

**Lieta C-555/19**

**Lūgums sniegt prejudiciālu nolēmumu**

**Iesniegšanas datums:**

2019. gada 19. jūlijs

**Iesniedzējtiesa:**

*Landgericht Stuttgart* (Vācija)

**Datums, kurā pieņemts iesniedzējtiesas nolēmums:**

2019. gada 12. jūlijs

**Prasītāja:**

*Fussl Modestraße Mayr GmbH*

**Atbildētāja:**

*SevenOne Media GmbH*

---

[..]

*Landgericht Stuttgart* [Štutgartes apgabaltiesa]

**Lēmums**

Lietā

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

[..]

pret

*SevenOne Media GmbH*, [..] Unterfēringa [*Unterföhring*] [, Vācija]

[..]

par televīzijas reklāmas līguma izpildi

*Landgericht Stuttgart* [...] ir nolēmusi: **[oriģ. 2. lpp.]**

[*omissis*: procesuāla informācija] [...]

## II.

Saskaņā ar LESD 267. pantu uzdot Eiropas Savienības Tiesai šādus Savienības tiesību interpretācijas jautājumus:

- 1) Vai
  - a) Direktīvas 2010/13/ES 4. panta 1. punkts,
  - b) Savienības tiesībās nostiprinātais vienlīdzīgas attieksmes princips un
  - c) LESD 56. panta noteikumi par pakalpojumu sniegšanas brīvību

ir jāinterpretē tādējādi, ka tie nepieļauj valsts tiesisko regulējumu, ar kuru ir aizliegta reklāmas reģionāla izplatīšana visā dalībvalstī atļautās apraides programmās?

2) Vai pirmais jautājums ir jāvērtē citādi, ja valsts tiesībās ir atļautas tiesību normas, atbilstoši kurām ar likumu var atļaut reklāmas reģionālu izplatīšanu un šajā gadījumā tā ir atļauta ar – papildus nepieciešamu – administratīvo atļauju?

3) Vai pirmais jautājums ir jāvērtē citādi, ja otrajā jautājumā minētā iespēja atļaut reģionālo reklāmu faktiski netiek izmantota un reģionālā reklāma tādējādi joprojām ir aizliegta?

4) Vai, ņemot vērā Eiropas Cilvēktiesību un pamatbrīvību aizsardzības konvencijas 10. pantu, kā arī Eiropas Cilvēktiesību tiesas judikatūru, Eiropas Savienības Pamattiesību hartas 11. pants, un it īpaši informācijas plurālisma princips, ir jāinterpretē tādējādi, ka tas nepieļauj tādu tiesisko regulējumu, kāds minēts pirmajā, otrajā un trešajā jautājumā? **[oriģ. 3. lpp.]**

## Pamatojums

### I. Fakti

Prasītāja prasa atbildētājam atļaut rādīt reklāmas klipus *ProSiebenSat.1 Television GmbH* televīzijas kanālā “ProSieben”, kas būtu redzams tikai *Vodafone Kabel Deutschland GmbH* kabeļtelevīzijas tīklā Bavārijā.

Prasītāja ir modes preču uzņēmums, kura juridiskā adrese ir Ortiminkreisā (Austrija), no kurienes tas pārvalda vairākus modes preču veikalus. Šie modes nami atrodas:

- i) Austrijā, un šajā gadījumā arī teritorijā, kas apkalpo potenciālos klientus no Vācijas, kā arī
- ii) Vācijā Bavārijas federālajā zemē, un tādējādi prasītājas tiešā mērķauditorija ir arī Vācijas klienti Bavārijā.

Atbildētāja ir *ProSiebenSat.1* grupas uzņēmēj sabiedrība, kas nodarbojas ar tirdzniecību. Tā ir reģistrēta Unterföhringā (Vācija).

Lai veicinātu savu uzņēmējdarbību Austrijā un Vācijā, lokāli ietverot tikai Bavāriju, prasītāja ar atbildētāju 2018. gada 25. maijā noslēdza līgumu [...] par televīzijas reklāmas iekļaušanu televīzijas kanālā “ProSieben”, ietverot tikai Bavārijas teritoriju, konkrēti, *Vodafone Kabel Deutschland GmbH* kabeļtelevīzijas tīklu Bavārijā. Tādējādi reklāma tiktu iekļauta nevis visā Vācijā raidītajā programmā “ProSieben”, bet tikai kabeļu retranslācijas signālā *Vodafone Kabel Deutschland GmbH* kabeļtelevīzijas tīklos Bavārijā.

Reklāmas raidīšana tiek ierobežota tāpēc, ka prasītājai kā Austrijā un Bavārijā lokāli strādājošam uzņēmumam nav ekonomiskas intereses, lai reklāma tiktu raidīta visā Vācijā. Gluži pretēji – reklāma visā Vācijā kaitētu prasītājai, jo reklāmas adresātiem varētu rasties iespaids par visu Vāciju aptverošu piedāvājumu, kuru prasītāja kā vidēji liels uzņēmums, kuram, apgūstot Vācijas tirgu, ar pieejamiem resursiem ir jākoncentrējas uz konkrētiem reģioniem, nevarētu apkalpot. Tas pamatotu lietotāju negatīvu vērtējumu risku (tostarp internetā).

Turklāt teritoriālā ierobežojuma dēļ prasītājai ir jāmaksā mazāka atlīdzība atbildētājai. [oriģ. 4. lpp.]

Atbildētāja atsakās iekļaut reklāmas klipus un pārraidīt to kanālā “ProSieben”. Lai gan tai nepārprotami ir tehniski iespējams pārraidīt tādu reģionāla rakstura reklāmu kā šajā lietā, tā atsaucas uz to, ka nevar izpildīt līgumu apraides normatīvo prasību dēļ.

## II. Lietas izspriešanai nozīmīgās Vācijas tiesību normas

Lietas izspriešanai nozīmīgās Vācijas tiesību normas ir šādas:

**“Staatsvertrag für Rundfunk und Telemedien [Valsts līgums par radio un televīzijas apraidi] (Rundfunkstaatsvertrag [Valsts līgums par apraidi] – RStV) 2015. gada 21. decembrī publicētajā redakcijā**

[..]

### 7. § Reklāmas principi, marķēšanas pienākumi

[..]

(11) Reklāmas vai cita satura reģionāla izplatīšana programmā, ko ir uzticēts vai atļauts izplatīt visā Vācijā, ir atļauta tikai tad, ja un ciktāl tas ir atļauts tās federālās zemes tiesību aktos, kurā notiek reģionālā izplatīšana. Reģionāli izplatītai privātu uzņēmumu reklāmai vai citam saturam ir vajadzīga atsevišķa federālās zemes administratīvā atļauja; tā var būt atkarīga no likumā noteiktiem satura nosacījumiem.

[..]”

Šajā tiesību normā paredzēto federālās zemes administratīvās atļaujas iespēju līdz šim nav izmantojusi neviena federālā zeme. **[oriģ. 5. lpp.]**

### III. Tiesiskā situācija

#### 1. Pakalpojumu sniegšanas brīvība

*RStV* 7. panta 11. punkts, iespējams, ir pretrunā *LESD* 56. pantam, saskaņā ar kuru Savienībā principā ir aizliegti pakalpojumu sniegšanas brīvības ierobežojumi to dalībvalstu pilsoņiem, kas veic uzņēmējdarbību kādā dalībvalstī, bet sniedz pakalpojumus citas dalībvalsts personai. Šajā gadījumā reklāma, ko vienā dalībvalstī reģistrēta televīzijas raidorganizācija par atlīdzību izplata citā dalībvalstī reģistrētam reklāmdevējam, ir pakalpojums *LESD* 57. panta izpratnē (Tiesas spriedums, 2008. gada 17. jūlijs, C-500/06, *juris* 33. punkts). *RStV* 11. panta 7. punkta dēļ prasītājam šajā lietā tiek liegts saņemt šādu pakalpojumu, un atbildētājam tiek liegts sniegt šādu pakalpojumu.

Izņēmuma gadījumos gan ir atļauti pasākumi, kas var ierobežot vai padarīt mazāk pievilcīgu pakalpojumu sniegšanas brīvību, kas ir garantēta saskaņā ar *LESD* 56. pantu. Tomēr izņēmuma gadījums rodas tikai, ievērojot konkrētus nosacījumus: pasākumi ir piemērojami nediskriminējošā veidā, tie atbilst primāriem vispārējo interešu apsvērumiem, ir piemēroti izvīrītā mērķa sasniegšanai un nepārsniedz to, kas nepieciešams šā mērķa sasniegšanai (Tiesas spriedums, 2008. gada 17. jūlijs, C-500/06, 35. punkts). Turklāt šiem pasākumiem jābūt samērīgiem šaurākajā nozīmē (Tiesas spriedums, 2007. gada 13. decembris, C-250/06, *juris* 44. punkts).

Pastāv šaubas, vai *RStV* 11. panta 7. punkts ir atbilstīgs šiem nosacījumiem.

a) Ir jāpieņem, ka reģionālās raidorganizācijas gūst ekonomisku labumu no šīs tiesību normas. Tomēr vienkārši ekonomiska rakstura motīvs par labu vienam vai vairākiem konkurentiem nav primārs vispārējo interešu apsvērums, kas varētu pamatot Līgumā garantētas pamatbrīvības ierobežojumu (Tiesas spriedums, 2010. gada 22. decembris, C-338/09, *juris* 51. punkts).

b) Tāpat ir jāpieņem, ka *RStV* 7. panta 11. punkts var veicināt plašsaziņas līdzekļu plurālisma saglabāšanu vai pat paplašināšanos. Tomēr atbilstoši Eiropas Savienības Tiesas judikatūrai tādas pamatbrīvības ierobežojumu kā šajā lietā šis

mērķis attaisno tikai tad, ja tas tiek sasniegts saskanīgā un sistemātiskā veidā (skat. Tiesas spriedumu, 2012. gada 12. jūlijs, C-176/11, 22. punkts). Šī prasība šķiet apšaubāma, ņemot vērā, ka tādi lieli interneta reklāmas milži kā *Google* un *Facebook* internetā drīkst **[oriģ. 6. lpp.]** piedāvāt reģionālu reklāmu.

c) Turklāt nav skaidrs, vai tiesiskais regulējums ir atbilstīgs mērķa sasniegšanai un – ja atbilde ir apstiprinoša – samērīgs šaurākajā nozīmē. Šajā lietā jautājums ir par to, ka reģionālie plašsaziņas līdzekļi negūst labumu no *RStV* 7. panta 11. punkta vai arī šis labums ir minimāls, kamēr tādiem komersantiem kā prasītājam reklāmas iespējas ir stipri ierobežotas. Piemēram, prasītāja neapstrīdami apgalvo, ka reģionālās programmas ir adresētas skatītājiem ar lokālām atsevišķām interesēm. Satura un noformējuma ziņā no skatītāju viedokļa tās esot daudz nekvalitatīvākas par visā Vācijā raidītajām televīzijas programmām. Līdz ar to, apvienojumā ar šo programmu lokālajām īpatnībām, reģionālās programmas pat visas kopā veidojot mazāk nekā 5 % no visa televīzijas pārklājuma. Tāpēc ar reklāmu tā dēvētajās reģionālajās programmās prasītāja nevarot sasniegt nozīmīgu reklāmas vērtību. Pat ja prasītāja izvietotu reklāmu visās reģionālajās programmās, tai nebūtu pieejami vairāk nekā 95 % no televīzijas reklāmas tirgus. Nerodoties arī nozīmīga tēla tālāk nodošana, kādu rada reklāma no skatītāju viedokļa augstas kvalitātes televīzijas programmās. Tomēr tieši šai tēla tālāk nodošanai ir galvenā nozīme, lai prasītājas televīzijas reklāma būtu veiksmīga, attīstot “Fussl Modestraße” zīmolu.

## 2. Apraides brīvība un vārda brīvība

Turklāt *RStV* 7. panta 11. punkts varētu būt nepieļaujama iejaukšanās apraides brīvībā, kas tiek aizsargāta ar Eiropas Savienības Pamattiesību hartas 11. pantu un ECPAK 10. pantu, un vārda brīvībā, kas tiek aizsargāta ar Eiropas Savienības Pamattiesību hartas 11. pantu.

## 3. Savienības tiesībās nostiprinātais vienlīdzīgas attieksmes princips

Visbeidzot ar *RStV* 7. panta 11. punktu varētu būt pārkāpts Savienības tiesībās nostiprinātais vienlīdzīgas attieksmes princips. Ar *RStV* 7. panta 11. punktu raidorganizācijām un gan valsts, gan ārvalstu komersantiem, kuri vēlas nodarboties ar līnēru televīzijas reklāmu valsts apraidē, tiek radīts nelabvēlīgs stāvoklis salīdzinājumā ar citiem plašsaziņas līdzekļu pakalpojumu sniedzējiem, it īpaši salīdzinājumā ar tādiem nelineāriem audiovizuālo plašsaziņas līdzekļu pakalpojumiem kā pieprasījumuvideo pakalpojumi vai straumēšanas pakalpojumi, piemēram, *Youtube* vai *Spotify*. Tie savu reklāmu drīkst ievietot gan reģionālos, gan visā Vācijā piedāvātos drukātajos plašsaziņas līdzekļos. Turklāt atsevišķiem komersantiem tiek radīts nelabvēlīgs stāvoklis savā starpā. Faktiski reģionālas reklāmas aizlieguma rezultātā priekšroka tiek dota lieliem, visā Vācijā strādājošiem pakalpojumu sniedzējiem, kuriem atmaksājas attiecīga reklāmas izplatīšana. **[oriģ. 7. lpp.]**

#### IV. Interpretācijas jautājumu nozīmība lietas izspriešanā

No atbildēm uz prejudiciālajiem jautājumiem – kurus Eiropas Savienības Tiesa līdz šim vēl nav interpretējusi – ir atkarīgs nolēmums šajā lietā. Ja Savienības tiesības nepieļauj *RStV* 7. panta 11. punktu, prasītāja varētu prasīt atbildētājam izpildīt līgumu, proti, saskaņā ar līgumu pārraidīt reģionalizēto reklāmu Bavārijas federālajā zemē. Turpretim, ja Savienības tiesības pieļauj *RStV* 7. panta 11. punktu, saskaņā ar *BGB* (*Bürgerliches Gesetzbuch*, Civilkodekss) 275. panta 1. punktu atbildētāja būtu atbrīvota no sava izpildes pienākuma.

[Paraksti]

[..]

DARBBA VERSIJA