

C-555/19. sz. ügy

Előzetes döntéshozatal iránti kérelem

A benyújtás napja:

2019. július 19.

A kérdést előterjesztő bíróság:

Landgericht Stuttgart (Németország)

Az előzetes döntéshozatalra utaló határozat kelte:

2019. július 12.

Felperes:

Fussl Modestraße Mayr GmbH

Alperes:

SevenOne Media GmbH

[omissis]

Landgericht Stuttgart (stuttgarti regionális bíróság)

Végzés

a **Fussl Modestraße Mayr GmbH**, [omissis] Ort im Innkreis, Ausztria

[omissis]

és

a **SevenOne Media GmbH**, [omissis] Unterföhring, [Németország]

[omissis]

között

televíziós reklámmal kapcsolatos szerződés teljesítése tárgyában folyamatban levő jogvitában

a Landgericht Stuttgart (stuttgarti regionális bíróság, Németország) [omissis] a következőképpen határozott: **[eredeti 2. o.]**

[eljárásjogi információ] [omissis]

II.

Az EUMSZ 267. cikk alapján a következő, az uniós jog értelmezésére vonatkozó kérdéseket terjeszti az Európai Unió Bírósága elé:

„1) Úgy kell-e értelmezni

- a) a 2010/13/EU irányelv 4. cikkének (1) bekezdését,
- b) az egyenlőség uniós jogi alapelvét és
- c) a szolgáltatásnyújtás szabadságára vonatkozó, az EUMSZ 56. cikk szerinti szabályokat,

hogy azokkal ellentétes az olyan nemzeti jogi szabályozás, amely tiltja a reklámok regionális terjesztését a tagállam egészére vonatkozóan engedélyezett televíziós műsorokban?

2) Másként kell-e megítélni az 1. kérdést, amennyiben a nemzeti jog megengedi az olyan törvényi szabályozást, amellyel a reklámok regionális terjesztése törvénnyel engedélyezhető, és ebben az esetben az – ezenfelül szükséges – hatósági engedéllyel megengedett?

3) Másként kell-e megítélni az 1. kérdést, amennyiben a regionális reklám engedélyezésére vonatkozó, a 2. kérdésben leírt lehetőséget ténylegesen nem veszik igénybe, és a regionális reklám ennek megfelelően mindenütt tilos?

4) Úgy kell-e értelmezni az Európai Unió Alapjogi Chartájának 11. cikkét – az emberi jogok és alapvető szabadságok védelméről szóló európai egyezmény 10. cikkének, valamint az Emberi Jogok Európai Bírósága ítélezési gyakorlatának figyelembevételével –, és különösen az információs pluralizmus alapelvét, hogy azzal ellentétes az 1., 2. és 3. kérdésben leírtak szerinti nemzeti szabályozás?” **[eredeti 3. o.]**

Indokolás:

I. Tényállás

A felperes azt követeli az alperestől, hogy tegyen közzé egy reklámbejátszást a ProSiebenSat.1 Television GmbH „ProSieben” televíziós műsorszolgáltatásában, mégpedig a Vodafone Kabel Deutschland GmbH bajorországi kábelhálózatára korlátozódóan.

A felperes Ort im Innkreisban (Ausztria) székhellyel rendelkező divatcég, amely onnan számos divatáru-szaküzletet üzemeltet. E divatáru-üzletek megtalálhatók

- i. Ausztriában, és így a Németországból származó potenciális vásárlók „vonzáskörzetében” is, valamint
- ii. Németországban Bajorország szövetségi tartományban, így a felperes a bajorországi német vásárlókat közvetlenül is megszólítja.

Az alperes a ProSiebenSat.1 csoport marketingcége. Székhelye Unterföhringben (Németország) található.

A felperes ausztriai és németországi üzleti tevékenységének – ez utóbbi tekintetében területileg Bajorországra korlátozódó – előmozdítása érdekében 2018. május 25-én szerződést [omissis] kötött az alperessel televíziós reklámoknak a „ProSieben” televíziós műsorába történő belefoglalása érdekében, azonban kizárólag Bajorország területére, konkrétan a Vodafone Kabel Deutschland GmbH bajorországi kábelhálózatára korlátozottan. A reklámot eszerint nem a „ProSieben” Németország teljes területén sugárzott műsorszámába kell beilleszteni, hanem csak a Vodafone Kabel Deutschland GmbH bajorországi kábelhálózataiban történő, kábelen történő továbbközvetítésre szánt jelbe.

A reklám sugárzására vonatkozó e korlátozás hátterét az jelenti, hogy a felperesnek mint területileg Ausztriában és Bajorországban tevékenységet folytató vállalkozásnak nem fűződik gazdasági érdeke a Németország egészében sugárzott televíziós reklámhoz. Épp ellenkezőleg: a Németország egészére kiterjedő reklám hátrányos lenne a felperes számára, mivel a reklám címzettjeinél a Németország egészére kiterjedő ajánlat benyomását kelthetné, amelynek azonban a felperes közepes vállalkozásként, amelynek a német piacra a rendelkezésére álló erőforrásokkal történő belépés során bizonyos régiókra kell összpontosítania, nem tud eleget tenni. Ez (többek között az interneten) a negatív felhasználói értékelések veszélyével járna.

Ezenkívül a felperesnek a területi korlátozás alapján alacsonyabb ellentételezést kell fizetnie az alperes részére. **[eredeti 4. o.]**

Az alperes elutasítja a reklámbejátszásoknak a „ProSieben” műsoraiba történő beiktatását és sugárzását. Noha műszakilag kétségkívül képes arra, hogy a fentiekhez hasonló, regionálisan korlátozott reklámot tegyen közzé, arra hivatkozik, hogy a szerződést a műsorszolgáltatásra vonatkozó jogi előírások alapján nem tudja teljesíteni.

II. A döntés szempontjából releváns német jogi rendelkezések

A jogvita eldöntése szempontjából jelentőséggel bíró német jogi rendelkezés szövege a következő:

„Staatsvertrag für Rundfunk und Telemedien (a műsor- és telemédiaszolgáltatásról szóló államszerződés, a továbbiakban: RStV) 2015. december 21-i közzététel szerinti változata

[...]

7. § A hirdetésre vonatkozó alapelvek, megjelölési kötelezettségek

[...]

(11) A reklámoknak vagy más tartalmaknak az országos terjesztésre rendelt vagy engedélyezett műsorszolgáltatásban országosnál szűkebb körű történő terjesztése csak akkor megengedett, ha és amennyiben azon szövetségi tartomány joga, amelynek területén az országosnál szűkebb körű terjesztésre sor kerül, ezt megengedi. A piaci magánszereplők reklámjainak vagy más tartalmainak országosnál szűkebb körben terjesztéséhez külön tartományi jogi engedélyre van szükség; ez törvényben meghatározandó tartalmi feltételektől tehető függővé.

[...]”

A regionálisan korlátozott reklámok tartományi jogi engedélyezésének e rendelkezésben biztosított lehetőségével eddig egyetlen szövetségi tartomány sem élt. [eredeti 5. o.]

III. A jogi helyzet

1. A szolgáltatásnyújtás szabadsága

Lehetséges, hogy az RStV 7. §-ának (11) bekezdése sérti az EUMSZ 56. cikket, amely szerint főszabály szerint tilos az Unión belüli szolgáltatásnyújtás szabadságára vonatkozó minden korlátozás a tagállamok olyan állampolgárai tekintetében, akik nem abban a tagállamban letelepedettek, mint a szolgáltatást igénybe vevő személy. E tekintetben az olyan reklám esetében, amelyet az egyik tagállamban letelepedett műsorszolgáltató egy másik tagállamban letelepedett hirdető számára díjazás ellenében terjeszt, az EUMSZ 57. cikk értelmében vett szolgáltatásról van szó (a Bíróság 2008. július 17-i ítélete, C-500/06, 33. pont). A jelen esetben az RStV 7. §-ának (11) bekezdése akadályozza a felperest abban, hogy ilyen szolgáltatást vegyen igénybe, az alperest pedig abban, hogy ilyen szolgáltatást nyújtson.

Kivételes esetekben ugyan megengedettek az olyan intézkedések, amelyek az EUMSZ 56. cikk alapján biztosított szolgáltatásnyújtás szabadságát zavarják vagy

kevésbé vonzóvá teszik. Kivételes eset azonban csak meghatározott feltételek mellett áll fenn: az intézkedések alkalmazása hátrányos megkülönböztetéstől mentes, az intézkedések közérdeken alapuló kényszerítő ok által igazoltak, alkalmasak az általuk elérni kívánt célok megvalósításának biztosítására, és nem lépnek túl az ennek eléréséhez szükséges mértéken (a Bíróság 2008. július 17-i ítélete, C-500/06, 35. pont). Ezen túlmenően az intézkedéseknek szűkebb értelemben véve megfelelőnek kell lenniük (a Bíróság 2007. december 13-i ítélete, C-250/06, 44. pont).

Kétséges, hogy az RStV 7. §-ának (11) bekezdésének esetében ezek a feltételek fennállnak-e.

a) Ugyan feltételezhető, hogy a regionális médiaszolgáltatók számára e rendelkezés gazdaságilag előnyös. Az egy vagy több versenytársnak biztosított tisztán gazdasági jellegű előny azonban nem képez olyan nyomós közérdeket, amely igazolhatná a Szerződés által biztosított alapvető szabadság korlátozását (a Bíróság 2010. december 22-i ítélete, C-338/09, 51. pont).

b) Ezenkívül ugyan feltételezhető, hogy az RStV 7. §-ának (11) bekezdése hozzájárulhat a média sokszínűségének fenntartásához vagy akár bővítéséhez. Az Európai Unió Bíróságának ítélkezési gyakorlata szerint ez a cél azonban csak akkor igazolja a fentiekben megjelölthöz hasonló alapvető szabadság korlátozását, ha e célt koherens és szisztematikus módon kívánják elérni (a Bíróság 2012. július 12-i ítélete, C-176/11, 22. pont). Ez utóbbi kétségesnek tűnik, tekintettel arra, hogy az olyan internetes hirdetési óriások, mint a Google és Facebook, internetes alapon kínálhatnak **[eredeti 6. o.]** regionális reklámot.

c) Ezen túlmenően kétséges, hogy a szabályozás alkalmas a cél elérésére, és hogy – amennyiben az előbbi megállapítható – szűkebb értelemben véve megfelelő. A jelen esetben arról van szó, hogy a regionális média nem vagy csak viszonylag kis mértékben húz hasznot az RStV 7. §-ának (11) bekezdéséből, míg a felpereshez hasonló kereskedők hirdetési lehetőségei jelentősen korlátozottak. Így a felperes előadja – és az alperes nem vitatja –, hogy a regionális műsorok a főként helyi érdeklődési körű nézőket célozzák meg. Tartalmukat és megjelenítésüket illetően a nézők szempontjából minőségileg messze elmaradnak a Németország egészében sugárzott televíziós műsoroktól. Mindez – e műsorok helyi jellegével együtt – ahhoz vezet, hogy a regionális műsorok még összesítve is csak a televíziós műsorszolgáltatás egészének kevesebb mint 5%- teszik ki. Az úgynevezett regionális műsorokban szereplő reklámmal a felperes ezért nem tud releváns reklámértéket elérni. A felperes, még ha az összes regionális műsorsban tenne is közzé reklámot, kizárva maradna a televíziós reklámpiac több mint 95%-ából. Ezenkívül nem kerül sor releváns imázsátvitelre, mint amely a nézők szempontjából magas színvonalú országos televíziós műsorokban szereplő reklám esetén történik. Éppen ez az imázsátvitel döntő jelentőségű azonban a felperes televíziós reklámjának a „Fussl Modestraße” védjegy felépítése során elért sikere szempontjából.

2. A műsorszolgáltatás szabadsága és a véleménynyilvánítás szabadsága

Az RStV 7. §-ának (11) bekezdése ezenkívül az Európai Unió Alapjogi Chartájának 11. cikke és az EJEE 10. cikke alapján védelemben részesülő műsorszolgáltatás szabadságába, valamint az Európai Unió Alapjogi Chartájának 11. cikke alapján védelemben részesülő véleménynyilvánítás szabadságába történő, nem megengedett beavatkozást jelenthet.

3. Az egyenlőség uniós jogi alapelve

Végül az RStV 7. §-ának (11) bekezdése sértheti az egyenlőség uniós jogi alapelvét. Az RStV 7. §-ának (11) bekezdése révén azon műsorszolgáltatók, valamint nemzeti és külföldi kereskedők, amelyek a nemzeti műsorszolgáltatásokban lineáris televíziós reklámot kívánnak közzétenni, hátrányos helyzetbe kerülnek a más médiaszolgáltatásokat nyújtókkal, különösen a nem lineáris audiovizuális médiaszolgáltatásokkal szemben, mint az online videotéka (*video on demand*) szolgáltatások vagy streaming szolgáltatások, például a Youtube vagy a Spotify. Ezek a reklámjaikat ugyanúgy differenciálhatják regionálisan, mint az országosan terjesztett írott sajtó. Emellett egyes kereskedők másokhoz képest hátrányos helyzetbe kerülnek. A regionális reklámtilalom *de facto* a nagy, országos tevékenységet folytató szolgáltatók előnyben részesítéséhez vezet, amelyek számára megéri a reklám ennek megfelelő terjesztése. [eredeti 7. o.]

IV. Az értelmezési kérdések relevanciája

A jelen jogvita eldöntése az előzetes döntéshozatalra előterjesztett – az Európai Unió Bírósága által eddig még nem értelmezett – kérdésekre adandó választól függ. Az RStV 7. §-a (11) bekezdésének uniós jogi szempontból fennálló elfogadhatatlansága esetén a felperes követelhetné az alperestől a szerződés teljesítését, vagyis a regionálisan korlátozott reklám Bajorország szövetségi tartományban történő, szerződésben kikötött sugárzását. Az RStV 7. §-a (11) bekezdésének uniós jogi szempontból fennálló elfogadhatósága esetén ezzel szemben az alperes a BGB 275. §-ának (1) bekezdése értelmében mentesülne a szerződés teljesítésére vonatkozó kötelezettsége alól.

[Aláírások]

[omissis] között