URTEIL DES GERICHTSHOFES
4. November 1997 *

In der Rechtssache C-337/95

betreffend ein dem Gerichtshof nach Artikel 177 EG-Vertrag vom Hoge Raad der Nederlanden in dem bei diesem anhängigen Rechtsstreit

Parfums Christian Dior SA und Parfums Christian Dior BV

gegen

Evora BV

vorgelegtes Ersuchen um Vorabentscheidung über die Auslegung der Artikel 30, 36 und 177 Absatz 3 EG-Vertrag sowie der Artikel 5 und 7 der Ersten Richtlinie 89/104/EWG des Rates vom 21. Dezember 1988 zur Angleichung der Rechtsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Marken (ABl. 1989, L 40, S. 1)

erläßt

DER GERICHTSHOF

unter Mitwirkung des Präsidenten G. C. Rodríguez Iglesias, der Kammerpräsidenten C. Gulmann (Berichterstatter), H. Ragnemalm und R. Schintgen sowie der Richter G. F. Mancini, J. C. Moitinho de Almeida, P. J. G. Kapteyn, J. L. Murray, D. A. O. Edward, J.-P. Puissochet, G. Hirsch, P. Jann und L. Sevón,

* Verfahrenssprache: Niederländisch.

Generalanwalt: F. G. Jacobs
Kanzler: H. von Holstein, Hilfskanzler

unter Berücksichtigung der schriftlichen Erklärungen

— der Parfums Christian Dior SA und Parfums Christian Dior BV, vertreten durch Rechtsanwälte C. Gielen, Amsterdam, und H. van der Woude, Brüssel,

— der Evora BV, vertreten durch Rechtsanwälte D. W. F. Verkade, O. W. Brouwer, Amsterdam, und P. Wytinck, Brüssel,

— der französischen Regierung, vertreten durch C. de Salins, Abteilungsleiterin in der Direktion für Rechtsfragen des Ministeriums für Auswärtige Angelegenheiten, und durch P. Martinet, Sekretär für Auswärtige Angelegenheiten in diesem Ministerium, als Bevollmächtigte,

— der italienischen Regierung, vertreten durch U. Leanza, Leiter des Servizio del contenzioso diplomatico des Außenministeriums, als Bevollmächtigten, Beistand: Avvocato dello Stato O. Fiumara,

— der Regierung des Vereinigten Königreichs, vertreten durch L. Nicoll, Treasury Solicitor's Department, als Bevollmächtigte, Beistand: Barrister M. Silverleaf,

— der Kommission der Europäischen Gemeinschaften, vertreten durch B. J. Drijber, Juristischer Dienst, als Bevollmächtigten,

aufgrund des Sitzungsberichts,

nach Anhörung der mündlichen Ausführungen der Parfums Christian Dior SA und Parfums Christian Dior BV, vertreten durch Rechtsanwälte C. Gielen und H. van der Woude, der Evora BV, vertreten durch Rechtsanwälte O. W. Brouwer, L. de Gryse, Brüssel, und P. Wytinck, der französischen Regierung, vertreten durch P. Martinet, und der Kommission, vertreten durch B. J. Drijber, in der Sitzung vom 5. Februar 1997,

nach Anhörung der Schlußanträge des Generalanwalts in der Sitzung vom 29. April 1997,

folgendes

Urteil

1 Der Hoge Raad der Nederlanden hat mit Urteil vom 20. Oktober 1995, beim Gerichtshof eingegangen am 26. Oktober 1995, gemäß Artikel 177 EG-Vertrag sechs Fragen nach der Auslegung der Artikel 30, 36 und 177 Absatz 3 EG-Vertrag sowie der Artikel 5 und 7 der Ersten Richtlinie 89/104/EWG des Rates vom 21. Dezember 1988 zur Angleichung der Rechtsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Marken (ABl. 1989, L 40, S. 1; im folgenden: Richtlinie) zur Vorabentscheidung vorgelegt.

2 Diese Fragen stellen sich in einem Rechtsstreit zwischen der Gesellschaft französischen Rechts Parfums Christian Dior SA mit Sitz in Paris (im folgenden: Dior Frankreich) sowie der Gesellschaft niederländischen Rechts Parfums Christian Dior BV mit Sitz in Rotterdam (im folgenden: Dior Niederlande) einerseits und der Gesellschaft niederländischen Rechts Evora BV mit Sitz in Renswoude (im folgenden: Evora) andererseits, in dem es um die Werbung der letzteren für die von ihr verkauften Dior-Erzeugnisse geht.

3 Dior Frankreich entwickelt und produziert Parfüme und andere kosmetische Erzeugnisse, die zu relativ hohen Preisen verkauft und dem Markt für Luxuskosmetika zugerechnet werden. Für den Verkauf ihrer Erzeugnisse außerhalb

Frankreichs hat sie Alleinvertreter bestellt, darunter in den Niederlanden Dior Niederlande. Ebenso wie andere Alleinvertreter von Dior Frankreich in Europa macht Dior Niederlande für den Vertrieb von Dior-Erzeugnissen von einem selektiven Vertriebssystem Gebrauch, was bedeutet, daß die Dior-Erzeugnisse nur an ausgewählte Wiederverkäufer verkauft werden, die sich verpflichten müssen, nur an Endabnehmer zu liefern und niemals andere als ebenfalls für den Verkauf von Dior-Erzeugnissen ausgewählte Wiederverkäufer zu beliefern.

4 Dior Frankreich ist im Beneluxgebiet die ausschließliche Rechtsinhaberin für die Bildzeichen Eau sauvage, Poison, Fahrenheit und Dune, u. a. für Parfüme. Diese Bildzeichen bestehen aus Abbildungen der Verpackung, in der die Fläschchen mit den gleichnamigen Parfümen verkauft werden. Dior Frankreich besitzt außerdem das Urheberrecht sowohl für diese Verpackungen als auch für die genannten Fläschchen sowie für die Verpackungen und Fläschchen der Erzeugnisse, die unter dem Namen Svelte vermarktet werden.

5 Evora betreibt unter dem Namen ihrer Tochtergesellschaft Kruidvat eine ausgedehnte Kette von Drogerien. Obwohl die Kruidvat-Läden keine von Dior Niederlande ausgewählten Vertriebshändler sind, vertreiben sie Dior-Erzeugnisse, die Evora durch Parallelimporte erlangt hat. Die Rechtmäßigkeit des Wiederverkaufs dieser Erzeugnisse wird im Ausgangsverfahren nicht bestritten.

6 Im Rahmen einer Weihnachtsaktion im Jahr 1993 bot Kruidvat die Dior-Erzeugnisse Eau sauvage, Poison, Fahrenheit, Dune und Svelte zum Kauf an und bildete dabei in ihren Werbeprospekten die Verpackungen und Fläschchen einiger dieser Erzeugnisse ab. Dem Vorlageurteil zufolge erfolgte die Abbildung der Verpackungen und Fläschchen ausschließlich in unmittelbarem und deutlichem Zusammenhang mit der zum Kauf angebotenen Ware und auf eine für Wiederverkäufer in diesem Handelssektor übliche Weise.

7 Da diese Werbung nach Ansicht von Dior Frankreich und Dior Niederlande (im folgenden: Dior) nicht mit dem Luxus- und Prestigecharakter der Dior-Marken in Einklang stand, leiteten sie vor der Rechtbank Haarlem ein Verfahren

des vorläufigen Rechtsschutzes wegen Verletzung dieser Markenrechte ein und beantragten, die Evora anzuweisen, die Benutzung der Bildzeichen von Dior und jede Veröffentlichung oder Vervielfältigung der Dior-Erzeugnisse in Katalogen, Broschüren, Anzeigen und dergleichen einzustellen und nicht wiederaufzunehmen. Dior machte insbesondere geltend, daß die Benutzung ihrer Marken durch Evora den Vorschriften der damals geltenden Fassung des Einheitlichen Beneluxgesetzes über Warenzeichen zuwiderlaufe und in einer Weise erfolge, daß sie dem Luxus- und Prestigeimage der Marken schaden könne. Außerdem trug Dior vor, die Werbung von Evora verletze ihre Urheberrechte.

8 Der Präsident der Rechtbank gab dem Antrag von Dior statt und wies Evora an, mit sofortiger Wirkung jede Benutzung der Bildzeichen von Dior sowie jede Veröffentlichung und Vervielfältigung der Dior-Erzeugnisse in Katalogen, Broschüren, Anzeigen und dergleichen in einer Weise, die nicht mit der für Dior üblichen Form der Werbung in Einklang steht, einzustellen und nicht wiederaufzunehmen. Evora legte gegen dieses Urteil Berufung beim Gerechtshof Amsterdam ein.

9 Der Gerechtshof hob das angefochtene Urteil auf und lehnte den Erlaß der beantragten Anordnungen ab. Er wies insbesondere das Vorbringen Diors zurück, sie könne sich dem weiteren Vertrieb der Waren gemäß Artikel 7 Absatz 2 der Richtlinie widersetzen, wonach der Markeninhaber sich der Benutzung der Marke bei Waren widersetzen könne, die unter dieser Marke von ihm in den Verkehr gebracht worden seien, wenn berechtigte Gründe dies rechtfertigten, insbesondere wenn der Zustand der Waren nach ihrem Inverkehrbringen verändert oder verschlechtert sei. Der Gerechtshof war der Ansicht, daß sich diese Bestimmung ausschließlich auf die Schädigung des Rufes der Marke durch eine Veränderung des physischen Zustands des betreffenden Markenartikels beziehe.

10 Dior legte gegen diese Entscheidung Kassationsbeschwerde beim Hoge Raad ein. Sie trug insbesondere vor, daß zum „Zustand der Waren" im Sinne von Artikel 7 Absatz 2 der Richtlinie auch der „psychische" Zustand der Ware gehöre, also ihre Wirkung nach außen und das hochwertige Image der Ware sowie die luxuriöse Ausstrahlung, die infolge der vom Markeninhaber im Rahmen der Ausübung seiner Markenrechte gewählten Aufmachung und Werbung von ihr ausgehe.

11 Evora führte insbesondere aus, daß ihre Werbung — die in der für Einzelhändler der betreffenden Branche üblichen Weise erfolge — die ausschließlichen Rechte von Dior nicht beeinträchtige und daß die Vorschriften der Richtlinie sowie die Artikel 30 und 36 des Vertrages es verböten, daß Dior ihre Marken- und Urheberrechte geltend mache, um ihr die Werbung für die von ihr vertriebenen Dior-Erzeugnisse zu untersagen.

12 Daraufhin hat der Hoge Raad dem Benelux-Gerichtshof Fragen nach der Auslegung des Einheitlichen Beneluxgesetzes über Warenzeichen und dem Gerichtshof der Europäischen Gemeinschaften Fragen nach dem Gemeinschaftsrecht zur Vorabentscheidung vorgelegt. In diesem Zusammenhang wirft der Hoge Raad die Frage auf, ob im vorliegenden Fall der Benelux-Gerichtshof oder er selbst als das nationale Gericht anzusehen ist, dessen Entscheidungen nicht mehr mit Rechtsmitteln des innerstaatlichen Rechts angefochten werden können und das deshalb gemäß Artikel 177 Absatz 3 des Vertrages zur Anrufung des Gerichtshofes verpflichtet ist.

13 Der Hoge Raad führt in seinem Vorlageurteil ferner aus, daß die Beneluxländer ihre Rechtsvorschriften zwar bislang ungeachtet des Ablaufs der hierzu vorgesehenen Frist noch nicht der Richtlinie angepaßt hätten, daß die Auslegung der Richtlinie aber dennoch nicht unerheblich sei, da sich nach der Rechtsprechung des Gerichtshofes die Auslegung der nationalen Rechtsvorschriften auch dann, wenn sich ein einzelner auf eine nicht innerhalb der vorgeschriebenen Frist in innerstaatliches Recht umgesetzte Richtlinie berufe, soweit wie möglich am Wortlaut und Zweck der Richtlinie ausrichten müsse (vgl. insbesondere Urteil vom 14. Juli 1994 in der Rechtssache C-91/92, Faccini Dori, Slg. 1994, I-3325). Im übrigen stelle sich für den Fall, daß die betreffenden nationalen Rechtsvorschriften nicht richtlinienkonform ausgelegt werden könnten, die Frage nach der Auslegung der Artikel 30 und 36 des Vertrages.

14 Der Hoge Raad hat daher das Verfahren ausgesetzt und dem Gerichtshof folgende Fragen vorgelegt:

1. Ist, wenn sich in einem markenrechtlichen Verfahren in einem der Beneluxländer im Zusammenhang mit der Auslegung des Einheitlichen Beneluxgesetzes über

Warenzeichen eine Frage nach der Auslegung der Ersten Richtlinie des Rates der Europäischen Gemeinschaften vom 21. Dezember 1988 zur Angleichung der Rechtsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Marken (89/104/EWG) stellt, das höchste nationale Gericht oder der Benelux-Gerichtshof als das einzelstaatliche Gericht anzusehen, dessen Entscheidungen selbst nicht mehr mit Rechtsmitteln des innerstaatlichen Rechts angefochten werden können und das deshalb gemäß Artikel 177 Absatz 3 EG-Vertrag zur Anrufung des Gerichtshofes verpflichtet ist?

2. Steht die Annahme, daß es beim Wiederverkauf von Waren, die unter einer Marke vom Inhaber dieser Marke oder mit seiner Zustimmung in der Gemeinschaft in den Verkehr gebracht worden sind, dem Wiederverkäufer auch freisteht, diese Marke zu benutzen, um dem Publikum diesen weiteren Vertrieb anzukündigen, in Einklang mit der Systematik der genannten Richtlinie und insbesondere mit deren Artikeln 5 bis 7?

3. Falls die zweite Frage bejaht wird, gibt es dann Ausnahmen von diesem Grundsatz?

4. Falls die dritte Frage bejaht wird, ist dann Raum für eine Ausnahme in dem Fall, daß die Werbefunktion der Marke dadurch bedroht wird, daß der Wiederverkäufer durch die Art und Weise, in der er die Marke bei der fraglichen Ankündigung benutzt, den Luxus- und Prestigecharakter dieser Marke beeinträchtigt?

5. Kann von „berechtigten Gründen" im Sinne von Artikel 7 Absatz 2 der Richtlinie gesprochen werden, wenn durch die Art und Weise, in der der Wiederverkäufer für die Waren wirbt, der „psychische Zustand" dieser Waren — d. h. ihre Wirkung nach außen und das hochwertige Image sowie die luxuriöse Ausstrahlung, die die Waren infolge der vom Markeninhaber unter Benutzung seiner Markenrechte gewählten Aufmachung und Werbung haben — verändert oder verschlechtert wird?

6. Verstößt es gegen die Artikel 30 und 36 EG-Vertrag, daß es der Inhaber eines (Bild-)Warenzeichens oder eines Urheberrechts, das sich auf die für seine Waren

verwendeten Flaschen und Verpackungen bezieht, unter Berufung auf dieses Warenzeichenrecht oder dieses Urheberrecht einem Wiederverkäufer, dem der weitere Vertrieb dieser Waren freisteht, unmöglich macht, für diese Waren auf eine für Einzelhändler der betreffenden Branche üblichen Weise zu werben? Gilt dies auch dann, wenn der Wiederverkäufer durch die Art und Weise, in der er die Marke in seinem Werbematerial benutzt, den Luxus- und Prestigecharakter dieser Marke beeinträchtigt oder wenn die Veröffentlichung und die Vervielfältigung unter Umständen erfolgen, durch die der Inhaber des Urheberrechts geschädigt werden kann?

Zur ersten Frage

15 Aus dem Vorlageurteil geht hervor,

— daß der Benelux-Gerichtshof durch einen am 31. März 1965 in Brüssel zwischen dem Königreich Belgien, dem Großherzogtum Luxemburg und dem Königreich der Niederlande geschlossenen Vertrag errichtet wurde und aus Richtern der höchsten Gerichte jedes der drei Länder besteht, und

— daß der Hoge Raad gemäß Artikel 6 Absatz 3 dieses Vertrages in Verbindung mit Artikel 10 des am 19. März 1962 zwischen diesen drei Ländern geschlossenen Benelux-Vertrages über die Warenzeichen grundsätzlich verpflichtet ist, Fragen nach der Auslegung des zum letztgenannten Vertrag gehörenden Einheitlichen Beneluxgesetzes über Warenzeichen dem Benelux-Gerichtshof zur Beantwortung vorzulegen.

16 Artikel 6 des Vertrages über die Errichtung des Benelux-Gerichtshofes lautet wie folgt:

„1. In den nachfolgend aufgeführten Fällen entscheidet der Benelux-Gerichtshof über Fragen nach der Auslegung der gemäß Artikel 1 bezeichneten Rechtsvorschriften, die sich in Rechtsstreitigkeiten stellen, die ... vor einem in den europäischen Hoheitsgebieten eines der drei Länder eingerichteten Gericht ... anhängig sind.

2. Setzt die Entscheidung über einen vor einem nationalen Gericht anhängigen Rechtsstreit die Beantwortung einer Frage nach der Auslegung einer gemäß Artikel 1 bezeichneten Rechtsvorschrift voraus, so kann dieses Gericht, wenn es eine Entscheidung darüber für den Erlaß seines Urteils für erforderlich hält, auch von Amts wegen jede endgültige Entscheidung aussetzen, um dem Benelux-Gerichtshof diese Auslegungsfrage vorzulegen.

3. Unter den in Absatz 2 festgelegten Voraussetzungen ist ein nationales Gericht, dessen Entscheidungen nicht mehr mit Rechtsmitteln des innerstaatlichen Rechts angefochten werden können, zur Anrufung des Benelux-Gerichtshofes verpflichtet ...“

17 Artikel 7 Absatz 2 dieses Vertrages bestimmt ferner:

„Die nationalen Gerichte, die später in diesem Rechtsstreit zu entscheiden haben, sind an die sich aus der Entscheidung des Benelux-Gerichtshofes ergebende Auslegung gebunden.“

18 Im Hinblick auf dieses Rechtssystem möchte das nationale Gericht mit seiner ersten Frage wissen, ob in dem Fall, daß sich in einem der Benelux-Mitgliedstaaten in einem die Auslegung des Einheitlichen Beneluxgesetzes über Warenzeichen betreffenden Verfahren eine Frage nach der Auslegung der Richtlinie stellt, das höchste nationale Gericht oder der Benelux-Gerichtshof als das einzelstaatliche Gericht anzusehen ist, dessen Entscheidungen selbst nicht mehr mit Rechtsmitteln des innerstaatlichen Rechts angefochten werden können und das deshalb gemäß Artikel 177 Absatz 3 EG-Vertrag zur Anrufung des Gerichtshofes verpflichtet ist.

19 Zur Beantwortung dieser Frage ist zunächst zu prüfen, ob ein Gericht wie der Benelux-Gerichtshof berechtigt und gegebenenfalls verpflichtet ist, dem Gerichtshof Fragen zur Vorabentscheidung vorzulegen.

20 Zunächst geht das nationale Gericht bei seiner Frage zutreffend davon aus, daß ein Gericht wie der Benelux-Gerichtshof dem Gerichtshof Fragen zur Vorabentscheidung vorlegen kann.

21 Nichts spricht nämlich dagegen, daß ein mehreren Mitgliedstaaten gemeinsames Gericht dem Gerichtshof ebenso wie die Gerichte der einzelnen Mitgliedstaaten Fragen zur Vorabentscheidung vorlegen kann.

22 Insoweit ist insbesondere zu berücksichtigen, daß der Benelux-Gerichtshof die Aufgabe hat, die einheitliche Anwendung der den drei Beneluxstaaten gemeinsamen Rechtsvorschriften zu gewährleisten, und daß das Verfahren vor ihm ein Zwischenstreit in den vor den nationalen Gerichten anhängigen Verfahren ist, nach dessen Abschluß die endgültige Auslegung der den Beneluxstaaten gemeinsamen Rechtsvorschriften feststeht.

23 Daher entspricht es dem Ziel des Artikels 177, die einheitliche Auslegung des Gemeinschaftsrechts zu gewährleisten, es einem Gericht wie dem Benelux-Gerichtshof zu erlauben, das Verfahren nach Artikel 177 des Vertrages anzuwenden, wenn es im Rahmen der Wahrnehmung seiner Aufgabe Rechtsvorschriften der Gemeinschaft auszulegen hat.

24 Was die Frage angeht, ob ein Gericht wie der Benelux-Gerichtshof zur Anrufung des Gerichtshofes verpflichtet sein kann, so ist gemäß Artikel 177 Absatz 3 des Vertrages ein einzelstaatliches Gericht, dessen Entscheidungen selbst nicht mehr mit Rechtsmitteln des innerstaatlichen Rechts angefochten werden können, zur Anrufung des Gerichtshofes verpflichtet, wenn sich in einem bei ihm anhängigen Verfahren eine Vorabentscheidungsfrage stellt.

25 Nach der Rechtsprechung des Gerichtshofes fügt sich diese Vorlagepflicht in den Rahmen der Zusammenarbeit zwischen den innerstaatlichen Gerichten als den mit der Anwendung des Gemeinschaftsrechts betrauten Gerichten und dem Gerichtshof ein, durch die die ordnungsgemäße Anwendung und die einheitliche Auslegung des Gemeinschaftsrechts in allen Mitgliedstaaten sichergestellt werden sollen (vgl. insbesondere Urteil vom 6. Oktober 1982 in der Rechtssache 283/81, Cilfit und Lanificio di Gavardo, Slg. 1982, 3415, Randnr. 7). Aus der Rechtsprechung ergibt sich auch, daß Artikel 177 Absatz 3 insbesondere verhindern soll, daß sich in einem Mitgliedstaat eine nationale Rechtsprechung herausbildet, die mit den Normen des Gemeinschaftsrechts nicht im Einklang steht (vgl. insbesondere Urteile vom 24. Mai 1977 in der Rechtssache 107/76, Hoffmann-La Roche, Slg. 1977, 957, Randnr. 5, und vom 27. Oktober 1982 in den verbundenen Rechtssachen 35/82 und 36/82, Morson und Jhanjan, Slg. 1982, 3723, Randnr. 8).

26 Da gegen die Entscheidung eines Gerichts wie des Benelux-Gerichtshofes, der über Fragen nach der Auslegung des einheitlichen Beneluxrechts endgültig entscheidet, kein Rechtsmittel mehr gegeben ist, kann also ein solches Gericht verpflichtet sein, den Gerichtshof gemäß Artikel 177 Absatz 3 anzurufen, wenn sich in einem bei ihm anhängigen Verfahren eine Frage nach der Auslegung der Richtlinie stellt.

27 Was die Frage angeht, ob der Hoge Raad verpflichtet sein kann, dem Gerichtshof Fragen zur Vorabentscheidung vorzulegen, so steht fest, daß ein solches höchstes nationales Gericht, dessen Entscheidungen ebenfalls nicht mehr mit Rechtsmitteln des innerstaatlichen Rechts angefochten werden können, keine Entscheidung erlassen kann, ohne zuvor den Gerichtshof gemäß Artikel 177 Absatz 3 des Vertrages angerufen zu haben, wenn sich in einem bei ihm anhängigen Verfahren eine Frage nach der Auslegung des Gemeinschaftsrechts stellt.

28 Daraus folgt jedoch nicht unbedingt, daß in einem Fall, wie ihn der Hoge Raad anspricht, tatsächlich beide Gerichte zur Anrufung des Gerichtshofes verpflichtet sind.

29 Nach ständiger Rechtsprechung des Gerichtshofes kann, wenn auch Artikel 177 Absatz 3 nationale Gerichte, deren Entscheidungen nicht mehr mit Rechtsmitteln des innerstaatlichen Rechts angefochten werden können, ohne jede Einschränkung dazu verpflichtet, dem Gerichtshof alle sich in bei ihnen anhängigen Verfahren stellenden Fragen nach der Auslegung des Vertrages vorzulegen, die Wirkung, die von einer vom Gerichtshof gemäß Artikel 177 in einem früheren Verfahren gegebenen Auslegung ausgeht, doch im Einzelfall den inneren Grund dieser Verpflichtung entfallen und sie somit sinnlos erscheinen lassen. Dies gilt insbesondere dann, wenn die gestellte Frage tatsächlich bereits in einem gleichgelagerten Fall Gegenstand einer Vorabentscheidung gewesen ist (vgl. insbesondere Urteile Cilfit und Lanificio di Gavardo, a. a. O., Randnr. 13, und vom 27. März 1963 in den verbundenen Rechtssachen 28/62, 29/62 und 30/62, Da Costa u. a., Slg. 1963, 63). Es gilt erst recht, wenn die gestellte Frage tatsächlich bereits Gegenstand eines Vorabentscheidungsersuchens im Rahmen desselben nationalen Rechtsstreits gewesen ist.

30 Hat also ein Gericht wie der Hoge Raad vor der Anrufung des Benelux-Gerichtshofes von seinem Recht Gebrauch gemacht, die sich stellende Frage dem Gerichtshof zur Vorabentscheidung vorzulegen, so kann die Wirkung, die von der von diesem bereits gegebenen Auslegung ausgeht, die Verpflichtung eines Gerichts wie des Benelux-Gerichtshofes, vor Erlaß seiner Entscheidung eine inhaltlich gleiche Frage vorzulegen, entfallen lassen. Umgekehrt ist, wenn der Gerichtshof nicht zuvor von einem Gericht wie dem Hoge Raad angerufen worden ist, ein Gericht wie der Benelux-Gerichtshof verpflichtet, die sich stellende Frage dem Gerichtshof vorzulegen, dessen Entscheidung dann die Verpflichtung des Hoge Raad, vor Erlaß seiner Entscheidung eine inhaltlich gleiche Frage vorzulegen, entfallen lassen kann.

31 Auf die erste Frage ist somit zu antworten, daß ein Gericht wie der Benelux-Gerichtshof oder der Hoge Raad, dessen Entscheidungen selbst nicht mehr mit Rechtsmitteln des innerstaatlichen Rechts angefochten werden können, gemäß Artikel 177 Absatz 3 des Vertrages zur Anrufung des Gerichtshofes verpflichtet ist, wenn sich in einem der Beneluxstaaten in einem die Auslegung des Einheitlichen Beneluxgesetzes über Warenzeichen betreffenden Verfahren eine Frage nach der Auslegung der Richtlinie stellt. Diese Verpflichtung verliert jedoch ihren inneren Grund und damit ihren Sinn, wenn die gestellte Frage im Rahmen desselben nationalen Rechtsstreits tatsächlich bereits Gegenstand eines Vorabentscheidungsersuchens gewesen ist.

Zur zweiten Frage

32 Mit seiner zweiten Frage möchte das nationale Gericht wissen, ob die Artikel 5 bis 7 der Richtlinie dahin auszulegen sind, daß ein Wiederverkäufer von mit einer Marke versehenen Waren, die vom Markeninhaber oder mit seiner Zustimmung in der Gemeinschaft in den Verkehr gebracht worden sind, nicht nur diese Waren weiterverkaufen, sondern auch die Marke benutzen darf, um der Öffentlichkeit den weiteren Vertrieb dieser Waren anzukündigen.

33 Zur Beantwortung dieser Frage sind zunächst die einschlägigen Bestimmungen der Richtlinie in Erinnerung zu rufen, auf die das vorlegende nationale Gericht verweist.

34 Einerseits bestimmt Artikel 5 der Richtlinie, in dem die Rechte aus der Marke festgelegt sind, in Absatz 1, daß der Inhaber es Dritten verbieten kann, im geschäftlichen Verkehr seine Marke zu benutzen, und in Absatz 3 Buchstabe d, daß es Dritten verboten werden kann, die Marke in der Werbung zu benutzen.

35 Andererseits sieht Artikel 7 Absatz 1 der Richtlinie, der die Erschöpfung des Rechts aus der Marke betrifft, vor, daß dieses Recht es dem Inhaber nicht erlaubt, die Benutzung der Marke für Waren zu verbieten, die unter dieser Marke von ihm oder mit seiner Zustimmung in der Gemeinschaft in den Verkehr gebracht worden sind.

36 Wenn aber das dem Inhaber einer Marke durch Artikel 5 der Richtlinie gewährte Recht, die Benutzung der Marke für Waren zu verbieten, erschöpft ist, sobald diese Waren von ihm selbst oder mit seiner Zustimmung in den Verkehr gebracht worden sind, so muß für das Recht, die Marke zu benutzen, um der Öffentlichkeit den weiteren Vertrieb dieser Waren anzukündigen, dasselbe gelten.

37 Aus der Rechtsprechung des Gerichtshofes ergibt sich nämlich, daß Artikel 7 der Richtlinie im Lichte der Vertragsbestimmungen über den freien Warenverkehr, insbesondere des Artikels 36, auszulegen ist (vgl. Urteil vom 11. Juli 1996 in den verbundenen Rechtssachen C-427/93, C-429/93 und C-436/93, Bristol-Myers Squibb u. a., Slg. 1996, I-3457, Randnr. 27) und daß der Grundsatz der Erschöpfung des Rechts den Markeninhabern die Möglichkeit nehmen soll, die nationalen Märkte abzuschotten und dadurch die Beibehaltung eventueller Preisunterschiede zwischen den Mitgliedstaaten zu fördern (vgl. Urteil Bristol-Myers Squibb u. a., a. a. O., Randnr. 46). Wäre nun das Recht, die Benutzung einer Marke zur Ankündigung des weiteren Vertriebs zu verbieten, nicht ebenso erschöpft wie das Recht, den Wiederverkauf zu verbieten, so würde dieser Wiederverkauf erheblich erschwert und der mit dem in Artikel 7 vorgesehenen Grundsatz der Erschöpfung verfolgte Zweck verfehlt.

38 Folglich ist auf die zweite Frage zu antworten, daß die Artikel 5 und 7 der Richtlinie dahin auszulegen sind, daß ein Wiederverkäufer nicht nur das Recht hat, mit einer Marke versehene Waren, die vom Markeninhaber oder mit seiner Zustimmung in der Gemeinschaft in den Verkehr gebracht worden sind, weiterzuverkaufen, sondern auch das Recht, die Marke zu benutzen, um der Öffentlichkeit den weiteren Vertrieb dieser Waren anzukündigen.

Zur dritten, vierten und fünften Frage

39 Mit seiner dritten, vierten und fünften Frage, die zusammen zu prüfen sind, möchte das nationale Gericht wissen, ob Ausnahmen von dem sich aus der Antwort auf die zweite Frage ergebenden Grundsatz zulässig sind, und zwar

— wenn die Werbefunktion der Marke dadurch bedroht wird, daß der Wiederverkäufer aufgrund der Art und Weise, in der er die Marke bei der fraglichen Ankündigung benutzt, den Luxus- und Prestigecharakter dieser Marke beeinträchtigt, und

— wenn durch die Art und Weise, in der der Wiederverkäufer für die Waren wirbt, der „psychische Zustand" dieser Waren — d. h. ihre Wirkung nach

außen, das hochwertige Image und die luxuriöse Ausstrahlung, die die Waren infolge der vom Markeninhaber unter Benutzung seiner Markenrechte gewählten Art und Weise der Aufmachung und Werbung haben — verändert oder verschlechtert wird.

40 Nach Artikel 7 Absatz 2 der Richtlinie findet der in Absatz 1 niedergelegte Grundsatz der Erschöpfung des Rechts keine Anwendung, wenn berechtigte Gründe es rechtfertigen, daß der Inhaber sich dem weiteren Vertrieb der mit der Marke versehenen Waren widersetzt, insbesondere wenn der Zustand der Waren nach ihrem Inverkehrbringen verändert oder verschlechtert ist.

41 Daher ist zu prüfen, ob in den vom nationalen Gericht angeführten Fällen berechtigte Gründe im Sinne von Artikel 7 Absatz 2 der Richtlinie vorliegen, die es dem Inhaber der Marke gestatten, sich der Benutzung der Marke durch einen Wiederverkäufer zu widersetzen, der damit der Öffentlichkeit den weiteren Vertrieb der mit dieser Marke versehenen Waren ankündigen will.

42 Nach der Rechtsprechung des Gerichtshofes ist die Frage der Erschöpfung des Rechts aus der Marke für Waren, die in der Gemeinschaft in den Verkehr gebracht worden sind, in Artikel 7 der Richtlinie abschließend geregelt, und die Verwendung des Begriffes „insbesondere" in Absatz 2 zeigt, daß der Fall der Veränderung oder Verschlechterung des Zustands der mit der Marke versehenen Waren nur als ein Beispiel dafür genannt wird, welche Gründe als berechtigte Gründe in Frage kommen (vgl. Urteil Bristol-Myers Squibb u. a., a. a. O., Randnrn. 26 und 39). Außerdem hat diese Bestimmung den Zweck, die grundlegenden Belange des Markenschutzes mit denen des freien Warenverkehrs im Gemeinsamen Markt in Einklang zu bringen (vgl. Urteil Bristol-Myers Squibb u. a., a. a. O., Randnr. 40).

43 Die Schädigung des Rufes der Marke kann für einen Markeninhaber grundsätzlich ein berechtigter Grund im Sinne von Artikel 7 Absatz 2 der Richtlinie sein, sich dem weiteren Vertrieb der Waren zu widersetzen, die von ihm oder mit seiner Zustimmung in der Gemeinschaft in den Verkehr gebracht worden sind. Nach der Rechtsprechung des Gerichtshofes zum Umpacken von Markenwaren hat der

Inhaber einer Marke nämlich ein durch den spezifischen Gegenstand des Markenrechts bedingtes berechtigtes Interesse, sich dem Vertrieb dieser Waren widersetzen zu können, wenn die Aufmachung der umgepackten Waren geeignet ist, den Ruf der Marke zu schädigen (vgl. Urteil Bristol-Myers Squibb u. a., a. a. O., Randnr. 75).

44 Wenn ein Wiederverkäufer eine Marke benutzt, um den weiteren Vertrieb der mit der Marke versehenen Waren anzukündigen, so ist folglich das berechtigte Interesse des Markeninhabers daran, gegen Wiederverkäufer geschützt zu sein, die seine Marke zu Werbezwecken in einer Weise benutzen, die den Ruf der Marke schädigen könnte, gegen das Interesse des Wiederverkäufers abzuwägen, die betreffenden Waren unter Verwendung der für seine Branche üblichen Werbeformen weiterverkaufen zu können.

45 Geht es wie im Ausgangsverfahren um Waren mit Luxus- und Prestigecharakter, so darf der Wiederverkäufer nicht in unlauterer Weise dem berechtigten Interesse des Markeninhabers zuwiderhandeln. Er muß also darauf bedacht sein, mit seiner Werbung die Wertschätzung der Marke nicht dadurch zu beeinträchtigen, daß er den Luxus- und Prestigecharakter der betreffenden Waren sowie die von ihnen ausgehende luxuriöse Ausstrahlung beeinträchtigt.

46 Allerdings stellt der Umstand, daß ein Wiederverkäufer, der gewöhnlich Artikel gleicher Art, aber nicht unbedingt gleicher Qualität vertreibt, für die mit der Marke versehenen Waren in seiner Branche übliche Werbeformen benutzt, selbst wenn diese nicht denen entsprechen, die der Markeninhaber selbst oder die von ihm ausgewählten Wiederverkäufer verwenden, keinen berechtigten Grund im Sinne von Artikel 7 Absatz 2 der Richtlinie dar, der es rechtfertigt, daß der Inhaber

sich dieser Werbung widersetzt, sofern nicht erwiesen ist, daß die Benutzung der Marke in der Werbung des Wiederverkäufers den Ruf der Marke im konkreten Fall erheblich schädigt.

47 Eine solche erhebliche Schädigung könnte dann vorliegen, wenn der Wiederverkäufer nicht dafür sorgen würde, daß die Marke in seinem Werbeprospekt nicht in einer Umgebung erscheint, die das Image, das der Inhaber seiner Marke hat verschaffen können, erheblich beeinträchtigen könnte.

48 Nach alledem ist auf die dritte, die vierte und die fünfte Frage zu antworten, daß der Inhaber einer Marke einen Wiederverkäufer, der gewöhnlich Artikel gleicher Art, aber nicht unbedingt gleicher Qualität wie die mit der Marke versehenen Waren vertreibt, nicht gemäß Artikel 7 Absatz 2 der Richtlinie daran hindern kann, diese Marke im Rahmen der für seine Branche üblichen Werbeformen zu benutzen, um der Öffentlichkeit den weiteren Vertrieb dieser Waren anzukündigen, sofern nicht erwiesen ist, daß diese Benutzung der Marke ihren Ruf im konkreten Fall erheblich schädigt.

Zur sechsten Frage

49 Mit seiner sechsten Frage möchte das nationale Gericht wissen, ob die Artikel 30 und 36 des Vertrages es dem Inhaber eines Marken- oder Urheberrechts, das sich auf die für seine Waren verwendeten Fläschchen und Verpackungen bezieht, verbieten, einen Wiederverkäufer unter Berufung auf dieses Marken- oder Urheberrecht daran zu hindern, auf eine für Einzelhändler der betreffenden Branche übliche Weise für den weiteren Vertrieb dieser Waren zu werben. Es möchte ferner wissen, ob dies auch dann gilt, wenn der Wiederverkäufer durch die Art und Weise, in der er die Marke in seinem Werbematerial benutzt, den Luxus- und Prestigecharakter dieser Marke beeinträchtigt oder wenn die Veröffentlichung und die Vervielfältigung unter Umständen erfolgen, durch die der Inhaber des Urheberrechts geschädigt werden kann.

50 Diese Fragen beruhen auf den Prämissen,

— daß der Inhaber des Marken- oder Urheberrechts nach dem einschlägigen nationalen Recht in solchen Fällen berechtigt ist, dem Wiederverkäufer die Werbung für den weiteren Vertrieb der Waren zu verbieten, und

— daß ein solches Verbot eine nach Artikel 30 des Vertrages verbotene Behinderung des freien Warenverkehrs darstellen würde, es sei denn, sie wäre aus einem der in Artikel 36 genannten Gründe zu rechtfertigen.

51 Im Gegensatz zu Dior vertritt das nationale Gericht zu Recht die Ansicht, daß ein Verbot, wie es im Ausgangsverfahren begehrt wird, eine nach Artikel 30 verbotene Maßnahme mit gleicher Wirkung wie eine mengenmäßige Beschränkung darstellen kann. Insoweit genügt der Hinweis, daß es dem Vorlageurteil zufolge im Ausgangsverfahren um Waren geht, die sich der Wiederverkäufer durch Parallelimporte verschafft hat, und daß ein Werbeverbot, wie es im Ausgangsverfahren begehrt wird, das Inverkehrbringen dieser Waren und somit deren Zugang zum Markt erheblich erschweren würde.

52 Daher ist zu prüfen, ob ein Verbot, wie es im Ausgangsverfahren begehrt wird, gemäß Artikel 36 des Vertrages zulässig sein kann, wonach die Bestimmungen der Artikel 30 bis 34 Einfuhrverboten oder -beschränkungen nicht entgegenstehen, die aus Gründen des gewerblichen oder kommerziellen Eigentums gerechtfertigt sind, sofern sie weder ein Mittel zur willkürlichen Diskriminierung noch eine verschleierte Beschränkung des Handels zwischen den Mitgliedstaaten darstellen.

53 Was das Recht des Inhabers einer Marke angeht, sind Artikel 36 des Vertrages und Artikel 7 der Richtlinie nach der Rechtsprechung des Gerichtshofes gleich auszulegen (Urteil Bristol-Myers Squibb u. a., a. a. O., Randnr. 40).

54 Folglich ist in Anbetracht der Beantwortung der zweiten, dritten, vierten und fünften Frage auf diesen Teil der sechsten Frage zu antworten, daß die Artikel 30 und 36 des Vertrages dahin auszulegen sind, daß der Inhaber einer Marke einen Wiederverkäufer, der gewöhnlich Artikel gleicher Art, aber nicht unbedingt gleicher Qualität wie die mit der Marke versehenen Waren vertreibt, nicht gemäß Artikel 7 Absatz 2 der Richtlinie daran hindern kann, diese Marke im Rahmen der für seine Branche üblichen Werbeformen zu benutzen, um der Öffentlichkeit den weiteren Vertrieb dieser Waren anzukündigen, sofern nicht erwiesen ist, daß diese Benutzung der Marke ihren Ruf im konkreten Fall erheblich schädigt.

55 Zu dem das Urheberrecht betreffenden Teil der sechsten Frage ist festzustellen, daß nach der Rechtsprechung des Gerichtshofes der Schutz des gewerblichen und kommerziellen Eigentums im Sinne von Artikel 36 auch den durch das Urheberrecht gewährten Schutz einschließt (Urteil vom 20. Januar 1981 in den verbundenen Rechtssachen 55/80 und 57/80, Musik-Vertrieb membran und K-tel International, Slg. 1981, 147, Randnr. 9).

56 Werke der Literatur und Kunst können entweder durch öffentliche Aufführung oder durch Vervielfältigung und Inverkehrbringen der hergestellten Bild- und Tonträger gewerblich verwertet werden, und die beiden grundlegenden Rechte des Urhebers, das ausschließliche Recht der Aufführung und das ausschließliche Recht der Vervielfältigung, werden von den Bestimmungen des EWG-Vertrags nicht berührt (Urteil vom 17. Mai 1988 in der Rechtssache 158/86, Warner Brothers und Metronome Video, Slg. 1988, 2605, Randnr. 13).

57 Aus der Rechtsprechung ergibt sich außerdem, daß die kommerzielle Nutzung des Urheberrechts einerseits eine Einkommensquelle für den Rechtsinhaber bildet, andererseits aber zugleich eine Form der Vertriebskontrolle durch den Inhaber mit sich bringt und daß die kommerzielle Nutzung des Urheberrechts in dieser Hinsicht die gleichen Probleme aufwirft wie die eines anderen gewerblichen oder kommerziellen Eigentumsrechts (vgl. Urteil Musik-Vertrieb membran und K-tel International, a. a. O., Randnr. 13). Der Gerichtshof hat daher festgestellt, daß sich der Inhaber des durch das Urheberrecht verliehenen ausschließlichen Verwertungsrechts nicht auf dieses Recht berufen kann, um die Einfuhr von Tonträgern zu verhindern oder zu beschränken, in denen geschützte Werke verkörpert sind und

die auf dem Markt eines anderen Mitgliedstaats von dem Rechtsinhaber selbst oder mit seiner Zustimmung rechtmäßig in den Verkehr gebracht worden sind (vgl. Urteil Musik-Vertrieb membran und K-tel International, a. a. O., Randnr. 15).

58 In Anbetracht dieser Rechtsprechung ist — ohne daß zu der Frage Stellung genommen werden müßte, ob für ein und dieselbe Ware zugleich ein Urheberrecht und ein Markenrecht geltend gemacht werden können — lediglich festzustellen, daß unter Umständen, wie sie im Ausgangsverfahren gegeben sind, der durch das Urheberrecht hinsichtlich der Abbildung von geschützten Werken im Werbematerial des Wiederverkäufers gewährte Schutz jedenfalls nicht weiter gehen kann als der Schutz, den ein Markenrecht seinem Inhaber unter denselben Umständen gewährt.

59 Somit ist auf die sechste Frage zu antworten, daß die Artikel 30 und 36 des Vertrages dahin auszulegen sind, daß der Inhaber eines Marken- oder Urheberrechts einen Wiederverkäufer, der gewöhnlich Artikel gleicher Art, aber nicht unbedingt gleicher Qualität wie die geschützten Waren vertreibt, nicht daran hindern kann, diese im Rahmen der für seine Branche üblichen Werbeformen zu benutzen, um der Öffentlichkeit den weiteren Vertrieb dieser Waren anzukündigen, sofern nicht erwiesen ist, daß die Benutzung dieser Waren ihren Ruf im konkreten Fall erheblich schädigt.

Kosten

60 Die Auslagen der französischen und der italienischen Regierung, der Regierung des Vereinigten Königreichs sowie der Kommission der Europäischen Gemeinschaften, die vor dem Gerichtshof Erklärungen abgegeben haben, sind nicht erstattungsfähig. Für die Parteien des Ausgangsverfahrens ist das Verfahren ein Zwischenstreit in dem bei dem vorlegenden Gericht anhängigen Rechtsstreit; die Kostenentscheidung ist daher Sache dieses Gerichts.

Aus diesen Gründen

hat

DER GERICHTSHOF

auf die ihm vom Hoge Raad der Nederlanden durch Urteil vom 20. Oktober 1995 vorgelegten Fragen für Recht erkannt:

1. **Stellt sich in einem der Beneluxstaaten in einem die Auslegung des Einheitlichen Beneluxgesetzes über Warenzeichen betreffenden Verfahren eine Frage nach der Auslegung der Ersten Richtlinie 89/104/EWG des Rates vom 21. Dezember 1988 zur Angleichung der Rechtsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Marken, so ist ein Gericht wie der Benelux-Gerichtshof oder der Hoge Raad der Nederlanden, dessen Entscheidungen selbst nicht mehr mit Rechtsmitteln des innerstaatlichen Rechts angefochten werden können, gemäß Artikel 177 Absatz 3 EG-Vertrag zur Anrufung des Gerichtshofes verpflichtet. Diese Verpflichtung verliert jedoch ihren inneren Grund und damit ihren Sinn, wenn die gestellte Frage im Rahmen desselben nationalen Rechtsstreits tatsächlich bereits Gegenstand eines Vorabentscheidungsersuchens gewesen ist.**

2. **Die Artikel 5 und 7 der Richtlinie 89/104 sind dahin auszulegen, daß ein Wiederverkäufer nicht nur das Recht hat, mit einer Marke versehene Waren, die vom Markeninhaber oder mit seiner Zustimmung in der Gemeinschaft in den Verkehr gebracht worden sind, weiterzuverkaufen, sondern auch das Recht, die Marke zu benutzen, um der Öffentlichkeit den weiteren Vertrieb dieser Waren anzukündigen.**

3. **Der Inhaber einer Marke kann einen Wiederverkäufer, der gewöhnlich Artikel gleicher Art, aber nicht unbedingt gleicher Qualität wie die mit der Marke versehenen Waren vertreibt, nicht gemäß Artikel 7 Absatz 2 der**

Richtlinie 89/104 daran hindern, diese Marke im Rahmen der für seine Branche üblichen Werbeformen zu benutzen, um der Öffentlichkeit den weiteren Vertrieb dieser Waren anzukündigen, sofern nicht erwiesen ist, daß diese Benutzung der Marke ihren Ruf im konkreten Fall erheblich schädigt.

4. **Die Artikel 30 und 36 EG-Vertrag sind dahin auszulegen, daß der Inhaber eines Marken- oder Urheberrechts einen Wiederverkäufer, der gewöhnlich Artikel gleicher Art, aber nicht unbedingt gleicher Qualität wie die geschützten Waren vertreibt, nicht daran hindern kann, diese im Rahmen der für seine Branche üblichen Werbeformen zu benutzen, um der Öffentlichkeit den weiteren Vertrieb dieser Waren anzukündigen, sofern nicht erwiesen ist, daß die Benutzung dieser Waren ihren Ruf im konkreten Fall erheblich schädigt.**

Rodríguez Iglesias Gulmann Ragnemalm

Schintgen Mancini Moitinho de Almeida

Kapteyn Murray Edward Puissochet

Hirsch Jann Sevón

Verkündet in öffentlicher Sitzung in Luxemburg am 4. November 1997.

Der Kanzler

R. Grass

Der Präsident

G. C. Rodríguez Iglesias