

# **BUNDESVERFASSUNGSGERICHT**

- 1 BvR 744/88 -

- 1 BvR 60/89 -

- 1 BvR 1519/91 -



## **IM NAMEN DES VOLKES**

**In den Verfahren**

**über**

### **die Verfassungsbeschwerden**

1. des Herrn D. ,

- Bevollmächtigte:

Rechtsanwälte Klaus Blaicher und Helmuth Pflieger, M 2, 17, Mannheim -

gegen a) das Urteil des Landesberufsgerichts für Apotheker in Karlsruhe vom  
24. Februar 1988 - LBG 4/87 -,

b) das Urteil des Bezirksberufsgerichts für Apotheker in Karlsruhe vom  
14. November 1986 - BBG 5/86 -

- 1 BvR 744/88 -,

2. des Herrn I. ,

- Bevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. Reinard Menke, Altenbergstraße 3, Stuttgart -

gegen a) das Urteil des Landesberufsgerichts für Heilberufe bei dem Oberverwaltungsgericht für das Land Nordrhein-Westfalen vom 3. November 1988 - ZA 11/86 -,

b) das Urteil des Berufsgerichts für Heilberufe bei dem Verwaltungsgericht Münster vom 30. April 1986 - 2 T 17/85 -,

c) das Urteil des Berufsgerichts für Heilberufe bei dem Verwaltungsgericht Münster vom 19. September 1984 - T 31/83 -,

- 1 BvR 60/89 -,

3. des Herrn H. ,

- Bevollmächtigte:

Rechtsanwältin Ute Oppenländer, Hohenzollernstraße 10, Stuttgart -

gegen a) das Urteil des Bayerischen Landesberufsgerichts für die Heilberufe vom 27. Juni 1991 - LBG-Ap-3/1991 -,

b) das Urteil des Berufsgerichts für die Heilberufe beim Oberlandesgericht Nürnberg vom 10. Dezember 1990 - BG-Ap 23/90/HO -

- 1 BvR 1519/91 -

hat das Bundesverfassungsgericht - Erster Senat - unter Mitwirkung

des Vizepräsidenten Seidl, der Richter Grimm,

Kühling,

der Richterinnen Jaeger,

Haas

und der Richter Hömig,

Steiner

am 22. Mai 1996 beschlossen:

- 1. Die Urteile des Landesberufsgerichts für Apotheker in Karlsruhe vom 24. Februar 1988 - LBG 4/87 - und des Bezirksberufsgerichts für Apotheker in Karlsruhe vom 14. November 1986 - BBG 5/86 - verletzen das Grundrecht des Beschwerdeführers zu 1) aus Artikel 12 Absatz 1 des Grundgesetzes. Das Urteil des Landesberufsgerichts wird aufgehoben. Das Verfahren wird an das Landesberufsgericht zurückverwiesen.**

**§ 10 Nummer 11 der Berufsordnung der Landesapothekerkammer Baden-Württemberg in der Fassung vom 4. November 1970 (Pharmazeutische Zeitung 1970, S. 2052) war mit Artikel 12 Absatz 1 des Grundgesetzes unvereinbar und nichtig.**

**Das Land Baden-Württemberg hat dem Beschwerdeführer zu 1) die notwendigen Auslagen für das Verfassungsbeschwerdeverfahren zu erstatten.**

- 2. Die Urteile des Landesberufsgerichts für Heilberufe bei dem Oberverwaltungsgericht für das Land Nordrhein-Westfalen vom 3. November 1988 - ZA 11/86 - und des Berufsgerichts für Heilberufe bei dem Verwaltungsgericht Münster vom 30. April 1986 - 2 T 17/85 - und vom 19. September 1984 - T 31/83 - verletzen das Grundrecht des Beschwerdeführers zu 2) aus Artikel 12 Absatz 1 des Grundgesetzes. Das Urteil des Landesberufsgerichts wird im Ausspruch über die verhängten berufsgerichtlichen Maßnahmen und insoweit aufgehoben, als diese Maßnahmen wegen der Häufigkeit der Zeitungswerbung verhängt worden sind.**

**Die Sache wird im Umfang der Aufhebung an das Landesberufsgericht zurückverwiesen.**

**Das Land Nordrhein-Westfalen hat dem Beschwerdeführer zu 2) die notwendigen Auslagen zu erstatten.**

- 3. Die Urteile des Bayerischen Landesberufsgerichts für die Heilberufe vom 27. Juni 1991 - LBG-Ap-3/1991 - und des Berufsgerichts für die Heilberufe beim Oberlandesgericht Nürnberg vom 10. Dezember 1990 - BG-Ap 23/90/HO - verletzen das Grundrecht des Beschwerdeführers zu 3) aus Artikel 12 Absatz 1 des Grundgesetzes. Das Urteil des Landesberufsgerichts wird im Ausspruch über die verhängten berufsgerichtlichen Maßnahmen und insoweit aufgehoben, als diese Maßnahmen wegen der Vorfälle verhängt worden sind, die in den Gründen unter A. II. 3. Nummern 9 bis 13 aufgeführt sind.**

**Die Sache wird im Umfang der Aufhebung an das Landesberufsgericht zurückverwiesen.**

**Im übrigen wird die Verfassungsbeschwerde zurückgewiesen.**

**Der Freistaat Bayern hat dem Beschwerdeführer zu 3) ein Drittel der notwendigen Auslagen zu erstatten.**

## Gründe :

### A.

Die Verfassungsbeschwerden betreffen die verfassungsrechtliche Zulässigkeit von Werbeverboten für Apotheker. 1

### I.

1. Den Apotheken als Betriebsstätten ist gesetzlich die Aufgabe zugewiesen, die ordnungsgemäße Versorgung der Bevölkerung mit Arzneimitteln sicherzustellen (§ 1 Abs. 1 des Gesetzes über das Apothekenwesen in der Fassung der Bekanntmachung vom 15. Oktober 1980 <BGBl I S. 1993>; im folgenden: ApG). In geringem Umfang dienen die Apotheken noch immer der Herstellung von Arzneimitteln. Vornehmlich liegt ihre Aufgabe aber in der Abgabe der von der pharmazeutischen Industrie hergestellten Arzneimittel an die Verbraucher. Dazu müssen die zur Sicherstellung einer ordnungsgemäßen Arzneimittelversorgung notwendigen Arzneimittel vorrätig gehalten werden, und es muß gewährleistet sein, daß nicht vorgehaltene Arzneimittel kurzfristig beschafft werden können (§ 15 Abs. 1 und 2 der Apothekenbetriebsordnung - ApBetrO - vom 9. Februar 1987 <BGBl I S. 547>). Auch besteht eine Pflicht, übernommene Arzneimittel stichprobenweise zu prüfen, jedoch in der Regel nicht über eine Sinnesprüfung hinaus (§ 12 Abs. 1 ApBetrO). 2

Die Wahrnehmung dieser Aufgabe durch die Apotheken ist durch ein gesetzliches Monopol gesichert: Verschreibungspflichtige Arzneimittel dürfen im Einzelhandel nur in Apotheken in Verkehr gebracht werden (§ 43 des Arzneimittelgesetzes, zuletzt in der Fassung der Bekanntmachung vom 19. Oktober 1994 <BGBl I S. 3018>; im folgenden: AMG). Mit diesen erzielen die Apotheker derzeit etwa 61 vom Hundert ihres Umsatzes. Bei nicht verschreibungspflichtigen Arzneimitteln werden apothekenpflichtige Arzneimittel und solche, die durch Rechtsverordnung zum freien Verkauf zugelassen sind, unterschieden (§§ 44, 45, 48, 49 AMG), die zusammen etwa 31 vom Hundert des Umsatzes ausmachen. Mit der Abgabe von apothekenüblichen Waren des sogenannten Rand- oder Nebensortiments bestreiten die Apotheken etwa 7 vom Hundert ihres Umsatzes. Diese Waren sind in § 25 ApBetrO abschließend aufgeführt. Es handelt sich fast ausschließlich um Waren, die einen Bezug zu Körper- und Gesundheitspflege aufweisen, sowie um diätetische Lebensmittel und Säfte. Dieses Geschäft mit dem Nebensortiment darf den ordnungsgemäßen Betrieb der Apotheke nicht beeinträchtigen (§ 2 Abs. 4 ApBetrO). Wegen ihres Monopols für die Abgabe apothekenpflichtiger Arzneimittel sind Apotheken von anderen Einzelhandelsgeschäften auch in ihrer äußeren Erscheinung abgehoben. Der Verordnungsgeber hat aufgrund gesetzlicher Ermächtigung (§ 21 Abs. 2 Nr. 6 ApG) besondere Anforderungen an die Ausstattung der Apotheke, insbesondere an die Ausgestaltung der Betriebsräume und die Ausstattung des Laboratoriums, gestellt. 3

Während die Apotheken hinsichtlich der apothekenpflichtigen Arzneimittel nur untereinander in Wettbewerb stehen, der zudem durch die alle gleichermaßen treffende 4

Pflicht zur Vorratshaltung und Beschaffung sowie durch Preisbindung (§ 1 Abs. 1 bis 3, §§ 3 ff. der Arzneimittelpreisverordnung - AMPreisV - vom 14. November 1980 <BGBl I S. 2147>) stark eingeengt ist, müssen sie sich hinsichtlich der frei verkäuflichen Arzneimittel dem Wettbewerb mit Einzelhandelsunternehmen stellen, die zum Arzneimittelverkauf zugelassen sind (§ 50 AMG). Mit dem Randsortiment stehen sie darüber hinaus im allgemeinen Wettbewerb des Einzelhandels.

2. Der selbständige Apotheker betreibt ein Handelsgewerbe (§ 1 Abs. 2 Nr. 1 HGB) und ist gewerbesteuerpflichtig. Er zählt jedoch im Rahmen des verfassungsrechtlich gebilligten überkommenen Berufsbildes (vgl. BVerfGE 17, 232) zu den sogenannten freien Berufen. Die Länder haben durch ihre Kammer- und Heilberufsgesetze Landesapothekerkammern als Vertretungen des Berufsstandes eingerichtet, denen die Apotheker als Pflichtmitglieder angehören (vgl. die für die Beschwerdeführer einschlägigen Vorschriften der Länder Baden-Württemberg, Nordrhein-Westfalen und Bayern: § 1 Nr. 4, § 2 Abs. 1 Nr. 4 des Kammergesetzes Baden-Württemberg vom 31. Mai 1976 <GBI S. 473>, im folgenden: KaG BW; §§ 1, 2 Abs. 1 des Heilberufsgesetzes Nordrhein-Westfalen in der Fassung der Bekanntmachung vom 30. Juli 1975 <GVBl NW S. 520>, im folgenden: HeilBerG NW; Art. 47, 48 des bayerischen Kammergesetzes in der Fassung der Bekanntmachung vom 9. März 1978 <BayGVBl S. 67>, im folgenden: BayKaG). Den Kammern obliegt unter anderem die Berufsaufsicht, insbesondere die Festlegung von beruflichen Pflichten in Berufsordnungen und die Überwachung des beruflichen Verhaltens der Mitglieder (vgl. § 4 Abs. 1 KaG BW; § 5 Abs. 1 HeilBerG NW; Art. 54 Abs. 1, Art. 2 Abs. 1 BayKaG). Verstöße gegen Berufspflichten werden durch Berufsgerichte als Gerichte für besondere Sachgebiete im Sinne von Art. 101 Abs. 2 GG (vgl. BVerfGE 27, 355 <361>; 71, 162 <178>) geahndet. Wird der Apotheker einer Pflichtverletzung für schuldig befunden, so kann gegen ihn eine der gesetzlich vorgesehenen berufsgerichtlichen Maßnahmen verhängt werden (Verweis, Geldbuße, Aberkennung von Rechten, die mit der Kammermitgliedschaft verbunden sind; vgl. § 57 KaG BW; § 47 HeilBerG NW 1975; Art. 56 BayKaG 1978).

5

3. Für Apotheker bestehen besondere Werbeverbote.

6

Nicht nur die herstellende Industrie, sondern auch die Apotheken unterliegen für Arzneimittel sowie für bestimmte Körperpflegemittel den Beschränkungen des Gesetzes über die Werbung auf dem Gebiete des Heilwesens (zuletzt in der Fassung der Bekanntmachung vom 19. Oktober 1994 <BGBl I S. 3068>; im folgenden: Heilmittelwerbe-gesetz - HMWG). Danach ist jede Produktwerbung für verschreibungspflichtige Arzneimittel außerhalb der Fachkreise und damit jede Publikumswerbung untersagt (§ 10 Abs. 1 HMWG). Für Arzneimittel darf weder irreführende Publikumswerbung (§ 3 HMWG) noch Werbung unter Einsatz von Mitteln betrieben werden, die - wie etwa Gutachten, Heilgeschichten und ähnliches - erfahrungsgemäß besonders geeignet für eine unsachliche Beeinflussung sind (§§ 6, 11 HMWG). Unzulässig ist auch die Werbung durch Gewährung unverlangter Proben oder bestimmter Zuwendungen, die nicht als Zugaben zulässig wären (§ 7 Abs. 1, § 11 Nr. 14 HMWG).

7

Die Kammer- und Heilberufsgesetze der Länder in den vorliegend maßgeblichen Fassungen ermächtigen die Landesapothekerkammern, in ihren Berufsordnungen "Berufspflichten hinsichtlich der Werbung" zu begründen (§ 31 Nr. 8 KaG BW; § 26 Nr. 8 HeilBerG NW; Art. 54 Abs. 1, Art. 19 Nr. 7 BayKaG). 8

Für die Beurteilung der vorliegenden Verfassungsbeschwerden sind folgende Regelungen von Bedeutung: 9

a) Verfahren 1 BvR 744/88 10

Berufsordnung der Landesapothekerkammer Baden-Württemberg in der Fassung vom 4. November 1970 (Pharmazeutische Zeitung 1970, S. 2052); im folgenden: BO BW 1970: 11

### § 8

(1) Bei Wettbewerbshandlungen hat jeder Apotheker die Vorschriften zu beachten, die sich insbesondere aus dem allgemeinen Wettbewerbs- und Heilmittelwerberecht ergeben. 12

(2) Daneben sind die nachfolgenden Regeln (§§ 9 und 10) maßgebend. 13

### § 9

Jede Wettbewerbshandlung, die den Zweck verfolgt, den Absatz in unlauterer Weise zugunsten der eigenen Apotheke zu beeinflussen, oder die geeignet ist, zu übermäßigem Arzneimittelverbrauch zu verleiten, ist unzulässig. 14

### § 10

Unzulässig sind insbesondere folgende Wettbewerbshandlungen: 15

1. bis 10. ... 16

11. Versendung von Werbebriefen, Verteilung von Flugblättern und Werbemitteln außerhalb der Apotheken. 17

b) Verfahren 1 BvR 60/89 18

Berufsordnung für Apotheker der Apothekerkammer Westfalen-Lippe vom 6. Dezember 1978 (MBI NW 1979, S. 157); im folgenden: BO WestfL 1978: 19

### § 1

(1) Der Apotheker ist verpflichtet, seinen Beruf gewissenhaft auszuüben und dem ihm im Zusammenhang mit dem Beruf entgegengebrachten Vertrauen zu entsprechen. Er hat sich innerhalb und außerhalb seiner beruflichen Tätigkeit so zu verhalten, daß er diesem Vertrauen gerecht wird. 20

(2) ...

### § 3

Der Apotheker ist verpflichtet, die für die Ausübung seines Berufes geltenden Gesetze und Verordnungen sowie das Satzungsrecht der Kammer zu beachten und darauf gegründete Anordnungen und Richtlinien zu befolgen. 21

### § 8

Wettbewerb ist verboten, wenn er unlauter ist, oder wenn er eine Werbung zum Inhalt hat, die irreführend ist, oder nach Form, Inhalt oder Häufigkeit übertrieben wirkt oder einen Mehrverbrauch oder Fehlgebrauch von Arzneimitteln begünstigt. 22

Verboten sind insbesondere: 23

1. bis 9. ... 24

c) Verfahren 1 BvR 1519/91 25

Berufsordnung für Apotheker der Bayerischen Landesapothekerkammer in der Fassung vom 12. November 1983 (Pharmazeutische Zeitung 1983, S. 2795); im folgenden: BO Bayern 1983: 26

### § 8

Der Apotheker ist, soweit nicht gesetzliche Werbeverbote bestehen, berechtigt, angemessen zu werben. Das Nähere regeln Werberichtlinien, die von der Delegiertenversammlung als Bestandteil dieser Berufsordnung beschlossen werden. 27

### § 9

Jede Maßnahme, die den Zweck verfolgt, den Absatz in unlauterer Weise zugunsten der eigenen Apotheke zu beeinflussen, ist dem Apotheker verboten. Verboten sind insbesondere: 28

a) bis e) ... 29

f) irreführende Angaben über Heilwirkungen, marktschreierische Anpreisungen, standesunwürdige Texte und Bilder; 30

g) die mittelbare oder unmittelbare Rabattgewährung an Kunden; 31

...

h) bis i) ... 32

Werberichtlinien: 33

1. Grundsätze 34

Die Richtlinien stellen eine Sammlung von Grundsätzen dar, die sich im Laufe der Zeit als Standesauffassung, auch unter Berücksichtigung der berufsgerichtlichen Rechtsprechung, herausgebildet haben. Sie halten fest, was innerhalb des Apothekerstandes als zulässige Werbung betrachtet wird. Nach § 3 der Berufsordnung sind bei Werbemaßnahmen diese Richtlinien zu beachten.

...

Nach § 8 Satz 1 der Berufsordnung darf der Apotheker nur in "angemessener Form" werben. Damit ist zugleich das Verbot der unangemessenen Werbung ausgesprochen. Nach § 9 darf in keinem Fall Werbung marktschreierisch sein. Durch diese Verbote soll sichergestellt werden, daß die Apotheke die berufene Abgabestelle für Arzneimittel bleibt, der freiberufliche Charakter des Apothekers gewahrt bleibt und daß das besondere Vertrauensverhältnis des Apothekers zur Bevölkerung im Interesse einer geordneten Arzneimittelversorgung erhalten bleibt. Bei der berufsrechtlichen Beurteilung von Werbemaßnahmen ist nicht zwischen der Werbung für Arzneimittel und für Artikel des Randsortiments zu unterscheiden. Der Beruf des Apothekers ist nicht teilbar. Die Werbung für die sogenannten "apothekenüblichen Waren" unterliegt den gleichen Beschränkungen wie die Werbung für Arzneimittel.

2. ...

3. Werbung außerhalb der Apotheke 37

Hinweisschilder auf die Apotheke außerhalb des Apothekengrundstückes sind nur zulässig, wenn diese wegen der besonderen örtlichen Lage der Apotheke im Interesse der Arzneimittelversorgung für begründet und im Hinblick auf die benachbarten Apotheken als unbedenklich anzusehen sind. 38

Unzulässig ist die Verteilung von Werbeprospekten, Werbebriefen (z.B. Postwurfsendungen), Handzetteln oder Flugblättern, von Werbemaßnahmen in Kino, Film, Fernsehen, mit Bildschirmtext o.ä., Werbung auf öffentlichen Verkehrsmitteln, Bandenwerbung auf Sportplätzen, Werbeveranstaltungen in Form von Tombolen, Preisausschreiben, Ausflugsfahrten o.ä. 39

Unzulässig ist die Einzelwerbung in Zeitungen, Zeitschriften, Telefonbüchern, Fahrplänen, Stadtplänen, Theaterprogrammen usw., wenn sie mehr als Namen und Adresse der Apotheke sowie den Namen des Inhabers enthält und größer als 40 cm<sup>2</sup> ist. Eröffnungs- und Jubiläumsanzeigen mit entsprechendem Hinweis sind jeweils nur zweimal zulässig. Als Jubiläumsanzeigen gelten nur solche, in de- 40



nen die Alterszahl durch 25 teilbar ist.

Die gleichen Grundsätze gelten für Stellenanzeigen in Tageszeitungen. 41

Für Gemeinschaftswerbung von Apothekern werden eigene Richtlinien erlassen. 42

## II.

1. Der seit 1977 approbierte Beschwerdeführer zu 1) betrieb im Zeitraum von 1982 bis 1987 in M. (Baden-Württemberg) die R.-Apotheke. Er gehörte dem dortigen Bund der Selbständigen (BDS) und dem Vorstand des örtlichen Reitervereins an. Im März 1985 schrieb er auf einem Kopfbogen seiner Apotheke 56 Mitglieder des BDS an und bat um Preise für eine Tombola aus Anlaß eines Reiterballes in seinem Verein. Zugleich wies er darauf hin, daß Kartenbestellungen für den Ball an seine Apotheke zu richten seien. Der Hinweis auf die Apotheke als Vorverkaufsstelle fand sich auch auf Plakaten, die für den Reiterball warben. Außerdem veröffentlichte er in einer Festschrift des örtlichen Männergesangvereins eine Anzeige in der Größe von 11 cm x 9 cm mit seinem Namen und dem seiner Apotheke samt Adresse und Telefonnummer; in der unteren Hälfte war ein Pferd mit Reiter abgebildet mit dem Aufdruck "Reiterverein V.-W.". 43

Das Bezirksberufsgericht für Apotheker hat den Beschwerdeführer wegen dieser Vorgänge zu einer Geldbuße in Höhe von 3.000 DM verurteilt. Das Landesberufsgericht hat die Geldbuße auf 2.000 DM ermäßigt. Beide Gerichte haben die dem Beschwerdeführer zur Last gelegten Vorkommnisse als Berufspflichtverletzungen bewertet. Sowohl die Briefe als auch die Plakate hätten den Verbotstatbestand gemäß § 10 Nr. 11 BO BW 1970 erfüllt. Danach seien die Versendung von Werbebriefen und die Verwendung von Werbemitteln außerhalb der Apotheke unzulässig. Diese Vorschrift stehe mit höherrangigem Recht in Einklang, soweit sie marktschreierische und übertriebene Werbung verbiete. Von den Briefen und Plakaten sei objektiv Werbung für die Apotheke des Beschwerdeführers ausgegangen, worauf es dieser auch angelegt habe. Trotz der Bekanntschaft mit den Angeschriebenen sei die Nennung der Apotheke ein unmißverständlicher Hinweis gewesen, dort nicht nur Karten für den Reiterball, sondern auch Arzneimittel zu kaufen. Schließlich habe der Beschwerdeführer mit seiner Anzeige in der Festschrift des Gesangvereins übertrieben groß geworben. Selbst wenn man die untere Hälfte als Werbung für den Reiterverein nicht berücksichtige, habe die Anzeige mit 4,5 cm x 11 cm die auch nach der 1986 geänderten Berufsordnung äußerstenfalls zulässigen 40 cm<sup>2</sup> überschritten. 44

2. Der seit 1980 approbierte Beschwerdeführer zu 2), der zugleich Diplom-Volkswirt ist, betreibt seit 1983 in W. (Nordrhein-Westfalen) die M.-Apotheke. Soweit es für das vorliegende Verfahren noch von Bedeutung ist, wurde ihm im Zeitraum von Ende 1982 bis Herbst 1985 zur Last gelegt: 45

- seine Apotheke durch Verteilung von Handzetteln unter Verwendung der Bezeichnung "Guten-Tag-Apotheke" beworben zu haben, 46
- binnen 13 Monaten in ungefähr 30 Zeitungsanzeigen mit dem Emblem des stilisierten Apothekengebäudes der M.-Apotheke für das Randsortiment geworben zu haben, 47
- von Oktober 1984 bis November 1985 34 Zeitungsanzeigen geschaltet zu haben, in denen seine Apotheke als "Haus der Gesundheit" und "Guten-Tag-Apotheke" bezeichnet worden sei. 48

Durch zwei Urteile des Berufungsgerichts für Heilberufe ist er zu Geldbußen von 4.000 DM und 5.000 DM verurteilt worden; zudem ist ihm ein Verweis erteilt worden. Das Landesberufungsgericht für Heilberufe hat die berufsgerichtlichen Verfahren verbunden und auf eine Geldbuße von insgesamt 4.500 DM sowie auf einen Verweis erkannt. In den Gründen des Berufungsurteils heißt es, verboten sei gemäß § 8 Satz 1 BO WestfL 1978 eine Werbung, die irreführend sei, nach Form, Inhalt und Häufigkeit übertrieben wirke oder einen Mehr- oder Fehlgebrauch von Arzneimitteln begünstige. Die Zeitungswerbung habe nach ihrer Häufigkeit übertrieben gewirkt. Sie sei zwar für das Randsortiment von Apotheken nicht generell unzulässig, dürfe jedoch grundsätzlich nicht häufiger als einmal im Monat erfolgen. Apothekeninhaber dürften kein übersteigertes kaufmännisches Geschäftsgebaren an den Tag legen. Die Verwendung eines stilisierten Bildes des Apothekengebäudes sowie die Bezeichnung "Guten-Tag-Apotheke" (eine Bezeichnung für einen Zusammenschluß von Apotheken mit gemeinsamer Werbestrategie) hat das Landesberufungsgericht nicht mehr beanstandet, nachdem die zuständige Landesapothekerkammer aufgrund einer Entscheidung des Bundesgerichtshofs (GRUR 1987, S. 178) erklärt hatte, sie werde gegen die bloße Verwendung dieses Zeichens nicht mehr einschreiten. 49

3. Der Beschwerdeführer zu 3) betreibt in S. (Bayern) seit 1983 die W.-Apotheke. Ihm wurde im wesentlichen zur Last gelegt, er habe im Zeitraum von 1987 bis 1990 seine Berufspflichten als Apotheker durch unzulässige Werbung verletzt, indem er 50

(1) in einer Zeitungsanzeige auf eine "Gratis-Zahnbürsten-Gravur"-Aktion in seiner Apotheke hingewiesen habe; 51

(2) einer Kundin bei Einlösung einer Verschreibung unentgeltlich eine Nagelfeile, eine Packung Papiertaschentücher, ein Brillenputztuch und eine Probepackung Latschenkiefernöl übergeben habe; 52

(3) mit Aufklebern als Beilagen zur Telefonrechnung geworben habe, die für die Wählscheibe der Telefonapparate bestimmt gewesen seien und neben den üblichen Notrufnummern Anschriften anderer Gewerbebetriebe und auch die seiner Apotheke enthalten hätten; 53

(4) in großen Zeitungsanzeigen die von ihm vertriebenen Fischölkapseln durch Hinweise auf die stabile Gesundheit von Eskimos an- 54

gepriesen habe;

(5) in einer fingierten Danksagungsanzeige in der Zeitung eine Mutter sich dafür habe bedanken lassen, daß ihr ein namentlich genanntes Arzneimittel aus der W.-Apotheke geschenkt worden sei; 55

(6) auf Schildern an 15 Einkaufswagen eines nahegelegenen Einkaufsmarktes mit dem Slogan "Wir haben Dauerniedrigpreise - immer, W.-Apotheke, D. H." geworben habe; 56

(7) in farbig unterlegten Zeitungsanzeigen von ihm vertriebene Ananas-Drops als "Schlankmacher" herausgestellt habe; 57

(8) in einer lokalen Broschüre mit dem Titel "Schutz von Umwelt und Gesundheit" den kostenlosen fachmännischen Rat seiner Apotheke zu Arzneimitteln und deren Gebrauch angeboten habe; 58

(9) sein Sortiment auf Werbetafeln beworben habe, die auf dem Gehsteig vor seiner Apotheke aufgestellt gewesen seien; 59

(10) auf dem Gehsteig vor seiner Apotheke Verkaufsschütten mit Produkten des Nebensortiments aufgestellt habe; 60

(11) über einen längeren Zeitraum hinweg sein Nebensortiment in Zeitungsannoncen massiv beworben habe; 61

(12) in großformatigen Zeitungsanzeigen darauf hingewiesen habe, daß in seiner Apotheke Hautanalysen durch eine Beraterin vorgenommen würden; 62

(13) Trikotwerbung mit dem Aufdruck "W.-Apotheke" auf Trainingsanzügen des örtlichen Radsportvereins, dessen Mitglied er ist, betrieben habe; 63

(14) am örtlichen Faschingsumzug 1990 mit einem Faschingswagen teilgenommen habe, der mit dem Firmenzeichen der Apotheke versehen gewesen sei. 64

Wegen dieser Vorfälle ist der Beschwerdeführer durch Urteil des Berufsgerichts für Heilberufe zu einer Geldbuße von 15.000 DM verurteilt worden; zudem ist der Bayerischen Landesapothekerkammer die Befugnis eingeräumt worden, den Urteilstenor in der Pharmazeutischen Zeitung zu veröffentlichen. Die Berufung hatte keinen Erfolg. In den Gründen des Berufungsurteils des Landesberufsgerichts heißt es: Die beanstandeten Werbemaßnahmen des Beschwerdeführers verletzen das Verbot unangemessener Werbung gemäß § 8 BO Bayern 1983 und teilweise auch allgemeine wettbewerbsrechtliche Vorschriften. Sowohl die kostenlose Mitgabe von Bedarfsgegenständen anlässlich des Arzneimittelkaufs als auch der Hinweis auf die "Gratis-Zahnbürsten-Gravur"-Aktion (Vorwürfe zu 1 und 2) seien mit § 1 Abs. 1 und 3 ZugabeVO nicht zu vereinbaren gewesen. Die Unzulässigkeit von mehreren 65

beanstandeten Werbemaßnahmen folge daraus, daß sie schon gegen das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb verstießen: Sie seien geeignet gewesen, das Publikum irrezuführen. Dies gelte unter anderem für den Aufkleber für die Telefonwählscheibe (Eindruck der Dauerbereitschaft - Vorwurf zu 3), die Zeitungswerbung für Fischölkapseln (Herzstärkung - Vorwurf zu 4), die fingierte Danksagungsadresse (Vorwurf zu 5) und die Werbung auf den Einkaufswagen (Dauerniedrigpreise - Vorwurf zu 6) sowie die Anpreisung von Ananas-Drops (Schlankmacher - Vorwurf zu 7). Auch das Herausstellen kostenloser Beratung sei irreführend (Vorwurf zu 8). Mittels Verkaufsschütten und Werbetafeln auf dem Gehsteig habe er aufdringlich geworben (Vorwürfe zu 9 und 10). Der Einsatz eines Faschingswagens sei weder lustig noch unterhaltend, sondern plump-aufdringlich gewesen (Vorwurf zu 14). Die Trikotwerbung habe dem Ansehen des Apothekers in der Öffentlichkeit Schaden zugefügt (Vorwurf zu 13). Auch habe durch die massive Häufung von Zeitungsanzeigen für das Nebensortiment der Eindruck entstehen müssen, daß dieser Warenbereich für den Beschwerdeführer im Vordergrund stehe (Vorwürfe zu 11 und 12). Er habe dadurch andere Apotheker in Zugzwang gebracht und in Kauf genommen, einen ruinösen und die Arzneimittelversorgung beeinträchtigenden Konkurrenzkampf der Apothekeninhaber auszulösen. Der Beschwerdeführer habe insgesamt in weit überdurchschnittlichem Umfang gegen das Verbot unangemessener Werbung und sonstige gesetzliche Bestimmungen verstoßen.

### III.

1. Der Beschwerdeführer zu 1) rügt die Verletzung von Art. 2 Abs. 1 und Art. 12 Abs. 1 GG. 66

Die Berufsgerichte hätten verkannt, daß er mit seinem Schreiben an die "BDS-Freunde", in dem er um Spenden für die Tombola gebeten und auf die Möglichkeit der Kartenbestellung hingewiesen habe, privat und nicht beruflich tätig geworden sei. Damit habe er für den Reiterverein geworben. Seine Apotheke werde nur deshalb genannt, weil er sich überwiegend dort aufhalte und auch seine privaten Angelegenheiten überwiegend dort erledige. Es sei lebensfremd, einem solchen Schreiben an Bekannte einen Werbe- oder gar Nötigungseffekt für - zumeist verschreibungspflichtige - Arzneimittel zuzubilligen; Drogerieartikel vertreibe er nicht. Das Gericht lasse auch bei der Bewertung der Anzeige in der Festschrift des Gesangsvereins jegliche Differenzierung vermissen und beachte nicht, daß eine Anzeige in der Festschrift eines Vorortvereins nicht mit der Werbung in der Tagespresse verglichen werden könne. Zudem habe die einzige örtliche Konkurrenzapotheke gleichzeitig unbeanstandet doppelt so groß geworben. 67

2. Der Beschwerdeführer zu 2) rügt eine Verletzung von Art. 3 Abs. 1, Art. 5 Abs. 1, Art. 12 Abs. 1 und Art. 103 Abs. 2 GG durch die angegriffenen Urteile, soweit berufsgerichtliche Maßnahmen wegen der Häufigkeit der Zeitungswerbung verhängt worden sind. 68

Er gehöre dem Verein aktiver Apotheker e.V. an, dessen Mitglieder Werbemaßnahmen als Bestandteile eines Marketingkonzeptes für Apotheken ansähen. Damit sei er für den Vorstand der Apothekerkammer ein berufspolitisches Ärgernis. Auch er gehe davon aus, daß § 8 Abs. 1 BO WestfL 1978 mit dem Grundgesetz vereinbar sei, soweit die Vorschrift übertrieben wirkende Werbung verbiete. Er beanspruche jedoch für sich, nicht übertrieben, sondern in wirtschaftlich sinnvoller und angemessener Form geworben zu haben. Soweit die Norm auch Werbung verbiete, die "in ihrer Häufigkeit übertrieben" wirke, werde sie sehr unterschiedlich ausgelegt und sei zu unbestimmt. Während nach Auffassung des Bundesverwaltungsgerichts eine übertriebene Häufigkeit der Werbung etwa bei gleichzeitiger Werbung in mehreren Medien oder durch mehrere Anzeigen in einer einzigen Ausgabe einer Tageszeitung vorliegen könne (BVerwGE 72, 73 <78>), lasse das Landesberufsgericht in dem angegriffenen Urteil nur eine monatliche Zeitungswerbung als berufsgerecht zu. Die Vorschrift verstoße auch gegen Art. 3 Abs. 1 GG, soweit die Werbung für apothekenübliche Waren im Sinne von § 25 ApBetrO weiter eingeschränkt werde als für den allgemeinen Handel, obwohl Apotheken insoweit in Wettbewerb mit diesem stünden. Der Schutz der Volksgesundheit könne nicht als rechtfertigender Grund herangezogen werden, weil es nicht um die Werbung für Arzneimittel gehe.

69

Jedenfalls verstoße die Anwendung der Regelung durch die Berufsgerichte gegen Art. 12 Abs. 1, Art. 5 Abs. 1 und Art. 3 Abs. 1 GG. Die Gerichte hätten verkannt, daß auch Auslegung und Anwendung der Berufsordnung im Lichte dieser Grundrechte erfolgen müsse. Berufswidrig könne Werbung nur sein, wenn sie negative Auswirkungen auf die Hauptaufgabe des Apothekers, die Sicherstellung einer ordnungsgemäßen Arzneimittelversorgung der Bevölkerung, haben könne. Dies sei allenfalls dann möglich, wenn sie den Eindruck erwecke, nicht die Arzneimittelversorgung, sondern das Randsortiment stehe im Vordergrund des Geschäfts. Ein solcher Eindruck setze aber eine ganz massive Häufung der Werbung voraus, die geeignet sei, die Vertrauensstellung des Apothekers in der Bevölkerung zu schwächen. Zeitungswerbung, die maximal an sechs Tagen monatlich in Zeitungen erscheine, sei hierzu ungeeignet. Letztlich könne man übertriebene Werbung für apothekenübliche Waren nur dann annehmen, wenn die Werbung auch gegen das allgemeine, für den sonstigen Einzelhandel geltende, Wettbewerbsrecht verstoße.

70

3. Der Beschwerdeführer zu 3) rügt die Verletzung von Art. 3 Abs. 1, Art. 12 Abs. 1 und Art. 103 Abs. 2 GG.

71

Nach seiner Auffassung beruhen die angefochtenen Entscheidungen auf einer grundsätzlich unrichtigen Auffassung von der Bedeutung der Grundrechte. Das in den §§ 8, 9 BO Bayern 1983 enthaltene Verbot der unlauteren, unangemessenen und marktschreierischen Werbung sei mit dem Grundgesetz nicht vereinbar. Nicht einmal die Berufsgerichte seien sich über den Inhalt dieser Verbote einig. Soweit die Apotheker auch bei der Werbung für apothekenübliche Waren weitergehenden Beschränkungen unterlägen als der sonstige Einzelhandel, werde der Apotheker ohne sachlichen Grund benachteiligt. Die Gerichte legten die Vorschriften so aus, daß sie

72

in ihrem praktischen Ergebnis einem fast völligen Verbot der Außenwerbung für Apotheker gleichkämen. Dies verkenne, daß der Betrieb der Apotheke ein auf Gewinnerzielung angelegter Gewerbebetrieb sei, der die Anschaffung und Weiterveräußerung von Waren zum Gegenstand habe. Ein solcher Betrieb brauche vernünftige Werbemöglichkeiten, um in der Konkurrenz mit anderen Wettbewerbern bestehen zu können. Die jetzige Handhabung diene dem Schutz der alteingesessenen Apotheker vor Umsatzverlagerung und nicht den Belangen der Volksgesundheit. Es sei nicht erkennbar, inwiefern Zeitungsannoncen, der Aufdruck auf Sporttrikots oder die Teilnahme an einem Faschingsumzug geeignet seien, die Vertrauensstellung als Apotheker in der Bevölkerung und damit die Sicherstellung einer ordnungsmäßigen Arzneimittelversorgung zu beeinträchtigen.

#### IV.

1. Von den Landesregierungen, denen Gelegenheit zur Stellungnahme gegeben worden ist, hat sich seitens des Landes Berlin die Senatsverwaltung für Gesundheit geäußert. Sie hält die Verfassungsbeschwerden für unbegründet. Sie sieht in den berufsgerichtlichen Verurteilungen und den ihnen zugrundeliegenden Normen keinen Verstoß gegen Art. 12 Abs. 1 GG. Der Gesetzgeber habe die Apotheken als Einrichtungen des öffentlichen Gesundheitswesens ausgestaltet. Der Apotheker diene der Gesundheit des einzelnen Menschen und des gesamten Volkes; diese Aufgabe präge seinen Beruf. Die hieraus folgende berufsethische Bindung rechtfertige Einschränkungen der Berufsausübung. Die in den Berufsordnungen konkretisierten Werbebeschränkungen sicherten den Vorrang des Arzneimittelversorgungsauftrags ab. Sie seien erforderlich, um die Gefahr von Beeinträchtigungen der Hauptaufgabe des Apothekers zu vermeiden. Sie träfen den Apotheker nicht übermäßig oder unzumutbar. Das gelte auch für das Randsortiment. Umfassende Werbung für das Randsortiment hätte zur Folge, daß die so angelockten Kunden erhebliche Umsätze im Bereich der apothekenpflichtigen Arzneimittel tätigten, was einen Mehrverbrauch oder Fehlgebrauch von Arzneimitteln begünstigen würde. 73

2. Die Präsidenten des Bundesverwaltungsgerichts und des Bundesgerichtshofs haben auf die jeweils einschlägige Rechtsprechung der jeweils zuständigen Senate verwiesen. 74

3. Die Landesapothekerkammern Baden-Württemberg und Westfalen-Lippe messen den Verfassungsbeschwerden keine grundsätzliche verfassungsrechtliche Bedeutung zu. Einschränkungen bei der Werbung seien nach der Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts (BVerfGE 53, 96) zulässig. Es gehe darum, den Apothekerberuf vor der Kommerzialisierung zu bewahren. Soweit die Beschwerdeführer aus kommerziellen Gründen eine andere Berufs- und Standespolitik der Kammern anstrebten, sei dies ein Ziel, das nur mit demokratischen Mitteln, etwa durch Wahlen, erreichbar sei. 75

Die Bayerische Landesapothekerkammer verweist darauf, daß auch mit den angestrebten Werbemöglichkeiten im Bereich des Randsortiments eine Wettbewerbs- 76

gleichheit für die Apotheke mit anderen Vertreibern nicht herbeigeführt werden könne. Dies sei wegen der vielfältigen gesetzlichen Bindungen, denen die Apotheker aus Gründen der Arzneimittelversorgung unterworfen seien, ausgeschlossen. Das Randsortiment sei am Umsatz zudem nur unwesentlich beteiligt. Auch die Kaufmannseigenschaft löse den Apotheker nicht aus seinen beruflichen Bindungen, weil der Beruf des Apothekers unteilbar sei. Er dürfe deshalb nicht den Eindruck erwecken, sich zu Lasten seiner Hauptaufgabe einträglicheren Geschäften zuzuwenden, weil sonst das Vertrauen der Bevölkerung gefährdet werde. Es sei in erster Linie Sache des Satzungsgebers, welches Gewicht er dem zu schützenden Gemeinschaftsgut beilege, welche Gefährdungstatbestände er ausschließen wolle und welche Mittel er für geeignet halte. Ergänzend bezieht sich die Bayerische Landesapothekerkammer auf eine Stellungnahme des Bayerischen Staatsministeriums für Arbeit und Sozialordnung, Familie, Frauen und Gesundheit.

4. Die Bundesvereinigung Deutscher Apothekerverbände (ABDA) hält die Verfassungsbeschwerden für unbegründet. Die Werbebeschränkungen konkretisierten das vom Gesetz vorgegebene Leitbild des Berufs des Apothekers und bewahrten es vor Verfälschung. Das Randsortiment habe völlig untergeordnete Bedeutung, so daß sich schon deshalb Werbebeschränkungen nicht stark auswirkten. Die Werbung verfälsche den Leistungswettbewerb bei der Abgabe von Arzneimitteln; nicht mehr die pharmazeutische Qualifikation des Apothekers, sondern der Erfolg seiner Werbemaßnahmen für das Randsortiment beeinflussten die Motivation der Kunden zur Auswahl einer bestimmten Apotheke. Die Werbevorschriften seien verfassungsrechtlich unbedenklich. Den Apothekerkammern komme im übrigen im Rahmen der von Art. 12 Abs. 1 GG gesetzten Grenzen ein eigenständiger Beurteilungsspielraum zu, mit welchen Mitteln sie den Gefahren für das gesetzliche Leitbild des Apothekerberufs entgegenzutreten wollten.

77

5. Die Bundesvereinigung Deutscher Apotheker/Vereinigung Aktiver Apotheker vertritt die Auffassung, daß die Verschlechterung der Rendite im Arzneimittelbereich durch gesetzliche Maßnahmen eine Ausweitung des Randsortiments durch Änderung des § 25 ApBetrO wünschenswert erscheinen ließe. Wegen der Absenkung der Verkaufspreise und der Verdienstspannen für Arzneimittel sowie wegen der gewinnmindernden Kassenrabatte und der Umsatzverluste durch Vermehrung der Apotheken sei Werbung nötig. Lediglich für günstig gelegene Apotheken - etwa in Fußgängerzonen und in Ärztehäusern - sei Werbung entbehrlich.

78

6. Der Bundesfachverband Deutscher Reformhäuser weist darauf hin, daß den Reformhäusern ein Angebot von 600 frei verkäuflichen Arzneimitteln zur Verfügung stehe, die einen wesentlichen Anteil am wirtschaftlichen Erfolg dieses Fachhandels hätten. Schon deshalb plädiere er für eine Gleichstellung der Apotheken im Bereich der Werbung, deren Angemessenheit von den Zivilgerichten hinlänglich konkretisiert werde.

79

## B.

Die Verfassungsbeschwerde des Beschwerdeführers zu 1) ist begründet, ebenso die Verfassungsbeschwerde des Beschwerdeführers zu 2). Die Verfassungsbeschwerde des Beschwerdeführers zu 3) hat nur teilweise Erfolg. Die angegriffenen Urteile verletzen die Beschwerdeführer in ihren Grundrechten aus Art. 12 Abs. 1 GG. Einzelne Bestimmungen, auf die sie sich stützen, sind mit dieser Verfassungsnorm unvereinbar. Im übrigen hält die Rechtsanwendung durch die Berufsgerichte nicht in allen Punkten der verfassungsrechtlichen Prüfung stand. 80

### I.

Die berufsgerichtlichen Verurteilungen durch die in den Ländern Baden-Württemberg, Nordrhein-Westfalen und Bayern eingerichteten Berufsgerichte beeinträchtigen die Berufsausübung der Beschwerdeführer. Sie sind daher an Art. 12 Abs. 1 Satz 1 GG zu messen, gegenüber dem Art. 2 Abs. 1 GG als Prüfungsmaßstab zurücktritt (BVerfGE 60, 215 <229>; stRspr). 81

1. Art. 12 Abs. 1 Satz 1 GG schützt die Freiheit der Berufsausübung. Zu dieser gehört nicht nur die berufliche Praxis selbst, sondern auch jede Tätigkeit, die mit der Berufsausübung zusammenhängt und dieser dient. Sie schließt die Außendarstellung von selbständig Berufstätigen ein, soweit sie auf die Förderung des beruflichen Erfolges gerichtet ist. Staatliche Maßnahmen, die geschäftliche oder berufliche Werbung beschränken, sind Eingriffe in die Freiheit der Berufsausübung (vgl. BVerfGE 85, 248 <256> m.w.N.). 82

Um solche Eingriffe handelt es sich bei den angegriffenen Entscheidungen. Sämtliche Verfahren betreffen Handlungen der Beschwerdeführer, mit denen sie für ihre Apotheke oder das dort vertriebene Randsortiment geworben haben. Die Urteile beruhen auf Vorschriften in den Kammersatzungen, die den Umfang zugelassener Werbung festlegen. Diese sind darauf angelegt, die Außendarstellung von Apotheken in ihrer Gesamtheit zu reglementieren. Sie beanspruchen für Unternehmenswerbung, Produktwerbung für Arzneimittel und Produktwerbung für das Nebensortiment Geltung. 83

2. Eingriffe in die Freiheit der Berufsausübung bedürfen gemäß Art. 12 Abs. 1 Satz 2 GG einer gesetzlichen Grundlage, die den Anforderungen der Verfassung an grundrechtsbeschränkende Gesetze genügt (a). Die gesetzlichen Grundlagen sind nur dann mit Art. 12 Abs. 1 GG vereinbar, wenn sie durch ausreichende Gründe des Gemeinwohls gerechtfertigt werden und wenn sie dem Grundsatz der Verhältnismäßigkeit entsprechen, wenn also das gewählte Mittel zur Erreichung des verfolgten Zwecks geeignet und auch erforderlich ist und wenn bei einer Gesamtabwägung zwischen der Schwere des Eingriffs und dem Gewicht der ihn rechtfertigenden Gründe die Grenze der Zumutbarkeit noch gewahrt ist (vgl. BVerfGE 76, 196 <207>; 85, 248 <259> m.w.N.). Diese Voraussetzungen sind bei einem Teil der angewandten Vorschriften nicht erfüllt (b und c). 84



a) Die Berufsgerichte haben den Eingriff auf Berufsordnungen gestützt, die als Kammersatzungen auf der Grundlage der Ermächtigung in den jeweiligen Kammer- und Heilberufsgesetzen der Länder (§ 31 Nr. 8 KaG BW; § 26 Nr. 8 HeilBerG NW 1975; Art. 54 Abs. 1, Art. 19 Nr. 7 BayKaG 1978) Werbeverbote aufstellen. Gegen Berufsausübungsregelungen in Gestalt von Satzungen öffentlich-rechtlicher Berufsverbände bestehen grundsätzlich keine verfassungsrechtlichen Bedenken (vgl. BVerfGE 71, 162 <172 f.>). Das zulässige Ausmaß von Beschränkungen hängt im einzelnen von der Intensität des Eingriffs ab. Es muß vom Gesetzgeber den Berufsverbänden in der Ermächtigung um so deutlicher vorgegeben werden, je empfindlicher Berufsangehörige in ihrer freien beruflichen Betätigung beeinträchtigt werden. Gerade die herkömmlichen Beschränkungen der Werbefreiheit sind für eine eigenverantwortliche Ordnung durch Berufsverbände geeignet. Für diesen Bereich bedarf es keiner zusätzlichen inhaltlichen Vorgaben. 85

b) Soweit die Berufsordnungen auf das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb und die Zugabeverordnung Bezug nehmen (vgl. §§ 9, 10 BO BW 1970, § 8 BO WestfL 1978, § 9 BO Bayern 1983), stehen sie mit Art. 12 GG in Einklang. Das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb enthält eine verfassungsrechtlich unbedenkliche Regelung der Berufsausübung (vgl. BVerfGE 32, 311 <317>). Auch für die Zugabeverordnung, die Unterfälle unlauterer Werbung regelt, kann dies nicht zweifelhaft sein. Sie verbietet im geschäftlichen Verkehr für den Fall des entgeltlichen Bezugs einer Ware oder Dienstleistung, eine nicht besonders berechnete Nebenleistung in Aussicht zu stellen. Auch sie will das Verhalten der Wettbewerber in den Bahnen der Redlichkeit und der guten kaufmännischen Sitte halten. Die Freiheit der wirtschaftlichen Betätigung soll nicht dazu führen, daß sich der Einzelne durch unzulässige Praktiken Vorteile im Wettbewerb verschafft. 86

c) Soweit die Berufspflichten hinsichtlich der Werbung durch eine Vielzahl von detaillierten, inhaltlichen, gestalterischen und zeitlichen Vorgaben eigenständig geregelt sind, genügen die entsprechenden Bestimmungen den verfassungsrechtlichen Vorgaben nur zum Teil. 87

aa) Der Zweck der Norm ist allerdings nicht zu beanstanden. Werbeverbote und Werbeeinschränkungen für freie Berufe sollen als Teil der Berufsordnung mit dazu beitragen, daß der Berufsstand seine Aufgaben ordnungsgemäß erfüllt. Sie sollen das berufliche Verantwortungsgefühl ebenso stärken wie das Vertrauen der Öffentlichkeit in den Berufsstand. Dem Apotheker ist die Sicherstellung der Arzneimittelversorgung der Bevölkerung überantwortet (§ 1 Abs. 1 ApG, § 1 Abs. 1 der Bundes-Apothekerordnung in der Fassung der Bekanntmachung vom 19. Juli 1989 <BGBl I S. 1478>). Die Bevölkerung soll darauf vertrauen dürfen, daß der Apotheker - obwohl auch Gewerbetreibender - sich nicht von Gewinnstreben beherrschen läßt, sondern seine Verantwortung im Rahmen der Gesundheitsberufe wahrnimmt. In diesem Sinn sollen die Werbeverbote dem Arzneimittelfehlgebrauch entgegenwirken und die ordnungsgemäße Berufsausübung stärken. Insbesondere soll das Vertrauen der Bevölkerung in die berufliche Integrität der Apotheker erhalten und gefördert werden. 88

bb) Von den für den Beschwerdeführer zu 1) maßgeblichen Normen sind § 8 Abs. 1 und § 9 BO BW 1970 verfassungsrechtlich unbedenklich, nicht jedoch § 10 Nr. 11 BO BW 1970. 89

(1) Soweit die §§ 8, 9 und 10 BO BW 1970 auf das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb, die Vorschriften des allgemeinen Wettbewerbs, auf das Heilmittelwerberecht und die Zugabeverordnung verweisen und diese den Besonderheiten des Apothekenwesens anpassen, verbieten sie unlautere Werbung sowie solche, die zu übermäßigem Arzneimittelverbrauch verleitet. Diese Regelungen sind ersichtlich geeignet und auch erforderlich, dem genannten Gemeinwohlbelang zu dienen. Es ist auch nicht erkennbar, daß solche Verbote den Apotheker unverhältnismäßig belasten. 90

(2) Dies trifft jedoch nicht für § 10 Nr. 11 BO BW 1970 zu, soweit dieser die Versendung von Werbebriefen sowie die Verteilung von Flugblättern und Werbemitteln außerhalb der Apotheke ausnahmslos verbietet. Generell lassen die Berufsordnungen erkennen, daß die Außendarstellung nicht wie diejenige von Ärzten oder Rechtsanwälten auf sachliche Informationen über die berufliche Betätigung beschränkt und somit von allen Elementen der Anpreisung und Reklame freigehalten werden soll (vgl. hierzu die Rechtsprechung zur Außendarstellung von Freiberuflern: BVerfGE 33, 125 <169>; 71, 183 <194>; 82, 18 <26>). Das ist in § 8 Satz 1 BO Bayern 1983 ausdrücklich festgehalten, kommt aber auch in den übrigen Berufsordnungen dadurch zum Ausdruck, daß verbotene Werbung durch die Beiworte "übertrieben", "unangemessen", "geeignet zur Förderung des Arzneimittelfehlgebrauchs" gekennzeichnet wird. § 10 Nr. 11 BO BW 1970 schließt hingegen bestimmte Werbeträger ohne Rücksicht auf den Inhalt der Werbung aus. Es ist nicht ersichtlich, wie die genannten Gemeinwohlbelange eine Beschränkung der Berufsausübung von solcher Reichweite rechtfertigen könnten. Auch die Berufsverbände nennen in ihren Stellungnahmen im wesentlichen nur solche Rechtfertigungsgründe, mit denen im allgemeinen das Verbot übertriebener Werbung begründet wird. Ausführungen dazu, warum bestimmte Werbemittel generell als unsachlich, übertrieben oder gar marktschreierisch zu gelten hätten, fehlen. 91

Ob Werbung außerhalb der Apotheken mittels Werbebriefen oder Flugblättern übertrieben erscheint, läßt sich vielmehr nur aus der Verbindung von Werbeträger und Werbeaussage unter Berücksichtigung ihrer Gestaltung und ihrer Häufigkeit entscheiden. Auch solche Werbung außerhalb der Apotheke sowie ortsfeste Unternehmenswerbung kann sachliche Aussagen enthalten und über das Angebot sowie die Lage der Apotheke in einer Form informieren, die weder zum Arzneimittelfehlgebrauch verleitet noch die ordnungsgemäße Berufsausübung des Apothekers gefährdet oder sein Ansehen in der Öffentlichkeit herabmindert. Es ist nicht ersichtlich, daß bestimmte Werbeträger - entgegen ihrem erklärten Zweck und abweichend von der sonstigen Werbepaxis - generell geeignet wären, das Vertrauen der Öffentlichkeit in die berufliche Integrität des Werbenden zu schmälern. 92

(3) Selbst wenn der Zweck der Regelung den Ausschluß bestimmter Werbeträger noch rechtfertigen sollte, führt jedenfalls eine Gesamtabwägung zwischen der Schwere des Eingriffs und dem Gewicht der ihn rechtfertigenden Gründe zu dem Ergebnis, daß die Grenzen der Zumutbarkeit überschritten sind, wenn die Berufsordnung keinen Raum für eine Prüfung der konkreten Werbung läßt. Der Apotheker ist nicht nur Angehöriger eines freien Berufs, sondern zugleich Kaufmann. Er steht hinsichtlich der apothekenfreien Arzneimittel und des Randsortiments im allgemeinen Wettbewerb und muß werbend auf sich aufmerksam machen dürfen. Setzt das Verbot allein an der Form der Werbung an, schwächt sich die Beziehung zum rechtfertigenden Gemeinwohlbelang ab. Aus dem Werbeträger unmittelbar auf eine Gefährdung der Arzneimittelversorgung oder mittelbar auf einen Schwund des Vertrauens der Öffentlichkeit in die berufliche Integrität der Apotheker zu schließen, ist schwerlich möglich, solange sich die Werbemittel im Rahmen des Üblichen bewegen. Hieran lassen die Berufsordnungen generell auch keinen Zweifel. Nur übertriebene und marktschreierische Werbung, die auf eine Vernachlässigung der Pflichten hindeuten könnte, soll vermieden werden.

cc) Die der Verurteilung des Beschwerdeführers zu 2), soweit sie von der Verfassungsbeschwerde angegriffen ist, zugrunde gelegten Normen sind verfassungsrechtlich nicht zu beanstanden.

(1) Die in § 8 BO WestfL 1978 enthaltenen Werbebeschränkungen sind unbedenklich, soweit sie die in anderen Gesetzen enthaltenen Verbote (irreführende Aussagen, wettbewerbswidrige Absprachen und Verstöße gegen die Zugabeverordnung) präzisieren (vgl. oben unter 2. b).

(2) Auch das originäre Werbeverbot in § 8 Satz 1 BO WestfL 1978, auf das die Verurteilung des Beschwerdeführers zu 2) wegen der Zeitungswerbung gestützt ist, begegnet keinen verfassungsrechtlichen Bedenken. Die Vorschrift verbietet Werbung, die nach Form, Inhalt oder Häufigkeit übertrieben wirkt. Insoweit wird die gebotene Verbindung zwischen Aussage, Träger und Intensität der Werbung hergestellt. Die Regelung trifft die Apotheker auch nicht unzumutbar.

Entgegen der Auffassung des Beschwerdeführers bestehen gegen die Norm auch keine Bedenken aus Art. 103 Abs. 2 GG. Eine jede Einzelheit berücksichtigende Aufzählung der mit einem Beruf verbundenen Pflichten ist nicht möglich. Der Gesetzgeber muß daher auf allgemein formulierte Regeln zurückgreifen und darf auch Generalklauseln verwenden, die die Berufspflichten pauschal umschreiben. Das für ihre Auslegung maßgebliche Leitbild wird in § 1 BO WestfL 1978 deutlich umrissen: Der Apotheker ist verpflichtet, seinen Beruf gewissenhaft auszuüben und dem ihm im Zusammenhang mit dem Beruf entgegengebrachten Vertrauen zu entsprechen. Anhand dieser Leitlinie und der Normkonkretisierung durch die Rechtsprechung der Berufsgerichte ist es den Betroffenen möglich, die Rechtslage zu erkennen und ihr Verhalten danach einzurichten (vgl. BVerfGE 60, 215 <230> m.w.N.).

dd) (1) Die im Falle des Beschwerdeführers zu 3) maßgebliche Norm des § 8 Satz 1

BO Bayern 1983 ist verfassungsrechtlich nicht zu beanstanden. Das Landesberufsgericht hat ihr ein Verbot unangemessener Werbung entnommen. Dabei handelt es sich um eine Generalklausel, die nach den vorstehenden Ausführungen zu § 8 Satz 1 BO WestfL 1978 dem verfassungsrechtlichen Bestimmtheitsgebot noch genügt. Auf § 8 Satz 2 BO Bayern 1983, der eine nähere Regelung durch Werberichtlinien vorsieht, die von der Delegiertenversammlung als Bestandteil der Berufsordnung beschlossen werden, sowie auf die hier einschlägigen Teile dieser Richtlinien hat das Landesberufsgericht sein Urteil nicht gestützt, vielmehr die Wirksamkeit der Nr. 3 dieser Richtlinien ausdrücklich offengelassen. Demgemäß bedarf es insoweit keiner Erörterung der gegen Teile dieser Richtlinien bestehenden verfassungsrechtlichen Bedenken (vgl. oben 2 c bb (2) und (3) zu § 10 Nr. 11 BO BW 1970).

(2) Dagegen gibt das erstinstanzliche Urteil Veranlassung, auf die Richtlinien einzugehen. Das Berufsgericht hat seine Verurteilung teilweise auf die Werberichtlinien gestützt. Es hat ihnen in Nr. 3 das Verbot der Trikotwerbung und auch das Verbot von solchen Zeitungsanzeigen entnommen, die zwar inhaltlich nicht zu beanstanden sind, jedoch 40 cm<sup>2</sup> überschreiten. Werbeverbote schränken Apotheker in ihrer Berufsfreiheit jedenfalls dann unverhältnismäßig ein, wenn sie bestimmte Werbeträger ohne Rücksicht auf Form und Inhalt der Werbung vollständig ausschließen oder wenn sie als strikte Regelung einer Würdigung aller maßgeblichen Umstände keinen Raum lassen (vgl. oben 2 c bb). Auf der von der Bayerischen Berufsordnung anerkannten Grundlage, daß nur unangemessene und übertriebene Werbung verboten ist, die das besondere Vertrauen der Bevölkerung zum Apotheker gefährdet oder den Mehr- und Fehlgebrauch von Arzneimitteln begünstigt, wird nicht deutlich, inwiefern die beim Sponsoring eingesetzten Werbemethoden generell solche Gefahren heraufbeschwören könnten. Insbesondere bei der Werbung für die Betriebsstätte mit Namen und Anschrift der Apotheke liegt es eher fern, eine Gefährdung des Berufsbildes in der Öffentlichkeit zu besorgen.

99

Sofern die Werbeverbote vornehmlich dem Konkurrentenschutz zu dienen bestimmt sein sollten, was in den Richtlinien unter Nr. 3 Abs. 1 am Ende anklingt ("... und im Hinblick auf die benachbarten Apotheken als unbedenklich anzusehen ..."), wären die Apothekerkammern nicht legitimiert, mit ihren Berufsordnungen in den Wettbewerb allein zum Zwecke des Konkurrenzschutzes einzugreifen. Weder genießen die sonstigen ortsansässigen Apotheker aus Art. 12 Abs. 1 GG Schutz vor den werbeaktiven Konkurrenten (BVerfGE 34, 252 <256>; 55, 261 <269>) noch darf dies aus dem herkömmlichen Berufsbild gefolgert werden (vgl. hierzu BVerfGE 76, 171 <185>), weil das Berufsbild des Apothekers nicht Selbstzweck ist, sondern zum Schutz der Volksgesundheit entwickelt und aufrechterhalten worden ist. Das öffentliche Interesse, das das "Sonderrecht" für Apotheken legitimiert, ist auf die Sicherstellung einer ordnungsgemäßen Arzneimittelversorgung der Bevölkerung gerichtet; daran müssen sich Beschränkungen der Berufsfreiheit messen lassen (vgl. BVerfGE 75, 166 <181>).

100

3. Im übrigen beruhen die berufsgerichtlichen Entscheidungen auf verfassungsrechtlich unbedenklichen Normen. Deren Auslegung und Anwendung hält jedoch den verfassungsrechtlichen Anforderungen nicht in vollem Umfang stand. Auslegung und Anwendung ist Aufgabe der Fachgerichte und wird vom Bundesverfassungsgericht nur darauf überprüft, ob sie Fehler enthält, die auf einer grundsätzlich unrichtigen Anschauung von der Bedeutung des betroffenen Grundrechts, insbesondere vom Umfang seines Schutzbereichs, beruhen. Das ist der Fall, wenn die von den Fachgerichten vorgenommene Auslegung der Norm die Tragweite des Grundrechts nicht hinreichend berücksichtigt oder im Ergebnis zu einer unverhältnismäßigen Beschränkung der grundrechtlichen Freiheit führt (vgl. BVerfGE 85, 248 <258>). Zu einer solchen Beschränkung kommt es insbesondere, wenn die Gerichte bei Auslegung und Anwendung der Norm nicht alle Umstände des Einzelfalles würdigen, die für die Verhältnismäßigkeitsprüfung von Belang sind.

101

a) Der Beschwerdeführer zu 1) ist vom Berufsgericht und vom Landesberufsgericht wegen übertriebener Werbung verurteilt worden, weil er eine mehr als 40 cm<sup>2</sup> große Annonce in einer Vereinsfestschrift veröffentlicht hat. Sie haben die Größe beanstandet, sind aber auf die näheren Umstände der Inserierung nicht eingegangen. Ob eine Anzeigenwerbung übertrieben ist, läßt sich allein an der Größe des Inserats nicht ohne weiteres festmachen. Dem Schutz der Berufsfreiheit kann vielmehr nur durch eine Würdigung aller maßgeblichen Umstände angemessen Rechnung getragen werden. Format, Auflage und Leserkreis der Zeitung können dabei ebenso bedeutsam sein wie ihr Charakter und ihre Aufmachung. Hier hätte insbesondere bedacht werden müssen, daß eine Vereinsschrift nur einmalig erscheint, für einen ausgewählten Personenkreis in einem begrenzten Umfeld bestimmt ist und sich in ihrer Aufmachung deutlich von anderen Presseerzeugnissen unterscheidet. Daß die beanstandete Anzeige auch in diesem Rahmen geeignet war, die Seriosität des Beschwerdeführers zu 1) in Frage zu stellen, ist nicht ersichtlich. Jedenfalls hätte eine solche Würdigung näherer Darlegungen bedurft.

102

b) Dem Beschwerdeführer zu 2) haben Berufsgericht und Landesberufsgericht angelastet, daß er über 13 Monate mit ungefähr 30 Zeitungsanzeigen und über weitere 13 Monate mit 34 Zeitungsanzeigen für seine Apotheke und das Randsortiment geworben hat. Form und Inhalt der Anzeigen sind nicht beanstandet worden. Die Serie habe jedoch nach ihrer Häufigkeit übertrieben gewirkt, weil solche Veröffentlichungen nicht häufiger als einmal im Monat erfolgen sollten. Was darüber hinausgehe, weise auf ein übersteigertes kaufmännisches Geschäftsgebaren hin. Die Verurteilungen sind auf § 1 in Verbindung mit § 8 Satz 1 BO WestfL 1978 gestützt worden, wonach der Apotheker dem ihm entgegengebrachten Vertrauen zu entsprechen und im Wettbewerb Werbung zu unterlassen hat, die nach ihrer Häufigkeit übertrieben wirkt. Auch die Berufsgerichte haben erkannt, daß unter denkbaren vernünftigen Zwecken des Gemeinwohls, die zur Rechtfertigung der Werbebeschränkung herangezogen werden können, hier nicht die Arzneimittelversorgung und der Schutz der Volksgesundheit im Vordergrund stehen, sondern allein der Gefahr vorgebeugt werden soll,

103

daß das Ansehen des Apothekerberufs in der Öffentlichkeit Schaden nimmt und dieser Schaden auf seine für die Arzneimittelversorgung notwendige Vertrauensstellung ausstrahlt.

Mit ihrer Auslegung haben die Berufsgerichte die durch Art. 12 Abs. 1 Satz 1 GG gebotene berufs- und wettbewerbsfreundliche Auslegung der Berufsordnung verfehlt. Sie haben nicht beachtet, daß Erwägungen zum Berufsbild an Gewicht verlieren, soweit Apotheker mit ihrem Warenangebot in Konkurrenz zu sonstigen Berufsgruppen stehen. Dies hat der Senat in der Entscheidung zum Selbstbedienungsverbot bereits ausgeführt (BVerfGE 75, 166 <180>). Es kann keinem vernünftigen Zweifel unterliegen, daß die Werbung in unterschiedlichen Tageszeitungen, die etwas häufiger als zweimal im Monat erscheint und Produktgruppen wie Heilkräuter, Biokost, Gewürze für die Weihnachtsbäckerei oder Sortimentsgruppen für Sportler, für den Urlaub oder für Mutter und Kind betrifft, weit unterhalb der Schwelle liegt, die heute im seriösen Einzelhandel üblich ist. Insoweit genügt es daher nicht, auf eine eigene "Faustregel" zu verweisen. Vielmehr hätte es der Darlegung bedurft, inwiefern zwei bis drei Zeitungsanzeigen pro Monat für das Randsortiment auf den Konsumenten massiv einwirken und den Eindruck vermitteln, daß das Randsortiment und die Ausweitung des Warenumsatzes im Vordergrund des Geschäfts stünden. Welche Werbeformen und welche Häufigkeit der Werbung als üblich, als angemessen oder als übertrieben bewertet werden, unterliegt zeitbedingten Veränderungen. Hier haben die Berufsgerichte dem Wandel im Werbeverhalten des Handels Rechnung zu tragen. Denn durch dieses Verhalten ändern sich Wahrnehmungsfähigkeit und Wahrnehmungsbereitschaft der Verbraucher und damit auch die Beurteilung der Frage, welche Werbung übertrieben ist. Insoweit können aus dem Werbeverhalten der Verkaufsstellen für apothekenfreie Arzneimittel und demjenigen der Heilmittelhersteller Anhaltspunkte gewonnen werden. Auch diese Gewerbetreibenden haben Belange der Arzneimittelversorgung und damit zugleich der Volksgesundheit zu berücksichtigen und müssen aus diesem Grunde mit gesteigerter Seriosität um Vertrauen in der Bevölkerung werben.

104

c) Auch bei der Verurteilung des Beschwerdeführers zu 3) durch das Bayerische Landesberufsgericht ist die Berufsordnung nicht in allen Fällen verfassungsgemäß angewandt worden.

105

aa) Nicht zu beanstanden ist die Verurteilung allerdings hinsichtlich der Vorfälle, die oben unter A. II. 3. Nr. 1 bis 8 und Nr. 14 aufgeführt sind.

106

Ob mit der Teilnahme an einem Faschingsumzug (Vorwurf zu 14) mit eigenem Wagen zu Werbezwecken plump aufdringliche Werbung marktschreierischer Art betrieben wird, unterliegt in erster Linie der Beurteilung der Tatsachengerichte, die mit den örtlichen Gepflogenheiten vertraut sind. Substantiierte Einwendungen hat die Verfassungsbeschwerde insoweit nicht vorgebracht.

107

An solchen Einwendungen fehlt es auch, soweit die berufsgerichtlichen Maßnahmen auf Verstöße gegen das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb und die Zu-

108

gabeverordnung gestützt worden sind (Vorwürfe zu 1 bis 8).

bb) Im übrigen hält die Verurteilung der verfassungsrechtlichen Nachprüfung nicht stand. 109

(1) Soweit der Werbeaufdruck auf Trainingsanzügen des örtlichen Radsportvereins (Vorwurf zu 13) schlechthin als in hohem Maße vertrauensschädigend bezeichnet worden ist, läßt die Entscheidung eine Auseinandersetzung mit den allgemeinen Gepflogenheiten der seriösen geschäftlichen Werbung im Rahmen von Sponsoring vermissen. Der Sportler als Werbeträger gehört inzwischen zum alltäglichen Erscheinungsbild. Zahlreiche in der Apotheke vertriebene Artikel des Randsortiments und der nicht verschreibungspflichtigen Arzneimittel weisen Bezug zum Sport im Sinne von Fitneß und Gesunderhaltung, aber auch zu den alltäglichen Risiken des Sports auf. Sportbekleidung und Sportstätten gänzlich als Werbeträger auszunehmen, wird der Bedeutung dieses Mediums für angemessene und seriöse Werbung nicht gerecht; auch Pharmafirmen und Krankenversicherungen bedienen sich ihrer. Wann diese Werbung wegen Form und Inhalt mit dem Erscheinungsbild des Apothekers in der Öffentlichkeit unvereinbar ist, haben die Berufsgerichte unter Würdigung der jeweils besonderen Umstände des Einzelfalles festzustellen. 110

(2) Soweit das Landesberufsgericht seine Entscheidung darauf stützt, daß der Beschwerdeführer zu 3) in massiver Häufung inseriert habe (Vorwürfe zu 11 und 12), verkennt es Bedeutung und Tragweite des Art. 12 Abs. 1 GG. Seine Würdigung, daß dadurch beim Publikum der Eindruck entstanden sei, die Apotheke des Beschwerdeführers zu 3) befasse sich nicht mehr vorrangig mit der Arzneimittelversorgung, sondern habe das Schwergewicht des Geschäfts auf das Randsortiment verlagert, wird nicht genügend belegt. Insoweit kann auf die Ausführungen unter 2. c bb (3) verwiesen werden. 111

Auch der vom Landesberufsgericht zusätzlich herangezogene Gesichtspunkt des Konkurrenzschutzes vermag die Maßregelung des Beschwerdeführers zu 3) wegen des Umfangs und der Häufigkeit seiner Anzeigenwerbung nicht zu rechtfertigen. Soweit ausgeführt wird, daß häufige Werbung zugleich unkollegiales Verhalten darstelle, hat das Landesberufsgericht die Tragweite von Art. 12 Abs. 1 Satz 1 GG verkannt. Konkurrenzschutz und Schutz vor Umsatzverlagerungen sind im vorliegenden Zusammenhang keine legitimen Zwecke, die Einschränkungen in der Berufsausübung rechtfertigen können. Der eigentliche Zweck der Werbung liegt darin, Kunden zu Lasten der Konkurrenz zu gewinnen. Da jeder Apotheker gehalten ist, dem Arzneimittelgebrauch entgegenzuwirken, darf keine Werbemaßnahme auf eine Ausweitung des insgesamt umgesetzten Volumens im Arzneimittelbereich abzielen; es geht vielmehr um eine Umsatzverlagerung zugunsten der eigenen Apotheke. Wenn nach den Berufsordnungen Werbung zulässig ist, kann erfolgreiche Werbung nicht unkollegial sein. 112

(3) Unvereinbar mit Art. 12 Abs. 1 GG ist auch die Verurteilung wegen des Aufstellens von Werbetafeln und Verkaufsschütten auf dem Gehsteig (Vorwürfe zu 9 und 113

10). Hinreichende Gründe dafür, daß dieses Verhalten den legitimen Zielen der Berufsordnung zuwiderläuft, lassen sich dem Urteil des Landesberufsgerichts nicht entnehmen. Der Umstand, daß sich die auf dem Gehsteig aufgestellten Werbeträger den Passanten buchstäblich in den Weg stellen, beschreibt lediglich die Art ihrer Wirkung, rechtfertigt für sich genommen aber noch nicht den Schluß, daß es sich um übertriebene Werbung handelt. Ob der Hinweis des Landesberufsgerichts, derartige Werbemethoden entsprächen eher den Gepflogenheiten eines "Billigladens" und rückten die Apotheke in die Nähe eines "Drugstores", sachlich zutrifft, mag dahingestellt bleiben. Werbung für das Randsortiment ist jedenfalls nicht allein deshalb aufdringlich, weil sich der Apotheker derselben Methoden bedient, die auch von anderen Kaufleuten beim Handel mit denselben Artikeln verwendet werden.

## II.

Im Umfang der Beanstandung werden die angegriffenen Berufungsentscheidungen aufgehoben; von einer Aufhebung der erstinstanzlichen Urteile wird im Interesse der Beschwerdeführer an einem raschen Abschluß des Verfahrens abgesehen (vgl. BVerfGE 84, 1 <5>).

114

Seidl	Grimm	Kühling
Jaeger	Haas	Hömig
	Steiner	



**Bundesverfassungsgericht, Beschluss des Ersten Senats vom 22. Mai 1996 -  
1 BvR 744/88, 1 BvR 1519/91, 1 BvR 60/89**

**Zitiervorschlag** BVerfG, Beschluss des Ersten Senats vom 22. Mai 1996 - 1 BvR 744/  
88, 1 BvR 1519/91, 1 BvR 60/89 - Rn. (1 - 114), [http://www.bverfg.de/e/  
rs19960522\\_1bvr074488.html](http://www.bverfg.de/e/rs19960522_1bvr074488.html)

**ECLI** ECLI:DE:BVerfG:1996:rs19960522.1bvr074488