

Vec C-697/23

**Zhrnutie návrhu na začatie prejudiciálneho konania podľa článku 98 ods. 1
Rokovacieho poriadku Súdneho dvora**

Dátum podania:

17. november 2023

Vnútroštátny súd:

Landgericht München I

Dátum rozhodnutia vnútroštátneho súdu:

7. november 2023

Žalobkyňa:

HUK-COBURG Haftpflicht-Unterstützungs-Kasse kraftfahrender
Beamter Deutschlands a.G. v Coburgu

Žalovaná:

Check24 Vergleichsportal GmbH

CHECK24 Vergleichsportal für Kfz-Versicherungen

CHECK24 Vergleichsportal für Sachversicherungen GmbH

CHECK24 Vergleichsportal für Krankenversicherungen GmbH

CHECK24 Vergleichsportal für Vorsorgeversicherungen GmbH

CHECK24 Vergleichsportal für Versicherungsprodukte GmbH

Predmet konania vo veci samej

Zosúladenie právnej úpravy – Smernica 2006/114/ES – Klamlivá reklama – Článok 4 – Podmienky povolenia porovnávacej reklamy – Portál pre porovnávanie poistení – Porovnávanie prostredníctvom systému známkovania a bodovania

Predmet a právny základ návrhu na začatie prejudiciálneho konania:

Výklad práva Únie, článok 267 ZFEÚ

Prejudiciálna otázka

Má sa článok 4 písm. c) smernice 2006/114/ES vykladať v tom zmysle, že podmienky pre povolenú porovnávaciu reklamu podľa tohto ustanovenia môžu byť splnené aj vtedy, ak sa porovnanie uskutočňuje prostredníctvom systému známkovania a bodovania?

Uvedené predpisy Únie

Smernica Európskeho parlamentu a Rady 2006/114/ES z 12. decembra 2006 o klamlivej a porovnávacej reklame, článok 4 písm. c)

Uvedené vnútroštátne predpisy

Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) (zákon proti nekalej súťaži), najmä § 6 ods. 2 bod 2

Zhrnutie skutkového stavu a konania

- 1 Účastníci konania vo veci samej sa sporia o tom, či a ak áno, za akých podmienok je povolené porovnanie poistení prostredníctvom takzvaných „tarifných známk“ na porovnávacom portáli.
- 2 Žalobkyňa je dcérskou spoločnosťou veľkej nemeckej poisťovacej skupiny, ktorej dcérske spoločnosti rovnako ponúkajú poistenie v rôznych odvetviach poistenia.
- 3 Žalované patria do skupiny podnikov, ktorá na internete prevádzkuje veľký porovnávací portál, to znamená webovú stránku, ktorá používateľom ponúka (bezplatnú) možnosť porovnať rôzne produkty, okrem iného aj ponuky poistenia, na základe viacerých kritérií, okrem iného ceny, ale aj iných kritérií, a potom prípadne uzavrieť zmluvy s poskytovateľmi produktu.

- 4 Žalovaná v prvom rade je vlastníčkou (zastrešujúcej) domény. Za obsah stránok sú zodpovedné rôzne spoločnosti vykonávajúce podnikateľskú činnosť skupiny podnikov, ktoré medzi sebou nie sú prepojené dohodami o kontrole a prevode ziskov a strát. Žalovaná v prvom rade v tejto súvislosti poskytuje internetovú stránku spoločnostiam vykonávajúcim podnikateľskú činnosť. Žalovaná v druhom rade je zodpovedná za poistenie motorových vozidiel, žalovaná v treťom rade za domácnosť, poistenie obydlia, súkromné poistenie zodpovednosti a poistenie právnej ochrany, žalovaná v štvrtom rade za súkromné zdravotné poistenie a doplnkové zdravotné poistenie, žalovaná v piatom rade za životné poistenie, úrazové poistenie, doplnkové dôchodkové poistenie, základné dôchodkové poistenie a flexibilné súkromné dôchodkové poistenie, ako aj poistenie pracovnej neschopnosti a žalovaná v šiestom rade za poistenie pre prípad úmrtia.
- 5 Zobrazenie porovnania tarify je pre rôzne odvetvia poistenia žalovanou v zásade zostavené podľa rovnakej schémy: Po zadaní určitých, čiastočne povinných, čiastočne nepovinných údajov o poistencovi a o požadovanom produkte („nastavenia filtra“) používateľ stránky dostane takzvanú stránku výsledkov týkajúcu sa ním zadaných informácií (ktorá je vytvorená príslušnou zodpovednou žalovanou).
- 6 Stránka výsledkov obsahuje zoznam poistných taríf rôznych poskytovateľov. Informácie k jednotlivým ponukám, ktoré sa považujú za podstatné, sú prehľadne zobrazené (o poisťovni, cene, ale heslovite aj k detailom tarify). Okrem toho je v poli pod značkou žalovanej zobrazená „tarifná známka“, ktorá je ako taká výslovne označená. Tá má číselnú hodnotu od 1,0 do 4,0 a dopĺňuje známky známe zo školského systému „veľmi dobrý“, „dobrý“, „uspokojivý“ alebo „dostatočný“.
- 7 Zoznam taríf začína ponukou, ktorá je (prevažne) uvedená ako „odporúčanie podľa pomeru ceny a kvality služby“, a ďalšou, ktorá je označená ako „odporúčanie podľa kvality služby“. Ponuky sú ďalej potom v zásade zobrazené v poradí „najprv najnižšia cena“. Zákazník má však (prostredníctvom kliknutia na konkrétne tlačidlo) možnosť zobrazenia iného poradia ponúk: podľa poskytovateľov (to znamená podľa abecedy), podľa „najlepšej známky“ alebo podľa „najlepšieho hodnotenia zákazníkov“.
- 8 Ak sa používateľ kurzorom počítačovej myšky dotkne políčka s tarifnou známkou (takzvaný *mouse over* efekt, respektíve *Hoverov* efekt), otvorí sa pri všetkých stránkach s výsledkom takzvané kontextové okno so základnými informáciami o tarifnej známke. Tarifná známka vychádza zo systému bodovania: Prostredníctvom poradia rôznych parametrov známkovania sa udeľujú body až do určitého maximálneho počtu bodov, ktoré spolu tvoria celkový počet bodov. Parametre známkovania a celkový počet bodov, ktorý je možné dosiahnuť, sa odlišujú podľa odvetvia poistenia. Parametre známkovania sú vždy zhrnuté v kritériách, respektíve kategóriách (ktoré sú rôzne podľa odvetvia poistenia). Vo všetkých odvetviach poistenia sú kritériá a kategórie zahrnuté navyše do modulov „Modul poisťovne“ a „Modul tarify“, pričom váženie oboch modulov sa

navzájom (to znamená vo vzťahu jednotlivých maximálnych počtov bodov navzájom) rozlišuje. Každý parameter známkovania je označený zeleným alebo žltým háčikom alebo červeným krížikom. V spodnej časti kontextového okna je poukázané na to, že tieto symboly znamenajú „veľmi dobrý“ (zelený háčik), „priemerný“ (žltý háčik) a „podpriemerný/nebezpečný“ (červený krížik). V závislosti od druhu poistenia ukazujú kontextové okná sčasti priamo všetky parametre známkovania, sčasti sa najprv zobrazia len rôzne kategórie. Pokiaľ kontextové okná priamo neukazujú všetky parametre známkovania, ale len kategórie, jednotlivé parametre je možné zobrazit' prostredníctvom šípiek, ktoré sa nachádzajú na začiatku alebo konci riadku jednotlivkej kategórie, ako aj kliknutím na kategóriu.

- 9 V konaní na Landgericht Köln (Krajinský súd Kolín, Nemecko) proti žalovanej v prvom rade a žalovanej v druhom rade (poistenie motorových vozidiel) v roku 2020 žalobkyňa uvádzala, že porovnanie tarifných známk porušuje § 6 ods. 2 bod 2 UWG. Landgericht Köln (Krajinský súd Kolín) tomuto vyhovel (právoplatným) rozsudkom z 22. apríla 2020. Žalované v dôsledku toho prepracovali internetové zobrazenie pre odvetvie poistenia motorových vozidiel a odobrali ďalšie informácie k tarifným známkam.
- 10 Počas konania vo veci samej žalované vykonali zmeny aj v ostatných (tu sporných) druhoch poistenia. Väčšina kontextových okien obsahuje len nadpis „Zobraziť detaily tarify“, na ktoré je možné kliknúť. Po kliknutí na nadpis používateľ získa ďalšie informácie o parametroch známkovania s krátkym opisom, čo je obsahovým základom bodovania parametrov (napríklad informácie o výške plnenia za určité medicínske zákroky).
- 11 Všetky kontextové okná okrem toho obsahujú nad alebo pod uvedenými parametrami známkovania nadpis „Viac informácií o určovaní tarifnej známky získate tu“, na ktorý sa dá kliknúť. Po kliknutí na nadpis sa otvorí nová internetová stránka, na ktorej je bližšie vysvetlené ako sa určovali tarifné známky. Internetové stránky sú pritom v zásade všetky identicky zostavené. Najprv je vo všeobecnosti krátko opísané, čo sú tarifné známky žalovanej. V druhom odseku je potom vysvetlené, z čoho tarifná známka v jednotlivom odvetví poistenia vyplýva, a opísaná a zdôvodnená kategorizácia, ako aj parametre známkovania. V treťom odseku je vysvetlené, ako sa dosiahlo bodovanie, to znamená aké zistenie vedie k akému počtu bodov. Nakoniec je objasnené, aký počet celkových bodov vedie k akej známke (prepočet).
- 12 Tarifné ponuky uvedené na stránkach s výsledkami (to znamená ich políčka s ponukou) obsahujú buď v spodnej časti nadpis „Detaily tarify“, respektíve „Detaily služby“, respektíve „Viac informácií k tarife“, ktorý je označený šípkou dolu, alebo na pravej strane (na mieste tlačidla „Žiadosť online“, respektíve „Žiadosť“, respektíve „Ďalej“) tlačidlo s nadpisom „Detaily“, prostredníctvom ktorého sa používateľ môže dostať k ďalším informáciám. Súvislosť s tarifnou známkou však pri týchto informáciách nie je zobrazená.

- 13 Listom z 26. novembra 2020 žalobkyňa podala žalobu proti žalobkyni v prvom rade. Žalobkyňa žiadala upustenie od konania, určenie povinnosti nahradiť škodu a vyrovnanie mimosúdnych vzniknutých nákladov právneho zastúpenia za upomienku. Návrhy na upustenie od konania sa týkali konkrétnych druhov porušenia, na ktorých dokázanie boli predložené zodpovedajúce podklady. Smerovali proti zobrazeniu tarifných známk, ako boli zobrazené na stránkach s výsledkami, ale aj proti zobrazeniu tarifných známk na stránkach s výsledkami v spojení so súvisiacimi informáciami prostredníctvom kontextových okien.
- 14 Listom z 20. novembra 2021 žalobkyňa rozšírila svoju žalobu a návrhy na upustenie od konania, ako aj návrh na určenie povinnosti ručenia – rôzne podľa dotknutých odvetví [poistenia] – rozšírila na jednotlivú spoločnosť vykonávajúcu podnikateľskú činnosť. Od ostatných žalovaných chce pritom aj informácie, pričom návrhy na poskytnutie informácií spojila so subsidiárnym návrhom na náhradu škody v prípade nedostatočného poskytnutia informácií.

Základné argumenty účastníkov konania vo veci samej

- 15 Podľa názoru žalobkyne je zobrazenie a udeľovanie tarifných známk žalovanou aj po prispôbení s prihliadnutím na rozsudok Landgericht Köln (Krajinský súd Kolín) nepovolená porovnávacía reklama podľa § 6 ods. 2 bodu 2. UWG. Tarifné známky nie sú vlastnosťami výrobku a nezobrazujú ani jeho cenu. Ide skôr len o zhodnocujúci úsudok, ktorý nemôže byť povoleným predmetom porovnávej reklamy. Porovnanie prostredníctvom tarifných známk, ako to robia žalované v prípade ich internetovej stránky, je preto vo všeobecnosti nepovolené. Tarifné známky nie sú, ako uvádza žalovaná, ani matematickým zhrnutím porovnávania vlastností, keďže vlastnosti poistných zmlúv, ako napríklad suma krytia a podobne, by sa nedali spočítať. Žalované namiesto vlastností spočítavali subjektívne hodnotenie vlastností. To popiera základný rozdiel medzi skutočnosťou a ich hodnotením. Tarifné známky spolu predstierajú falošnú objektivitu a majú vysoký zavádzajúci potenciál. Žalobkyňa ďalej poukazuje na vnútroštátnu judikatúru o známkovaní výrobkov prostredníctvom Stiftung Warentest [najmä Bundesgerichtshof (Spolkový súdny dvor, Nemecko) GRUR 1997, s. 942], podľa ktorej základom známky musí byť neutrálny, objektivný a odborný výskum.
- 16 Žalované považujú porovnanie tarifnými známkami v zásade a aj v konkrétnom prípade za povolené. Známkovanie predstavuje celkový výsledok objektívneho porovnania. Výsledok vychádza z preskúmateľných vlastností. Popri určení jednotlivých parametrov známkovania, to znamená vlastností jednotlivého poistenia, a ich uváženia boli všetky nevyhnutné informácie, ktoré odôvodňujú tarifnú známku, oznámené veľmi detailne. Tarifná známka je koniec koncov len povolený matematický súhrn celkového výsledku. Pri zvolených parametroch známkovania ide z pohľadu oslovených skupín verejnosti o podstatné, relevantné a typické vlastnosti poistenia. Neutralita v súvislosti s článkom 6 ods. 2 bodom 2 UWG nezohráva žiadnu úlohu.

Zhrnutie odôvodnenia návrhu na začatie prejudiciálneho konania

- 17 Rozhodnutie sporu vo veci samej závisí od výkladu článku 4 písm. c) smernice 2006/114, ktorý môže byť objasnený odpoveďou na prejudiciálnu otázku.
- 18 Žalobkyňa svojimi návrhmi napáda porovnanie tarifných známk žalovaných aj v tej súvislosti, že je spojené s rozsiahlymi informáciami o známkach pre používateľa, ktoré robia tvorbu známk pochopiteľnou. V tejto súvislosti vnútroštátny súd za relevantné považuje, či § 6 ods. 2 bod 2 UWG vo všeobecnosti porovnanie prostredníctvom známk skutočne zakazuje alebo nie. Výklad § 6 ods. 2 bodu 2 UWG naopak závisí od výkladu článku 4 písm. c) smernice 2006/114.
- 19 Podľa názoru vnútroštátneho súdu počet bodov/známka spotrebiteľovi *per se* nikdy neposkytuje informácie o porovnávanom produkte podstatné pre rozhodnutie o kúpe, ale len porovnanie s inými známkami. Už z pojmového hľadiska nemôže známka predstavovať vlastnosť výrobku v zmysle článku 4 písm. c) smernice 2006/114. V prípade bodovania, respektíve známkovania navyše ide vždy o subjektívne konanie, zatiaľ čo článok 4 písm. c) smernice 2006/114 výslovne vyžaduje objektívne porovnanie. Objektívita porovnania sa dodatočne vyžaduje pre preskúmateľnosť a musí mať teda od toho nezávislý samostatný význam. Na druhej strane smernica 2006/114 posudzuje porovnávaciu reklamu v zásade zrejme z hľadiska hospodárskej a spotrebiteľskej politiky pozitívne: Keď reklama, ako sa uvádza v odôvodnení 8 tejto smernice, porovnáva podstatné, dôležité, overiteľné a reprezentatívne vlastnosti a nie je klamlivá, ponúka spotrebiteľovi možnosť, aby z vnútorného trhu získal čo možno najväčšiu výhodu. Požiadavky pre povolenie takejto reklamy preto nesmú byť príliš veľké. Podmienky podľa článku 4 písm. c) smernice 2006/11[4] je preto podľa chápania súdu potrebné vykladať extenzívne.