

**Kohtuasi C-555/19**

**Eelotsusetaotlus**

**Saabumise kuupäev:**

19. juuli 2019

**Eelotsusetaotluse esitanud kohus:**

Landgericht Stuttgart (Saksamaa)

**Eelotsusetaotluse kuupäev:**

12. juuli 2019

**Hageja:**

Fussl Modestraße Mayr GmbH

**Kostja:**

SevenOne Media GmbH

[...]

Landgericht Stuttgart

**Kohtumäärus**

Kohtuasjas

**Fussl Modestraße Mayr GmbH, [...]** Ort im Innkreis, Austria

[...]

*versus*

**SevenOne Media GmbH, [...]** Unterföhring [Saksamaa]

[...],

mis puudutab telereklaami käsitleva lepingu täitmise nõuet,

tegi Landgericht Stuttgart (Stuttgarti esimese astme kohus, Saksamaa) [...] järgmise kohtumääruse: [lk 2]

[menetlusnorme puudutavad märkused] [...]

## II.

Euroopa Liidu Kohtule (edaspidi „Euroopa Kohus“) esitatakse ELTL artikli 267 alusel liidu õiguse tõlgendamise kohta järgmised eelotsuse küsimused:

1. Kas

a) [Euroopa Parlamendi ja nõukogu 10. märtsi 2010. aasta] direktiivi 2010/13/EL [audiovisuaalmeedia teenuste osutamist käsitlevate liikmesriikide teatavate õigus- ja haldusnormide koordineerimise kohta (audiovisuaalmeedia teenuste direktiiv) (ELT 2010, L 95, lk 1)] artikli 4 lõiget 1,

b) liidu õiguses sätestatud võrdse kohtlemise põhimõtet ja

c) ELTL artiklis 56 sätestatud teenuste osutamise vabadust reguleerivaid õigusnorme

tuleb tõlgendada nii, et nendega on vastuolus liikmesriigi õigusnormid, mis keelavad reklaami piirkondliku edastamise üleriigilise levikuga ringhäälingukanalil?

2. Kas esimesele küsimusele tuleb vastata teisiti, kui liikmesriigi õiguse kohaselt on lubatav kord, mille kohaselt võib seaduse alusel anda loa reklaami piirkondlikuks edastamiseks ja sellisel juhul on reklaami piirkondlik edastamine – täiendavalt nõutava – ametliku loa olemasolu korral lubatud?

3. Kas esimesele küsimusele tuleb vastata teisiti, kui teises küsimuses kirjeldatud piirkondliku reklaami lubatavuse võimalust tegelikult ei kasutata ja seetõttu on piirkondlik reklaam täielikult keelatud?

4. Kas Euroopa Liidu põhiõiguste harta artiklit 11, võttes arvesse inimõiguste ja põhivabaduste kaitse konventsiooni artiklit 10, Euroopa Inimõiguste Kohtu praktikat ning eelkõige teabe mitmekesisuse põhimõtet, tuleb tõlgendada nii, et esimeses, teises ja kolmandas küsimuses kirjeldatud liikmesriigi õigusnormid on sellega vastuolus? [lk 3]

## Põhjendused

### I. Asjaolud

Hageja nõuab, et kostja korraldaks ProSiebenSat.1 Television GmbH telekanalil „ProSieben“ reklaamiklipi edastamise nii, et see oleks piiratud Vodafone Kabel Deutschland GmbH kaabelvõrguga Baieri liidumaal.

Hageja on moemajana tegutsev ettevõtja, kelle asukoht on Ort im Innkreis (Austria) ja kes käitab sealt arvukaid moekauplusi. Viidatud kauplused asuvad

(i) Austrias, seejuures ka võimalike Saksamaalt pärit klientide teeninduspiirkonnas ning

(ii) Saksamaal Baieri liidumaal, millest tulenevalt pöördub hageja oma äritegevuse raames Baieris asuvate Saksa klientide poole ka vahetult.

Kostja on ProSiebenSat.1-kontserni turundusettevõtja. Kostja asukoht on Unterföhring (Saksamaa).

Austrias ja Saksamaal (täpsemalt Baieris) toimuva äritegevuse edendamiseks sõlmis hageja 25. mail 2018 kostjaga lepingu [...] telereklaami edastamiseks telekanalil „ProSieben“, aga seda üksnes Baieri piirkonnas, täpsemalt Vodafone Kabel Deutschland GmbH Baieri liidumaal asuvas võrgus. Lepingu kohaselt ei tule reklaami edastada üleriigilise levikuga telekanalil „ProSieben“, vaid see tuleb suunata üksnes Vodafone Kabel Deutschland GmbH Baieri liidumaal levivasse kaabelvõrku.

Reklaami piiratud edastamise põhjus on see, et hageja on Austrias ja Baieri liidumaal tegutsev ettevõtja, kellel puudub majanduslik huvi üleriigilise levikuga telereklaami vastu. Pigem on olukord vastupidine: üleriigilise levikuga telereklaam võib hagejat kahjustada, sest reklaami adressaadil tekib mulje, et kaupa pakutakse kogu riigis, aga keskmise suurusega ettevõtjana, kes peab piiratud ressursidega Saksamaa turule sisenemisel keskenduma teatavale piirkonnale, ei saa hageja seda tagada. Nii tekib kasutajate negatiivsete hinnangute oht (muu hulgas internetis).

Lisandub see, et territoriaalsest piirangust tulenevalt peab hageja maksma kostjale väiksemat tasu. [lk 4]

Kostja keeldub reklaamiklipile eetriaaja broneerimisest ja klipi edastamisest telekanalil „ProSieben“. Olgugi et kirjeldatud viisil reklaami piirkondlik edastamine on tehniliselt kahtlemata võimalik, keeldub kostja lepingut täitmast ringhäälingut reguleerivate õigusnormide tõttu.

## II. Asjakohased Saksa õigusnormid

Vaidluse lahendamisel asjakohane Saksa õigusnorm on sõnastatud järgmiselt:

**„Üleriigiline ringhäälingu- ja telemeedialeping (Staatsvertrag für Rundfunk und Telemedien, Rundfunkstaatsvertrag, edaspidi „RStV“) 21. detsembri 2015. aasta redaktsioonis**

[...]

### § 7 Reklamipõhimõtted, eristamiskohustus

[...]

(11) Reklaami või muu sisu territoriaalselt piiratud edastamine üleriigilise levikuga telekanalil on lubatud ainult juhul, kui selline võimalus on ette nähtud liidumaa õiguses, mille territooriumil territoriaalselt piiratud edastamine toimub. Eraõigusliku ringhäälinguorganisatsiooni poolt reklaami või muu sisu territoriaalselt piiratud edastamiseks on nõutav liidumaa õigusega ette nähtud luba, mille andmise võib seada sõltuvusse seaduses sisule esitatud tingimustest.

[...]“

Seni ei ole ükski liidumaa kasutanud osutatud sättega antud võimalust näha ette liidumaal kehtivad piirkondliku reklaami load. [lk 5]

### III. Õiguslik olukord

#### 1. Teenuste osutamise vabadus

RStV § 7 lõige 11 võib olla vastuolus ELTL artikliga 56, mille kohaselt on põhimõtteliselt keelatud liidu piires teenuste osutamise vabaduse piirangud liikmesriikide kodanike suhtes, kes asuvad mõnes teises liikmesriigis kui see isik, kellele teenuseid pakutakse. Ühes liikmesriigis asuva ringhäälinguorganisatsiooni poolt teises liikmesriigis asuva ettevõtja tellimisel tasu eest reklaami levitamine on teenus ELTL artikli 57 tähenduses (Euroopa Kohtu 17. juuli 2008. aasta otsus Corporación Dermoestética SA, C-500/06, punkt 33). Käesoleval juhul takistab RStV § 7 lõige 11 hagejal sellise teenuse saamist ja kostjal selle osutamist.

Erandkorras on lubatud võtta meetmeid, mis piiravad ELTL artiklis 56 sätestatud teenuste osutamise vabadust või muudavad selle vähem huvipakkuvaks. Niisugune erand peab aga vastama teatavatele tingimusele: meetmeid tuleb kohaldada mittediskrimineerival viisil, need peavad vastama üldisest huvist tulenevatele ülekaalukatele põhjustele, need peavad olema taotletava eesmärgi saavutamise tagamiseks sobivad ja need ei tohi minna kaugemale selle eesmärgi saavutamiseks vajalikust (Euroopa Kohtu 17. juuli 2008. aasta otsus Corporación Dermoestética SA, C-500/06, punkt 35). Lisaks peavad meetmed olema proportsionaalsed kitsamas tähenduses (Euroopa Kohtu 13. detsembri 2007. aasta otsus United Pan-Europe Communications Belgium SA jt, C-250/06, punkt 44).

On kaheldav, kas RStV § 7 lõike 11 puhul on need tingimused täidetud.

a) Peab paika, et lähtuda tuleb sellest, et kõnealune säte on piirkondlikule meediaettevõtjale majanduslikult kasulik. Puhtmajanduslikke eeliseid võrreldes ühe või mitme konkurendiga ei saa pidada ülekaalukaks üldiseks huviks, millega õigustada asutamislepinguga tagatud põhiõiguse piiramist (Euroopa Kohtu 22. detsembri 2010. aasta otsus Yellow Cab Verkehrsbetriebs GmbH, C-338/09, punkt 51).

b) Lisaks tuleb eeldada, et RStV § 7 lõige 11 aitab säilitada või isegi edendada meedia mitmekesisust. Euroopa Kohtu praktikast tuleneb, et sel eesmärgil saab eespool viidatud põhivabadusi piirata üksnes juhul, kui piirang vastab huvile saavutada eesmärk ühtselt ja süstemaatiliselt (vt Euroopa Kohtu 12. juuli 2012. aasta otsus HIT hoteli, igralnice, turizem dd Nova Gorica jt, C-176/11, punkt 22). Viimati märgitu on siiski kaheldav, sest suurtel internetireklaami pakkujatel nagu Google ja Facebook on lubatud pakkuda internetis piirkondlikku reklaami [lk 6].

c) Peale selle on küsitav, kas kõnealune säte on eesmärgi saavutamiseks kohane – ning kui see seda on –, siis kas ka proportsionaalne kitsamas tähenduses. Käesoleval juhul on olukord selline, et piirkondlikel meediakanalitel ei ole RStV § 7 lõikest 11 mingit kasu või on seda üksnes väga vähesel määral, aga samal ajal piirab see oluliselt ettevõtjate (nagu hageja) reklaamivõimalusi. Hageja märkis – ilma et sellele oleks vastu vaieldud –, et piirkondlikud telekanalid on suunatud vaatajatele, kellel on kõnealuse piirkonnaga seonduvad erihuvid. Vaatajate hinnangul on nende kanalite sisu ja teostus oluliselt madalama kvaliteediga kui üleriigilise levikuga kanalitel. Võttes lisaks arvesse nende kanalite piirkondlikku eripära, moodustavad piirkondlikud kanalid kokku vähem kui 5% kogu televisiooni mahust. Seetõttu ei saavuta hageja piirkondlikel kanalitel edastatava reklaamiga märkimisväärset kõlapinda. Isegi kui hageja telliks reklaami kõikidel piirkondlikel telekanalitel, jääks 95% telereklaami turust talle kättesaamatuks. Samuti ei toimu sedavõrd märkimisväärset kuvandi levitamist, nagu see toimuks reklaamiga üleriigilise levikuga telekanalil, mis vaatajate hinnangul on kvaliteetne. Aga just kuvandi levitamine on oluline kaubamärgi „Fussl Modestraße“ tutvustamisel kasutatava telereklaami edukuse hindamisel.

## 2. Ajakirjandusvabadus ja sõnavabadus

RStV § 7 lõige 11 võib lisaks kujutada endast Euroopa Liidu põhiõiguste harta artiklis 11 ning inimõiguste ja põhivabaduste kaitse konventsiooni artiklis 10 sätestatud ajakirjandusvabaduse, aga ka Euroopa Liidu põhiõiguste harta artiklis 11 sätestatud sõnavabaduse lubamatut riivet.

## 3. Võrdse kohtlemise põhimõtte liidu õiguses

Lõpuks võib RStV § 7 lõige 11 rikkuda liidu õiguses sätestatud võrdse kohtlemise põhimõtet. RStV § 7 lõige 11 kahjustab ringhäälinguteenuse pakkujaid ning liikmesriigi ja välisriikide ettevõtjaid, kes soovivad kasutada liikmesriigi ringhäälingus lineaarset telereklaami, võrreldes teiste meediateenuse osutajatega, eelkõige võrreldes nendega, kes – nagu Youtube või Spotify – pakuvad mittelinearset audiovisuaalmeediateenuseid nagu nõudevideod (*video-on-demand*) või voogedastus (*streaming*). Neil on lubatud reklaami samamoodi piirkondlikult diferentseerida, nagu seda teeb üleriigilise levikuga trükimeedia. Lisaks seatakse üksikuid ettevõtjaid omakorda üksteise suhtes ebasoodsamasse olukorda. Piirkondliku reklaami keeld tähendab tegelikkuses suurte, üleriigiliselt

tegutsevate pakkujate eelistamist, kellele on reklaami selline levitamine kasulik.  
[lk 7]

#### **IV. Eelotsuseküsimuste asjakohasus**

Käesoleva kohtuasja lahendamine oleneb vastustest eelotsuse küsimustele, mida Euroopa Kohus ei ole seni veel käsitlenud. Kui RStV § 7 lõige 11 on liidu õigusega vastuolus, siis võib hageja nõuda kostjalt lepingu täitmist, see tähendab lepingus kokku lepitud piirkondliku reklaami edastamist Baieri liidumaal. Kui RStV § 7 lõige 11 on liidu õigusega kooskõlas, siis oleks kostja Saksa tsiviilseadustiku (Bürgerliches Gesetzbuch, BGB) § 275 lõike 1 alusel oma kohustuse täitmisest vabastatud.

[allkirjad]

[...]

TÖÖDOKUMEN