URTEIL DES GERICHTSHOFES (Große Kammer)

12. Dezember 2006 *

In der Rechtssache C-380/03

betreffend eine Nichtigkeitsklage nach Artikel 230 EG, eingereicht am 9. September 2003,

Bundesrepublik Deutschland, vertreten durch M. Lumma, W.-D. Plessing und C.-D. Quassowski als Bevollmächtigte im Beistand von Rechtsanwalt J. Sedemund,

Klägerin,

gegen

Europäisches Parlament, vertreten durch R. Passos, E. Waldherr und U. Rösslein als Bevollmächtigte, Zustellungsanschrift in Luxemburg,

* Verfahrenssprache: Deutsch.

Rat der Europäischen Union, vertreten durch E. Karlsson und J.-P. Hix als Bevollmächtigte,

Beklagte,

unterstützt durch

Königreich Spanien, vertreten durch L. Fraguas Gadea und M. Rodríguez Cárcamo als Bevollmächtigte, Zustellungsanschrift in Luxemburg,

Republik Finnland, vertreten durch A. Guimaraes-Purokoski und E. Bygglin als Bevollmächtigte, Zustellungsanschrift in Luxemburg,

Französische Republik, vertreten durch G. de Bergues und R. Loosli-Surrans als Bevollmächtigte, Zustellungsanschrift in Luxemburg,

Kommission der Europäischen Gemeinschaften, vertreten durch M.-J. Jonczy, L. Pignataro-Nolin und F. Hoffmeister als Bevollmächtigte, Zustellungsanschrift in Luxemburg,

Streithelfer,

erlässt

DER GERICHTSHOF (Große Kammer)

unter Mitwirkung des Präsidenten V. Skouris, der Kammerpräsidenten P. Jann, C. W. A. Timmermans, K. Lenaerts, P. Kūris und E. Juhász, des Richters J. N. Cunha Rodrigues (Berichterstatter), der Richterin R. Silva de Lapuerta, sowie der Richter K. Schiemann, G. Arestis, A. Borg Barthet, M. Ilešič und J. Malenovský,

Generalanwalt: P. Léger,
Kanzler: K. Sztranc-Sławiczek, Verwaltungsrätin,

aufgrund des schriftlichen Verfahrens und auf die mündliche Verhandlung vom 6. Dezember 2005,

nach Anhörung der Schlussanträge des Generalanwalts in der Sitzung vom 13. Juni 2006

folgendes

Urteil

1 In ihrer Klageschrift beantragt die Bundesrepublik Deutschland (im Folgenden: Klägerin) die Nichtigerklärung der Artikel 3 und 4 der Richtlinie 2003/33/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 26. Mai 2003 zur Angleichung der Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über Werbung und Sponsoring zugunsten von Tabakerzeugnissen (ABl. L 152, S. 16, im Folgenden: Richtlinie).

2 Die Richtlinie wurde vom Europäischen Parlament und vom Rat der Europäischen Union erlassen, nachdem der Gerichtshof die Richtlinie 98/43/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 6. Juli 1998 zur Angleichung der Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über Werbung und Sponsoring zugunsten von Tabakerzeugnissen (ABl. L 213, S. 9) für nichtig erklärt hatte (Urteil vom 5. Oktober 2000 in der Rechtssache C-376/98, Deutschland/Parlament und Rat, Slg. 2000, I-8419, im Folgenden: Urteil zur Tabakwerbung).

Rechtlicher Rahmen

3 Die angefochtene Richtlinie wurde auf denselben Rechtsgrundlagen wie die Richtlinie 98/43 erlassen. Wie diese Richtlinie regelt sie die Werbung und das Sponsoring zugunsten von Tabakerzeugnissen in anderen Medien als dem Fernsehen.

4 In der ersten Begründungserwägung der Richtlinie heißt es, dass wegen der Unterschiede zwischen den in diesem Bereich geltenden Rechtsvorschriften der Mitgliedstaaten bei der Werbung in der Presse bereits einige Hemmnisse für den freien Verkehr der Waren oder Dienstleistungen aufgetreten seien und auch im Rahmen des Sponsorings bei einigen größeren Kultur- und Sportveranstaltungen Wettbewerbsverzerrungen erkennbar geworden seien.

5 Die vierte Begründungserwägung der Richtlinie lautet:

„Infolge der Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten, die die Tabakwerbung in Veröffentlichungen wie Zeitschriften, Zeitungen und Magazinen regeln oder verbieten, besteht eine beträchtliche Gefahr von Hemmnissen für den

freien Verkehr dieser Waren im Binnenmarkt. Um für alle diese Medien den freien Verkehr im Binnenmarkt zu gewährleisten, muss die darin enthaltene Tabakwerbung auf diejenigen Magazine und Zeitschriften beschränkt werden, die sich nicht an die breite Öffentlichkeit richten, wie z. B. Veröffentlichungen, die ausschließlich für im Tabakhandel tätige Personen bestimmt sind, sowie auf Veröffentlichungen, die in Drittländern gedruckt und herausgegeben werden und nicht hauptsächlich für den Gemeinschaftsmarkt bestimmt sind."

6 Die fünfte Begründungserwägung der Richtlinie lautet:

„Die Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über bestimmte Sponsoringarten zugunsten von Tabakerzeugnissen mit grenzüberschreitender Wirkung führen zu einer beträchtlichen Gefahr von Verzerrungen der Wettbewerbsbedingungen für diese Tätigkeit im Binnenmarkt. Um derartige Verzerrungen auszuschließen, muss dieses Sponsoring nur bei Aktivitäten und Veranstaltungen mit grenzüberschreitender Wirkung verboten werden, da sonst Einschränkungen für direkte Werbung umgangen werden könnten; Sponsoring auf ausschließlich nationaler Ebene ist dabei nicht zu regeln."

7 Die sechste Begründungserwägung der Richtlinie lautet:

„Der Einsatz der Dienste der Informationsgesellschaft zur Werbung für Tabakerzeugnisse nimmt zu, und zwar im gleichen Maß wie die Inanspruchnahme und der Zugriff auf solche Dienste in der Öffentlichkeit. Diese Dienste werden ebenso wie der Rundfunk, der auch über Dienste der Informationsgesellschaft übertragen werden kann, besonders von jungen Verbrauchern gern und häufig genutzt. Die Tabakwerbung in diesen beiden Medien ist schon ihrem Wesen nach grenzüberschreitend und sollte auf Gemeinschaftsebene geregelt werden."

8 Artikel 3 der Richtlinie bestimmt:

„(1) Werbung in der Presse und anderen gedruckten Veröffentlichungen ist auf Veröffentlichungen zu beschränken, die ausschließlich für im Tabakhandel tätige Personen bestimmt sind, sowie auf Veröffentlichungen, die in Drittländern gedruckt und herausgegeben werden, sofern diese Veröffentlichungen nicht hauptsächlich für den Gemeinschaftsmarkt bestimmt sind.

Sonstige Werbung in der Presse und anderen gedruckten Veröffentlichungen ist verboten.

(2) Werbung, die in der Presse und anderen gedruckten Veröffentlichungen nicht erlaubt ist, ist in Diensten der Informationsgesellschaft ebenfalls nicht gestattet."

9 Artikel 4 der Richtlinie sieht vor:

„(1) Alle Formen der Rundfunkwerbung für Tabakerzeugnisse sind verboten.

(2) Rundfunkprogramme dürfen nicht von Unternehmen gesponsert werden, deren Haupttätigkeit die Herstellung oder der Verkauf von Tabakerzeugnissen ist."

10 Artikel 5 der Richtlinie lautet:

„(1) Sponsoring von Veranstaltungen oder Aktivitäten, an denen mehrere Mitgliedstaaten beteiligt sind, die in mehreren Mitgliedstaaten stattfinden oder die eine sonstige grenzüberschreitende Wirkung haben, ist verboten.

(2) Die kostenlose Verteilung von Tabakerzeugnissen im Zusammenhang mit dem in Absatz 1 genannten Sponsoring von Veranstaltungen mit dem Ziel oder der direkten oder indirekten Wirkung, den Verkauf dieser Erzeugnisse zu fördern, ist verboten."

11 Artikel 8 der Richtlinie bestimmt:

„Die Mitgliedstaaten dürfen den freien Verkehr von Waren und Dienstleistungen, die mit dieser Richtlinie im Einklang stehen, nicht verbieten oder einschränken."

Anträge der Parteien

12 Die Klägerin beantragt,

— die Artikel 3 und 4 der Richtlinie für nichtig zu erklären;

— den Beklagten die Kosten aufzuerlegen.

13 Das Parlament und der Rat beantragen,

— die Klage abzuweisen;

— der Klägerin die Kosten aufzuerlegen.

14 Das Parlament beantragt hilfsweise, sofern der Gerichtshof die Richtlinie wegen eines formalen Verstoßes gegen die Begründungspflicht oder gegen das Mitentscheidungsverfahren für nichtig zu erklären beabsichtigt, gemäß Artikel 231 EG zu beschließen, die Wirkungen der für nichtig erklärten Richtlinie aufrechtzuerhalten, bis in diesem Bereich eine neue Regelung erlassen ist.

15 Mit Beschlüssen des Präsidenten des Gerichtshofes vom 6. Januar und 2. März 2004 sind das Königreich Spanien, die Französische Republik, die Republik Finnland und die Kommission der Europäischen Gemeinschaften als Streithelfer zur Unterstützung der Anträge des Parlaments und des Rates zugelassen worden.

Zur Klage

16 Die Klägerin stützt ihre Klage auf fünf Gründe. Mit dem ersten Klagegrund trägt sie vor, Artikel 95 EG stelle keine geeignete Rechtsgrundlage für die Richtlinie dar, und mit dem zweiten Klagegrund, die Richtlinie sei unter Verletzung von Artikel 152 Absatz 4 Buchstabe c EG ergangen. Hilfsweise macht sie einen Verstoß gegen die Begründungspflicht, einen Verstoß gegen die Bestimmungen über das Mitentscheidungsverfahren in Artikel 251 EG und einen Verstoß gegen den Grundsatz der Verhältnismäßigkeit geltend.

Zum ersten Klagegrund: Fälschliche Wahl von Artikel 95 EG als Rechtsgrundlage

Vorbringen der Verfahrensbeteiligten

17 Die Klägerin trägt vor, die Voraussetzungen für die Heranziehung von Artikel 95 EG zum Erlass der Artikel 3 und 4 der Richtlinie seien nicht erfüllt. Keines der in diesen Artikeln aufgestellten Verbote trage tatsächlich zur Beseitigung von Hemmnissen für den freien Warenverkehr oder zur Beseitigung spürbarer Wettbewerbsverzerrungen bei.

18 In Bezug auf die „Presse und andere gedruckte Veröffentlichungen" im Sinne von Artikel 3 Absatz 1 der Richtlinie trägt die Klägerin vor, 99,9 % der Erzeugnisse würden nicht in mehreren Mitgliedstaaten, sondern nur auf lokaler oder regionaler Ebene vermarktet, so dass das in dieser Bestimmung vorgesehene generelle Verbot der Werbung für Tabakerzeugnisse nur in ganz geringem Umfang dem angeblichen Erfordernis entspreche, Handelshemmnisse zu beseitigen.

19 Die so genannten „Presseerzeugnisse" seien nur selten Gegenstand eines Handels zwischen Mitgliedstaaten, nicht nur aus sprachlichen oder kulturellen Gründen, sondern auch aus Gründen der Verlagspolitik. Für den innergemeinschaftlichen Verkehr dieser Erzeugnisse bestünden keine tatsächlichen Hemmnisse, auch wenn in bestimmten Mitgliedstaaten die Tabakwerbung in Presseerzeugnissen verboten sei, da für die ausländische Presse in diesen Staaten kein solches Verbot gelte.

20 Gleiches gelte für den Ausdruck „andere gedruckte Veröffentlichungen" in Artikel 3 Absatz 1 der Richtlinie, der ein breites Spektrum von Veröffentlichungen wie Mitteilungsblätter lokaler Vereine, Programmhefte kultureller Veranstaltungen, Plakate, Telefonbücher und verschiedene Hand- und Werbezettel umfasse. Diese Veröffentlichungen richteten sich ausschließlich an die örtliche Bevölkerung und hätten keinen grenzüberschreitenden Charakter.

21 Artikel 3 Absatz 1 der Richtlinie lasse sich auch nicht mit dem Ziel der Beseitigung spürbarer Wettbewerbsverzerrungen rechtfertigen. Weder die lokalen Veröffentlichungen in verschiedenen Mitgliedstaaten noch die Zeitungen, Zeitschriften und Magazine mit größerer Verbreitung und vergleichbare ausländische Zeitungen, Zeitschriften und Magazine stünden miteinander in Wettbewerb.

22 Hinsichtlich der Dienste der Informationsgesellschaft trage Artikel 3 Absatz 2 der Richtlinie weder zur Beseitigung von Hemmnissen für den freien Waren- oder Dienstleistungsverkehr noch zur Beseitigung von Wettbewerbsverzerrungen bei. Die Konsultation gedruckter Veröffentlichungen aus anderen Mitgliedstaaten im Internet sei äußerst gering, und sie stoße jedenfalls wegen der Freiheit des weltweiten Zugangs zu diesen Diensten auf kein technisches Hindernis.

23 Die Wahl von Artikel 95 EG als Rechtsgrundlage der Richtlinie sei auch falsch in Bezug auf das in Artikel 4 der Richtlinie vorgesehene Verbot der Rundfunkwerbung und des Sponsorings von Rundfunkprogrammen, da die große Mehrheit der Rundfunksendungen für ein lokales oder regionales Publikum bestimmt sei und aufgrund der geringen Reichweite der Sender außerhalb einer bestimmten Region nicht zu empfangen sei. Da zudem die Rundfunkwerbung für Tabakerzeugnisse in

den meisten Mitgliedstaaten verboten sei, sei ein solches Verbot in Artikel 4 Absatz 1 der Richtlinie nicht gerechtfertigt. Dies gelte auch für das Verbot des Sponsorings von Rundfunkprogrammen in Artikel 4 Absatz 2 der Richtlinie.

24 Schließlich könne Artikel 95 EG keine geeignete Rechtsgrundlage für die in den Artikeln 3 und 4 der Richtlinie aufgestellten Verbote der Werbung für Tabakerzeugnisse sein, da der eigentliche Zweck dieser Verbote nicht darin bestehe, die Errichtung und das Funktionieren des Binnenmarktes zu verbessern, sondern nur im Gesundheitsschutz. Die Heranziehung von Artikel 95 EG als Rechtsgrundlage der Richtlinie verstoße auch gegen Artikel 152 Absatz 4 Buchstabe c EG, der jegliche Harmonisierung der Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten im Bereich der öffentlichen Gesundheit ausdrücklich ausschließe.

25 Das Parlament, der Rat und ihre Streithelfer machen geltend, die Artikel 3 und 4 der Richtlinie seien rechtswirksam auf der Grundlage des Artikels 95 EG erlassen worden und verstießen somit nicht gegen Artikel 152 Absatz 4 Buchstabe c EG.

26 Sie führen aus, das in den Artikeln 3 und 4 der Richtlinie vorgesehene Verbot der Werbung und des Sponsorings zugunsten von Tabakerzeugnissen beschränke sich darauf, die Werbung für diese Erzeugnisse in Zeitschriften, Magazinen und Zeitungen zu untersagen, und erstrecke sich nicht auf die anderen von der Klägerin angeführten Veröffentlichungen wie Mitteilungsblätter von Vereinen, Programmhefte kultureller Veranstaltungen, Plakate, Telefonbücher sowie Hand- und Werbezettel.

27 Zudem sei der innergemeinschaftliche Handel mit Presseerzeugnissen eine unbestreitbare Tatsache, und gemäß der ersten, der zweiten und der vierten Begründungserwägung der Richtlinie bestünden aufgrund der ungleichen nationa-

len Rechtsvorschriften der Mitgliedstaaten grenzüberschreitende Auswirkungen sowie eine beträchtliche Gefahr von Hemmnissen für den freien Verkehr dieser Waren im Binnenmarkt. Der Beitritt neuer Mitgliedstaaten mit unterschiedlichen Rechtsvorschriften könne diese Gefahr erhöhen.

28 Hinsichtlich des Werbeverbots in der Presse und in anderen gedruckten Veröffentlichungen bestreiten das Parlament, der Rat und ihre Streithelfer die Relevanz der von der Klägerin vorgenommenen statistischen Analyse, die sich ausschließlich auf den deutschen Markt beschränke und nicht auf die gesamte Europäische Gemeinschaft übertragen werden könne; das aktuelle Phänomen der „Medienkonvergenz" trage aber in starkem Maß zur Entwicklung des innergemeinschaftlichen Handels mit Presseerzeugnissen bei, da zahlreiche Zeitungen, Zeitschriften und Magazine nunmehr im Internet verfügbar seien und damit in allen Mitgliedstaaten verbreitet würden.

29 Eine Unterscheidung zwischen lokal oder national und europaweit oder international verbreiteter Presse sei schwierig, wenn nicht unmöglich; würde die Werbung für Tabakerzeugnisse in grenzüberschreitend verbreiteten Veröffentlichungen unter Ausschluss rein lokaler oder nationaler Veröffentlichungen verboten, führte dies dazu, dass die Grenzen eines solchen Verbots ausgesprochen ungewiss und zufallsabhängig wären. Diese Unterscheidung liefe auch dem mit der Richtlinie verfolgten Ziel zuwider, das darin bestehe, die Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten im Bereich der Werbung für Tabakerzeugnisse anzugleichen.

30 In Bezug auf die Dienste der Informationsgesellschaft und das in Artikel 3 Absatz 2 der Richtlinie aufgestellte Verbot, in diesen Diensten für Tabakerzeugnisse zu werben, wenden sich das Parlament, der Rat und ihre Streithelfer gegen die von der Klägerin vertretene Auffassung, dass es bei den Diensten der Informationsgesellschaft keine Handelshemmnisse gebe.

31 Das Verbot der Werbung für Tabakerzeugnisse in den Diensten der Informationsgesellschaft sei von dem Bestreben geleitet, zu verhindern, dass das Verbot, in der Presse und anderen gedruckten Veröffentlichungen für Tabakerzeugnisse zu werben, durch im Internet angebotene Medien umgangen werde oder Wettbewerbsverzerrungen entstünden. Aufgrund des laufenden Konvergenzprozesses im Medienbereich könnten Printmedien und Radiosendungen schon jetzt im Internet abgerufen werden. Die Entwicklung des „E-Paper" könne diesen Prozess im Übrigen verstärken.

32 Zum Verbot der Rundfunkwerbung in Artikel 4 Absatz 1 der Richtlinie vertreten das Parlament, der Rat und ihre Streithelfer die Ansicht, der grenzüberschreitende Charakter von Rundfunksendungen könne nicht ernsthaft bestritten werden, da bereits die terrestrischen Frequenzen weit über die Grenzen der Mitgliedstaaten hinausreichten und überdies Rundfunkprogramme zunehmend über Satellit oder Kabel verbreitet würden.

33 Außerdem werde in der vierzehnten Begründungserwägung der Richtlinie ausdrücklich auf die Richtlinie 89/552/EWG des Rates vom 3. Oktober 1989 zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernsehtätigkeit (ABl. L 298, S. 23) verwiesen, nach deren Artikeln 13 und 17 Absatz 2 jede Form der Fernsehwerbung für Tabak und jedes Sponsoring von Fernsehprogrammen durch Tätigkeiten in Zusammenhang mit Tabak untersagt seien.

34 Das in den Artikeln 3 und 4 der Richtlinie vorgesehene Verbot der Rundfunkwerbung für Tabakerzeugnisse und des Sponsorings von Rundfunkprogrammen stelle eine Parallele zu dem mit der Richtlinie 89/552 ausgesprochenen Verbot dar.

35 Die Tatsache, dass die Rundfunkwerbung für Tabak bereits in fast allen Mitgliedstaaten verboten sei, schließe die Einführung neuer Regelungen auf Gemeinschaftsebene nicht aus.

Würdigung durch den Gerichtshof

36 Nach Artikel 95 Absatz 1 EG erlässt der Rat die Maßnahmen zur Angleichung der Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten, die die Errichtung und das Funktionieren des Binnenmarktes zum Gegenstand haben.

37 Zwar reicht die bloße Feststellung von Unterschieden zwischen den nationalen Regelungen nicht aus, um die Heranziehung von Artikel 95 EG zu rechtfertigen, doch gilt im Fall von Unterschieden zwischen den Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten, die geeignet sind, die Grundfreiheiten zu beeinträchtigen und sich auf diese Weise unmittelbar auf das Funktionieren des Binnenmarktes auszuwirken, etwas anderes (vgl. in diesem Sinne Urteil zur Tabakwerbung, Randnrn. 84 und 95, sowie Urteile vom 10. Dezember 2002 in der Rechtssache C-491/01, British American Tobacco [Investments] und Imperial Tobacco, Slg. 2002, I-11453, Randnr. 60, vom 14. Dezember 2004 in der Rechtssache C-434/02, Arnold André, Slg. 2004, I-11825, Randnr. 30, und in der Rechtssache C-210/03, Swedish Match, Slg. 2004, I-11893, Randnr. 29, sowie vom 12. Juli 2005 in den Rechtssachen C-154/04 und C-155/04, Alliance for Natural Health u. a., Slg. 2005, I-6451, Randnr. 28).

38 Nach ständiger Rechtsprechung kann Artikel 95 EG außerdem zwar als Rechtsgrundlage herangezogen werden, um der Entstehung neuer Hindernisse für den Handel infolge einer heterogenen Entwicklung der nationalen Rechtsvorschriften vorzubeugen, doch muss das Entstehen solcher Hindernisse wahrscheinlich sein und die fragliche Maßnahme ihre Vermeidung bezwecken (Urteile vom 13. Juli 1995 in der Rechtssache C-350/92, Spanien/Rat, Slg. 1995, I-1985, Randnr. 35, vom 9. Oktober 2001 in der Rechtssache C-377/98, Niederlande/Parlament und Rat, Slg. 2001, I-7079, Randnr. 15, British American Tobacco [Investments] und Imperial Tobacco, Randnr. 61, Arnold André, Randnr. 31, Swedish Match, Randnr. 30, und Alliance for Natural Health u. a., Randnr. 29).

39 Der Gerichtshof hat zudem entschieden, dass sich der Gemeinschaftsgesetzgeber, wenn die Voraussetzungen für die Heranziehung von Artikel 95 EG als Rechtsgrundlage erfüllt sind, auf diese Grundlage stützen kann, auch wenn dem Gesundheitsschutz bei den zu treffenden Entscheidungen maßgebliche Bedeutung zukommt (Urteile British American Tobacco [Investments] und Imperial Tobacco, Randnr. 62, Arnold André, Randnr. 32, Swedish Match, Randnr. 31, und Alliance for Natural Health u. a., Randnr. 30).

40 Nach Artikel 152 Absatz 1 Unterabsatz 1 EG wird bei der Festlegung und Durchführung aller Gemeinschaftspolitiken und -maßnahmen ein hohes Gesundheitsschutzniveau sichergestellt, und Artikel 95 Absatz 3 EG verlangt ausdrücklich, dass bei Harmonisierungen ein hohes Gesundheitsschutzniveau gewährleistet wird (Urteile British American Tobacco [Investments] und Imperial Tobacco, Randnr. 62, Arnold André, Randnr. 33, Swedish Match, Randnr. 32, und Alliance for Natural Health u. a., Randnr. 31).

41 Aus dem Vorstehenden ergibt sich, dass, wenn Handelshemmnisse bestehen oder solche Hemmnisse wahrscheinlich entstehen werden, weil die Mitgliedstaaten hinsichtlich eines Erzeugnisses oder einer Erzeugnisgruppe divergierende Maßnahmen erlassen haben oder zu erlassen im Begriff sind, die ein unterschiedliches Schutzniveau gewährleisten und dadurch den freien Verkehr mit dem oder den betreffenden Erzeugnissen in der Gemeinschaft behindern, Artikel 95 EG den Gemeinschaftsgesetzgeber ermächtigt, tätig zu werden, indem er unter Beachtung von Absatz 3 dieses Artikels und der im EG-Vertrag genannten oder in der Rechtsprechung entwickelten Rechtsgrundsätze, insbesondere des Grundsatzes der Verhältnismäßigkeit, die geeigneten Maßnahmen trifft (Urteile Arnold André, Randnr. 34, Swedish Match, Randnr. 33, und Alliance for Natural Health u. a., Randnr. 32).

42 Außerdem ist zu beachten, dass die Verfasser des EG-Vertrags mit dem Ausdruck „Maßnahmen zur Angleichung" in Artikel 95 EG dem Gemeinschaftsgesetzgeber nach Maßgabe des allgemeinen Kontextes und der speziellen Umstände der zu

harmonisierenden Materie einen Ermessensspielraum hinsichtlich der zur Erreichung eines angestrebten Ergebnisses am besten geeigneten Angleichungstechnik insbesondere in den Bereichen einräumen wollten, die durch komplexe technische Gegebenheiten gekennzeichnet sind (vgl. Urteile vom 6. Dezember 2005 in der Rechtssache C-66/04, Vereinigtes Königreich/Parlament und Rat, Slg. 2005, I-10553, Randnr. 45, sowie vom 2. Mai 2006 in der Rechtssache C-217/04, Vereinigtes Königreich/Parlament und Rat, Slg. 2006, I-3771, Randnr. 43).

43 Je nach den Umständen können diese Maßnahmen darin bestehen, dass alle Mitgliedstaaten verpflichtet werden, die Vermarktung des oder der betreffenden Erzeugnisse zu genehmigen, eine solche Genehmigung an die Erfüllung bestimmter Bedingungen zu knüpfen oder sogar die Vermarktung eines oder einiger Erzeugnisse vorläufig oder endgültig zu verbieten (Urteile Arnold André, Randnr. 35, Swedish Match, Randnr. 34, und Alliance for Natural Health u. a., Randnr. 33).

44 Im Licht dieser Grundsätze ist zu prüfen, ob die Voraussetzungen für die Heranziehung von Artikel 95 EG als Rechtsgrundlage der Artikel 3 und 4 der Richtlinie erfüllt sind.

45 Der Gerichtshof hat bereits festgestellt, dass beim Erlass der Richtlinie 98/43 Unterschiede zwischen den nationalen Rechtsvorschriften über Werbung für Tabakerzeugnisse bestanden und dass deren Entwicklung zu einer immer stärkeren Beschränkung führte (Urteil zur Tabakwerbung, Randnrn. 96 und 97).

46 Es steht fest, dass für diese Erzeugnisse, wie in der ersten Begründungserwägung der Richtlinie erwähnt wird, bei deren Erlass in den Mitgliedstaaten unterschiedliche Rechts- und Verwaltungsvorschriften galten. Nach den Angaben der Kommission in ihrem Streithilfeschriftsatz waren nämlich die Werbung und/oder das Sponsoring

zugunsten dieser Erzeugnisse zur Zeit der Einreichung des Vorschlags für eine Richtlinie in sechs Mitgliedstaaten teilweise und in vier Mitgliedstaaten ganz verboten; in den übrigen fünf Mitgliedstaaten gab es auf ein vollständiges Verbot gerichtete Gesetzesvorhaben.

47 Außerdem bestand in Anbetracht der Erweiterung der Europäischen Union um zehn neue Mitgliedstaaten eine nicht unbedeutende Gefahr der Zunahme dieser Unterschiede. Nach Angaben der Kommission beabsichtigten einzelne neue Mitgliedstaaten, ein vollständiges Verbot der Werbung und des Sponsorings zugunsten von Tabakerzeugnissen vorzusehen, andere dagegen deren Zulassung vorbehaltlich der Einhaltung bestimmter Bedingungen.

48 Dieser Feststellung steht nicht entgegen, dass beim Erlass der Richtlinie, wie sich aus ihrer achten Begründungserwägung ergibt, im Rahmen der Weltgesundheitsorganisation Verhandlungen über eine Rahmenkonvention zur Eindämmung des Tabakkonsums (im Folgenden: WHO-Konvention) geführt wurden.

49 Die WHO-Konvention soll zwar den Konsum von Tabakerzeugnissen eindämmen, indem sie insbesondere ein umfassendes Verbot der Werbung, der Verkaufsförderung und des Sponsorings zugunsten von Tabakerzeugnissen vorsieht. Sie ist jedoch nach der Richtlinie in Kraft getreten, und nicht alle Mitgliedstaaten haben sie ratifiziert.

50 Überdies steht es den Mitgliedstaaten, die die WHO-Konvention unterzeichnet haben, nach deren Artikel 13 Absatz 2 frei, binnen fünf Jahren nach Inkrafttreten der Konvention entweder ein umfassendes Verbot der Werbung, der Verkaufsförderung und des Sponsorings zugunsten von Tabak zu erlassen oder, wenn sie wegen ihrer Verfassung oder ihrer verfassungsrechtlichen Grundsätze hierzu nicht in der Lage sind, insoweit nur einzelne Beschränkungen anzuordnen.

51 Folglich bestanden beim Erlass der Richtlinie Unterschiede zwischen den nationalen Regelungen über Werbung und Sponsoring zugunsten von Tabakerzeugnissen, die ein Tätigwerden des Gemeinschaftsgesetzgebers rechtfertigten.

52 In diesem Kontext ist zu untersuchen, welche Auswirkungen die Unterschiede in den von den Artikeln 3 und 4 der Richtlinie erfassten Bereichen auf die Errichtung und das Funktionieren des Binnenmarktes hatten, um festzustellen, ob sich der Gemeinschaftsgesetzgeber für den Erlass der angefochtenen Vorschriften auf Artikel 95 EG stützen konnte.

53 Der Markt für Presserzeugnisse ist ebenso wie der Rundfunkmarkt ein Markt, auf dem der Handel zwischen den Mitgliedstaaten relativ bedeutend ist und vor allem aufgrund der Verknüpfung der betreffenden Medien mit dem Internet, dem grenzüberschreitenden Medium par excellence, zunehmen wird.

54 In Bezug auf die Presseerzeugnisse ist festzustellen, dass der Verkehr von Zeitungen, Zeitschriften und Magazinen eine Realität ist, die allen Mitgliedstaaten gemein ist, und sich nicht nur auf die Staaten beschränkt, in denen dieselbe Sprache gesprochen wird. Der Anteil der Veröffentlichungen aus anderen Mitgliedstaaten kann nach den unwidersprochenen Erklärungen des Parlaments, des Rates und ihrer Streithelfer in der mündlichen Verhandlung in bestimmten Fällen sogar mehr als die Hälfte der im Verkehr befindlichen Veröffentlichungen ausmachen. In diesen innergemeinschaftlichen Handel mit Presseerzeugnissen auf Papier ist der Handel einzubeziehen, der durch Dienste der Informationsgesellschaft und insbesondere das Internet möglich geworden ist, das es erlaubt, die in anderen Mitgliedstaaten verbreiteten Veröffentlichungen unmittelbar und in Echtzeit abzurufen.

55 Zudem galt zum Zeitpunkt des Erlasses der Richtlinie, wie in Randnummer 46 des vorliegenden Urteils ausgeführt, in mehreren Mitgliedstaaten bereits ein Verbot der Werbung für Tabakerzeugnisse, während es in anderen kurz bevorstand. Es

bestanden daher Unterschiede zwischen den nationalen Rechtsvorschriften der Mitgliedstaaten, die entgegen dem Vorbringen der Klägerin geeignet waren, den freien Warenverkehr und den freien Dienstleistungsverkehr zu behindern.

56 Zum einen können nämlich Maßnahmen, mit denen die Werbung für Tabakerzeugnisse verboten oder beschränkt wird, den Marktzugang für Erzeugnisse aus anderen Mitgliedstaaten stärker behindern als für inländische Erzeugnisse.

57 Zum anderen schränken solche Maßnahmen die Möglichkeit für die in den Mitgliedstaaten, in denen sie in Kraft sind, ansässigen Unternehmen ein, Werbetreibenden aus anderen Mitgliedstaaten Werberaum in ihren Veröffentlichungen anzubieten, wodurch das grenzüberschreitende Angebot der Dienstleistungen beeinträchtigt wird (vgl. in diesem Sinne Urteil vom 8. März 2001 in der Rechtssache C-405/98, Gourmet International Products, Slg. 2001, I-1795, Randnrn. 38 und 39).

58 Außerdem schafft der Erlass voneinander abweichender Rechtsvorschriften über die Werbung für Tabakerzeugnisse, auch wenn bestimmte Veröffentlichungen tatsächlich nicht in anderen Mitgliedstaaten vermarktet werden, mit Sicherheit rechtliche Hindernisse für den Handel mit Presseerzeugnissen und anderen gedruckten Veröffentlichungen oder ist geeignet, dies zu tun (vgl. in diesem Sinne Urteil zur Tabakwerbung, Randnr. 97). Solche Hindernisse bestehen daher auch für die im Wesentlichen auf einem lokalen, regionalen oder nationalen Markt vertriebenen Veröffentlichungen, die, und sei es auch nur ausnahmsweise oder in kleinen Mengen, in den anderen Mitgliedstaaten verkauft würden.

59 Im Übrigen steht fest, dass bestimmte Mitgliedstaaten, die ein Verbot der Werbung für Tabakerzeugnisse erlassen haben, ausländische Presseerzeugnisse von diesem Verbot ausnehmen. Dass sich diese Mitgliedstaaten dafür entschieden haben, das

Verbot mit einer solchen Ausnahmeregelung zu versehen, bestätigt, dass bei Presseerzeugnissen zumindest aus ihrer Sicht ein nicht unbedeutender innergemeinschaftlicher Handel besteht.

60 Schließlich bestand wegen des Beitritts neuer Mitgliedstaaten tatsächlich die Gefahr neuer Hemmnisse für den Handelsverkehr oder den freien Dienstleistungsverkehr.

61 Gleiches gilt in Bezug auf die Werbung für Tabakerzeugnisse in Rundfunksendungen und in den Diensten der Informationsgesellschaft. Zahlreiche Mitgliedstaaten hatten auf diesen Gebieten bereits Gesetze erlassen oder waren im Begriff, dies zu tun. Angesichts des wachsenden Bewusstseins der Öffentlichkeit von der gesundheitsschädlichen Wirkung des Konsums von Tabakerzeugnissen war es wahrscheinlich, dass sich neue Hemmnisse für den Handelsverkehr oder den freien Dienstleistungsverkehr daraus ergeben würden, dass neue Vorschriften, die diese Entwicklung widerspiegelten, erlassen würden, um den Verbrauch dieser Erzeugnisse wirksamer einzudämmen.

62 In der sechsten Begründungserwägung der Richtlinie heißt es, dass der Einsatz der Dienste der Informationsgesellschaft zur Werbung für Tabakerzeugnisse zunimmt, und zwar im gleichen Maß wie die Inanspruchnahme und der Zugriff auf solche Dienste in der Öffentlichkeit, und dass diese Dienste ebenso wie der Rundfunk, der auch über Dienste der Informationsgesellschaft übertragen werden kann, besonders von jungen Verbrauchern gern und häufig genutzt werden.

63 Entgegen dem Vorbringen der Klägerin hat die Tabakwerbung in diesen beiden Medien grenzüberschreitenden Charakter, was den Unternehmen, die Tabak herstellen und vermarkten, ermöglicht, Marketingstrategien zur Erweiterung ihres Kundenkreises außerhalb des Mitgliedstaats, von dem sie ausgehen, zu entwickeln.

64 Da nach Artikel 13 der Richtlinie 89/552 jede Form der Fernsehwerbung für Zigaretten und andere Tabakerzeugnisse untersagt war, war zudem nicht ausgeschlossen, dass die Unterschiede zwischen den nationalen Regelungen über die Tabakwerbung in Rundfunksendungen und Diensten der Informationsgesellschaft geeignet waren, eine mögliche Umgehung dieses Verbots durch den Einsatz dieser beiden Medien zu fördern.

65 Die gleiche Feststellung kann in Bezug auf das Sponsoring von Rundfunkprogrammen durch Tabakunternehmen getroffen werden. Unterschiede zwischen den nationalen Regelungen waren zum Zeitpunkt des Erlasses der Richtlinie bereits vorhanden oder zeichneten sich ab, und diese Unterschiede konnten den freien Dienstleistungsverkehr dadurch behindern, dass die Rundfunkanstalten in einem Mitgliedstaat, in dem eine Verbotsmaßnahme in Kraft war, als Empfänger von Dienstleistungen kein Sponsoring mehr von Tabakunternehmen erhalten konnten, die in einem anderen Mitgliedstaat ansässig waren, in dem es keine solche Verbotsmaßnahme gab.

66 Diese Unterschiede führten, worauf in der ersten und der fünften Begründungserwägung der Richtlinie hingewiesen wird, auch zu einer beträchtlichen Gefahr von Wettbewerbsverzerrungen.

67 Jedenfalls wäre es, wie der Gerichtshof bereits entschieden hat, zur Rechtfertigung der Heranziehung von Artikel 95 EG nicht erforderlich, Wettbewerbsverzerrungen darzutun, wenn das Bestehen von Handelshemmnissen festgestellt wurde (vgl. Urteil British American Tobacco [Investments] und Imperial Tobacco, Randnr. 60).

68 Folglich waren die Hemmnisse und die Gefahren von Wettbewerbsverzerrungen geeignet, das Tätigwerden des Gemeinschaftsgesetzgebers auf der Grundlage von Artikel 95 EG zu rechtfertigen.

69 Zu prüfen bleibt, ob die Artikel 3 und 4 der Richtlinie in den von ihnen erfassten Bereichen tatsächlich bezwecken, die Hemmnisse für den freien Waren- oder Dienstleistungsverkehr auszuräumen oder ihnen vorzubeugen oder aber Wettbewerbsverzerrungen zu beseitigen.

70 In Bezug auf Artikel 3 der Richtlinie hat der Gerichtshof bereits entschieden, dass entsprechend der Richtlinie 89/552, die, wie in Randnummer 64 des vorliegenden Urteils erwähnt, in Artikel 13 die Fernsehwerbung für Tabakerzeugnisse untersagt, das Verbot der Werbung für Tabakerzeugnisse in Zeitschriften, Magazinen und Zeitungen, das den freien Verkehr dieser Waren gewährleisten soll, auf der Grundlage des Artikels 95 EG erlassen werden konnte (Urteil zur Tabakwerbung, Randnr. 98).

71 Eine solche, einheitlich in der gesamten Gemeinschaft geltende Verbotsmaßnahme soll verhindern, dass nationale Regelungen dieses oder jenes Mitgliedstaats den innergemeinschaftlichen Verkehr von Presseerzeugnissen behindern.

72 Festzustellen ist, dass Artikel 3 Absatz 1 der Richtlinie das Einrücken von Werbung für Tabakerzeugnisse in bestimmte Veröffentlichungen, insbesondere in solche, die ausschließlich für im Tabakhandel tätige Personen bestimmt sind, ausdrücklich zulässt.

73 Artikel 8 der Richtlinie sieht außerdem, anders als die Richtlinie 98/43, vor, dass die Mitgliedstaaten den freien Verkehr von Waren, die mit dieser Richtlinie im Einklang stehen, nicht verbieten oder einschränken dürfen. Artikel 8 der Richtlinie verbietet demzufolge den Mitgliedstaaten, den innergemeinschaftlichen Verkehr von Veröffentlichungen, die ausschließlich für im Tabakhandel tätige Personen bestimmt sind, zu behindern, und zwar insbesondere durch restriktivere Vorschriften, die sie für erforderlich halten, um im Bereich der Werbung oder des Sponsorings zugunsten von Tabakerzeugnissen den Gesundheitsschutz zu sichern.

74 Indem Artikel 8 der Richtlinie somit den Mitgliedstaaten untersagt, sich der Bereitstellung von Werberaum in ausschließlich für im Tabakhandel tätige Personen bestimmten Veröffentlichungen zu widersetzen, bringt er das in Artikel 1 Absatz 2 der Richtlinie genannte Ziel zum Ausdruck, die Bedingungen für das Funktionieren des Binnenmarktes zu verbessern.

75 Gleiches gilt für den in Artikel 8 der Richtlinie ebenfalls genannten freien Dienstleistungsverkehr. Mitgliedstaaten dürfen nach dieser Vorschrift den freien Verkehr von Dienstleistungen, die mit dieser Richtlinie im Einklang stehen, nicht verbieten oder einschränken.

76 Die Artikel 3 Absatz 2 und 4 Absatz 1 der Richtlinie, die die Werbung für Tabakerzeugnisse in den Diensten der Informationsgesellschaft und in Rundfunksendungen verbieten, sollen entsprechend dem Artikel 13 der Richtlinie 89/552 die freie Verbreitung dieser Rundfunksendungen und den freien Verkehr der in den Diensten der Informationsgesellschaft verbreiteten Kommunikationen fördern.

77 Artikel 4 Absatz 2 der Richtlinie soll durch das Verbot des Sponsorings von Rundfunkprogrammen durch Unternehmen, deren Haupttätigkeit die Herstellung oder der Verkauf von Tabakerzeugnissen ist, ebenso verhindern, dass der freie Dienstleistungsverkehr durch nationale Regelungen dieses oder jenes Mitgliedstaats behindert wird.

78 Demzufolge haben die Artikel 3 und 4 der Richtlinie tatsächlich zum Ziel, die Bedingungen für das Funktionieren des Binnenmarkts zu verbessern, und konnten daher auf der Grundlage von Artikel 95 EG erlassen werden.

79 Diese Schlussfolgerung wird durch das Vorbringen der Klägerin, wonach das in den Artikeln 3 und 4 der Richtlinie vorgesehene Verbot nur lokale oder nationale Werbeträger ohne grenzüberschreitende Wirkung erfasse, nicht in Frage gestellt.

80 Die Heranziehung von Artikel 95 EG als Rechtsgrundlage setzt nämlich nicht voraus, dass in jeder der Situationen, die von einem auf diese Grundlage gestützten Rechtsakt erfasst wird, ein tatsächlicher Zusammenhang mit dem freien Verkehr zwischen Mitgliedstaaten besteht. Wie der Gerichtshof bereits festgestellt hat, kommt es für die Rechtfertigung der Heranziehung von Artikel 95 EG als Rechtsgrundlage entscheidend darauf an, dass der auf dieser Grundlage erlassene Rechtsakt tatsächlich die Bedingungen für die Errichtung und das Funktionieren des Binnenmarktes verbessern soll (vgl. in diesem Sinne Urteile vom 20. Mai 2003 in den Rechtssachen C-465/00, C-138/01 und C-139/01, Österreichischer Rundfunk u. a., Slg. 2003, I-4989, Randnrn. 41 und 42, sowie vom 6. November 2003 in der Rechtssache C-101/01, Lindqvist, Slg. 2003, I-12971, Randnrn. 40 und 41).

81 Somit sollen die Artikel 3 und 4 der Richtlinie, wie in Randnummer 78 des vorliegenden Urteils festgestellt, die Bedingungen für das Funktionieren des Binnenmarktes verbessern.

82 Die Grenzen des Anwendungsbereichs des in den Artikeln 3 und 4 der Richtlinie aufgestellten Verbots sind auch keineswegs zufallsabhängig und ungewiss.

83 Hierzu ist darauf hinzuweisen, dass die deutsche Fassung der Richtlinie als einzige bei der Festlegung des Anwendungsbereichs des in Artikel 3 der Richtlinie vorgesehenen Verbots in der Überschrift dieses Artikels den Begriff „Druckerzeugnisse" verwendet, während die anderen Sprachfassungen den Ausdruck „gedruckte Veröffentlichungen" verwenden, was den Willen des Gemeinschaftsgesetzgebers zeigt, nicht jede Art von Veröffentlichung unter dieses Verbot fallen zu lassen.

84 Außerdem erfasst der Ausdruck „gedruckte Veröffentlichungen" in Artikel 3 Absatz 1 der Richtlinie entgegen dem Vorbringen der Klägerin, wonach er weit auszulegen sei und Mitteilungsblätter lokaler Vereine, Programmhefte kultureller Veranstaltungen, Plakate, Telefonbücher sowie Hand- und Werbezettel umfasse, nur Veröffentlichungen wie Zeitungen, Zeitschriften und Magazine.

85 Diese Auslegung wird von der vierten Begründungserwägung der Richtlinie untermauert, in der es heißt, dass infolge der Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten, die die Tabakwerbung in Veröffentlichungen wie Zeitschriften, Zeitungen und Magazinen regeln oder verbieten, eine beträchtliche Gefahr von Hemmnissen für den freien Verkehr dieser Waren im Binnenmarkt besteht.

86 Um für alle diese Medien den freien Verkehr im Binnenmarkt zu gewährleisten, muss nach dieser Begründungserwägung die darin enthaltene Tabakwerbung auf diejenigen Magazine und Zeitschriften beschränkt werden, die sich nicht an die breite Öffentlichkeit richten.

87 Hinzu kommt, dass das in den Artikeln 3 und 4 der Richtlinie aufgestellte Verbot auf verschiedene Formen der Werbung oder des Sponsorings beschränkt ist und anders als die mit der Richtlinie 98/43 getroffene Regelung kein Verbot mit allgemeiner Geltung darstellt.

88 Aus dem Vorstehenden folgt, dass Artikel 95 EG eine geeignete Rechtsgrundlage für die Artikel 3 und 4 der Richtlinie darstellt.

89 Der erste Klagegrund ist daher als unbegründet zurückzuweisen.

Zum zweiten Klagegrund: Umgehung von Artikel 152 Absatz 4 Buchstabe c EG

Vorbringen der Verfahrensbeteiligten

90 Die Klägerin trägt vor, da die Verbotsbestimmungen der Artikel 3 und 4 der Richtlinie nicht tatsächlich den Zweck verfolgten, die Errichtung und das Funktionieren des Binnenmarktes zu verbessern, habe der Gemeinschaftsgesetzgeber mit dem Erlass der streitigen Vorschriften gegen Artikel 152 Absatz 4 Buchstabe c EG verstoßen, wonach jegliche Harmonisierung der Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten im Gesundheitswesen verboten sei.

91 Das Parlament, der Rat und ihre Streithelfer tragen unter Hinweis auf die Rechtsprechung des Gerichtshofes vor, da die Voraussetzungen für die Heranziehung von Artikel 95 EG als Rechtsgrundlage erfüllt seien, stehe das Ziel des Gesundheitsschutzes den in dieser Bestimmung genannten Maßnahmen zur Verbesserung der Bedingungen für die Errichtung und das Funktionieren des Binnenmarktes keineswegs entgegen (vgl. in diesem Sinne Urteil British American Tobacco [Investments] und Imperial Tobacco, Randnrn. 60 und 62).

Würdigung durch den Gerichtshof

92 Wie in Randnummer 39 des vorliegenden Urteils ausgeführt, kann sich nach ständiger Rechtsprechung der Gemeinschaftsgesetzgeber, wenn die Voraussetzungen für die Heranziehung von Artikel 95 EG als Rechtsgrundlage erfüllt sind, auf diese Grundlage stützen, auch wenn dem Gesundheitsschutz bei den zu treffenden Entscheidungen maßgebliche Bedeutung zukommt.

93 Artikel 95 Absatz 3 EG verlangt ausdrücklich, dass bei Harmonisierungen ein hohes Gesundheitsschutzniveau gewährleistet wird.

94 Nach Artikel 152 Absatz 1 Unterabsatz 1 EG ist bei der Festlegung und Durchführung aller Gemeinschaftspolitiken und -maßnahmen ein hohes Gesundheitsschutzniveau sicherzustellen (Urteile British American Tobacco [Investments] und Imperial Tobacco, Randnr. 62, Arnold André, Randnr. 33, Swedish Match, Randnr. 32, und Alliance for Natural Health u. a., Randnr. 31).

95 Zwar schließt Artikel 152 Absatz 4 Buchstabe c EG jede Harmonisierung der Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten zum Schutz und zur Förderung der menschlichen Gesundheit aus, doch folgt aus dieser Bestimmung nicht, dass auf der Grundlage anderer Vertragsbestimmungen erlassene Harmonisierungsmaßnahmen nicht Auswirkungen auf den Schutz der menschlichen Gesundheit haben dürften (vgl. Urteil zur Tabakwerbung, Randnrn. 77 und 78).

96 In Bezug auf das Vorbringen der Klägerin, dass der Schutz der öffentlichen Gesundheit in weitem Umfang die Entscheidungen beeinflusst habe, die der Gemeinschaftsgesetzgeber beim Erlass der Richtlinie und insbesondere in Bezug auf deren Artikel 3 und 4 getroffen habe, genügt die Feststellung, dass im vorliegenden Fall die Voraussetzungen für die Heranziehung von Artikel 95 EG erfüllt waren.

97 Folglich hat der Gemeinschaftsgesetzgeber dadurch, dass er auf der Grundlage von Artikel 95 EG die Artikel 3 und 4 der Richtlinie erlassen hat, nicht gegen Artikel 152 Absatz 4 Buchstabe c EG verstoßen.

98 Der zweite Klagegrund ist daher ebenfalls als unbegründet zurückzuweisen.

Zum dritten Klagegrund: Verstoß gegen die Begründungspflicht

Vorbringen der Verfahrensbeteiligten

99 Die Klägerin macht geltend, die Richtlinie verstoße gegen das in Artikel 253 EG vorgesehene Begründungserfordernis. Das tatsächliche Bestehen von Handelshemmnissen, das nach Ansicht des Gerichtshofes eine Voraussetzung für die Zuständigkeit des Gemeinschaftsgesetzgebers sei, werde in Zusammenhang mit dem in Artikel 4 der Richtlinie aufgestellten Verbot der Rundfunkwerbung nicht erwähnt; Gleiches gelte für das Werbeverbot in den Diensten der Informationsgesellschaft nach Artikel 3 Absatz 2 der Richtlinie. Auch werde in den Begründungserwägungen der Richtlinie bezüglich dieser Dienste das Vorliegen spürbarer Wettbewerbsverzerrungen in keiner Weise erwähnt.

100 Der bloße Hinweis in der ersten Begründungserwägung der Richtlinie auf Unterschiede zwischen den nationalen Rechtsvorschriften reiche für die Begründung einer Zuständigkeit des Gemeinschaftsgesetzgebers nicht aus. Gleiches gelte für die Erwägung, dass die Dienste der Informationsgesellschaft und Rundfunksendungen schon ihrem Wesen nach grenzüberschreitenden Charakter hätten.

101 Zum Werbeverbot in der Presse und anderen gedruckten Veröffentlichungen heiße es zwar in der ersten Begründungserwägung der Richtlinie, dass „bereits einige Hemmnisse aufgetreten" seien, doch fehlten nähere Angaben zu den Regelungen und konkreten Handelshemmnissen, die eine Zuständigkeit des Gemeinschaftsgesetzgebers nach Artikel 95 EG rechtfertigen könnten.

102 Der besondere Umstand schließlich, dass die von den Artikeln 3 und 4 der Richtlinie erfassten Waren und Dienstleistungen nur in marginalem Umfang grenzüberschreitende Wirkung hätten, hätte auch eine Abwägung verlangt, ob die Aus-

dehnung der Werbeverbote auf nicht grenzüberschreitende Sachverhalte im Sinne von Artikel 14 EG für das Funktionieren des Binnenmarktes erforderlich sei. Eine derartige Abwägung sei jedoch nicht vorgenommen worden.

103 Das Parlament, der Rat und ihre Streithelfer tragen vor, der Gemeinschaftsgesetzgeber habe die Gründe, die ihn veranlasst hätten, die Richtlinie zu erlassen, namentlich in der ersten, der zweiten und der vierten bis sechsten Begründungserwägung der Richtlinie klar dargelegt, und die Begründungspflicht bedeute nicht, dass sämtliche tatsächlich oder rechtlich erheblichen Gesichtspunkte genannt werden müssten (vgl. in diesem Sinne Urteile vom 30. November 1978 in der Rechtssache 87/78, Welding, Slg. 1978, 2457, Randnr. 11, und British American Tobacco [Investments] und Imperial Tobacco, Randnr. 165).

104 Das in Artikel 3 Absatz 1 der Richtlinie vorgesehene Verbot der Werbung für Tabakerzeugnisse in gedruckten Veröffentlichungen sei in der ersten und der vierten Begründungserwägung der Richtlinie mit Handelshemmnissen begründet worden, von denen zu befürchten sei, dass sie noch zunähmen.

105 Die Begründung für das Werbeverbot in den Diensten der Informationsgesellschaft sei der sechsten Begründungserwägung der Richtlinie zu entnehmen.

106 Hinsichtlich des Werbeverbots im Rundfunk gebe es eine Parallele zur Richtlinie 89/552, nach deren Artikeln 13 und 17 Absatz 2 jede Form der Fernsehwerbung für Tabakerzeugnisse und jegliches Sponsoring von Fernsehprogrammen durch Tätigkeiten in Zusammenhang mit Tabak untersagt seien.

Würdigung durch den Gerichtshof

107 Die nach Artikel 253 EG vorgeschriebene Begründung muss zwar die Überlegungen der Gemeinschaftsbehörde, die den fraglichen Rechtsakt erlassen hat, so klar und eindeutig zum Ausdruck bringen, dass die Betroffenen ihr die Gründe für die getroffene Maßnahme entnehmen können und der Gerichtshof seine Kontrolle ausüben kann; sie braucht jedoch nicht sämtliche rechtlich oder tatsächlich erheblichen Gesichtspunkte zu enthalten (Urteile vom 29. Februar 1996 in der Rechtssache C-122/94, Kommission/Rat, Slg. 1996, I-881, Randnr. 29, British American Tobacco [Investments] und Imperial Tobacco, Randnr. 165, Arnold André, Randnr. 61, Swedish Match, Randnr. 63, und Alliance for Natural Health u. a., Randnr. 133).

108 Ob die Begründungspflicht gewahrt ist, ist nicht nur im Hinblick auf den Wortlaut des Rechtsakts zu beurteilen, sondern auch anhand seines Kontextes sowie sämtlicher Rechtsvorschriften, die das betreffende Gebiet regeln. Lässt sich dem angegriffenen Rechtsakt der von dem betreffenden Gemeinschaftsorgan insgesamt verfolgte Zweck entnehmen, ist es unnötig, eine besondere Begründung für jede der fachlichen Entscheidungen zu verlangen, die das Organ getroffen hat (Urteile vom 5. Juli 2001 in der Rechtssache C-100/99, Italien/Rat und Kommission, Slg. 2001, I-5217, Randnr. 64, British American Tobacco [Investments] und Imperial Tobacco, Randnr. 166, Arnold André, Randnr. 62, Swedish Match, Randnr. 64, und Alliance for Natural Health u. a., Randnr. 134).

109 Im vorliegenden Fall geht aus der ersten bis dritten und der zwölften Begründungserwägung der Richtlinie klar hervor, dass die mit der Richtlinie erlassenen Maßnahmen des Verbots der Werbung und des Sponsorings zugunsten von Tabakerzeugnissen darauf abzielen, die Hemmnisse für den freien Verkehr von Waren oder Dienstleistungen, die sich aus den auf diesem Gebiet zwischen den nationalen Regelungen der Mitgliedstaaten bestehenden Unterschieden ergeben, zu beseitigen und zugleich ein hohes Gesundheitsschutzniveau zu sichern.

110 Außerdem ist festzustellen, dass die Gründe für den Erlass solcher Verbotsmaßnahmen für jede einzelne der in den Artikeln 3 und 4 der Richtlinie genannten Formen der Werbung und des Sponsorings präzisiert werden.

111 Erstens weist die vierte Begründungserwägung der Richtlinie zum Verbot der Werbung in gedruckten Veröffentlichungen und in bestimmten Veröffentlichungen darauf hin, dass infolge der Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten eine beträchtliche Gefahr von Hemmnissen für den freien Verkehr dieser Waren im Binnenmarkt besteht und dass, wenn für alle diese Medien der freie Verkehr im Binnenmarkt gewährleistet werden soll, die darin enthaltene Tabakwerbung auf diejenigen Magazine und Zeitschriften beschränkt werden muss, die sich nicht an die breite Öffentlichkeit richten, wie z. B. Veröffentlichungen, die ausschließlich für im Tabakhandel tätige Personen bestimmt sind, sowie auf Veröffentlichungen, die in Drittländern gedruckt und herausgegeben werden und nicht hauptsächlich für den Gemeinschaftsmarkt bestimmt sind.

112 Zweitens verweist die sechste Begründungserwägung der Richtlinie in Bezug auf die Rundfunkwerbung und die Werbung über Dienste der Informationsgesellschaft darauf, dass diese Dienste von jungen Verbrauchern gern und häufig genutzt werden und ihre Inanspruchnahme in Korrelation zum Einsatz dieser Medien zunimmt.

113 Drittens stellt die fünfte Begründungserwägung der Richtlinie zum Verbot einzelner Sponsoringarten wie Rundfunkprogrammen und Aktivitäten oder Veranstaltungen mit grenzüberschreitender Wirkung klar, dass das betreffende Verbot die mögliche Umgehung der Einschränkungen für direkte Werbung verhindern soll.

114 Diese Begründungserwägungen stellen den Kern des vom Gemeinschaftsgesetzgeber verfolgten Zieles heraus, nämlich die Verbesserung der Errichtung und des

Funktionierens des Binnenmarktes durch Beseitigung der Hemmnisse für den freien Verkehr der Waren oder Dienstleistungen, die als Träger der Werbung oder des Sponsorings zugunsten von Tabakerzeugnissen dienen.

115 Zudem ist darauf hinzuweisen, dass die Richtlinie nach Nichtigerklärung der Richtlinie 98/43 auf der Grundlage eines Vorschlags der Kommission erlassen wurde, der mit einer Begründung versehen ist, die einen erschöpfenden Überblick über die Unterschiede zwischen den nationalen Regelungen gibt, die in den Mitgliedstaaten auf dem Gebiet der Werbung oder des Sponsorings zugunsten von Tabakerzeugnissen gelten.

116 Daraus folgt, dass die Artikel 3 und 4 der Richtlinie der Begründungspflicht aus Artikel 253 EG genügen.

117 Der dritte Klagegrund ist daher als unbegründet zurückzuweisen.

Zum vierten Klagegrund: Verstoß gegen das Mitentscheidungsverfahren

Vorbringen der Verfahrensbeteiligten

118 Die Klägerin trägt vor, die Richtlinie sei unter Verstoß gegen das in Artikel 251 EG festgelegte Mitentscheidungsverfahren erlassen worden. Der Rat habe, nachdem das Parlament im Plenum über den Richtlinienentwurf abgestimmt habe, inhaltliche Änderungen vorgenommen.

119 Bei diesen Änderungen handele es sich nicht um eine bloße sprachlich-redaktionelle Anpassung der verschiedenen Sprachfassungen oder um die Korrektur offenkundiger Fehler. Artikel 10 Absatz 2 der Richtlinie sei in den Richtlinientext nach dessen Verabschiedung eingefügt worden, und Artikel 11 sei gegenüber der vom Parlament gebilligten Fassung wesentlich verändert worden, indem der Tag des Inkrafttretens der Richtlinie vorverlegt worden sei. Auch Artikel 3 der Richtlinie sei geändert worden und lasse zumindest in der deutschen Fassung mit dem Begriff „andere gedruckte Veröffentlichungen" eine weitere Auslegung zu, die den Anwendungsbereich der Richtlinie erweitere.

120 Das Parlament, der Rat und ihre Streithelfer machen geltend, im Rahmen des Mitentscheidungsverfahrens würden die Rechtsakte nicht einseitig vom Rat erlassen, sondern gemäß Artikel 254 EG gemeinsam vom Präsidenten des Parlaments und vom Präsidenten des Rates unterzeichnet, die mit ihren Unterschriften bekundeten, dass die Richtlinie dem Kommissionsvorschlag mit den vom Parlament angenommenen Änderungen entspreche.

121 Die strikte Identität des vom Parlament gebilligten und des im Mitentscheidungsverfahren angenommenen Rechtstextes sei mit den Erfordernissen redaktioneller Qualität bei einer großen Zahl von Amtssprachen nicht vereinbar.

122 Die an der Richtlinie vorgenommenen Korrekturen überschritten nicht die Grenze einer sprachjuristischen Überarbeitung; dies gelte sowohl für Artikel 3 Absatz 1, der die Presse und gedruckte Veröffentlichungen betreffe, als auch für Artikel 10 Absatz 2 der Richtlinie, wonach die Mitgliedstaaten der Kommission die wichtigsten innerstaatlichen Rechtsvorschriften mitzuteilen hätten, die sie auf dem unter die Richtlinie fallenden Gebiet erließen.

123 Die Änderung in Artikel 11 der Richtlinie, die deren Inkrafttreten betreffe, sei gemäß den Mustern und Hinweisen für Rechtsakte des Rates durchgeführt worden, die

vorsähen, dass für das Inkrafttreten von Richtlinien auf den Tag ihrer Veröffentlichung abgestellt werde, um die Zahl der Bezugsdaten möglichst gering zu halten.

Würdigung durch den Gerichtshof

124 Mit der vorliegenden Klage beabsichtigt die Klägerin nur, die Gültigkeit der Artikel 3 und 4 der Richtlinie in Frage zu stellen.

125 Daher geht der Klagegrund, mit dem ein Verstoß gegen das Mitentscheidungsverfahren des Artikels 251 EG in Bezug auf den Erlass der Artikel 10 und 11 der Richtlinie in ihrer endgültigen Fassung geltend gemacht wird, im Hinblick auf die Beurteilung der Gültigkeit der Artikel 3 und 4 der Richtlinie ins Leere.

126 Jedenfalls sind die Änderungen, die an den Artikeln 10 und 11 der Richtlinie vorgenommen wurden, berichtigt worden, was im Übrigen nicht bestritten wird, und diese Berichtigung ist gemäß Artikel 254 EG vom Präsidenten des Parlaments und vom Präsidenten des Rates unterzeichnet und sodann im *Amtsblatt der Europäischen Union* veröffentlicht worden.

127 Zu den Änderungen in Artikel 3 der Richtlinie ist festzustellen, dass, wie der Generalanwalt in Nummer 197 seiner Schlussanträge zutreffend ausgeführt hat, nicht ersichtlich ist, dass sie die Grenzen für die Harmonisierung der verschiedenen Sprachfassungen eines Rechtsakts der Gemeinschaft überschritten hätten.

128 Der vierte Klagegrund ist daher zurückzuweisen.

Zum fünften Klagegrund: Verstoß gegen den Grundsatz der Verhältnismäßigkeit

Vorbringen der Verfahrensbeteiligten

129 Die Klägerin trägt vor, die in den Artikeln 3 und 4 der Richtlinie aufgestellten Verbote verstießen gegen den in Artikel 5 Absatz 3 EG niedergelegten Grundsatz der Verhältnismäßigkeit.

130 Diese äußerst weit formulierten Verbote bezögen sich nahezu ausschließlich auf lokale oder regionale Sachverhalte und griffen tief in die vom Gemeinschaftsgesetzgeber geschützten Grundrechte der betroffenen Wirtschaftskreise ein.

131 Gleiches gelte für die Presse- und Meinungsfreiheit, die nach der Rechtsprechung des Gerichtshofes zu Artikel 10 der am 4. November 1950 in Rom unterzeichneten Europäischen Konvention zum Schutze der Menschenrechte und Grundfreiheiten (EMRK) auch im Hinblick auf die Finanzierung von Presseerzeugnissen durch Anzeigenerlöse und eine ungestörte kommerzielle Kommunikation geschützt sei.

132 Die außerordentlich allgemeine Formulierung der Werbeverbote in den Artikeln 3 und 4 der Richtlinie sowie die Definition des Begriffes „Werbung" liefen darauf hinaus, dass auch jede indirekte Wirkung jeder Form kommerzieller Kommunikation auf den Absatz von Tabakerzeugnissen von dem Werbeverbot erfasst werde und dass selbst redaktionelle Beiträge von Journalisten über bestimmte mit der Herstellung oder dem Vertrieb von Tabakerzeugnissen zusammenhängende Sachverhalte unter dieses Verbot fallen könnten.

133 Die damit verbundene Beeinträchtigung der Pressefreiheit wiege umso schwerer, als die Presseorgane 50 % bis 60 % ihrer Einnahmen nicht durch den Verkauf ihrer Produkte, sondern durch Erlöse aus der Werbung erzielten und weil sich die Medien in Europa derzeit in einer tiefgreifenden strukturellen und konjunkturellen Krise befänden.

134 Außerdem ergebe sich die mangelnde gesetzgeberische Eignung der in den Artikeln 3 und 4 der Richtlinie vorgesehenen Werbeverbote bereits daraus, dass der marginale Umfang der Fälle, in denen die betroffenen Waren oder Dienstleistungen überhaupt einen grenzüberschreitenden Charakter hätten, in einem extremen Missverhältnis zu den rein lokalen oder regionalen Sachverhalten stehe, die zu über 99 % keinerlei grenzüberschreitende Wirkung entfalteten.

135 Daraus folge, dass die Ausdehnung der Werbeverbote auf rein nationale Sachverhalte im Hinblick auf das angebliche Ziel einer Harmonisierung des Binnenmarkts unverhältnismäßig sei.

136 Jedenfalls sei diese Maßnahme weder erforderlich noch geeignet. Die Richtlinie selbst biete in Artikel 3 Absatz 1 eine geeignete Lösung, denn aus Drittländern stammende Presseerzeugnisse unterlägen nicht diesem Werbeverbot, sofern sie nicht hauptsächlich für den Gemeinschaftsmarkt bestimmt seien. Es fehle jede nachvollziehbare Begründung dafür, weshalb dies nicht auch für Presseerzeugnisse der Gemeinschaft genügt hätte.

137 Ebenso fehle jede Begründung für die Ablehnung der von der Klägerin vorgeschlagenen alternativen Lösung, die Werbeverbote auf Tätigkeiten und Dienste mit grenzüberschreitender Wirkung zu beschränken. Diese Lösung sei im Übrigen in Artikel 5 der Richtlinie in Bezug auf Sponsoringaktivitäten vorgesehen.

138 Die angefochtenen Bestimmungen der Artikel 3 und 4 der Richtlinie erschienen bei einer Abwägung des vom Gemeinschaftsgesetzgeber verfolgten Zieles mit den Grundrechtseingriffen als unangemessen. Der Gemeinschaftsgesetzgeber hätte nur als ultima ratio derart weit reichende Maßnahmen wie das völlige Verbot der Werbung für Tabakerzeugnisse in der Presse ergreifen dürfen.

139 Das Parlament, der Rat und ihre Streithelfer tragen vor, es habe für den Gemeinschaftsgesetzgeber kein milderes Mittel als eine Richtlinie, in der die Tabakwerbung in sämtlichen gedruckten Veröffentlichungen und im Rundfunk verboten werde, gegeben, um das Ziel der Harmonisierung des Binnenmarktes zu erreichen.

140 Der Gemeinschaftsgesetzgeber habe kein vollständiges Verbot der Werbung für Tabakerzeugnisse angeordnet. Die Werbung für Tabakerzeugnisse sei nicht verboten worden in Veröffentlichungen, die für im Tabakhandel tätige Personen bestimmt seien, sowie in Veröffentlichungen, die in Drittländern gedruckt und herausgegeben würden, sofern diese Veröffentlichungen nicht hauptsächlich für den Gemeinschaftsmarkt bestimmt seien. Auch in Diensten der Informationsgesellschaft sei diese Werbung nicht verboten, wenn sie in der Presse und in sonstigen gedruckten Veröffentlichungen nicht verboten sei. Entgegen dem Vorbringen der Klägerin erfasse der Begriff „gedruckte Veröffentlichungen" nur Zeitungen, Magazine und Zeitschriften.

141 In Bezug auf die von der Klägerin geltend gemachte Verletzung der Grundrechte der Presse- und Meinungsfreiheit sei zu beachten, dass das Grundrecht auf freie Meinungsäußerung gemäß Artikel 10 Absatz 2 EMRK durch Gesetz bestimmten in einer demokratischen Gesellschaft im Interesse des Schutzes der Gesundheit oder der Moral notwendigen Einschränkungen oder Sanktionen unterworfen werden könne. Im vorliegenden Fall betreffe das Verbot, wie sich aus der Definition von „Werbung" in Artikel 2 Buchstabe b der Richtlinie ergebe, „jede Art kommerzieller Kommunikation mit dem Ziel oder der direkten oder indirekten Wirkung, den Verkauf eines Tabakerzeugnisses zu fördern". Demzufolge hätten die Artikel 3 und 4 der Richtlinie keinen Einfluss auf redaktionelle Beiträge von Journalisten.

142 Der Gerichtshof habe bereits entschieden, dass der „Entscheidungsspielraum, über den die zuständigen Stellen bei der Abwägung zwischen der Freiheit der Meinungsäußerung und den oben genannten Zielen verfügen, ... je nach dem Ziel, das eine Beschränkung dieses Rechts rechtfertigt, und je nach der Art der Tätigkeit, um die es geht, unterschiedlich [ist]. Trägt die Ausübung der Meinungsfreiheit nichts zu einer Debatte von allgemeinem Interesse bei ..., beschränkt sich die Kontrolle auf die Prüfung, ob der Eingriff in einem angemessenen Verhältnis zu den verfolgten Zielen steht. Dies gilt namentlich für den Gebrauch der Meinungsfreiheit im Geschäftsverkehr, besonders in einem Bereich, der so komplex und wandelbar ist wie die Werbung" (Urteil vom 25. März 2004 in der Rechtssache C-71/02, Karner, Slg. 2004, I-3025, Randnr. 51).

143 Der Gemeinschaftsgesetzgeber habe sein weites Ermessen in einem Bereich wie dem hier in Rede stehenden, in dem von ihm politische, wirtschaftliche und soziale Entscheidungen verlangt würden und in dem er komplexe Prüfungen durchführen müsse, nicht überschritten, und die in den Artikeln 3 und 4 der Richtlinie vorgesehenen Verbotsmaßnahmen seien erforderlich und geeignet, um das Ziel einer Harmonisierung des Binnenmarktes auf einem hohen Gesundheitsschutzniveau zu erreichen.

Würdigung durch den Gerichtshof

144 Der Grundsatz der Verhältnismäßigkeit, der zu den allgemeinen Grundsätzen des Gemeinschaftsrechts gehört, verlangt, dass die von einer Gemeinschaftsbestimmung eingesetzten Mittel zur Erreichung des angestrebten Zieles geeignet sind und nicht über das dazu Erforderliche hinausgehen (vgl. u. a. Urteile vom 18. November 1987 in der Rechtssache 137/85, Maizena u. a., Slg. 1987, 4587, Randnr. 15, vom 7. Dezember 1993 in der Rechtssache C-339/92, ADM Ölmühlen, Slg. 1993, I-6473, Randnr. 15, und vom 11. Juli 2002 in der Rechtssache C-210/00, Käserei Champignon Hofmeister, Slg. 2002, I-6453, Randnr. 59).

145 Bei der gerichtlichen Nachprüfung der in vorstehender Randnummer genannten Voraussetzungen ist dem Gemeinschaftsgesetzgeber ein weites Ermessen in einem

Bereich wie dem in Rede stehenden zuzuerkennen, in dem von ihm politische, wirtschaftliche und soziale Entscheidungen verlangt werden und in dem er komplexe Beurteilungen vorzunehmen hat. Eine in diesem Bereich erlassene Maßnahme kann nur dann rechtswidrig sein, wenn sie zur Erreichung des von den zuständigen Organen verfolgten Zieles offensichtlich ungeeignet ist (vgl. in diesem Sinne Urteile vom 12. November 1996 in der Rechtssache C-84/94, Vereinigtes Königreich/Rat, Slg.1996, I-5755, Randnr. 58, vom 13. Mai 1997 in der Rechtssache C-233/94, Deutschland/Parlament und Rat, Slg. 1997, I-2405, Randnrn. 55 und 56, vom 5. Mai 1998 in der Rechtssache C-157/96, National Farmers' Union u. a., Slg. 1998, I-2211, Randnr. 61, und British American Tobacco [Investments] und Imperial Tobacco, Randnr. 123).

146 Im vorliegenden Fall ergibt sich in Bezug auf die Artikel 3 und 4 der Richtlinie aus der Prüfung in den Randnummern 72 bis 80 des vorliegenden Urteils, dass diese Vorschriften als Maßnahmen angesehen werden können, die zur Erreichung des mit ihnen angestrebten Zieles geeignet sind.

147 Außerdem gehen sie in Anbetracht der Verpflichtung des Gemeinschaftsgesetzgebers, ein hohes Gesundheitsschutzniveau zu gewährleisten, nicht über das zur Erreichung dieses Zieles erforderliche Maß hinaus.

148 Denn von dem in Artikel 3 der Richtlinie vorgesehenen Verbot der Werbung für Tabakerzeugnisse in gedruckten Veröffentlichungen sind diejenigen Veröffentlichungen nicht erfasst, die für im Tabakhandel tätige Personen bestimmt sind oder die in Drittländern herausgegeben werden und nicht hauptsächlich für den Gemeinschaftsmarkt bestimmt sind.

149 Zudem war es dem Gemeinschaftsgesetzgeber entgegen dem Vorbringen der Klägerin nicht möglich, als weniger beschränkende Maßnahme ein Werbeverbot zu erlassen, von dem die für einen lokalen oder regionalen Markt bestimmten Veröffentlichungen ausgenommen wären, da eine solche Ausnahme dazu geführt hätte, dass das Verbot der Werbung für Tabakerzeugnisse einen ungewissen und zufallsabhängigen Anwendungsbereich erhalten hätte, was verhindert hätte, dass die Richtlinie ihr Ziel einer Harmonisierung der nationalen Rechtsvorschriften über die Werbung für Tabakerzeugnisse erreicht (vgl. in diesem Sinne Urteil Lindqvist, Randnr. 41).

150 Gleiches gilt für das in den Artikeln 3 Absatz 2 und 4 Absatz 1 der Richtlinie vorgesehene Verbot der Werbung für Tabakerzeugnisse in den Diensten der Informationsgesellschaft und im Rundfunk.

151 Das Verbot der Werbung für Tabakerzeugnisse in diesen Medien kann nämlich ebenso wie die in Artikel 13 der Richtlinie 89/552 vorgesehene Verbotsmaßnahme nicht als unverhältnismäßig angesehen werden; zudem kann es mit dem Bestreben gerechtfertigt werden, zu verhindern, dass das für gedruckte Veröffentlichungen geltende Verbot aufgrund der Medienkonvergenz durch einen verstärkten Einsatz dieser beiden Medien umgangen wird.

152 In Bezug auf das Verbot des Sponsorings von Rundfunkprogrammen in Artikel 4 Absatz 2 der Richtlinie ergibt sich aus den Begründungserwägungen der Richtlinie und insbesondere aus deren fünfter Begründungserwägung nicht, dass der Gemeinschaftsgesetzgeber die Grenzen des ihm auf diesem Gebiet zustehenden Ermessens dadurch überschritten hätte, dass er diese Maßnahme wie in Artikel 17 Absatz 2 der Richtlinie 89/552 nicht auf Aktivitäten oder Veranstaltungen mit grenzüberschreitender Wirkung beschränkt hat.

153 Diese Auslegung wird durch die Auffassung der Klägerin nicht in Frage gestellt, dass solche Verbotsmaßnahmen dazu führten, den Presseunternehmen beträchtliche Werbeerlöse zu entziehen, sogar zur Schließung von Unternehmen beitrügen und am Ende in die durch Artikel 10 EMRK garantierte Freiheit der Meinungsäußerung eingriffen.

154 Nach ständiger Rechtsprechung ist die Freiheit der Meinungsäußerung zwar in Artikel 10 EMRK ausdrücklich anerkannt und bildet eine wesentliche Grundlage einer demokratischen Gesellschaft; sie kann jedoch, wie sich aus Artikel 10 Absatz 2 ergibt, bestimmten durch Ziele des Allgemeininteresses gerechtfertigten Beschränkungen unterworfen werden, sofern diese Ausnahmen gesetzlich vorgesehen sind,

einem oder mehreren nach Artikel 10 legitimen Zielen entsprechen und in einer demokratischen Gesellschaft notwendig sind, d. h. durch ein dringendes gesellschaftliches Bedürfnis gerechtfertigt sind und insbesondere in einem angemessenen Verhältnis zu dem verfolgten legitimen Ziel stehen (vgl. in diesem Sinne Urteile vom 26. Juni 1997 in der Rechtssache C-368/95, Familiapress, Slg. 1997, I-3689, Randnr. 26, vom 11. Juli 2002 in der Rechtssache C-60/00, Carpenter, Slg. 2002, I-6279, Randnr. 42, vom 12. Juni 2003 in der Rechtssache C-112/00, Schmidberger, Slg. 2003, I-5659, Randnr. 79, und Karner, Randnr. 50).

155 Ebenso ist, worauf das Parlament, der Rat und ihre Streithelfer zutreffend hingewiesen haben, der Entscheidungsspielraum, über den die zuständigen Stellen bei der Abwägung zwischen der Freiheit der Meinungsäußerung und den in Artikel 10 Absatz 2 EMRK genannten Zielen des Allgemeininteresses verfügen, je nach dem Ziel, das eine Beschränkung dieses Rechts rechtfertigt, und je nach der Art der Tätigkeit, um die es geht, unterschiedlich. Besteht ein gewisser Entscheidungsspielraum, so beschränkt sich die Kontrolle auf die Prüfung, ob der Eingriff in einem angemessenen Verhältnis zu den verfolgten Zielen steht. Dies gilt namentlich für den Gebrauch der Freiheit der Meinungsäußerung im Geschäftsverkehr, in einem Bereich, der so komplex und wandelbar ist wie die Werbung (vgl. insbesondere Urteil Karner, Randnr. 51).

156 Selbst wenn im vorliegenden Fall die in den Artikeln 3 und 4 der Richtlinie vorgesehenen Maßnahmen des Verbots der Werbung und des Sponsorings zur Folge hätten, dass die Freiheit der Meinungsäußerung indirekt geschwächt werden sollte, bleibt die Freiheit der journalistischen Meinungsäußerung als solche unberührt und redaktionelle Beiträge der Journalisten wären folglich nicht betroffen.

157 Daher ist festzustellen, dass der Gemeinschaftsgesetzgeber mit dem Erlass dieser Maßnahmen nicht die Grenzen des ihm ausdrücklich eingeräumten Ermessens überschritten hat.

158 Folglich können die in Rede stehenden Verbotsmaßnahmen nicht als unverhältnismäßig angesehen werden.

159 Der fünfte Klagegrund ist daher als unbegründet zurückzuweisen.

160 Da keiner der Klagegründe begründet ist, ist die Klage abzuweisen.

Kosten

161 Nach Artikel 69 § 2 der Verfahrensordnung ist die unterliegende Partei auf Antrag zur Tragung der Kosten zu verurteilen. Da das Parlament und der Rat die Verurteilung der Bundesrepublik Deutschland beantragt haben und diese mit ihrem Vorbringen unterlegen ist, sind ihr die Kosten aufzuerlegen. Nach Artikel 69 § 4 der Verfahrensordnung tragen die Mitgliedstaaten und die Organe, die dem Rechtsstreit als Streithelfer beigetreten sind, ihre eigenen Kosten.

Aus diesen Gründen hat der Gerichtshof (Große Kammer) für Recht erkannt und entschieden:

1. **Die Klage wird abgewiesen.**

2. **Die Bundesrepublik Deutschland trägt die Kosten.**

3. **Das Königreich Spanien, die Französische Republik, die Republik Finnland und die Kommission der Europäischen Gemeinschaften tragen ihre eigenen Kosten.**

Unterschriften