A BÍRÓSÁG ÍTÉLETE (harmadik tanács)

2013. október 17.*

„2005/29/EK irányelv — Tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok — Személyi hatály — Megtévesztő mulasztások a szerkesztői reklámokban — A fizetett közlemények »hirdetés« (»Anzeige«) megjegyzés nélküli közzétételét tiltó tagállami szabályozás — Teljes harmonizáció — Szigorúbb intézkedések — Sajtószabadság”

A C-391/12. sz. ügyben,

az EUMSZ 267. cikk alapján benyújtott előzetes döntéshozatal iránti kérelem tárgyában, amelyet a Bundesgerichtshof (Németország) a Bírósághoz 2012. augusztus 22-én érkezett, 2012. július 19-i határozatával terjesztett elő az előtte

az **RLvS Verlagsgesellschaft mbH**

és

a **Stuttgarter Wochenblatt GmbH** között folyamatban lévő eljárásban,

A BÍRÓSÁG (harmadik tanács),

tagjai: M. Ilešič tanácselnök, C. G. Fernlund, A. Ó Caoimh, C. Toader (előadó) és E. Jarašiūnas bírák,

főtanácsnok: M. Wathelet,

hivatalvezető: K. Malacek tanácsos,

tekintettel az írásbeli szakaszra és a 2013. június 12-i tárgyalásra,

figyelembe véve a következők által előterjesztett észrevételeket:

– az RLvS Verlagsgesellschaft mbH képviseletében A. Sasdi Rechtsanwalt,

– a Stuttgarter Wochenblatt GmbH képviseletében F.-W. Engel és A. Rinkler Rechtsanwälte,

– a német kormány képviseletében T. Henze és J. Kemper, meghatalmazotti minőségben,

– a cseh kormány képviseletében M. Smolek, J. Vláčil és S. Šindelková, meghatalmazotti minőségben,

– a lengyel kormány képviseletében B. Majczyna és M. Szpunar, meghatalmazotti minőségben,

– az Európai Bizottság képviseletében M. Owsiany-Hornung, V. Kreuschitz és M. van Beek, meghatalmazotti minőségben,

* Az eljárás nyelve: német.

a főtanácsnok indítványának a 2013. július 11-i tárgyaláson történt meghallgatását követően,

meghozta a következő

Ítéletet

1 Az előzetes döntéshozatal iránti kérelem a belső piacon az üzleti vállalkozások fogyasztókkal szemben folytatott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatairól, valamint a 84/450/EGK tanácsi irányelv, a 97/7/EK, a 98/27/EK és a 2002/65/EK európai parlamenti és tanácsi irányelvek, valamint a 2006/2004/EK európai parlamenti és tanácsi rendelet módosításáról szóló, 2005. május 11-i 2005/29/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv (tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv) (HL L 149., 22. o.) 7. cikkének, valamint I. melléklete 11. pontjának értelmezésére irányul.

2 Ezt a kérelmet az RLvS Verlagsgesellschaft mbH (a továbbiakban: RLvS) és a Stuttgarter Wochenblatt GmbH (a továbbiakban: Stuttgarter Wochenblatt) között annak tárgyában folyamatban lévő jogvitában terjesztették elő, hogy a kérdést előterjesztő bíróság megtilthatja-e az RLvS számára, hogy fizetett közleményeket tegyen vagy tétessen közzé egy újságban a „hirdetés” („Anzeige”) megjegyzés feltüntetése nélkül.

Jogi háttér

Az uniós jog

A 2005/29 irányelv

3 A 2005/29 irányelv (6)–(8) preambulumbekezdésének szövege a következő:

„(6) Ez az irányelv […] közelíti a tagállamoknak a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokra vonatkozó jogszabályait, ideértve a fogyasztók gazdasági érdekeit közvetlenül sértő tisztességtelen reklámokat, amelyek ezáltal közvetett módon sértik a jogszerűen eljáró versenytársak gazdasági érdekeit is. Az arányosság elvével összhangban ez az irányelv védi a fogyasztókat az ilyen tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok következményeitől, amennyiben ezek jelentősek, de elismeri, hogy egyes esetekben a fogyasztókra gyakorolt hatás elhanyagolható. Ez az irányelv nem vonatkozik a kizárólag a versenytársak gazdasági érdekeit sértő vagy a kereskedők közötti ügyletekhez kapcsolódó tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló nemzeti jogszabályokra, és nem is érinti azokat; a tagállamok – amennyiben úgy kívánják – a szubszidiaritás elvének teljes körű figyelembevételével és a közösségi joggal összhangban továbbra is maguk szabályozhatják ezeket a gyakorlatokat. [...]

(7) Ez az irányelv a fogyasztóknak a termékekkel kapcsolatos ügyleti döntéseit közvetlenül befolyásoló kereskedelmi gyakorlatokkal foglalkozik. [...]

(8) Ez az irányelv közvetlenül [helyesen: kifejezetten] védi a fogyasztó gazdasági érdekeit az üzleti vállalkozásoknak a fogyasztókkal szemben folytatott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlataitól. Ezáltal közvetetten védi [helyesen: közvetetten is védi] a jogszerűen eljáró üzleti vállalkozásokat is az ezen irányelvet be nem tartó versenytársaiktól, így biztosítva a tisztességes versenyt az általa összehangolt területeken. Természetesen léteznek más kereskedelmi gyakorlatok, amelyek a fogyasztókat ugyan nem károsítják, de a versenytársakat és az üzleti vállalkozásokat, mint ügyfeleket károsíthatják. A Bizottságnak gondosan meg kell vizsgálnia a közösségi fellépés

szükségességét az ezen irányelv szabályozási körén kívül eső tisztességtelen verseny területén, és szükség esetén jogalkotási javaslatot kell tennie a tisztességtelen verseny ezen egyéb vonatkozásainak szabályozására.”

4 A 2005/29 irányelv 2. cikke b) pontjának értelmében „kereskedőnek” minősül „az a természetes vagy jogi személy, aki, illetve amely az ezen irányelv szabályozási körébe tartozó kereskedelmi gyakorlatok során kereskedelmi, ipari, kézműipari vagy szakmai tevékenységével összefüggő célok érdekében jár el, valamint aki a kereskedő nevében vagy javára jár el”. Ezen irányelv 2. cikkének d) pontja értelmében pedig „az üzleti vállalkozásoknak a fogyasztókkal szemben folytatott kereskedelmi gyakorlat[ának]” minősül „a kereskedő által kifejtett tevékenység, mulasztás, magatartási forma vagy megjelenítési mód, illetve kereskedelmi kommunikáció – beleértve a reklámot és a marketinget is –, amely közvetlen kapcsolatban áll valamely terméknek a fogyasztó részére történő eladásösztönzésével, értékesítésével vagy szolgáltatásával”.

5 A 2005/29 irányelv 3. cikke (1) bekezdésének értelmében „ezt az irányelvet az üzleti vállalkozásoknak a termékhez kapcsolódó kereskedelmi ügylet lebonyolítását megelőzően és azt követően, valamint a lebonyolítás során, a fogyasztókkal szemben folytatott, az 5. cikkben meghatározott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatára kell alkalmazni”.

6 Mindazonáltal a hivatkozott irányelv 3. cikke (5) bekezdésének értelmében „[a] 2007. június 12-t követő hat év folyamán az ezen irányelv által közelített területen a tagállamok továbbra is alkalmazhatják azon nemzeti jogszabályaikat, amelyek megszorítóbbak és szigorúbbak ezen irányelvnél, és amelyek minimális harmonizációs kikötéseket tartalmazó irányelveket hajtanak végre. Ezeknek a rendelkezéseknek jelentőseknek [helyesen: lényegesnek] kell lenniük ahhoz, hogy biztosítsák a fogyasztóknak a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokkal szembeni megfelelő védelmét, és arányban kell állniuk ezzel az elérendő céllal. A 18. cikkben említett felülvizsgálat adott esetben magában foglalhat egy olyan javaslatot is, hogy ezt az eltérést további, korlátozott időtartamra meghosszabbítsák.”

7 Egyébiránt a hivatkozott irányelv 3. cikke (8) bekezdésének értelmében „[e]z az irányelv nem érinti a letelepedésre vagy az engedélyezési rendszerekre vonatkozó feltételeket, a kötelességteljesítéssel kapcsolatos magatartási kódexeket vagy a szabályozott szakmákra vonatkozó egyéb, a szakemberek magas szintű szakmai integritása megőrzése érdekében előírt különleges szabályokat, amelyeket a tagállamok a közösségi joggal összhangban megállapíthatnak”.

8 A 2005. évi irányelv 4. cikke a következőképpen rendelkezik:

„A tagállamok nem korlátozhatják sem a szolgáltatások nyújtásának szabadságát, sem az áruk szabad mozgását az ezen irányelv által közelített területekhez tartozó indokok alapján.”

9 A hivatkozott irányelvnek „A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok tilalma” című 5. cikke az alábbiak szerint rendelkezik:

„(1) Tilos tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokat alkalmazni.

(2) A kereskedelmi gyakorlat tisztességtelen, amennyiben:

a) ellentétes a szakmai gondosság követelményeivel,

és

b) a termékkel kapcsolatban jelentősen torzítja vagy torzíthatja azon átlagfogyasztó gazdasági magatartását, akihez eljut, vagy aki a címzettje, illetve – amennyiben a kereskedelmi gyakorlat egy bizonyos fogyasztói csoportra irányul – a csoport átlagtagjának a gazdasági magatartását.

[...]

(5) Az I. melléklet tartalmazza azoknak a kereskedelmi gyakorlatoknak a felsorolását, amelyek minden körülmény között tisztességtelennek minősülnek. Ugyanezt a felsorolást kell alkalmazni minden tagállamban, és a felsorolás csak ezen irányelv felülvizsgálata révén módosítható."

10 Ugyanezen irányelv „Megtévesztő mulasztások" című 7. cikkének (1) és (2) bekezdése így rendelkezik:

„(1) Megtévesztőnek minősül az a kereskedelmi gyakorlat, amely a ténybeli körülmények alapján – figyelembe véve annak valamennyi jellemzőjét és feltételét, valamint kommunikációs eszközeinek korlátait is –, az átlagfogyasztó tájékozott ügyleti döntéséhez szükséges jelentős információkat hagy ki, és ezáltal – a körülményektől függően – ténylegesen vagy valószínűsíthetően ahhoz vezet, hogy az átlagfogyasztó olyan ügyleti döntést hoz, amelyet egyébként nem hozott volna.

(2) Megtévesztő mulasztásnak minősül az is, ha a kereskedő az (1) bekezdésben említett jelentős információt [helyesen: lényeges információt] hallgat el, vagy azt homályos, érthetetlen, félreérthető, vagy időszerűtlen módon bocsátja rendelkezésre, figyelembe véve az említett bekezdésben leírt szempontokat, illetve ha nem nevezi meg az adott kereskedelmi gyakorlat kereskedelmi célját, amennyiben az a körülményekből nem derül ki, és amennyiben ez bármelyik esetben ténylegesen vagy valószínűsíthetően ahhoz vezet, hogy az átlagfogyasztó olyan ügyleti döntést hoz, amelyet egyébként nem hozott volna."

11 A 2005/29 irányelv „Minden körülmény között tisztességtelennek minősülő kereskedelmi gyakorlatok" című I. mellékletének 11. pontja „Megtévesztő kereskedelmi gyakorlatként" említi „[a]z írott és elektronikus sajtóban szerkesztői tartalom használat[át] a termék eladásösztönzésére, amikor a kereskedő fizetett az eladásösztönzésért, ez azonban a fogyasztó számára nem derül ki világosan a tartalomból, a képekből, vagy a hangokból (»advertorial«, szerkesztői reklám). Ez nem érinti a [tagállamok törvényi, rendeleti vagy közigazgatási intézkedésekben megállapított, televíziós műsorszolgáltató tevékenységre vonatkozó egyes rendelkezéseinek összehangolásáról szóló, 1989. október 3-i] 89/552/EGK [tanácsi] irányelvet [(HL L 298., 23. o.; magyar nyelvű különkiadás 6. fejezet, 1. kötet, 224. o.; helyesbítés: HL L 227., 62. o.)]".

A 2010/13/EU irányelv

12 A tagállamok audiovizuális médiaszolgáltatások nyújtására vonatkozó egyes törvényi, rendeleti vagy közigazgatási rendelkezéseinek összehangolásáról szóló, 2010. március 10-i 2010/13/EU európai parlamenti és tanácsi irányelv (audiovizuális médiaszolgáltatásokról szóló irányelv) (HL L 95., 1. o.) (82) preambulumbekezdése hozzáteszi, hogy „[a]z ezen irányelvben szabályozott kereskedelmi gyakorlat körén kívül az audiovizuális médiaszolgáltatásokban megjelenő tisztességtelen, például megtévesztő vagy agresszív kereskedelmi gyakorlatra a […] 2005/29/EK […] irányelvet […] kell alkalmazni".

13 A 2010/13 irányelv 10. cikke (1) bekezdésének c) pontja a következőképpen rendelkezik:

„A támogatott audiovizuális médiaszolgáltatásoknak vagy műsorszámoknak a következő követelményeknek kell megfelelniük:

[...]

c) a nézőket egyértelműen tájékoztatni kell a támogatási megállapodás létéről. A támogatott műsorszámot a támogató neve, logója és/vagy egyéb, a támogatóra utaló jelzés, például egy vagy több termékére vagy szolgáltatására való utalás vagy ezek megkülönböztető jele feltüntetésével, műsorszámtól függően alkalmas módon a műsorszám elején, folyamán és/vagy végén egyértelműen meg kell jelölni.”

14 A 2010/13 irányelv a 2007. december 11-i 2007/65/EK európai parlamenti és tanácsi irányelvvel (HL L 322., 27. o.) módosított 89/552 irányelvet hatályon kívül helyezte. Erre vonatkozóan a 2007/65 irányelvvel módosított 89/552 irányelv 3f. cikke a következőképpen szólt:

„(1) A támogatott audiovizuális médiaszolgáltatásoknak vagy műsorszámoknak a következő követelményeknek kell megfelelniük:

a) tartalmuk és – televíziós műsorszolgáltatás esetén – műsorrendjük semmilyen körülmények között nem befolyásolható oly módon, hogy ez hatással legyen a médiaszolgáltató felelősségére és szerkesztői függetlenségére;

b) nem bátoríthatnak közvetlenül – különösen különleges ösztönző utalások révén – áru vagy szolgáltatás megvásárlására vagy bérlésére;

c) a nézőket egyértelműen tájékoztatni kell a támogatási megállapodás létéről. A támogatott műsorszámot a támogató neve, logója és/vagy egyéb, a támogatóra utaló jelzés, például egy vagy több termékére vagy szolgáltatására való utalás vagy ezek megkülönböztető jele feltüntetésével, műsorszámtól függően alkalmas módon a műsorszám elején, folyamán és/vagy végén egyértelműen meg kell jelölni.

(2) Audiovizuális médiaszolgáltatásokat vagy műsorszámokat nem támogathat olyan vállalkozás, amelynek elsődleges tevékenysége cigaretta vagy egyéb dohánytermék gyártása vagy értékesítése.

(3) A gyógyszerkészítmények gyártásával vagy értékesítésével, valamint a gyógykezeléssel foglalkozó vállalkozás által támogatott audiovizuális médiaszolgáltatások vagy műsorszámok népszerűsíthetik a vállalkozás nevét vagy arculatát, de nem népszerűsíthetnek olyan konkrét gyógyszerkészítményeket vagy gyógykezeléseket, amelyek abban a tagállamban, amelynek joghatósága alá a médiaszolgáltató tartozik, csak vény ellenében hozzáférhetők.

(4) Hírek és aktuális témákról szóló műsorszámok nem támogathatók. A tagállamok dönthetnek úgy, hogy megtiltják a támogatói logó megjelenítését a gyermekműsorok, a dokumentumfilmek és a vallási műsorok közben.”

A német jog

15 A sajtóról szóló 1964. január 14-i baden-württembergi tartományi törvény (Landespressegesetz Baden-Württemberg) (a továbbiakban: sajtóról szóló tartományi törvény) „A fizetett közlemények megjelölése” című 10. §-a így rendelkezik:

„Az időszaki kiadvány közzététel ellenében ellenértéket vagy annak ígéretét elfogadó vagy kérő kiadója, vagy az azért a 8. cikk (2) bekezdésének negyedik mondata szerint felelős személy a közleményt, amennyiben azt az elrendezése és a formája általánosságban nem teszi már önmagában hirdetésként azonosíthatóvá, köteles a „hirdetés” szóval egyértelműen megjelölni.”

16 A sajtóról szóló tartományi törvény célja a sajtószabadság biztosítása, amely e törvény 1. §-a szerint a liberális demokrácia egyik alappillére. A szóban forgó törvény 3. §-a kimondja, hogy a sajtó közszolgálati feladatot teljesít, amikor információt közöl és terjeszt, állást foglal, a kritikus szerepét gyakorolja, vagy egyéb módon hozzájárul a közérdeket érintő kérdésekkel kapcsolatos véleményformáláshoz.

17 A tisztességtelen verseny elleni küzdelemről szóló szövetségi törvény (Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb) a 2005/29 irányelvet ülteti át Németországban. Ezen törvény „A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok tilalma” című 3. §-a a következőképpen rendelkezik:

„(1) Jogellenesek azok a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok, amelyek alkalmasak arra, hogy a versenytársak, a fogyasztók vagy az egyéb piaci szereplők érdekeit jelentősen befolyásolják.

(2) A fogyasztóval szembeni kereskedelmi gyakorlatok minden körülmény között tiltottak, ha nem felelnek meg a vállalkozóra vonatkozó szakmai gondosságnak, valamint ha alkalmasak arra, hogy a fogyasztó tájékoztatáson alapuló döntéshozatali képességét jelentős mértékben befolyásolják, és ezáltal őt olyan ügyleti döntés meghozatalára késztessék, amelyet egyébként nem hozott volna meg. Ezen értékelés során az átlagfogyasztót vagy, ha a kereskedelmi gyakorlat meghatározott fogyasztói csoportra irányul, ezen csoport átlagtagját kell alapul venni. [...]

(3) Az e törvény mellékletében felsorolt, fogyasztókkal szembeni kereskedelmi gyakorlatok minden körülmény között tiltottak.”

18 A tisztességtelen verseny elleni küzdelemről szóló szövetségi törvény 4. §-a 3. és 11. pontjának alkalmazásában „[t]isztességtelenül jár el, aki […] leplezi a kereskedelmi gyakorlat hirdetésjellegét” vagy „olyan jogszabályi rendelkezést sért, amelynek célja egyben a piaci magatartás a piaci szereplők érdekében való szabályozása.”

19 A tisztességtelen verseny elleni küzdelemről szóló szövetségi törvény „Megszüntetés és megtiltás” című 8. §-a a következőképpen rendelkezik:

„(1) A 3. § vagy a 7. § értelmében vett bármilyen jogellenes kereskedelmi gyakorlat esetén a jogsértő magatartás megszüntetése elrendelésének, illetve a visszaesés kockázatának esetén a jogsértő magatartástól való tartózkodás elrendelésének vagy attól való eltiltásnak lehet helye. Az eltiltás iránti kérelem jogosultsága akkor keletkezik, ha felmerül a 3. § vagy a 7. § értelmében vett jogellenes gyakorlat veszélye.

(2) Amennyiben a jogellenes gyakorlat valamely vállalkozáson belül az egyik alkalmazott vagy megbízott magatartásából ered, az eltiltás és az adott magatartás megszüntetésének elrendelése a vállalkozás tulajdonosának is címezhető.

(3) Az (1) bekezdésben említett intézkedések elrendelését:

1. bármelyik versenytárs;

[...]

kérelmezheti.”

20 A tisztességtelen verseny elleni küzdelemről szóló szövetségi törvény mellékletének 11. pontja kimondja, hogy a törvény 3. §-a (3) bekezdésének értelmében jogellenesnek tekintendő „egy vállalkozó által finanszírozott szerkesztőségi tartalom felhasználása egy termék reklámozására, amennyiben e kapcsolat nem tűnik ki egyértelműen a tartalomból, illetve a vizuális vagy elhangzó bemutatásból (szerkesztői reklám)”.

Az alapeljárás tényállása és az előzetes döntéshozatalra előterjesztett kérdés

21 A Stuttgarter Wochenblatt ugyanezen a néven ad ki hetilapot, a stuttgarti (Németország) székhelyű RLvS pedig a GOOD NEWS hirdetőújság kiadója. Az RLvS a 2009. júniusi számban két olyan cikket tett közzé, amelyért támogatóktól ellenértéket kapott.

22 Ezek közül az első, a „GOOD NEWS Prominent" rovatban megjelent háromnegyed-oldalas cikk a „VfB VIP-Geflüster" („VfB VIP-pletykák") címet viseli. E fényképeket tartalmazó cikk esetében a német szövetségi bajnokságban szereplő VfB Stuttgart labdarúgócsapat évadzáróján megjelent személyekről készült szerkesztői képtudósításról van szó. A rövid bevezetőt is tartalmazó cím és a 19 fényképet magában foglaló képtudósítás között tájékoztatás található arra nézve, hogy a szóban forgó cikket harmadik személyek finanszírozták. E tájékoztatás a „Sponsored by" („támogatta:") megjelöléssel bevezetett „Scharr" cégnév grafikus kiemeléséből áll. E cikk alatt található egy negyedoldalas, elválasztójellel elkülönített és a „hirdetés" („Anzeige") szóval megjelölt reklám. Ezen reklám a Mercedes-Benz Arena átépítési munkálatainak kezdetéről szóló tudósítást, valamint a szóban forgó cikk támogatója által kínált „SCHARR Bio Heizöl" termék reklámját tartalmazza.

23 A második, az említett újság egy másik oldalán, a „*GOOD NEWS* Wunderschön" rovatban megjelent cikk a „Wohin Stuttgarter verreisen" („Ahova a stuttgartiak utaznak") címet viselő sorozat részét képezi, és a „Heute: Leipzig" („Ma: Lipcse") alcímet viseli. E cikk esetében egy 7/8-oldalas, Lipcse városáról készült szerkesztői villámportréról van szó. A cím a „Sponsored by" megjelöléssel ellátva ismét csak egy grafikusan kiemelt utalást tartalmaz azon társaság nevére, vagyis a Germanwingsére, amely anyagilag járult hozzá az említett cikk elkészültéhez. Ezenkívül a jobb alsó sarokban a Germanwings reklámja is megtalálható, amelyet szintén a „Anzeige" szóval jelöltek meg, és amelyet elválasztójel különít el a szerkesztői cikktől. A reklám nyereményjátékot tartalmaz, amelyben a résztvevők többek között két repülőjegyet nyerhetnek Lipcsébe, ha helyesen válaszolnak a támogató által a Stuttgart és Lipcse között működtetett légijárat gyakoriságára vonatkozó kérdésre.

24 A Stuttgarter Wochenblatt úgy véli, hogy a két szóban forgó közlemény megsérti a sajtóról szóló tartományi törvény 10. §-át, mivel hirdetésjellegük nem került világosan feltüntetésre. Úgy véli, hogy mivel a közlemények támogatói fizettek, az említett rendelkezés értelmében vett fizetett közleményekről van szó.

25 A Landgericht Stuttgart, amely előtt a Stuttgarter Wochenblatt első fokon keresetet indított, a kereseti kérelemnek helyt adott, és ennek megfelelően megtiltotta a RLvS számára, hogy a „*GOOD NEWS*" újságban olyan fizetett közleményeket tegyen vagy tétessen közzé a „hirdetés" („Anzeige") megjegyzés feltüntetése nélkül – amint erre a 2009. júniusi számban szereplő két cikk esetében sor került –, amelyek elrendezése és formája nem teszi nyilvánvalóvá, hogy hirdetésről van szó. Az RLvS az Oberlandesgericht Stuttgarthoz fellebbezett a Landgericht Stuttgart ítélete ellen, az azonban elutasította a fellebbezést.

26 A kérdést előterjesztő bírósághoz benyújtott felülvizsgálati kérelmében az RLvS továbbra is a Stuttgarter Wochenblatt keresetének elutasítását kéri. Arra hivatkozik, hogy a sajtóról szóló tartományi törvény 10. §-a nem alkalmazható, mivel e rendelkezés ellentétes az uniós joggal.

27 A Bundesgerichtshof azt vizsgálja, hogy a tisztességtelen verseny elleni küzdelemről szóló szövetségi törvény 4. §-ának 11. pontjával összefüggésben értelmezett sajtóról szóló tartományi törvény 10. §-ának maradéktalan alkalmazása megfelel-e az uniós jognak, figyelemmel különösen a 2005/29 irányelv által az üzleti vállalkozások fogyasztókkal szemben folytatott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlataira vonatkozó szabályok terén elvégzett teljes harmonizációra. Mivel az alapeljárásban a két eljáró bíróság a tisztességtelen verseny elleni küzdelemről szóló szövetségi törvény 4. §-ának 11. pontja és a sajtóról szóló tartományi törvény 10. §-a alapján helyt adott a Stuttgarter Wochenblatt keresetének, a Bundesgerichtshof nem kívánja eldönteni azt a kérdést, hogy a vitatott közlemények egyébként nem sértették-e a tisztességtelen verseny elleni küzdelemről szóló szövetségi törvény

3. §-ának (3) bekezdéséhez kapcsolódó melléklet 11. pontjával összefüggésben értelmezett 3. §-ának (3) bekezdését, valamint a tisztességtelen verseny elleni küzdelemről szóló szövetségi törvény 4. §-ának 3. pontját, amely rendelkezések lényegileg a 2005/29 irányelv I. mellékletének 11. pontjával összefüggésben értelmezett 5. cikke (5) bekezdésének, valamint az említett irányelv 7. cikke (2) bekezdésének felelnek meg.

28 A Bundesgerichtshof megjegyzi, hogy a sajtóról szóló tartományi törvény 10. §-a – amelynek rendelkezései csaknem szó szerint azonos formában megtalálhatók a német szövetségi tartományok szinte valamennyi sajtó- vagy médiatörvényében – a gazdasági szereplőknek a tisztességtelen verseny elleni küzdelemről szóló német szövetségi törvény 4. §-ának 11. pontja értelmében vett piaci magatartását szabályozza. E 10. §-nak két célja van. Egyrészt meg kívánja akadályozni az olvasók abból fakadó megtévesztését, hogy a fogyasztók a szerkesztői tartalomnak álcázott reklámokhoz gyakran kevésbé kritikusan állnak hozzá, mint az ilyenként azonosítható kereskedelmi reklámokhoz. Másrészt a reklám szerkesztői résztől történő elkülönítésének követelménye a sajtó objektivitásának és semlegességének megőrzését szolgálja, és – a gazdasági tevékenység körén kívül is – a sajtóra gyakorolt külső befolyás veszélyét hivatott elhárítani. Az elkülönítés sajtó- és médiajogi követelménye – mivel az egyedül a szerkesztői reklámnak a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokra vonatkozó jog szerinti tilalma által nem biztosítható – fontos szerepet játszik a sajtó és a műsorszolgáltatás objektivitásának és semlegességének védelmében.

29 E körülményekre tekintettel a Bundesgerichtshof úgy döntött, hogy felfüggeszti az eljárást, és a következő kérdést terjesztette előzetes döntéshozatal céljából a Bíróság elé:

„Ellentétes-e a 2005/29 irányelv 4. cikkével összefüggésben és 3. cikkének (5) bekezdésével összefüggésben értelmezett 7. cikkének (2) bekezdésével és I. mellékletének 11. pontjával az olyan nemzeti rendelkezés (a jelen esetben: a sajtóról szóló […] tartományi törvény 10. §-ának) alkalmazása, amely a fogyasztók megtévesztésével szembeni védelem mellett a sajtó függetlenségének védelmét is szolgálja, és amely a 2005/29 irányelv 7. cikke (2) bekezdésének és I. melléklete 11. pontjának céljától függetlenül minden, a »hirdetés« megjegyzést nem tartalmazó fizetett közleményt megtilt, kivéve ha már önmagában a közlemény elrendezése és formája is nyilvánvalóvá teszi annak hirdetési jellegét?”

Az előzetes döntéshozatalra előterjesztett kérdésről

30 Kérdésével a kérdést előterjesztő bíróság lényegében arra vár választ, hogy az alapeljáráshoz hasonló körülmények között a 2005/29 irányelvet úgy kell-e értelmezni, hogy azzal ellentétes az olyan nemzeti rendelkezés alkalmazása, amelynek értelmében az újságkiadók az időszaki kiadványaikban megjelenő minden olyan közleményben kötelesek a „hirdetés” („Anzeige”) szót kifejezetten feltüntetni, amelynek ellenértékeként díjat szednek, kivéve, ha már önmagában a közlemény elrendezése és formája is lehetővé teszi hirdetési jellegének felismerését.

31 Elöljáróban meg kell jegyezni, hogy a kérdést előterjesztő bíróság kérdése nem a 2005/29 irányelvet átültető – vagyis különösen a tisztességtelen verseny elleni küzdelemről szóló szövetségi törvény 3. §-ában, valamint e törvény mellékletében található – nemzeti intézkedések alkalmazására, hanem a különböző német tartományokban lényegében megegyező, a sajtótevékenységet szabályozó rendelkezésnek, vagyis a sajtóról szóló tartományi törvény 10. §-ának az alkalmazására vonatkozik. A kérdést előterjesztő bíróság útmutatása szerint e 10. § olyan jogszabály, amelynek célja a tisztességtelen verseny elleni küzdelemről szóló szövetségi törvény 4. §-a 11. pontjának értelmében vett piaci magatartásnak a piaci szereplők érdekében való szabályozása, amely törvény védi mind a fogyasztóknak, mind a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytató vállalkozások versenytársainak, mind az „egyéb piaci szereplőknek” az érdekeit. Tehát e törvény 8. §-a (3) bekezdésének értelmében bármelyik versenytárs kérheti a fent hivatkozott rendelkezés betartását.

32 Egyébiránt az alapeljárás nem érinti azt a két reklámhirdetést, amelyekben fel volt tüntetve a „hirdetés” („Anzeige”) szó. E jogvita ugyanis csupán arra vonatkozik, hogy az RLvS a GOOD NEWS újság két – egy labdarúgó mérkőzésről, illetve egy, Lipcse városáról szóló – cikkében elmulasztotta feltüntetni a „hirdetés” szót, amely mulasztás a sajtóról szóló tartományi törvény 10. §-ába ütközik. Ennélfogva az előzetes döntéshozatalra előterjesztett kérdés csupán arra keres választ, hogy e körülmények között e két cikk vonatkozásában ellentétes-e a 2005/29 irányelvvel a nemzeti jog által előírt ilyen követelmény kiadóval szembeni alkalmazása.

33 Ebből a szempontból igaz, hogy mivel a 2005/29 irányelv teljes mértékben harmonizálja a vállalkozásoknak a fogyasztókkal szemben folytatott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlataira vonatkozó szabályokat, egyrészt kizárólag az irányelv I. mellékletében felsorolt 31 kereskedelmi gyakorlat minősül minden körülmény között tisztességtelennek a tagállamok területén, másrészt pedig a tagállamok azon lehetősége, hogy a területükön olyan intézkedéseket tartsanak hatályban vagy vezessenek be, amelyeknek a célja vagy a hatása a kereskedelmi gyakorlatoknak a sajtó sokszínűsége fenntartásához kapcsolódó indokok miatt történő tisztességtelenné minősítése, nem szerepel az irányelv hatályát illetően az irányelv (6) és (9) preambulumbekezdésében, valamint 3. cikkében felsorolt eltérések között (lásd ebben az értelemben a C-540/08. sz. Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag ügyben 2010. november 9-én hozott ítélet [EBHT 2010., I-10909. o.] 26., 27. és 34. pontját).

34 Mindemellett az alapeljáráshoz hasonló körülmények között e megfontolások irrelevánsak, mivel a szóban forgó gyakorlatok – vagyis a valamely kiadó által szerkesztett tartalmak megjelentetése – valójában a 2005/29 irányelv hatálya alá tartoznak.

35 E tekintetben annak vizsgálata érdekében, hogy valamely nemzeti rendelkezés a 2005/29 irányelv alkalmazási körébe tartozik-e, szükséges, hogy a szóban forgó nemzeti rendelkezés által szabályozott magatartások az irányelv 2. cikkének d) pontja értelmében kereskedelmi gyakorlatoknak minősüljenek, még ha e nemzeti rendelkezés ténylegesen a fogyasztók védelmére vonatkozó célkitűzést is követ, aminek megállapítása a kérdést előterjesztő bíróság feladata (lásd ebben az értelemben, a C-304/08. sz. Plus Warenhandelsgesellschaft ügyben 2010. január 14-én hozott ítélet [EBHT 2010., I-217. o.] 35. pontját és a fent hivatkozott Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag ügyben hozott ítélet 16. pontját, továbbá a C-288/10. sz. Wamo-ügyben 2011. május 27-én hozott végzés [EBHT 2011., I-5835. o.] 28. és 29. pontját).

36 Ez a helyzet áll fenn, ha a szabályozott gyakorlatok valamely piaci szereplő kereskedelmi stratégiájába illeszkednek és közvetlenül e piaci szereplő termékei vagy szolgáltatásai eladásának ösztönzésére vagy lebonyolítására vonatkoznak, amelyek mint olyanok a 2005/29 irányelv 2. cikke d) pontjának értelmében kereskedelmi gyakorlatoknak minősülnek, és következésképpen a hivatkozott irányelv alkalmazási körébe tartoznak (lásd a C-261/07. és C-299/07. sz., VTB-VAB és Galatea egyesített ügyekben 2009. április 23-án hozott ítélet [EBHT 2009., I-2949. o.] 50. pontját, valamint a fent hivatkozott Plus Warenhandelsgesellschaft ügyben hozott ítélet 37. pontját).

37 Ugyan a hivatkozott irányelv a „kereskedelmi gyakorlat” fogalmának meghatározásakor különösen tág megfogalmazást használ (lásd a fent hivatkozott Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag ügyben hozott ítélet 17. pontját, valamint a fent hivatkozott Wamo-ügyben hozott végzés 30. pontját), ám ettől még az abban szabályozott gyakorlatoknak egyrészt kereskedelmi jellegűnek kell lenniük, vagyis kereskedőtől kell eredniük, másrészt pedig közvetlen kapcsolatban kell állniuk valamely terméknek a fogyasztó részére történő eladásösztönzésével, értékesítésével vagy szolgáltatásával.

38 Igaz, hogy a „kereskedő” fogalmának a 2005/29 irányelv 2. cikkének b) pontjában szereplő meghatározására figyelemmel ezen irányelv olyan helyzetben is alkalmazható, amikor valamely piaci szereplő kereskedelmi gyakorlatait egy másik, a nevében vagy javára eljáró vállalkozás révén fejti ki, és

ennélfogva a hivatkozott irányelv rendelkezései bizonyos helyzetekben mind a szóban forgó piaci szereplőre, mind e vállalkozásra alkalmazható, amennyiben mindketten megfelelnek a „kereskedő” fogalma meghatározásának.

39 Az alapeljáráshoz hasonló körülmények között mindazonáltal nyilvánvaló, hogy az érintett közlemények, vagyis a két felvilágosító és leíró jellegű szerkesztői tartalmú cikk nem a kiadó termékének – vagyis az ingyenes újság –, hanem olyan vállalkozások termékeinek és szolgáltatásainak eladását ösztönzik, amelyek nem felei az alapeljárásnak.

40 Még ha az ilyen kiadványok kereskedelmi gyakorlatoknak minősíthetők is, egyrészt annak feltételezése, hogy az ilyen kereskedelmi tájékoztatás kapcsán bizonyítható a közvetlen kapcsolat, ez az érintett vállalkozások – vagyis az alapeljárás keretében a Scharr és a Germawings – termékeivel és szolgáltatásaival áll fenn. Másrészt nyilvánvaló, hogy az RLvS a 2005/29 irányelv 2. cikke b) pontja értelmében nem e vállalkozások nevében vagy javára járt el. Ebben az esetben és a 2005/29 irányelv személyi hatályát figyelembe véve, ezen irányelv e vállalkozások termékei és szolgáltatásai fogyasztóinak, valamint e vállalkozások jogszerű versenytársainak védelmét szolgálja.

41 Mindazonáltal, mivel az a tény, hogy a kiadó harmadik személyek termékeinek és szolgáltatásainak eladására akár közvetetten ösztönző kiadványokat jelentet meg, nem alkalmas arra, hogy a fogyasztó azon döntésével kapcsolatos gazdasági magatartását jelentősen megváltoztassa, hogy megszerezze vagy birtokba vegye a szóban forgó újságot, ami egyébként is ingyenes (lásd ebből a szempontból a fent hivatkozott Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag ügyben hozott ítélet 44. és 45. pontját), ez a kiadói gyakorlat önmagában nem minősíthető e kiadó 2005/29 irányelv 2. cikkének d) pontjában meghatározott „kereskedelmi gyakorlat[á]nak”.

42 E körülmények között a hivatkozott irányelv nem arra szolgál, hogy az érintett kiadó versenytársait védje meg, merta kiadó a sajtóról szóló tartományi törvény 10. §-ába ütközően a „hirdetés” szó feltüntetése nélkül jelentetett meg olyan kiadványokat, amelyek a szóban forgó kiadványokat támogató hirdetők termékeinek és szolgáltatásainak eladását ösztönözhetik.

43 A 2005/29 irányelv személyi hatályának ilyen behatárolását először is a hivatkozott irányelv I. mellékletének 11. pontja támasztja alá. Ugyanis a szóban forgó 11. pont alkalmazásában és a 89/552 irányelv sérelme nélkül valamely kereskedő minden körülmény között tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatnak minősül az írott és elektronikus sajtóban a szerkesztői tartalomnak a termék eladásösztönzésére való használata, amikor a kereskedő fizetett az eladásösztönzésért, ez azonban a fogyasztó számára nem derül ki világosan a tartalomból, a képekből, vagy a hangokból (szerkesztői reklám).

44 E tekintetben ugyan nem teljesen kizárt, hogy maga a kiadó a saját termékeiben vagy más médiumokban az érintett fogyasztóval – ebben az esetben az olvasóval – szemben tisztességtelennek minősülő gyakorlatot folytasson, például nyereménnyel járó, és ebből következően a fogyasztót az adott termék – vagyis az adott újság – megvételére ösztönző játékok, rejtvények vagy pályázatok nyújtásával (lásd e tekintetben az EK 30. cikkel [jelenleg EUMSZ 36. cikk] összefüggésben a C-368/95. sz. Familiapress-ügyben 1997. június 26-án hozott ítélet [EBHT 1997., I-3689. o.] 28. pontját), mindazonáltal hangsúlyozni kell, hogy a 2005/29 irányelv I. mellékletének 11. pontja önmagában nem arra szolgál, hogy a kiadókat arra kötelezze, hogy megakadályozza a hirdetők azon, esetlegesen tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatát, amelyekre nézve ezen a címen potenciálisan meg lehetne állapítani a közvetlen kapcsolatot a hirdetők termékeinek vagy szolgáltatásainak a fogyasztó részére történő eladásösztönzésével, értékesítésével vagy szolgáltatásával.

45 Másodszor, még ha elfogadható lenne is, hogy a 2005/29 irányelv arra szolgál, hogy az egyik médiaszolgáltató vállalkozás egy olyan versenytársával szemben ezen irányelvre hivatkozzon, amelyik olyan vállalkozások által támogatott szerkesztői tartalmakat ad ki, amelyek azt kívánják vagy remélik, hogy ily módon termékeik eladására ösztönözhetnek, anélkül hogy feltüntetné, hogy ők fizették e

közleményeket, a szóban forgó irányelv ilyen alkalmazása az audiovizuális médiaszolgáltatások terén ütközne a 2010/13 irányelvben az audiovizuális médiaszolgáltatókkal szemben előírt kötelezettségekkel, amelynek 10. cikke (1) bekezdésének c) pontja pontosan az audiovizuális műsorszámok támogatására vonatkozik.

46 Mindazonáltal az utóbbi irányelv (82) preambulumbekezdéséből, és különösen annak német nyelvű („Abgesehen von den Praktiken, die unter die vorliegende Richtlinie fallen”), angol nyelvű („Apart from the practices that are covered by this directive”), francia nyelvű („Outre les pratiques couvertes par la présente directive), olasz nyelvű („In aggiunta alle pratiche oggetto della presente direttiva”) és román nyelvű („Pe lângă practicile aflate sub incidența prezentei directive”) változatából kitűnik, hogy a 2010/13 irányelv a 2005/29 irányelvben szabályozott gyakorlatoktól eltérő magatartásokra vonatozik. A fenti értelmezés tehát a 2007/65 irányelvvel módosított 89/552 irányelv 3f. cikkével is ellentétes.

47 Következésképpen az alapeljáráshoz hasonló helyzetben, még ha a kérdést előterjesztő bíróságnak a német kormány által vitatott megállapításai szerint a sajtóról szóló tartományi törvény 10. §-ának a tisztességtelen verseny elleni küzdelemről szóló szövetségi törvény 4. §-ának 11. pontjával összefüggésben a jogvita tárgyát képező közleményekre való alkalmazása egyszerre szolgálja a sajtó függetlenségének védelmét és a fogyasztók megtévesztésével szembeni védelmet, e körülmény nem járhat azzal, hogy a 2005/29 irányelv alkalmazása kiterjedjen az olyan gyakorlatokra vagy az e gyakorlatokat végző személyekre, aki vagy amelyek nem tartoznak ezen irányelv hatálya alá.

48 Végül, az alapeljáráshoz hasonló körülmények között ugyan a 2005/29 irányelv, és különösen I. mellékletének 11. pontja valóban arra kötelezi a hirdető vállalkozásokat, hogy amennyiben e tartalom e kereskedők termékének vagy szolgáltatásának eladásösztönzésére szolgál, világosan tüntessék fel, hogy azok fizettek az adott médiumban a szerkesztői tartalomért, ezzel szemben a sajtóról szóló tartományi törvény 10. §-a alapján a kiadókra háruló kötelezettség valójában lényegüket tekintve az uniós jogalkotó által a 89/552 irányelvben és a 2010/13 irányelvben az audiovizuális médiaszolgáltatások terén az audiovizuális médiaszolgáltatókkal szemben arra az esetre nézve előírt kötelezettségeknek felel meg, amikor audiovizuális szolgáltatásaikat vagy műsorszámaikat harmadik személy vállalkozások támogatják.

49 Tekintettel arra, hogy az uniós jogalkotó az írott sajtóra vonatkozóan még nem fogadott el ilyen jellegű másodlagos jogszabályt, továbbra is a tagállamok hatáskörébe tartozik a kiadók arra vonatkozó kötelezettségeinek előírása, hogy felhívják az olvasók figyelmét a szerkesztői tartalmak támogatásának fennállására, ám tiszteletben kell tartaniuk a Szerződésnek különösen a szolgáltatások szabad nyújtására és a letelepedés szabadságára vonatkozó rendelkezéseit.

50 A fentiekre figyelemmel az előterjesztett kérdésre azt a választ kell adni, hogy az alapeljáráshoz hasonló körülmények között a 2005/29 irányelv nem arra szolgál, hogy arra lapkiadókkal szemben hivatkozni lehessen, ezért e körülmények között a szóban forgó irányelvet úgy kell értelmezni, hogy azzal nem ellentétes az olyan nemzeti rendelkezés alkalmazása, amelynek értelmében az újságkiadók az időszaki kiadványaikban megjelenő minden olyan közleményben kötelesek a „hirdetés” („Anzeige”) szót kifejezetten feltüntetni, amelynek ellenértékeként díjat kapnak, kivéve, ha már önmagában a közlemény elrendezése és formája is nyilvánvalóvá teszi hirdetési jellegének felismerését.

A költségekről

51 Mivel ez az eljárás az alapeljárásban részt vevő felek számára a kérdést előterjesztő bíróság előtt folyamatban lévő eljárás egy szakaszát képezi, ez a bíróság dönt a költségekről. Az észrevételeknek a Bíróság elé terjesztésével kapcsolatban felmerült költségek, az említett felek költségeinek kivételével, nem téríthetők meg.

A fenti indokok alapján a Bíróság (harmadik tanács) a következőképpen határozott:

Az alapeljáráshoz hasonló körülmények között a belső piacon az üzleti vállalkozások fogyasztókkal szemben folytatott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatairól, valamint a 84/450/EGK tanácsi irányelv, a 97/7/EK, a 98/27/EK és a 2002/65/EK európai parlamenti és tanácsi irányelvek, valamint a 2006/2004/EK európai parlamenti és tanácsi rendelet módosításáról szóló, 2005. május 11-i 2005/29/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv (tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv) nem arra szolgál, hogy arra lapkiadókkal szemben hivatkozni lehessen, ezért e körülmények között a szóban forgó irányelvet úgy kell értelmezni, hogy azzal nem ellentétes az olyan nemzeti rendelkezés alkalmazása, amelynek értelmében az újságkiadók az időszaki kiadványaikban megjelenő minden olyan közleményben kötelesek a „hirdetés” („Anzeige”) szót kifejezetten feltüntetni, amelynek ellenértékeként díjat szednek, kivéve, ha már önmagában a közlemény elrendezése vagy formája is lehetővé teszi hirdetési jellegének felismerését.

Aláírások