

Der Fall Kommission ./ . Frankreich

**EuGH, Rs. 152/78 (Kommission ./ . Frankreich),
Urteil des Gerichtshofes vom 10. Juli 1980**

Zuletzt abgedruckt in: Pechstein, Entscheidungen des EuGH,
Kommentierte Studienauswahl, 9. Auflage 2016, S. 467 (Fall-Nr.
159)

1. Vorbemerkungen

Die in Art. 36 Satz 1 AEUV aufgezählten Rechtfertigungsgründe dürfen weder ein Mittel zur willkürlichen Diskriminierung noch eine verschleierte Beschränkung des Handels zwischen den Mitgliedstaaten sein.

2. Sachverhalt

Ein französisches Gesetz teilt Getränke in fünf Gruppen ein. Nur die erste Gruppe umfasst die nichtalkoholischen Getränke. Im Kapitel II des Gesetzes werden die Werbung und der Verkauf der Getränke geregelt. Jedwede Werbung für alkoholische Getränke aus der Gruppe V wird verboten, für die anderen Gruppen eingeschränkt. Die Kommission erhob Aufsichtsklage.

3. Aus den Entscheidungsgründen

17 Dagegen ist die von der französischen Regierung hergestellte Verbindung zwischen der Regelung der Werbung für alkoholische Getränke und dem Kampf gegen den Alkoholismus anzuerkennen. Es läßt sich nämlich nicht bestreiten, daß die Werbung einen Konsumanreiz darstellt und daß die umstrittene Regelung daher in gewissem Umfang dem in Artikel 36 EWG-Vertrag als Rechtfertigungsgrund anerkannten Gesundheitsschutz dient. Im selben Artikel wird jedoch ausdrücklich klargestellt, daß Verbote oder Beschränkungen dieser Art „weder ein Mittel zur willkürlichen Diskriminierung noch eine verschleierte Beschränkung des Handels zwischen den Mitgliedstaaten darstellen“ dürfen.

18 Unbestreitbar sind mehrere alkoholische Getränke, für die nach den französischen Rechtsvorschriften frei geworben werden darf, bei übermäßigem Genuß ebenso gesundheitsschädlich wie gleichartige eingeführte Erzeugnisse, die als solche Werbeverbote oder -beschränkungen unterliegen. Die beanstandeten Rechtsvorschriften verfolgen zwar auch Zwecke des Gesundheitsschutzes, sie haben aber doch zur Folge, daß sich die

Bemühungen zur Eindämmung des Alkoholmißbrauchs vor allem zu Lasten der eingeführten Erzeugnisse auswirken. Obwohl die beanstandeten Rechtsvorschriften daher dem Grundsatz nach durch Gesichtspunkte des Gesundheitsschutzes gerechtfertigt sind, bewirken sie nichtsdestoweniger insoweit eine willkürliche Diskriminierung im Handel zwischen den Mitgliedstaaten, als sie die Werbung zugunsten bestimmter inländischer Erzeugnisse zulassen, während die Werbung für Erzeugnisse mit vergleichbaren Eigenschaften, jedoch mit Ursprung in anderen Mitgliedstaaten, beschränkt oder völlig untersagt wird. Rechtsvorschriften, die die Werbung für alkoholische Getränke beschränken, stehen mit den Anforderungen von Artikel 36 nur dann in Einklang, wenn sie in gleicher Weise für alle betroffenen Getränke unabhängig von ihrem Ursprung gelten.