Rättsfallssamlingen

DOMSTOLENS DOM (nionde avdelningen)

den 8 maj 2025*

”Begäran om förhandsavgörande – Direktiv 2006/114/EG – Vilseledande och jämförande reklam – Artikel 4 c – Tillåten jämförande reklam – Webbplats som erbjuder jämförelsetjänst för försäkringar online – Jämförelse utförd av en tredje man genom ett system med betygssättning eller tilldelning av poäng – Artikel 2 c – Utpekande av en ’konkurrent’ – Föreligger inte”

I mål C-697/23,

angående en begäran om förhandsavgörande enligt artikel 267 FEUF, framställd av Landgericht München I (Regiondomstol I i München, Tyskland) genom beslut av den 7 november 2023, som inkom till domstolen den 17 november 2023, i målet

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

mot

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,

meddelar

DOMSTOLEN (nionde avdelningen)

sammansatt av avdelningsordföranden N. Jääskinen (referent) samt domarna A. Arabadjiev och M. Condinanzi,

generaladvokat: M. Campos Sánchez-Bordona,

* Rättegångsspråk: tyska.

justitiesekreterare: A. Calot Escobar,

efter det skriftliga förfarandet,

med beaktande av de yttranden som avgetts av:

– HUK-Coburg Haftpflicht-Unterstützungs-Kasse kraftfahrender Beamter Deutschlands a.G. in Coburg, genom H.-J. Omsels, Rechtsanwalt,

– 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, genom A. Bauer, Rechtsanwalt,

– Italiens regering, genom G. Palmieri, i egenskap av ombud, biträdd av E. Manzo, avvocato dello Stato,

– Europeiska kommissionen, genom P. Kienapfel och B.-R. Killmann, båda i egenskap av ombud,

med hänsyn till beslutet, efter att ha hört generaladvokaten, att avgöra målet utan förslag till avgörande,

följande

Dom

1 Begäran om förhandsavgörande avser tolkningen av artikel 4 c i Europaparlamentets och rådets direktiv 2006/114/EG av den 12 december 2006 om vilseledande och jämförande reklam (EUT L 376, 2006, s. 21).

2 Begäran har framställts i en tvist mellan HUK-Coburg Haftplicht-Unterstützungs-Kasse kraftfahrender Beamter Deutschlands a.G. In Coburg (nedan kallat HUK-Coburg) och Check24 Vergleichsportal GmbH m.fl. (nedan gemensamt kallade Check24) angående en begäran om att ett system för jämförelser genom betygssättning på Check24:s webbplats ska upphöra.

Tillämpliga bestämmelser

Unionsrätt

3 I artikel 1 i direktiv 2006/114 föreskrivs följande:

”Syftet med detta direktiv är att skydda näringsidkarna mot vilseledande reklam och de otillbörliga följderna av denna, samt att ange under vilka förutsättningar jämförande reklam är tillåten.”

4 I artikel 2 c i direktivet anges följande:

”I detta direktiv gäller följande definitioner:

…

c) *jämförande reklam*: all reklam som uttryckligen eller indirekt pekar ut en konkurrent eller varor eller tjänster som tillhandahålls av en konkurrent”.

5 I artikel 4 i direktivet föreskrivs följande:

”Jämförande reklam skall, såvitt avser själva jämförelsen, vara tillåten under förutsättning att

…

b) den jämför varor eller tjänster som svarar mot samma behov eller är avsedda för samma ändamål,

c) den på ett objektivt sätt jämför en eller flera väsentliga, relevanta, kontrollerbara och utmärkande egenskaper hos dessa varor och tjänster, bland vilka även priset kan ingå,

d) den varken misskrediterar eller uttrycker sig nedsättande om en konkurrents varumärken, firmanamn eller andra kännetecken, varor, tjänster, verksamhet eller förhållanden,

…

h) den inte skapar förvirring bland näringsidkare, mellan annonsören och en konkurrent eller mellan annonsörens och en konkurrents varumärken, firmanamn, andra utmärkande kännetecken, varor eller tjänster.”

6 I artikel 5.1 första stycket i samma direktiv föreskrivs följande:

”Medlemsstaterna skall i näringsidkarnas och konkurrenternas intresse se till att det finns lämpliga och effektiva metoder för att bekämpa vilseledande reklam och att bestämmelserna om jämförande reklam följs.”

Tysk rätt

7 I 6 § i Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (lagen om illojal konkurrens) av den 3 juli 2004 (BGBl. 2004 I, s. 1414), i dess lydelse i det nationella målet, stadgas följande:

”1) Med jämförande reklam ska förstås all reklam som direkt eller indirekt pekar ut en konkurrent eller varor eller tjänster som tillhandahålls av en konkurrent.

2) Den som gör jämförande reklam ska anses agera illojalt om den

…

2. inte objektivt sett hänför sig till en eller flera väsentliga, relevanta, kontrollerbara och utmärkande egenskaper eller priset på dessa varor eller tjänster,

…”

Målet vid den nationella domstolen och tolkningsfrågan

8 HUK-Coburg är moderbolag i en stor tysk försäkringskoncern vars dotterbolag erbjuder försäkringar inom olika områden, bland annat trafikförsäkringar.

9 Check24 är en koncern som bildats enligt tysk rätt och som driver en webbplats för jämförelsetjänster online som kostnadsfritt erbjuder användarna möjligheten att jämföra olika produkter, däribland försäkringar. En sådan jämförelse görs på grundval av en rad kriterier, bland annat priset, med hjälp av de betyg som tilldelats de olika försäkringarna (nedan kallade betygen). På webbplatsen finns även en möjlighet att eventuellt ingå avtal med leverantörerna av dessa produkter.

10 Dessa jämförelsetjänster är i princip utformade enligt samma modell för de olika berörda försäkringsgrenarna. En resultatsida erhålls efter det att vissa referensuppgifter – vissa obligatoriska och andra frivilliga – om försäkringstagaren och den önskade produkten har fyllts i. Denna sida innehåller en förteckning över försäkringar från olika försäkringsgivare och en kort översikt över de uppgifter om dessa som anses väsentliga, såsom försäkringsgivarens namn och kostnaden för försäkringen, men även, i form av nyckelord, ytterligare detaljer om försäkringen. Ett betyg – som uttryckligen anges som sådant – visas i ett rektangulärt fält omgivet med blått under namnet på den försäkringsgivare som jämförs. Betyget har ett siffervärde från 1,0–4,0 åtföljt av motsvarande omdöme, ”mycket bra”, ”bra”, ”tillfredsställande” eller ”nöjaktigt”, för varje försäkringsgivare. Högst upp på listan anges ett erbjudande som mestadels benämns ”rekommenderas som mest prisvärt” följt av ett som benämns ”rekommenderas sett till förmåner”.

11 Erbjudandena anges generellt sett efter pris, med lägst pris först. Kunden kan emellertid, genom att klicka på motsvarande knappar, också få erbjudandena i en annan ordning: alfabetiskt efter försäkringsgivarens namn, efter betyg (med högst betyg först) eller efter kundomdöme (med bästa kundomdöme först). Om användaren drar med musmarkören över fältet med betyget öppnas ett pop-up-fönster med grundläggande information om betyget.

12 Betyget bygger på ett poängsystem som grundar sig på olika betygsparametrar bestående av poäng, som tilldelas upp till ett visst antal maxpoäng och sedan läggs samman till en totalpoäng. Betygsparametrarna och den totalpoäng som kan uppnås skiljer sig åt beroende på vilken försäkringsgren det rör sig om. Betygsparametrarna sammanfattas i olika kriterier respektive kategorier, beroende på försäkringsgren, och åtföljs av en grön eller gul bock eller ett rött kryss. Längst ned i pop-up-fönstret anges att dessa symboler står för ”mycket bra”, ”genomsnittlig” respektive ”under genomsnittet/risken ej försäkrad”.

13 Mot denna bakgrund väckte HUK-Coburg år 2020 talan vid Landgericht Köln (Regiondomstolen i Köln, Tyskland) mot Check24 och gjorde gällande bland annat att de jämförelser som erbjöds på den aktuella webbplatsen genom dessa betyg stred mot 6 § punkt 2.2 UWG avseende trafikförsäkringar. Den domstolen godtog dessa argument i sin dom av den 22 april 2020. Check24 omarbetade därför webbplatsen beträffande trafikförsäkringsprodukter och gav konsumenterna ytterligare information om betygen. Därefter gjorde Check24 motsvarande ändringar i fråga om andra försäkringsprodukter.

14 Den 26 november 2020 väckte HUK-Coburg talan vid nämnda domstol mot Check24 Vergleichsportal, som är det bolag som håller webbplatsen tillgänglig för konsumenterna. På begäran av HUK-Coburg överlämnade samma domstol, genom beslut av den 22 mars 2021, målet till Landgericht München I (Regiondomstol I i München, Tyskland), som är den hänskjutande domstolen. HUK-Coburg framställde ett yrkande om förbudsföreläggande och skadestånd avseende konkreta former av överträdelse, bland annat visningen av betygen på resultatsidorna som sådana, men även tillsammans med motsvarande information genom pop-up-fönstren. HUK-Coburg gjorde gällande att sådana betyg utgör jämförande reklam som är förbjuden enligt nationell rätt, eftersom de utgör värdeomdömen som inte kan bli föremål för jämförande reklam, då de återspeglar en falsk objektivitet och kan vara extremt vilseledande för konsumenten.

15 Den 20 september 2021 utvidgade bolaget denna talan till att omfatta Check24. Det begärde i synnerhet att Check24 Vergleichsportal für Sachversicherungen GmbH skulle upphöra med att presentera hemförsäkrings- och rättsskyddsförsäkringsprodukter klassificerade efter pris och kundomdöme.

16 Den hänskjutande domstolen anser att frågan huruvida 6 § punkt 2.2 UWG allmänt förbjuder en jämförelse med hjälp av betyg, såsom den aktuella, beror på hur artikel 4 c i direktiv 2006/114 ska tolkas.

17 Den anser inledningsvis att ett betyg är en siffra som inte i sig ger konsumenten tillräcklig information om den jämförda produkten för att kunna fatta ett köpbeslut, vilket innebär att betyget inte utgör en egenskap hos en produkt i den mening som avses i artikel 4 c i direktiv 2006/114.

18 Den har vidare påpekat att tilldelningen av poäng eller betyg är en subjektiv handling, medan nämnda bestämmelse uttryckligen kräver en objektiv jämförelse. Den ser det så, att kravet på objektivitet föreligger parallellt med kravet på kontrollerbarhet och således har en självständig innebörd som är oberoende av det sistnämnda.

19 Den hänskjutande domstolen har dessutom påpekat att direktiv 2006/114 i princip har en positiv inställning till jämförande reklam ur konkurrens- och konsumentskyddssynpunkt och att direktivet endast syftar till att skydda konsumenter och konkurrenter mot eventuella nackdelar med denna reklam. Under dessa omständigheter anser den hänskjutande domstolen att de villkor som föreskrivs i artikel 4 c i direktiv 2006/114 ska ges en vid tolkning.

20 Den hänskjutande domstolen anser slutligen att ett system för betygsättning eller tilldelning av poäng gör det möjligt att göra en syntetisk jämförelse av ett stort antal kriterier och således kan utgöra ett stöd för konsumenten i samband med komplexa inköpstransaktioner.

21 Mot denna bakgrund beslutade Landgericht München I (Regiondomstol I i München) att vilandeförklara målet och ställa följande fråga till EU-domstolen:

”Ska artikel 4 c i direktiv [2006/114] tolkas så, att villkoren för att jämförande reklam ska vara tillåten enligt denna bestämmelse kan vara uppfyllda även om jämförelsen görs med ett betygs- eller poängsystem?”

Prövning av tolkningsfrågan

22 Det ska inledningsvis erinras om att det enligt det förfarande för samarbete mellan nationella domstolar och EU-domstolen som införts genom artikel 267 FEUF ankommer på EU-domstolen att ge den nationella domstolen ett användbart svar, som gör det möjligt för den domstolen att avgöra det mål som den ska pröva. I detta syfte kan EU-domstolen behöva omformulera de frågor som hänskjutits. EU-domstolen har nämligen till uppgift att tolka alla bestämmelser i unionsrätten som de nationella domstolarna behöver för att avgöra de mål som är anhängiga vid dem, även om dessa bestämmelser inte anges uttryckligen i de frågor som dessa domstolar har ställt (dom av den 7 november 2019, K.H.K. (Kvarstad på bankmedel), C-555/18, EU:C:2019:937, punkt 28 och där angiven rättspraxis).

23 Även om den ställda frågan formellt sett hänför sig till tolkningen av artikel 4 c i direktiv 2006/114, bland annat till frågan huruvida villkoren för tillåten jämförande reklam även kan vara uppfyllda när en jämförelse görs med hjälp av ett betygs- eller poängsystem, utgör en sådan omständighet följaktligen inte hinder för att domstolen tillhandahåller alla uppgifter om unionsrättens tolkning som kan vara användbara vid avgörandet av det nationella målet. Det ankommer på EU-domstolen att, utifrån samtliga uppgifter som den nationella domstolen har lämnat och i synnerhet utifrån skälen i beslutet om hänskjutande, avgöra vilka delar av unionsrätten som behöver tolkas med hänsyn till saken i målet (dom av den 7 november 2019, K.H.K. (Kvarstad på bankmedel), C-555/18, EU:C:2019:937, punkt 29 och där angiven rättspraxis).

24 Mot bakgrund av de omständigheter som framgår av begäran om förhandsavgörande ska det i förevarande fall prövas om den online-tjänst för jämförelse av försäkringsprodukter som tillhandahålls av ett företag kan anses utgöra ”jämförande reklam” i den mening som avses i artikel 2 c i direktiv 2006/114 och, i förekommande fall, huruvida en sådan form av reklam uppfyller de kriterier för tillåtlighet som fastställs i detta direktiv.

25 I artikel 2 c i direktivet definieras begreppet jämförande reklam som ”all reklam som uttryckligen eller indirekt pekar ut en konkurrent eller varor eller tjänster som tillhandahålls av en konkurrent”.

26 Domstolen har slagit fast att den specifika beståndsdelen i begreppet jämförande reklam är utpekandet av en konkurrent till annonsören eller de varor och tjänster som denne erbjuder (dom av den 19 april 2007, De Landtsheer Emmanuel, C-381/05, EU:C:2007:230, punkt 27, och dom av den 18 november 2010, Lidl, C-159/09, EU:C:2010:696, punkt 30).

27 Som Europeiska kommissionen med rätta har betonat är det således i förevarande fall avgörande om en koncern som erbjuder online-tjänster för jämförelse av försäkringsprodukter kan kvalificeras som en ”konkurrent”, i den mening som avses i artikel 2 c i direktiv 2006/114, till en försäkringskoncern.

28 Annonsören, det vill säga Check24, måste alltså vara en konkurrent till HUK-Coburg för att det omtvistade agerandet ska anses utgöra jämförande reklam i den mening som avses i artikel 2 c i direktiv 2006/114 och därmed kan omfattas av direktivets tillämpningsområde. Den frågan ankommer på den hänskjutande domstolen att pröva.

29 Varken den bestämmelsen eller någon annan bestämmelse i direktivet innehåller någon definition av begreppet konkurrent.

30 Vad gäller begreppet konkurrent har domstolen slagit fast att den ställning som konkurrerande företag som avses med begreppet jämförande reklam per definition baserar sig på att de varor eller tjänster som dessa företag erbjuder på marknaden är utbytbara (dom av den 19 april 2007, De Landtsheer Emmanuel, C-381/05, EU:C:2007:230, punkt 28, och dom av den 18 november 2010, Lidl, C-159/09, EU:C:2010:696, punkt 30).

31 Det är skälet till att artikel 4 b i direktiv 2006/114 ställer som villkor för att jämförande reklam ska vara tillåten att jämförelsen avser varor eller tjänster som svarar mot samma behov eller är avsedda för samma ändamål (se, för ett liknande resonemang, dom av den 19 april 2007, De Landtsheer Emmanuel, C-381/05, EU:C:2007:230, punkt 29).

32 Som domstolen har slagit fast medför den omständigheten att produkter i viss utsträckning kan fylla samma behov att de i viss omfattning kan anses utbytbara sinsemellan (dom av den 19 april 2007, De Landtsheer Emmanuel, C-381/05, EU:C:2007:230, punkt 30, och dom av den 18 november 2010, Lidl, C-159/09, EU:C:2010:696, punkt 32).

33 Det ankommer på de nationella domstolarna att göra den konkreta bedömningen av graden av utbytbarhet, vilken skall göras mot bakgrund av syftena med direktiv 2006/114 och de principer som framgår av EU-domstolens rättspraxis. Denna bedömning förutsätter en prövning av kriterier som gör det möjligt att fastställa huruvida det föreligger ett konkurrensförhållande mellan åtminstone en del av det produktsortiment som de aktuella företagen tillhandahåller (se, för ett liknande resonemang, dom av den 19 april 2007, De Landtsheer Emmanuel, C-381/05, EU:C:2007:230, punkt 33).

34 Mot denna bakgrund ska prövningen av om det föreligger ett konkurrensförhållande mellan Check24 och HUK-Coburg, vilken ankommer på den hänskjutande domstolen, grunda sig på en bedömning av om de tjänster som parterna i det nationella målet erbjuder eventuellt är utbytbara, i syfte att avgöra om de är verksamma på samma marknad.

35 Det framgår därvidlag av handlingarna i målet att medan HUK-Coburg tillhandahåller sina kunder försäkringstjänster på olika områden, erbjuder Check24 inte självt sådana tjänster, utan begränsar sig till att online jämföra olika försäkringstjänster som erbjuds av försäkringsbolag, genom ett betygs- eller poängsystem, och i förekommande fall, i egenskap av förmedlare, erbjuda möjlighet att ingå avtal med de försäkringsbolag som tillhandahåller de jämförda tjänsterna.

36 Såtillvida som det framgår av handlingarna i målet att Check24 driver en online-jämförelsetjänst för försäkringstjänster och inte självt är ett försäkringsbolag, kan det inte tillhandahålla eller förfoga över sådana tjänster, inte ens när det i egenskap av mellanhand möjliggör avtal mellan kunder och leverantörer av försäkringsprodukter.

37 Med förbehåll för den hänskjutande domstolens mer ingående prövning, tycks således en försäkringskoncern, såsom HUK-Coburg, och en koncern som tillhandahåller online-tjänster för jämförelse av försäkringsprodukter, såsom Check24, erbjuda tjänster som inte är utbytbara. De tycks därmed vara verksamma på skilda tjänstemarknader.

38 Av detta följer att online-tjänster som tillhandahålls av ett företag som varken pekar ut en konkurrent till företaget eller varor eller tjänster som tillhandahålls av en sådan konkurrent inte omfattas av begreppet jämförande reklam i den mening som avses i artikel 2 c i direktiv 2006/114.

39 Av vad som anförts följer att den hänskjutande domstolens fråga ska besvaras enligt följande. Artikel 2 c i direktiv 2006/114 ska tolkas så, att begreppet jämförande reklam i den mening som avses i den bestämmelsen inte omfattar en online-jämförelsetjänst avseende varor eller tjänster som tillhandahålls av ett företag som inte är en konkurrent i den mening som avses i nämnda bestämmelse, det vill säga som inte självt erbjuder de varor eller tjänster som jämförelsen avser, och följaktligen är verksamt på en annan varu- eller tjänstemarknad. Detsamma gäller även om företaget agerar mellanhand och möjliggör för konsumenterna att ingå avtal med företag som erbjuder de berörda varorna eller tjänsterna, utan att självt vara verksamt på marknaden för dessa varor eller tjänster.

Rättegångskostnader

40 Eftersom förfarandet i förhållande till parterna i det nationella målet utgör ett led i beredningen av samma mål, ankommer det på den hänskjutande domstolen att besluta om rättegångskostnaderna. De kostnader för att avge yttrande till domstolen som andra än nämnda parter har haft är inte ersättningsgilla.

Mot denna bakgrund beslutar domstolen (nionde avdelningen) följande:

Artikel 2 c i Europaparlamentets och rådets direktiv 2006/114/EG av den 12 december 2006 om vilseledande och jämförande reklam

ska tolkas så,

att begreppet jämförande reklam i den mening som avses i den bestämmelsen inte omfattar en online-jämförelsetjänst avseende varor eller tjänster som tillhandahålls av ett företag som inte är en konkurrent i den mening som avses i nämnda bestämmelse, det vill säga som inte självt erbjuder de varor eller tjänster som jämförelsen avser, och följaktligen är verksamt på en annan varu- eller tjänstemarknad. Detsamma gäller även om företaget agerar mellanhand och möjliggör för konsumenterna att ingå avtal med företag som erbjuder de berörda varorna eller tjänsterna, utan att självt vara verksamt på marknaden för dessa varor eller tjänster.

Underskrifter