

TRIBUNAL DE JUSTICIA DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS
SOUDNÍ DVŮR EVROPSKÝCH SPOLEČENSTVÍ
DE EUROPÆISKE FÆLLESSKABERS DOMSTOL
GERICHTSHOF DER EUROPÄISCHEN GEMEINSCHAFTEN
EUROOPA ÜHENDUSTE KOHUS
ΔΙΚΑΣΤΗΡΙΟ ΤΩΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΩΝ ΚΟΙΝΟΤΗΤΩΝ
COURT OF JUSTICE OF THE EUROPEAN COMMUNITIES
COUR DE JUSTICE DES COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES
CÚIRT BHREITHIÚNAIS NA gCÓMHPHOBAL EORPACH
CORTE DI GIUSTIZIA DELLE COMUNITÀ EUROPEE
EIROPAS KOPIENU TIESA



EUROPOS BENDRIJŲ TEISINGUMO TEISMAS
EURÓPAI KÖZÖSSÉGEK BÍRÓSÁGA
IL-QORTI TAL-ĠUSTIZZJA TAL-KOMUNITAJIET EWROPEJ
HOF VAN JUSTITIE VAN DE EUROPESE GEMEENSCHAPPEN
TRYBUNAŁ SPRAWIEDLIWOŚCI WSPÓLNOT EUROPEJSKICH
TRIBUNAL DE JUSTIÇA DAS COMUNIDADES EUROPEIAS
SÚDNY DVOR EURÓPSKYCH SPOLOČENSTEV
SODIŠČE EVROPSKIH SKUPNOSTI
EUROOPAN YHTEISÖJEN TUOMIOISTUIN
EUROPEISKA GEMENSKAPERNAS DOMSTOL

Presse und Information

PRESSEMITTEILUNG N° 56/04

13. Juli 2004

Urteil des Gerichtshofes in den Rechtssachen C-262/02 und C-429/02

Kommission der Europäischen Gemeinschaften/Französische Republik sowie Bacardi France SAS/Télévision Française 1 SA (TF1), Groupe Jean-Claude Darmon SA und Giro Sport Sarl

DAS IN FRANKREICH GELTENDE VERBOT DER INDIREKTEN FERNSEHWERBUNG FÜR ALKOHOLISCHE GETRÄNKE IST MIT DEM GEMEINSCHAFTSRECHT VEREINBAR

Dieses Verbot stellt zwar eine Beschränkung des freien Dienstleistungsverkehrs dar, ist jedoch durch das Ziel des Gesundheitsschutzes gerechtfertigt

Das französische Gesetz über die Bekämpfung des Missbrauchs von Tabak und Alkohol („Loi Evin“) verbietet in Frankreich direkte oder indirekte Fernsehwerbung für alkoholische Getränke. Eine Zuwiderhandlung gegen diese Vorschriften wird im französischen Strafrecht als „délit“ (Vergehen) behandelt. Die Modalitäten der Anwendung dieses Verbotes auf Übertragungen von in anderen Mitgliedstaaten stattfindenden Sportveranstaltungen in Frankreich sind in einem von den französischen Behörden und Fernsehanstalten erstellten Verhaltenskodex festgelegt. Dieser Verhaltenskodex unterscheidet zwischen multinationalen Sportereignissen, bei denen die Fernsehbilder in viele Länder übertragen werden und die daher nicht als hauptsächlich das französische Fernsehpublikum betreffend angesehen werden können, und binationalen Sportereignissen, deren Übertragung sich speziell an das französische Publikum richtet. Nach dem Verhaltenskodex müssen die französischen Fernsehsender bei binationalen Sportveranstaltungen alle verfügbaren Mittel einsetzen, um zu verhindern, dass im Fernsehen Werbung für alkoholische Getränke gezeigt wird.

Der Gerichtshof ist mit zwei die französische Regelung betreffenden Rechtssachen befasst worden.

Im Vertragsverletzungsverfahren (C-262/02) hat die Europäische Kommission beantragt, festzustellen, dass die französische Regelung wegen der durch die Loi Evin eingeführten Hemmnisse für Fernsehübertragungen ausländischer Sportereignisse in Frankreich mit dem vom EG-Vertrag garantierten freien Dienstleistungsverkehr unvereinbar ist.

Das Vorabentscheidungsverfahren (C-429/02) geht darauf zurück, dass der französische Fernsehveranstalter TF1 die Firmen Groupe Jean-Claude Darmon und Giro Sport, die für seine Rechnung die Rechte zur Übertragung von Fußballspielen aushandelten, beauftragt hatte, dafür zu sorgen, dass auf dem Bildschirm keine Marken alkoholischer Getränke zu sehen seien. Daraufhin lehnten einige ausländische Fußballvereine die Vermietung von um das Spielfeld angeordneten Werbetafeln an die Firma Bacardi France ab, die zahlreiche alkoholische Getränke herstellt und vertreibt. Bacardi France verklagte daher TF1, Darmon und Giro Sport vor den französischen Gerichten mit dem Antrag, es zu unterlassen, auf ausländische Fußballvereine Druck dahin auszuüben, dass sie die Vermietung von um das Spielfeld angeordneten Werbetafeln verhindern. In diesem Zusammenhang hat die französische Cour de Cassation gefragt, ob die französische Regelung gegen Gemeinschaftsrecht, insbesondere den im EG-Vertrag verankerten Grundsatz des freien Dienstleistungsverkehrs und die Gemeinschaftsrichtlinie „Fernsehen ohne Grenzen“¹, verstößt.

Der Gerichtshof stellt zunächst fest, dass indirekte Fernsehwerbung für alkoholische Getränke in der Form, dass während der Übertragung von Sportveranstaltungen Werbetafeln zu sehen sind, keine individualisierbare, im Fernsehen gesendete Äußerung zur Förderung des Absatzes von Waren oder der Erbringung von Dienstleistungen im Sinne der Richtlinie „Fernsehen ohne Grenzen“ ist. Es ist nämlich ausgeschlossen, diese Werbung nur in den Pausen zwischen den verschiedenen Teilen der Fernsehsendung zu zeigen. Daher ist die Richtlinie „Fernsehen ohne Grenzen“ nicht anwendbar.

Sodann stellt er fest, dass die französische Fernsehwerbungsregelung tatsächlich eine Beschränkung des freien Dienstleistungsverkehrs im Sinne des EG-Vertrags darstellt.

Zum einen müssen nämlich die Eigentümer von Werbetafeln jede Werbung für alkoholische Getränke dann vorsorglich ablehnen, wenn die Möglichkeit besteht, dass die Sportveranstaltung in Frankreich übertragen wird. Zum anderen unterbindet die Regelung die Erbringung von Dienstleistungen, die in der Ausstrahlung von Fernsehprogrammen bestehen. Denn die französischen Sender müssen jede Übertragung von Sportereignissen ablehnen, bei der Werbetafeln mit Werbung für in Frankreich vertriebene alkoholische Getränke zu sehen wären. Außerdem können Veranstalter von außerhalb Frankreichs stattfindenden Sportereignissen die Übertragungsrechte nicht an französische Sender verkaufen, wenn bei der Ausstrahlung der diesen Sportereignissen gewidmeten Fernsehprogramme indirekte Fernsehwerbung für diese alkoholischen Getränke mit ausgestrahlt werden könnte.

Im Übrigen gibt es zwar technische Verfahren zum Maskieren von Fernsehbildern, mit denen Tafeln mit Werbung für alkoholische Getränke gezielt unkenntlich gemacht werden können, doch würden den französischen Sendern durch ihre Verwendung hohe zusätzliche Kosten entstehen.

Der Gerichtshof prüft schließlich, ob das französische Verbot möglicherweise gerechtfertigt ist.

Er stellt fest, dass die französische Fernsehwerbung den Gesundheitsschutz bezweckt und auch geeignet ist, die Verwirklichung dieses Zieles zu gewährleisten. Sie geht auch nicht über

¹ Richtlinie 89/552/EWG des Rates vom 3. Oktober 1989 zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernsehertätigkeit (ABl. L 298, S. 13).

das hinaus, was zur Erreichung dieses Zieles erforderlich ist. Die Regelung begrenzt nämlich die Fälle, in denen Werbetafeln für alkoholische Getränke im Fernsehen gezeigt werden können, und ist daher geeignet, die Verbreitung entsprechender Werbebotschaften zu beschränken, wodurch die Zahl der Gelegenheiten, die den Fernsehzuschauern Anlass zum Konsumieren alkoholischer Getränke geben können, verringert wird.

Der Gerichtshof gelangt daher zur Schlussfolgerung, dass der im EG-Vertrag verankerte Grundsatz des freien Dienstleistungsverkehrs einem Verbot wie dem in der französischen Regelung über indirekte Fernsehwerbung für alkoholische Getränke vorgesehenen nicht entgegensteht.

Zur Verwendung durch die Medien bestimmtes nicht amtliches Dokument, das den Gerichtshof nicht bindet.

Dieses Dokument ist in folgenden Sprachen verfügbar: Deutsch, Englisch, Französisch, Griechisch, Italienisch und Spanisch.

Den vollständigen Wortlaut des Urteils finden Sie heute ab ca. 12.00 MEZ auf unserer Homepage unter <http://curia.eu.int/jurisp/cgi-bin/form.pl?lang=de>

*Mit Fragen wenden Sie sich bitte an Dr. Hartmut Ost
Tel. (00352) 4303-3255 Fax (00352) 4303-2734*