

Inhalt

Einleitung	8
A. Heilmittelwerberecht	9
I. Einführung	9
II. Anwendungsbereich des Heilmittelwerberechts	10
1. Allgemeines	10
2. Arzneimittel	11
3. Abgrenzung zu anderen Stoffen	12
4. Abgrenzung zu Lebensmitteln	13
5. Abgrenzung zu kosmetischen Mitteln	15
6. Medizinprodukte	17
7. Werbung	18
III. Kerntatbestand: Allgemeines Irreführungsverbot gemäß § 3 HWG	19
IV. Weitere Verbotstatbestände	22
1. Gutachtenwerbung, § 6 HWG	22
2. Werbung trotz fehlender Zulassung, § 3a HWG	22
3. Packungsbeilagen und Pflichtangaben, §§ 4, 4a HWG	24
4. Homöopathische Arzneimittel, § 5 HWG	25
5. Wertreklame, § 7 HWG	26
6. Einzeleinfuhr und Teleshopping, § 8 HWG	29
7. Fernbehandlung, § 9 HWG	29
8. Verschreibungspflichtige Arzneimittel, Schlafmittel, Psychopharmaka und Notfallkontrazeptiva, § 10 HWG	30
9. Öffentlichkeitswerbung, § 11 HWG	31
10. Werbung ausländischer Unternehmen, § 13 HWG	34
11. Folgen eines Verstoßes	34
B. Lebensmittelrecht	36
I. Rechtsquellen	37
II. Lebensmittel-Zusatzstoffe	38
III. Keine Lebensmittel	38

IV.	Insbesondere: Bedarfsgegenstände.....	40
V.	Sonderrecht für Heilmittel	41
VI.	Regelungen mit Wettbewerbsbezug.....	41
VII.	Functional Food.....	44
VIII.	Health Claims-Verordnung	44
IX.	Irreführende Angaben bei kosmetischen Mitteln	46
X.	Rechtsfolgen eines Verstoßes.....	47
C.	Grundzüge des Lebensmittelkennzeichnungsrechts.....	49
I.	Allgemeines	49
II.	Besondere Kennzeichnungselemente	52
D.	Wettbewerbsrecht und Internet.....	53
I.	Informationspflichten im Internet	53
1.	Informationspflicht nach § 5 TMG	54
a)	Diensteanbieter im Sinne von § 5 TMG	55
b)	§ 5 TMG als Marktverhaltensnorm im Sinne von § 3a UWG	56
c)	Notwendige Angaben.....	57
d)	Form der Angaben	58
2.	Informationspflicht nach den §§ 312c ff. BGB im Fernabsatz	61
a)	Informationspflichten nach § 312d Abs. 1 BGB i. V. m. dem EGBGB.....	61
b)	Darstellung der Informationen auf einer Homepage	62
c)	Belehrung über das Widerrufsrecht, § 312g Abs. 1 BGB	64
3.	Informationspflichten der Preisangabenverordnung ..	65
II.	Datenschutzrechtliche Fragen.....	66
III.	Haftung für Links	67
1.	Hyperlinks	67
2.	Deep linking	68
3.	Inline linking	69
IV.	Weitere wettbewerbsrechtliche Fragen im Bereich des Internets.....	70
1.	Meta tags	70
2.	Keyword advertising.....	72

3. Haftung für fremde Inhalte	74
V. Besonderheiten im Bereich Social Media	77
VI. Internationale Zuständigkeit und anwendbares Recht	80
1. Internationale Zuständigkeit.....	80
2. Anwendbares Recht	82
E. Preisrecht	84
I. Allgemeines.....	84
II. Einzelheiten zur Preisangabe	85
III. Preisbindung bei Presseerzeugnissen und Büchern	88
F. Wettbewerbsrecht und Presse	89
I. Allgemeines.....	89
II. Objektiver Zusammenhang mit der eigenen oder fremden Absatzförderung	90
III. Störerhaftung	92
IV. Beteiligung an Wettbewerbsverstößen Dritter.....	92
V. Besonderheiten im Zusammenhang mit der „elektronischen Presse“	93
G. Wettbewerbsrecht und anwaltliches Berufsrecht	95
I. Einleitung	95
II. Zugangsregelungen	96
III. Berufsausübungsregelungen	98
IV. Werberegelungen.....	100
1. Allgemeine Voraussetzungen	101
2. Besondere Fallgruppen	103
V. Rechtsfolgen eines Verstoßes	106
H. Glücksspielrecht.....	107
I. Allgemeines.....	107
II. Rechtlicher Rahmen.....	108
III. Kernbestimmungen	109
IV. Sonderfall: Sportwetten.....	111
Literaturverzeichnis	113