Sammlung der Rechtsprechung

BESCHLUSS DES GERICHTSHOFS (Sechste Kammer)

8. September 2015*

„Vorlage zur Vorabentscheidung — Art. 99 der Verfahrensordnung des Gerichtshofs — Richtlinie 2005/29/EG — Verbraucherschutz — Unlautere Geschäftspraktiken — Preisermäßigung — Kennzeichnung oder Anzeige des Referenzpreises“

In der Rechtssache C-13/15

betreffend ein Vorabentscheidungsersuchen nach Art. 267 AEUV, eingereicht von der Cour de cassation (Frankreich) mit Entscheidung vom 9. September 2014, beim Gerichtshof eingegangen am 16. Januar 2015, in dem Strafverfahren gegen

Cdiscount SA

erlässt

DER GERICHTSHOF (Sechste Kammer)

unter Mitwirkung des Kammerpräsidenten S. Rodin sowie der Richter A. Borg Barthet (Berichterstatter) und E. Levits,

Generalanwalt: P. Mengozzi,

Kanzler: A. Calot Escobar,

aufgrund der nach Anhörung des Generalanwalts ergangenen Entscheidung, gemäß Art. 99 der Verfahrensordnung des Gerichtshofs durch mit Gründen versehenen Beschluss zu entscheiden,

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).

2 Dieses Ersuchen ergeht im Rahmen eines Strafverfahrens gegen die Cdiscount SA (im Folgenden: Cdiscount) wegen fehlender Angabe des Referenzpreises bei von der Cdiscount über eine Online-Vertriebs-Website getätigten Verkäufen zu ermäßigten Preisen.

* Verfahrenssprache: Französisch.

Rechtlicher Rahmen

Unionsrecht

3 Die Erwägungsgründe 6, 8 und 17 der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken 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 dieser 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 sieht vor:

„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 dieser Richtlinie lautet wie folgt:

„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 über unlautere Geschäftspraktiken bestimmt:

„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 („Verbot unlauterer Geschäftspraktiken") dieser Richtlinie lautet wie folgt:

„(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."

9 Art. 6 der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken sieht vor:

„Eine Geschäftspraxis gilt als irreführend, wenn sie falsche Angaben enthält und somit unwahr ist oder wenn sie in irgendeiner Weise, einschließlich sämtlicher Umstände ihrer Präsentation, selbst mit sachlich richtigen Angaben den Durchschnittsverbraucher in Bezug auf einen oder mehrere der nachstehend aufgeführten Punkte täuscht oder ihn zu täuschen geeignet ist und ihn in jedem Fall tatsächlich oder voraussichtlich zu einer geschäftlichen Entscheidung veranlasst, die er ansonsten nicht getroffen hätte:

…

d) de[n] Preis, die Art der Preisberechnung oder das Vorhandensein eines besondere[n] Preisvorteils;

…“

Französisches Recht

10 Gemäß Art. L. 113-3 des Code de la consommation (Verbrauchergesetzbuch) in seiner zum im Ausgangsverfahren maßgeblichen Zeitpunkt geltenden Fassung (im Folgenden: Code de la consommation) „[muss j]eder Verkäufer von Erzeugnissen und jeder Erbringer von Dienstleistungen … durch Kennzeichnung, Etikettierung, Anzeige oder andere geeignete Verfahren den Verbraucher über die Preise, eventuelle Beschränkungen der vertraglichen Haftung und die besonderen Verkaufsbedingungen gemäß den vom Wirtschaftsminister durch Verordnung festgelegten Modalitäten informieren“.

11 Art. R. 113-1 dieses Code bestimmt:

„Der Verkauf von Gegenständen oder Erzeugnissen sowie die Erbringung von Dienstleistungen zu Preisen, die unter Verstoß gegen die nach Art. 1 der Anordnung Nr. 86-1243 vom 1. Dezember 1986 – der in Art. L. 113-1 wiedergegeben ist – erlassenen Dekrete oder die nach der Anordnung Nr. 45-1483 vom 30. Juni 1945 erlassenen und durch Art. 61 der vorstehend genannten Anordnung vom 1. Dezember 1986 – der dem vorliegenden Code als Anhang beigefügt ist – vorübergehend beibehaltenen Verordnungen mit demselben Gegenstand festgelegt wurden, werden mit der für Übertretungen der fünften Kategorie vorgesehenen Geldstrafe bestraft.

Dieselben Strafen gelten bei Verstößen gegen die in Art. L. 113-3 vorgesehenen Verordnungen, die die Modalitäten der Information der Verbraucher über die Preise und besonderen Verkaufsbedingungen festlegen, sowie gegen die nach der Anordnung Nr. 45-1483 vom 30. Juni 1945 erlassenen Verordnungen mit demselben Gegenstand.

Im Wiederholungsfall gelten die im Fall einer wiederholten Übertretung der fünften Kategorie vorgesehenen Geldstrafen.“

12 Gemäß Art. 1 Nr. 2 der in Anwendung des Art. L. 113-3 des Code de la consommation erlassenen Verordnung vom 31. Dezember 2008 über Ankündigungen von Preisermäßigungen gegenüber dem Verbraucher (JORF vom 13. Januar 2009, S. 689, im Folgenden: Verordnung vom 31. Dezember 2008) muss bei einer an den Verbraucher gerichteten Werbung, mit der eine Preisermäßigung angekündigt wird und „die in den Verkaufsräumen oder im elektronischen Handel stattfindet, die nach den geltenden Vorschriften erfolgende Etikettierung, Kennzeichnung oder Anzeige der Preise neben dem angekündigten ermäßigten Preis auch den in Art. 2 definierten Referenzpreis enthalten“.

13 Art. 2 dieser Verordnung sieht vor:

„1. Der in der vorliegenden Verordnung genannte Referenzpreis darf den niedrigsten Preis, den der Anbieter innerhalb der letzten dreißig Tage vor Beginn der Werbung für einen vergleichbaren Artikel oder eine vergleichbare Leistung in demselben Einzelhandelsgeschäft oder Online-Versandhandelsgeschäft tatsächlich verlangt hat, nicht überschreiten. Der so definierte Referenzpreis kann im Fall von im Rahmen ein und derselben Geschäftsaktion schrittweise angekündigten Preisermäßigungen beibehalten werden, wobei dies zeitlich auf einen Monat ab der ersten Ankündigung einer Preisermäßigung oder innerhalb ein und desselben Schluss- oder Ausverkaufszeitraums begrenzt ist.

Der Anbieter muss in der Lage sein, auf Aufforderung durch die in Art. L. 450-1 des Code du commerce (Handelsgesetzbuch) genannten Bediensteten mittels Aufzeichnungen, Aufstellungen, Bestellscheinen, Kassenbons oder anderer Dokumente sämtliche Preise zu belegen, die er innerhalb dieses Zeitraums tatsächlich verlangt hat.

2. Der Anbieter kann als Referenzpreis auch den vom Hersteller oder Importeur des Erzeugnisses empfohlenen Verkaufspreis oder den aus einer Vorschrift einer wirtschaftsrechtlichen Regelung resultierenden Höchstpreis verwenden.

Er muss in diesem Fall in der Lage sein, gegenüber den in Art. L. 450-1 des Code du commerce genannten Bediensteten die Richtigkeit dieser Referenzangaben sowie die Tatsache, dass diese Preise von anderen Händlern, die dasselbe Erzeugnis vertreiben, üblicherweise verlangt wird, nachzuweisen.

3. Wenn in dem betreffenden Einzelhandelsgeschäft oder Online-Versandhandelsgeschäft zuvor kein vergleichbarer Artikel verkauft wurde und es für diesen Artikel keinen vom Hersteller oder Importeur empfohlenen Verkaufspreis mehr gibt, können die in Art. 1 genannten Ankündigungen von Preisermäßigungen unter Bezugnahme auf den letzten empfohlenen Verkaufspreis berechnet werden, wobei dieser bei Beginn der Werbung nicht länger als drei Jahre zurückliegen darf.

In diesem Fall muss die Ankündigung der Preisermäßigung neben dem Referenzpreis die Angabe ‚Empfohlener Verkaufspreis' nebst dem Jahr, auf das sich dieser Preis bezieht, enthalten.

Der Anbieter muss in der Lage sein, auf Aufforderung durch die in Art. L. 450-1 des Code du commerce genannten Bediensteten die Richtigkeit dieses empfohlenen Verkaufspreises und die Tatsache, dass er verlangt wurde, nachzuweisen."

Ausgangsrechtsstreit und Vorlagefrage

14 Wie aus der Vorlageentscheidung hervorgeht, erstellten die Dienststellen der Direktion für den Schutz der Bevölkerung des Departements Gironde am 16. Oktober 2009 ein Protokoll, laut dem sie mehrere Zuwiderhandlungen gegen die Bestimmungen der Verordnung vom 31. Dezember 2008 aufgedeckt haben.

15 Diese Dienststellen haben nämlich festgestellt, dass die Cdiscount, die eine Online-Vertriebs-Website betreibt, im Rahmen von Verkaufsangeboten zu ermäßigten Preisen nicht die nicht ermäßigten Referenzpreise oder die vom Hersteller empfohlenen nicht ermäßigten Verkaufspreise angegeben hatte. Das Unterlassen einer Anzeige oder Kennzeichnung des Referenzpreises bei der Ankündigung ermäßigter Preise durch einen Händler stellt jedoch einen Verstoß gegen die Vorschriften dieser Verordnung und gegen Art. L. 113-3 des Code de la consommation dar, der strafrechtlich geahndet wird.

16 Cdiscount wurde vor das Tribunal de police de Bordeaux gebracht, das ihr Vorbringen, dass die Verordnung vom 31. Dezember 2008 nicht mit den Bestimmungen der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken vereinbar sei, im erstinstanzlichen Verfahren zurückwies und die Angeklagte der ihr zur Last gelegten Taten für schuldig befand.

17 Cdiscount legte gegen dieses Urteil Berufung bei der Cour d'appel de Bordeaux ein, die diese Entscheidung mit Urteil vom 5. Juli 2013 mit der Begründung bestätigte, dass die Kennzeichnung oder Anzeige des Referenzpreises als solche keine Geschäftspraxis darstelle, sondern als eine Anwendungsmodalität der Geschäftspraxis der Ankündigung von Preisermäßigungen anzusehen sei. Diese Kennzeichnung oder Anzeige fiel daher nicht in den Anwendungsbereich der genannten Richtlinie.

18 Da die Verurteilung in der Berufungsinstanz bestätigt wurde, legte Cdiscount Kassationsbeschwerde ein.

19 Das vorlegende Gericht führt aus, dass zum einen das durch die fraglichen nationalen Vorschriften aufgestellte Verbot unter allen Umständen anwendbar sei und zum anderen die Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken eine erschöpfende Liste von Praktiken aufstelle, die unter allen Umständen unlauter seien, und in ihren Art. 5 bis 9 vorsehe, dass, abgesehen von diesen Praktiken, eine Geschäftspraxis nur nach einer Einzelfallprüfung als unlauter angesehen werden könne.

20 Da die Cour de cassation der Ansicht war, dass die Entscheidung im Ausgangsverfahren von der Auslegung der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken abhänge, hat sie beschlossen, das Verfahren auszusetzen und dem Gerichtshof folgende Frage zur Vorabentscheidung vorzulegen:

Widerspricht es den Bestimmungen der Art. 5 bis 9 der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken, Preisermäßigungen, die nicht anhand eines durch Verordnung festgelegten Referenzpreises berechnet werden, unter allen Umständen zu verbieten, unabhängig davon, welche Auswirkung sie auf die Entscheidung des Durchschnittsverbrauchers haben können?

Zur Vorlagefrage

21 Nach Art. 99 seiner Verfahrensordnung kann der Gerichtshof, wenn die Antwort auf eine zur Vorabentscheidung vorgelegte Frage klar aus der Rechtsprechung abgeleitet werden kann, auf Vorschlag des Berichterstatters und nach Anhörung des Generalanwalts jederzeit die Entscheidung treffen, durch mit Gründen versehenen Beschluss zu entscheiden.

22 Diese Vorschrift ist in der vorliegenden Rechtssache anzuwenden.

23 Mit seiner Frage möchte das vorlegende Gericht wissen, ob die Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken in dem Sinne auszulegen ist, dass sie nationalen Vorschriften, wie den im Ausgangsverfahren in Rede stehenden, entgegensteht, die ein allgemeines Verbot von Ankündigungen von Preisermäßigungen vorsehen, die bei der Kennzeichnung oder Anzeige des Preises nicht den Referenzpreis ausweisen.

24 Um diese Frage zu beantworten, ist vorab zu bestimmen, ob mit auf den Sachverhalt des Ausgangsverfahrens anwendbarem Art. 1 Nr. 2 und Art. 2 der Verordnung vom 31. Dezember 2008 Ziele des Verbraucherschutzes verfolgt werden, so dass sie in den Anwendungsbereich der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken fallen können.

25 Nach ihrem achten Erwägungsgrund „schützt“ diese Richtlinie nämlich „unmittelbar die wirtschaftlichen Interessen der Verbraucher vor unlauteren Geschäftspraktiken von Unternehmen gegenüber Verbrauchern“ und trägt, wie es insbesondere in ihrem Art. 1 heißt, „durch Angleichung der Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über unlautere Geschäftspraktiken, die die wirtschaftlichen Interessen der Verbraucher beeinträchtigen, … zum Erreichen eines hohen Verbraucherschutzniveaus bei“ (Beschluss INNO, C-126/11, EU:C:2011:851, Rn. 27 und die dort angeführte Rechtsprechung).

26 Dagegen sind nach dem sechsten Erwägungsgrund der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken von deren Anwendungsbereich die nationalen Rechtsvorschriften über unlautere Geschäftspraktiken ausgeschlossen, die „lediglich“ die wirtschaftlichen Interessen von Mitbewerbern schädigen oder sich auf ein Rechtsgeschäft zwischen Gewerbetreibenden beziehen (Beschluss INNO, C-126/11, EU:C:2011:851, Rn. 28 und die dort angeführte Rechtsprechung).

27 Insoweit ist darauf hinzuweisen, dass das vorlegende Gericht sich zu den Zielen der Verordnung vom 31. Dezember 2008 nicht eindeutig äußert.

28 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 Europäischen 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 (Beschlüsse Koukou, C-519/08, EU:C:2009:269, Rn. 43 und die dort angeführte Rechtsprechung, und Wamo, C-288/10, EU:C:2011:443, Rn. 27).

29 Das vorlegende Gericht und nicht der Gerichtshof muss daher klären, ob die fraglichen nationalen Vorschriften, nämlich Art. 1 Nr. 2 und Art. 2 der Verordnung vom 31. Dezember 2008, tatsächlich dem Verbraucherschutz dienen, damit festgestellt werden kann, ob solche Bestimmungen in den Anwendungsbereich der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken fallen (Beschluss Wamo, C-288/10, EU:C:2011:443, Rn. 28).

30 Sollte das vorlegende Gericht zu diesem Ergebnis kommen, muss des Weiteren festgestellt werden, ob die bei der Kennzeichnung oder Anzeige des Preises nicht den Referenzpreis ausweisenden Ankündigungen von Preisermäßigungen, wie sie Gegenstand des Verbots im Ausgangsverfahren waren, Geschäftspraktiken im Sinne von Art. 2 Buchst. d der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken sind und daher unter deren Bestimmungen fallen (vgl. in diesem Sinne Beschluss Wamo, C-288/10, EU:C:2011:443, Rn. 29).

31 Insoweit ist darauf hinzuweisen, dass Art. 2 Buchst. d der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken 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“ (Beschluss Wamo, C-288/10, EU:C:2011:443, Rn. 30 und die dort angeführte Rechtsprechung).

32 Preisermäßigungen wie die im Ausgangsverfahren in Rede stehenden, mit denen Verbraucher zum Kauf von Erzeugnissen auf einer Online-Vertriebs-Website verleitet werden sollen, fügen sich eindeutig in den Rahmen der Geschäftsstrategie eines Gewerbetreibenden ein und dienen unmittelbar der Werbung und dem Verkauf dieser Erzeugnisse. Sie stellen folglich Geschäftspraktiken im Sinne von Art. 2 Buchst. d der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken dar und fallen damit in deren sachlichen Anwendungsbereich (vgl. in diesem Sinne Beschluss Wamo, C-288/10, EU:C:2011:443, Rn. 31).

33 Nachdem dies geklärt ist, ist zu prüfen, ob die Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken einem Verbot von Ankündigungen von Preisermäßigungen, die bei der Kennzeichnung oder Anzeige des Preises nicht den Referenzpreis ausweisen, wie dem in Art. 1 Nr. 2 in Verbindung mit Art. 2 der Verordnung vom 31. Dezember 2008 vorgesehenen, entgegensteht.

34 Da die Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken die Vorschriften über unlautere Geschäftspraktiken von Unternehmen gegenüber Verbrauchern vollständig harmonisiert, ist zunächst darauf hinzuweisen, dass die Mitgliedstaaten, wie dies in Art. 4 dieser Richtlinie ausdrücklich vorgesehen ist, keine strengeren als die in dieser Richtlinie festgelegten Maßnahmen erlassen dürfen, und zwar auch nicht, um ein höheres Verbraucherschutzniveau zu erreichen (Beschluss Wamo, C-288/10, EU:C:2011:443, Rn. 33 und die dort angeführte Rechtsprechung).

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

36 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.

37 Zudem unterscheidet Art. 5 Abs. 4 der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken insbesondere zwei bestimmte Kategorien von unlauteren Geschäftspraktiken, nämlich „irreführende Geschäftspraktiken“ und „aggressive Geschäftspraktiken“, die jeweils den in den Art. 6 und 7 bzw. 8 und 9 dieser Richtlinie aufgeführten Kriterien entsprechen.

38 Schließlich stellt die Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken in Anhang I eine erschöpfende 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 nach den Bestimmungen der Art. 5 bis 9 der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken als unlauter gelten (Beschluss Wamo, C-288/10, EU:C:2011:443, Rn. 37 und die dort angeführte Rechtsprechung).

39 Was die im Ausgangsverfahren in Rede stehenden Rechtsvorschriften anbelangt, steht fest, dass Praktiken, mit denen Verbrauchern Preisermäßigungen angekündigt werden, die bei der Kennzeichnung oder Anzeige des Preises nicht den Referenzpreis ausweisen, in Anhang I der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken nicht aufgeführt sind. Sie können daher nicht unter allen Umständen untersagt werden, sondern nur nach einer konkreten Beurteilung, anhand deren ihr unlauterer Charakter festgestellt werden kann (vgl. in diesem Sinne Beschluss Wamo, C-288/10, EU:C:2011:443, Rn. 38).

40 Es ist jedoch festzustellen, dass Art. 1 Nr. 2 in Verbindung mit Art. 2 der Verordnung vom 31. Dezember 2008 allgemein Ankündigungen von Preisermäßigungen untersagt, die bei der Kennzeichnung oder Anzeige des Preises nicht den Referenzpreis ausweisen, ohne dass im Hinblick auf den konkreten Sachverhalt jedes Einzelfalls bestimmt werden müsste, ob die fragliche Geschäftspraxis im Licht der in den Art. 5 bis 9 der Richtlinie aufgestellten Kriterien „unlauteren“ Charakter hat (vgl. in diesem Sinne Beschluss Wamo, C-288/10, EU:C:2011:443, Rn. 39 und die dort angeführte Rechtsprechung).

41 Unter diesen Umständen ist auf die vorgelegte Frage zu antworten, dass die Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken in dem Sinne auszulegen ist, dass sie nationalen Vorschriften, wie den im Ausgangsverfahren in Rede stehenden, entgegensteht, die ein allgemeines Verbot – ohne Beurteilung des Einzelfalls, anhand deren der unlautere Charakter festgestellt werden kann – von Ankündigungen von Preisermäßigungen vorsehen, die bei der Kennzeichnung oder Anzeige des Preises nicht den Referenzpreis ausweisen, vorausgesetzt, dass mit diesen Vorschriften Ziele des Verbraucherschutzes verfolgt werden. Es ist Sache des vorlegenden Gerichts, zu beurteilen, ob dies im Ausgangsverfahren der Fall ist.

Kosten

42 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.

Aus diesen Gründen hat der Gerichtshof (Sechste 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 in dem Sinne auszulegen, dass sie nationalen Vorschriften, wie den im Ausgangsverfahren in Rede stehenden, entgegensteht, die ein allgemeines Verbot – ohne Beurteilung des Einzelfalls, anhand deren der unlautere Charakter festgestellt werden kann – von Ankündigungen von Preisermäßigungen vorsehen, die bei der Kennzeichnung oder Anzeige des Preises nicht den Referenzpreis ausweisen, vorausgesetzt, dass mit diesen Vorschriften Ziele des Verbraucherschutzes verfolgt werden. Es ist Sache des vorlegenden Gerichts, zu beurteilen, ob dies im Ausgangsverfahren der Fall ist.

Unterschriften