

Inhalt

	Rdnr.
A. Einführung	
I. Rechtsentwicklung	1– 2
II. Das geltende Recht und seine wesentlichen Neuerungen im Überblick	3– 5a
III. Methodische Probleme	6
IV. Das Verhältnis von allgemeinem Wettbewerbsrecht (Titel 9 MarkenG) und werberechtlichem Wettbewerbsrecht (Werbegesetz)	7
V. Schutzrichtung des Werbegesetzes	8
VI. Der Anwendungsbereich des Werbegesetzes: Werbung („Publicidad“)	
a. Der Anwendungsbereich gemäß Art. 1 WerbeG	9
b. Die Definition der Werbung gemäß Art. 2 WerbeG .	10– 12
B. Allgemeines Werberecht	
I. Irreführende Werbung	
a. Entstehungsgeschichte	13
b. Der Tatbestand der irreführenden Werbung: Art. 4 Abs. 1 und 2 WerbeG	14
Gegenstand der irreführenden Werbung	15– 16
Die Irreführungsgefahr	17– 18
Erheblichkeit der Täuschung	19– 21
Gegenstand der Irreführung	22– 23
Alleinstellungswerbung	24– 25
c. Beweislast	26
d. Rechtsfolgen	
Unterlassung, Berichtigung	27– 28
Einstweiliger Rechtsschutz	29
Schadensersatz	30
Der Schutz der Verbraucher: Die besondere „Werbehaftung“ nach Art. 8 Abs. 1 VerbraucherschutzG	31
e. Schlußbetrachtung	32

II. Schutz geographischer Bezeichnungen	33
a. Herkunftsangaben	34– 37
b. Ursprungsbezeichnungen	38– 39
III. Die Generalklausel des Art. 6 lit. b WerbeG	40– 42
IV. Kritisierende Werbung	
a. Persönliche Werbung	43
b. Vergleichende Werbung	44– 48
c. Anschwärzung	49– 50
V. Sonstige unlautere Werbung	
a. Getarnte Werbung	51– 53
b. Unterschwellige Werbung	54– 55
c. Werbung, die die Würde der Person oder in der Verfassung anerkannte Werte und Rechte verletzt ..	56– 57
VI. Rufausbeutung und Kennzeichenschutz	
a. Kennzeichenschutz	58– 59
b. Schutz berühmter Zeichen gegen Verwässerung	60
c. Anlehrende Werbung	61– 62
VII. Persönlichkeitsschutz	
a. Allgemeines	63
b. Namensschutz	64
c. Ehreenschutz	65– 66
d. Schutz der Privatsphäre	67
e. Recht am eigenen Bild	68
VIII. Schutz der Werbung gegen Nachahmung	
a. Urheberrechtlicher Schutz	69
b. Geschmacksmusterschutz	70
c. Wettbewerbsrechtlicher Schutz	71

C. Medienspezifisches Werberecht

I. Rundfunkwerbung

a. Allgemeines	72– 73
b. Einzelerläuterungen zu den spezifischen medienrechtlichen Zulässigkeitsvorschriften für Werbung im Fernsehen	74– 83

II. Werbung in der Presse	84
---------------------------------	----

III. Außenwerbung	
a. Allgemeine Vorschriften	85– 90
b. Besondere Vorschriften für bestimmte Bereiche	91– 92
D. Produktspezifisches Werberecht	
I. Allgemeine Vorschriften	93– 98
II. Vorschriften betreffend die Werbung für Lebensmittel .	99–102
III. Werbung für Arzneimittel	103–106
IV. Besondere Vorschriften für die Werbung mit alkoholischen Getränken	107–109
V. Besondere Vorschriften für die Werbung mit Tabakerzeugnissen	110–112
VI. Sonstige Produkte	
a. Werbung für Kraftfahrzeuge	113
b. Werbung für Kosmetika	114–115
c. Werbung für Spielzeug	116–117
d. Werbung für Geldanlagen	118
E. Verfahrensrecht, Sanktionen, Rechtsverfolgung	
I. Zivilklagen	
a. Einführung	119
b. Vorverfahren	120–122
c. Klagerecht (Art. 25 Nr. 1 WerbeG)	123
d. Unterlassungsklage	
Verfahrenszuständigkeit	124
Beweis	125
Begründetheit der Unterlassungsklage	126
Entscheidungen	127
e. Berichtigungsklage	128
f. Einstweiliger Rechtsschutz	129
g. Verhältnis zu anderen Rechtsnormen	130
h. Schadensersatzklagen	131
II. Strafrecht und verwaltungsbehördliche Sanktionen	
a. Strafrechtliche Sanktionen	132
b. Verwaltungsbehördliche Sanktionen	133

III. Registerrecht	134–136
F. Selbstkontrolle der Werbung	137
	Seite
G. Anhang	59
I. Literatur	59
II. Gesetzestexte	59–80
Stichwortverzeichnis	81