DOMSTOLENS DOM (fjärde avdelningen)
den 18 oktober 2007 *

I mål C-195/06,

angående en begäran om förhandsavgörande enligt artikel 234 EG, framställd av Bundeskommunikationssenat (Österrike) genom beslut av den 4 april 2006, som inkom till domstolen den 27 april 2006, i målet

Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria)

mot

Österreichischer Rundfunk (ORF),

meddelar

DOMSTOLEN (fjärde avdelningen)

sammansatt av avdelningsordföranden K. Lenaerts samt domarna R. Silva de Lapuerta, E. Juhász, J. Malenovský (referent) och T. von Danwitz,

* Rättegångsspråk: tyska.

generaladvokat: D. Ruiz-Jarabo Colomer,
justitiesekreterare: biträdande justitiesekreteraren H. von Holstein,

efter det skriftliga förfarandet och förhandlingen den 29 mars 2007,

med beaktande av de yttranden som avgetts av:

— Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria), genom M. Ogris, i egenskap av ombud,

— Österreichischer Rundfunk (ÖRF), genom S. Korn, Rechtsanwalt,

— Italiens regering, genom I.M. Braguglia, i egenskap av ombud, biträdd av M. Fiorilli, avvocato dello Stato,

— Portugals regering, genom L. Fernandes och J. Marques Lopes, båda i egenskap av ombud,

— Förenade kungarikets regering, genom T. Harris och M. Hoskins, båda i egenskap av ombud,

— Europeiska gemenskapernas kommission, genom G. Braun och E. Montaguti, båda i egenskap av ombud,

och efter att den 24 maj 2007 ha hört generaladvokatens förslag till avgörande,

följande

Dom

1 Begäran om förhandsavgörande avser tolkningen av rådets direktiv 89/552/EEG av den 3 oktober 1989 om samordning av vissa bestämmelser som fastställts i medlemsstaternas lagar och andra författningar om utförandet av sändningsverksamhet för television (EGT L 298, s. 23; svensk specialutgåva, område 6, volym 3, s. 3), i dess lydelse enligt Europaparlamentets och rådets direktiv 97/36/EG av den 30 juni 1997 (EGT L 202, s. 60) (nedan kallat direktiv 89/552).

2 Begäran har framställts i ett mål mellan Kommunikationsbehörde Austria (österrikiskt tillsynsorgan för telekommunikationsområdet) (nedan kallat KommAustria) och Österreichischer Rundfunk (nedan kallat ÖRF) avseende kvalificeringen av "TV-reklam" och "TV-köp" vid en pristävling som anordnades under ÖRF:s sändning av ett program kallat "Quiz–Express".

Tillämpliga bestämmelser

De gemenskapsrättsliga bestämmelserna

3 I enlighet med trettonde skälet i direktiv 89/552 följer:

"Detta direktiv fastställer minimikraven för att garantera frihet för sändning. ..."

4 I enlighet med tjugosjunde skälet i detta direktiv följer:

"För att säkerställa att konsumenternas intressen som TV-tittare är helt och fullt skyddade är det väsentligt att TV-reklamen underkastas vissa minimiregler och standarder och att medlemsstaterna behåller rätten att fastställa mer detaljerade eller striktare regler och under vissa omständigheter kan fastställa olika villkor för programföretag inom deras jurisdiktion."

5 I artikel 1 i det nämnda direktivet föreskrivs följande:

"I detta direktiv avses med

...

c) TV-reklam: varje form av sänt meddelande antingen mot betalning eller mot liknande ersättning eller sändning för egenreklam, som utförs av ett offentligt eller privat företag i samband med handel, affärsverksamhet, hantverk eller yrke i avsikt att främja tillhandahållande mot betalning av varor eller tjänster, inklusive fast egendom, eller rättigheter och förpliktelser.

...

f) TV-köp[*]: sändning av direkta erbjudanden till allmänheten med avseende på att mot betalning tillhandahålla varor eller tjänster, inklusive fast egendom, eller rättigheter och förpliktelser." [I andra relevanta bestämmelser används begreppet "köp-TV". Eftersom detta mål gäller just legaldefinitionen i artikel 1 f i direktiv 89/552, används nedan begreppet "TV-köp". Övers. anm.]

6 I artikel 10 i direktiv 89/552 föreskrivs följande:

"1. TV-reklam och köp-TV skall vara lätta att känna igen som sådana och hållas klart åtskilda från andra delar av programtjänsten med optiska och/eller akustiska hjälpmedel.

2. Enstaka reklaminslag och köp-TV-inslag skall förekomma endast undantagsvis.

3. Reklam och köp-TV får inte använda subliminalteknik.

4. Smygreklam och smyg-köp-TV är förbjudna."

7 I enlighet med artikel 18 i detta direktiv följer:

"1. Sändningstiden för köp-TV-inslag, reklaminslag och andra former av reklam, med undantag för sändningsblock för köp-TV i enlighet med artikel 18a, får inte överstiga 20% av den dagliga sändningstiden. Sändningstiden för reklaminslag får inte överstiga 15% av den dagliga sändningstiden.

2. Reklaminslagens och köp-TV-inslagens längd inom en given timme mellan hela klockslag får inte överstiga 20%.

3. I denna artikel anses följande inte utgöra reklam

— Programföretagens annonseringar i samband med företagets egna program och produkter med programanknytning som har direkt koppling till programmen.

— Meddelanden till allmänheten och välgörenhetsuppmaningar som sänds gratis."

Den nationella lagstiftningen

8 Genom den österrikiska federala radio- och TV-lagen (Bundesgesetz über den Österreichischen Rundfunk) (BGBl. I, 2001, s. 83) (nedan kallad ÖRF-Gesetz) införlivades direktiv 89/552 med den österrikiska rättsordningen.

9 13.1–3§ ÖRF-Gesetz har följande lydelse:

"1. [ÖRF] kan i samband med sina radio- och TV-program mot betalning tilldela sändningstid för kommersiell reklam. Kommersiell reklam är varje form av meddelande mot betalning eller liknande ersättning, eller egenreklam, som utförs i samband med handel, affärsverksamhet, hantverk eller yrke i avsikt att mot betalning främja tillhandahållandet av varor eller tjänster, inklusive fast egendom, eller rättigheter och förpliktelser.

2. [ÖRF] kan inte tilldela sändningstid för direkta erbjudanden till allmänheten i avsikt att mot betalning främja tillhandahållandet av varor eller tjänster, inklusive fast egendom, eller rättigheter och förpliktelser (TV-köp).

3. Reklam skall som sådan vara lätt att känna igen. Den skall hållas klart åtskild från andra delar av programmet med optiska och/eller akustiska hjälpmedel."

10 I enlighet med 11 § i den federala lagen om inrättandet av KommAustria och Bundeskommunikationssenat (Bundesgesetz über die Einrichtung einer Kommunikationsbehörde Austria und eines Bundeskommunikationssenates) (BGBl. I, 2001, s. 32) (nedan kallad KOG), i den lydelse som var tillämplig vid tidpunkten för omständigheterna, följer:

"1. Bundeskommunikationssenat skall inrättas vid Bundeskanzleramt för att kontrollera beslut som fattas av [KommAustria] och för att kontrollera lagenligheten av [ÖRF].

2. Bundeskommunikationssenat skall i högsta instans avgöra:

— mål om överklagande av beslut som fattas av KommAustria, med undantag för överklagande i förvaltningsrättsliga mål där straff kan utdömas,

— klagomål och ansökningar liksom i förfaranden på grundval av bestämmelser i ÖRF-Gesetz avseende administrativa förseelser.

3. Avgöranden från Bundeskommunikationssenat kan inte upphävas eller ändras på administrativ väg. Avgöranden från Bundeskommunikationssenat kan överklagas till Verwaltungsgerichtshof.

..."

11 11a § KOG har följande lydelse:

"1. Bundeskommunikationssenat skall besluta om klagomål från KommAustria avseende åsidosättanden av bestämmelserna 13–17 §§ liksom av 9.4 § och 18 § ÖRF-Gesetz, i den mån dessa två senare bestämmelser hänvisar till enstaka bestämmelser i 13–17 §§ ÖRF-Gesetz. Bundeskommunikationssenat kan höra KommAustria angående detta.

..."

12 12 § KOG har följande lydelse:

"1. Bundeskommunikationssenat består av fem ledamöter varav minst tre lagfarna. Ledamöterna i Bundeskommunikationssenat har en oberoende ställning vid utförande av sitt uppdrag och är inte bundna av några instruktioner eller anvisningar. Bundeskommunikationssenat skall bland de lagfarna ledamöterna välja en ordförande och en vice ordförande.

2. Förbundspresidenten utnämner på förslag av förbundsregeringen ledamöterna i Bundeskommunikationssenat för en period av sex år. Varje ledamot skall ha en suppleant som vid ledamotens frånvaro skall ersätta denne.

..."

13 20.2 § i förbundsstatens grundlag (Bundesverfassungsgesetz) har följande lydelse:

"Om ett kollegialt organ, vars avgöranden enligt lag inte kan upphävas eller ändras på administrativ väg och där minst en av dess ledamöter skall vara lagfaren, enligt förbundsstatens eller delstaternas lagstiftning skall fatta beslut i högsta instans, skall inte heller övriga ledamöter i detta kollegiala organ vid utförande av sina uppdrag vara bundna av några instruktioner."

Tvisten i målet vid den nationella domstolen och tolkningsfrågorna

14 Efter ett inledande förfarande riktade KommAustria genom skrivelse av den 20 maj 2005 vid Bundeskommunikationssenat ett klagomål mot ÖRF för åsidosättande av 13.2 § ÖRF-gesetz. KommAustria gjorde gällande att det i den av ÖRF sända TV-sändningen Quiz-Express hade tilldelats tid för TV-köp, i strid mot bestämmelserna i denna artikel.

15 I den nämnda sändningen erbjuds allmänheten, genom programledaren och visandet av ett betalnummer i rutan, att delta i en pristävling genom att ringa detta nummer, mot betalning av 0,70 euro till telenätsoperatören som har ingått avtal med ÖRF. Tävlingen är uppdelad i två moment: Slumpmomentet, där man genom att träffa rätt telefonledning kopplas till sändningen, och det andra momentet, där den person som ringt upp och kopplats till sändningen skall besvara en fråga i sändningen. De personer som ringt in men som inte kopplats vidare till sändningen deltar i en utlottning av en "veckovinst".

16 Efter att ha undersökt de argument som KommAustria framlagt ansåg Bundeskommunikationssenat att en sådan typ av sändning skulle kunna betecknas som "TV-köp". Bundeskommunikationssenat ansåg att det ankom på den själv att, genom utövande av sin fulla prövningsrätt, undersöka om de meddelanden som utsänts i denna sändning eller del av sändningen åsidosatte andra bestämmelser i ÖRF-Gesetz, särskilt dem som avser reklam. Eftersom direktiv 89/552 införlivades med den österrikiska rättsordningen genom de tillämpliga nationella bestämmelserna ansåg Bundeskommunikationssenat även att dessa skall tolkas med beaktande av direktivet.

17 Bundeskommunikationssenat har mot denna bakgrund beslutat att vilandeförklara målet och ställa följande tolkningsfrågor till domstolen:

"1. Skall artikel 1 f i direktiv 89/552 ... tolkas så, att med 'TV-köp' också skall förstås sändningar eller delar av sändningar i vilka ett programföretag erbjuder TV-tittarna möjligheten att omedelbart ringa ett betalnummer och således mot betalning delta i en pristävling som också anordnas av detta programföretag?

2. Om svaret på denna fråga är nekande: Skall artikel 1 c i direktiv 89/552 ... tolkas så, att med 'TV-reklam' också skall förstås sådana meddelanden i sändningar eller delar av sändningar i vilka ett programföretag erbjuder TV-tittarna möjligheten att omedelbart ringa ett betalnummer och således mot betalning delta i en pristävling som också anordnas av detta programföretag?"

Huruvida tolkningsfrågorna kan tas upp till sakprövning

18 Det skall inledningsvis prövas huruvida Bundeskommunikationssenat är en domstol i den mening som avses i artikel 234 EG och följaktligen om dess frågor kan tas upp till sakprövning.

19 Det framgår av fast rättspraxis att EG-domstolen för att bedöma huruvida det hänskjutande organet är en domstol i den mening som avses i artikel 234 EG, vilket är en rent gemenskapsrättslig fråga, skall beakta ett antal omständigheter, nämligen om organet är upprättat enligt lag, om det är av stadigvarande karaktär, om dess jurisdiktion är av tvingande art, om förfarandet är kontradiktoriskt, om organet tillämpar rättsregler samt om det har en oberoende ställning (se, bland annat, dom av den 31 maj 2005 i mål C-53/03, Syfait m.fl., REG 2005, s. I-4609, punkt 29 och där angiven rättspraxis, liksom dom av den 14 juni 2007 i mål C-246/05, Häupl, REG 2007, s. I–4673, punkt 16).

20 I detta avseende skall det dels framhållas att det av bestämmelserna i 11, 11a och 12§§ KOG obestridligen framgår att Bundeskommunikationssenat uppfyller villkoren om att vara upprättad enligt lag och vara av stadigvarande karaktär, att dess jurisdiktion är av tvingande art, att förfarandet är kontradiktoriskt och att den tillämpar rättsregler.

21 Av 12§ KOG jämförd med 20§2 i förbundsgrundlagen (Bundesverfassungsgesetz) följer att Bundeskommunikationssenat har en oberoende ställning.

22 Det följer av det ovanstående att Bundeskommunikationssenat skall betraktas som en domstol i den mening som avses i artikel 234 EG och att dess frågor skall tas upp till sakprövning.

Prövning i sak

23 Den hänskjutande domstolen har ställt dessa frågor, som skall prövas samtidigt, för att få klarhet i huruvida artikel 1 i direktiv 89/552 skall tolkas på så sätt att en sändning eller delar av en sändning, där ett programföretag erbjuder TV-tittarna möjligheten att omedelbart ringa ett betalnummer och således mot betalning delta i en pristävling som också anordnas av detta programföretag, skall omfattas av direktivets definition av TV-köp eller, i förekommande fall, direktivets definition av TV-reklam.

24 Det skall erinras om att det följer såväl av kravet på en enhetlig tillämpning av gemenskapsrätten som av likhetsprincipen att en gemenskapsbestämmelse som inte innehåller någon uttrycklig hänvisning till medlemsstaternas rättsordningar för att bestämma dess betydelse och räckvidd normalt skall ges en självständig och enhetlig tolkning inom hela gemenskapen, med beaktande av bestämmelsens sammanhang och det med bestämmelserna i fråga eftersträvade målet (se, bland annat, dom av den 18 januari 1984 i mål 327/82, Ekro, REG 1984, s. 107, punkt 11, svensk specialutgåva, volym 7, av den 19 september 2000 i mål C-287/98, Linster, REG 2000, s. I-6917, punkt 43, av den 17 mars 2005 i mål C-170/03, Feron, REG 2005, s. I-2299, punkt 26, och av den 14 december 2006 i mål C-316/05, Nokia, REG 2006, s. I-12083, punkt 21).

25 Den räckvidd som gemenskapslagstiftaren har velat ge begreppen TV-reklam och TV-köp i den mening som avses i artikel 1 i direktiv 89/552 skall följaktligen bedömas utifrån denna bestämmelses sammanhang och det med bestämmelserna i fråga eftersträvade målet.

26 Som framgår av tjugosjunde skälet i direktiv 89/552 har gemenskapslagstiftaren velat säkerställa att konsumenternas intressen som TV-tittare är helt och fullt skyddade, genom att de olika formerna av främjande såsom TV-reklam, TV-köp och sponsring underkastas vissa minimiregler och standarder.

27 I bestämmelserna i kapitel IV i direktiv 89/552, i vilka dessa minimiregler och standarder fastslås, uttrycks från denna utgångspunkt gemenskapslagstiftarens vilja, såsom generaladvokaten framhållit i punkt 76 i sitt förslag till avgörande, att rama in dessa sändningar av främjande art i förhållande till övriga program, att göra dem otvetydigt identifierbara för TV-tittarna samt att begränsa dessas sändningstid. Att skydda konsumenter som TV-tittare mot alltför mycket reklam är en grundläggande del av målsättningen med direktiv 89/552 (se, för ett liknande resonemang, dom av den 23 oktober 2003 i mål C-245/01, RTL Television, REG 2003, s. I-12489, punkt 64).

28 Det är för att denna målsättning skall uppnås som särskilt begreppen TV-reklam och TV-köp definieras i artikel 1 i direktiv 89/552. Det är således med beaktande av den nämnda målsättningen som dessa begrepps räckvidd skall bedömas.

29 För att besvara den hänskjutande domstolens frågor skall domstolen följaktligen kontrollera om en sändning som den som är i fråga i detta mål uppfyller de villkor som gemenskapslagstiftaren har använt för att definiera de nämnda begreppen.

30 Avseende i första hand tillämpningen av villkoren i artikel 1 f i direktiv 89/552 enligt vilka TV-köp definieras, konstaterar domstolen att programföretaget, i den ifrågavarande sändningen som beskrivs i punkt 15 i denna dom, sänder ett

omedelbart erbjudande till TV-tittarna enligt vilket de får möjligheten att delta i en sorts pristävling genom att ringa ett betalnummer.

31 Det är utrett att avgiften för detta telefonsamtal i förevarande fall är högre än den vanliga taxan. Det har vidare inte ifrågasatts att telenätsoperatören överför en del av samtalskostnaden till programföretaget som sänder tävlingen. TV-tittarna som bidrar ekonomiskt till denna tävling och följaktligen till företagets inkomst, får, genom att på detta vis ringa ett betalnummer som visas i rutan, tillgång till den verksamhet som företaget erbjuder mot betalning.

32 En verksamhet som innebär att användarna erbjuds att mot betalning delta i en pristävling kan för övrigt utgöra en tjänst (se, för ett liknande resonemang, avseende anordnande av lotterier, dom av den 24 mars 1994 i mål C-275/92, Schindler, REG 1994, s. I-1039, punkt 25, svensk specialutgåva, tillägg, s. 119, avseende tillhandahållande av spelautomater, dom av den 21 september 1999 i mål C-124/97, Läärä m.fl., REG 1999, s. I-6067, punkt 27, avseende hasardspel eller spel om pengar, dom av den 11 september 2003 i mål C-6/01, Anomar m.fl., REG 2003, s. I-8621, punkt 56).

33 I förevarande fall erbjuds TV-tittarna att omedelbart under sändningen delta i en pristävling genom att de förses med nödvändig information för att kontakta programledaren och komma med i direktsändning eller, om det inte lyckas, delta i en utlottning som äger rum en gång i veckan. Programledaren inbjuder TV-tittaren att delta i sändningens tävling, vilket denne accepterar genom att ringa det betalnummer som visas i rutan. När ÖRF:s anställda svarar påbörjas betalningsförfarandet och kostnaden för betalsamtalet jämte sedvanlig samtalsavgift påförs TV-tittarens telefonräkning. Vid denna tidpunkt avgörs om TV-tittaren skall vara med i direktsändning eller, i förekommande fall, få rätt att delta i restutlottningen.

34 Den berörde TV-tittaren accepterar följaktligen ett erbjudande om att delta i en tävling med möjlighet att vinna. Under dessa förutsättningar kan det förefalla som om programföretaget tillhandahåller TV-tittaren en tjänst mot betalning genom att göra det möjligt för denne att delta i en pristävling.

35 Även om det skulle förhålla sig på detta vis krävs det emellertid även, för att den ifrågavarande tävlingen skall kvalificeras som TV-köp i den mening som avses i artikel 1 f i direktiv 89/552, att det kontrolleras om den nämnda sändningen eller en del av den, med beaktande av dess egna kännetecken, utgör ett verkligt erbjudande om tjänster. I detta avseende ankommer det på den nationella domstolen att göra en bedömning av samtliga faktiska omständigheter.

36 Det ankommer följaktligen på den nationella domstolen att inom ramen för denna bedömning beakta syftet med den sändning i vilken tävlingen ingår, tävlingens betydelse för sändningen i dess helhet, avseende tiden och den ekonomiska avkastning som beräknas utgå i förhållande till den avkastning som den nämnda sändningen förväntas generera, liksom inriktningen på de frågor som ställs till deltagarna.

37 Det skall tilläggas att en sådan tävling som den som är i fråga i målet vid den nationella domstolen endast kan utgöra TV-köp i den mening som avses i artikel 1 f i direktiv 89/552 om tävlingen utgör en verklig oberoende ekonomisk verksamhet i form av tillhandahållande av tjänster och inte är begränsad till ett enkelt nöjeserbjudande inom ramen för sändningen (se, analogt avseende en pristävling i en tidsskrift, dom av den 26 juni 1997 i mål C-368/95, Familiapress, REG 1997, s. I-3689, punkt 23).

38 Det kan nämligen inte uteslutas att programföretaget, med beaktande av syftet med sändningen i vilken tävlingen ingår, endast hade för avsikt att göra sändningen interaktiv utan att för den sakens skull vilja tillhandahålla en verklig tjänst inom penningspelsområdet, särskilt om denna tävling endast motsvarar en mindre del av

innehållet och tiden i nöjessändningen och av den anledningen inte ändrar sändningens beskaffenhet samt om de frågor som ställs till deltagarna inte ställs i samband med handel, affärsverksamhet, hantverk eller yrke i avsikt att främja tillhandahållande av varor eller tjänster. På samma sätt är det om den ekonomiska insatsen som förväntas av denna tävling visar sig vara av helt underordnad betydelse i förhållande till den ekonomiska betydelsen av sändningen i dess helhet.

39 Avseende tillämpningen av villkoren i artikel 1 c i direktiv 89/552 för att definiera TV-reklam, skall domstolen vidare pröva om det erbjudande som i en sändning som den ifrågavarande vid den nationella domstolen riktas till TV-tittarna, att ringa ett betalnummer för att mot betalning delta i en pristävling, utgör en form av sänt meddelande eller sändning för egenreklam, som utförs av ett företag i samband med affärsverksamhet i avsikt att främja tillhandahållande av varor eller tjänster.

40 Den hänskjutande domstolen frågar endast om meddelandet i den ifrågavarande sändningen eller delen av sändningen skall kvalificeras som "TV-reklam" i det fall det inte är fråga om TV-köp. Mot bakgrund av de skäl som utvecklas i punkterna 35 till 38 i förevarande dom, av vilka det framgår att det inte kan vara fråga om ett TV-köp vid avsaknad av ett verkligt erbjudande om tjänster, skall det antas att meddelandet som skall prövas ingår i ramen för en nöjessändning.

41 Eftersom artikel 1 c i direktiv 89/552 avser alla former av sända meddelanden skall det även antas att svaret på frågan som den hänskjutande domstolen har ställt förutsätter att alla aspekter av sändningen eller delen av sändningen skall beaktas för att avgöra om det genom dessa uttrycks en avsikt att sända TV-reklam till TV-tittarna. Denna bedömning skall följaktligen inte begränsas till att avse den enda form av meddelande som utgörs av att det i rutan visas ett betalnummer som ger tillträde till tävlingen.

42 I detta avseende är det obestridligen så att programföretaget med detta meddelande söker främja sändningen samt uppmana TV-tittarna att titta på sändningen genom att göra sändningen lockande, på så vis att TV-tittaren bereds möjlighet att delta i en tävling med möjlighet att vinna. Varje programföretag avser emellertid i allmänhet att ge alla TV-sändningar som den har rätt att sända en lockande utformning. Av detta kan inte slutsatsen dras att varje form av meddelande med avsikt att förstärka denna lockande utformning utgör TV-reklam.

43 Det skall följaktligen utredas om denna särskilda form av meddelande som erbjudandet att delta i en pristävling innebär har egna kännetecken av en sådan art att det kan ses som TV-reklam.

44 Domstolen finner att syftet med detta meddelande och den tävling som det kan ge tillgång till är att TV-tittaren omedelbart skall delta i sändningens innehåll. Det nämnda meddelandet utgör en väsentlig beståndsdel i sändningen och har a priori inte till syfte att i sig lovorda sändningen.

45 Tävlingen skulle emellertid genom sitt innehåll kunna indirekt lovorda programföretagets sändningar, särskilt om de frågor som ställs till deltagarna avser deras kunskaper om programföretagets andra sändningar och på detta sätt är av beskaffenhet att locka möjliga deltagare att titta på dessa. Det är på samma sätt om de priser som kan vinnas består av produkter som härrör från och som främjar dessa sändningar, såsom videogram. Under sådana omständigheter skulle meddelandet som överförs i denna sändning eller del av sändning kunna betraktas som TV-reklam i form av egenreklam. Meddelandet skulle även kunna betraktas som TV-reklam om varorna eller tjänsterna som ges bort som pris var föremål för framställningar eller reklamkampanjer med syfte att locka TV-tittarna att skaffa sig de nämnda varorna eller tjänsterna.

46 Det är utifrån de uppgifter som domstolen förfogar över inte möjligt att bedöma om så är fallet avseende en sändning eller en del av en sändning som den som är i fråga i målet vid den nationella domstolen. Det ankommer på den nationella domstolen att göra denna bedömning.

47 Mot bakgrund av det ovanstående skall de frågor som ställts besvaras på följande sätt. Artikel 1 i direktiv 89/552 skall tolkas på så sätt att en sändning eller del av sändning, där ett programföretag erbjuder TV-tittarna möjligheten att omedelbart ringa ett betalnummer och således mot betalning delta i en pristävling,

— omfattas av definitionen i artikel 1 f av TV-köp, om denna sändning eller del av sändning utgör ett verkligt erbjudande om tjänster, med beaktande av syftet med sändningen i vilken tävlingen ingår, tävlingens betydelse för sändningen, avseende tiden och den ekonomiska avkastning som beräknas utgå i förhållande till den avkastning som sändningen förväntas generera i sin helhet, liksom inriktningen på de frågor som ställs till deltagarna,

— omfattas av definitionen i artikel 1 c av TV-reklam om tävlingen, på grund av dess målsättning och innehåll liksom omständigheterna under vilka de pris som kan vinnas framställs, består av ett meddelande som syftar till att locka TV-tittarna att skaffa sig de varor och tjänster som framställs som pris eller som syftar till att indirekt i form av egenreklam lovorda det ifrågavarande programföretagets sändningar.

Rättegångskostnader

48 Eftersom förfarandet i förhållande till parterna i målet vid den nationella domstolen utgör ett led i beredningen av samma mål, ankommer det på den nationella 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 (fjärde avdelningen) följande:

Artikel 1 i rådets direktiv 89/552/EEG av den 3 oktober 1989 om samordning av vissa bestämmelser som fastställts i medlemsstaternas lagar och andra författningar om utförandet av sändningsverksamhet för television, i dess lydelse enligt Europaparlamentets och rådets direktiv 97/36/EG av den 30 juni 1997, skall tolkas på så sätt att en sändning eller del av sändning, där ett programföretag erbjuder TV-tittarna möjligheten att omedelbart ringa ett betalnummer och således mot betalning delta i en pristävling,

— **omfattas av definitionen i artikel 1 f av TV-köp, om denna sändning eller del av sändning utgör ett verkligt erbjudande om tjänster, med beaktande av syftet med sändningen i vilken tävlingen ingår, tävlingens betydelse för sändningen, avseende tiden och den ekonomiska avkastning som beräknas utgå i förhållande till den avkastning som sändningen förväntas generera i sin helhet, liksom inriktningen på de frågor som ställs till deltagarna,**

— **omfattas av definitionen i artikel 1 c av TV-reklam om tävlingen, på grund av dess målsättning och innehåll liksom omständigheterna under vilka de pris som kan vinnas framställs, består av ett meddelande som syftar till att locka TV-tittarna att skaffa sig de varor och tjänster som framställs som pris eller som syftar till att indirekt i form av egenreklam lovorda det ifrågavarande programföretagets sändningar.**

Underskrifter