

Der Fall Oosthoek's Uitgeversmaatschappij

EuGH, Rs. 286/81 (Oosthoek's Uitgeversmaatschappij), Urteil des Gerichtshofs vom 15. Dezember 1982

Zuletzt abgedruckt in: Pechstein, Entscheidungen des EuGH, Kommentierte Studienauswahl, 8. Auflage 2014, S. 447 (Fall-Nr. 151)

1. Vorbemerkungen

In der Entscheidung Oosthoek hat der EuGH erstmals ausdrücklich die Anwendbarkeit des Art. 28 EG (jetzt Art. 34 AEUV) in Bezug auf Werberegulungen festgestellt. Allen Fällen, die der Gerichtshof im Sinne der unten angeführten sog. Oosthoek-Formel entschieden hat, lag eine ähnliche Sachverhaltskonstellation zugrunde: ein Unternehmen, das seine Produkte für Märkte in zwei oder mehr Mitgliedstaaten hergestellt hatte, versuchte diese mit einer einheitlichen Marketingstrategie zu vertreiben. Die Vermarktung nach einem einheitlichen Konzept scheiterte jedoch im Ergebnis stets an den von Mitgliedstaat zu Mitgliedstaat unterschiedlichen, innerhalb des jeweiligen Bestimmungslandes jedoch einheitlich für inländische und ausländische Produkte geltenden Vorschriften des Lauterkeitsrechts. Der sich daraus ergebende Zwang zur Abänderung des Werbekonzeptes oder zum Einsatz nicht geplanter, alternativer Werbemaßnahmen (sog. Diversifikationszwang) führte zur Beschränkung des freien Warenverkehrs. Damit hat der EuGH erstmals auch die Marktzutrittsfunktion und die Marktdurchdringungsfunktion der Werbung erkannt. Folglich können Werbebeschränkungen mittelbar zur Beschränkung der Absatzmöglichkeiten führen. Diese Erkenntnis muss auch dann gelten, wenn nicht eine Ware, sondern andere Leistungen auf dem Markt eines Mitgliedstaates neu eingeführt werden. Eine Anwendung der Oosthoek-Formel im Rahmen anderer Grundfreiheiten ist somit denkbar, zumal der EuGH das Oosthoek-Kriterium des Diversifikationszwangs als maßgebend für die Bejahung einer Beschränkung der Niederlassungsfreiheit erachtet hat (EuGH, verb. Rs. C-397/01 – C-403/01, Pfeiffer u.a.; dort im Zusammenhang mit einer grenzüberschreitend verwendeten Geschäftsbezeichnung). Seit der Keck-Entscheidung ist die Fortgeltung der Oosthoek-Rechtsprechung in der Literatur umstritten. Der EuGH hat jedoch in einer neueren Entscheidung (EuGH, Rs. C-239/02, Douwe Egberts, Slg. 2004, S. I-7007, Rn. 52) auf die Kriterien der Oosthoek-Rechtsprechung Bezug genommen.

2. Sachverhalt

Die niederländische Firma Oosthoek vertrieb Enzyklopädien in niederländischer Sprache in den Niederlanden sowie in den belgischen und französischen Gebieten, in denen Niederländisch gesprochen wird. Die Werke wurden teils in den Niederlanden, teils in Belgien hergestellt. Die Firma Oosthoek bot allen ihren Abnehmern entweder ein Wörterbuch, einen

Weltatlas oder ein kleines Nachschlagewerk als Zugabe an. Dies verstieß gegen das 1977 in den Niederlanden eingeführte Gesetz über die Beschränkung des Zugabewesens. Der Gerichtshof Amsterdam legte dem EuGH die Frage vor, ob das im Vergleich zu Belgien weitergehende niederländische Zugabeverbot im vorliegenden Fall einen Verstoß gegen das Gemeinschaftsrecht darstelle. Der EuGH hat das Verbot als unvereinbar mit den Grundsätzen der Warenverkehrsfreiheit angesehen.

3. Aus den Entscheidungsgründen

[15] Eine Regelung, die bestimmte Formen der Werbung und bestimmte Methoden der Absatzförderung beschränkt oder verbietet, kann – obwohl sie die Einfuhren nicht unmittelbar regelt – geeignet sein, das Einfuhrvolumen zu beschränken, weil sie die Absatzmöglichkeiten für die eingeführten Erzeugnisse beeinträchtigt. Es ist nicht auszuschließen, daß der für den betroffenen Unternehmer bestehende Zwang, sich entweder für die einzelnen Mitgliedstaaten unterschiedliche Systeme der Werbung und der Absatzförderung zu bedienen oder ein System, das er für besonders wirkungsvoll hält, aufzugeben, selbst dann ein Einfuhrhindernis darstellen kann, wenn eine solche Regelung unterschiedslos für inländische und eingeführte Erzeugnisse gilt.