

S E W R - N e w s l e t t e r

3/2001 vom 1. Oktober 2001

Die neue Tabakrichtlinie - Erneute Kompetenz- überschreitung der EU?

Am 5. Juni 2001 wurde die Richtlinie 2001/37/EG des Europäischen Parlaments und des Rates zur Angleichung der Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Herstellung, die Aufmachung und den Verkauf von Tabakerzeugnissen erlassen.

Diese Richtlinie ersetzt die vorangegangenen Richtlinien 89/622/EWG und 90/239/EWG, welche in Liechtenstein 1995 mit der Verordnung über den Verkehr mit Tabakerzeugnissen im EWR umgesetzt wurden. Die neue Richtlinie legt erstmals Höchstmengen von 10 mg für Kohlenmonoxid, 10 mg für Teer und 1 mg für Nikotin pro Zigarette fest und verschärft die Etikettierungsanforderungen für Tabakerzeugnisse in Bezug auf Inhalt und Warnhinweise.

Zukünftig müssen Verpackungen von Tabakprodukten die Aufschrift „Rauchen tötet“ oder „Rauchen kann töten“ und zusätzlich einen weiteren vermerkten Warnhinweis wie z. B. „Rauchen verursacht tödlichen Lungenkrebs“ tragen. Ausserdem wird jetzt die Platzierung und die Grösse der Warnhinweise und der Konzentrationsangaben genau vorgeschrieben. Bis 31. Dezember 2002 erlässt die Kommission Regelungen für die Nutzung von Farbphotographien zur abschreckenden Darstellung gesundheitlicher Folgen des Rauchens. Ebenso werden Produktbezeichnungen, die vorgeben, ein bestimmtes Tabakerzeugnis sei weniger schädlich als andere (z. B. die Bezeichnung „mild“ oder „light“) verboten. Produkte, die die oben genannten Anforderungen nicht erfüllen, dürfen aus der EU nicht mehr exportiert werden. Gestützt ist die neue Tabakrichtlinie auf Art. 95 EG und Art. 133 EG.

Kritisch zu betrachten ist, ebenso wie bei der Richtlinie 98/43/EWG zur Angleichung der Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über Werbung und Sponsoring zu Gunsten von Tabakerzeugnissen, die am 5. Oktober 2000 vom Europäischen Gerichtshof für nichtig erklärt wurde, die Binnenmarktkompetenz des Art. 95 EG. Voraussetzung hierfür sind Vorschriften, die die Errichtung und das Funktionieren des Binnenmarkts zum Gegenstand haben und somit bestehende Handels-

hemmnisse oder spürbare Wettbewerbsverzerrungen durch Harmonisierungsmassnahmen beseitigen. Bei der Tabakwerberichtlinie lag diese Kompetenz eindeutig nicht vor, basierte diese doch hauptsächlich auf gesundheitspolitischen Aspekten. Auch bei der neuen Tabakrichtlinie lassen sich diesbezüglich Diskussionsansätze finden. Die Tabakherstellerinnen "Japan Tobacco Inc." und "British American Tobacco" fechten die Binnenmarktkompetenz der EU bereits an und es bleibt abzuwarten, wie der Europäische Gerichtshof dem gegenüberstehen wird.

Gegen eine Übernahme der Tabakrichtlinie in das EWR-Abkommen sprechen die auf Art. 133 EG (Gemeinsame Handelspolitik) gestützten Exportbeschränkungen, welche die Ausfuhr in Drittstaaten betreffen. Das heisst, solange Art. 133 EG als zusätzliche Kompetenzgrundlage erwähnt wird, bleibt die EWR-Relevanz der neuen Tabakrichtlinie fraglich.

Geldbusse gegen Deutsche Post AG - Missbrauch der marktbeherrschenden Stellung

Die EU-Kommission verhängte eine „symbolische Geldbusse“ von EUR 1.000 gegen die Deutsche Post AG, obwohl diese, nach Auffassung der Kommission, ihre marktbeherrschende Stellung im Briefverkehr durch Verzögerung von Post aus anderen Mitgliedstaaten erheblich missbraucht hat. In dem Verfahren ging es um das sogenannte Remailing, einer Dienstleistung, bei der Post aus einem Land A in ein Land B befördert, bei dem dortigen öffentlichen Postbetreiber eingeliefert und schliesslich von diesem innerhalb seines eigenen Gebietes ("ABB-Remailing") oder in das Land A ("ABA-Remailing") oder ein Land C ("ABC-Remailing") weitergeleitet wird.

Grosse Unternehmen gehen mehr und mehr dazu über, ihre Postverteilung kostengünstig im europäischen Ausland zu zentralisieren, um dort von den niedrigeren Portogebühren zu profitieren. Die EG-Wettbewerbsbehörden Anstoss daran, dass die Deutsche Post AG die grenzüberschreitenden Sendungen als „im Ausland aufgegebene Inlandspost“ eingestuft, einzelne Sendungen

abgefangen sowie durch Zuschläge verteuert und verspätet zugestellt habe.

Die Kommission kündigte deshalb an, dass das deutsche Postunternehmen weit höhere Strafen zu befürchten habe, wenn es das gegenwärtige Verhalten beibehalte und die wettbewerbswidrige Praxis nicht unverzüglich beende. Die ursprüngliche Beschwerde wurde am 13. Juli 1988 von der International Express Carriers Conference (IECC), einer Organisation zur Vertretung der Interessen von Unternehmen, die Expressdienstleistungen erbringen, bei der Kommission eingebracht.

Arsenal Football Club Plc. - Markenrecht

Der englische High Court of Justice hat dem EuGH mehrere Fragen zur Interpretation der Richtlinie 89/104/EWG zur Angleichung der Rechtsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Marken (eingetragen unter dem Aktenzeichen C-206/01) vorgelegt.

Anlassfall ist die Streitsache AFC gegen Matthew Reed. Letzterer ist seit den frühen 60er-Jahren Arsenal-Fan und Inhaber eines Gross- und Einzelhandelsunternehmens für Fussballartikel, wobei er Souvenirs und Fan-Artikel verkauft, die auf Arsenal-Fans abzielen. AFC wurde 1886 gegründet und ist einer der führenden Fussballvereine des Vereinigten Königreichs.

Der AFC ist nicht nur als "Arsenal" sondern auch unter seinem Spitznamen "The Gunners" ("Die Schützen") bekannt. Seit langer Zeit wird dies gedanklich mit zwei Grafiken bzw. Logos in Verbindung gebracht. Das erste besteht aus einem Wappenschild, "Wappen-Emblem" genannt und das zweite zeigt eine Kanone ("Kanonen-Emblem"). Der Verein hat allerdings erst Anfang der 90er-Jahre die Arsenalzeichen eintragen lassen und konnte sich davor nicht auf eingetragene Markenrechte stützen.

Im nationalen Verfahren versucht AFC, den Verkauf einiger dieser Artikel zu unterbinden oder zu beschränken, da der Kauf von Fan-Artikeln sehr lukrativ geworden ist. Arsenal hat erst in den letzten 10 Jahren Schritte unternommen, um nach Möglichkeit dafür zu sorgen, dass Produkte, die auf Arsenal verweisen oder von seinen Fans oder für diese gekauft werden, vom Verein selbst oder direkt oder indirekt von seinen Lizenzunternehmen verkauft werden. Hierzu hat der Verein verschiedene gewerbliche Schutzrechte erworben und versucht, diese gegenüber denjenigen geltend zu machen,

die nicht für den Verein oder in dessen Lizenz hergestellte Souvenirs oder Fan-Artikel verkaufen.

Im nationalen Verfahren haben sich daher Fragen hinsichtlich der Interpretation der genannten Richtlinie gestellt. Der High Court ersucht daher um Klärung der folgenden Frage: wenn eine Marke rechtsgültig eingetragen ist und a) ein Dritter benutzt im Handel ein mit der Marke identisches Zeichen für Waren, die mit denen identisch sind, für die die Marke eingetragen wurde, und b) der Dritte nicht unter Berufung auf Art. 6 Abs. 1 der Richtlinie 89/104/EWG des Rates vom 21. 12. 1988 zur Angleichung der Rechtsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Marken, geltend machen kann, dass keine Markenrechtsverletzung vorliege, kann dann der Dritte mit der Begründung geltend machen, es liege keine Verletzung vor, dass die beanstandete Benutzung nicht auf die kommerzielle Herkunft hinweist (d.h. auf eine durch Handel hergestellte Verbindung zwischen den Waren und dem Markeninhaber)? Kann der Beklagte rechtfertigend vorbringen, er habe das Zeichen nicht verwendet, um den Hersteller oder den Warenursprung anzuzeigen, sondern als Ausdruck der Unterstützung, Loyalität oder Zugehörigkeit zum Markeninhaber? Und falls der EuGH dies bejaht, kann eine solche Verwendung andererseits zur Vermutung verleiten, das Zeichen weise auf den Hersteller bzw. den Ursprung der Ware hin?

Mit dem Urteil in dieser Rechtssache wird voraussichtlich Ende 2002 zu rechnen sein.

Stabsstelle EWR

Aeulestrasse 51, 9490 Vaduz

Fürstentum Liechtenstein

Telephon +423 - 236 60 37

Telefax +423 - 236 60 38

e-mail sewr@sewr.llv.li

Internet www.firstlink.li/regierung/stab_ewr.htm