

Kohtuasi C-697/23

Eelotsusetaotluse kokkuvõte vastavalt Euroopa Kohtu kodukorra artikli 98 lõikele 1

Saabumise kuupäev:

17. november 2023

Eelotsusetaotluse esitanud kohus:

Landgericht München I (Müncheni I esimese astme kohus, Saksamaa)

Eelotsusetaotluse esitamise kuupäev:

7. november 2023

Hageja:

HUK-COBURG Haftpflicht-Unterstützungs-Kasse kraftfahrender Beamter Deutschlands a.G. in Coburg

Kostjad:

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

Põhikohtuasja ese

Õigusaktide ühtlustamine – Direktiiv 2006/114/EÜ – Eksitav reklaam – Artikkel 4 – Võrdleva reklaami lubatavuse tingimused – Kindlustuse võrdlusportaal – Võrdlemine hinnangute abil või punktide andmise süsteemi abil

Eelotsusetaotluse ese ja õiguslik alus

Liidu õiguse tõlgendamine, ELTL artikkel 267

Eelotsuse küsimus

Kas direktiivi 2006/114/EÜ artikli 4 punkti c tuleb tõlgendada nii, et lubatud võrdleva reklaami eeldused saavad selle sätte kohaselt olla täidetud ka juhul, kui võrdlemine toimub hinnangu- või punktide andmise süsteemi abil?

Viidatud liidu õiguse säte

Euroopa Parlamendi ja nõukogu 12. detsembri 2009. aasta direktiiv 2006/114/EÜ eksitava ja võrdleva reklaami kohta, artikli 4 punkt c

Viidatud riigisisene säte

Kõlvatu konkurentsi vastane seadus (Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb, edaspidi „UWG“), § 6 lõike 2 punkt 2

Lühike ülevaade asjaoludest ja menetlusest

- 1 Põhikohtuasja pooled vaidlevad sisuliselt selle üle, kas ja millistel tingimustel on lubatud võrdlusportaalis kindlustuslepingute võrdlemine nn „hinnahinnangute“ („Tarifnoten“) abil.
- 2 Hageja on suure Saksa kindlustuskontserni emaettevõtja, mille tütarettevõtjad pakuvad samuti erinevaid kindlustusliike.
- 3 Kostjad kuuluvad kontserni, mis haldab internetis suurt võrdlusportaali, s.t veebisaiti, mis pakub kasutajatele (tasuta) võimalust võrrelda erinevaid tooteid, muu hulgas kindlustuspakkumusi mitme kriteeriumi abil, muu hulgas hinna, aga ka muude kriteeriumide abil, ning soovi korral sõlmida seejärel nende toodete pakkujatega lepinguid.
- 4 Kostja 1 on (tipp)domeeni omanik. Veebilehtedel oleva sisu eest vastutavad kontserni erinevad tegutsevad äriühingud, mis ei ole omavahel seotud ei valitsemislepingutega ega ka kasumi väljamaksmislepingutega. Kostja 1 teeb veebilehe kättesaadavaks erinevatele tegutsevatele äriühingutele. Kostja 2 on vastutav sõiduauto kindlustuse eest, kostja 3 koduse vara, kodu, isikliku vastutuse ja õigusabikulude kindlustuse eest, kostja 4 eraõigusliku tervisekindlustuse ja täiendava tervisekindlustuse eest, kostja 5 tähtajalise elukindlustuse, õnnetusjuhtumikindlustuse, riigi poolt toetustega ja maksusoodustustega soodustatav eraõiguslik või ametialane vanadusea pensioni, põhipensioni ja

paindliku erapensioni ning samuti töövõimetuskindlustuse eest, ning kostja 6 investeerimisriskiga elukindlustuse eest.

- 5 Kostjad esitavad erinevate kindlustusliikide hinnavõrdluse põhimõtteliselt sama skeemi alusel: peale teatud nõutavate ja valikuliste põhiandmete sisestamist kindlustusvõtja ning soovitud toote kohta („filtri seaded“) saab kasutaja oma andmete põhjal (pädeva kostja genereeritud) nn tulemustelehe.
- 6 Tulemusteleht sisaldab erinevate kindlustuspakkujate kindlustushindu. Iga pakkumuse kohta esitatakse ülevaatlikult oluliseks peetav teave (kindlustusandja, hind, aga ka hinnaosad märksõnade abil). Lisaks sellele kuvatakse kostja kaubamärgi all oleval väljal selgelt tähistatud „hinnahinnang“. See on numbriline väärtus vahemikus 1,0 kuni 4,0 ning sarnaneb haridussüsteemis olevate hinnetega „väga hea“, „hea“, „rahuldav“ või „piisav“.
- 7 Kindlustushindade hinnangute loetelu algab pakkumusega, mida tähistatakse (valdavalt) kui „soovitatav – hinna– ja toote võrdlemisel“, ning järgmist pakkumust tähistatakse kui „soovitatav toode“. Seejärel esitatakse pakkumused reeglina järjekorras „madalaim hind esimesena“. Samas on kliendil ka võimalus (klõpsates vastavatele nuppudele) kuvada pakkumusi erinevas järjekorras: kas pakkujate alusel (s.t tähestikulises järjekorras), „parimad hinnangud kõigepealt“ alusel või „kõige paremad kliendihinnangud kõigepealt“ alusel.
- 8 Kui kasutaja liigub arvutihiire kursoriga üle hinnahinnangut (nn *mouseover* ehk *hover effect*), avaneb igal tulemustelehel hüpikaken, mis sisaldab põhiteavet hinnahinnangu kohta. Hinnahinnang põhineb punktisüsteemil: kasutades erinevaid hinnanguparameetreid antakse punkte kuni teatud maksimaalse punktisummani, mis liidetakse kokku, et saada koondhinne. Sõltuvalt kindlustusliigist on hinnanguparameetrid ja saavutatav koondhinne erinevad. Hinnanguparameetrid on koondatud (kindlustusliigiti erinevate) kriteeriumide ehk kategooriate alla. Kõikide kindlustusliikide puhul on kriteeriumid ja kategooriad omakorda koondatud moodulitesse „Kindlustusandja moodul“ ja „Hinnamoodul“, kuid nende mõlema mooduli kaal (s.t vastavate maksimumpunktide suhe üksteisesse) on erinev. Iga hinnanguparameeter on tähistatud rohelise või kollase linnukesega või punase ristiga. Akna alumises osas on selgitatud, et need sümbolid tähendavad „väga hea“ (roheline linnuke), „keskmise“ (kollane linnuke) ning „alla keskmise/ kindlustamata“ (punane rist). Sõltuvalt kindlustusliigist näitavad hüpikaknad vahel kohe kõiki hinnanguparameetreid, vahel algul ainult erinevaid kategooriaid. Juhul kui hüpikaknad ei näita kohe kõiki hinnanguparameetreid, vaid ainult kategooriaid, saab üksikuid parameetreid vaadata kas noolte abil, mis asuvad iga kategooria rea alguses või lõpus, või kategoorial klõpsates.
- 9 Hageja väitis Landsgericht Kölnis (Kölni esimese astme kohus, Saksamaa) toimunud menetluses, et 2020. aastal rikkus kostja 1 ja kostja 2 (sõiduautokindlustus) hinnahinnangu võrdlus UWG § 6 lõike 2 punkti 2. 22. aprilli 2020 (jõustunud) otsusega kinnitas Landsgericht Köln (Kölni esimese astme kohus, Saksamaa) seda seisukohta. Seepeale tegid kostjad enda

veebileheküljel „sõiduautokindlustuse“ kindlustusliigi osas muudatusi ning lisasid hinnahinnangute kohta täiendavat teavet.

- 10 Põhikohtuasja menetluse käigus tegid kostjad muudatusi ülejäänud (siin vaidluse all olevate) kindlustusliikide osas. Enamik hüpinkaknaid sisaldab nüüd klõpsatavat kirja „Näita hinnakirja üksikasju“. Kui kasutaja klõpsab kirjal, siis saab ta hinnanguparameetrite kohta täiendavat teavet lühikese selgitusena hinnanguparameetrite eest punktide andmise sisuliste põhjuste kohta (nt teave teatavate meditsiiniteenuste hüvitatava osa kohta).
- 11 Lisaks on kõikides hüpinkakendes väljatoodud hinnanguparameetritest ülal- või allpool klõpsatav kiri „Lisateabe saamiseks hinnahinde väljaarvutamise kohta vajuta siia“. Kirjal klõpsates avaneb uus infoleht, millel selgitatakse täpsemalt, kuidas hinnahinded on välja arvatud. Kõik teabelehed on seejuures identselt üles ehitatud. Kõigepealt selgitatakse lühidalt ja üldiselt, mis on kostja hinnahinnangud. Seejärel selgitatakse teises osas, kuidas kujuneb hinnahinnang vastava kindlustusliigi puhul, ning kirjeldatakse ja põhjendatakse liigitamist ja hinnanguparameetreid. Kolmandas osas selgitatakse, kuidas toimub hinnangu andmine, st milline asjaolu millise punktisumma annab. Lõpuks näidatakse, milline punktide arv millise hindeni viib (teisendamine).
- 12 Tulemustelehtedel loetletud hinnapakumused (s.t nende pakumiseväljad) sisaldavad kas alumises ääres koos allapoole suunatud noolega kirja „Hinna üksikasjad“ või „Toote üksikasjad“ või „Rohkem teavet hinna kohta“ või paremas servas (nuppude „Veebitellimus“, „Tellimus“ või „Edasi“ kohal) nuppu kirjaga „Üksikasjad“, mille abil kasutaja saab rohkem teavet. Seda teavet hinnahinnangu ei seostata.
- 13 Hageja esitas 26. novembril 2020 hagiavalduse kostja 1 vastu. Hageja nõudis rikkumise lõpetamist, kahju hüvitamise kohustuse tuvastamist ja sissenõutavaks muutunud advokaadikulude väljamõistmist, mis olid seotud kohustuse täitmise nõudmisega. Hoidumishagid puudutasid konkreetseid rikkumise liike, mille tõendamiseks olid lisatud vastavad lisad. Nad olid suunatud nii hinnahinnangu kujutamisele, nagu see toimub tulemustelehtedel endil, kui ka hinnahinnangu esitamise vastu tulemustelehtedel koos nende juurde kuuluva teabega hüpinkakendes.
- 14 20. novembri 2021. aasta avaldusega täiendas hageja hagi ning laiendas vastavale pädevale tegutsevale äriühingule kostja 1) vastu suunatud hoidumishagi ja tuvastushagi, mille esemeks on tuvastada emattevõtte kohustus vastutada tütarettevõtte kohustuste eest, mis erineb puudutatud liigi alusel. Seejuures soovib saada ta teavet teistelt kostjatelt, kui teavet ei ole piisavalt, et esitada kahju hüvitamise nõue.

Poolte põhiargumendid põhikohtuasjas

- 15 Hageja arvates on see, kuidas kostjad hinnahinnanguid esitavad ja annavad, isegi pärast Landsgericht Kölni (Kölni esimese astme kohus, Saksamaa) kohtuotsust tehtud täiendusi keelatud võrdlev reklaam UWG § 6 lõike 2 punkti 2 tähenduses. Hinnahinnangud ei kujuta endast toote omadust ega kajasta toote hinda. Vastupidi, tegemist on puhtalt väärtushinnanguga, mis ei ole võrdleva reklaami esemena lubatud. Võrdlus hinnahinnangute abil, nagu seda teevad kostjad internetis, on seetõttu reeglina lubamatu. Samuti ei ole hinnahinnangu omaduste võrdluse arvutuslik kokkuvõte, nagu väidavad kostjad, kuna kindlustuslepingute omadusi, nagu näiteks kindlustussummasid ei saa kokku arvutada. Omaduste asemel arvutavad kostjad kokku omadustele antud subjektiivseid hinnanguid. Sellega eitatakse põhimõttelist erinevust faktilise asjaolu ja selle antud hinnangu vahel. Seega peegeldavad hinnahinnangud valet objektiivsust ja omaksid suurt eksimusse viimisse võimalust. Hageja viitab ka riigisisesele kohtupraktikale Stiftung Warentesti tootehindamise kohta (eelkõige Bundesgerichtshof (Liitvabariigi kõrgeim üldkohus, Saksamaa) (*Gewerblichen Rechtsschutz und Urheberrecht* (GRUR) 1997, lk 942), mille kohaselt peavad hinnangud põhinema neutraalsetel, objektiivsetel ja asjatundlikel uurimustel.
- 16 Kostjad peavad võrdlust hinnahinnangute abil üldjuhul lubatavaks, sealhulgas käesoleval juhul. Hinnang kujutab endast objektiivse võrdluse kogutulemust. Kokkuvõttes põhineb tulemus kontrollitavatel tunnustel. Lisaks üksikute hinnanguparameetrite loetlemisele, st vastava kindlustuse omadustele, ning nende kaalule esitatakse üksikasjalikult kogu vajalik teave, millel hinnahinnang põhineb. Lõppkokkuvõttes kujutab hinnahinnang endast kogutulemuse lubatavat arvutuslikku kokkuvõtet. Puudutatud sihtrühma vaatest on valitud hinnanguparameetrite puhul tegemist kindlustuse oluliste, asjakohaste ja tüüpiliste omadustega. UWG § 6 lõike 2 punkti 2 kontekstis ei oma neutraalsus mingit tähtsust.

Lühiülevaade eelotsuseküsümuse põhjendustest

- 17 Põhikohtuasja tulemus sõltub direktiivi 2006/114 artikli 4 punkti c tõlgendamisest, mida saab eelotsuse küsimusele vastates selgitada.
- 18 Hagiavalduses heidab hageja kostjale hinnahinnangute võrdlust ette ka hoolimata sellest, et koos sellega esitatakse kasutajale ulatuslikku teavet hinnangute kohta, mis muudab hinnangute kujunemise järgitavaks. Sellega seoses peab eelotsusetaotluse esitanud kohus oluliseks teada saada, kas põhimõtteliselt UWG § 6 lõike 2 punkt 2 keelab tegelikult või mitte võrdluse hinnangute abil. UWG § 6 lõike 2 punkti 2 tõlgendamine sõltub omakorda direktiivi 2006/114 artikli 4 punkti c tõlgendamisest.
- 19 Eelotsusetaotluse esitanud kohtu arvates ei anna punktide arv/hinnang iseenesest tarbijale kunagi otsustuse tegemiseks olulist teavet võrreldava toote kohta, vaid ainult siis, kui seda võrreldakse teiste hinnangutega. Juba mõistest tulenevalt ei

saa hinnang kujutada toote omadust direktiivi 2006/114 artikli 4 punkti c tähenduses. Lisaks on punktide ehk hinnangu andmise puhul tegemist subjektiivse toiminguga, kuid direktiivi 2006/114 artikli 4 punkt c nõuab objektiivset võrdlust. Võrdluse objektiivsus eeldab samuti kontrollitavust ning sellest tulenevalt peab see omama sõltumatut iseseisvat tähendust. Teisest küljest vaadatuna näib, et konkurentsi- ja tarbijapoliitika seisukohast suhtub direktiiv 2006/114 võrdlevasse reklaami üldjuhul positiivselt. Kui võrdlev reklaam, nagu märgitakse selle direktiivi põhjenduses 8, võrdleb olulisi, asjakohaseid, kontrollitavaid ja tüüpilisi omadusi ning ei ole eksitav, siis annab see tarbijale võimaluse saada siseturult maksimaalseid eeliseid. Nõuded sellise reklaami lubatavusele ei tohiks seetõttu olla liiga ranged. Seega tuleb direktiivi 2006/114 artikli 4 punktis c sätestatud tingimusi eelotsusetaotluse esitanud kohtu arvates tõlgendada laialt.

TÖÖDOKUMEN