A BÍRÓSÁG ÍTÉLETE (első tanács)

2006. február 23. *

A C-59/05. sz. ügyben,

az EK 234. cikk alapján benyújtott előzetes döntéshozatal iránti kérelem tárgyában, amelyet a Bundesgerichtshof (Németország) a Bírósághoz 2005. február 10-én érkezett 2004. december 2-i határozatával terjesztett elő az előtte

a **Siemens AG**

és

a **VIPA Gesellschaft für Visualisierung und Prozeßautomatisierung mbH**

között folyamatban lévő eljárásban,

A BÍRÓSÁG (első tanács),

tagjai: P. Jann tanácselnök, J. N. Cunha Rodrigues (előadó), K. Lenaerts, M. Ilešič és E. Levits bírák,

* Az eljárás nyelve: német.

főtanácsnok: A. Tizzano,
hivatalvezető: R. Grass,

tekintettel az írásbeli szakaszra,

figyelembe véve a következők által előterjesztett észrevételeket:

– a Siemens AG képviseletében S. Jackermeier Rechtsanwalt és D. Laufhütte Patentanwalt,

– a VIPA Gesellschaft für Visualisierung und Prozeßautomatisierung mbH képviseletében A. Osterloh és E. Osterloh Rechtsanwaltok,

– a Lengyel Köztársaság képviseletében T. Nowakowski, meghatalmazotti minőségben,

– az Európai Közösségek Bizottsága képviseletében A. Aresu és F. Hoffmeister, meghatalmazotti minőségben,

tekintettel a főtanácsnok meghallgatását követően hozott határozatra, miszerint az ügy elbírálására a főtanácsnok indítványa nélkül kerül sor,

meghozta a következő

## Ítéletet

1 Az előzetes döntéshozatal iránti kérelem az 1997. október 6-i 97/55/EK európai parlamenti és tanácsi irányelvvel (HL L 290., 18. o.; magyar nyelvű különkiadás 15. fejezet, 3. kötet, 365. o.) módosított, a megtévesztő és összehasonlító reklámról szóló, 1984. szeptember 10-i 84/450/EGK irányelv (HL L 250., 17. o.; magyar nyelvű különkiadás 15. fejezet, 1. kötet, 227. o., a továbbiakban: 84/450 irányelv) 3a. cikke (1) bekezdése g) pontjának értelmezésére irányul.

2 A kérelmet a Siemens AG (a továbbiakban: Siemens) és a VIPA Gesellschaft für Visualisierung und Prozeßautomatisierung mbH társaság (a továbbiakban: VIPA) közötti, a VIPA által készített – a Siemens által gyártott és forgalmazott automatákkal kompatibilis – alkatrészek eladásának előmozdítására irányuló reklámmal kapcsolatos jogvitában terjesztették elő.

## Jogi háttér

*A közösségi szabályozás*

3 A 84/450 irányelv 2. cikkének 2a. pontja értlemében az irányelv alkalmazásában „összehasonlító reklám"-nak minősül „minden olyan reklám, amely közvetlenül vagy közvetve felismerhetővé tesz valamely versenytársat vagy a versenytárs által kínált árukat vagy szolgáltatásokat".

4 Ugyanezen irányelv 3a. cikkének (1) bekezdése kimondja:

„Az összehasonlítást illetően összehasonlító reklám a következő feltételek teljesülése esetén megengedett:

[...]

c) tárgyilagosan hasonlítja össze ezen áruk és szolgáltatások egy vagy több jelentős, lényeges, ellenőrizhető és jellemző tulajdonságát, amelybe az ár is beletartozhat;

[...]

g) nem használja ki tisztességtelen módon valamely versenytárs védjegyének, kereskedelmi nevének vagy egyéb megkülönböztető jelzésének vagy versenytárs termékek eredetmegjelölésének hírnevét

[...]".

5 A 97/55 irányelv második, tizennegyedik és tizenötödik preambulumbekezdése értelmében:

„(2) mivel a belső piac megvalósítása egyre szélesebb körű választékot jelent majd; azért, hogy a fogyasztók a belső piacot a lehető legjobban használhassák, illetve

használják ki, és mivel a reklám rendkívül fontos szerepet játszik abban, hogy Közösség-szerte az áruk és szolgáltatások számára hatékony piacok nyíljanak meg, az összehasonlító reklám formáját és tartalmát meghatározó alapvető rendelkezéseknek egységesnek kell lenniük, valamint össze kell hangolni az összehasonlító reklám feltételeit a tagállamokban; mivel ha ezek a feltételek teljesülnek, ez segíteni fogja a különféle összehasonlítható termékek előnyeinek tárgyilagos bemutatását; mivel az összehasonlító reklám az áruk és szolgáltatások nyújtói közötti versenyt is serkentheti a fogyasztók javára;

[...]

(14) mivel azonban az összehasonlító reklám hatékonnyá tétele érdekében szükséges lehet valamely versenytárs áruinak vagy szolgáltatásainak azonosítása olyan védjegyre vagy kereskedelmi névre való hivatkozással, amelynek az említett versenytárs a jogosultja;

(15) mivel a versenytárs védjegyének, kereskedelmi nevének vagy egyéb megkülönböztető jelzéseinek ilyen használata nem jelenti harmadik fél e kizárólagos jogának megsértését, ha megfelel ezen irányelv feltételeinek, mivel ebben az esetben célja csupán a különbségtétel és ezzel a különbségek tárgyilagos kiemelése".

*A nemzeti szabályozás*

6 A tisztességtelen verseny elleni harcról szóló, 1909. június 7-i törvény (Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb, a továbbiakban: UWG) 6. §-a különösen az alábbiakat írja elő:

„(1) Összehasonlító reklámnak minősül minden olyan reklám, amely közvetve vagy közvetlenül felismerhetővé teszi valamely versenytársat, illetve a versenytárs által kínált árut vagy szolgáltatást.

(2) A 3. § értelmében tisztességtelenül jár el az, aki összehasonlító reklámot alkalmaz [...], amennyiben az összehasonlítás:

[...]

4. tisztességtelen módon kihasználja a versenytárs által használt megjelölés hírnevét, vagy annak kárt okoz [...]".

**Az alapeljárás és az előzetes döntéshozatalra előterjesztett kérdések**

7 A Siemens – többek között – a „Simatic" elnevezésű programozható automaták gyártója és forgalmazója. Ezekre az automatákra és kiegészítő alkaltrészeik megrendelésére 1983-ban bizonyos, nagybetűkből és számokból álló rendszert vezetett be.

8 A VIPA a „Simatic" automatákkal kompatibilis alkatrészeket gyárt és ad el, amelyekhez 1988 óta a Siemens által használttal szinte teljesen megegyező azonosítórendszert alkalmaz. Tulajdonképpen a Siemens megrendeléséhez használt megjelölések számaiból álló kód első része – például „6ES5" vagy „6ES7" – helyett a „VIPA" társaságra utaló betűszó található, amelyet az eredeti Siemens-termék

megrendelési számának központi eleme követ. A megrendelési szám e központi eleme a szóban forgó termék jellemzőire, illetve annak vezérlőkészülékében történő használatára vonatkozik, mivel azt az automata működéséhez be kell táplálni.

9 A VIPA így az eredeti Siemens termékhez illő, „6ES5 928-3UB21" megrendelési számú alkatrészeket a „VIPA 928-3UB21" megrendelési számon forgalmazza. A VIPA ezt a számot tünteti fel termékein és katalógusában, a következő felhívással: „Kérjük, hogy vezérlőkészülékének használati útmutatójában ellenőrizze az Ön által igényelt memóriamodul rendelési számát, vagy hívjon fel minket! A megrendelési számok megegyeznek a Siemens memóriamoduljainak számával."

10 A Siemens pert indított a VIPA ellen azt kifogásolva, hogy jogellenesen kihasználta termékeinek jó hírnevét. Az elsőfokon eljáró bíróság határozatában helyt adott a Siemens kérelmének, azonban határozatát a fellebbezési bíróság hatályon kívül helyezte. A Siemens ezt követően „felülvizsgálati" kérelmet nyújtott be a Bundesgerichtshofhoz.

11 A Bundesgerichtshof – mivel úgy vélte, hogy az előtte folyamatban levő jogvita eldöntéséhez a 84/450 irányelv értelmezése szükséges – felfüggesztette eljárását, és előzetes döntéshozatal céljából a következő kérdéseket terjesztette a Bíróság elé:

„1) A 84/450/EGK irányelv 3a. cikke (1) bekezdésének g) pontja értelmében a versenytárs „egyéb megkülönböztető jelzéséhez" fűződő hírnév tisztességtelen módon történő kihasználása-e az, ha a reklámozó a versenytárs szakmai körökben ismert megkülönböztető jelzését (itt: megrendelési számok rendszere) központi elemében változatlan formában átveszi, és a reklámban hivatkozik erre a változatlan átvételre?

2) A 84/450/EGK irányelv 3a. cikke (1) bekezdésének g) pontja értelmében vett hírnévkihasználás tisztességtelen voltának vizsgálata során meghatározó tényező-e a reklámozó és a fogyasztó számára a változatlan átvételből adódó előny?"

## Az előzetes döntéshozatalra előterjesztett kérdésekről

12 Kérdéseivel – amelyeket együtt kell megvizsgálni – a kérdést előterjesztő bíróság lényegében arra vár választ, hogy katalógusaiban a valamely gyártó megkülönböztető jelzései központi elemének – vagyis a megrendelési számok szakmai körökben ismert rendszerének – használatával a szolgáltató versenytárs a 84/450 irányelv 3a. cikke (1) bekezdésének g) pontja értelmében nem használja-e ki tisztességtelen módon az ehhez a megkülönböztető jelzéshez kapcsolódó hírnevet, és hogy e kérdés megítélése során figyelembe kell-e venni az e használatból a reklámozó és a fogyasztó számára adódó előnyt.

13 A 84/450 irányelv 3a. cikke (1) bekezdésének g) pontja értelmében az összehasonlító reklám akkor megengedett, ha nem használja ki tisztességtelen módon valamely versenytárs védjegyének, kereskedelmi nevének vagy egyéb megkülönböztető jelzésének vagy versenytárs termékek eredetmegjelölésének hírnevét.

14 A Bíróság állandó ítélkezési gyakorlata értelmében annak eldöntéséhez, hogy a 84/450 irányelv 3a. cikke (1) bekezdésének g) pontjában előírt feltételeket tiszteletben tartották-e, figyelembe kell venni a 97/55 irányelv tizenötödik preambulumbekezdését, amelynek értelmében a versenytárs védjegyének vagy megkülönböztető jelzéseinek használata nem sérti a védjegyhez való jog megsértését, ha az megfelel a 84/450 irányelv feltételeinek, és célja csupán a reklámozó és a versenytársak termékei és szolgáltatásai közötti különbségtétel és következésképpen a különbségek tárgyilagos kiemelése (lásd a C-112/99. sz., Toshiba Europe ügyben 2001. október 25-én hozott ítélet [EBHT 2001., I-7945. o.] 53. pontját).

15 Ezért a reklámozó nem tekinthető úgy, hogy tisztességtelen módon kihasználja a versenytárs megkülönböztető jelzéseihez fűződő hírnevet, ha az e megjelölésekre történő hivatkozás az adott piacon való hatékony versenynek a feltétele (lásd a Toshiba Europe ügyben hozott, fent hivatkozott ítélet 54. pontját).

16 Egyebekben a Bíróság kimondta, hogy valamely védjegy harmadik fél általi használata a védjegy megkülönböztető jellegének vagy hírnevének tisztességtelen módon történő kihasználását , illetve annak sérelmét jelentheti például akkor, ha a vásárlóközönségben hamis benyomást kelt a reklámozó és a védjegyjogosult közötti kapcsolatra vonatkozóan (lásd a Toshiba Europe ügyben hozott, fent hivatkozott ítélet 55. pontját).

17 Mint az az előzetes döntéshozatalra utaló végzésből kiderül, a VIPA – a Siemens megrendelési számokkal kapcsolatos rendszere központi elemének átvételével – a vásárlóközönség felé egyenértékűnek tüntette fel a két érintett termék technikai jellemzőit. Következésképpen a termékek jelentős, lényeges, ellenőrizhető és jellemző tulajdonságainak – a 84/450 irányelv 3a. cikke (1) bekezdésének c) pontja értelmében vett – összehasonlításáról van szó (lásd a Toshiba Europe ügyben hozott, fent hivatkozott ítélet 56. pontját).

18 Ugyanakkor meg kell vizsgálni, hogy ez az átvétel a VIPA reklámjával megcélzott vásárlóközönség szemében társíthatja-e az alaügyben szereplő automaták és kiegészítő alkatrészeinek gyártóját a versenytárs szállítóval, úgy, hogy az említett vásárlóközönség e gyártó termékeinek hírnevét átviszi az említett szállító által forgalmazott termékekre.

19 Elsőként meg kell állapítani, hogy az alapügyben szereplő termékeket szakmai vásárlóközönségnek szánják. A Siemens és a VIPA termékei hírnevének társítása

tehát sokkal kevésbé valószínű, mintha e termékeket végső fogyasztóknak szánnák (ebben az értelemben lásd a Toshiba Europe ügyben hozott, fent hivatkozott ítélet 52. pontját).

20 Továbbá azzal, hogy a VIPA a megrendelési szám első felében a saját magára utaló betűszót használja, és katalógusában feltünteti, hogy e számok megfelelnek a Siemens memóriamoduljaihoz rendelt számoknak, különbséget lehet tenni a VIPA és a Siemens között, tehát nem keletkezhet a VIPA termékeinek eredetével kapcsolatos vagy a két vállalkozás közötti kapcsolatra vonatkozó téves benyomás (ebben az értelemben lásd a Toshiba Europe ügyben hozott, fent hivatkozott ítélet 59. pontját).

21 Végül a Bírósághoz benyújtott iratokból kiderül, hogy a megrendelési szám központi elemét adó számok és betűk nemcsak a szóban forgó termék jellemzőire, hanem annak a vezérlőkészülékében történő használatára is utalnak. Az automata üzembe helyezése ugyanis e számoknak és betűknek a készülékbe történő betáplálásától függ.

22 A megkülönböztető jelzés változatlan átvételéből adódóan a reklámozónál és a fogyasztónál jelentkező előnnyel kapcsolatban a Bíróság egyrészt már kimondta, hogy az összehasonlító reklám célja az, hogy lehetővé tegye a fogyasztóknak, hogy a belső piacot a lehető legjobban használhassák, illetve használják ki, mivel a reklám rendkívül fontos szerepet játszik abban, hogy Közösség-szerte az áruk és szolgáltatások számára hatékony piacok nyíljanak meg (a C-44/01. sz., Pippig Augenoptik ügyben 2003. április 8-án hozott ítélet [EBHT 2003., I-3095. o.] 64. pontja).

23 Másrészt a 97/55 irányelv második preambulumbekezdéséből az következik, hogy az összehasonlító reklám célja az, hogy a fogyasztók javára serkentse az áruk és szolgáltatások nyújtói közötti versenyt.

24 Mindebből következik, hogy az összehasonlító reklám révén a fogyasztóknak nyújtott előnyt szükségszerűen figyelembe kell venni annak vizsgálata során, hogy a reklámozó tisztességtelenül használta-e ki a versenytársának védjegyéhez, kereskedelmi nevéhez vagy egyéb megkülönböztető jelzéséhez kapcsolódó hírnevét.

25 Ezzel szemben az az előny, amely az összehasonlító reklám révén a reklámozónál jelentkezik – és amelynek megléte minden esetben magából az effajta reklám jellegéből következik – az említett reklámozói magatartás jogszerűségének vizsgálatakor önmagában nem lehet meghatározó tényező.

26 Jelen esetben – ha a VIPA által forgalmazott és kiegészítő alkatrészként a Siemens automatákba szánt termékek megrendelési számainak központi elemét kicserélnék – az érintett felhasználók kénytelenek lennének egy összehasonlító lista alapján a Siemens által kínált megfelelő termékekhez tartozó megrendelési számokat kikeresni. Ez – amint azt a kérdést előterjesztő bíróság is megállapítja – mind a fogyasztók, mind a VIPA számára hátrányokat okozna. Nem lehetne tehát kizárni annak lehetőségét, hogy a Siemens által gyártott automaták kiegészítő alkatrészének piacán versenyt korlátozó hatások jelentkeznének.

27 A fenti megfontolásokat figyelembe véve a feltett kérdésekre azt a választ kell adni, hogy a 84/450/EGK irányelv 3a. cikke (1) bekezdésének g) pontját úgy kell értelmezni, hogy az alapügyben szereplőkhöz hasonló körülmények esetén valamely versenytárs szállító azzal, hogy katalógusaiban a szakmai körökben ismert gyártó megkülönböztető jelzésének központi elemét használja, nem használja ki tisztességtelen módon az említett megkülönböztető jelzéshez kapcsolódó hírnevet.

## A költségekről

28 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 (első tanács) a következőképpen határozott:

**Az 1997. október 6-i 97/55/EK európai parlamenti és tanácsi irányelvvel módosított, a megtévesztő és összehasonlító reklámról szóló, 1984. szeptember 10-i 84/450/EGK tanácsi irányelv 3a. cikke (1) bekezdésének g) pontját úgy kell értelmezni, hogy az alapügyben szereplőkhöz hasonló körülmények esetén valamely versenytárs szállító azzal, hogy katalógusaiban a szakmai körökben ismert gyártó megkülönböztető jelzésének központi elemét használja, nem használja ki tisztességtelen módon az említett megkülönböztető jelzéshez kapcsolódó hírnevet.**

Aláírások