



Rättsfallssamlingen

DOMSTOLENS DOM (fjärde avdelningen)

den 13 maj 2015*

”Begäran om förhandsavgörande — Upphovsrätt — Direktiv 2001/29/EG — Artikel 4.1 — Spridningsrätt — Begreppet ’spridning till allmänheten’ — Utbudande till försäljning och reklam som en näringsidkare i en medlemsstat gör på sin webbplats, i form av direktreklam och i tidningar i en annan medlemsstat — Efterbildningar av upphovsrättsligt skyddade möbler vilka bjuds ut till försäljning utan medgivande från den som har ensamrätt till spridning — Erbjudande eller reklam som inte leder till förvärv av originalet eller kopior av ett skyddat verk”

I mål C-516/13,

angående en begäran om förhandsavgörande enligt artikel 267 FEUF, framställd av Bundesgerichtshof (Tyskland) genom beslut av den 11 april 2013, som inkom till domstolen den 27 september 2013, i målet

Dimensione Direct Sales Srl,

Michele Labianca

mot

Knoll International SpA,

meddelar

DOMSTOLEN (fjärde avdelningen)

sammansatt av avdelningsordföranden L. Bay Larsen samt domarna K. Jürimäe (referent), J. Malenovský, M. Safjan och A. Prechal,

generaladvokat: P. Cruz Villalón,

justitiesekreterare: handläggaren K. Malacek,

efter det skriftliga förfarandet och förhandlingen den 11 september 2014,

med beaktande av de yttranden som avgetts av:

- Dimensione Direct Sales Srl, genom H.-C. Salger, Rechtsanwalt,
- Michele Labianca, genom S. Dittl, Rechtsanwalt,
- Knoll International SpA, genom M. Goldmann, Rechtsanwalt,

* Rättegångsspråk: tyska.

— Spaniens regering, genom L. Banciella Rodríguez-Miñón, i egenskap av ombud,
— Europeiska kommissionen, genom F.W. Bulst och J. Samnadda, båda i egenskap av ombud,
och efter att den 4 december 2014 ha hört generaladvokatens förslag till avgörande,
följande

Dom

- 1 Begäran om förhandsavgörande avser tolkningen av artikel 4.1 i Europaparlamentets och rådets direktiv 2001/29/EG av den 22 maj 2001 om harmonisering av vissa aspekter av upphovsrätt och närstående rättigheter i informationssamhället (EGT L 167, s. 10).
- 2 Begäran har framställts i ett mål mellan Dimensione Direct Sales Srl (nedan kallat Dimensione), ett bolag bildat enligt italiensk rätt, och Michele Labianca, å ena sidan, och Knoll International SpA (nedan kallat Knoll), ett bolag bildat enligt italiensk rätt, å andra sidan, rörande ett påstått åsidosättande av Knolls ensamrätt till spridning genom att Dimensione bjudit ut efterbildningar av möbler, vilka skyddas av upphovsrätten i Tyskland, till försäljning genom en reklamkampanj direkt riktad till denna medlemsstat.

Tillämpliga bestämmelser

Internationell rätt

- 3 Världsorganisationen för den intellektuella äganderätten (Wipo) antog Wipos fördrag om upphovsrätt (nedan kallat WCT) i Genève den 20 december 1996. Detta fördrag godkändes på Europeiska gemenskapens vägnar genom rådets beslut 2000/278/EG av den 16 mars 2000 (EGT L 89, s. 6).
- 4 I artikel 6.1 WCT, som har rubriken ”Spridningsrätten”, föreskrivs följande:

”Upphovsmän till litterära och konstnärliga verk äger uteslutande rätt att låta göra originalet och exemplar av verket tillgängligt för allmänheten genom försäljning eller annan överlåtelse.”

Unionsrätt

- 5 I skälen 9–11 och 28 i direktiv 2001/29 anges följande:
 - ”(9) Utgångspunkten för en harmonisering av upphovsrätt och närstående rättigheter måste vara en hög skyddsnivå, eftersom dessa rättigheter har en avgörande betydelse för det intellektuella skapandet. ...
 - (10) För att upphovsmännen och de utövande konstnärerna skall kunna fortsätta med sin skapande och konstnärliga verksamhet måste de få en skäligen ersättning för utnyttjandet av sina verk ...
 - (11) Ett effektivt och strikt system för skydd av upphovsrätten och närstående rättigheter är ett av de viktigaste sätten för att se till att det europeiska kulturskapandet och den europeiska kulturproduktionen får nödvändiga resurser och för att värna om skapande och utövande konstnärers självständighet och värdighet.

...

(28) I det upphovsrättsliga skyddet enligt detta direktiv ingår ensamrätt att bestämma över spridning av verk som ingår i en fysisk vara. Genom den första försäljningen inom [Europeiska unionen] av originalet eller kopior av ett verk, om den görs av rättsinnehavaren eller med dennes samtycke, konsumeras bestämmanderätten över vidareförsäljningen av föremålet inom [unionen]. ...”

6 I artikel 4 i nämnda direktiv, som har rubriken ”Spridningsrätt”, föreskrivs följande:

”1. Medlemsstaterna skall ge upphovsmän en ensamrätt att tillåta eller förbjuda all slags spridning till allmänheten, genom försäljning eller på annat sätt, av originalet av deras verk eller av kopior av detta.

2. Spridningsrätten för originalet eller kopior av verket skall inte konsumeras inom [unionen] förutom i de fall då den första försäljningen av exemplaret i fråga, eller då den första gången någon annan form av överföring av äganderätten till detta, görs inom [unionen] av rättsinnehavaren eller med dennes samtycke.”

Tysk rätt

7 I enlighet med 15 § 1 punkt 2 i lagen om upphovsrätt och närstående rättigheter (Gesetz über Urheberrecht und verwandte Schutzrechte – Urheberrechtsgesetz) (nedan kallad UrhG) av den 9 september 1965 (BGBl. I, s. 1273), har uphovsmannen en ensamrätt att förfoga över sina verk i fysisk form. Denna rätt omfattar bland annat spridningsrätten.

8 I 17 § 1 i denna lag, i dess ändrade lydelse, föreskrivs följande:

”Spridningsrätten är rätten att erbjuda originalet eller kopior av ett verk till allmänheten eller att släppa ut sådana exemplar på marknaden.

...”

Målet vid den nationella domstolen och tolkningsfrågorna

9 Knoll tillhör Knollkoncernen vars moderbolag, Knoll Inc., har säte i Pennsylvania (Förenta staterna). Koncernen tillverkar kvalitetsmöbler vilka säljs över hela världen. Knoll säljer bland annat fåtöljen ”Wassily” och bordet ”Laccio”, vilka skapats av Marcel Breuer, samt fåtöljen, taburetten, vilstolen och bordet ”Barcelona”, stolarna ”Brno” och ”Prag” samt fåtöljen ”Freischwinger”, vilka skapats av Ludwig Mies van der Rohe (nedan gemensamt kallade de skyddade verken). Knoll har med stöd av moderbolagets upphovsrätt exklusiv nyttjanderätt till dessa skyddade verk i Tyskland.

10 Dimensione är ett aktiebolag vars företagsledare är Michele Labianca. Dimensione bedriver direktförsäljning av designmöbler i Europa och erbjuder även möbler till försäljning via sin webbplats.

11 Under åren 2005 och 2006 gjorde Dimensione reklam för försäljning av möbler som liknade de skyddade verken via sin webbplats, vilken fanns tillgänglig på tyska, i olika tyska dags- och veckotidningar samt i en reklambroschyr. I reklamen angavs följande:

”Köp era möbler i Italien och betala först vid avhämtning eller vid leverans. Leverans sker genom en speditorsfirma med behörighet att ta emot betalning (denna tjänst tillhandahålls på begäran).”

12 Knoll ansåg att de möbler som Dimensione bjöd ut till försäljning utgjorde kopior eller förfälskningar av de skyddade verken och väckte därför talan mot bolaget och Michele Labianca vid Landgericht Hamburg (regional domstol i Hamburg). Knoll yrkade att svarandena skulle förbjudas att bjuda ut

dessa möbler till försäljning i Tyskland. Till stöd för talan gjorde Knoll gällande att nämnda möbler var skyddade av upphovsrätten i egenskap av alster av brukskonst. Genom att göra reklam för kopior av de skyddade verken i Tyskland har Dimensione, enligt Knoll, gjort intrång i Knolls och dess moderbolags rätt enligt 17 § 1 i lagen av den 9 september 1965 om upphovsrätt och närstående rättigheter, i dess ändrade lydelse.

- 13 Landgericht Hamburg biföll Knolls talan. Hanseatisches Oberlandesgericht Hamburg (regional högre domstol i Hamburg) fastställde underinstansens dom efter överklagande av Dimensione och Michele Labianca. De sistnämnda överklagade därefter till Bundesgerichtshof.
- 14 Enligt Bundesgerichtshof beror utgången av överklagandet på tolkningen av artikel 4.1 i direktiv 2001/29 och bland annat på frågan huruvida den spridningsrätt som föreskrivs i denna bestämmelse omfattar rätten att bjuda ut originalet eller en kopia av ett skyddat verk till försäljning till allmänheten. Om denna fråga ska besvaras jakande uppkommer ytterligare två frågor, nämligen, för det första, huruvida rätten att bjuda ut originalet eller kopior av ett verk till försäljning till allmänheten också omfattar ensamrätten att göra reklam för dessa föremål och, för det andra, huruvida det föreligger ett intrång i spridningsrätten när utbudandet till försäljning av ett sådant original eller sådana kopior inte leder till förvärv av originalet/kopiorna? Den hänskjutande domstolen anser att dessa frågor ska besvaras jakande.
- 15 Under dessa omständigheter beslutade Bundesgerichtshof att förklara målet vilande och att ställa följande tolkningsfrågor till domstolen:

”1) Omfattar spridningsrätten enligt artikel 4.1 i direktiv 2001/29 rätten att bjuda ut originalet eller kopior av verket till försäljning till allmänheten?

För det fallet att den första frågan ska besvaras jakande:

- 2) Omfattar rätten att bjuda ut originalet eller en kopia av ett verk till försäljning till allmänheten endast erbjudanden om ingående av avtal eller även marknadsföringsåtgärder?
- 3) Föreligger ett intrång i spridningsrätten när utbudandet till försäljning inte leder till förvärv av originalet eller en kopia av ett verk?”

Prövning av tolkningsfrågorna

Upptagande till sakprövning

- 16 Det ska inledningsvis noteras att Dimensione och Michele Labianca i allt väsentligt har gjort gällande att den första frågan är hypotetisk då den, genom användningen av ordet ”bjuda ut”, hänvisar till erbjudanden om ingående av avtal vilka till sin natur är bindande för säljaren, medan omständigheterna i målet endast avser marknadsföringsåtgärder vilka, enligt tysk rätt, inte är bindande för säljaren utan endast utgör en inbjudan till potentiella köpare att inkomma med ett anbud till säljaren.
- 17 Det ska erinras om att den nationella domstolens frågor om tolkningen av unionsrätten, som ställs mot bakgrund av den beskrivning av omständigheterna i målet och tillämplig lagstiftning som den nationella domstolen har lämnat på eget ansvar, enligt domstolens fasta praxis presumeras vara relevanta (se, bland annat, dom X, C-651/11, EU:C:2013:346, punkt 20 och där angiven rättspraxis). En begäran från en nationell domstol kan bara avvisas då det är uppenbart att den begärda tolkningen av unionsrätten inte har något samband med de verkliga omständigheterna eller saken i det nationella målet eller då frågorna är hypotetiska eller EU-domstolen inte har tillgång till sådana uppgifter om de

faktiska eller rättsliga omständigheterna som är nödvändiga för att kunna ge ett användbart svar på de frågor som ställts till den (dom Chartered Institute of Patent Attorneys, C-307/10, EU:C:2012:361, punkt 32 och där angiven rättspraxis).

- 18 Detta är emellertid inte fallet här. Det nationella målet rör nämligen Dimensiones affärsmetod vilken består både i utbudande till försäljning och i marknadsföringsåtgärder vilka inte ger upphov till förvärv av de skyddade verken.
- 19 Den första frågan kan följaktligen prövas i sak.

Prövning i sak

- 20 Den hänskjutande domstolen har ställt sina frågor, som ska prövas tillsammans, för att få klarhet i huruvida artikel 4.1 i direktiv 2001/29 ska tolkas så, att en person som har ensamrätt till spridningen av ett skyddat verk kan invända mot utbudande till försäljning eller reklam som avser originalet eller en kopia av detta verk, även när det inte har visats att utbudandet till försäljning eller reklamen har lett till att en köpare i unionen har förvärvat det skyddade föremålet.
- 21 I enlighet med denna bestämmelse ska upphovsmännen ges en ensamrätt att tillåta eller förbjuda all slags spridning till allmänheten, genom försäljning eller på annat sätt, av originalet av deras verk eller av kopior av detta.
- 22 Det ska erinras om att begreppet spridning, i den mening som avses i nämnda bestämmelse, ska ges en självständig tolkning inom unionsrätten som är oberoende av vilken lag som är tillämplig på de transaktioner genom vilka spridningen sker (se, för ett liknande resonemang, dom Donner, C-5/11, EU:C:2012:370, punkt 25).
- 23 Det följer även av domstolens rättspraxis att, eftersom direktiv 2001/29 syftar till att genomföra unionens skyldigheter enligt bland annat WCT, och då unionsrättsakter enligt fast rättspraxis så långt möjligt ska tolkas mot bakgrund av folkrätten, i synnerhet när dessa rättsakter just syftar till att genomföra ett internationellt avtal som unionen har ingått, ska begreppet spridning i artikel 4.1 i detta direktiv tolkas i överensstämmelse med artikel 6.1 WCT (dom Donner, C-5/11, EU:C:2012:370, punkt 23).
- 24 Begreppet "spridning till allmänheten ... genom försäljning" i artikel 4.1 i nämnda direktiv ska därför anses ha samma innebörd som orden "göra ... tillgängligt för allmänheten genom försäljning" i artikel 6.1 WCT (se, för ett liknande resonemang, dom Donner, C-5/11, EU:C:2012:370, punkt 24).
- 25 Med beaktande härav har domstolen fastställt just att spridningen till allmänheten kännetecknas av en rad händelser som åtminstone börjar med att ett köpeavtal sluts och utmynnar i fullgörande av detta avtal genom leverans till en person ur allmänheten. En näringsidkare är således ansvarig för alla transaktioner som näringsidkaren själv genomför eller som genomförs för hans eller hennes räkning och som leder till en "spridning till allmänheten" i en medlemsstat där de spridda varorna är upphovsrättsligt skyddade (dom Donner, C-5/11, EU:C:2012:370, punkterna 26 och 27, och dom Blomqvist, C-98/13, EU:C:2014:55, punkt 28).
- 26 Av denna rättspraxis, och särskilt av ordet "åtminstone" som användes av domstolen, följer att det inte är uteslutet att åtgärder eller handlingar som föregår slutandet av köpeavtalet även kan omfattas av begreppet spridning och omfattas av upphovsrättsinnehavarnas ensamrätt.

- 27 Domstolen har redan slagit fast att spridning till allmänheten ska anses föreligga om det har ingåtts ett avtal om köp och leverans (dom Blomqvist, C-98/13, EU:C:2014:55, punkt 29). Samma sak gäller när ett erbjudande om att ingå ett köpeavtal vilket är bindande för upphovsmannen föreligger. Ett sådant erbjudande utgör nämligen till sin natur en handling som föregår genomförandet av en försäljning.
- 28 Vad avser en inbjudan att inkomma med ett anbud eller icke-bindande reklam som avser ett skyddat föremål, ingår också dessa i den kedja av åtgärder som vidtas för att få till stånd en försäljning av detta föremål. Domstolen har nämligen i punkt 30 i domen Donner (C-5/11, EU:C:2012:370) anfört att en näringsidkare – som riktar sin reklam till personer ur allmänheten boende i en viss medlemsstat och som skapar eller ställer ett specifikt leverans- och betalningssystem till deras förfogande, och som på detta sätt gör det möjligt för de nämnda personerna ur allmänheten att få leverans av kopior av verk som är upphovsrättsligt skyddade i samma medlemsstat – genomför ”spridning till allmänheten” i den mening som avses i artikel 4.1 i direktiv 2001/29 i den medlemsstat där leverans äger rum.
- 29 Domstolen har även fastställt att intrång i upphovsrätten kan föreligga när det har visats att varor från tredjeland, vilka utgör kopior av en produkt som är upphovsrättsligt skyddad i unionen, är avsedda att säljas inom unionen. Bevis härför föreligger bland annat när det visar sig att nämnda varor har sålts till en kund inom unionen, har utgjort föremål för ett utbudande till försäljning eller reklam vilken riktats till konsumenter inom unionen (se, för ett liknande resonemang, dom Blomqvist, C-98/13, EU:C:2014:55, punkt 32).
- 30 Samma tolkning ska tillämpas analogt när fråga är om en kommersiell handling, såsom ett utbudande till försäljning eller reklam som en näringsidkare i en medlemsstat, via sin webbplats, riktar till konsumenter i en annan medlemsstat i vilken de berörda föremålen är upphovsrättsligt skyddade.
- 31 Intrång i ensamrätten till spridning, som föreskrivs i artikel 4.1 i direktiv 2001/29, kan nämligen föreligga när en näringsidkare, som inte är innehavare av upphovsrätten, bjuder ut skyddade verk eller kopior av sådana verk till försäljning och riktar reklam, via sin webbplats, i form av direktreklam och i tidningar, till konsumenter i den medlemsstat i vilken dessa verk skyddas för att locka dessa till förvärv av verken.
- 32 Av denna slutsats följer att det för fastställandet av att ett intrång i spridningsrätten föreligger saknar betydelse att denna reklam inte har lett till att äganderätten till det skyddade verket eller kopian av detsamma har överförts till köparen.
- 33 Domstolen har i och för sig i domen Peek & Cloppenburg (C-456/06, EU:C:2008:232, punkterna 33, 36 och 41), vilken rörde möjligheten att använda exemplar av ett skyddat verk, fastställt att begreppet spridning av originalet eller kopior av ett verk till allmänheten, i den mening som avses i artikel 4.1 i direktiv 2001/29, alltid förutsätter en överlåtelse av nämnda föremål. Icke desto mindre kan ett intrång i spridningsrätten anses föreligga så snart som konsumenter i en medlemsstat i vilken detta verk skyddas, genom reklam riktad till dem, erbjuds att förvärva äganderätten till originalet eller en kopia av detsamma.
- 34 Denna tolkning är förenlig med nämnda direktivs syften, såsom de följer av skälen 9–11, i vilka det anges att utgångspunkten för en harmonisering av upphovsrätten måste vara en hög skyddsnivå, att upphovsmännen måste få en skälig ersättning för utnyttjandet av deras verk och att systemet för skydd av upphovsrätten måste vara effektivt och strikt (se dom Peek & Cloppenburg, C-456/06, EU:C:2008:232, punkt 37).
- 35 Med beaktande av övervägandena ovan ska de ställda frågorna besvaras enligt följande. Artikel 4.1 i direktiv 2001/29 ska tolkas så, att en person som har ensamrätt till spridningen av ett skyddat verk kan invända mot utbudande till försäljning eller reklam som avser originalet eller en kopia av detta

verk även när det inte har visats att reklamen har lett till att en köpare i unionen har förvärvat det skyddade föremålet, i den mån som nämnda reklam lockar konsumenter i den medlemsstat i vilken verket är upphovsrättsligt skyddat att förvärva detsamma.

Rättegångskostnader

- 36 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 (fjärde avdelningen) följande:

Artikel 4.1 i Europaparlamentets och rådets direktiv 2001/29/EG av den 22 maj 2001 om harmonisering av vissa aspekter av upphovsrätt och närstående rättigheter i informationssamhället ska tolkas så, att en person som har ensamrätt till spridningen av ett skyddat verk kan invända mot utbudande till försäljning eller reklam som avser originalet eller en kopia av detta verk även när det inte har visats att reklamen har lett till att en köpare i unionen har förvärvat det skyddade föremålet, i den mån som nämnda reklam lockar konsumenter i den medlemsstat i vilken verket är upphovsrättsligt skyddat att förvärva detsamma.

Underskrifter