ARREST VAN HET HOF (Vierde kamer)

7 juli 2016*

„Prejudiciële verwijzing — Richtlijnen 98/6/EG en 2005/29/EG — Bescherming van de consument — Advertentie met prijsaanduiding — Begrippen ‚aanbod' en ‚prijs inclusief belastingen' — Verplichting tot aanduiding van de verkoopprijs van een auto inclusief de verplichte bijkomende kosten van het transport van deze auto""

In zaak C-476/14,

betreffende een verzoek om een prejudiciële beslissing krachtens artikel 267 VWEU, ingediend door het Bundesgerichtshof (hoogste federale rechter in civiele en strafzaken, Duitsland) bij beslissing van 18 september 2014, ingekomen bij het Hof op 27 oktober 2014, in de procedure

Citroën Commerce GmbH

tegen

Zentralvereinigung des Kraftfahrzeuggewerbes zur Aufrechterhaltung lauteren Wettbewerbs eV (ZLW),

wijst

HET HOF (Vierde kamer),

samengesteld als volgt: L. Bay Larsen, president van de Derde kamer, waarnemend voor de president van de Vierde kamer, J. Malenovský, M. Safjan (rapporteur), A. Prechal en K. Jürimäe, rechters,

advocaat-generaal: P. Mengozzi,

griffier: V. Tourrès, administrateur,

gezien de stukken en na de terechtzitting op 30 september 2015,

gelet op de opmerkingen van:

— Citroën Commerce GmbH, vertegenwoordigd door L. Pechan en J. Croll, Rechtsanwälte,

— de Zentralvereinigung des Kraftfahrzeuggewerbes zur Aufrechterhaltung lauteren Wettbewerbs eV (ZLW), vertegenwoordigd door B. Ackermann, Rechtsanwältin,

— de Hongaarse regering, vertegenwoordigd door M. Fehér, G. Szima en M. Bóra als gemachtigden,

— de Oostenrijkse regering, vertegenwoordigd door G. Eberhard als gemachtigde,

* Procestaal: Duits.

— de Europese Commissie, vertegenwoordigd door M. van Beek en M. Kellerbauer als gemachtigden,

gehoord de conclusie van de advocaat-generaal ter terechtzitting van 16 december 2015,

het navolgende

Arrest

1 Het verzoek om een prejudiciële beslissing betreft de uitlegging van artikel 1 en artikel 3, lid 1, 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), alsmede van artikel 7, lid 4, onder c), van richtlijn 2005/29/EG van het Europees Parlement en de Raad van 11 mei 2005 betreffende oneerlijke handelspraktijken van ondernemingen jegens consumenten op de interne markt en tot wijziging van richtlijn 84/450/EEG van de Raad, richtlijnen 97/7/EG, 98/27/EG en 2002/65/EG van het Europees Parlement en de Raad en van verordening (EG) nr. 2006/2004 van het Europees Parlement en de Raad („richtlijn oneerlijke handelspraktijken") (PB 2005, L 149, blz. 22).

2 Dit verzoek is ingediend in het kader van een geding tussen Citroën Commerce GmbH en de Zentralvereinigung des Kraftfahrzeuggewerbes zur Aufrechterhaltung lauteren Wettbewerbs eV (ZLW) (centrale vereniging van de motorvoertuigbranche voor het behoud van eerlijke mededinging) over een advertentie voor auto's van Citroën Commerce.

Toepasselijke bepalingen

Unierecht

Richtlijn 98/6

3 De overwegingen 6 en 12 van richtlijn 98/6 bepalen:

„(6) [...] de verplichting tot aanduiding van de verkoopprijs [...] [levert] een aanzienlijke bijdrage [...] tot een betere voorlichting van de consumenten, aangezien zulks de consument op de eenvoudigste wijze optimale mogelijkheden biedt om de prijs van de producten te beoordelen en te vergelijken, zodat hij op basis van eenvoudige vergelijkingen weloverwogen keuzes kan maken;

[...]

(12) [...] een regelgeving op communautair niveau kan zorgen voor een homogene en doorzichtige voorlichting ten behoeve van alle consumenten in het kader van de interne markt [...]".

4 Artikel 1 van deze richtlijn bepaalt:

„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."

5 Artikel 2 van deze richtlijn luidt:

„In deze richtlijn wordt verstaan onder:

a) verkoopprijs: de uiteindelijke prijs voor een eenheid van het product of een gegeven hoeveelheid van het product, met inbegrip van de btw en alle overige belastingen;

b) prijs per meeteenheid: de uiteindelijke prijs, met inbegrip van de btw en alle overige belastingen, voor een kilogram, een liter, een meter, een vierkante meter of een kubieke meter van het product of van een andere enkelvoudige meeteenheid die algemeen en gewoonlijk in de betrokken lidstaat bij de verkoop van bepaalde producten wordt gebruikt;

[...]

d) verkoper: iedere natuurlijke of rechtspersoon die producten verkoopt of te koop aanbiedt in het kader van zijn handels-, beroeps- of bedrijfsactiviteit;

e) consument: iedere natuurlijke persoon die een product koopt voor doeleinden die niet onder zijn handels-, beroeps- of bedrijfsactiviteit vallen."

6 Artikel 3 van diezelfde richtlijn luidt:

„1. Voor alle in artikel 1 bedoelde producten worden de verkoopprijs en de prijs per meeteenheid aangeduid, waarbij voor de aanduiding van de prijs per meeteenheid het bepaalde in artikel 5 geldt. De eenheidsprijs hoeft niet te worden aangeduid als deze identiek is aan de verkoopprijs.

[...]

4. In reclame waarin de verkoopprijs van de in artikel 1 bedoelde producten wordt vermeld, wordt ook de prijs per meeteenheid aangeduid, behoudens het bepaalde in artikel 5."

7 Artikel 4, lid 1, van richtlijn 98/6 luidt als volgt:

„De verkoopprijs en de prijs per meeteenheid moeten ondubbelzinnig, gemakkelijk herkenbaar en goed leesbaar zijn. [...]"

8 Artikel 5, lid 1, van deze richtlijn bepaalt:

„De lidstaten kunnen vrijstelling verlenen van de verplichting tot aanduiding van de prijs per meeteenheid voor producten waarbij een dergelijke aanduiding wegens de aard of de bestemming van de producten niet zinvol zou zijn of verwarring zou kunnen veroorzaken."

9 Artikel 10 van diezelfde richtlijn bepaalt:

„Deze richtlijn vormt, onverminderd de verdragsverplichtingen, voor de lidstaten geen beletsel om bepalingen aan te nemen of te handhaven die uit het oogpunt van consumentenvoorlichting en prijsvergelijking gunstiger zijn."

Richtlijn 2005/29

10 De overwegingen 6 en 10 van richtlijn 2005/29 bepalen:

„(6) Daarom wordt de wetgeving van de lidstaten betreffende oneerlijke handelspraktijken, waaronder oneerlijke reclame, die de economische belangen van de consumenten rechtstreeks en aldus de economische belangen van legitieme concurrenten onrechtstreeks schaden, bij deze richtlijn geharmoniseerd. [...]

[...]

(10) [...] Deze richtlijn is bijgevolg slechts van toepassing voor zover er geen specifieke communautaire wetsbepalingen bestaan betreffende specifieke aspecten van oneerlijke handelspraktijken, zoals de informatieverplichtingen en regels voor de wijze waarop de informatie aan de consument wordt gepresenteerd. Deze richtlijn beschermt de consument in gevallen waarvoor op communautair niveau geen specifieke, sectorale wetgeving bestaat, en verbiedt handelaren een verkeerde indruk te geven van de aard van producten. [...]”

11 Artikel 2 van die richtlijn bepaalt:

„Voor de toepassing van deze richtlijn wordt verstaan onder:

a) consument: een natuurlijke persoon die die handelspraktijken verricht die onder deze richtlijn vallen en die buiten zijn bedrijfs- of beroepsactiviteit vallen;

b) handelaar: een natuurlijke persoon of rechtspersoon die die handelspraktijken verricht die onder deze richtlijn vallen en die betrekking hebben op zijn bedrijfs- of beroepsactiviteit, alsook degene die in naam van of voor rekenschap van hem optreedt;

[...]

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;

e) het economische gedrag van consumenten wezenlijk verstoren: een handelspraktijk gebruiken om het vermogen van de consument om een geïnformeerd besluit te nemen merkbaar te beperken, waardoor de consument tot een transactie besluit waartoe hij anders niet had besloten;

[...]

i) uitnodiging tot aankoop: een commerciële boodschap die de kenmerken en de prijs van het product op een aan het gebruikte medium aangepaste wijze vermeldt en de consument aldus in staat stelt een aankoop te doen;

[...]

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;

[...]”

12 Artikel 3 van diezelfde richtlijn bepaalt:

„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.

[...]”

13 Artikel 5 van deze richtlijn, met als opschrift „Verbod op oneerlijke handelspraktijken”, luidt:

„1. Oneerlijke handelspraktijken zijn verboden.

2. Een handelspraktijk is oneerlijk wanneer zij:

a) in strijd is met de vereisten van professionele toewijding,

en

b) het economische gedrag van de gemiddelde consument die zij bereikt of op wie zij gericht is of, indien zij op een bepaalde groep consumenten gericht is, het economisch gedrag van het gemiddelde lid van deze groep, met betrekking tot het product wezenlijk verstoort of kan verstoren.

[...]

4. Meer in het bijzonder zijn handelspraktijken oneerlijk die:

a) misleidend zijn in de zin van de artikelen 6 en 7,

[...]”

14 Artikel 7 van richtlijn 2005/29 luidt:

„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 ertoe brengt of kan brengen een besluit over een transactie te nemen dat hij anders niet had genomen.

[...]

4. In het geval van een uitnodiging tot aankoop wordt de volgende informatie als essentieel beschouwd, indien deze niet reeds uit de context blijkt:

[...]

c) de prijs, inclusief belastingen, of, als het om een soort product gaat waarvan de prijs redelijkerwijs niet vooraf kan worden berekend, de manier waarop de prijs wordt berekend, en, in voorkomend geval, alle extra vracht-, leverings- of portokosten of, indien deze kosten redelijkerwijs niet vooraf kunnen worden berekend, het feit dat er eventueel deze extra kosten moeten worden betaald;

[...]"

Duits recht

15 Richtlijn 2005/29 is in Duits recht omgezet bij het Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (wet tot bestrijding van oneerlijke mededinging) van 3 juli 2004 (BGBl. 2004 I, blz. 1414; hierna: „UWG").

16 § 1, lid 1, eerste zin, tweede alternatief, van de Preisangabenverordnung (besluit inzake de prijsaanduiding, BGBl. 1985 I, blz. 580; hierna: „PAngV") bepaalt dat eenieder die als verkoper van producten reclame maakt bij consumenten en daarbij prijzen vermeldt, de uiteindelijk te betalen prijs dient te vermelden inclusief de belasting over de toegevoegde waarde (btw) en overige prijsbestanddelen.

Hoofdgeding en prejudiciële vragen

17 Citroën Commerce heeft in de editie van de krant *Nürnberger Nachrichten* van 30 maart 2011 een advertentie geplaatst voor auto's van het merk Citroën, die de volgende vermeldingen bevatte: „bijvoorbeeld Citroën C4 VTI 120 Exclusive: 21 800 [EUR][1]" en „maximaal prijsvoordeel: 6 170 [EUR][1]". Exponent „1" verwees naar de volgende aanduidingen, onderaan deze advertentie: „prijs plus 790 [EUR] transportkosten. Aanbod voor particulieren geldig voor alle Citroën C 4 [...] besteld tot en met 10 april 2011 [...]". De totale prijs, inclusief de kosten van het transport van de fabrikant naar de verkoper (*Überführungskosten*), die de klant voor de aankoop van een dergelijk voertuig moest betalen, werd in deze advertentie niet aangeduid.

18 De ZLW heeft bij het Landgericht Köln (rechter in eerste aanleg van de deelstaat Noordrijn-Westfalen, Keulen) tegen Citroën Commerce een vordering tot staking van deze advertentie ingesteld omdat daarin niet de uiteindelijke prijs, inclusief de transportkosten, was aangeduid.

19 Het Landgericht Köln heeft die vordering bij vonnis van 11 januari 2012 toegewezen.

20 Citroën Commerce heeft tegen die beslissing hoger beroep ingesteld bij het Oberlandesgericht Köln (hoogste rechterlijke instantie van de deelstaat Noordrijn-Westfalen, Keulen). Bij arrest van 21 september 2012 heeft die rechterlijke instantie het hoger beroep verworpen.

21 Zowel het Landgericht Köln als het Oberlandesgericht Köln heeft geoordeeld dat de betrokken advertentie strijdig was met de bepalingen van het UWG en de PAngV, op grond dat daarin niet de uiteindelijke prijs was aangeduid.

22 Citroën Commerce heeft bij het Bundesgerichtshof (hoogste federale rechter in civiele en strafzaken, Duitsland) beroep in „Revision" ingesteld tegen het arrest van het Oberlandesgericht Köln.

23 De verwijzende rechter merkt op dat het publiek de kosten voor het transport van het voertuig van de fabrikant naar de verkoper niet beschouwt als bijkomende transportkosten, maar als een integraal deel van de uiteindelijke prijs van het voertuig. De aparte aanduiding van die kosten zou enkel gerechtvaardigd zijn indien de klant de keuze heeft om zelf het voertuig bij de fabrikant op te halen

dan wel om het te doen vervoeren naar de verkoper, of indien het niet mogelijk is de betrokken kosten te bepalen omdat zij per geval veranderlijk zijn. Aan deze voorwaarden is in het hoofdgeding evenwel niet voldaan.

24 Daarop heeft het Bundesgerichtshof (hoogste federale rechter in civiele en strafzaken) de behandeling van de zaak geschorst en het Hof de volgende prejudiciële vragen gesteld:

„1) Valt een reclameboodschap voor een product waarin de daarvoor te betalen prijs wordt aangeduid onder aanbieden in de zin van artikel 1 van richtlijn 98/6?

Indien de eerste vraag bevestigend wordt beantwoord:

2) Moet de verkoopprijs die overeenkomstig artikel 1 en artikel 3, lid 1, eerste zin, van richtlijn 98/6 bij het aanbieden in de zin van artikel 1 moet worden vermeld, ook de verplichte kosten omvatten voor het van de fabrikant naar de verkoper transporteren van het motorvoertuig?

Indien de eerste of de tweede vraag ontkennend wordt beantwoord:

3) Moet de ‚prijs inclusief belastingen' die overeenkomstig artikel 7, lid 4, onder c), eerste alternatief, van richtlijn 2005/29 moet worden vermeld bij een uitnodiging tot aankoop in de zin van artikel 2, onder i), van die richtlijn, in geval van een motorvoertuig ook verplichte kosten omvatten voor het van de fabrikant naar de verkoper transporteren van het motorvoertuig?"

Beantwoording van de prejudiciële vragen

25 Met zijn vragen, die samen moeten worden behandeld, wenst de verwijzende rechter in wezen te vernemen of artikel 1 en artikel 3, lid 1, van richtlijn 98/6 alsmede artikel 7, lid 4, onder c), van richtlijn 2005/29 aldus moeten worden uitgelegd dat de kosten van het transport van een auto van de fabrikant naar de verkoper, die ten laste van de consument zijn, moeten zijn begrepen in de verkoopprijs van dat voertuig zoals aangeduid in een advertentie van een verkoper.

26 Vooraf moet erop worden gewezen dat richtlijn 98/6 volgens de bewoordingen van artikel 1 als doel heeft 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.

27 In overweging 12 van die richtlijn wordt in dat verband verklaard dat zij ertoe strekt een homogene en doorzichtige voorlichting ten behoeve van alle consumenten in het kader van de interne markt te waarborgen.

28 Teneinde die homogene en doorzichtige voorlichting inzake de prijs te verzekeren, bevat artikel 3, lid 1, van deze richtlijn een verplichting tot aanduiding van de verkoopprijs voor alle door verkopers aan de consumenten aangeboden producten, welke overeenkomstig artikel 2, onder a), van diezelfde richtlijn wordt omschreven als de uiteindelijke prijs voor een eenheid van het product of een gegeven hoeveelheid van het product, met inbegrip van de btw en alle overige belastingen.

29 Uit artikel 3, lid 4, van richtlijn 98/6 blijkt dat deze richtlijn van toepassing is op bepaalde aspecten van reclame waarin de verkoopprijs van de producten wordt vermeld.

30 In dat verband zij erop gewezen dat die bepaling weliswaar niet in een algemene verplichting tot aanduiding van de verkoopprijs voorziet, maar een advertentie als die in het hoofdgeding, die zowel de specifieke kenmerken van het aangeboden product vermeldt, als een prijs die in de ogen van een normaal geïnformeerde en redelijk omzichtige en oplettende consument lijkt op de verkoopprijs van

dat product, alsmede een datum tot wanneer het „aanbod” voor de consument geldig blijft, kan door een dergelijke consument worden beschouwd als een aanbod van de verkoper om dat product te verkopen onder de in deze advertentie vermelde voorwaarden. In dat geval moet de aldus aangeduide prijs voldoen aan de voorwaarden van richtlijn 98/6.

31 Die prijs moet meer bepaald de verkoopprijs van het betrokken product zijn, te weten zijn uiteindelijke prijs in de zin van artikel 2, onder a), van richtlijn 98/6. De uiteindelijke prijs stelt de consument in staat de in een advertentie aangeduide prijs te beoordelen en te vergelijken met die van andere gelijksoortige producten, en dus op basis van eenvoudige vergelijkingen weloverwogen keuzes te maken, overeenkomstig overweging 6 van die richtlijn.

32 Het staat aan de verwijzende rechter om na te gaan of alle in punt 30 van dit arrest vermelde elementen aanwezig zijn.

33 Weliswaar heeft het Hof in het arrest van 10 juli 2014, Commissie/België (C-421/12, EU:C:2014:2064, punt 59), eraan herinnerd dat richtlijn 98/6 niet beoogt de consument te beschermen op het vlak van prijsaanduiding in het algemeen of met betrekking tot de economische realiteit van de aankondigingen van prijsverminderingen, maar op het vlak van prijsaanduiding van producten door verwijzing naar verschillende soorten meeteenheden.

34 Evenwel heeft het Hof deze overweging enkel gemaakt in antwoord op het argument van het Koninkrijk België, dat ertoe strekte aan te tonen dat de Belgische wetgeving volgens welke de aanduidingen van prijskortingen aan bepaalde temporele voorwaarden moeten voldoen, binnen de werkingssfeer van richtlijn 98/6 valt.

35 Die kwestie verschilt kennelijk van de vraag die in casu aan de orde is, namelijk welke prijselementen moeten zijn begrepen in de aanduiding van de verkoopprijs in de zin van artikel 2, onder a), van richtlijn 98/6.

36 Met betrekking tot die prijselementen moet erop worden gewezen dat die verkoopprijs niet alleen inclusief de btw en alle overige belastingen moet zijn, maar ook, in het algemeen, de uiteindelijke prijs moet zijn die geldt voor een eenheid van het product of een gegeven hoeveelheid van het product.

37 De verkoopprijs moet als uiteindelijke prijs alle onvermijdbare en voorzienbare elementen van de prijs bevatten, die verplicht ten laste van de consument zijn en die de tegenprestatie in geld vormen voor de aankoop van het betrokken product (zie naar analogie arrest van 18 september 2014, Vueling Airlines, C-487/12, EU:C:2014:2232, punt 36).

38 Wanneer de verkoper die een product verkoopt, eist dat de consument de kosten van het transport van dat product van de fabrikant naar die verkoper voor zijn rekening neemt, met als gevolg dat die – overigens onveranderlijke – kosten verplicht ten laste van de consument vallen, vormen die kosten bijgevolg een element van de verkoopprijs in de zin van artikel 2, onder a), van richtlijn 98/6.

39 Dat is met name het geval wanneer de consument zich naar een handelsvestiging van de verkoper begeeft om een auto in bezit te nemen die hij bij die verkoper heeft gekocht en die in een andere vestiging is gemaakt. In een dergelijk geval zijn de kosten van het transport van de fabrikant naar de verkoper gewoonlijk ten laste van deze consument.

40 Die voor de consument verplichte transportkosten moeten worden onderscheiden van de bijkomende kosten van het transport of de levering van het gekochte product naar de door de consument gekozen plaats, aangezien die bijkomende kosten geen onvermijdbaar en voorzienbaar element van de prijs vormen.

41 Wanneer de in punt 30 van dit arrest bedoelde situatie zich voordoet, moeten daarom in de prijs van een door een verkoper aan de consument te koop aangeboden product, in de advertentie voor dat product, de kosten van het transport van dat product van de fabrikant naar de verkoper begrepen zijn wanneer die verplicht ten laste van deze consument zijn.

42 Met betrekking tot de vraag of richtlijn 2005/29 van toepassing is, dient eraan te worden herinnerd dat artikel 3, lid 4, van die richtlijn bepaalt dat in geval van strijdigheid tussen de bepalingen van die richtlijn en andere Unierechtelijke voorschriften betreffende specifieke aspecten van oneerlijke handelspraktijken, laatstgenoemde voorschriften prevaleren en van toepassing zijn op deze specifieke aspecten.

43 Uit artikel 3, lid 1, van richtlijn 2005/29 volgt weliswaar dat deze richtlijn van toepassing is op oneerlijke handelspraktijken van ondernemingen jegens consumenten, zoals omschreven in artikel 5, vóór, gedurende en na een commerciële transactie met betrekking tot een product. Artikel 2, onder d), van deze richtlijn definieert dergelijke praktijken als „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” (zie arrest van 16 juli 2015, Abcur, C-544/13 en C-545/13, EU:C:2015:481, punt 73).

44 Toch is het belangrijk erop te wijzen dat richtlijn 98/6 specifieke aspecten regelt, in de zin van artikel 3, lid 4, van richtlijn 2005/29, van mogelijk oneerlijke handelspraktijken in de verhoudingen tussen handelaren en consumenten, met name inzake de aanduiding van de verkoopprijs in verkoopaanbiedingen en in reclame.

45 Aangezien het aspect betreffende de verkoopprijs die in een advertentie als die in het hoofdgeding wordt vermeld, door richtlijn 98/6 wordt geregeld, is richtlijn 2005/29 bijgevolg niet op dit aspect van toepassing.

46 Daarom hoeft artikel 7, lid 4, onder c), van richtlijn 2005/29 niet te worden uitgelegd.

47 Gelet op al deze overwegingen moeten de prejudiciële vragen aldus worden beantwoord dat artikel 3 van richtlijn 98/6, gelezen in samenhang met artikel 1 en artikel 2, onder a), aldus moet worden uitgelegd dat de kosten van het transport van een auto van de fabrikant naar de verkoper, die ten laste zijn van de consument, moeten zijn begrepen in de verkoopprijs van dat voertuig, zoals aangeduid in een advertentie van een verkoper, wanneer deze advertentie, gelet op alle kenmerken ervan, in de ogen van de consument een aanbod betreffende dat voertuig vormt. Het staat aan de verwijzende rechter om na te gaan of al deze elementen aanwezig zijn.

Kosten

48 Ten aanzien van de partijen in het hoofdgeding is de procedure als een aldaar gerezen incident te beschouwen, zodat de verwijzende rechterlijke instantie over de kosten heeft te beslissen. De door anderen wegens indiening van hun opmerkingen bij het Hof gemaakte kosten komen niet voor vergoeding in aanmerking.

Het Hof (Vierde kamer) verklaart voor recht:

Artikel 3 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, gelezen in samenhang met artikel 1 en artikel 2, onder a), moet aldus worden uitgelegd dat de kosten van het transport van een auto van de fabrikant naar de verkoper, die ten laste zijn van de consument, moeten zijn begrepen in de verkoopprijs van dat

voertuig, zoals aangeduid in een advertentie van een verkoper, wanneer deze advertentie, gelet op alle kenmerken ervan, in de ogen van de consument een aanbod betreffende dat voertuig vormt. Het staat aan de verwijzende rechter om na te gaan of al deze elementen aanwezig zijn.

ondertekeningen