BESCHLUSS DES GERICHTSHOFS (Erste Kammer)

30. Juni 2011 *

In der Rechtssache C-288/10

betreffend ein Vorabentscheidungsersuchen nach Art. 267 AEUV, eingereicht von der Rechtbank van Koophandel te Dendermonde (Belgien) mit Entscheidung vom 2. Juni 2010, beim Gerichtshof eingegangen am 10. Juni 2010, in dem Verfahren

Wamo BVBA

gegen

JBC NV,

Modemakers Fashion NV

erlässt

* Verfahrenssprache: Niederländisch.

DER GERICHTSHOF (Erste Kammer)

unter Mitwirkung des Kammerpräsidenten A. Tizzano (Berichterstatter) sowie der Richter J.-J. Kasel, A. Borg Barthet, E. Levits und M. Safjan,

Generalanwältin: V. Trstenjak,
Kanzler: A. Calot Escobar,

gemäß Art. 104 § 3 Abs. 1 der Verfahrensordnung, wonach der Gerichtshof durch mit Gründen versehenen Beschluss entscheiden kann,

nach Anhörung der Generalanwältin

folgenden

Beschluss

1 Das Vorabentscheidungsersuchen betrifft die Auslegung der Richtlinie 2005/29/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 11. Mai 2005 über unlautere Geschäftspraktiken von Unternehmen gegenüber Verbrauchern im Binnenmarkt und zur Änderung der Richtlinie 84/450/EWG des Rates, der Richtlinien 97/7/EG, 98/27/EG und 2002/65/EG des Europäischen Parlaments und des Rates sowie der Verordnung (EG) Nr. 2006/2004 des Europäischen Parlaments und des Rates (Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken) (ABl. L 149, S. 22, im Folgenden: Richtlinie).

2 Dieses Ersuchen ergeht im Rahmen eines Rechtsstreits zwischen der Wamo BVBA (im Folgenden: Wamo), die die Bekleidungskette ZEB betreibt, und der JBC NV sowie der Modemakers Fashion NV, zwei Unternehmen, die konkurrierende Geschäfte betreiben, wegen Ankündigungen von Preisermäßigungen, die Wamo an ihre Kunden versandt hatte.

Rechtlicher Rahmen

Unionsrecht

3 Die Erwägungsgründe 6, 8 und 17 der Richtlinie lauten wie folgt:

„(6) Die vorliegende Richtlinie gleicht … die Rechtsvorschriften der Mitgliedstaaten über unlautere Geschäftspraktiken einschließlich der unlauteren Werbung an, die die wirtschaftlichen Interessen der Verbraucher unmittelbar und dadurch die wirtschaftlichen Interessen rechtmäßig handelnder Mitbewerber mittelbar schädigen. … Sie erfasst und berührt nicht die nationalen Rechtsvorschriften in Bezug auf unlautere Geschäftspraktiken, die lediglich die wirtschaftlichen Interessen von Mitbewerbern schädigen oder sich auf ein Rechtsgeschäft zwischen Gewerbetreibenden beziehen; die Mitgliedstaaten können solche Praktiken, falls sie es wünschen, unter uneingeschränkter Wahrung des Subsidiaritätsprinzips im Einklang mit dem Gemeinschaftsrecht weiterhin regeln. …

…

(8) Diese Richtlinie schützt unmittelbar die wirtschaftlichen Interessen der Verbraucher vor unlauteren Geschäftspraktiken von Unternehmen gegenüber Verbrauchern. …

…

(17) Es ist wünschenswert, dass diejenigen Geschäftspraktiken, die unter allen Umständen unlauter sind, identifiziert werden, um größere Rechtssicherheit zu schaffen. Anhang I enthält daher eine umfassende Liste solcher Praktiken. Hierbei handelt es sich um die einzigen Geschäftspraktiken, die ohne eine Beurteilung des Einzelfalls anhand der Bestimmungen der Artikel 5 bis 9 als unlauter gelten können. Die Liste kann nur durch eine Änderung dieser Richtlinie abgeändert werden."

4 Art. 1 der Richtlinie bestimmt:

„Zweck dieser Richtlinie ist es, durch Angleichung der Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über unlautere Geschäftspraktiken, die die wirtschaftlichen Interessen der Verbraucher beeinträchtigen, zu einem reibungslosen Funktionieren des Binnenmarkts und zum Erreichen eines hohen Verbraucherschutzniveaus beizutragen."

5 Art. 2 der Richtlinie bestimmt:

„Im Sinne dieser Richtlinie bezeichnet der Ausdruck

…

d) ‚Geschäftspraktiken von Unternehmen gegenüber Verbrauchern' (nachstehend auch ‚Geschäftspraktiken' genannt) jede Handlung, Unterlassung, Verhaltensweise oder Erklärung, kommerzielle Mitteilung einschließlich Werbung und Marketing eines Gewerbetreibenden, die unmittelbar mit der Absatzförderung, dem Verkauf oder der Lieferung eines Produkts an Verbraucher zusammenhängt;

…"

6 Art. 3 Abs. 1 der Richtlinie bestimmt:

„Diese Richtlinie gilt für unlautere Geschäftspraktiken im Sinne des Artikels 5 von Unternehmen gegenüber Verbrauchern vor, während und nach Abschluss eines auf ein Produkt bezogenen Handelsgeschäfts."

7 Art. 4 der Richtlinie lautet:

„Die Mitgliedstaaten dürfen den freien Dienstleistungsverkehr und den freien Warenverkehr nicht aus Gründen, die mit dem durch diese Richtlinie angeglichenen Bereich zusammenhängen, einschränken."

8 Art. 5 der Richtlinie („Verbot unlauterer Geschäftspraktiken") bestimmt Folgendes:

„(1) Unlautere Geschäftspraktiken sind verboten.

(2) Eine Geschäftspraxis ist unlauter, wenn

a) sie den Erfordernissen der beruflichen Sorgfaltspflicht widerspricht

und

b) sie in Bezug auf das jeweilige Produkt das wirtschaftliche Verhalten des Durchschnittsverbrauchers, den sie erreicht oder an den sie sich richtet oder des durchschnittlichen Mitglieds einer Gruppe von Verbrauchern, wenn sich eine Geschäftspraxis an eine bestimmte Gruppe von Verbrauchern wendet, wesentlich beeinflusst oder dazu geeignet ist, es wesentlich zu beeinflussen.

…

(4) Unlautere Geschäftspraktiken sind insbesondere solche, die

a) irreführend im Sinne der Artikel 6 und 7

oder

b) aggressiv im Sinne der Artikel 8 und 9 sind.

(5) Anhang I enthält eine Liste jener Geschäftspraktiken, die unter allen Umständen als unlauter anzusehen sind. Diese Liste gilt einheitlich in allen Mitgliedstaaten und kann nur durch eine Änderung dieser Richtlinie abgeändert werden."

Nationales Recht

9 Art. 49 des Gesetzes vom 14. Juli 1991 über die Handelspraktiken sowie die Aufklärung und den Schutz der Verbraucher (Wet betreffende de handelspraktijken en de voorlichting en bescherming van de consument, *Belgisch Staatsblad* vom 29. August 1991, deutsche Übersetzung: *Belgisches Staatsblatt* vom 19. Januar 1994, im Folgenden: WHPC) lautet:

„Für die Anwendung des vorliegenden Gesetzes sind unter Schlussverkauf Verkaufsangebote beziehungsweise Verkäufe an Verbraucher zu verstehen, die im Hinblick auf die saisonbedingte Erneuerung des Warensortiments eines Verkäufers erfolgen, indem die Waren zu ermäßigten Preisen beschleunigt abgesetzt werden, und unter der Bezeichnung ‚Schlussverkauf', ‚Soldes', ‚Opruiming' oder ‚Solden' oder sonst einer gleichwertigen Bezeichnung angekündigt werden."

10 Art. 52 § 1 WHPC sieht vor:

„In der Bekleidungs-, Leder-, Feinleder- und Schuhbranche dürfen [Schlussverkäufe] nur während der Zeiträume vom 3. Januar bis 31. Januar einschließlich und vom 1. Juli bis 31. Juli einschließlich stattfinden. …"

11 Art. 53 WHPC bestimmt:

„§ 1 In den Wartezeiten vom 15. November bis 2. Januar einschließlich und vom 15. Mai bis 30. Juni einschließlich ist es für die in Artikel 52 § 1 erwähnten Branchen untersagt, … Ankündigungen von Preisermäßigungen und solche, die eine Preisermäßigung vermuten lassen, an welchem Ort oder mit welchen Kommunikationsmitteln auch immer vorzunehmen.

…

Vor einer Wartezeit ist es untersagt, Ankündigungen von Preisermäßigungen und Ankündigungen, die eine Preisermäßigung vermuten lassen, vorzunehmen, wenn sie während dieser Wartezeit Auswirkung haben.

Unbeschadet der Bestimmungen des Artikels 48 § 4 dürfen die während einer Wartezeit vorgenommenen Ausverkäufe nicht mit einer Ankündigung einer Preisermäßigung verbunden sein, außer in den Fällen und unter den Bedingungen, die der König bestimmt.

§ 2 Die in Anwendung von Artikel 52 § 2 ergangenen Erlasse geben die Wartezeiten an, in denen das in § 1 erwähnte Verbot zur Anwendung kommt.

In Ermangelung einer Regelung im Sinne von Artikel 52 § 2 findet das in § 1 erwähnte Verbot ebenfalls Anwendung auf die im besagten Artikel 52 § 2 erwähnten [Schlussverkäufe].

…

§ 4 Das in den §§ 1 und 2 erwähnte Verbot, Preisermäßigungen anzukündigen, gilt nicht für den Verkauf von Waren anlässlich besonderer Handelsveranstaltungen, die höchstens vier Tage dauern und höchstens einmal im Jahr durch örtliche Verkäufervereine oder mit Beteiligung dieser Vereine durchgeführt werden.

Der König kann die Bedingungen festlegen, unter denen diese Veranstaltungen stattfinden dürfen."

12 Das WHPC wurde durch das Gesetz über die Marktpraktiken und den Verbraucherschutz vom 6. April 2010 (Wet betreffende marktpraktijken en consumentenbescherming, *Belgisch Staatsblad* vom 12. April 2010, S. 20803; deutsche Übersetzung: *Belgisches Staatsblatt* vom 16. Dezember 2010) außer Kraft gesetzt. Dieses Gesetz ist am 12. Mai 2010 in Kraft getreten und enthält in Art. 32 eine Bestimmung, die jener in Art. 53 WHPC entspricht.

Das Ausgangsverfahren und die Vorlagefrage

13 Im Dezember 2009 versandte Wamo eine Einladung an einige ihrer Kunden zu einer privaten Verkaufsaktion in ihren Geschäften vom 18. bis einschließlich 20. Dezember 2009. In dieser Einladung stand, dass die ausgewählten Kunden während dieser drei Tage von stark herabgesetzten Preisen profitieren könnten, wenn sie ihre Kundenkarte vorzeigten.

14 Am 18. Dezember 2009 haben JBC NV und Modemakers Fashion NV bei der Rechtbank van Koophandel te Dendermonde beantragt, festzustellen, dass diese Einladung eine nach Art. 53 WHPC verbotene Ankündigung darstelle. Mit Beschluss vom selben Tag hat das Gericht Wamo unter Androhung eines Zwangsgelds von 2 500 Euro für jeden Fall der Zuwiderhandlung jedwede Ermäßigung in ihren Geschäften bis zum 1. Januar 2010 untersagt.

15 Gegen diesen Beschluss hat Wamo Drittwiderspruch eingelegt mit der Begründung, dass Art. 53 WHPC nicht die Gewährung der Ermäßigungen selbst, sondern nur die Ankündigung von Preisermäßigungen untersage, und dass die Bestimmung mit der Richtlinie unvereinbar und daher nicht anwendbar sei.

16 Da die Entscheidung des Ausgangsverfahrens von der Auslegung der Richtlinie abhängt, hat die Rechtbank van Koophandel te Dendermonde beschlossen, das Verfahren auszusetzen und dem Gerichtshof folgende Frage zur Vorabentscheidung vorzulegen:

Steht die Richtlinie 2005/29 einer nationalen Vorschrift wie Art. 53 WHPC entgegen, die Ankündigungen von Preisermäßigungen und Ankündigungen, die eine Preisermäßigung vermuten lassen, während genau festgelegter Zeiten untersagt?

Zur Vorlagefrage

17 Mit seiner Frage möchte das vorlegende Gericht im Kern wissen, ob die Richtlinie dahin auszulegen ist, dass sie einer nationalen Vorschrift wie der im Ausgangsverfahren fraglichen entgegensteht, die Ankündigungen von Preisermäßigungen und Ankündigungen, die eine Preisermäßigung vermuten lassen, in einem Zeitraum untersagt, der der Phase des Schlussverkaufs in einer bestimmten Branche vorausgeht.

18 Nach Art. 104 § 3 Unterabs. 1 der Verfahrensordnung kann der Gerichtshof, wenn eine zur Vorabentscheidung vorgelegte Frage offensichtlich mit einer Frage übereinstimmt, über die er bereits entschieden hat, nach Anhörung des Generalanwalts durch Beschluss entscheiden, der mit Gründen zu versehen ist und auf das frühere Urteil verweist.

19 Der Gerichtshof ist der Auffassung, dass dies in der vorliegenden Rechtssache der Fall ist, da die Antwort auf die vorgelegte Frage u. a. den Urteilen vom 14. Januar 2010, Plus Warenhandelsgesellschaft (C-304/08, Slg. 2010, I-217, Randnrn. 35 bis 51), und vom 9. November 2010, Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag (C-540/08, Slg. 2010, I-10909, Randnrn. 15 bis 38), eindeutig entnommen werden kann.

20 Um auf die Vorlagefrage zu antworten, muss vorab festgestellt werden, ob Art. 53 § 1 WHPC, der in zeitlicher Hinsicht auf das Ausgangsverfahren anzuwenden ist, dem Verbraucherschutz dienen soll und daher dem Anwendungsbereich der Richtlinie unterfällt.

21 Gemäß ihrem achten Erwägungsgrund „schützt [diese Richtlinie] unmittelbar die wirtschaftlichen Interessen der Verbraucher vor unlauteren Geschäftspraktiken von Unternehmen gegenüber Verbrauchern“ und trägt, wie insbesondere in Art. 1 bestimmt, „durch Angleichung der Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über unlautere Geschäftspraktiken, die die wirtschaftlichen Interessen der Verbraucher beeinträchtigen, … zum Erreichen eines hohen Verbraucherschutzniveaus bei“ (Urteil Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag, Randnr. 24).

22 Im Gegensatz dazu sind gemäß dem sechsten Erwägungsgrund der Richtlinie nationale Vorschriften über unlautere Geschäftspraktiken vom Anwendungsbereich ausgeschlossen, die „lediglich“ die wirtschaftlichen Interessen von Mitbewerbern schädigen oder sich auf ein Rechtsgeschäft zwischen Gewerbetreibenden beziehen (vgl. Urteile Plus Warenhandelsgesellschaft, Randnr. 39, und Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag, Randnr. 21).

23 Dazu ist zu bemerken, dass sich aus der Vorlageentscheidung nicht eindeutig ergibt, welcher Zweck mit Art. 53 § 1 WHPC verfolgt wird.

24 Denn die Rechtbank van Koophandel te Dendermonde beschränkt sich zum einen insbesondere durch den Verweis auf das Urteil des Arbitragehof vom 2. März 1995, das über zehn Jahre vor der Verabschiedung der Richtlinie erlassen wurde, auf den Hinweis, dass „in der Vergangenheit“ die in der Bestimmung vorgesehene Wartezeit

eine zweifache Funktion gehabt habe, nämlich zum einen die Sicherstellung der Transparenz der unmittelbar vor und während des Schlussverkaufs ausgezeichneten Preise zum Schutz der Verbraucher und zum anderen die Gewährleistung gleicher Marktchancen für die Verkäufer und den Schutz der kleinen Händler.

25 Zum anderen muss dem vorlegenden Gericht zufolge zur Rechtfertigung des in Art. 53 § 1 WHPC vorgesehenen Verbots geprüft werden, ob diese Maßnahme „tatsächlich zum Schutz des Verbrauchers beitragen kann".

26 Die Vorlageentscheidung erlaubt es daher nicht, festzustellen, ob Art. 53 § 1 WHPC tatsächlich den Schutz der Verbraucher zum Ziel hat.

27 Es ist jedoch nicht Sache des Gerichtshofs, sich im Rahmen eines Vorabentscheidungsverfahrens zur Auslegung des nationalen Rechts zu äußern, da diese Aufgabe ausschließlich dem vorlegenden Gericht zufällt. Im Rahmen der Verteilung der Zuständigkeiten zwischen den Gerichten der Union und denen der Mitgliedstaaten hat der Gerichtshof nämlich den tatsächlichen und rechtlichen Rahmen, in den sich die Vorlagefragen einfügen, so zu berücksichtigen, wie er in der Vorlageentscheidung vorgegeben wird (Beschluss vom 24. April 2009, Koukou, C-519/08, Randnr. 43 und die dort angeführte Rechtsprechung).

28 Das vorlegende Gericht und nicht der Gerichtshof muss daher klären, ob die fragliche nationale Vorschrift tatsächlich dem Verbraucherschutz dient, damit festgestellt werden kann, ob eine solche Bestimmung in den Anwendungsbereich der Richtlinie fällt.

29 Sollte das vorlegende Gericht zu einem solchen Ergebnis kommen, muss des Weiteren festgestellt werden, ob die Ankündigungen von Preisermäßigungen und solche, die eine Preisermäßigung vermuten lassen, wie sie Gegenstand des Verbots im Ausgangsverfahren waren, Geschäftspraktiken im Sinne von Art. 2 Buchst. d der Richtlinie sind und daher unter die Bestimmungen der Richtlinie fallen (vgl. in diesem Sinne Urteile Plus Warenhandelsgesellschaft, Randnr. 35, und Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag, Randnr. 16).

30 Insoweit ist darauf hinzuweisen, dass Art. 2 Buchst. d der Richtlinie den Begriff der Geschäftspraxis mit einer besonders weiten Formulierung definiert als „jede Handlung, Unterlassung, Verhaltensweise oder Erklärung, kommerzielle Mitteilung einschließlich Werbung und Marketing eines Gewerbetreibenden, die unmittelbar mit der Absatzförderung, dem Verkauf oder der Lieferung eines Produkts an Verbraucher zusammenhängt“ (Urteile Plus Warenhandelsgesellschaft, Randnr. 36, und Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag, Randnr. 17).

31 Werbekampagnen wie die im Ausgangsverfahren in Rede stehende, mit denen Verbraucher in die Geschäftsräume eines Händlers gelockt werden sollen, fügen sich eindeutig in den Rahmen der Geschäftsstrategie eines Gewerbetreibenden ein und sollen unmittelbar verkaufswerbend und -fördernd sein. Sie stellen folglich Geschäftspraktiken im Sinne von Art. 2 Buchst. d der Richtlinie dar und fallen damit in deren sachlichen Anwendungsbereich (vgl. in diesem Sinne Urteil Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag, Randnr. 18 und die dort angeführte Rechtsprechung).

32 Nachdem dies geklärt ist, ist zu prüfen, ob die Richtlinie einem Verbot von Ankündigungen von Preisermäßigungen wie in Art. 53 § 1 WHPC entgegensteht.

33 Da die Richtlinie die Regeln über unlautere Geschäftspraktiken von Unternehmen gegenüber Verbrauchern vollständig harmonisiert, ist zunächst darauf hinzuweisen, dass die Mitgliedstaaten, wie dies in Art. 4 der Richtlinie ausdrücklich vorgesehen ist, keine strengeren als die in der Richtlinie festgelegten Maßnahmen erlassen dürfen, und zwar auch nicht, um ein höheres Verbraucherschutzniveau zu erreichen (Urteil Plus Warenhandelsgesellschaft, Randnr. 41 und die dort angeführte Rechtsprechung).

34 Weiter ist darauf hinzuweisen, dass Art. 5 der Richtlinie Kriterien nennt, mit denen sich die Umstände bestimmen lassen, unter denen eine Geschäftspraxis als unlauter und damit verboten anzusehen ist.

35 So ist nach Abs. 2 dieses Artikels eine Geschäftspraxis unlauter, wenn sie den Erfordernissen der beruflichen Sorgfaltspflicht widerspricht und in Bezug auf das jeweilige Produkt das wirtschaftliche Verhalten des Durchschnittsverbrauchers wesentlich beeinflusst oder dazu geeignet ist, es wesentlich zu beeinflussen.

36 Zudem definiert Art. 5 Abs. 4 der Richtlinie zwei Kategorien von unlauteren Geschäftspraktiken genauer, nämlich die „irreführenden Geschäftspraktiken“ und die „aggressiven Geschäftspraktiken“, die den insbesondere in den Art. 6 und 7 bzw. Art. 8 und 9 dieser Richtlinie einzeln aufgeführten Kriterien entsprechen.

37 Schließlich stellt die Richtlinie in Anhang I eine vollständige Liste von 31 Geschäftspraktiken auf, die nach ihrem Art. 5 Abs. 5 „unter allen Umständen“ als unlauter anzusehen sind. Folglich können, wie es im 17. Erwägungsgrund dieser Richtlinie ausdrücklich heißt, nur diese Geschäftspraktiken ohne eine Beurteilung des Einzelfalls anhand der Bestimmungen der Art. 5 bis 9 der Richtlinie als unlauter gelten (Urteile Plus Warenhandelsgesellschaft, Randnr. 45, und Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag, Randnr. 34).

38 Was die im Ausgangsverfahren in Rede stehenden Rechtsvorschriften anbelangt, steht fest, dass Praktiken, mit denen Verbrauchern Preisermäßigungen angekündigt werden, in Anhang I der Richtlinie nicht aufgeführt sind. Sie dürfen daher nicht unter allen Umständen, sondern nur nach einer konkreten Beurteilung untersagt werden, anhand deren ihr unlauterer Charakter festgestellt werden kann (vgl. in diesem Sinne Urteil Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag, Randnr. 35).

39 In jedem Fall gilt es festzuhalten, dass Art. 53 § 1 WHPC allgemein die Ankündigung von Preisermäßigungen und Ankündigungen, die eine Preisermäßigung vermuten lassen, untersagt, ohne dass im Hinblick auf den konkreten Sachverhalt jedes Einzelfalls bestimmt werden müsste, ob die in Frage stehende Geschäftspraxis einen „unlauteren" Charakter im Lichte der in den Art. 5 bis 9 der Richtlinie aufgestellten Kriterien hat (vgl. in diesem Sinne Urteile Plus Warenhandelsgesellschaft, Randnr. 48, und Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag, Randnr. 36).

40 Unter diesen Voraussetzungen ist auf die vorgelegte Frage zu antworten, dass die Richtlinie 2005/29 dahin auszulegen ist, dass sie einer nationalen Bestimmung wie der im Ausgangsverfahren fraglichen entgegensteht, die ein allgemeines Verbot von Ankündigungen von Preisermäßigungen und von Ankündigungen, die eine Preisermäßigung vermuten lassen, während bestimmter Zeiten vor den Schlussverkaufszeiten vorsieht, soweit mit dieser Bestimmung Ziele des Verbraucherschutzes verfolgt werden. Es ist Sache des vorlegenden Gerichts, zu beurteilen, ob dies im Ausgangsverfahren der Fall ist.

Kosten

41 Für die Parteien des Ausgangsverfahrens ist das Verfahren ein Zwischenstreit in dem bei dem vorlegenden Gericht anhängigen Rechtsstreit; die Kostenentscheidung ist daher Sache dieses Gerichts. Die Auslagen anderer Beteiligter für die Abgabe von Erklärungen vor dem Gerichtshof sind nicht erstattungsfähig.

Aus diesen Gründen hat der Gerichtshof (Erste Kammer) für Recht erkannt:

Die Richtlinie 2005/29/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 11. Mai 2005 über unlautere Geschäftspraktiken von Unternehmen gegenüber Verbrauchern im Binnenmarkt und zur Änderung der Richtlinie 84/450/EWG des Rates, der Richtlinien 97/7/EG, 98/27/EG und 2002/65/EG des Europäischen Parlaments und des Rates sowie der Verordnung (EG) Nr. 2006/2004 des Europäischen Parlaments und des Rates (Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken) ist dahin auszulegen, dass sie einer nationalen Bestimmung wie der im Ausgangsverfahren fraglichen entgegensteht, die ein allgemeines Verbot von Ankündigungen von Preisermäßigungen und von Ankündigungen, die eine Preisermäßigung vermuten lassen, während bestimmter Zeiten vor den Schlussverkaufszeiten vorsieht, soweit mit dieser Bestimmung Ziele des Verbraucherschutzes verfolgt werden. Es ist Sache des vorlegenden Gerichts, zu beurteilen, ob dies im Ausgangsverfahren der Fall ist.

Unterschriften