

Inhaltsübersicht

| | Seite |
|---|--------|
| Vorwort | V |
| Inhaltsverzeichnis zur Kommentierung des Heilmittelwerbegesetzes | IX |
| Abkürzungen | XXIX |
| Literaturabkürzungen | XXXVII |
| Gesetzestext | 1 |
| Kommentar | |
| Einleitung | 11 |
| § 1 Anwendungsbereich | 117 |
| § 2 Fachkreise | 328 |
| § 3 Irreführende Werbung | 345 |
| § 3a Werbung für nicht zugelassene Arzneimittel | 525 |
| § 4 Pflichtangaben | 547 |
| § 4a Werbung in Packungsbeilagen und für die Verordnungsfähigkeit | 628 |
| § 5 Homöopathische Arzneimittel | 638 |
| § 6 Werbung mit Gutachten und Fachveröffentli- chungen | 650 |
| Vorbemerkungen zu § 7 | 677 |
| § 7 Werbegaben | 738 |
| § 8 Teleshopping und Einzeleinfuhr | 829 |
| § 9 Werbung für Fernbehandlung | 847 |
| § 10 Publikumswerbeverbot für bestimmte Arznei- mittel | 860 |
| § 11 Unzulässige Formen der Publikumswerbung | 911 |
| § 12 Publikumswerbung für bestimmte Krankheiten ... | 1116 |
| § 13 Werbeverbot ausländischer Unternehmen | 1173 |
| Vorbemerkungen zu den §§ 14, 15 | 1181 |
| § 14 Strafvorschrift | 1259 |
| § 15 Ordnungswidrigkeiten | 1265 |
| § 16 Einziehung | 1272 |
| § 17 Unberührt bleibende Vorschriften | 1290 |
| Sachverzeichnis | 1295 |

Inhaltsverzeichnis zur Kommentierung des Heilmittelwerbegesetzes

| | Seite |
|---|-------|
| Einleitung | 11 |
| I. Entstehungsgeschichte | 14 |
| 1. Vorläufer des HWG | 14 |
| 2. Entstehung des HWG | 16 |
| 3. Änderungen des HWG bis zum Inkrafttreten des AMNG | 19 |
| 4. Änderungen und Ergänzungen des HWG durch das AMNG | 20 |
| 5. Änderungen und Ergänzungen des HWG durch AMG-Novellen | 23 |
| II. Europarechtliche Vorgaben | 29 |
| 1. EU-Richtlinien als Instrument der Rechtsangleichung innerhalb der Europäischen Union | 30 |
| 2. Auslegung von EU-Richtlinien | 33 |
| 3. Umsetzung von EU-Richtlinien | 42 |
| 4. Der Gemeinschaftskodex (EG-Richtlinie 2001/83) | 47 |
| III. Verfassungsrechtliche Vorgaben | 58 |
| 1. Formelle Verfassungskonformität | 58 |
| 2. Materielle Verfassungskonformität | 60 |
| IV. Notwendigkeit und Zweck des HWG | 66 |
| 1. Notwendigkeit einer Sonderregelung für die HM-Werbung | 66 |
| 2. Schutzzweck des HWG | 68 |
| V. Zivilrechtliche und berufsrechtliche Rechtsverfolgung | 70 |
| 1. Unlauteres Wettbewerbsverhalten durch Verletzung von HWG-Bestimmungen (§ 3 iVm § 3a UWG) | 70 |
| 2. Berufs- und Standesrecht | 80 |
| 3. Wettbewerbsregeln | 83 |
| 4. Parteien im Wettbewerbsprozess | 84 |
| VI. Die Selbstkontrolle der Heilmittelwerbung durch die Wirtschaft | 97 |
| 1. Bedeutung der Selbstkontrollmaßnahmen | 97 |
| 2. Einrichtungen der Selbstkontrolle | 98 |
| 3. Vor- und Nachteile der Selbstkontrolle | 101 |
| VII. Internationaler Anwendungsbereich des HWG | 102 |
| 1. Internationales Wettbewerbskollisionsrecht und internationale Zuständigkeit | 103 |
| 2. Internationales Strafrecht | 111 |
| 3. Internationales Verwaltungsrecht | 114 |
| § 1 Anwendungsbereich | 117 |
| I. Entstehungsgeschichte | 123 |
| 1. RegE – Gesetzesberatungen | 123 |
| 2. Änderungen des produktbezogenen Anwendungsbereichs | 125 |
| 3. Änderungen des werblichen Anwendungsbereichs | 131 |
| II. Norminhalt und Bedeutung | 132 |

Inhaltsverzeichnis

| | Seite |
|--|------------|
| III. Werblicher Anwendungsbereich | 133 |
| 1. Auslegung | 134 |
| 2. Werbung | 142 |
| 3. Absatzwerbung | 143 |
| 4. Abgrenzung – Grenzfälle | 157 |
| 5. Ausnahmekatalog | 178 |
| 6. Mittelbare Werbung (§ 1 III) | 189 |
| 7. Teleshopping (§ 1 IIIa) | 190 |
| IV. Arzneimittel | 191 |
| 1. Grundsätzliche Auslegungsprobleme und -streitfragen | 194 |
| 2. Gemeinsame AM-Tatbestandsmerkmale | 208 |
| 3. Präsentationsarzneimittel | 210 |
| 4. Funktionsarzneimittel (§ 2 I Nr. 2 lit. a AMG) | 244 |
| 5. Diagnostika (§ 2 I Nr. 2 lit. b AMG) | 263 |
| 6. Fiktive Arzneimittel (§ 2 II AMG) | 264 |
| 7. Abgrenzung Arzneimittel-Lebensmittel | 266 |
| 8. Abgrenzung Arzneimittel-Kosmetika | 283 |
| 9. Abgrenzung Arzneimittel-Medizinprodukte | 298 |
| 10. Abgrenzung Arzneimittel-Tabakerzeugnisse | 306 |
| 11. Abgrenzung Arzneimittel-Biozidprodukte | 307 |
| 12. Zweifelsregel | 310 |
| V. § 1 I Nr. 2 | 316 |
| 1. Grundzüge | 316 |
| 2. Andere Mittel | 316 |
| 3. Verfahren und Behandlungen | 316 |
| 4. Gegenstände | 319 |
| 5. Zweckbestimmung in der Werbung | 322 |
| VI. Operative Plastisch-Chirurgische Eingriffe (§ 1 I Nr. 2) | 325 |
| 1. Entstehungsgeschichte | 325 |
| 2. Operativer plastisch-chirurgischer Eingriff | 325 |
| VII. Gegenstände zur Verhütung von Unfallschäden (§ 1 IV) | 327 |
| § 2 Fachkreise | 328 |
| I. Entstehungsgeschichte | 329 |
| 1. HWVO | 329 |
| 2. HWG | 329 |
| 3. EU-Recht | 330 |
| II. Norminhalt und Normzweck | 332 |
| 1. Norminhalt | 332 |
| 2. Normzweck | 332 |
| III. Fachkreise | 333 |
| 1. Angehörige der Heilberufe und des Heilgewerbes | 333 |
| 2. Einrichtungen, die der Gesundheit von Mensch oder Tier dienen | 336 |
| 3. Personen, die mit Arzneimitteln usw erlaubterweise Handel treiben ... | 337 |
| 4. Personen, die Arzneimittel usw in Ausübung ihres Berufes anwenden | 337 |
| 5. Restriktive Auslegung? | 338 |
| VI. Abgrenzung Fachwerbung – Publikumswerbung | 339 |
| 1. Abgrenzungskriterien | 339 |
| 2. Internet-Werbung | 340 |

| | Seite |
|--|------------|
| V. Beurteilung nach EU-Recht | 341 |
| 1. Engere Definition der Fachkreise | 341 |
| 2. Konsequenzen für das nationale Recht | 342 |
| § 3 Irreführende Werbung | 345 |
| I. Entstehungsgeschichte | 353 |
| 1. HWVO | 353 |
| 2. RegE | 353 |
| 3. AMNG | 355 |
| 4. EU-Recht/5. AMG-Novelle | 356 |
| II. Verfassungskonformität | 358 |
| 1. Bestimmtheitsgebot | 358 |
| 2. Grundrechte | 359 |
| III. Normzweck, Norminhalt, Normabgrenzung | 359 |
| 1. Normzweck | 359 |
| 2. Norminhalt | 360 |
| 3. Normabgrenzung | 363 |
| IV. Auslegungsmaßstäbe – Feststellung der Irreführung | 368 |
| 1. Einheitlicher Irreführungsbegriff | 368 |
| 2. Strengeprinzip | 369 |
| 3. Verbraucherleitbilddiskussion | 370 |
| 4. Europäisches Verbraucherleitbild | 375 |
| 5. Referenzverbraucher in der neueren Rspr. des EuGH und BGH | 377 |
| 6. Einbettung des Strengeprinzips in das europäische Verbraucherleitbild | 381 |
| 7. Prüfungsschema | 384 |
| 8. Feststellung der Irreführung | 384 |
| V. Werbung | 431 |
| 1. Anwendungsbereich | 431 |
| 2. Werbeangabe | 431 |
| VI. Irreführung | 441 |
| 1. Definition | 441 |
| 2. Objektiv wahre Angaben mit irreführender Wirkung | 442 |
| 3. Unwahre, nicht irreführende Angaben | 446 |
| 4. Mehrdeutige Angaben | 446 |
| 5. Marktschreierische Übertreibungen | 448 |
| 6. Alleinstellungs- und Spitzengruppenwerbung | 450 |
| 7. Fortwirkende Irreführung | 452 |
| VII. Einzelatbestände (Vorbemerkungen) | 453 |
| VIII. § 3 S. 2 Nr. 1 | 454 |
| 1. Auslegungsprobleme | 454 |
| 2. Arzneimittel usw | 455 |
| 3. Wirkungen – therapeutische Wirksamkeit | 456 |
| 4. Beigelegt | 457 |
| 5. Irreführung | 457 |
| 6. Beispiele | 463 |
| IX. Irreführende Erfolgsversprechen (§ 3 S. 2 Nr. 2 lit. a) | 477 |
| 1. Entstehungsgeschichte und Normzweck | 477 |
| 2. Fälschlicher Eindruck | 477 |
| 3. Sicherer Erfolg | 477 |
| 4. Beispiele | 479 |

| | Seite |
|--|------------|
| X. Irreführung über schädliche Wirkungen (§ 3 S. 2 Nr. 2 lit. b) | 489 |
| 1. Entstehungsgeschichte und Normzweck | 489 |
| 2. Bestimmungsgemäßer Gebrauch | 490 |
| 3. Längerer Gebrauch | 491 |
| 4. Schädliche Wirkungen | 491 |
| 5. Fälschlicher Eindruck | 492 |
| 6. Beispiele | 494 |
| XI. Tarnung von Wettbewerbs-handlungen (§ 3 S. 2 Nr. 2 lit. c) | 495 |
| 1. Entstehungsgeschichte und Normzweck | 495 |
| 2. Anwendungsbereich | 496 |
| 3. Beispiele unzulässiger Werbemaßnahmen | 497 |
| XII. Irreführung über die Zusammensetzung oder Beschaffenheit von Arznei-mitteln, Gegenständen oder anderen Mitteln sowie über die Art und Weise der Verfahren oder Behandlungen (§ 3 S. 2 Nr. 3 lit. a) | 498 |
| 1. Zusammensetzung | 498 |
| 2. Beschaffenheit | 499 |
| 3. Art und Weise der Verfahren oder Behandlungen | 504 |
| 4. Täuschung | 505 |
| XIII. Irreführende persönliche Angaben (§ 3 S. 2 Nr. 3 lit. b) | 505 |
| 1. Entstehungsgeschichte und Normzweck | 505 |
| 2. Personenangaben | 506 |
| 3. Vorbildung | 513 |
| 4. Befähigung | 513 |
| 5. Erfolge | 513 |
| 6. Hersteller, Erfinder | 513 |
| 7. Täuschung | 514 |
| XIV. Sonstige Tatbestandsgruppen irreführender Werbung | 514 |
| 1. Vorbemerkung | 514 |
| 2. Irreführung über das Unternehmen | 515 |
| 3. Irreführung über die geographische Herkunft | 519 |
| 4. Irreführung durch Empfehlungen Dritter | 520 |
| 5. Irreführung über die Preisgestaltung | 521 |
| XV. Rechtsverfolgung | 523 |
| 1. Straftat (s. § 14) | 523 |
| 2. Ordnungswidrigkeit | 523 |
| 3. Zivilrechtliche Rechtsverfolgung | 523 |
| XVI. Beurteilung nach EU-Recht | 523 |
| § 3a Werbung für nicht zugelassene Arzneimittel | 525 |
| I. Entstehungsgeschichte | 526 |
| II. Normzweck – Abgrenzung – Auslegung | 527 |
| 1. Normzweck | 527 |
| 2. Abgrenzung | 528 |
| 3. Auslegung | 530 |
| III. Tatbestandsmerkmale | 532 |
| 1. Produktbezogene Absatzwerbung | 532 |
| 2. Zulassungspflichtige Arzneimittel | 536 |
| 3. Fehlende arzneimittelrechtliche Zulassung | 538 |
| 4. Zulassungsüberschreitende Werbung | 540 |

| | Seite |
|---|------------|
| IV. Rechtsverfolgung | 545 |
| 1. Ordnungswidrigkeit | 545 |
| 2. Zivilrechtliche Verfolgung | 545 |
| V. Beurteilung nach EU-Recht | 545 |
| § 4 Pflichtangaben | 547 |
| I. Entstehungsgeschichte | 551 |
| 1. Vorbemerkung | 551 |
| 2. Gesetzgebungsverfahren AMNG | 552 |
| 3. Änderungen im Zuge von AMG-Novellen | 555 |
| II. Normzweck, Anwendungsbereich und Abgrenzung | 560 |
| 1. Normzweck | 560 |
| 2. Anwendungsbereich | 561 |
| 3. Abgrenzung – Kollisionen | 573 |
| III. Verfassungsmäßigkeit | 578 |
| IV. Pflichtangabenkatalog (§ 4 I, Ia) | 580 |
| 1. Pharmazeutischer Unternehmer (§ 4 I 1 Nr. 1) | 580 |
| 2. Bezeichnung des Arzneimittels (§ 4 I 1 Nr. 2 und § 4 Ia) | 582 |
| 3. Zusammensetzung (§ 4 I 1 Nr. 3) | 585 |
| 4. Anwendungsgebiete (§ 4 I 1 Nr. 4) | 586 |
| 5. Gegenanzeigen (§ 4 I 1 Nr. 5) | 590 |
| 6. Nebenwirkungen (§ 4 I 1 Nr. 6) | 593 |
| 7. Warnhinweise (§ 4 I 1 Nr. 7) | 594 |
| 8. Verschreibungspflichtigkeit (§ 4 I 1 Nr. 7a) | 596 |
| 9. Wartezeit bei Tierarzneimitteln (§ 4 I 1 Nr. 8) | 596 |
| V. Traditionelle pflanzliche Arzneimittel (§ 4 I 2) | 597 |
| VI. Monopräparate (§ 4 Ia) | 597 |
| VII. Übereinstimmung mit den Packungsbeilagen (§ 4 II) | 597 |
| 1. Normzweck | 597 |
| 2. Übereinstimmung | 598 |
| 3. Abweichung von der Packungsbeilage | 599 |
| VIII. Entbehrlichkeit von Pflichtangaben | 600 |
| 1. Generelle Entbehrlichkeit | 600 |
| 2. Erleichterung für die Publikumswerbung | 601 |
| IX. Formale Ausgestaltung der Pflichtangaben (§ 4 IV und V) | 602 |
| 1. Printmedien (§ 4 IV) | 602 |
| 2. Audiovisuelle Medien | 611 |
| X. Erinnerungswerbung (§ 4 VI) | 615 |
| 1. Normzweck und Bedeutung | 615 |
| 2. Inhalt der Erinnerungswerbung | 617 |
| XI. Rechtsverfolgung | 623 |
| 1. Ordnungswidrigkeit | 623 |
| 2. Zivilrechtliche Verfolgung | 624 |
| XII. Beurteilung nach EU-Recht | 624 |
| 1. Grundsätze | 624 |
| 2. Differenzierung nach Art des Werbemediums | 626 |
| 3. Form und Modalitäten der Darstellung | 626 |

| | Seite |
|---|------------|
| § 4a Werbung in Packungsbeilagen und für die Verordnungsfähigkeit | 628 |
| I. Entstehungsgeschichte | 629 |
| 1. § 4a I: | 629 |
| 2. § 4a II | 630 |
| II. Normzweck – Abgrenzung – Auslegung | 631 |
| 1. Normzweck | 631 |
| 2. Abgrenzung | 632 |
| 3. Auslegung | 634 |
| III. Tatbestandsmerkmale des § 4a I | 634 |
| 1. Werbung | 634 |
| 2. Packungsbeilage | 635 |
| 3. Andere Arzneimittel | 635 |
| 4. Andere Mittel | 636 |
| IV. Tatbestandsmerkmale des § 4a II | 636 |
| V. Rechtsverfolgung | 637 |
| 1. Keine Bußgeldsanktion | 637 |
| 2. Zivilrechtliche Verfolgung | 637 |
| VI. Beurteilung nach EU-Recht | 637 |
| 1. § 4a I | 637 |
| 2. § 4a II | 637 |
| § 5 Homöopathische Arzneimittel | 638 |
| I. Medizinisch-pharmakologische Besonderheiten der Homöopathie | 639 |
| II. Entstehungsgeschichte | 640 |
| 1. Funktion der heilmittelwerblichen Sonderregelung | 640 |
| 2. Entstehungsgeschichte der Registrierungsvorschriften für homöopathische Arzneimittel | 640 |
| III. Normzweck, Abgrenzung und Auslegung | 643 |
| 1. Normzweck | 643 |
| 2. Abgrenzung | 643 |
| 3. Auslegung | 644 |
| IV. Anwendungsbereich | 645 |
| 1. Produktbezogene Absatzwerbung | 645 |
| 2. Registrierte homöopathische Arzneimittel | 646 |
| 3. Anwendungsgebiet | 647 |
| V. Rechtsverfolgung | 649 |
| 1. Ordnungswidrigkeit | 649 |
| 2. Zivilrechtliche Verfolgung | 649 |
| VI. Beurteilung nach EU-Recht | 649 |
| § 6 Werbung mit Gutachten und Fachveröffentlichungen | 650 |
| I. Entstehungsgeschichte | 651 |
| 1. HWVO – RegE | 651 |
| 2. HWG | 652 |
| 3. AMNG – 5. AMG-Novelle | 653 |
| II. Norminhalt, Normzweck, Abgrenzung und Auslegung | 653 |
| 1. Normzweck | 653 |
| 2. Norminhalt | 655 |

| | Seite |
|---|------------|
| 3. Abgrenzung | 657 |
| 4. Auslegung | 659 |
| III. § 6 Nr. 1 | 659 |
| 1. Gutachten | 659 |
| 2. Zeugnisse | 662 |
| 3. Veröffentlicht oder erwähnt | 663 |
| 4. Wissenschaftlich oder fachlich berufene Personen | 664 |
| 5. Die erforderlichen formalen Angaben | 665 |
| IV. § 6 Nr. 2 | 666 |
| 1. Wissenschaftliche oder fachliche Veröffentlichungen | 666 |
| 2. Sonstige Veröffentlichungen | 669 |
| 3. Bezugnahme | 670 |
| 4. Die erforderlichen Angaben | 670 |
| 5. Beispiele | 671 |
| V. § 6 Nr. 3 | 671 |
| 1. Zitate, Tabellen oder sonstige Darstellungen | 671 |
| 2. Fachliteratur | 672 |
| 3. Pflicht zur wortgetreuen Übernahme | 673 |
| VI. Rechtsverfolgung | 674 |
| 1. Ordnungswidrigkeit | 674 |
| 2. Zivilrechtliche Verfolgung | 674 |
| VII. Beurteilung nach EU-Recht | 674 |
| 1. § 6 Nr. 1, 2 | 674 |
| 2. § 6 Nr. 3 | 676 |
| 3. Publikumswerbung | 676 |
| Vorbemerkungen zu § 7 | 677 |
| I. Wertwerbung – Definition und Überblick | 680 |
| 1. Definition | 680 |
| 2. Zweiteilung der Wertwerbemittel | 681 |
| 3. Sonstige Regelungen der Wertwerbung | 681 |
| II. Beurteilung der Wertwerbung nach dem UWG | 682 |
| 1. Einführung | 682 |
| 2. Unzulässige Beeinflussung der Entscheidungsfreiheit (§ 4a I Nr. 3 UWG) | 684 |
| 3. Gezielte Behinderung von Mitbewerbern (§ 4 Nr. 4 UWG) | 685 |
| 4. Fallgruppen | 685 |
| III. Zugabeverordnung | 694 |
| 1. Normzweck | 694 |
| 2. Zugabebegriff | 694 |
| 3. Tatbestandshandlungen der ZugabeVO | 700 |
| 4. Umgehungstatbestände | 700 |
| 5. Ausnahmen von dem Zugabeverbot | 701 |
| 6. Schranken für erlaubte Zugaben | 701 |
| IV. Rabattgesetz | 703 |
| 1. Normzweck und Anwendungsbereich | 703 |
| 2. Das Rabattverbot | 706 |
| 3. Grenzen des Rabattwesens | 707 |

| | Seite |
|---|------------|
| V. Sonstige Vorschriften im Umfeld von § 7 | 708 |
| 1. HWG | 708 |
| 2. StGB | 708 |
| 3. Standesvorschriften | 716 |
| 4. SGB V | 721 |
| 5. BGB | 726 |
| 6. Wettbewerbsregeln der pharmazeutischen Industrie | 726 |
| VI. Verfassungsrechtliche Aspekte | 734 |
| 1. Grundrechtseingriff und Verhältnismäßigkeitsprinzip | 734 |
| 2. Fachwerbung | 735 |
| 3. Öffentlichkeitswerbung | 736 |
| § 7 Werbegaben | 738 |
| I. Entstehungsgeschichte | 743 |
| 1. Gesetzesinitiativen | 743 |
| 2. § 5 aF | 744 |
| 3. RegE | 745 |
| 4. 5. AMG-Novelle | 745 |
| 5. Wegfall von RabG und ZugabeVO | 746 |
| 6. AVWG | 747 |
| 7. GKV-Wettbewerbsstärkungsgesetz | 749 |
| II. Normzweck, Auslegung, Anwendungsbereich und Lücken | 749 |
| 1. Normzweck | 749 |
| 2. Auslegung | 752 |
| 3. Anwendungsbereich | 753 |
| 4. Legislatorische Mängel | 758 |
| III. Werbegabe | 761 |
| 1. Entwicklung des Meinungsstandes in der heilmittelwerblichen Literatur | 761 |
| 2. Definition der Werbegabe | 762 |
| 3. Zuwendungen | 765 |
| 4. Merkmale der Zuwendungen und sonstigen Werbegaben | 765 |
| 5. Formen der Zuwendungen und sonstigen Werbegaben | 770 |
| IV. Tatbestandshandlungen | 781 |
| 1. Anbieten | 781 |
| 2. Ankündigen | 781 |
| 3. Gewähren | 782 |
| 4. Annehmen | 782 |
| V. Ausnahmen | 782 |
| 1. Auslegung und Reichweite | 782 |
| 2. Werbegaben von geringem Wert mit Firmen- und/oder Heilmittel- kennzeichnung | 783 |
| 3. Geringwertige Kleinigkeiten | 789 |
| 4. Vereinbarkeit mit dem Arzneimittelpreisrecht | 791 |
| 5. Geldrabatte | 792 |
| 6. Naturalrabatte | 797 |
| 7. Handelsübliches Zubehör und handelsübliche Nebenleistungen | 800 |
| 8. Erteilung von Auskünften und Ratschlägen | 806 |
| 9. Kundenzeitschriften | 807 |

| | Seite |
|---|------------|
| VI. Fachwerbung (§ 7 I 2) | 810 |
| 1. Normzweck | 810 |
| 2. Heilberufe | 811 |
| 3. Zweckbestimmung | 811 |
| VII. Arzneimittelmuster (§ 47 III, IV AMG) | 812 |
| 1. Vorbemerkung | 812 |
| 2. Normzweck | 813 |
| 3. Muster von Fertig-AM | 814 |
| 4. Schriftliche Anforderung | 814 |
| 5. Umfang der Abgabe | 815 |
| 6. Empfänger der AM-Muster | 816 |
| 7. Analoge Anwendung auf Medizinprodukte, andere Mittel, Verfahren, Behandlungen und Gegenstände? | 818 |
| 8. Verschärfung durch § 15 FSA-Kodex | 819 |
| VIII. Ausnahmen für wissenschaftliche Veranstaltungen | 819 |
| 1. Anwendungsbereich | 819 |
| 2. Tatbestandsmerkmale | 821 |
| IX. Werbung für finanzielle Zuwendungen oder Aufwandsentschädigungen für Blut-, Plasma- oder Gewebespenden | 823 |
| 1. Regelungszweck | 823 |
| 2. Rechtssystematische Einordnung | 823 |
| 3. Auslegung | 824 |
| X. Rechtsverfolgung | 825 |
| 1. Ordnungswidrigkeit (§ 15 I Nr. 4, 4a) | 825 |
| 2. Zivilrechtliche Verfolgung | 825 |
| XI. Beurteilung nach EU-Recht | 825 |
| 1. Übersicht | 825 |
| 2. Öffentlichkeitswerbung | 826 |
| 3. Fachwerbung | 828 |
| § 8 Teleshopping und Einzeleinfuhr | 829 |
| I. Entstehungsgeschichte | 830 |
| 1. HWVO | 830 |
| 2. RegE | 830 |
| 3. Bekanntmachung | 831 |
| 4. 4. AMG-Novelle | 832 |
| 5. 8. AMG-Novelle | 832 |
| 6. GMG | 832 |
| 7. 2. Gesetz zur Änderung arzneimittelrechtlicher und anderer Vor- schriften | 834 |
| 8. 4. Gesetz zur Änderung arzneimittelrechtlicher und anderer Vor- schriften | 835 |
| II. Abgrenzung zu anderen Normen | 835 |
| III. Teleshopping (§ 8 S. 1) | 836 |
| 1. Norminhalt | 836 |
| 2. Definition | 837 |
| 3. Abgrenzung | 838 |
| 4. Arten | 838 |
| IV. Einzeleinfuhrwerbung (§ 8 S. 2) | 839 |
| 1. Norminhalt | 839 |

| | Seite |
|---|------------|
| 2. Normzweck | 840 |
| 3. Abgrenzung | 840 |
| 4. Einzeleinfuhr von AM | 842 |
| 5. Werbung | 844 |
| V. Rechtsverfolgung | 845 |
| 1. Ordnungswidrigkeit | 845 |
| 2. Zivilrechtliche Verfolgung | 845 |
| VI. Beurteilung nach EU-Recht | 845 |
| 1. Teleshopping | 845 |
| 2. Einzeleinfuhrwerbung | 845 |
| § 9 Werbung für Fernbehandlung | 847 |
| I. Entstehungsgeschichte, Anwendungsbereich und Abgrenzung, Normzweck und Auslegung | 848 |
| 1. Entstehungsgeschichte | 848 |
| 2. Anwendungsbereich und Abgrenzung | 848 |
| 3. Normzweck | 850 |
| 4. Auslegung | 851 |
| II. Werbung | 852 |
| III. Krankheiten, Leiden, Körperschäden, krankhafte Beschwerden | 853 |
| IV. Fernbehandlung | 853 |
| 1. Definition | 853 |
| 2. Mitteilung | 854 |
| 3. Erkennung | 854 |
| 4. Behandlung ieS | 855 |
| 5. Produktbezogene Werbung | 855 |
| 6. Eigene Wahrnehmung | 856 |
| V. Einzelfälle | 856 |
| 1. Unzulässige Werbung für Fernbehandlung | 856 |
| 2. Beispiele erlaubter Werbung | 858 |
| 3. Fernbehandlung durch die Presse | 858 |
| VI. Rechtsverfolgung | 859 |
| 1. Ordnungswidrigkeit | 859 |
| 2. Zivilrechtliche Verfolgung | 859 |
| VII. Beurteilung nach EU-Recht | 859 |
| § 10 Publikumsverbot für bestimmte Arzneimittel | 860 |
| I. Entstehungsgeschichte | 862 |
| 1. § 10 I | 862 |
| 2. § 10 II | 863 |
| II. Normzweck, Norminhalt, Abgrenzung, Auslegung | 866 |
| 1. Normzweck | 866 |
| 2. Norminhalt | 869 |
| 3. Abgrenzung | 869 |
| 4. Auslegung | 869 |
| III. Werbung | 872 |
| 1. Allgemeines | 872 |
| 2. Abgrenzung zur allgemeinen Unternehmens- und Imagewerbung | 872 |

| | Seite |
|---|------------|
| 3. Allgemeine Informationen zu Krankheiten und Behandlungsmöglichkeiten | 873 |
| 4. Packungskennzeichnung und Packungsbeilage | 874 |
| 5. Verwendung behördlich genehmigter oder geprüfter Texte | 875 |
| 6. Maßnahmen zur Gebrauchssicherung und Förderung der Compliance | 875 |
| 7. Informationen und Angaben in Abwehrsituationen | 876 |
| 8. Zielsetzung der Werbung/Zugangsschutz | 877 |
| IV. Werbeschränkung für verschreibungspflichtige Arzneimittel (§ 10 I) | 877 |
| 1. Verschreibungspflichtige Arzneimittel | 877 |
| 2. Werbeadressaten | 879 |
| V. Psychotrope Wirkstoffe mit der Gefahr der Abhängigkeit | 881 |
| VI. Allgemeine Auslegungsmaßstäbe für die Werbeobjekte nach § 10 II 1 und 3 | 882 |
| 1. Restriktion des Funktionsarzneimittelbegriffs? | 882 |
| 2. Pflanzliche AM ohne Abhängigkeitspotential | 883 |
| 3. Verhältnis zu Art. 88 GK | 883 |
| VII. Arzneimittel zur Beseitigung der Schlaflosigkeit (§ 10 II 1, 1. Alt.) | 884 |
| 1. Gefahren der medikamentösen Behandlung von Schlaflosigkeit | 884 |
| 2. Schlaflosigkeit | 885 |
| 3. Beseitigung der Schlaflosigkeit | 886 |
| 4. Systematik | 889 |
| VIII. Arzneimittel zur Beseitigung psychischer Störungen (§ 10 II 1, 2. Alt.) | 892 |
| 1. Gefahren der medikamentösen Behandlung von psychischen Störungen | 893 |
| 2. Psychische Störungen | 894 |
| 3. Beseitigung psychischer Störungen | 897 |
| 4. Systematik der Psychopharmaka ieS | 899 |
| IX. Arzneimittel zur Beeinflussung der Stimmungslage (§ 10 II 1, 3. Alt.) | 900 |
| 1. Auslegungsprobleme | 900 |
| 2. Gefahren der medikamentösen Beeinflussung der Stimmungslage | 904 |
| 3. Stimmungslage | 904 |
| 4. Beeinflussung der Stimmungslage | 905 |
| X. Arzneimittel zur Notfallkontrazeption (§ 10 II 2) | 907 |
| XI. Rechtsverfolgung | 908 |
| 1. Ordnungswidrigkeit | 908 |
| 2. Zivilrechtliche Verfolgung | 908 |
| XII. Beurteilung nach EU-Recht | 908 |
| 1. § 10 I | 908 |
| 2. § 10 II | 908 |
| 3. EU-Grundrechte | 909 |
| § 11 Unzulässige Formen der Publikumswerbung | 911 |
| I. Entstehungsgeschichte | 913 |
| 1. § 9 aF als Ausgangsnorm | 913 |
| 2. Legislatorische Weiterentwicklung | 914 |
| 3. Neugestaltung des § 11 im Jahre 2012 | 915 |
| II. Anwendungsbereich – Normzweck | 927 |
| 1. Anwendungsbereich | 927 |
| 2. Normzweck | 927 |

| | Seite |
|--|------------|
| III. Deliktstypen – Auslegung | 928 |
| 1. Abstrakte Gefährungsdelikte | 928 |
| 2. Abstrakt-konkrete Gefährungsdelikte | 934 |
| IV. Gemeinsame Tatbestandsmerkmale des § 11 | 934 |
| 1. Werbung | 934 |
| 2. Außerhalb der Fachkreise | 935 |
| 3. Arzneimittel | 935 |
| 4. Verfahren, Behandlungen | 935 |
| 5. Gegenstände | 935 |
| 6. Andere Mittel | 935 |
| 7. Medizinprodukte | 935 |
| 8. Operative plastisch-chirurgische Eingriffe | 935 |
| V. Rechtsverfolgung | 935 |
| 1. Ordnungswidrigkeit | 935 |
| 2. Zivilrechtliche Verfolgung | 935 |
| § 11 I 1 Nr. 2 [Werbung mit Empfehlungen] | 936 |
| I. Entstehungsgeschichte | 937 |
| 1. § 11 I 1 Nr. 2 aF | 937 |
| 2. § 11 I 1 Nr. 2 nF | 937 |
| II. Normzweck – Abgrenzung – Auslegung | 938 |
| 1. Normzweck | 938 |
| 2. Abgrenzung | 942 |
| 3. Auslegung | 944 |
| III. Tatbestandsmerkmale | 945 |
| 1. Angaben und Darstellung | 945 |
| 2. Wissenschaftler | 946 |
| 3. Im Gesundheitswesen tätige Personen | 948 |
| 4. Im Bereich der Tiergesundheit tätige Personen | 949 |
| 5. Bekannte Personen | 949 |
| 6. Empfehlung | 950 |
| 7. Werblicher Produkt- bzw. Leistungsbezug | 953 |
| IV. Beispiele | 954 |
| 1. Fachliche Autoritäten | 954 |
| 2. Bekannte Persönlichkeiten | 956 |
| 3. Empfehlung | 956 |
| § 11 I 1 Nr. 3 [Werbung mit Krankengeschichten] | 959 |
| I. Entstehungsgeschichte | 960 |
| 1. RegE | 960 |
| 2. AMNG | 960 |
| 3. 16. AMG-Novelle | 960 |
| II. Normzweck – Abgrenzung – Auslegung | 962 |
| 1. Normzweck | 962 |
| 2. Abgrenzung | 964 |
| 3. Auslegung | 964 |
| III. Tatbestandsmerkmale | 965 |
| 1. Krankengeschichte | 965 |
| 2. Wiedergabe | 969 |

| | Seite |
|---|-------------|
| 3. Hinweise | 969 |
| 4. Qualifizierende Merkmale (1. Hs) | 970 |
| 5. Gefahr falscher Selbstmedikation (2. Hs) | 974 |
| IV. Beurteilung nach EU-Recht | 978 |
| 1. Art. 90 lit. j GK | 978 |
| 2. Art. 90 lit. i GK | 979 |
| § 11 I 1 Nr. 5 [Werbung mit bildlichen Darstellungen von körperlichen Veränderungen und Arzneimittelwirkungen] | 980 |
| I. Entstehungsgeschichte | 980 |
| 1. Vorgängernormen | 980 |
| 2. 16. AMG-Novelle | 982 |
| II. Normzweck – Auslegung | 983 |
| 1. Normzweck | 983 |
| 2. Auslegung | 984 |
| III. Tatbestandsmerkmale | 984 |
| 1. Bildliche Darstellung | 984 |
| 2. Körperveränderungen | 985 |
| 3. Qualifizierende Merkmale | 987 |
| 4. Verursachung durch Krankheiten | 988 |
| 5. Arzneimittelwirkungen | 990 |
| 6. Werbliche Verwendung | 992 |
| § 11 I 1 Nr. 7 [Werbung mit krankheitsvorbeugenden und gesundheitsverbessernden Aussagen] | 993 |
| I. Entstehungsgeschichte | 993 |
| 1. § 11 I 1 Nr. 7 aF | 993 |
| 2. § 11 I 1 Nr. 7 nF | 995 |
| II. Normzweck – Abgrenzung – Auslegung | 995 |
| 1. Normzweck | 995 |
| 2. Abgrenzung | 999 |
| 3. Auslegung | 1000 |
| III. Tatbestandsmerkmale | 1001 |
| 1. Werbeaussagen | 1001 |
| 2. Werbebeeinflussung | 1001 |
| 3. Gesundheit | 1001 |
| 4. Arzneimittel | 1002 |
| 5. Beeinträchtigung | 1002 |
| 6. Besserung | 1002 |
| § 11 I 1 Nr. 8 [Werbvorträge] | 1004 |
| I. Entstehungsgeschichte – Normzweck – Auslegung | 1004 |
| 1. Entstehungsgeschichte | 1004 |
| 2. Normzweck | 1005 |
| 3. Auslegung | 1006 |
| II. Tatbestandsmerkmale | 1007 |
| 1. Werbevorträge | 1007 |
| 2. Feilbieten | 1009 |
| 3. Entgegennahme von Anschriften | 1011 |

| | Seite |
|---|-------|
| III. Beurteilung nach EU-Recht | 1012 |
| 1. Werbevorträge | 1012 |
| 2. 1. Alt. | 1012 |
| 3. 2. Alt. | 1012 |
| § 11 I 1 Nr. 9 [Schleichwerbung] | 1014 |
| I. Entstehungsgeschichte | 1015 |
| II. Normzweck – Abgrenzung des Normbereichs – Auslegung | 1016 |
| 1. Normzweck | 1016 |
| 2. Abgrenzung des Normbereichs | 1017 |
| 3. Auslegung | 1021 |
| III. Tatbestandsmerkmale | 1022 |
| 1. Veröffentlichungen | 1022 |
| 2. Missverständlicher Werbezweck | 1023 |
| 3. Nicht deutlich erkennbarer Werbezweck | 1023 |
| 4. Fallgruppen | 1024 |
| 5. Beispiele | 1031 |
| IV. Beurteilung nach EU-Recht | 1032 |
| § 11 I 1 Nr. 11 [Äußerungen Dritter] | 1033 |
| I. Entstehungsgeschichte | 1034 |
| 1. HWVO | 1034 |
| 2. § 11 I 1 Nr. 11 aF | 1034 |
| 3. § 11 I 1 Nr. 11 nF | 1036 |
| II. Normzweck – Abgrenzung des Normbereichs – Auslegung | 1036 |
| 1. Normzweck | 1036 |
| 2. Abgrenzung des Normbereichs | 1038 |
| 3. Auslegung | 1039 |
| III. Tatbestandsmerkmale | 1040 |
| 1. Äußerungen Dritter | 1040 |
| 2. Dankschreiben | 1045 |
| 3. Anerkennungsschreiben | 1045 |
| 4. Empfehlungsschreiben | 1046 |
| 5. Hinweise auf Äußerungen Dritter | 1046 |
| 6. Qualifizierende Merkmale | 1047 |
| IV. Beispiele | 1049 |
| 1. Geringe Bedeutung historischer Entscheidungen | 1049 |
| 2. Werbung mit Äußerungen Dritter | 1049 |
| 3. Werbung mit Hinweisen auf Äußerungen Dritter | 1051 |
| 4. Keine Werbung mit Äußerungen Dritter und Hinweisen hierauf | 1052 |
| V. Beurteilung nach EU-Recht | 1053 |
| § 11 I 1 Nr. 12 [Werbung gegenüber Kindern] | 1055 |
| I. Entstehungsgeschichte | 1056 |
| 1. HWVO | 1056 |
| 2. RegE | 1056 |
| 3. AMNG – 5. AMG-Novelle | 1056 |

| | Seite |
|--|-------------|
| II. Normzweck – Abgrenzung – Auslegung | 1057 |
| 1. Normzweck | 1057 |
| 2. Abgrenzung | 1058 |
| 3. Auslegung | 1059 |
| III. Tatbestandsmerkmale | 1059 |
| 1. Werbemaßnahmen | 1059 |
| 2. Ausrichtung der Werbung | 1060 |
| IV. Beispiele | 1062 |
| V. Beurteilung nach EU-Recht | 1063 |
| § 11 I 1 Nr. 13 [Aleatorische Werbung] | 1064 |
| I. Entstehungsgeschichte | 1064 |
| 1. HWVO | 1064 |
| 2. § 11 I 1 Nr. 13 aF | 1065 |
| 3. § 11 I 1 Nr. 13 nF | 1065 |
| II. Abgrenzung – Normzweck – Auslegung | 1068 |
| 1. Abgrenzung | 1068 |
| 2. Normzweck | 1071 |
| 3. Auslegung | 1072 |
| III. Tatbestandsmerkmale | 1072 |
| 1. Absatzwerbung | 1072 |
| 2. Preisausschreiben | 1073 |
| 3. Verlosungen | 1074 |
| 4. Andere Verfahren | 1075 |
| 5. Vorschub leisten | 1075 |
| 6. Unzweckmäßige Verwendung von AM | 1076 |
| 7. Übermäßige Verwendung von AM | 1077 |
| IV. Beispiele | 1077 |
| V. Beurteilung nach EU-Recht | 1078 |
| § 11 I 1 Nr. 14 [Verkaufsförderung mit Arzneimitteln] | 1079 |
| I. Entstehungsgeschichte | 1079 |
| 1. § 9 Nr. 14 aF | 1079 |
| 2. § 11 I 1 Nr. 14 aF | 1080 |
| 3. § 11 I 1 Nr. 14 nF | 1081 |
| II. Normzweck – Abgrenzung – Auslegung | 1081 |
| 1. Abgrenzung | 1081 |
| 2. Normzweck | 1082 |
| 3. Auslegung | 1083 |
| III. Tatbestandsmerkmale | 1084 |
| 1. Absatzwerbung | 1084 |
| 2. Abgabe | 1084 |
| 3. Werbeobjekte | 1085 |
| IV. Beurteilung nach EU-Recht | 1088 |
| § 11 I 1 Nr. 15 [Verkaufsförderung mit sonstigen Heilmitteln] | 1089 |
| I. Entstehungsgeschichte | 1089 |

| | Seite |
|---|-------------|
| II. Abgrenzung – Normzweck – Auslegung | 1089 |
| 1. Abgrenzung | 1089 |
| 2. Normzweck | 1090 |
| 3. Auslegung | 1090 |
| III. Tatbestandsmerkmale | 1090 |
| 1. Nicht verlangte Abgabe | 1090 |
| 2. Muster und Proben | 1091 |
| 3. Andere Mittel | 1091 |
| 4. Gegenstände | 1091 |
| 5. Gutscheine | 1091 |
| 6. Preisliche Vergünstigungen | 1092 |
| IV. Beurteilung nach EU-Recht | 1092 |
| § 11 I 3 [Vergleichende bildliche Darstellung plastisch-chirurgischer Eingriffe] | 1093 |
| I. Entstehungsgeschichte | 1093 |
| 1. § 11 Nr. 5 lit. b aF | 1093 |
| 2. 14. und 16. AMG-Novelle | 1094 |
| II. Abgrenzung – Normzweck – Auslegung | 1094 |
| 1. Abgrenzung | 1094 |
| 2. Normzweck | 1095 |
| 3. Auslegung | 1096 |
| III. Tatbestandsmerkmale | 1096 |
| 1. Absatzwerbung | 1096 |
| 2. Operativer plastisch-chirurgischer Eingriff | 1097 |
| 3. Bildliche Darstellung | 1098 |
| 4. Wirkung | 1099 |
| 5. Abbildung des Körperzustandes | 1099 |
| 6. Aussehen | 1099 |
| 7. Vergleich derselben Person | 1100 |
| IV. Beurteilung nach EU-Recht | 1101 |
| § 11 II [Vergleichende Arzneimittelwerbung] | 1102 |
| I. Entstehungsgeschichte | 1102 |
| 1. UWG | 1102 |
| 2. HWG | 1103 |
| II. Abgrenzung – Normzweck– Auslegung | 1104 |
| 1. Abgrenzung | 1104 |
| 2. Normzweck | 1105 |
| 3. Auslegung | 1105 |
| III. Tatbestandsmerkmale | 1106 |
| 1. Absatzwerbung | 1106 |
| 2. Vergleich | 1107 |
| 3. Wirkung | 1109 |
| 4. Anlehrende vergleichende Werbung (1. Alt.) | 1110 |
| 5. Kritisierende vergleichende Werbung (2. Alt.) | 1111 |
| 6. Nahelegen | 1112 |
| 7. Sonderfälle | 1114 |
| IV. Beurteilung nach EU-Recht | 1115 |

| | Seite |
|---|-------|
| § 12 Publikumswerbung für bestimmte Krankheiten | 1116 |
| I. Entstehungsgeschichte | 1119 |
| 1. HWVO | 1119 |
| 2. Gesamtreform des Lebensmittelrechts | 1120 |
| 3. Reformbestrebungen | 1120 |
| 4. 14. AMG-Novelle | 1121 |
| II. Normzweck – Norminhalt – Abgrenzung – Auslegung | 1122 |
| 1. Normzweck | 1122 |
| 2. Norminhalt | 1123 |
| 3. Abgrenzung | 1124 |
| 4. Auslegung | 1131 |
| III. § 12 I | 1136 |
| 1. Werbung | 1136 |
| 2. Arzneimittel | 1136 |
| 3. Medizinprodukte | 1136 |
| 4. Fachkreise | 1137 |
| 5. Erkennung | 1137 |
| 6. Verhütung | 1137 |
| 7. Beseitigung | 1138 |
| 8. Linderung | 1138 |
| IV. § 12 II | 1138 |
| 1. Übersicht | 1138 |
| 2. Mittel, Verfahren, Behandlungen, Gegenstände | 1139 |
| 3. Werbeprivileg: Heilbäder, Kurorte, Kuranstalten | 1139 |
| 4. Sonstige Ausnahmen | 1148 |
| V. Anlage zu § 12 | 1151 |
| 1. Krankheiten | 1151 |
| 2. Leiden | 1151 |
| 3. Bezugnahme | 1151 |
| 4. Beispiele aus der Anlage zu § 12 | 1155 |
| VI. Rechtsverfolgung | 1169 |
| 1. Ordnungswidrigkeit | 1169 |
| 2. Zivilrechtliche Verfolgung | 1169 |
| VII. Beurteilung nach EU-Recht | 1169 |
| 1. Vereinbarkeit von § 12 aF mit Art. 3 II RL 92/28/EWG | 1169 |
| 2. Vereinbarkeit von § 12 nF mit dem GK | 1171 |
| § 13 Werbeverbot ausländischer Unternehmen | 1173 |
| I. Entstehungsgeschichte | 1173 |
| II. Normzweck und Bedeutung | 1174 |
| 1. Normzweck | 1174 |
| 2. Bedeutung | 1175 |
| 3. § 4 I 1 Nr. 1 | 1175 |
| 4. Verantwortlichkeit der Presse | 1176 |
| III. Tatbestandsmerkmale | 1177 |
| 1. Werbung | 1177 |
| 2. Unternehmen | 1177 |
| 3. Geltungsbereich | 1178 |
| 4. Sitz | 1178 |

| | Seite |
|---|-------------|
| 5. Natürliche Person | 1178 |
| 6. Ausdrückliche Betrauung | 1179 |
| IV. Rechtsverfolgung | 1180 |
| 1. Ordnungswidrigkeit | 1180 |
| 2. Einziehung | 1180 |
| 3. Zivilrechtliche Verfolgung | 1180 |
| V. Beurteilung nach EU-Recht | 1180 |
| Vorbemerkungen zu den §§ 14, 15 | 1181 |
| I. Allgemeines | 1183 |
| 1. Allgemeine Vorbemerkungen | 1183 |
| 2. Straftaten – Ordnungswidrigkeiten | 1187 |
| II. Voraussetzungen der Strafbarkeit | 1189 |
| 1. Tatbestand | 1189 |
| 2. Rechtswidrigkeit | 1190 |
| 3. Schuld | 1190 |
| III. Arten von Straftaten | 1191 |
| 1. Begehungs- und Unterlassungsdelikte | 1191 |
| 2. Erfolgsdelikte – Tätigkeitsdelikte | 1194 |
| 3. Gefährdungsdelikte | 1195 |
| IV. Gesetzlichkeitsprinzip | 1199 |
| 1. Bestimmtheitsgebot | 1200 |
| 2. Analogieverbot | 1205 |
| 3. Zeitliche Geltung | 1206 |
| V. Subjektiver Tatbestand: Vorsatz | 1208 |
| 1. Definition | 1208 |
| 2. Absicht | 1208 |
| 3. Wissentlichkeit | 1209 |
| 4. Bedingter Vorsatz | 1209 |
| VI. Irrtum | 1209 |
| 1. Grundsatz | 1209 |
| 2. Tatbestandsirrtum | 1209 |
| 3. Verbotsirrtum | 1212 |
| VII. Fahrlässigkeit | 1226 |
| 1. Einführung | 1226 |
| 2. Sorgfaltspflichten des Werbenden | 1227 |
| 3. Vertrauensgrundsatz | 1230 |
| VIII. Aufsichtspflichten des Unternehmensinhabers oder -leiters | 1231 |
| 1. Verantwortung des Aufsichtspflichtigen | 1231 |
| 2. Übertragung der Aufsichtspflicht | 1232 |
| IX. Beteiligung mehrerer Personen | 1237 |
| 1. Einheitsstäterschaft im Ordnungswidrigkeitenrecht | 1237 |
| 2. Täter | 1237 |
| 3. Beihilfe | 1239 |
| 4. Anstiftung | 1239 |
| 5. Abgrenzung zwischen Täterschaft und Beihilfe | 1239 |
| X. Zusammentreffen mehrerer Straftaten | 1241 |
| 1. Idealkonkurrenz (§ 52 StGB, § 19 OWiG) | 1241 |
| 2. Realkonkurrenz | 1243 |

| | Seite |
|---|-------------|
| 3. Gesetzeskonkurrenz | 1243 |
| 4. Fortgesetzte Handlung | 1244 |
| XI. Versuch | 1244 |
| XII. Strafrechtliche Verantwortung der Verbände und ihrer Vertreter | 1245 |
| 1. Vertreter | 1245 |
| 2. Verbandssanktion | 1245 |
| XIII. Verjährung | 1246 |
| 1. Verfolgungsverjährung | 1246 |
| 2. Presseinhaltsdelikte | 1247 |
| XIV. Rechtskraft/Doppelahndung | 1250 |
| XV. Nebenfolgen | 1251 |
| 1. Einziehung | 1251 |
| 2. Berufsverbot | 1251 |
| 3. Verfall | 1251 |
| XVI. Überwachung | 1251 |
| 1. Intensivierung der Überwachung | 1252 |
| 2. Zuständige Behörden und Personen | 1253 |
| 3. Umfang der Überwachungsbefugnis | 1254 |
| 4. Auskunfts-, Duldungs- und Mitwirkungspflichten | 1256 |
| 5. Probenahmen | 1256 |
| 6. Vorläufige Anordnungen | 1257 |
| 7. Sicherstellung | 1258 |
| § 14 Strafvorschrift | 1259 |
| I. Objektiver Tatbestand | 1259 |
| II. Subjektiver Tatbestand | 1260 |
| III. Irrtum | 1260 |
| IV. Täterschaft und Teilnahme | 1260 |
| V. Versuch | 1260 |
| VI. Konkurrenzen | 1261 |
| VII. Verfahrensfragen | 1261 |
| VIII. Strafmaß | 1263 |
| IX. Verjährung | 1263 |
| X. Sonstiges | 1263 |
| XI. Beurteilung nach EU-Recht | 1264 |
| § 15 Ordnungswidrigkeiten | 1265 |
| I. Allgemeines | 1266 |
| II. Objektiver Tatbestand | 1266 |
| III. Subjektiver Tatbestand | 1266 |
| IV. Irrtum | 1267 |
| V. Beteiligung | 1267 |
| VI. Versuch | 1267 |
| VII. Konkurrenzen | 1267 |
| VIII. Verfahrensfragen | 1267 |

| | Seite |
|---|-------------|
| IX. Strafmaß | 1268 |
| X. Verjährung | 1270 |
| XI. Einspruchsverfahren | 1270 |
| XII. Beurteilung nach EU-Recht | 1271 |
| § 16 Einziehung | 1272 |
| I. Entstehungsgeschichte | 1273 |
| 1. HWVO | 1273 |
| 2. EGOWiG | 1273 |
| 3. AMNG | 1274 |
| 4. GMG | 1274 |
| II. Inhalt, Rechtsnatur der Einziehung und Abgrenzung von § 16 | 1274 |
| 1. Inhalt | 1274 |
| 2. Rechtsnatur der Einziehung | 1275 |
| 3. Abgrenzung | 1276 |
| III. Voraussetzungen der Einziehung | 1277 |
| 1. Anknüpfungstat | 1277 |
| 2. Einziehungsfähige Objekte | 1278 |
| 3. Besondere Voraussetzungen der Einziehung nach § 74 StGB und § 22 II OWiG | 1280 |
| 4. Ermessensentscheidung | 1283 |
| IV. Einziehung des Wertersatzes | 1286 |
| V. Wirkung der Einziehung | 1286 |
| VI. Entschädigung | 1287 |
| VII. Selbstständige Einziehung | 1287 |
| 1. § 76a StGB und § 27 OWiG | 1287 |
| 2. Personenbezogene Einziehung mit strafähnlichem Charakter | 1287 |
| 3. Objektbezogene Sicherungseinziehung | 1287 |
| 4. Einstellung | 1288 |
| 5. Verfahren | 1288 |
| VIII. Vollstreckung der Einziehung | 1288 |
| IX. Beurteilung nach EU-Recht | 1289 |
| § 17 Unberührt bleibende Vorschriften | 1290 |
| I. Entstehungsgeschichte und Normzweck | 1290 |
| II. Erläuterungen | 1290 |
| 1. §§ 3, 3a UWG | 1291 |
| 2. Wettbewerbsrechtliches Irreführungsverbot (§§ 5, 5a UWG) | 1292 |
| 3. Vergleichende Werbung (§ 6 UWG) | 1292 |
| 4. § 16 UWG | 1293 |