

# Inhalt

Einleitung.....	9
A. Heilmittelwerberecht.....	11
I. Einführung.....	11
II. Anwendungsbereich des Heilmittelwerberechts .....	12
1. Allgemeines .....	12
2. Arzneimittel .....	12
3. Abgrenzung zu anderen Stoffen .....	13
4. Abgrenzung zu Lebensmitteln .....	14
5. Abgrenzung zu kosmetischen Mitteln .....	16
6. Medizinprodukte .....	17
7. Werbung .....	17
III. Kerntatbestand: Allgemeines Irreführungsverbot gemäß § 3 HWG .....	19
IV. Weitere Verbotstatbestände .....	21
1. Gutachtenwerbung, § 6 HWG.....	21
2. Werbung trotz fehlender Zulassung, § 3a HWG .....	22
3. Packungsbeilagen und Pflichtangaben, §§ 4, 4a HWG .....	23
4. Homöopathische Arzneimittel, § 5 HWG .....	24
5. Wertreklame, § 7 HWG.....	25
6. Einzeleinfuhr und Teleshopping, § 8 HWG .....	27
7. Fernbehandlung, § 9 HWG.....	27
8. Verschreibungspflichtige Arzneimittel, Schlafmittel, Psychopharmaka und Notfallkontrazeptiva, § 10 HWG .....	28
9. Öffentlichkeitswerbung, § 11 HWG .....	29
10. Werbung ausländischer Unternehmen, § 13 HWG.....	31
11. Folgen eines Verstoßes .....	32

B. Lebensmittelrecht .....	33
I. Rechtsquellen .....	34
II. Lebensmittel-Zusatzstoffe .....	35
III. Keine Lebensmittel .....	35
IV. Insbesondere: Bedarfsgegenstände.....	37
V. Sonderrecht für Heilmittel .....	38
VI. Regelungen mit Wettbewerbsbezug.....	38
VII. Functional Food.....	41
VIII. Health Claims-Verordnung .....	41
IX. Irreführende Angaben bei kosmetischen Mitteln .....	43
X. Rechtsfolgen eines Verstoßes .....	44
C. Grundzüge des Lebensmittelkennzeichnungsrechts .....	45
I. Allgemeines .....	45
II. Besondere Kennzeichnungselemente.....	47
D. Wettbewerbsrecht und Internet.....	49
I. Informationspflichten im Internet .....	49
1. Informationspflicht nach § 5 TMG .....	50
a) Diensteanbieter im Sinne von § 5 TMG .....	51
b) § 5 TMG als Marktverhaltensnorm im Sinne von § 3a UWG .....	52
c) Notwendige Angaben.....	52
d) Form der Angaben .....	54
2. Informationspflicht nach den §§ 312c ff. BGB im Fernabsatz .....	56
a) Informationspflichten nach § 312d Abs. 1 BGB (bisher § 312c BGB) i. V. m. dem EGBGB.....	56
b) Darstellung der Informationen auf einer Homepage .....	56
c) Belehrung über das Widerrufsrecht, § 312g Abs. 1 BGB .....	58
3. Informationspflichten der Preisangabenverordnung ..	60
II. Haftung für Links .....	60
1. Hyperlinks .....	60
2. Deep Linking .....	61
3. Inline linking .....	62

III.	Weitere wettbewerbsrechtliche Fragen im Bereich des Internets .....	63
1.	Meta tags .....	63
2.	Keyword advertising .....	65
3.	Haftung für fremde Inhalte .....	67
IV.	Besonderheiten im Bereich Social Media .....	69
V.	Internationale Zuständigkeit und anwendbares Recht .....	71
1.	Internationale Zuständigkeit.....	71
2.	Anwendbares Recht .....	72
E.	Preisrecht .....	74
I.	Allgemeines.....	74
II.	Einzelheiten zur Preisangabe .....	75
III.	Preisbindung bei Presseerzeugnissen und Büchern .....	77
F.	Wettbewerbsrecht und Presse .....	78
I.	Allgemeines.....	78
II.	Objektiver Zusammenhang mit der eigenen oder fremden Absatzförderung.....	79
III.	Störerhaftung .....	81
IV.	Beteiligung an Wettbewerbsverstößen Dritter.....	81
V.	Besonderheiten im Zusammenhang mit der „elektronischen Presse“ .....	82
G.	Wettbewerbsrecht und anwaltliches Berufsrecht .....	83
I.	Einleitung .....	83
II.	Zugangsregelungen .....	84
III.	Berufsausübungsregelungen .....	85
IV.	Werberegulungen.....	87
1.	Allgemeine Voraussetzungen .....	88
2.	Besondere Fallgruppen .....	90
V.	Rechtsfolgen eines Verstoßes .....	93

H. Glücksspielrecht .....	94
I. Allgemeines .....	94
II. Rechtlicher Rahmen .....	95
III. Kernbestimmungen .....	96
IV. Sonderfall: Sportwetten .....	97
Literaturverzeichnis .....	99