

Inhalt

Einleitung	9
A. Heilmittelwerberecht	10
I. Einführung	10
II. Anwendungsbereich des Heilmittelwerberechts	11
1. Allgemeines	11
2. Arzneimittel	12
3. Abgrenzung zu anderen Stoffen	13
4. Abgrenzung zu Lebensmitteln	13
5. Abgrenzung zu kosmetischen Mitteln	15
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	28
7. Fernbehandlung, § 9 HWG	28
8. Verschreibungspflichtige Arzneimittel, Schlafmittel, Psychopharmaka und Notfallkontrazeptiva, § 10 HWG	29
9. Öffentlichkeitswerbung, § 11 HWG	30
10. Werbung ausländischer Unternehmen, § 13 HWG	33
11. Folgen eines Verstoßes	33

B. Lebensmittelrecht	34
I. Rechtsquellen	35
II. Lebensmittel-Zusatzstoffe	36
III. Keine Lebensmittel	36
IV. Insbesondere: Bedarfsgegenstände.....	38
V. Sonderrecht für Heilmittel	39
VI. Regelungen mit Wettbewerbsbezug.....	39
VII. Functional Food.....	42
VIII. Health Claims-Verordnung	42
IX. Irreführende Angaben bei kosmetischen Mitteln	44
X. Rechtsfolgen eines Verstoßes	45
C. Grundzüge des Lebensmittelkennzeichnungsrechts.....	47
I. Allgemeines	47
II. Besondere Kennzeichnungselemente	50
D. Wettbewerbsrecht und Internet.....	51
I. Informationspflichten im Internet	51
1. Informationspflicht nach § 5 TMG	52
a) Diensteanbieter im Sinne von § 5 TMG	53
b) § 5 TMG als Marktverhaltensnorm im Sinne von § 3a UWG	54
c) Notwendige Angaben.....	55
d) Form der Angaben	56
2. Informationspflicht nach den §§ 312c ff. BGB im Fernabsatz	58
a) Informationspflichten nach § 312d Abs. 1 BGB i. V. m. dem EGBGB	58
b) Darstellung der Informationen auf einer Homepage	59
c) Belehrung über das Widerrufsrecht, § 312g Abs. 1 BGB	61
3. Informationspflichten der Preisangabenverordnung ..	63
II. Datenschutzrechtliche Fragen.....	63
III. Haftung für Links	64
1. Hyperlinks	64
2. Deep linking	65

3. Inline linking	66
IV. Weitere wettbewerbsrechtliche Fragen im Bereich des Internets	67
1. Meta tags	67
2. Keyword advertising	69
3. Haftung für fremde Inhalte	71
V. Besonderheiten im Bereich Social Media	74
VI. Internationale Zuständigkeit und anwendbares Recht	76
1. Internationale Zuständigkeit.....	76
2. Anwendbares Recht	78
E. Preisrecht	80
I. Allgemeines.....	80
II. Einzelheiten zur Preisangabe	81
III. Preisbindung bei Presseerzeugnissen und Büchern	83
F. Wettbewerbsrecht und Presse	83
I. Allgemeines.....	83
II. Objektiver Zusammenhang mit der eigenen oder fremden Absatzförderung.....	84
III. Störerhaftung	86
IV. Beteiligung an Wettbewerbsverstößen Dritter.....	87
V. Besonderheiten im Zusammenhang mit der „elektronischen Presse“	87
G. Wettbewerbsrecht und anwaltliches Berufsrecht	89
I. Einleitung	89
II. Zugangsregelungen	90
III. Berufsausübungsregelungen	91
IV. Werberegulungen.....	93
1. Allgemeine Voraussetzungen	94
2. Besondere Fallgruppen	96
V. Rechtsfolgen eines Verstoßes	99

H. Glücksspielrecht	100
I. Allgemeines	100
II. Rechtlicher Rahmen	101
III. Kernbestimmungen	102
IV. Sonderfall: Sportwetten	104
Literaturverzeichnis	106