Kohtulahendite kogumik

EUROOPA KOHTU OTSUS (üheksas koda)

8. mai 2025*

Eelotsusetaotlus – Direktiiv 2006/114/EÜ – Eksitav reklaam ja võrdlev reklaam – Artikli 4 punkt c – Lubatud võrdlev reklaam – Veebisait, mis pakub veebipõhist kindlustuspakkumuste võrdlemise teenust – Kolmanda isiku poolt hinnete või punktide andmise süsteemi abil tehtav võrdlus – Artikli 2 punkt c – „Konkurendi“ identifitseerimine – Puudumine

Kohtuasjas C-697/23,

mille ese on ELTL artikli 267 alusel Landgericht München I (Müncheni I esimese astme kohus, Saksamaa) 7. novembri 2023. aasta otsusega esitatud eelotsusetaotlus, mis saabus Euroopa Kohtusse 17. novembril 2023, menetluses

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

versus

Check24 Vergleichsportal GmbH,

CHECK24 Vergleichsportal für Kfz-Versicherungen GmbH

CHECK24 Vergleichsportal für Sachversicherungen GmbH,

CHECK24 Vergleichsportal für Krankenversicherungen GmbH,

CHECK24 Vergleichsportal für Vorsorgeversicherungen GmbH,

CHECK24 Vergleichsportal für Versicherungsprodukte GmbH,

EUROOPA KOHUS (üheksas koda),

koosseisus: koja president N. Jääskinen (ettekandja), kohtunikud A. Arabadjiev ja M. Condinanzi,

kohtujurist: M. Campos Sánchez-Bordona,

kohtusekretär: A. Calot Escobar,

arvestades kirjalikku menetlust,

* Kohtumenetluse keel: saksa.

arvestades seisukohti, mille esitasid:

– HUK-COBURG Haftpflicht-Unterstützungs-Kasse kraftfahrender Beamter Deutschlands a.G. in Coburg, esindaja: *Rechtsanwalt* H.-J. Omsels,

– Check24 Vergleichsportal GmbH, CHECK24 Vergleichsportal für Kfz-Versicherungen GmbH, CHECK24 Vergleichsportal für Sachversicherungen GmbH, CHECK24 Vergleichsportal für Krankenversicherungen GmbH, CHECK24 Vergleichsportal für Vorsorgeversicherungen GmbH, CHECK24 Vergleichsportal für Versicherungsprodukte GmbH, esindaja: *Rechtsanwalt* A. Bauer,

– Itaalia valitsus, esindaja: G. Palmieri, keda abistas *avvocato dello Stato* E. Manzo,

– Euroopa Komisjon, esindajad: P. Kienapfel ja B.-R. Killmann,

arvestades pärast kohtujuristi ärakuulamist tehtud otsust lahendada kohtuasi ilma kohtujuristi ettepanekuta,

on teinud järgmise

kohtuotsuse

1 Eelotsusetaotlus käsitleb küsimust, kuidas tõlgendada Euroopa Parlamendi ja nõukogu 12. detsembri 2006. aasta direktiivi 2006/114/EÜ eksitava ja võrdleva reklaami kohta (ELT 2006, L 376, lk 21) artikli 4 punkti c.

2 Taotlus on esitatud HUK-COBURG Haftpflicht-Unterstützungs-Kasse kraftfahrender Beamter Deutschlands a.G. in Coburgi (edaspidi „HUK-Coburg“) ja Check24 Vergleichsportal GmbH jt (edaspidi koos „Check24“) vahelises kohtuvaidluses nõude üle lõpetada punktide andmise kaudu toimiv veebipõhine võrdlussüsteem viimaste hallataval veebisaidil.

Õiguslik raamistik

Liidu õigus

3 Direktiivi 2006/114 artikkel 1 on sõnastatud järgmiselt:

„Käesoleva direktiivi eesmärk on kaitsta ettevõtjaid eksitava reklaami ja selle ebaausate tagajärgede eest ning sätestada tingimused, mille kohaselt võrdlev reklaam on lubatud.“

4 Direktiivi artikli 2 punktis c on sätestatud järgmist:

„Käesolevas direktiivis kasutatakse järgmisi mõisteid:

[…]

c) võrdlev reklaam – reklaam, mis selgesõnaliselt või kaudselt identifitseerib konkurendi või konkurendi pakutavad kaubad või teenused“.

5 Direktiivi artiklis 4 on ette nähtud:

„Võrdlev reklaam on lubatud, kui võrdlemisel täidetakse järgmisi tingimusi:

[…]

b) võrreldakse kaupu või teenuseid, mis rahuldavad samu vajadusi või on mõeldud samaks otstarbeks;

c) võrreldakse objektiivselt kõnealuste kaupade või teenuste ühte või mitut peamist, asjakohast, kontrollitavat ja tüüpilist omadust, milleks võib olla ka hind;

d) reklaam ei halvusta ega solva konkurendi kaubamärke, ärinimesid, muid eristatavaid tunnuseid, kaupu, teenuseid, tegevust ega tingimusi;

[…]

h) reklaam ei tekita ettevõtjate hulgas segadust reklaami avalikustaja ja konkurendi vahel või reklaami avalikustaja ja konkurendi kaubamärkide, ärinimede, muude eristatavate tunnuste, kauba või teenuste vahel.“

6 Sama direktiivi artikli 5 lõike 1 esimeses lõigus on sätestatud:

„Liikmesriigid tagavad asjakohased ja tõhusad meetmed eksitava reklaami vastu võitlemiseks ja võrdlevat reklaami käsitlevate sätete täitmiseks nii ettevõtjate kui ka konkurentide huvides.“

Saksa õigus

7 3. juuli 2004. aasta kõlvatu konkurentsi vastase seaduse (Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb) (*BGBl.* 2004 I, lk 1414) (põhikohtuasjas kohaldatavas redaktsioonis; edaspidi „UWG“) § 6 on sätestatud:

„(1) Võrdlev reklaam on reklaam, mis selgesõnaliselt või kaudselt identifitseerib konkurendi või konkurendi pakutavad kaubad või teenused.

(2) Ebaausalt tegutseb iga isik, kes teeb võrdlevat reklaami, kui see reklaam:

[…]

(2) ei ole objektiivselt seotud kõnealuste kaupade või teenuste ühe või mitme peamise, asjakohase, kontrollitava ja tüüpilise omadusega või hinnaga;

[…]“.

Põhikohtuasi ja eelotsuse küsimus

8 HUK-Coburg on Saksa suure kindlustuskontserni emaettevõtja, kelle tütarettevõtjad pakuvad kindlustust erinevates valdkondades, sealhulgas liikluskindlustuse valdkonnas.

9 Check24 omakorda on Saksa õiguse alusel asutatud äriühingute kontsern, kes haldab veebipõhiste võrdlusvahendite veebisaiti, mis pakub selle saidi kasutajatele tasuta võimalust võrrelda erinevaid tooteid, sealhulgas kindlustuslahendusi. Selline võrdlus viiakse läbi rea kriteeriumide, sealhulgas hinna alusel, erinevatele kindlustuslahendustele antud hinnete (edaspidi „hinded“) abil. See veebisait pakub ka võimalust sõlmida nende toodete pakkujatega lepinguid.

10 Need võrdlusvahendid on erinevate kindlustusliikide jaoks välja töötatud põhimõtteliselt sama mudeli järgi. Tulemuste lehekülg saadakse pärast seda, kui on sisestatud teatavad kindlustusvõtjat ja soovitud toodet puudutavad võrdlusandmed, millest mõned on kohustuslikud ja teised vabatahtlikud. See lehekülg sisaldab loetelu erinevate kindlustusandjate kindlustuslahendustest ning lühiülevaadet nende kohta käivast teabest, mida peetakse oluliseks, nimelt kindlustusandja nimi, asjaomase lahenduse hind, aga ka märksõnade kujul selle üksikasjad. Lisaks kuvatakse sinisel ristkülikukujulisel väljal võrreldava kindlustusandja nime all sellena sõnaselgelt nimetatud hinne. Hinne on esitatud arvulise väärtusena vahemikus 1,0–4,0 ning sellele on lisatud konkreetsele kindlustusandjale antud vastav hinnang „väga hea“, „hea“, „rahuldav“ või „piisav“. Loetelu algab pakkumusega, mida tähistatakse valdavalt märkusega „soovitatav hinna-kvaliteedi suhe“, millel järgneb teine pakkumus märkusega „soovitatav tulemuslikkus“.

11 Järgmised pakkumised on üldjuhul järjestatud hindade kasvavas järjekorras, kuid kliendil on ka võimalus saada vastavatel nuppudel klõpsates teistsugune järjestus, st kas kindlustusandjate nimed tähestikulises järjekorras, hinded, mis on järjestatud kahanevas järjekorras, ning klientide hinnangud, mis on järjestatud parimast kõige halvemani. Lisaks, kui kasutaja liigutab hiirekursori hindeväljale, kuvatakse hüpikaknas põhiteave selle hinde kohta.

12 Hinne põhineb erinevatest „hindamisparameetritest“ lähtuval punktisüsteemil, mis seisneb teatava ülempiirini antud punktides, mis kokku liites annavad koondhinde. Need hindamisparameetrid ja koondhinne varieeruvad sõltuvalt asjaomasest kindlustusliigist. Hinnanguparameetrid on koondatud kindlustusliigiti erinevate kriteeriumide ehk kategooriate alla ning iga parameeter on tähistatud rohelise või kollase linnukese või punase ristiga. Hüpikakna allosas on märgitud, et need sümbolid tähendavad vastavalt kas „väga hea“, „keskmine“ ja „alla keskmise/risk ei ole kindlustatud“.

13 Selles kontekstis algatas HUK-Coburg 2020. aastal Landgericht Kölnis (Kölni esimese astme kohus, Saksamaa) Check24 vastu menetluse, väites muu hulgas, et liikluskindlustuse osas on kõnealusel veebisaidil hinnetena pakutud võrdlused vastuolus UWG § 6 lõike 2 punktiga 2. Nimetatud kohus nõustus selle arutluskäiguga 22. aprilli 2020. aasta kohtuotsuses, mille tulemusel muutis Check24 seda veebisaiti seoses liikluskindlustustoodetega ja tegi tarbijatele kättesaadavaks täiendava teabe hinnete kohta. Seejärel tegi Check24 samasuguseid muudatusi ka teiste kindlustustoodete osas.

14 HUK-Coburg esitas 26. novembril 2020 nimetatud kohtule hagi äriühingu Check24 Vergleichsportal vastu, kelle ülesanne on teha see veebisait tarbijatele kättesaadavaks. HUK-Coburgi taotlusel saatis sama kohus 22. märtsi 2021. aasta määrusega kohtuasja Landgericht München I-le (Müncheni I esimese astme kohus, Saksamaa), kes on eelotsusetaotluse esitanud kohus. HUK-Coburg esitas rikkumise lõpetamise ja kahju hüvitamise nõude, mis puudutab rikkumise konkreetseid väljendusvorme, eelkõige tulemuste lehekülgedel hinnete kui selliste kuvamist, aga ka hinnete kuvamist koos vastava teabega hüpikakende abil. Ta väitis sellega

seoses, et niisugused hinded kujutavad endast riigisisese õiguse kohaselt lubamatut võrdlevat reklaami, kuna neid tuleb pidada väärtushinnanguteks, mida ei saa võrdlevalt reklaamida, sest need peegeldavad moonutatud objektiivsust ja võivad olla tarbija jaoks äärmiselt eksitavad.

15 20. septembril 2021 laiendas HUK-Coburg seda hagi Check24-le. Eelkõige nõudis HUK-Coburg, et CHECK24 Vergleichsportal für Sachversicherungen GmbH lõpetaks varakindlustuse ja õigusabikulude kindlustuse lahenduste esitamise nende hindadel ja kliendihinnangutel põhineva järjestuse alusel.

16 Eelotsusetaotluse esitanud kohus on seisukohal, et küsimus, kas UWG § 6 lõike 2 punkt 2 keelab üldiselt sellise hinnete abil tehtava võrdluse, nagu on vaidluse all tema menetluses olevas kohtuasjas, sõltub direktiivi 2006/114 artikli 4 punkti c tõlgendamisest.

17 Nimetatud kohus leiab kõigepealt, et hinne on arv, mis iseenesest ei anna tarbijale võrdleva toote kohta ostuotsuse tegemiseks piisavalt olulist teavet, mistõttu ei ole hinne toote omadus direktiivi 2006/114 artikli 4 punkti c tähenduses.

18 Seejärel märgib ta, et punktide või hinnete andmine on subjektiivne toiming, samas kui see säte nõuab sõnaselgelt objektiivset võrdlust. Tema sõnul on eeldab objektiivsus ka kontrollitavust ning sellel peab seega olema iseseisev, sellest sõltumatu tähendus.

19 Lisaks märgib eelotsusetaotluse esitanud kohus, et konkurentsi ja tarbijakaitsepoliitika seisukohast suhtub direktiiv 2006/114 võrdlevasse reklaami üldjuhul positiivselt ning selle eesmärk on üksnes kaitsta tarbijaid ja konkurente niisuguse reklaami võimalike ebasoodsate aspektide eest. Neil asjaoludel tuleb direktiivi 2006/114 artikli 4 punktis c ette nähtud tingimusi selle kohtu arvates tõlgendada laialt.

20 Lõpuks leiab eelotsusetaotluse esitanud kohus, et hinnete või punktide andmise süsteem võimaldab kokkuvõtlikult võrrelda suurt hulka kriteeriume ning võib seega olla tarbijale abiks keeruliste ostutehingute tegemisel.

21 Neil asjaoludel otsustas Landgericht München I (Müncheni I esimese astme kohus) menetluse peatada ja esitada Euroopa Kohtule järgmise eelotsuse küsimuse:

„Kas direktiivi [2006/114] artikli 4 punkti c tuleb tõlgendada nii, et selles sättes lubatud võrdleva reklaami tingimused võivad olla täidetud ka siis, kui võrdlemine toimub hinnete või punktide andmise süsteemi abil?“

Eelotsuse küsimuse analüüs

22 Kõigepealt tuleb meenutada, et ELTL artiklis 267 sätestatud liikmesriigi kohtute ja Euroopa Kohtu vahelises koostöömenetluses on Euroopa Kohtu ülesanne anda liikmesriigi kohtule tarvilik vastus, mis võimaldaks viimasel poolelioleva kohtuasja lahendada. Seda arvestades peab Euroopa Kohus temale esitatud küsimused vajaduse korral ümber sõnastama. Nimelt on Euroopa Kohtu ülesanne tõlgendada kõiki liidu õiguse sätteid, mida liikmesriigi kohtud vajavad oma kohtuasjade lahendamiseks, isegi kui need kohtud ei ole selliseid sätteid Euroopa Kohtule esitatud küsimustes otseselt maininud (7. novembri 2019. aasta kohtuotsus K.H.K. (pangakontode arestimine), C-555/18, EU:C:2019:937, punkt 28 ja seal viidatud kohtupraktika).

23 Järelikult, vaatamata sellele, et vormiliselt puudutab esitatud küsimus direktiivi 2006/114 artikli 4 punkti c tõlgendamist ehk täpsemalt seda, kas lubatud võrdleva reklaami tingimused võivad olla täidetud ka siis, kui võrdlemine toimub hinnete või punktide andmise süsteemi abil, ei takista see asjaolu Euroopa Kohut esitamast kõiki liidu õiguse tõlgendamise juhtnööre, mis võivad olla põhikohtuasja lahendamisel tarvilikud. Sellisel juhul on Euroopa Kohtu ülesanne tuletada liikmesriigi kohtu esitatud teabest ja eelkõige eelotsusetaotluse põhjendustest need liidu õiguse aspektid, mida on põhikohtuasja vaidluse eset silmas pidades vaja tõlgendada (vt analoogia alusel 7. novembri 2019. aasta kohtuotsus K.H.K. (pangakontode arestimine), C-555/18, EU:C:2019:937, punkt 29 ja seal viidatud kohtupraktika).

24 Käesoleval juhul tuleb eelotsusetaotlusest nähtuvaid asjaolusid arvestades analüüsida, kas ettevõtja osutatavat kindlustustoodete veebipõhise võrdlemise teenust võib pidada „võrdlevaks reklaamiks“ direktiivi 2006/114 artikli 2 punkti c tähenduses, ja kui see on nii, siis kas selline reklaamivorm vastab selles direktiivis sätestatud lubatavuse kriteeriumidele.

25 Nimetatud artikli 2 punktis c on mõiste „võrdlev reklaam“ määratletud kui „reklaam, mis selgesõnaliselt või kaudselt identifitseerib konkurendi või konkurendi pakutavad kaubad või teenused“.

26 Euroopa Kohus on selle kohta juba täpsustanud, et võrdleva reklaami mõiste eripära seisneb reklaami avalikustaja konkurendi või tema pakutavate kaupade ja teenuste identifitseerimises (19. aprilli 2007. aasta kohtuotsus De Landtsheer Emmanuel, C-381/05, EU:C:2007:230, punkt 27, ja 18. novembri 2010. aasta kohtuotsus Lidl, C-159/09, EU:C:2010:696, punkt 30).

27 Seega, nagu Euroopa Komisjon õigesti rõhutas, on käesoleval juhul määrava tähtsusega see, kas kontserni, kes pakub veebipõhiseid kindlustustoodete võrdlemise teenuseid, saab kvalifitseerida kindlustuskontserni „konkurendiks“ direktiivi 2006/114 artikli 2 punkti c tähenduses.

28 Sellest järeldub, et selleks, et vaidlustatud tava saaks lugeda võrdlevaks reklaamiks viidatud artikli 2 punkti c tähenduses, ning et see tava võiks seega kuuluda selle direktiivi kohaldamisalasse, peab reklaami avalikustaja Check24 olema HUK-Coburgi konkurent – seda asjaolu peab kontrollima eelotsusetaotluse esitanud kohus.

29 Siinkohal tuleb märkida, et ei see säte ega ükski teine nimetatud direktiivi säte sisalda mõiste „konkurent“ määratlust.

30 Mõiste „konkurent“ kohta tuleb meenutada, et Euroopa Kohus on juba täpsustanud, et see, kas võrdleva reklaami mõistega hõlmatud ettevõtjad on „konkurendid“, põhineb määratluse kohaselt nende ettevõtjate poolt turul pakutavate kaupade või teenuste omavahelisel asendatavusel (19. aprilli 2007. aasta kohtuotsus De Landtsheer Emmanuel, C-381/05, EU:C:2007:230, punkt 28, ja 18. novembri 2010. aasta kohtuotsus Lidl, C-159/09, EU:C:2010:696, punkt 30).

31 Sel põhjusel seab direktiivi 2006/114 artikli 4 punkt b võrdleva reklaami lubatavuse tingimuseks, et võrdlev reklaam võrdleks kaupu või teenuseid, mis rahuldavad samu vajadusi või on mõeldud samaks otstarbeks (vt selle kohta 19. aprilli 2007. aasta kohtuotsus De Landtsheer Emmanuel, C-381/05, EU:C:2007:230, punkt 29).

32 Lisaks, nagu Euroopa Kohus on juba otsustanud, võimaldab asjaolu, et kaubad rahuldavad teataval määral samu vajadusi, järeldada, et need on omavahel teataval määral asendatavad (19. aprilli 2007. aasta kohtuotsus De Landtsheer Emmanuel, C-381/05, EU:C:2007:230, punkt 30, ja 18. novembri 2010. aasta kohtuotsus Lidl, C-159/09, EU:C:2010:696, punkt 32).

33 Lõpuks eeldab selle asendatavuse määra konkreetne hindamine, mis kuulub liikmesriigi kohtu pädevusse ja mille juures tuleb arvestada direktiivi 2006/114 eesmärke ja Euroopa Kohtu praktikas väljakujundatud põhimõtteid, selliste kriteeriumide analüüsimist, mis võimaldavad tuvastada konkurentsisuhte olemasolu vähemalt ühe osa puhul kõnealuse ettevõtja pakutavast tootevalikust (vt selle kohta 19. aprilli 2007. aasta kohtuotsus De Landtsheer Emmanuel, C-381/05, EU:C:2007:230, punkt 33).

34 Käesoleval juhul tuleb eeltoodud kaalutlusi arvestades Check24 ja HUK-Coburgi vahelise konkurentsisuhte olemasolu hindamisel, mille läbiviimine on eelotsusetaotluse esitanud kohtu ülesanne, lähtuda põhikohtuasja poolte pakutavate teenuste võimaliku omavahelise asendatavuse analüüsist, et teha kindlaks, kas nad tegutsevad samal turul.

35 Sellega seoses nähtub Euroopa Kohtu käsutuses olevast toimikust, et kui HUK-Coburg osutab oma klientidele kindlustusteenuseid eri valdkondades, siis Check24 ise selliseid teenuseid ei paku, vaid piirdub sellega, et võrdleb erinevaid kindlustusseltside pakutavaid kindlustusteenuste lahendusi hinnete või punktide andmise süsteemi abil ning pakub vajaduse korral vahendajana võimalust sõlmida võrreldavaid teenuseid osutavate kindlustusseltsidega lepinguid.

36 Seega, kuna toimikust nähtub, et Check24 haldab veebipõhiseid kindlustuse võrdlemise vahendeid ega ole ise kindlustusselts, ei saa ta selliseid teenuseid pakkuda ega osutada, sealhulgas ka siis, kui ta võimaldab pelga vahendajana sõlmida lepinguid klientide ja kindlustustoodete pakkujate vahel.

37 Seega näib – kui eelotsusetaotluse esitanud kohtu põhjalikumast kontrollist ei tulene teisiti –, et niisugune kindlustuskontsern nagu HUK-Coburg ja niisugune kontsern nagu Check24, kes osutab veebipõhiseid kindlustustoodete võrdlemise teenuseid, pakuvad teenuseid, mis ei ole omavahel asendatavad, ja tegutsevad seega erinevatel teenuste turgudel.

38 Sellest järeldub, et võrdleva reklaami mõiste alla direktiivi 2006/114 artikli 2 punkti c tähenduses ei kuulu sellised veebipõhised kindlustustoodete võrdlemise teenused, mida osutab ettevõtja, kes ei identifitseeri konkurenti ega konkurendi pakutavaid kaupu või teenuseid.

39 Kõiki eeltoodud kaalutlusi arvestades tuleb eelotsusetaotluse esitanud kohtule vastata, et direktiivi 2006/114 artikli 2 punkti c tuleb tõlgendada nii, et selles sättes kasutatud võrdleva reklaami mõiste alla ei kuulu veebipõhine kaupade või teenuste võrdlemise teenus, mida osutab ettevõtja, kes ei ole „konkurent“ selle sätte tähenduses, st kes ise ei paku kaupu või teenuseid, mida ta võrdleb, ja kes seega tegutseb teisel kaupade või teenuste turul. Sama kehtib juhul, kui see ettevõtja tegutseb vahendajana ja võimaldab tarbijatel sõlmida lepinguid ettevõtjatega, kes pakuvad asjaomaseid kaupu või teenuseid, ilma et ta ise samal kaupade või teenuste turul tegutseks.

Kohtukulud

40 Kuna põhikohtuasja poolte jaoks on käesolev menetlus eelotsusetaotluse esitanud kohtus pooleli oleva asja üks staadium, otsustab kohtukulude jaotuse liikmesriigi kohus. Euroopa Kohtule seisukohtade esitamisega seotud kulusid, välja arvatud poolte kohtukulud, ei hüvitata.

Esitatud põhjendustest lähtudes Euroopa Kohus (üheksas koda) otsustab:

Euroopa Parlamendi ja nõukogu 12. detsembri 2006. aasta direktiivi 2006/114/EÜ eksitava ja võrdleva reklaami kohta artikli 2 punkti c

tuleb tõlgendada nii, et

selles sättes kasutatud võrdleva reklaami mõiste alla ei kuulu veebipõhine kaupade või teenuste võrdlemise teenus, mida osutab ettevõtja, kes ei ole „konkurent“ selle sätte tähenduses, st kes ise ei paku kaupu või teenuseid, mida ta võrdleb, ja kes seega tegutseb teisel kaupade või teenuste turul. Sama kehtib juhul, kui see ettevõtja tegutseb vahendajana ja võimaldab tarbijatel sõlmida lepinguid ettevõtjatega, kes pakuvad asjaomaseid kaupu või teenuseid, ilma et ta ise samal kaupade või teenuste turul tegutseks.

Allkirjad