorgestreept in de rechterbenedenhoek. Over deze prijstegels waren zwart-rood-goude strepen getekend. In het geval van de „Rainforest Alliance ananas” waren deze voorzien van de aanduiding „prijs-highlight” en in het geval van de andere levensmiddelen werd een kortingspercentage aangegeven. Onder elke prijstegel stond de volgende tekst: „Laatste verkoopprijs. Laagste prijs in de afgelopen 30 dagen: [...]”. De prijsaanduidingen voor de ananas waren bijvoorbeeld „1,49\*” en „1,69” in de prijstegel en „1,39” aan het einde van de tekst onder de prijstegel. Voor de „Fairtrade biologische bananen, los” was het percentage „-23 %” en de drie prijsaanduidingen waren „1,29\*”, „1,69” en „1,29”. Voor het totaalbeeld van de folderpagina wordt verwezen naar afbeelding 1 die na de motivering is weergegeven en die overeenkomt met een verkleinde weergave van bijlage K 2 zonder de door verzoekster aangebrachte markeringen. Voor de details van de presentatie van de twee gelaakte aanbiedingen wordt verwezen naar de afbeeldingen 1 en 2. Het sterretje wordt verderop in de folder als volgt toegelicht: „Houd er rekening mee dat deze artikelen slechts in beperkte hoeveelheden beschikbaar zijn en daarom op bepaalde momenten tijdens de actie uitverkocht kunnen zijn. Alle artikelen zonder decoratie. Artikelen deels met serveersuggesties.”

De prijs voor losse Fairtrade biologische bananen in de filialen van het concern van verweerster was in ieder geval sinds medio september onafgebroken € 1,69/kg, met uitzondering van de week van 19 tot en met 24 september, toen de prijs voor de bananen werd verlaagd tot € 1,29/kg. Voor Rainforest Alliance ananassen varieerden de prijzen per stuk van € 1,39 tot € 1,79 gedurende de vijf weken voorafgaand aan het begin van de aanbieding (kalenderweken 37 tot 42). De prijs in de week voordat de aanbieding begon, was € 1,69.

Verzoekster vindt de reclame met betrekking tot de bananen en ananassen oneerlijk, heeft daarom verweerster per brief van een advocaat gewaarschuwd en heeft – beide tevergeefs – vergoeding van een forfaitair bedrag van € 243,51 gevorderd voor de kosten die zij hierdoor heeft moeten maken.

Ter terechtzitting verduidelijkte verzoekster dat haar aangekondigde vordering I uitsluitend betrekking had op de reclame voor de bananen en dat zij deze zal aanvullen met de uitdrukkelijke benoeming ervan. Zij concludeert thans

- I. tot veroordeling van verweerster op straffe van een nader te noemen dwangsom om geen reclame te maken of te laten maken ten opzichte van consumenten voor de verkoop van levensmiddelen met kortingen in de vorm van een percentage, zoals gebeurd is volgens bijlage K2 (bananen [OMISSIS]), indien deze korting, uitgedrukt in een

percentage, geen betrekking heeft op de laagste prijs die verweerster heeft gevraagd in de laatste 30 dagen vóór de prijsverlaging;

- II. tot veroordeling van verweerster op straffe van een nader te noemen dwangsom om geen reclame te maken en/of te laten maken ten opzichte van consumenten voor de verkoop van levensmiddelen met een prijsverlaging als „prijs-highlight”, met vermelding van een eerdere prijs, zoals gebeurd is volgens bijlage K 2 (ananas [OMISSIS]), indien de prijs aangeduid als „prijs-highlight” hoger is dan de prijs die verweerster heeft gevraagd in de laatste 30 dagen vóór de prijsverlaging;
- III. verder tot veroordeling van verweerster om aan verzoekster 6.092,85 EUR vermeerderd met rente ter hoogte van 5 procentpunten boven de toepasselijke basisrente vanaf het moment van aanhangigheid (1 december 2022) te betalen.

Verweerster concludeert

tot afwijzing van de vordering.

Zij voert aan dat in kalenderweek 42 een concurrent eveneens ananassen (maar zonder Rainforest Alliance-certificaat) aanbood voor € 1,49. Alle andere concurrenten zouden hogere prijzen hebben gevraagd.

## B. (Nationaal rechtskader)

### I. Nationale bepalingen

1. Preisangabenverordnung (besluit inzake de prijsaanduiding; hierna: „PAngV”) van 12 november 2021

#### **„§ 1 Toepassingsgebied; beginsel**

(1) Dit besluit regelt de prijsaanduiding van goederen of diensten door ondernemers aan consumenten.

[...]

#### **§ 3 Verplichting tot aanduiding van de totale prijs**

(1) Elke persoon die als ondernemer goederen of diensten aan consumenten aanbiedt of die als aanbieder van goederen of diensten ten opzichte van consumenten reclame maakt met prijsaanduidingen, dient de totale prijzen te vermelden.

[...]

## **§ 11 Aanvullende prijsaanduidingsplicht bij prijsverminderingen voor goederen**

(1) Elke persoon die verplicht is een totale prijs aan te duiden, dient, telkens wanneer hij een prijsvermindering voor een goed aankondigt, aan de consumenten de laagste totale prijs aan te duiden die hij aan consumenten heeft aangeboden binnen de laatste 30 dagen voorafgaand aan de toepassing van de prijsvermindering.

[...]"

2. Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (Duitse wet ter bestrijding van oneerlijke mededinging; hierna: UWG)

### **§ 1 Doel van de wet; toepassingsgebied**

[...]

(2) Voorschriften betreffende bepaalde aspecten van oneerlijke handelspraktijken hebben voorrang boven de regelingen van deze wet bij het bepalen of een oneerlijke handelspraktijk heeft plaatsgevonden.

[...]

### **§ 2 Definities**

(1) In de zin van deze wet wordt verstaan onder:

1. „transactiebesluit”: elk besluit van een consument of andere marktdeelnemer over de vraag of, hoe en onder welke voorwaarden hij een transactie aangaat, een betaling verricht, een goed of dienst behoudt of van de hand doet, of een contractueel recht uitoefent in verband met een goed of dienst, ongeacht of de consument of andere marktdeelnemer besluit te handelen;
2. „handelspraktijk”: elke gedraging van een persoon ten voordele van zijn eigen onderneming of die van een ander vóór, tijdens of na een transactie die rechtstreeks en objectief verband houdt met de bevordering van de verkoop of aankoop van goederen of diensten of met de sluiting of uitvoering van een overeenkomst inzake goederen of diensten; goederen omvatten tevens grond en digitale inhoud, diensten omvatten ook digitale diensten, diensten omvatten tevens rechten en verplichtingen;

[...]

### **§ 3 Verbod op oneerlijke handelspraktijken**

(1) Oneerlijke handelspraktijken zijn verboden.

[...]

## **§ 5 Misleidende handelspraktijken**

(1) Een persoon wordt geacht oneerlijk te handelen, als er sprake is van een misleidende handelspraktijk die de consument of andere marktdeelnemer ertoe kan bewegen een besluit over een transactie te nemen dat hij anders niet had genomen.

(2) Een handelspraktijk is misleidend wanneer deze gepaard gaat met onjuiste informatie of de consument anderszins kan bedriegen ten aanzien van een of meer van de volgende elementen:

[...]

2. de aanleiding van de verkoop, zoals het bestaan van een specifiek prijsvoordeel, de prijs of de wijze waarop deze wordt berekend, of de voorwaarden waaronder de goederen worden geleverd of de dienst wordt verleend;

[...]

### **§ 5a Misleiding door nalaten**

(1) Van oneerlijk handelen is ook sprake wanneer iemand een consument of een andere marktdeelnemer misleidt door hem wezenlijke informatie te onthouden,

1. die de consument of de andere marktdeelnemer al naargelang de omstandigheden nodig heeft om een geïnformeerd besluit over een transactie te nemen, en

2. welke onthouding de consument of de andere marktdeelnemer ertoe kan brengen een besluit over een transactie te nemen dat hij anders niet had genomen.

(2) Onder onthouden wordt ook verstaan

1. het achterhouden van wezenlijke informatie,

2. het op onduidelijke, onbegrijpelijke of dubbelzinnige wijze verstrekken van wezenlijke informatie en

3. het niet tijdig verstrekken van wezenlijke informatie.

(3) Bij de beoordeling of wezenlijke informatie is achtergehouden, moet rekening worden gehouden met:

1. beperkingen qua ruimte of tijd die het voor de handelspraktijk gekozen communicatiemiddel meebrengt, en
2. alle maatregelen van de ondernemer om de informatie aan de consument of de andere marktdeelnemer te verstrekken via andere middelen dan het voor de handelspraktijk gekozen communicatiemiddel.

[...]

### **§ 5b Essentiële informatie**

[...]

(4) Als essentieel in de zin van § 5a, lid 4, wordt ook informatie beschouwd die voor de consument niet mag worden achtergehouden op grond van de regelgeving van de Unie of de wetgeving tot omzetting van de richtlijnen van de Unie met betrekking tot commerciële communicatie, daaronder begrepen reclame en marketing.

[...]

### **§ 8 Beëindiging en verbod**

(1) Tegen eenieder die zich schuldig maakt aan een krachtens § 3 of § 7 ontoelaatbare handelspraktijk, kan een vordering tot beëindiging worden ingesteld en, in geval van gevaar van recidive, een verbodsvordering. Het verbod kan reeds worden gevorderd bij gevaar dat de in § 3 of § 7 bedoelde ontoelaatbare handelspraktijk zich zal voordoen. [...]

(3) De in lid 1 bedoelde vorderingen kunnen worden ingesteld door:

[...]

3. de bevoegde instanties die zijn opgenomen in de lijst van bevoegde instanties overeenkomstig artikel 4 van de Unterlassungsklagengesetz (wet betreffende het doen staken van inbreuken) of de bevoegde instanties uit andere lidstaten van de Europese Unie die zijn opgenomen in de lijst van de Europese Commissie overeenkomstig artikel 4, lid 3, van richtlijn 2009/22/EG van het Europees Parlement en de Raad van 23 april 2009 betreffende het doen staken van inbreuken in het raam van de bescherming van de consumentenbelangen (PB L 110 van 1 mei 2009, blz. 30), laatstelijk gewijzigd bij verordening (EU) 2018/302 (PB L 60I van 2 maart 2018, blz. 1),

[...]

## **II. Relevante nationale rechtspraak**



1. Voor zover bekend zijn er geen rechterlijke uitspraken geweest over § 11 PAngV, dat op 28 mei 2022 in werking is getreden, die betrekking hebben op de hier relevante kwesties.

[wordt gepreciseerd] [OMISSIS]

2. De vraag naar de gevolgen van een mogelijke inbreuk op § 11, lid 1, PAngV door een ondernemer kan worden beantwoord op basis van de nationale rechtspraak in die zin dat een handelspraktijk die in strijd is met § 11, lid 1, PAngV, een oneerlijke handeling kan vormen op grond van § 5a, leden 1 tot en met 3, en § 5b, lid 4, UWG, zodat bevoegde instanties zoals verzoekster actie kunnen ondernemen tegen de betrokken ondernemer op basis van de UWG.

[wordt gepreciseerd] [OMISSIS]

### C. (Wettelijk kader van de Unie)

#### I. Toepasselijke bepalingen van Unierecht

##### 1. Richtlijn 98/6/EG (prijsaanduidingsrichtlijn)

###### **„Artikel 1 [toepassingsgebied]**

Doel van deze richtlijn is te voorzien in de aanduiding van de verkoopprijs en de prijs per meeteenheid van de producten die een verkoper aan de consument aanbiedt, teneinde de voorlichting aan de consument te verbeteren en een prijsvergelijking te vergemakkelijken.

[...]

###### **Artikel 6 bis [aankondiging van een prijsvermindering]**

1. Bij aankondigingen van prijsverminderingen wordt de vorige prijs aangegeven die door de handelaar is toegepast gedurende een bepaalde periode voorafgaand aan de toepassing van de prijsvermindering.

2. Onder de vorige prijs wordt verstaan de laagste prijs die door de handelaar is toegepast tijdens een periode die niet korter is dan 30 dagen voor de toepassing van de prijsvermindering.

[...]”

##### 2. Richtlijn 2005/29/EG (richtlijn oneerlijke handelspraktijken)

###### **„Artikel 2 Definities**

Voor de toepassing van deze richtlijn wordt verstaan onder:

[...]

- d) „handelspraktijken van ondernemingen jegens consumenten” (hierna „de handelspraktijken” genoemd): iedere handeling, omissie, gedraging, voorstelling van zaken of commerciële communicatie, met inbegrip van reclame en marketing, van een handelaar, die rechtstreeks verband houdt met de verkoopbevordering, verkoop of levering van een product aan consumenten;

[...]

- k) „besluit over een transactie”: een door een consument genomen besluit over de vraag of, en, zo ja, hoe en op welke voorwaarden hij een product koopt, geheel of gedeeltelijk betaalt, behoudt of van de hand doet, of een contractueel recht uitoefent in verband met het product, ongeacht of de consument wel of niet tot handelen overgaat;

[...]

### **Artikel 3 Toepassingsgebied**

1. Deze richtlijn is van toepassing op oneerlijke handelspraktijken van ondernemingen jegens consumenten, zoals omschreven in artikel 5, vóór, gedurende en na een commerciële transactie met betrekking tot een product.

[...]

4. In geval van strijdigheid tussen de bepalingen van deze richtlijn en andere communautaire voorschriften betreffende specifieke aspecten van oneerlijke handelspraktijken, prevaleren laatstgenoemde voorschriften en zijn deze van toepassing op deze specifieke aspecten.

[...]

### **Artikel 4 Interne markt**

De lidstaten mogen geen beperkingen opleggen aan het vrij verrichten van diensten of aan het vrije verkeer van goederen om redenen die vallen binnen het bij deze richtlijn geharmoniseerde gebied.

[...]

### **Artikel 6 Misleidende handelingen**

1. Als misleidend wordt beschouwd een handelspraktijk die gepaard gaat met onjuiste informatie en derhalve op onwaarheden berust of, zelfs als de informatie feitelijk correct is, de gemiddelde consument op enigerlei wijze, inclusief door de algemene presentatie, bedriegt of kan bedriegen ten aanzien van een of meer van de volgende elementen, en de gemiddelde consument er zowel in het ene als in het andere geval toe brengt of kan

brengeen een besluit over een transactie te nemen dat hij anders niet had genomen:

[...]

d) de prijs of de wijze waarop de prijs wordt berekend, of het bestaan van een specifiek prijsvoordeel;

[...]

### **Artikel 7 Misleidende omissies**

1. Als misleidende omissie wordt beschouwd een handelspraktijk die in haar feitelijke context, al haar kenmerken en omstandigheden en de beperkingen van het communicatiemedium in aanmerking genomen, essentiële informatie welke de gemiddelde consument, naargelang de context, nodig heeft om een geïnformeerd besluit over een transactie te nemen, weglaat en die de gemiddelde consument er toe brengt of kan brengen een besluit over een transactie te nemen dat hij anders niet had genomen.

2. Als misleidende omissie wordt voorts beschouwd een handelspraktijk die essentiële informatie als bedoeld in lid 1, rekening houdend met de in dat lid geschetste details, verborgen houdt, op onduidelijke, onbegrijpelijke, dubbelzinnige wijze dan wel laattijdig verstrekt, of het commerciële oogmerk, indien dit niet reeds duidelijk uit de context blijkt, niet laat blijken, en de gemiddelde consument er zowel in het ene als in het andere geval toe brengt of kan brengen een besluit over een transactie te nemen dat hij anders niet had genomen.

3. Indien het voor de handelspraktijk gebruikte medium beperkingen qua ruimte of tijd meebrengt, wordt bij de beoordeling of er informatie werd weggelaten met deze beperkingen rekening gehouden, alsook met maatregelen die de handelaar genomen heeft om de informatie langs andere wegen ter beschikking van de consument te stellen.

[...]

5. Overeenkomstig de communautaire wetgeving vereiste informatie met betrekking tot commerciële communicatie, inclusief reclame en marketing, wordt als essentieel beschouwd (een niet-limitatieve lijst staat in bijlage II).

[...]

## **II. Uitlegging van het Unierecht**

1. De uitlegging van artikel 6 bis, leden 1 en 2, van de prijsaanduidingsrichtlijn doet vragen rijzen over de reikwijdte van de daarin opgenomen regeling.

De bepaling is, net als de prijsaanduidingsrichtlijn in zijn geheel, bedoeld om consumenten precieze en doorzichtige informatie te verschaffen over de producten die hen worden aangeboden, volgens artikel 1 en de overwegingen 1 en 2 van de richtlijn. De overwegingen van de relevante rechtshandelingen, die overeenkomstig artikel 296, lid 2, VWEU deel uitmaken van het Unierecht, bevatten geen nadere informatie over het doel ervan voor de uitlegging van artikel 6 bis, leden 1 en 2, van de prijsaanduidingsrichtlijn. Noch de overwegingen van de prijsaanduidingsrichtlijn, noch de overwegingen van richtlijn (EU) 2019/2161 (de zogenoemde omnibusrichtlijn waarbij artikel 6 bis in de prijsaanduidingsrichtlijn werd ingevoegd) bevatten een motivering van de bepaling in artikel 6 bis, leden 1 en 2, van de prijsaanduidingsrichtlijn. De ontstaansgeschiedenis van de norm, zoals die uit de documentatie kan worden afgeleid, geeft ook geen informatie over de achtergrond van de norm ([OMISSIS]).

In de „Richtsnoeren met betrekking tot de uitlegging en toepassing van artikel 6 bis van richtlijn 98/6/EG van het Europees Parlement en de Raad betreffende de bescherming van de consument inzake de prijsaanduiding van aan de consument aangeboden producten”, gepubliceerd op 29 december 2021, mededeling 2021/C 526/02 van de Commissie, heeft de Commissie uiteengezet hoe de bepaling naar haar – niet-bindende (zie Commissie, loc. cit. blz. 131 aan het einde; zie ook arrest van het Hof van Justitie van 13 december 2012, C-226/11, Expedia Inc./Autorité de la concurrence e.a. [punt 24 e.v.]) – opvatting moet worden toegepast. Daarin staat (zie Commissie, loc. cit. blz. 135 midden):

„Bijgevolg moet de prijsvermindering worden gepresenteerd met de aangegeven ‚vorige’ prijs als referentie, d.w.z. elk aangegeven kortingspercentage moet gebaseerd zijn op de ‚vorige’ prijs zoals vastgesteld overeenkomstig artikel 6 bis:

- wanneer de aankondiging van de prijsvermindering bijvoorbeeld ‚50 % korting’ is en de laagste prijs in de dertig voorafgaande dagen 100 EUR was, zal de verkoper 100 EUR moeten presenteren als de ‚vorige’ prijs op basis waarvan de 50 % korting wordt berekend, ondanks het feit dat de laatste verkoopprijs van het goed 160 EUR was.”

Verzoekster is van mening dat dit standpunt juist is en dat het in overeenstemming is met het doel van artikel 6 bis, leden 1 en 2, van de prijsaanduidingsrichtlijn om het geadverteerde prijsvoordeel zo transparant mogelijk weer te geven. Dit aspect wordt ook in de literatuur op zijn minst het overwogen waard geacht ([OMISSIS]).

Verweerster is daarentegen van mening dat het standpunt van de Commissie onjuist is. Zij kan zich beroepen op de reeds onder B II 1 aangehaalde opmerkingen uit de literatuur, die erop wijzen dat de bepaling slechts een aanvullende informatieplicht vaststelt, maar geen enkele eis bevat voor de vormgeving van reclame ([OMISSIS]).

De eerste prejudiciële vraag is bedoeld om deze controverse op te lossen.

Verzoekster meent voorts dat reclame-uitingen waarin de aanbiedingsprijs als bijzonder prijswaardig wordt voorgesteld, ook moeten verwijzen naar de laagste prijs van de laatste 30 dagen, vastgesteld overeenkomstig artikel 6 bis, lid 2, van de prijsaanduidingsrichtlijn, en zij ontleent deze opvatting van de norm aan het doel van de regeling om een zogenoemde „Preisschaukelei” (bewust verhogen en verlagen van prijzen om het prijsoordeel van consumenten te beïnvloeden) te voorkomen. Het antwoord op deze vraag is het voorwerp van de tweede prejudiciële vraag.

2. Daarentegen lijkt de uitlegging van de mogelijk toepasselijke bepalingen van de richtlijn oneerlijke handelspraktijken duidelijk te zijn. In dit verband kan worden verwezen naar de uiteenzetting van de relevante nationale rechtspraak hierboven onder B II 2, waarin al rekening wordt gehouden met de voorschriften van het Unierecht inzake de toepassing van de richtlijn oneerlijke handelspraktijken – die uiteindelijk aan de nationale rechterlijke instanties toekomt – in individuele gevallen en inzake de wisselwerking ervan met de voorschriften van de prijsaanduidingsrichtlijn.

#### D. (Voorstel voor een beslissing)

Naar het oordeel van de verwijzende rechter moeten beide vragen ontkennend worden beantwoord.

Volgens de bewoordingen regelt artikel 6 bis, leden 1 en 2, van de prijsaanduidingsrichtlijn alleen wanneer en onder welke voorwaarden (namelijk, volgens artikel 6 bis, lid 1, van de prijsaanduidingsrichtlijn, telkens wanneer een prijsvermindering wordt aangekondigd) welke informatie moet worden verstrekt (namelijk de vorige prijs, vastgesteld zoals bepaald in artikel 6 bis, lid 2, van de prijsaanduidingsrichtlijn). Hoe deze informatie moet worden verstrekt, wordt echter noch in artikel 6 bis, noch elders in de prijsaanduidingsrichtlijn vastgelegd. Dit onderscheidt de regeling van de voorschriften in de prijsaanduidingsrichtlijn voor de aanduiding van de verkoopprijs en de prijs per meeteenheid, die volgens artikel 4, lid 1, eerste volzin, van de prijsaanduidingsrichtlijn „ondubbelzinnig, gemakkelijk herkenbaar en goed leesbaar” moeten zijn.

Tegen deze achtergrond beantwoordt verzoeksters standpunt met betrekking tot de eerste prejudiciële vraag, waarvoor zij zich op de Commissie kan beroepen en dat in de richtsnoeren van de Commissie tot uitdrukking komt in die zin dat de overeenkomstig artikel 6 bis, lid 2, van de prijsaanduidingsrichtlijn vastgestelde vorige prijs in alle omstandigheden als referentiewaarde voor de berekening van het prijsvoordeel moet worden gebruikt, niet aan het regelgevende concept van de prijsaanduidingsrichtlijn, dat, enkele uitzonderingen daargelaten, beperkt is tot de vaststelling welke informatie wanneer aan de consument moet worden verstrekt. Het lijkt de verwijzende rechter daarom meer aangewezen om de vraag of de door de prijsaanduidingsrichtlijn vereiste informatie naar behoren aan de consument is

verstrekt, te beantwoorden op basis van de artikelen 6 en 7 van de richtlijn oneerlijke handelspraktijken, die dit onderwerp regelen, tenzij specifieke aspecten van de informatieverstrekking worden geregeld in de prijsaanduidingsrichtlijn, die echter niet van toepassing is op het gebied waarop artikel 6 bis van de prijsaanduidingsrichtlijn betrekking heeft. Dit sluit niet uit dat in individuele gevallen de aanduiding van een percentage dat geen verband houdt met de vorige prijs, bepaald in overeenstemming met artikel 6 bis, lid 2, van de prijsaanduidingsrichtlijn, oneerlijk is. De oneerlijkheid zou echter niet reeds voortvloeien uit het enkele feit van de vermelding van een dergelijk percentage, maar uit een beoordeling van de gehele opzet van de reclame op basis van de vereisten die voortvloeien uit de artikelen 6 en 7 van de richtlijn oneerlijke handelspraktijken.

Bovenstaande overwegingen zijn mutatis mutandis van toepassing op de tweede prejudiciële vraag. In nog sterkere mate dan de eerste prejudiciële vraag gaat het daarbij om de toelaatbaarheid van het gebruik van wijdverbreide reclametechnieken ter gelegenheid van de aankondiging van een prijsvermindering, die bij gebreke van een specifieke regeling van deze aspecten in de prijsaanduidingsrichtlijn doelmatig moet worden beoordeeld op basis van de gedifferentieerde voorschriften van de richtlijn oneerlijke handelspraktijken.

E. (Relevantie voor de beslissing en toelichting op de [gevolgen van de mogelijke antwoorden op de] prejudiciële vragen [voor de beslissing in de zaak])

Of het beroep slaagt, hangt af van het antwoord op de prejudiciële vragen. Het beroep is ontvankelijk, maar slechts in zijn geheel gegrond indien de prejudiciële vragen in het voordeel van verzoekster – en dus bevestigend – moeten worden beantwoord.

I. Het beroep is ontvankelijk. [wordt gepreciseerd] [OMISSIS]

II. De gegrondheid van de vorderingen hangt af van het antwoord op de prejudiciële vragen.

1. Als het antwoord op de eerste prejudiciële vraag bevestigend is, zou vordering I gegrond zijn.

[wordt gepreciseerd] [OMISSIS]

2. Als het antwoord op de eerste prejudiciële vraag ontkennend is, zou vordering I niet gegrond zijn.

[wordt gepreciseerd] [OMISSIS]

3. Vordering II zou gegrond zijn indien de tweede prejudiciële vraag bevestigend zou moeten worden beantwoord. [wordt gepreciseerd] [OMISSIS]

4. Mocht het antwoord op de tweede prejudiciële vraag echter ontkennend zijn, zou vordering II niet gegrond zijn.

[wordt gepreciseerd] [OMISSIS]

F. (Nut van de prejudiciële verwijzing)

Het lijkt passend gebruik te maken van de mogelijkheid van artikel 267, leden 1 en 2, VWEU om de behandeling van de zaak reeds in eerste aanleg te schorsen en het Hof van Justitie van de Europese Unie om een prejudiciële beslissing te verzoeken over de relevante vragen.

[wordt gepreciseerd] [OMISSIS]

Weergave van de afbeeldingen

Afbeelding 1

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

## UNSERE 6 FRISCHE-KRACHER FÜR DICH REDUZIERT.

### DEUTSCHLANDS BESTER PREIS!



**Bio-Karotten**  
 Ernte aus DEUTSCHLAND  
 Verpackung recycelbar  
**-28%**  
**0.99** €  
Letzter Verkaufspreis, Höchster Preis der letzten 90 Tage: 1.39



**Champignons braun**  
 Ursprung: siehe Etikett, Klasse I, 400-g-Schale, kg-Preis 3.73  
**-21%**  
**1.49** €  
Letzter Verkaufspreis, Höchster Preis der letzten 90 Tage: 1.75



**Große Früchte**  
 Rain forest Alliance Ananas  
 Ursprung: Costa Rica, Klasse I, Stück  
**Preis-Highlight**  
**1.49** €  
Letzter Verkaufspreis, Höchster Preis der letzten 90 Tage: 1.99



**NATUR LIEBUNGE Heidelbeeren**  
 Ursprung: Peru/Südafrika, Klasse I, 500-g-Packung, kg-Preis 6.66  
**-25%**  
**3.33** €  
Letzter Verkaufspreis, Höchster Preis der letzten 90 Tage: 4.44



**GUT bio**  
 Fairtrade Bio-Bananen, los  
 Ursprung: Dominikanische Republik/Ecuador/Peru, kg-Preis  
**-23%**  
**1.29** €  
Letzter Verkaufspreis, Höchster Preis der letzten 90 Tage: 1.69



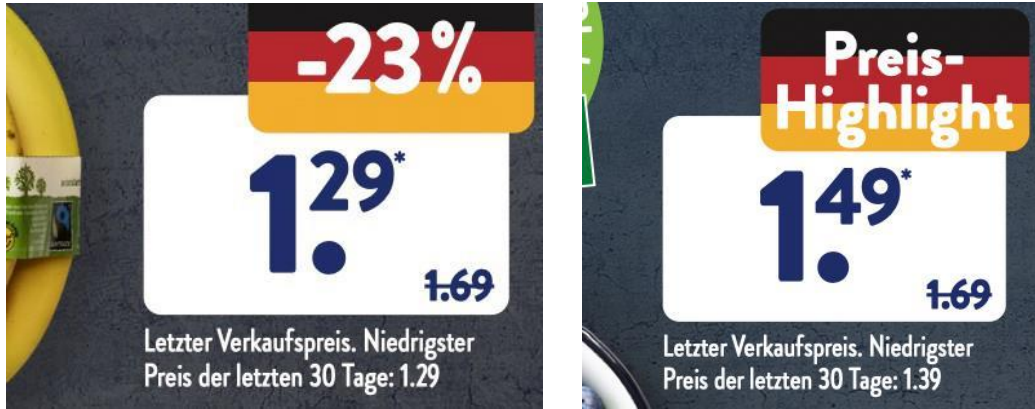
**Bio-Trauben hell & dunkel, kernlos**  
 Ursprung: Italien, Klasse II, 400-g-Packung, kg-Preis 4.23  
**-15%**  
**1.69** €  
Letzter Verkaufspreis, Höchster Preis der letzten 90 Tage: 1.99

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

Afbeelding 2

Afbeelding 3





[OMISSIS]