



Zbirka odločb sodne prakse

SKLEPNI PREDLOGI GENERALNEGA PRAVOBRANILCA
GIOVANNIJA PITRUZZELLE,
predstavljeni 28. februarja 2019¹

Zadeva C-649/17

**Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände – Verbraucherzentrale
Bundesverband e.V.
proti
Amazon EU Sàrl**

(Predlog za sprejetje predhodne odločbe, ki ga je vložilo Bundesgerichtshof (zvezno vrhovno sodišče, Nemčija))

„Predhodno odločanje – Varstvo potrošnikov – Direktiva 2011/83/EU – Obveznosti glede informacij v zvezi s pogodbami, sklenjenimi na daljavo ali zunaj poslovnih prostorov – Informacije o komunikacijskih sredstvih, ki potrošniku omogočajo, da hitro stopi v stik s trgovcem in z njim učinkovito komunicira“

1. Ali za zagotovitev učinkovitega varstva potrošnikov v skladu s členom 6(1)(c) Direktive 2011/83/EU Evropskega parlamenta in Sveta z dne 25. oktobra 2011 o pravicah potrošnikov² zadostuje, da trgovec pred sklenitvijo pogodbe na daljavo potrošniku na jasen in razumljiv način zagotovi informacije o načinih za vzpostavitev stika s trgovcem, pri čemer se lahko ti razlikujejo od načinov, naštetih v navedeni določbi, ki potrošniku omogočajo hitro in učinkovito komunikacijo s trgovcem?
2. To je v bistvu temeljno vprašanje obravnavanega spora, ki izvira iz predloga za sprejetje predhodne odločbe, ki ga je Bundesgerichtshof (zvezno vrhovno sodišče, Nemčija) vložilo v postopku v glavni stvari, v okviru katerega Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände, Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. (zvezno združenje organov in uradov za varstvo potrošnikov, Nemčija; v nadaljevanju: Bundesverband) družbi Amazon EU Sàrl (v nadaljevanju: Amazon) očita neprimernost komunikacijskih sredstev, ki jih je ta potrošniku dala na voljo pred sklenitvijo pogodbe, ker se ta deloma razlikujejo od sredstev, navedenih v tej določbi.
3. V teh sklepnih predlogih bom pojasnil razloge, zaradi katerih menim, da iz prava Unije izhaja obveznost, da trgovci v pogodbah, sklenjenih na daljavo, navedejo komunikacijska sredstva, ki lahko v celoti zagotovijo uresničevanje ciljev varstva potrošnikov.
4. Za te cilje se lahko šteje, da so bili v celoti izpolnjeni le z uporabo sredstev, ki potrošniku omogočajo, da v skladu s posebnostmi pogodbe, ki jo sklepajo, hitro in učinkovito stopijo v stik s trgovcem.

¹ Jezik izvirnika: italijanščina.

² Direktiva 2011/83/EU Evropskega parlamenta in Sveta z dne 25. oktobra 2011 o pravicah potrošnikov, spremembi Direktive Sveta 93/13/EGS in Direktive 1999/44/ES Evropskega parlamenta in Sveta ter razveljavitvi Direktive Sveta 85/577/EGS in Direktive 97/7/ES Evropskega parlamenta in Sveta (UL 2011, L 304, str. 64).

I. Pravni okvir

A. *Pravo Unije*

5. Člen 5 Direktive 2011/83, naslovljen „Obveznosti glede informacij pri pogodbah, ki niso pogodbe, sklenjene na daljavo ali zunaj poslovnih prostorov“, določa:

„1. Preden se potrošnik zaveže s pogodbo, ki ni pogodba, sklenjena na daljavo ali zunaj poslovnih prostorov, ali kakršno koli drugo podobno ponudbo, trgovec potrošniku na jasen in razumljiv način zagotovi naslednje informacije, če te informacije že niso jasne iz okoliščin:

[...]

(b) identiteto trgovca, kot na primer njegovo trgovsko ime, fizični naslov, na katerem ima sedež, in njegovo telefonsko številko;

[...]“.

6. Člen 6 Direktive 2011/83, naslovljen „Obveznosti glede informacij v zvezi s pogodbami, sklenjenimi na daljavo ali zunaj poslovnih prostorov“, določa:

„1. Preden pogodba, sklenjena na daljavo ali zunaj poslovnih prostorov, ali kaka druga podobna ponudba, potrošnika zavezuje, trgovec potrošniku na jasen in razumljiv način zagotovi naslednje informacije:

[...]

(c) fizični naslov sedeža podjetja trgovca, njegovo telefonsko številko, številko faksa in elektronski naslov, kadar so na voljo, da bi lahko potrošnik hitro stopil v stik s trgovcem in učinkovito komuniciral z njim [...]

[...]“.

7. Člen 21 Direktive 2011/83/ES, naslovljen „Telefonsko komuniciranje“, določa:

„Države članice zagotovijo, da potrošnik v primeru klica na telefonsko številko, ki [če] jo vzpostavi trgovec za namene komuniciranja s potrošnikom v zvezi s sklenjeno pogodbo prek telefona, plača le osnovno ceno telefonskega pogovora [...]“.

B. *Nemško pravo*

8. Člen 312d(1) Bürgerliches Gesetzbuch (nemški civilni zakonik, v nadaljevanju: BGB), naslovljen „Obveznosti glede informacij“, določa:

„V primeru pogodb, sklenjenih zunaj poslovnih prostorov, in pogodb, sklenjenih na daljavo, mora trgovec obveščati potrošnika v skladu z določbami člena 246a Einführungsgesetz zum Bürgerlichen Gesetzbuch [(zakon o uvedbi civilnega zakonika, v nadaljevanju: EGBGB)]. Informacije, ki jih trgovec zagotovi v okviru izpolnjevanja te obveznosti, postanejo del vsebine pogodbe, razen če so se pogodbene stranke izrecno dogovorile drugače.“

9. Člen 246a EGBGB, naslovljen „Obveznosti glede informacij v zvezi s pogodbami, sklenjenimi zunaj poslovnih prostorov, in pogodbami na daljavo z izjemo pogodb o finančnih storitvah“, v odstavku 1(1)(2) določa:

„Trгоvec mora v skladu s členom 312d(1) BGB potrošniku zagotoviti naslednje informacije:

[...]

2. svojo identiteto, na primer svoje poslovno ime, fizični naslov sedeža svojega podjetja, svojo telefonsko številko in, če sta na voljo, številko telefaksa in elektronski naslov, če je to ustrezno, pa tudi fizični naslov in identiteto trgovca, v imenu katerega deluje.“

II. Dejansko stanje, postopek v glavni stvari in vprašanja za predhodno odločanje

10. Bundesverband družbi Amazon EU Sàrl, to je platformi za spletno prodajo, očita, da ni izpolnila obveznosti glede informacij, ki bi jih morala potrošniku zagotoviti na jasn in razumljiv način, s čimer je kršila nemško zakonodajo o prenosu Direktive 2011/83.

11. Po mnenju tožeče stranke v postopku v glavni stvari družba Amazon potrošnikom pred zaključkom prodaje na daljavo (prek spleta) zlasti ni zagotovila številke telefaksa in je potrošnike tako prisilila, da na spletni strani izvedejo večje število korakov, ki so vključevali tudi nekatera vprašanja v zvezi z njihovo identiteto, preden so se lahko seznanili s telefonsko številko za vzpostavitev stika s klicnim centrom.

12. To naj bi pomenilo kršitev veljavne nemške zakonodaje na področju varstva potrošnikov, s katero se izvaja Direktiva 2011/83 in ki trgovcem nalaga obveznost, da potrošniku na jasn in razumljiv način poleg fizičnega naslova posreduje tudi telefonsko številko in, če sta na voljo, številko telefaksa in elektronski naslov, da bi lahko potrošnik hitro stopil v stik s trgovcem in učinkovito komuniciral z njim.

13. Sistema samodejnega povratnega klica in takojšnjega spletnega pogovora („chat“), ki ju je družba Amazon sicer zagotovila, pa naj po mnenju tožeče stranke v postopku v glavni stvari ne bi zadoščala za izpolnitev obveznosti, določenih v tej zakonodaji.

14. Bundesverband je po vložitvi tožbe na Landgericht Köln (deželno sodišče v Kölnu, Nemčija), ki je to tožbo dne 13. oktobra 2015 zavrnilo, vložilo pritožbo pri Oberlandesgericht Köln (višje deželno sodišče v Kölnu, Nemčija).

15. To je s sodbo z dne 8. julija 2016 zavrnilo pritožbo in potrdilo sodbo prvostopenjskega sodišča.

16. Bundesverband je nazadnje vložilo revizijo pri Bundesgerichtshof (zvezno vrhovno sodišče).

17. Bundesgerichtshof (zvezno vrhovno sodišče) je Sodišču predložilo predlog za sprejetje predhodne odločbe, v katerem je izrazilo dvome glede tega, ali je nacionalna zakonodaja, kot je nemška, ki določa, da je treba telefonsko številko trgovca navesti vselej in ne zgolj, kadar je na voljo, skladna s pravom Unije.

18. Bundesgerichtshof (zvezno vrhovno sodišče) je zato Sodišču postavilo vprašanja v zvezi s pravilno razlago izraza „kadar so na voljo“ iz člena 6(1)(c) ter v zvezi z izčrpnostjo seznama komunikacijskih sredstev iz navedene določbe in z vsebino zahteve po preglednosti, ki jo mora trгоvec izpolniti.

19. V teh okoliščinah je Bundesgerichtshof (zvezno vrhovno sodišče) prekinilo odločanje in Sodišču v predhodno odločanje predložilo ta vprašanja:

- „1. Ali lahko države članice sprejmejo določbo, ki – kot določba člena 246a(1), pododstavek 1, prvi stavek, točka 2, EGBGB – določa, da je trgovec dolžan potrošniku v okviru sklepanja pogodb na daljavo, preden ta sklene pogodbo, [ne zgolj, kadar je na voljo, temveč vselej] dati na voljo svojo telefonsko številko?
2. Ali v [nemški jezikovni različici] člena 6(1)(c) Direktive 2011/83/EU uporabljena besedna zveza ‚gegebenenfalls‘ [‚kadar so na voljo‘], pomeni, da mora trgovec informacije zagotoviti samo o komunikacijskih sredstvih, ki jih ima dejansko na voljo v podjetju, in torej ni dolžan zagotoviti novega priključka za telefon ali telefaks oziroma naslova elektronske pošte, če se odloči, da bo v okviru podjetja sklepal tudi pogodbe na daljavo?
3. Če je odgovor na drugo vprašanje pritrdilen:

Ali v [nemški jezikovni različici] člena 6(1)(c) Direktive 2011/83/EU uporabljena besedna zveza ‚gegebenenfalls‘ [‚kadar so na voljo‘] pomeni, da so v podjetju na voljo samo takšna komunikacijska sredstva, ki jih trgovec dejansko uporablja za stike s potrošniki pri sklepanju pogodb na daljavo, ali pa podjetje razpolaga tudi s takšnimi komunikacijskimi sredstvi, ki jih je trgovec doslej uporabljal izključno za druge namene, na primer za komunikacijo s trgovci ali organi?

4. Ali so komunikacijska sredstva v členu 6(1)(c) Direktive 2011/83/EU, to je telefon, telefaks in elektronski naslov, naštetá izčrpno ali pa lahko trgovec uporablja tudi druga komunikacijska sredstva, ki v tem členu niso navedena – kot na primer spletni pogovor ali povratni telefonski klic – če se s tem zagotavlja hitro vzpostavljanje stikov in učinkovita komunikacija?
5. Ali je pri uporabi načela preglednosti iz člena 6(1) Direktive 2011/83/EU, v skladu s katerim mora trgovec potrošniku na jasn in razumljiv način zagotoviti informacijo o komunikacijskih sredstvih iz člena 6(1)(c) Direktive 2011/83/EU, upoštevno, da se informacija zagotovi hitro in učinkovito?“

III. Pravna analiza

1. Narava in cilji Direktive 2011/83

20. Glavni cilj Direktive, kot je razviden iz člena 1³ in uvodne izjave 4⁴, je prispevati k pravilnemu delovanju notranjega trga, tako da bi na njem vladalo pravo ravnovesje med visoko ravno varstva potrošnikov in konkurenčnostjo podjetij.

21. V ta namen Direktiva 2011/83 harmonizira nekatere vidike zakonov in drugih predpisov držav članic v zvezi s pogodbami, sklenjenimi med potrošniki in trgovci.

3 Člen 1 Direktive 2011/83, naslovljen „Predmet urejanja“, določa, da je „[n]amen te direktive [...] z doseganjem visoke ravni varstva potrošnikov prispevati k pravilnemu delovanju notranjega trga, in sicer s približevanjem nekaterih vidikov zakonov in drugih predpisov držav članic v zvezi s pogodbami, sklenjenimi med potrošniki in trgovci“.

4 „(4) [...] Uskladitev [harmonizacije] določenih vidikov potrošniških pogodb, sklenjenih na daljavo ali zunaj poslovnih prostorov, je nujna za spodbujanje dejanskega potrošniškega notranjega trga, na katerem bi vladalo pravo ravnovesje med visoko ravno varstva potrošnikov in konkurenčnostjo podjetij, obenem pa bi bilo zagotovljeno spoštovanje načela subsidiarnosti.“

22. Zato je ta direktiva, ki bi se morala „oddaljiti od pristopa minimalnega usklajevanja [harmonizaciji] iz predhodnih direktiv“, ⁵ namenjena popolni harmonizaciji, ⁶ zaradi katere države članice ne morejo ohraniti ali uvesti določb, ki od tega odstopajo, razen v primerih, ki so v tej direktivi izrecno določeni. ⁷

23. Področje uporabe te direktive je izjemno široko, saj se ta v skladu s členom 3 uporablja „za kakršno koli pogodbo, sklenjeno med trgovcem in potrošnikom“, in zlasti za vse pogodbe, sklenjene na daljavo ali zunaj poslovnih prostorov.

24. Glede na obsežnost področja uporabe te direktive lahko razumno sklepamo, da je pri razlagi njenih določb mogoče razlikovati glede na okoliščine, v katerih trgovec in potrošnik delujeta z namenom sklenitve pogodbe.

25. Poleg tega je v uvodni izjavi 36, ki se nanaša na obveznosti trgovca glede informacij, navedeno, da bi bilo treba „[p]ri pogodbah, sklenjenih na daljavo, [...] zahteve po informiranju prilagoditi tako, da upoštevajo tehnične omejitve nekaterih medijev“, člen 8 pa določa, da „[p]ri pogodbah, sklenjenih na daljavo, trgovec potrošniku na način, primeren za uporabljeno sredstvo za komuniciranje na daljavo, zagotovi ali da na voljo informacije iz člena 6(1)“.

26. Te določbe vzpostavljajo jasno povezavo med načinom, na katerega trgovec komunicira s potrošnikom, in lastnostmi tehničnega sredstva, uporabljenega za sklenitev posla.

27. Glede na ugotovitve, navedene v prejšnjih točkah, lastnosti okolja, v katerem potekajo pogajanja o sklenitvi pogodbe (na domu potrošnika, prek spleta ipd.), in tehnično sredstvo, s katerim pogodbeni stranki vzpostavita medsebojno razmerje (telefon, dokumenti v papirni obliki, spletne platforme), vplivajo na načine, na katere se izpolnjujejo obveznosti trgovca glede informacij.

2. Posebnosti pogodb, sklenjenih s trgovci, ki poslujejo izključno prek elektronskega omrežja, in upoštevnost navedb iz sodbe z dne 16. oktobra 2008 (C-298/07, EU:C:2008:572)

28. Tožena stranka v postopku v glavni stvari je platforma za prodajo potrošniškega blaga in storitev, ki deluje izključno prek spleta.

29. Ko se potrošnik odloči, da bo blago ali storitev namesto pri „tradicionalnem“ trgovcu, ki deluje v poslovnih prostorih, ali pri trgovcu, ki deluje prek drugih komunikacijskih sredstev (na primer prek telefona), kupil pri trgovcu, ki deluje izključno prek elektronskega omrežja, stopi v stik s sistemom, v okviru katerega se zahtevajo določena znanja in izvedba nekaterih aktivnosti, ki se razlikujejo od tistih, ki obstajajo v okviru tradicionalnih dobavnih poti.

30. Prvič, nakup prek spleta zahteva registracijo potrošnika na spletni strani trgovca ter posredovanje določenih osebnih podatkov, ki omogočajo njegovo identifikacijo, in elektronskega naslova.

31. Praviloma se zaradi plačila prodajne cene blaga ali storitve zahteva tudi uporaba kreditne oziroma bančne plačilne kartice ali spletnega plačilnega sistema.

⁵ Glej uvodno izjavo 2 Direktive 2011/83, v kateri je navedeno: „Zato bi morala ta direktiva določiti standardna pravila za skupne vidike pogodb, sklenjenih na daljavo, in pogodb, sklenjenih zunaj poslovnih prostorov, in se oddaljiti od pristopa minimalnega usklajevanja [minimalne harmonizacije] iz predhodnih direktiv, državam članicam pa dovoliti, da ohranijo ali sprejmejo nacionalna pravila za določene vidike“.

⁶ Glej uvodni izjavi 5 in 7 Direktive 2011/83, v katerih je navedeno: „[...] Zato bo popolna uskladitev [harmonizacija] nekaterih vidikov informiranja potrošnikov in pravice do odstopa pri pogodbah, sklenjenih na daljavo in pogodbah, sklenjenih zunaj poslovnih prostorov, prispevala k visoki ravni varstva potrošnikov in boljšemu delovanju notranjega trga za poslovanje med podjetji in potrošniki“ ter „Popolna uskladitev [harmonizacija] nekaterih ključnih zakonodajnih vidikov bi morala znatno povečati pravno varnost potrošnikov in trgovcev [...]“.

⁷ Trditev iz člena 4 Direktive 2011/83.

32. Zato imajo potrošniki, ki se odločijo, da se bodo obrnili na trgovca, ki posluje izključno prek spleta, zadostno raven poznavanja orodij, ki omogočajo interakcijo v spletnem okolju.
33. Ko se potrošnik obrne na trgovca, ki posluje izključno prek spleta, poleg tega uveljavlja svobodno izbiro o potrošnji, saj je blago in storitve, ki jih je mogoče kupiti prek spletnih platform, prav tako mogoče kupiti po „tradicionalnih“ dobavnih poteh.
34. Nobena spletna platforma pa ne dobavlja izključno proizvodov in storitev, povezanih s temeljnimi interesi ali osnovnimi potrebami posameznika.
35. Če torej na podlagi ugotovitev iz točk 28 in 29 velja, da morajo biti načini, na katere se obveznosti trgovca izpolnjujejo, skladni z lastnostmi uporabljenega tehničnega sredstva, je treba v primerih, ko se transakcija izvaja prek spleta, zagotoviti, da bodo ti načini upoštevali značilnosti povprečnega potrošnika, ki uporablja storitve elektronskega poslovanja.
36. To prvo ugotovitev potrjujeta tudi splošna sodna praksa v zvezi s pojmovanjem potrošnika in posebna sodna praksa, ki se nanaša na zahteve v zvezi s podatki, določene v Direktivi o elektronskem poslovanju.
37. V zvezi s splošno sodno prakso je treba navesti, da se Sodišče pri razlagi Direktive o nepoštenih poslovnih praksah sklicuje na dojemanje povprečnega potrošnika oziroma „potrošnika, ki je normalno obveščen ter razumno pozoren in preudaren“.⁸
38. V zvezi s posebno sodno prakso pa naj spomnim, da se je Sodišče že izreklo o zahtevah v zvezi s podatki, ki jih trgovcem nalaga Direktiva o elektronskem poslovanju.⁹ Zlasti v sodbi z dne 16. oktobra 2008¹⁰ je odgovorilo na nekatera vprašanja za predhodno odločanje, ki so podobna vprašanjem v obravnavani zadevi.¹¹
39. Sodišču je bilo v bistvu postavljeno vprašanje, ali bi moral trgovec potrošniku obvezno dati na voljo telefonsko številko, da bi ta lahko z njim komuniciral, ali pa zadostuje drug način za vzpostavitev stika, ki omogoča hitro in učinkovito komunikacijo.
40. V zvezi s tem je Sodišče potrdilo, „da je treba člen 5(1)(c) Direktive razlagati tako, da mora ponudnik storitev pred sklenitvijo pogodbe s prejemniki storitve poleg svojega elektronskega naslova navesti še druge podatke, ki omogočajo hitro vzpostavitev stika ter hitro in učinkovito komuniciranje. Ti podatki niso nujno telefonska številka“.¹²

⁸ Sodba z dne 7. avgusta 2018, Verbraucherzentrale Berlin (C-485/17, EU:C:2018:642, točka 44 in navedena sodna praksa).

⁹ Člen 5(1)(c) Direktive 2000/31/ES Evropskega parlamenta in Sveta z dne 8. junija 2000 o nekaterih pravnih vidikih storitev informacijske družbe, zlasti elektronskega poslovanja na notranjem trgu (v nadaljevanju: Direktiva o elektronskem poslovanju, UL, posebna izdaja v slovenščini, poglavje 13, zvezek 25, str. 399), naslovljen „Splošni podatki, ki jih je treba zagotoviti“, ki od trgovca zahteva, da potrošniku „omogoči [...] lahek, neposreden in stalen dostop“ do „podatk[ov] o ponudniku storitev, vključno z njegovim elektronskim naslovom, ki mu omogoča hitro navezavo stikov ter neposredno in učinkovito komuniciranje“.

¹⁰ Sodba z dne 16. oktobra 2008, deutsche internet versicherung (C-298/07, EU:C:2008:572).

¹¹

„Ali mora ponudnik storitev na podlagi člena 5(1)(c) Direktive [...] pred podpisom pogodbe s prejemnikom storitve navesti telefonsko številko, da omogoči hitro navezavo stikov ter neposredno in učinkovito komuniciranje? 2. Če je odgovor na prvo vprašanje nikalen: (a) ali mora ponudnik storitev pred podpisom pogodbe s prejemnikom storitve, poleg tega da navede svoj elektronski naslov, ponuditi drug način komuniciranja na podlagi člena 5(1)(c) Direktive? (b) Če je odgovor pritrdilen: ali kot drug način komuniciranja zadostuje, da ponudnik storitev da na voljo obrazec za vzpostavitev stika, s katerim se prejemnik storitev lahko prek spleta obrne na ponudnika storitev, ki odgovori na vprašanje prejemnika storitev po elektronski pošti?“

¹² Sodba z dne 16. oktobra 2008, deutsche internet versicherung (C-298/07, EU:C:2008:572, točka 40).

41. Nato je dodalo, da je to „[l]ahko obrazec za elektronsko vzpostavitev stika, prek katerega se prejemniki storitev po spletu obrnejo na ponudnika storitev in na katerega ta odgovori po elektronski pošti, razen v situacijah, v katerih prejemnik storitev, ki se po elektronski vzpostavitvi stika s ponudnikom storitev znajde brez dostopa do elektronskega omrežja, zahteva od ponudnika dostop do drugega, neelektronskega načina komuniciranja“.¹³

42. Besedilo zakonske določbe, ki jo je Sodišče razlagalo, se z izjemo elektronskega naslova ni izrecno sklicevalo na posebne načine za vzpostavitev stika, kot se, nasprotno, sklicuje besedilo zakonske določbe, ki je predmet tega postopka (telefonska številka in številka telefaksa).

43. Vendar je treba v zvezi s tem opozoriti, da sklicevanju na posebne načine za vzpostavitev stika (telefonska številka in številka telefaksa) sledi izraz „kadar so na voljo“, ki bo predmet razlage v naslednjih točkah.

44. Na tej točki je treba poudariti, da se tako zakonska določba, ki jo je razlagalo Sodišče, kot člen 6(1)(c) Direktive 2011/83, ki je predmet tega postopka, sklicujeta na potrebo po tem, da se potrošniku omogoči hitra in učinkovita vzpostavitev stika.

45. Iz sodne prakse Sodišča je torej razvidno, da uporaba telefona ni nujna, da bi se potrošniku zagotovila hitra in učinkovita vzpostavitev stika s trgovcem, ki posluje prek spleta.

3. Obveznosti trgovcev glede informacij v zvezi s pogodbami, sklenjenimi na daljavo, in načini komuniciranja s potrošniki

46. Člen 6(1) Direktive 2011/83, naslovljen „Obveznosti glede informacij v zvezi s pogodbami, sklenjenimi na daljavo ali zunaj poslovnih prostorov“, določa obveznost trgovca, da potrošniku zagotovi določene informacije, vključno s tistimi iz točke (c), v kateri so navedeni: „fizični naslov sedeža podjetja trgovca, njegov[a] telefonsk[a] številka[a], številka[a] faksa in elektronski naslov, kadar so na voljo“.

47. Besedilo odstavka 1(c) določa namen, zaradi katerega morajo biti zgornje informacije na voljo, in sicer „da bi lahko potrošnik hitro stopil v stik s trgovcem in učinkovito komuniciral z njim“. Besedilo odstavka 1 v zvezi z vsemi informacijami prav tako na splošno določa, da se morajo te zagotoviti „na jasn in razumljiv način“.

48. Da bi bila obveznost glede informacij v zvezi z načini za vzpostavitev stika s trgovcem ustrezno izpolnjena, pa je treba zadostiti dvema bistvenima pogojema.

49. Prvič, informacije o načinih za vzpostavitev stika je treba zagotoviti „na jasn in razumljiv način“.¹⁴

50. Drugič, načini komuniciranja morajo potrošniku omogočiti, da „bi lahko [...] hitro stopil v stik s trgovcem in učinkovito komuniciral z njim“.

51. Gre torej za ločena pogoja, ki imata različni funkciji.

52. Prvi pogoj izhaja iz splošnejše zahteve po preglednosti pogodbenih pogojev, ki se očitno uporablja tudi v zvezi z načini za vzpostavitev stika in trgovcu nalaga, naj zagotovi, da bo potrošnik lahko nedvoumno razumel, kateri načini za vzpostavitev stika so mu na voljo, če bi se pojavila potreba po komunikaciji s trgovcem.

¹³ Sodba z dne 16. oktobra 2008, deutsche internet versicherung (C-298/07, EU:C:2008:572, točka 40).

¹⁴ Ta pogoj velja za vse informacije iz točk od (a) do (t) člena 6(1) Direktive 2011/83.

53. Drugi pogoj pa se nanaša na načine za vzpostavitev stika in trgovcu nalaga, naj zagotovi, da bo potrošnik lahko, če bo imel to potrebo, s trgovcem komuniciral hitro in učinkovito.

54. Pri tem ni toliko pomembno komunikacijsko sredstvo, ki se obravnava v abstraktnem smislu, ampak predvsem sposobnost, da se v konkretnem primeru, to je glede na posebne značilnosti okoliščin, v katerih se izvaja določena transakcija, zagotovi, da lahko potrošnik hitro stopi v stik s trgovcem in učinkovito komunicira z njim ter da se informacije zagotovijo na jasen in razumljiv način.

55. Za doseganje teh ciljev pa je treba, tudi z vidika preudarkov iz točk od 24 do 45 teh sklepnih predlogov, upoštevati lastnosti tehničnega sredstva, uporabljenega pri pogajanjih o pogodbi in njeni sklenitvi, ter značilnosti običajnega potrošnika, ki takšno sredstvo uporabi.

4. Razlaga člena 6(1)(c) Direktive 2011/83

56. Zdi se, da doseganje ciljev, ki se uresničujejo z obveznostmi trgovca glede informacij, ne zahteva uporabe posebnega komunikacijskega sredstva, kot je razpoložljivost telefonske številke, na katero se lahko pokliče. Pri tem je namreč, kot je razvidno iz navedenega, pomembno to, da sredstvo, uporabljeno v konkretnem primeru, potrošniku omogoči, da hitro stopi v stik s trgovcem in z njim učinkovito komunicira, ter da trgovec informacije zagotovi na jasen in razumljiv način.

57. Besedilo člena 6(1)(c) takšni ugotovitvi nikakor ne nasprotuje.

58. Na splošno je treba ugotoviti, da se člen 6 nanaša na vse pogodbe, sklenjene na daljavo ali zunaj poslovnih prostorov, in torej ne le na pogodbe, sklenjene med trgovcem, ki upravlja elektronsko platformo, in potrošnikom.

59. Ravno zato je zakonodajalec v točki (c) predvidel seznam raznolikih in raznovrstnih komunikacijskih sredstev, pri čemer se njihova primernost za doseganje ciljev iz tega člena razlikuje glede na konkretne okoliščine, v katerih se določena transakcija izvaja.

60. Pri pogodbah, sklenjenih prek telefona, je povsem običajno, da bo tudi naknadna komunikacija potekala prek tega vnaprej izbranega komunikacijskega sredstva, medtem ko se pri pogodbah, sklenjenih prek spleta, lahko izkaže, da so druga sredstva primernejša za hitro vzpostavitev stika s trgovcem in učinkovito komuniciranje z njim.

61. Natančneje, izraz „kadar so na voljo“ iz člena 6(1)(c) z vidika samega besedila potrjuje sistematično in teleološko razlago, podano v prejšnjih točkah, ki izključuje obveznost, da morajo komunikacijska sredstva vključevati tudi priključek za telefon.

62. Na tej točki se je treba osredotočiti na pomen, ki naj se pripiše izrazu „kadar so na voljo“, ki se v nemški jezikovni različici glasi „gegebenenfalls“, v francoski „lorsqu’ils sont disponibles“, v angleški jezikovni različici pa „where available“.

63. Kot je znano, je treba v skladu z ustaljeno sodno prakso pri razlagi določbe prava Unije upoštevati njeno besedilo, cilj in okvir ter cilje, ki jih uresničuje ureditev, katere del je.¹⁵

¹⁵ Sodbi z dne 22. novembra 2012, Brain Products (C-219/11, EU:C:2012:742, točka 13 in navedena sodna praksa), ter z dne 12. junija 2014, Lukoyl Neftohim Burgas (C-330/13, EU:C:2014:1757, točka 59).

64. Če torej določba prava Unije glede opredelitve posamičnega pojma ne napotuje izrecno na pravo držav članic, je treba ta pojem v celotni Uniji razlagati avtonomno in enotno ob upoštevanju ne zgolj izrazov iz zadevne določbe, ampak tudi njenega okvira in cilja, ki mu sledi ureditev, katere del je.¹⁶

65. Izraz „gegebenenfalls“ v nemški jezikovni različici, ki je v slovarju nemškega jezika opredeljen z besedno zvezo „wenn ein Fall eintritt“ („po potrebi“), očitno izraža pogojnost in se nanaša zgolj na možnost nastanka takšne potrebe. V italijanski jezikovni različici se prevod tega izraza glasi „ove disponibili“, ki je v italijanskem jeziku enakovreden izrazu „eventualmente“ („če je to primerno“) oziroma izrazu „all’occorrenza“ („po potrebi“).

66. Enako velja za besedne zveze, uporabljene v drugih jezikovnih različicah obravnavane direktive, in sicer „lorsqu’ils sont disponibles“ v francoski in „where available“ v angleški jezikovni različici.

67. Besedilo člena 6(1)(c) Direktive 2011/83 torej v skladu z njegovo dobesedno razlago trgovcem ne nalaga absolutne in brezpogojne obveznosti glede navajanja vseh načinov za vzpostavitev stika, naštetih v tej določbi.

68. Poleg tega so v besedilu člena 6(1)(c) vsi trije načini za vzpostavitev stika (telefon, telefaks in elektronski naslov) navedeni kot enakovredni, sledi pa jim izraz „kadar so na voljo“, ki se zato nujno nanaša na zadevna tri sredstva komuniciranja,¹⁷ za razliko od fizičnega naslova, umeščenega na začetek seznama in ločenega od ostalih sredstev, iz česar izhaja, da ga mora trgovec vselej navesti.

69. Na tem mestu je treba pojasniti, ali izraz „kadar so na voljo“ pomeni, da mora podjetje, če ima priključek za telefon, tega tudi dati na voljo za komuniciranje s potrošniki.

70. Menim, da takšna razlaga ne bi bila pravilna.

71. Prvič, ko se je pripravljalo besedilo te direktive, si je bilo skorajda nemogoče predstavljati, podobno kot danes, da bi v praksi obstajalo podjetje, ki ne bi imelo priključka za telefon. Če bi torej zakonodajalec Unije želel podjetjem, ki imajo priključek za telefon (to bi zajemalo skorajda vsa podjetja), naložiti uporabo telefona za komuniciranje s potrošniki, izraz „kadar so na voljo“ ne bi imel nobenega smisla.

72. Da bi torej ta izraz osmislili, si je treba, ravno nasprotno, predstavljati primer, v katerem priključek za telefon ne le obstaja, ampak ga trgovec da na voljo za komuniciranje s potrošnikom.

73. V tem primeru se izraz „na voljo“ razlaga kot sopomenka izrazov „v uporabi; dostopen; prost; nezaseden“.

74. Vsa orodja, ki obstajajo ali so prisotna v določenih okoliščinah, namreč niso dejansko na voljo vsem, ki jih želijo uporabiti.

75. Obravnavana direktiva vsebuje tudi druge določbe, ki potrjujejo možnost uporabe priključka za telefon za komuniciranje med potrošniki in trgovci.

16 Sodbi z dne 8. marca 2018, DOCERAM (C-395/16, EU:C:2018:172, točka 20 in navedena sodna praksa), ter z dne 7. avgusta 2018, Verbraucherzentrale Berlin (C-485/17, EU:C:2018:642, točka 27).

17 V tem smislu glej tudi Smernice GD za pravosodje iz junija 2014 v zvezi z Direktivo 2011/83/EU Evropskega parlamenta in Sveta z dne 25. oktobra 2011 o pravicah potrošnikov, spremembi Direktive Sveta 93/13/EGS in Direktive 1999/44/ES Evropskega parlamenta in Sveta ter razveljavitvi Direktive Sveta 85/577/EGS in Direktive 97/7/ES Evropskega parlamenta in Sveta, točka 4.3.2.3, v kateri Komisija navaja, da je treba pojem „kadar so na voljo“ razlagati tako, „da se uporablja za vsa tri sredstva komuniciranja na daljavo [...], tj. telefon, telefaks in elektronsko pošto“.

76. Besedilo člena 21, naslovljenega „Telefonsko komuniciranje“, ki državam članicam nalaga, naj zagotovijo, da trgovci ne bodo zaračunavali stroškov, ki presegajo osnovno ceno za vzpostavitev stika z njimi, vsebuje besedno zvezo „telefonsko številko, ki [če] jo vzpostavi trgovec za namene komuniciranja s potrošnikom“, ki potrjuje, da je uporaba telefona kot sredstva za komuniciranje s potrošniki v zvezi s pogodbami, sklenjenimi na daljavo, zgolj ena od možnosti.

77. Besedilo člena 5(1)(b), ki med obveznostmi glede informacij pri pogodbah, ki niso pogodbe, sklenjene na daljavo ali zunaj poslovnih prostorov, določa tudi „identiteto trgovca, kot na primer njegovo trgovsko ime, fizični naslov, na katerem ima sedež, in njegovo telefonsko številko“, ne da bi se kakor koli sklicevalo na to, da mora biti priključek za telefon „na voljo“, je prav tako zelo jasno. Navedeno besedilo namreč potrjuje, da mora trgovec svojo telefonsko številko zagotoviti le za izvajanje nekaterih transakcij.

78. Zgornji preudarki me napeljujejo k ugotovitvi, da se edini pomen, ki ga je mogoče pripisati izrazu „kadar so na voljo“, zlasti kadar se ta nanaša na priključke za telefon, glasi: „kadar ima trgovec v organizaciji svojega poslovanja na voljo priključek za telefon, namenjen komuniciranju s potrošniki“.

79. Takšna dobresedna razlaga je obenem skladna z rezultati, ki so v zvezi s sistematično in teleološko razlago podani v točkah od 1 do 3 teh sklepnih predlogov.

80. Dodatno ugotovitev pa je mogoče izpeljati v zvezi s cilji obravnavane direktive.

81. Cilj Direktive 2011/83 je doseči vse višjo raven varstva potrošnikov, obenem pa, kot je razvidno iz uvodne izjave 4, zagotavljati konkurenčnost podjetij.

82. Kot je bilo že navedeno, visoke ravni varstva potrošnikov ni mogoče zagotoviti z navajanjem abstraktne možnosti vzpostavitve telefonskega stika s trgovcem, ki upravlja s platformo, ampak s konkretnim obstojem ustreznih sredstev, ki zagotavljajo hitro in učinkovito vzpostavitev stika.

83. Nasprotno, zgolj dejstvo, da je telefonska številka, na katero se lahko pokliče, na voljo, se lahko z vidika varstva potrošnikov izkaže za povsem neučinkovito, če potrošnik, na primer, predolgo čaka na odziv.

84. Potrošnik, ki je ravno zato, ker svoje nakupe opravlja prek elektronske platforme, dovolj spreten, da informacije poišče na spletu, lahko namreč uporabi veliko učinkovitejša sredstva za komuniciranje s trgovcem.

85. Poleg tega je treba določbe prava Unije v zvezi s tem vprašanjem ob upoštevanju ciljev obravnavane direktive razlagati tako, da bodo zagotavljale kar najvišjo raven varstva potrošnikov, ne da bi pri tem posegale v svobodo podjetniške organiziranosti, razen če je to nujno potrebno za uresničevanje varstva potrošnikov.

86. S tega vidika učinkovitega varstva potrošnikov ni mogoče doseči z nalaganjem obveznosti glede uporabe točno določenega načina za vzpostavitev stika (na primer telefona), ampak z zagotavljanjem, da imajo potrošniki možnost, da uporabijo najučinkovitejše načine komuniciranja glede na sredstvo, prek katerega opravljajo transakcije.¹⁸

¹⁸ V tem smislu glej tudi navedene Smernice GD za pravosodje iz junija 2014, točka 4.3.2.3, kjer Komisija podpira razlago, ki jo zagovarjam, pri čemer navaja, da bi „[n]a splošno [...] morali trgovci zagotoviti vsaj podatke o tistih sredstvih komuniciranja na daljavo, ki jih uporabljajo za dejavnosti trženja. Na primer, trgovci, ki sklepajo pogodbe prek telefona, bi morali zagotoviti svoje telefonske podatke.“

87. Kakršna koli drugačna rešitev, s katero bi se zahtevala vzpostavitev posebnega načina komuniciranja, kot je uporaba telefona, ki za uresničevanje učinkovitega varstva potrošnikov ni potreben, in ki bi se uporabljala splošno – in torej ne bi bila omejena na „spletne gigante“, kot je družba Amazon – bi se lahko izkazala za ukrep, ki ne bi bil sorazmeren s cilji varstva potrošnikov, in bi lahko zadevnim podjetjem naložila neustrezno breme, s čimer bi škodovala zlasti malim podjetjem, ki si prizadevajo za širjenje svojih trgov prek spleta.

88. Na ta način bi dosegli prav nasprotno od zelenega: spodbujeni z idejo o uresničevanju varstva potrošnikov z zagotavljanjem telefonske številke, bi potrošnikom pravzaprav škodovali, saj bi s tem omejili njihovo svobodo izbire med večjim številom gospodarskih subjektov na trgu ali pa bi zaradi povečanja stroškov, ki bi jih morala nositi nekatera podjetja, povzročili zvišanje cen.

89. Zdi se, da dejstvo, da besedilo ene izmed uvodnih izjav obravnavane direktive določa, da je treba upoštevati „posebne potrebe potrošnikov, ki so posebej ranljivi zaradi svoje duševne, fizične ali psihološke hibe, starosti ali lahkovernosti“, ¹⁹ ne vpliva na doslej predstavljene ugotovitve.

90. V zvezi s tem je treba ponovno opozoriti na široko področje uporabe obravnavane direktive, ki zajema vse pogodbe, sklenjene na daljavo ali zunaj poslovnih prostorov. To vključuje tudi tiste vrste pogodb, pri katerih je trgovec tisti, ki stopi v stik z potrošnikom in mu predstavi določeno ponudbo. V takšnih primerih je še posebej pomembno, da informacije, ki se predložijo, upoštevajo posebne potrebe potrošnikov, ki so zaradi zgoraj naštetih razlogov posebej ranljivi.

91. Vendar pa razen tega, da v skladu z besedilom navedene uvodne izjave „upoštevanje takih posebnih potreb ne bi smelo privedi do različnih ravni varstva potrošnikov“, ni jasno, zakaj bi uporaba telefona kot komunikacijskega sredstva zagotavljala višjo raven varstva potrošnikov, ki so ranljivi zaradi svoje duševne, fizične ali psihološke hibe, starosti ali lahkovernosti.

92. Povedano drugače, obveznost uporabe priključka za telefon za komuniciranje s potrošniki bi pomenila ukrep, ki ne bi imel nobene razumne povezave z zgoraj navedenim ciljem.

5. Neizčrpnost seznama iz člena 6(1)(c) Direktive 2011/83

93. Iz zgornjih ugotovitev je mogoče razbrati tudi posledico tega, da seznam iz člena 6(1)(c) Direktive 2011/83 ni izčrpen, ampak našteva zgolj posamezne primere.

94. Sistematična, teleološka in dobesedna razlaga, ki je bila podana v prejšnjih točkah, napeljuje k ugotovitvi, da člen 6 trgovcem nalaga, naj potrošniku dajo na voljo sredstva za hitro in učinkovito komuniciranje ter zagotovijo jasnost in razumljivost informacij.

95. Če sta navedena pogoja izpolnjena, je izbira sredstev, ki bodo dejansko dana na voljo, prepuščena trgovcem, tudi ob upoštevanju značilnosti okoliščin, v katerih potekajo pogajanja s potrošniki.

96. Na podlagi te predpostavke je bil člen 6(1)(c) razložen tako, da trgovcu ne nalaga niti obveznosti, da potrošniku da na voljo vsa tri navedena komunikacijska sredstva, niti obveznosti, da mu da na voljo telefonsko številko zgolj zato, ker ima podjetje enega ali več priključkov za telefon.

¹⁹ Uvodna izjava 34 Direktive 2011/83, v kateri je navedeno: „Trgovec bi moral potrošniku dati jasne in razumljive informacije, preden potrošnika zavezuje pogodba, sklenjena na daljavo ali pogodba, sklenjena zunaj poslovnih prostorov, pogodba, ki ni pogodba, sklenjena na daljavo ali zunaj poslovnih prostorov, ali vsaka druga ustrezna ponudba. Pri zagotavljanju teh informacij bi moral trgovec upoštevati posebne potrebe potrošnikov, ki so posebej ranljivi zaradi svoje duševne, fizične ali psihološke hibe, starosti ali lahkovernosti na način, ki ga trgovec lahko razumno predvidi. Vendar upoštevanje takih posebnih potreb ne bi smelo privedi do različnih ravni varstva potrošnikov.“

97. Če sprejmemo takšno razlago, bi bila trditev, da je seznam iz člena 6(1)(c) izčrpen, v nasprotju s ciljem polnega varstva potrošnikov. Na ta način bi namreč potrošnikom odvzeli možnost za uporabo posebej hitrih in učinkovitih načinov za vzpostavitev stika, ki jih zagotavlja tehnološki razvoj.

98. Kot je znano, postajajo določena komunikacijska sredstva (sem sodi predvsem znatno zmanjšanje uporabe telefaksa) zaradi tehnološkega razvoja, ki je na digitalnem področju še posebej hiter, vse bolj zastarela, medtem ko se na spletu pojavljajo vedno nova orodja za medsebojno komuniciranje.

99. V vsakem primeru pa se zdi, da cilj zagotavljanja visoke ravni varstva potrošnikov in dejstvo, da člen 6(1)(c) Direktive 2011/83 vsebuje neizčrpen seznam večjega števila komunikacijskih sredstev, nakazuje, da bi moral trgovec potrošniku dati na voljo več komunikacijskih sredstev in mu tako zagotoviti svobodo izbire.

100. V zvezi s tem naj zgolj ugotovim, da iz spisa nesporno izhaja, da je sistem samodejnega povratnega klica, ki ga zagotavlja družba Amazon, učinkovitejši od vzpostavljanja telefonskega stika s klicnim centrom in da je ta sistem tudi sicer rezultat tehnološkega napredka na področju komuniciranja prek telefona.

101. Ta sistem namreč potrošniku omogoča, da posreduje svojo telefonsko številko in izbere, ali želi povratni klic prejeti nemudoma ali pozneje. Kot izhaja iz spisa, je čakanje na takojšnji povratni klic izjemno kratko.

102. Sistem spletnega pogovora, ki ga je mogoče obravnavati zgolj kot zaporedje sporočil, izmenjanih prek elektronske pošte, v realnem času, pa predstavlja tehnološko nadgradnjo telefaksa. Ta sistem se množično uporablja za spletne transakcije, v spisu pa ni mogoče zaslediti očitkov glede njegove neučinkovitosti.

103. Eden od očitkov, ki je v spisu podan v zvezi s tovrstnimi načini komuniciranja, se nanaša na varstvo osebnih podatkov potrošnika.

104. Kot je znano, se mora potrošnik, ki se odloči, da bo pogodbeno razmerje sklenil s trgovcem, ki deluje zgolj prek spleta, praviloma registrirati, kar pa zahteva posredovanje nekaterih osebnih podatkov, med katerimi je zagotovo tudi elektronski naslov.

105. Obenem je varstvo obdelave osebnih podatkov, ki jih potrošnik posreduje trgovcu (na primer telefonska številka v primeru uporabe sistema samodejnega povratnega klica), ustrezno urejeno v drugih določbah prava Unije, poleg tega pa to vprašanje niti ni predmet tega postopka.

6. Vsebina zahteve po preglednosti iz člena 6(1) Direktive 2011/83

106. Trgovec mora potrošniku, še preden pogodba, sklenjena na daljavo, potrošnika zavezuje, „na jasen in razumljiv način“ zagotoviti informacije o vseh bistvenih elementih te transakcije (kar vključuje tudi načine za vzpostavitev stika).

107. Zahteva po preglednosti ima dve bistveni razsežnosti. Jasnost, ki se mora nanašati na zunanje načine, kako se informacije prikažejo potrošniku, in posledično na njihovo čitljivost in razpoznavnost znotraj okolja, v katerem se določena transakcija izvaja. Razumljivost pa se po drugi strani nanaša na konkretno vsebino informacij, ki mora biti takšna, da potrošnika seznani s pravnimi posledicami njegove izbire. Jasnost in razumljivost morata ustrezati uporabljenemu komunikacijskemu sredstvu.

108. Člen 6 Direktive 2011/83 razen teh dveh pogojev ne določa nobenih drugih pogojev, ki bi jih moral izpolniti trgovec.

109. Zlasti pa člen 6 ne določa časa, potrebnega za pridobitev informacij z brskanjem po spletu. Kljub temu pa bi bilo brskanje po spletu, ki bi zaradi svoje zapletenosti otežilo dostop do informacij, v nasprotju s cilji obravnavane direktive. Težko dostopne informacije so namreč same po sebi nerazumljive in posledično v nasprotju z določbo iz člena 6(1).

110. Trгоvec lahko izbere komunikacijska sredstva, ki jih bo dal na voljo potrošnikom, pod pogojem, da ta omogočajo hitro vzpostavitev stika in učinkovito komunikacijo, vendar pa morajo biti informacije v zvezi z izbranimi sredstvi potrošniku dostopne na enostaven, učinkovit in razumno hiter način.

7. Združljivost nacionalne zakonodaje, kot je nemška, ki nalaga uporabo telefona kot sredstva za komuniciranje med trgovcem in potrošnikom, s pravom Unije

111. Uvodne izjave 2, 5 in 7 ter člen 4 Direktive 2011/83²⁰ napotujejo na potrebo po popolni harmonizaciji s pravili, ki jih uvaja ta direktiva.

112. Zlasti člen 4, naslovljen „Raven uskladitve [harmonizacije]“, določa, da „[d]ržave članice v svojem nacionalnem pravu ne ohranijo ali uvedejo določb, ki se razlikujejo od določb iz te direktive, vključno z bolj ali manj strogimi določbami za zagotavljanje različne ravni varstva potrošnikov, razen če v tej direktivi ni določeno drugače“.

113. Zato nacionalna zakonodaja, če druge določbe direktive ne določajo drugače, ne sme uvajati dodatnih določb, vključno s strožjimi določbami, ki bi trgovcu nalagale obveznost, da pri komuniciranju s potrošnikom uporablja določeno komunikacijsko sredstvo, ki v direktivi ni opredeljeno kot obvezno.

114. To pomeni, da ob upoštevanju razlage, podane v zvezi s členom 6(1)(c), ki izključuje obveznost trgovca, da uporablja telefon kot način za komuniciranje s potrošnikom, podobne obveznosti ne sme nalagati niti nacionalna zakonodaja.

115. Zadnji ugotovitvi ne nasprotuje niti člen 6(8), v skladu s katerim „[o]bveznosti glede informacij, določene v tej direktivi, dopolnjujejo obveznosti glede informacij iz direktiv 2006/123/ES in 2000/31/ES ter državam članicam ne preprečujejo uvedbe dodatnih obveznosti glede informacij v skladu z navedenima direktivama“.

116. Ta določba se namreč ne nanaša na komunikacijska sredstva, ki jih uporabljajo trgovci.

117. Predvsem pa je treba poudariti, da v skladu s členom 8(10) „[d]ržave članice ne uvedejo nobenih dodatnih formalnih zahtev za izpolnjevanje obveznosti glede predpogodbenih informacij iz te direktive“.

IV. Predlog

118. Na podlagi navedenega Sodišču predlagam, naj na predlog za sprejetje predhodne odločbe, ki ga je predložilo Bundesgerichtshof (zvezno vrhovno sodišče, Nemčija), odgovori:

1. Direktiva 2011/83 zaradi zagotavljanja popolne harmonizacije in ob upoštevanju njene dobesedne, sistematične in teleološke razlage nasprotuje nacionalni zakonodaji, ki določa, da je trgovec dolžan potrošniku v okviru sklepanja pogodb na daljavo, preden ta sklene pogodbo, vselej, in ne zgolj, kadar je na voljo, dati na voljo svojo telefonsko številko.

²⁰ Glej točke od 20 do 22 zgoraj.

2. Izraz „gegebenenfalls“ („kadar so na voljo“), uporabljen v nemški jezikovni različici člena 6(1)(c) Direktive 2011/83/EU, je treba zaradi dobesednih, sistematičnih in teleoloških razlogov razlagati tako, da trgovec ni dolžan zagotoviti novega priključka za telefon ali telefaks oziroma naslova elektronske pošte, če se odloči, da bo sklepal pogodbe na daljavo.
3. Izraz „gegebenenfalls“ („kadar so na voljo“), uporabljen v nemški jezikovni različici člena 6(1)(c) Direktive 2011/83/EU, je treba zaradi dobesednih, sistematičnih in teleoloških razlogov razlagati tako, da se šteje, da so v podjetju „na voljo“ samo tista komunikacijska sredstva, ki se jih trgovec odloči uporabljati za stike s potrošniki pri sklepanju pogodb na daljavo.
4. Komunikacijska sredstva v členu 6(1)(c) Direktive 2011/83/EU, to so telefon, telefaks in elektronski naslov, niso naštetá izčrpno in trgovec lahko uporablja tudi druga komunikacijska sredstva, ki v tem členu niso navedena, kot na primer spletni pogovor ali povratni telefonski klic, če trgovec ne glede na uporabljeno komunikacijsko sredstvo potrošniku v konkretnih primerih zagotovi možnost izbire komunikacijskega sredstva, ki ga bo ta uporabil, in hitro vzpostavljanje stikov in učinkovito komunikacijo ter če se informacije v zvezi s komunikacijskimi sredstvi zagotavljajo na jasn in razumljiv način.
5. Pri uporabi zahteve po preglednosti iz člena 6(1) Direktive 2011/83/EU morajo biti informacije o komunikacijskih sredstvih, ki jih trgovec daje na voljo potrošniku, dostopne na enostaven, učinkovit in razumno hiter način.