

Zadeva C-555/19

Predlog za sprejetje predhodne odločbe

Datum vložitve:

19. julij 2019

Predložitveno sodišče:

Landgericht Stuttgart (Nemčija)

Datum predložitvene odločbe:

12. julij 2019

Tožeča stranka:

Fussl Modestraße Mayr GmbH

Tožena stranka:

SevenOne Media GmbH

[...] (ni prevedeno)

Landgericht Stuttgart (deželno sodišče v Stuttgartu, Nemčija)

Sklep

V sporu

Fussl Modestraße Mayr GmbH, [...] (ni prevedeno) Ort im Innkreis, Avstrija

[...] (ni prevedeno)

proti

SevenOne Media GmbH, [...] (ni prevedeno) Unterföhring, Nemčija

[...] (ni prevedeno)

zaradi izpolnitve pogodbe o televizijskem oglaševanju

je Landgericht Stuttgart (deželno sodišče v Stuttgartu) [...] (ni prevedeno) sklenilo:

[procesnopravne navedbe] [...] (ni prevedeno)

II.

Sodišču Evropske unije se na podlagi člena 267 PDEU v predhodno odločanje predložijo ta vprašanja glede razlage prava Unije:

1. Ali je treba

(a) člen 4(1) Direktive 2010/13/EU,

(b) načelo enakega obravnavanja, ki ga določa pravo Unije, in

(c) pravila na podlagi člena 56 PDEU o svobodi opravljanja storitev

razlagati tako, da nasprotujejo nacionalni ureditvi, ki prepoveduje regionalno predvajanje oglasov na televizijskih programih, ki so odobreni za celotno ozemlje države članice?

2. Ali je treba na prvo vprašanje odgovoriti drugače, če nacionalno pravo dopušča zakonske ureditve, v skladu s katerimi je mogoče na podlagi zakona dopustiti regionalno predvajanje oglasov, ki je v tem primeru dopustno na podlagi dodatno potrebnega upravnega dovoljenja?

3. Ali je treba na prvo vprašanje odgovoriti drugače, če se možnosti dopustitve regionalnega oglaševanja, opisane v drugem vprašanju, dejansko ne uporablja in je regionalno oglaševanje zato stalno prepovedano?

4. Ali je treba člen 11 Listine Evropske unije o temeljnih pravicah ob upoštevanju člena 10 Evropske konvencije o varstvu človekovih pravic in temeljnih svoboščin ter sodne prakse Evropskega sodišča za človekove pravice, zlasti načelo raznolikosti virov informacij, razlagati tako, da nasprotuje nacionalni ureditvi, kot je opisana v prvem, drugem in tretjem vprašanju?

Obrazložitev:

I. Dejansko stanje

Tožeča stranka zahteva od tožene stranke, naj zagotovi oddajanje oglaševalskega vložka na televizijskem programu „ProSieben“ družbe ProSiebenSat.1 Television GmbH, in sicer samo na kabelskem omrežju družbe Vodafone Kabel Deutschland GmbH na Bavarskem.

Tožeča stranka je modno podjetje s sedežem v kraju Ort im Innkreis (Avstrija) in od tam vodi številne modne trgovine. Te modne hiše se nahajajo

(i) v Avstriji in pri tem tudi na „območju dosega“ potencialnih kupcev iz Nemčije in

(ii) v zvezni deželi Bavarski v Nemčiji, tako da tožeča stranka tudi neposredno nagovarja nemške kupce na Bavarskem.

Tožena stranka je družba za trženje skupine ProSiebenSat.1. Sedež ima v Unterföhringu (Nemčija).

Tožeča stranka je, da bi spodbudila svoje poslovanje v Avstriji in v Nemčiji, lokalno omejeno na zvezno deželo Bavarsko, s toženo stranko 25. maja 2018 sklenila pogodbo [...] (ni prevedeno) o vključevanju televizijskih oglasov v televizijski program „ProSieben“, vendar samo na območju Bavarske, konkretno na kablenskem omrežju družbe Vodafone Kabel Deutschland GmbH na Bavarskem. Oglasi se torej ne bi vključevali v program „ProSieben“, ki se oddaja na celotnem zveznem ozemlju, ampak samo v signal za kablensko retransmisijo na kablenskih omrežjih družbe Vodafone Kabel Deutschland GmbH na Bavarskem.

Razlog za omejeno oddajanje oglasov je, da tožeča stranka kot podjetje, ki posluje lokalno, v Avstriji in na Bavarskem, nima ekonomskega interesa za oddajanje televizijskih oglasov na celotnem zveznem ozemlju. Nasprotno: oglaševanje na celotnem zveznem ozemlju bi tožeči stranki škodovalo, ker bi lahko pri ciljni skupini oglasov vzbudilo pričakovanja, da se izdelki ponujajo na celotnem zveznem ozemlju, ki pa jih tožeča stranka kot srednje veliko podjetje, ki se mora pri odpiranju na nemški trg z razpoložljivimi viri osredotočati na določene regije, ne more izpolniti. To bi bil razlog za morebitne negativne ocene uporabnikov (med drugim na spletu).

Poleg tega mora tožeča stranka zaradi omejitve območja oglaševanja toženi stranki plačati nižji honorar.

Tožena stranka zavrača vključitev oglaševalskega vložka in njegovo oddajanje v program „ProSieben“. Čeprav ni sporno, da ima tehnične možnosti za to, da bi zagotovila regionalno oddajanje oglasov, kot je obravnavani, se sklicuje na to, da pogodbe ne more izpolniti zaradi zahtev na podlagi zakonodaje o oddajanju televizijskih programov.

II. Upoštevne določbe nemškega prava

Določba nemškega prava, upoštevna za odločitev v sporu, se glasi:

„Staatsvertrag für Rundfunk und Telemedien (Rundfunkstaatsvertrag - RStV) (državna pogodba o radioteleviziji in televizijskih medijih), kakor je bila objavljena 21. decembra 2015

[...]

Člen 7 Načela oglaševanja, obveznosti označevanja

[...]

11. Predvajanje oglasov ali drugih vsebin, ki ne poteka na celotnem zveznem ozemlju, na programu, ki ima pooblastilo ali dovoljenje, da se predvaja na celotnem zveznem ozemlju, je dopustno samo, če in v obsegu, v katerem to dopušča pravo zvezne dežele, v kateri se oglasi ali druge vsebine ne predvajajo na celotnem zveznem ozemlju. Zasebni izdajatelji za oglase ali druge vsebine, ki se ne predvajajo na celotnem zveznem ozemlju, potrebujejo posebno dovoljenje na podlagi deželne zakonodaje; njegova pridobitev je lahko pogojena z vsebinskimi zahtevami, ki se določijo v zakonu.

[...]“

Doslej te možnosti za pridobitev dovoljenja za regionalno oglaševanje na podlagi deželne zakonodaje, ki jo daje ta določba, še ni uporabila nobena zvezna dežela.

III. Pravne okoliščine

1. Svoboda opravljanja storitev

Člen 7(11) RStV je morda v nasprotju s členom 56 PDEU, v skladu s katerim se omejitve svobode opravljanja storitev v Uniji načeloma prepovejo za državljane držav članic, ki imajo sedež v eni od držav članic, vendar ne v državi osebe, ki so ji storitve namenjene. Pri tem gre pri oglasih, ki jih izdajatelj televizijskega programa s sedežem v državi članici za plačilo predvaja za oglaševalca s sedežem v drugi državi članici, za storitev v smislu člena 57 PDEU (sodba Sodišča EU z dne 17. julija 2008, C-500/06, točka 33). V obravnavanem primeru člen 7(11) RStV tožeci stranki onemogoča, da bi prejela tako storitev, toženi stranki pa, da bi jo opravila.

Sicer so v izjemnih primerih dopustni ukrepi, ki motijo ali zmanjšujejo privlačnost svobode opravljanja storitev, ki je zagotovljena s členom 56 PDEU. Vendar gre za izjemni primer samo, če so izpolnjeni določeni pogoji: ukrepi se uporabljajo nediskriminatorno, odgovarjajo nujnim razlogom v splošnem interesu, so primerni za uresničitev zastavljenega cilja in ne prekoračijo okvirov, ki so nujno potrebni za njegovo doseganje (sodba Sodišča EU z dne 17. julija 2008, C-500/06, točka 35). Poleg tega morajo biti ukrepi primerni v ožjem smislu (sodba Sodišča EU z dne 13. decembra 2007, C-250/06, točka 44).

Ali so v primeru člena 7(11) RStV ti pogoji izpolnjeni, je vprašljivo.

(a) Sicer se lahko domneva, da imajo regionalni ponudniki medijskih vsebin od te določbe gospodarske koristi. Vendar izključno gospodarske koristi enega ali več konkurentov ne pomenijo nujnega razloga v splošnem interesu, ki lahko

upravičuje omejitev temeljne svoboščine, ki je zagotovljena s Pogodbo (sodba Sodišča EU z dne 22. decembra 2010, C-338/09, točka 51).

(b) Nadalje se sicer lahko domneva, da lahko člen 7(11) RStV prispeva k ohranjanju ali celo razširjenju medijske raznolikosti. Vendar bi v skladu s sodno prakso Sodišča Evropske unije ta cilj upravičeval omejitev temeljne svoboščine, kot je obravnavana, samo, če bi se uresničeval dosledno in sistematično (glej sodbo Sodišča EU z dne 12. julija 2012, C-176/11, točka 22). To se zdi glede na to, da lahko spletni oglaševalski velikani, kot sta Google in Facebook, na spletu ponujajo regionalne oglase, vprašljivo.

(c) Poleg tega je vprašanje, ali je ureditev primerna za uresničitev zastavljenega cilja in – če je odgovor pritrdilen – ali je primerna v ožjem smislu. V obravnavanem primeru gre za to, da regionalni mediji nimajo ali imajo samo zelo majhne koristi od člena 7(11) RStV, medtem ko so možnosti oglaševanja gospodarskih subjektov, kot je tožeča stranka, zaradi njega zelo omejene. Tako tožeča stranka navaja, da so regionalni programi namenjeni gledalcem s posebnimi lokalnimi interesi, čemur tožena stranka ne nasprotuje. Po mnenju gledalcev sta njihova vsebina in oblika precej manj kakovostni od televizijskih programov, ki se oddajajo na celotnem zveznem ozemlju. Zaradi tega in zaradi lokalne obarvanosti regionalnih programov je njihov delež v razmerju do vseh televizijskih programov, tudi če se pri tem upoštevajo vsi regionalni programi, manjši kot 5 %. Zato naj tožeča stranka z oglaševanjem na tako imenovanih regionalnih programih ne bi mogla doseči pomembne oglaševalske vrednosti. Tožeča stranka bi, tudi če bi oddajala oglase na vseh regionalnih programih, ostala izključena iz več kot 95 % televizijskega oglaševalskega trga. Prišlo naj tudi ne bi do pomembnega prenosa ugleda, kot to velja za oglaševanje na televizijskih programih, ki se oddajajo na celotnem zveznem ozemlju in ki so po mnenju gledalcev kakovostni. Prav ta prenos ugleda pa naj bi bil odločilen za uspeh njenega televizijskega oglaševanja za vzpostavitev blagovne znamke „Fussl Modestraße“.

2. Svoboda radiodifuzije in svoboda izražanja

Za člen 7(11) RStV bi se lahko poleg tega izkazalo, da pomeni nedopusten poseg v svobodo radiodifuzije, ki jo varujeta člen 11 Listine Evropske unije o temeljnih pravicah in člen 10 EKČP, in v svobodo izražanja, ki jo varuje člen 11 Listine Evropske unije o temeljnih pravicah.

3. Načelo enakega obravnavanja, ki ga določa pravo Unije

Nazadnje bi lahko člen 7(11) RStV pomenil nedopustno kršitev načela enakega obravnavanja, ki ga določa pravo Unije. Zaradi člena 7(11) RStV so izdajatelji televizijskih programov ter nacionalni in tuji gospodarski subjekti, ki želijo oddajati linearne televizijske oglase na nacionalni televiziji, v primerjavi z drugimi ponudniki medijskih storitev, zlasti v primerjavi s ponudniki nelinearnih avdiovizualnih medijskih storitev, kot so storitve videa na zahtevo ali storitve

pretočnega predvajanja, kot na primer Youtube ali Spotify, v slabšem položaju. Ti lahko tako kot tiskani mediji, ki se ponujajo na celotnem zveznem ozemlju, v različnih regijah ponujajo različne oglase. Poleg tega so v razmerju drug do drugega v slabšem položaju posamezni gospodarski subjekti. Prepoved regionalnega oglaševanja *de facto* postavlja v ugodnejši položaj velike ponudnike, ki so dejavni na celotnem zveznem ozemlju, ki se jim ustrezno predvajanje oglasov izplača.

IV. Upoštevnost vprašanj o razlagi za odločitev

Odločitev v obravnavanem sporu je odvisna od odgovorov na vprašanja za predhodno odločanje, na katera Sodišče Evropske unije doslej še ni odgovorilo. Če člen 7(11) RStV na podlagi prava Unije ni dopusten, bi lahko tožeča stranka od tožene stranke zahtevala izpolnitev pogodbe, to je pogodbeno dogovorjeno regionalno oddajanje oglasov v zvezni deželi Bavarski. Če pa je člen 7(11) RStV na podlagi prava Unije dopusten, bi bila tožena stranka na podlagi člena 275(1) BGB (nemški civilni zakonik) oproščena obveznosti storitve.

[podpisi]

[...] (ni prevedeno)