

Europäischer Gerichtshof für Menschenrechte

5.3.2009

Kommuniqué des Gerichtsschreibers

Urteile der Kammer

HACHETTE FILIPACCHI PRESSE AUTOMOBILE und DUPUY c. France  
SOCIETE DE CONCEPTION DE PRESSE ET D'EDITION et PONSON c. France

Der Europäische Gerichtshof für Menschenrechte hat heute schriftlich sein Kammerurteil in der Sache Hachette Filipacchi Presse Automobile und Dupuy c. France (Antrag Nr. 13353/05) und Société de Conception de Presse et d'Édition und Ponson c. France (Nr. 26935/05) mitgeteilt.

In beiden Fällen fällt der Gerichtshof einstimmig das Urteil, dass keine Verletzung des Artikels 10 (Freiheit des Ausdrucks) und keine Verletzung des Artikels 14 (Diskriminierungsverbot), verbunden mit dem Artikel 10 der europäischen Konvention der Menschenrechte, durch die Verurteilung der Antragsteller wegen Werbung zugunsten von Tabakprodukten vorliegt.

(Die Urteile existieren nur auf französisch.)

#### 1. Haupttatsachen

Die Antragsteller sind zwei Gesellschaften französischen Rechts, Hachette Filipacchi Presse Automobile und Société de Conception de Presse et d'Édition mit Firmensitz in Levallois-Peret (Frankreich), und zwei französische Staatsbürger, Paul Dupuy und Gérard Ponson, geboren 1938 bzw. 1964 und wohnhaft in Paris. Die Gesellschaft Hachette Filipacchi Presse Automobile, seit 2005 Hachette Filipacchi Associés, ist Herausgeberin der Monatszeitschrift Action Auto Moto, deren Publikationsdirektor und Geschäftsführer Paul Dupuy zum Zeitpunkt der Fakten war. Die Gesellschaft Conception de Presse et d'Édition war Herausgeberin der Zeitschrift Entrevue, deren Publikationsdirektor Gérard Ponson war.

Die Sache betrifft insbesondere die Verurteilung der Antragsteller wegen Tabakwerbung im Jahre 2002 durch die Veröffentlichung von Fotografien des Formel 1-Piloten Michael Schumacher mit dem Logo einer Zigarettenmarke (M.). Die französische Rechtsprechung war insbesondere der Meinung, dass die Namen der Tabakmarken in verfänglicher Weise in einem sportlichen Umfeld auftauchten, das auf das große Publikum und insbesondere Jugendliche eine starke Anziehungskraft ausübt.

In der Angelegenheit Hachette Filipacchi Presse Automobile und Dupuy wurden die Antragsteller zu einem Bußgeld von 30 000 Euros (EUR) verurteilt sowie zur Zahlung von 10 000 EUR, einzuzahlen zugunsten des Comité national contre le tabagisme (C.N.C.T.) als Schadenersatz für indirekte Werbung für Tabakprodukte durch die Veröffentlichung, in Action Auto Moto, einer Fotografie von Michael Schumacher, der seinen Sieg auf der Tribüne des Großen Preises von Australien feiert. Der Name der Tabakmarke M., Sponsor seines Rennstalles, erschien auf dem Ärmel seiner Rennkombi. Auf dem rechten Ärmel des Overalls eines anderen Piloten erschien die Marke der Zigaretten W. Im Jahr 2004 wurde das Urteil nach Appell beim Kassationsgericht bestätigt, das Kassationsgericht verwarf einen von den interessierten Parteien vorgebrachten Rechtseinwand.

In der Angelegenheit Société de Conception de Presse et d'Édition et Ponson wurden die Antragsteller zu 20 000 EUR Bußgeld und der Zahlung von 10 000 EUR an das C.N.C.T. verurteilt, als Schadenersatz für unlautere Werbung für Tabakprodukte auf Grund der Veröffentlichung, in Entrevue, von Fotografien von Michael Schumacher mit dem Logo der Marke M. und einer satirischen Fotomontage,

die Zigarettenschachtel der Marke darstellte. Das Urteil wurde 2004 nach Appell beim Kassationsgericht bestätigt, das Kassationsgericht verwarf 2005 einen von den interessierten Parteien vorgebrachten Rechtseinwand.

## 2. Verfahren und Zusammensetzung des Gerichtshofes

Der Antrag Hachette Filipacchi Presse Automobile et Dupuy wurde am 1. April 2005 dem Europäischen Gerichtshof für Menschenrechte eingereicht, und der Antrag Société de Conception de Presse et d'Édition et Ponson wurde am 8. Juli 2005 beim Gerichtshof eingereicht.

Die Urteile wurden gefällt von einer Kammer von sieben Richtern, zusammengesetzt aus:

Peer Lorenzen (Dänemark), Präsident,  
 Rait Maruste (Estland),  
 Jean-Paul Costa (Frankreich),  
 Karel Jungwiert (Tschechische Republik),  
 Renate Jaeger (Deutschland),  
 Isabelle Berro-Lefèvre (Monaco),  
 Mirjana Lazarova Trajkovska (Ehemalige jugoslawische Republik Mazedonien), als Richter,

sowie Claudia Westerdiek, Abschnitts-Gerichtsschreiberin.

## 3. Zusammenfassung des Urteils

### Beschwerdegründe

Sich auf Artikel 10 der Konvention berufend, beschwerten sich die Antragsteller über ihre Verurteilung wegen indirekter oder unlauterer Werbung für Tabakprodukte. Sich auf Artikel 14, in Verbindung mit Artikel 10 stützend, beklagten die interessierten Parteien einen Unterschied in der Behandlung im Verhältnis zu audiovisuellen Medien, die Motorsport-Wettkämpfe in einem Land verbreiten, wo Tabakwerbung nicht verboten ist.

### Entscheidung des Gerichtshofes

#### Artikel 10

Der Gerichtshof bemerkt, dass in beiden Angelegenheiten der Eingriff darauf abzielte, die öffentliche Gesundheit zu schützen, wie das Gesetz vom 10. Januar 1991, genannt Gesetz Evin, vorsieht. Der Gerichtshof teilt die Auffassung der französischen Regierung, dass die Einschränkung der Werbung für Tabak und Tabakprodukte eine wesentliche Achse einer globaleren Strategie gegen die soziale Plage der Nikotinsucht darstellt. Wichtige Erwägungen über die öffentliche Gesundheit, über die übrigens der französische Staat und die europäische Union Gesetze verabschiedeten, können einen Vorrang haben gegenüber ökonomischen Geboten und sogar gegenüber bestimmten Grundrechten wie die Freiheit des Ausdrucks. Der Gerichtshof betont, dass ein europäischer Konsens hinsichtlich des Willens einer strikten Regelung der Werbung für Tabakprodukte besteht, und fügt hinzu, dass eine allgemeine Reglementierungstendenz sich inzwischen weltweit kundtut.

Andererseits hat der Gerichtshof nicht über die tatsächliche Auswirkung des Werbeverbots auf den Tabakkonsum zu befinden. Dass die umstrittene Veröffentlichungen geeignet scheinen, zum Konsum anzuregen, scheint ihm ein "pertinentes" und "hinreichendes" Motiv für die Einflussnahme zu sein. Wie ferner die französische Rechtssprechung geltend machte, richten sich die fraglichen Zeitschriften an ein großes Publikum, insbesondere an Jugendliche,

die besonders gefährdet sind. Deshalb ist die Wirkung der Logos auf diese Leser zu berücksichtigen, die besonders für den sportlichen oder finanziellen Erfolg bedeutsam sind.

Hinsichtlich der den Antragsteller auferlegten Strafen ist der Gerichtshof der Ansicht, dass die genannten Summen gewiss nicht zu vernachlässigen sind, doch sind sie, um ihre Schwere zu bewerten, abzuwägen gegenüber den Einnahmen der auflagenstarken Zeitschriften wie Action Auto Moto und Entrevue.

Der Gerichtshof schließt in beiden Fällen, dass die strittige Einflussnahme als "notwendig in einer demokratischen Gesellschaft" gelten kann. Davon ausgehend liegt keine Verletzung des Artikels 10 vor.

#### Artikel 14

Der Gerichtshof stellt fest, dass die Beschwerde der Antragsteller darauf abzielt, den Artikel L. 3511-5 des Gesetzbuches über die Öffentliche Gesundheit in Frage zu stellen, der den audiovisuellen Medien gestattet, in Frankreich Motorsport-Wettkämpfe zu übertragen - ohne die auf Rennwagen, Rennkleidung oder Rennstrecken sichtbaren Zigarettenmarken zu verstecken -, wenn diese in Ländern stattfinden, die Werbung für Tabakprodukte erlauben.

Wie die französische Rechtsprechung feststellte, erlauben die gegenwärtigen technischen Mittel es nicht, Embleme, Logos oder Werbungen auf den von den audiovisuellen Medien übertragenen Bildern zu verdecken. Dagegen ist es möglich, auf Zeitschriftenseiten derartige Zeichen nicht abzubilden, sie zu verdecken oder unscharf zu machen. Der Gerichtshof ist der Ansicht, dass die Printmedien über die Zeit und die notwendigen technischen Möglichkeiten verfügen, um das Bild zu modifizieren und die Logos unscharf zu machen, die an Tabakprodukte erinnern.

Er stellt ferner fest, dass hinsichtlich eines Streitfalles über die Verbreitung von Bildern sportlicher Ereignisse mehrere Stunden oder Tage nach dem Wettkampf das Kassationsgericht bestätigt hat, dass die Übertragung eines Rennens in Realzeit die einzige Ausnahme zum Verbot indirekter Werbung für Tabakprodukte darstellt.

Der Gerichtshof ist der Ansicht, dass die audiovisuellen Medien und die Printmedien sich nicht in analogen oder vergleichbaren Situationen befinden und schließt in beiden Fällen auf die Nichtverletzung des Artikels 14, in Verbindung mit Artikel 10.