

Der Fall Hünermund

EuGH, Rs. C-292/92 (Hünermund u.a.), Urteil des Gerichtshofs vom 15. Dezember 1993

Zuletzt abgedruckt in: Pechstein, Entscheidungen des EuGH, Kommentierte Studienauswahl, 8. Auflage 2014, S. 460 (Fall-Nr. 156)

1. Vorbemerkungen

Der erste nach dem Keck-Urteil entschiedene Fall, der Vertriebsmethoden zum Gegenstand hatte, war die Entscheidung *Hünermund*. Der EuGH hat hier das Verbot, für apothekenübliche Waren außerhalb von Apotheken zu werben, als eine Verkaufsmodalität im Sinne der Keck-Formel angesehen.

2. Sachverhalt

Die Entscheidung betrifft eine Vorschrift der Berufsordnung der baden-württembergischen Landesapothekerkammer, die faktisch fast jede Art von Werbung außerhalb der Apotheke für apothekenübliche Waren verbot. Der Gerichtshof entschied im Rahmen eines Vorabentscheidungsverfahrens.

3. Aus den Entscheidungsgründen

[19] Sodann ist festzustellen, daß eine von einer Apothekerkammer erlassene Landesregel, die den Apothekern die Werbung außerhalb der Apotheke für apothekenübliche Waren verbietet, keine Regelung des Warenverkehrs zwischen den Mitgliedstaaten bezweckt. Außerdem ist darauf hinzuweisen, daß dieses Verbot die Möglichkeit für andere Wirtschaftsteilnehmer als Apotheker, für diese Waren zu werben, nicht berührt.

[20] Zwar kann eine solche Regelung das Absatzvolumen und damit das Volumen des Absatzes von apothekenüblichen Waren aus anderen Mitgliedstaaten insoweit beschränken, als sie den betroffenen Apothekern eine Methode der Förderung des Absatzes dieser Waren nimmt. Es ist jedoch fraglich, ob diese Möglichkeit ausreicht, um die in Rede stehende Regelung als eine Maßnahme gleicher Wirkung wie eine mengenmäßige Einfuhrbeschränkung im Sinne von Artikel 30 EWG-Vertrag anzusehen.

[21] Insoweit ist darauf hinzuweisen, daß die Anwendung nationaler Bestimmungen, die bestimmte Verkaufsmodalitäten beschränken oder verbieten, auf Erzeugnisse aus anderen Mitgliedstaaten nicht geeignet ist, den Handel zwischen den Mitgliedstaaten im Sinne des Urteils *Dassonville* (Urteil

vom 11. Juli 1974 in der Rechtssache 8/74, Slg. 1974, 837 ff.) unmittelbar oder mittelbar, tatsächlich oder potentiell zu behindern, sofern diese Bestimmungen für alle betroffenen Wirtschaftsteilnehmer gelten, die ihre Tätigkeit im Inland ausüben, und sofern sie den Absatz der inländischen Erzeugnisse und der Erzeugnisse aus anderen Mitgliedstaaten rechtlich wie tatsächlich in der gleichen Weise berühren. Sind diese Voraussetzungen erfüllt, so ist die Anwendung derartiger Regelungen auf den Verkauf von Erzeugnissen aus einem anderen Mitgliedstaat, die den von diesem Staat aufgestellten Bestimmungen entsprechen, nicht geeignet, den Marktzugang für diese Erzeugnisse zu versperren oder stärker zu behindern, als sie dies für inländische Erzeugnisse tut. Diese Regelungen fallen daher nicht in den Anwendungsbereich von Artikel 30 EWG-Vertrag. (...)

[22] Handelt es sich um eine Regelung wie die, um die es im Ausgangsverfahren geht, so ist festzustellen, dass diese Voraussetzung bei der Anwendung einer von einer Apothekerkammer eines Mitgliedstaats erlassenen Landesregel erfüllt sind, die den Apothekern im Zuständigkeitsbereich der Kammer die Werbung außerhalb der Apotheke für apothekenübliche Waren, die sie zum Verkauf anbieten dürfen, verbietet.

[23] Diese Regelung, die, ohne nach der Herkunft der betreffenden Waren zu unterscheiden, für alle Apotheker im Zuständigkeitsbereich der Apothekerkammer gilt, berührt nämlich den Absatz der Waren aus anderen Mitgliedstaaten nicht in anderer Weise als den der inländischen Waren.