

Inhalt

Einleitung	8
A. Heilmittelwerberecht	9
I. Einführung	9
II. Anwendungsbereich des Heilmittelwerberechts	10
1. Allgemeines	10
2. Arzneimittel	10
3. Abgrenzung zu anderen Stoffen	11
4. Abgrenzung zu Lebensmitteln	12
5. Abgrenzung zu kosmetischen Mitteln	14
6. Medizinprodukte	15
7. Werbung	15
III. Kerntatbestand: Allgemeines Irreführungsverbot gemäß § 3 HWG	17
IV. Weitere Verbotstatbestände	19
1. Gutachtenwerbung, § 6 HWG	19
2. Werbung trotz fehlender Zulassung, § 3a HWG	20
3. Packungsbeilagen und Pflichtangaben, §§ 4, 4a HWG	21
4. Homöopathische Arzneimittel, § 5 HWG	22
5. Wertreklame, § 7 HWG	23
6. Einzeleinfuhr und Teleshopping, § 8 HWG	26
7. Fernbehandlung, § 9 HWG	26
8. Verschreibungspflichtige Arzneimittel, Schlafmittel, Psychopharmaka und Notfallkontrazeptiva, § 10 HWG	27
9. Öffentlichkeitswerbung, § 11 HWG	28
10. Werbung ausländischer Unternehmen, § 13 HWG	30
11. Folgen eines Verstoßes	31
B. Lebensmittelrecht	32
I. Rechtsquellen	33

II.	Lebensmittel-Zusatzstoffe	34
III.	Keine Lebensmittel	34
IV.	Insbesondere: Bedarfsgegenstände.....	36
V.	Sonderrecht für Heilmittel	37
VI.	Regelungen mit Wettbewerbsbezug.....	37
VII.	Functional Food	40
VIII.	Health Claims-Verordnung	40
IX.	Irreführende Angaben bei kosmetischen Mitteln	42
X.	Rechtsfolgen eines Verstoßes	43
C.	Grundzüge des Lebensmittelkennzeichnungsrechts.....	44
I.	Allgemeines	44
II.	Besondere Kennzeichnungselemente	47
D.	Wettbewerbsrecht und Internet.....	48
I.	Informationspflichten im Internet	48
1.	Informationspflicht nach § 5 TMG	49
a)	Diensteanbieter im Sinne von § 5 TMG	50
b)	§ 5 TMG als Marktverhaltensnorm im Sinne von § 3a UWG	51
c)	Notwendige Angaben.....	51
d)	Form der Angaben	53
2.	Informationspflicht nach den §§ 312c ff. BGB im Fernabsatz	55
a)	Informationspflichten nach § 312d Abs. 1 BGB i. V. m. dem EGBGB	55
b)	Darstellung der Informationen auf einer Homepage	55
c)	Belehrung über das Widerrufsrecht, § 312g Abs. 1 BGB	57
3.	Informationspflichten der Preisangabenverordnung ..	59
II.	Datenschutzrechtliche Fragen.....	59
III.	Haftung für Links	60
1.	Hyperlinks	60
2.	Deep linking	61
3.	Inline linking	62
IV.	Weitere wettbewerbsrechtliche Fragen im Bereich des Internets	63

1. Meta tags	63
2. Keyword advertising	65
3. Haftung für fremde Inhalte	67
V. Besonderheiten im Bereich Social Media	69
VI. 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