

Inhaltsübersicht*

	Seite
Vorwort	V
Autorenverzeichnis	VIII
Abkürzungsverzeichnis	XIII
Internationales Werberecht – EU-Recht, multi- und bilaterale Abkom- men (<i>Dr. Peter Schotthöfer</i>)	1
Werberecht und Internationales Privatrecht/Internationales Verfahrens- recht (<i>Dr. Peter Busl</i>)	101
 Werberecht in den Ländern:	
Belgien (<i>Christoph Kocks</i>)	113
Dänemark (<i>Merethe Eckhardt-Hansen</i>)	147
Bundesrepublik Deutschland (<i>Georg Jennes</i>)	181
Finnland (<i>Kaisa Fahlund, Harri Salmi</i>)	217
Frankreich (<i>Fritz Ranke</i>)	245
Griechenland (<i>Dr. Wlassis Mughtaris</i>)	303
Großbritannien (<i>Stephen Groom</i>)	325
Irland (<i>Duncan S. J. Grehan</i>)	367
Italien (<i>Dr. Felix Hofer, Dr. Susanna M. Lösch, Dr. Andrea Torricelli,</i> <i>Dr. Giovanni Genta</i>)	389
Liechtenstein (<i>Dr. Dr. Reinhard Johannes Proksch</i>)	433
Niederlande (<i>Dr. Gerrit-Jan Ribbink</i>)	445
Norwegen (<i>Torvald C. Løchen</i>)	467
Österreich (<i>Dr. Stefan Kofler</i>)	481
Portugal (<i>Isabel Jalles, Cristina Dein</i>)	507
Schweden (<i>Michael Plogell</i>)	527
Schweiz (<i>Peter Hofer</i>)	545
Spanien (<i>Manfred von Schiller</i>)	571
Vereinigte Staaten von Amerika (<i>Klaus U. Thiedmann, Dr. James</i> <i>Maxeiner</i>)	589
Stichwortverzeichnis	633

* Ausführliche Inhaltsverzeichnisse jeweils zu Beginn der einzelnen Beiträge.

Inhaltsve

	Rz.
1. Einführung	
1.1. Die Rolle der Werbung in der Wirtschaft	1
1.2. Die technische Entwicklung	2
1.3. Das Ordnungssystem	3
1.4. Die politische Entwicklung	4
2. Die rechtlichen Grundlagen der Werbung in der EU	12
2.1. Irreführungsrichtlinie	15
2.2. Der Entwurf für eine Richtlinie zur Einführung der Zulässigkeit vergleichender Werbung	19
2.3. Fernsehrichtlinie	23
2.3.1. Die geplante Reform der Fernsehrichtlinie	29
2.3.2. Entscheidung des Bundesverfassungsgerichtes	32
2.4. Produkthaftungsrichtlinie	33
2.5. Markenrecht	35
2.5.1. Markenrichtlinie	36
2.5.2. Anti-Piraterie-VO	37
2.5.3. Gemeinschaftsmarke	38
2.5.4. Vorschlag für ein Gemeinschaftsgeschmacksmuster	42
2.5.5. Gebrauchsmuster	43
2.6. Kennzeichnungsrecht	44
2.6.1. Tabakrichtlinie	45
2.6.2. Lebensmittelrichtlinie	48
2.6.3. Richtlinie über Angabe der Preise von anderen Erzeugnissen als Lebensmittel	52
2.6.4. Richtlinie zur Änderung der Richtlinie 79/581/EWG über die Angabe der Lebensmittelpreise	53

es Werberecht

bilaterale Abkommen –

hotthöfer, München

erzeichnis

	Rz.
2.6.5. Verordnung zum Schutz von geographischen Angaben und Ursprungsbezeichnungen	54
2.6.6. Umweltzeichen	56
2.6.7. Verbraucherkreditrichtlinie	58
2.6.8. Richtlinie des Rates betreffend den Verbraucherschutz im Fall von außerhalb geschlossener Geschäftsräume geschlossenen Verträgen (85/577/EWG)	59
2.6.9. Pauschalreiserichtlinie	60
2.6.10. Vorschlag für Fernabsatzrichtlinie	61
2.7. Urheberrecht	62
2.7.1. „Grünbuch Urheberrecht und verwandte Schutzrechte“	65
2.7.2. Satellitenrichtlinie	68
2.7.3. Schutzdauerharmonisierung	69
2.7.4. Vorschlag für eine Richtlinie zur Harmonisierung des Urheber-Folgerechts	70
2.7.5. Urheberrechtliche Entscheidungen des EuGH	71
2.8. Werbung unter dem Schutz der Art. 59 und 30 des EWG-Vertrages im Licht der Rechtsprechung des EuGH	73
2.8.1. Art. 30 EWGV	75
2.8.2. Art. 59 EWGV	96
2.9. Datenschutz und Werbung	104
2.9.1. Datenschutzrichtlinie	105
2.9.2. Richtlinie über den Rechtsschutz von Datenbanken	106

	Rz.
2.10. Sprache in Europa	107
2.11. Die Entwicklung in der Bundesrepublik	108
3. Multi- und bilaterale Abkommen .	115
3.1. Multilaterale Abkommen	
3.1.1. Revidierte Berner Überein- kunft (RBÜ)	120
3.1.2. Welturheberrechtsabkom- men (WUA)	123
3.1.3. Rom-Abkommen (RA) . . .	124
3.1.4. Straßburger Abkommen zum Schutz von Fernseh- sendungen (SFA)	126
3.1.5. Abkommen zur Erleichte- rung der Einfuhr von Wa- ren, Mustern und Werbe- material	127
3.1.6. Wiener Abkommen über den Schutz typographi- scher Schriftzeichen und ihre internationale Hinter- legung	128
3.1.7. GATT	129
3.2. Bilaterale Abkommen . . .	135
3.3. Markenrecht auf interna- tionaler Ebene	
3.3.1. Pariser Verbandsüberein- kunft (PVÜ)	137
3.3.2. Madrider Markenabkom- men (MMA)	139
3.3.3. Madrider Herkunftsabkom- men (MHA)	142

- 3.3.4. Haager Abkommen über die internationale Hinterlegung gewerblicher Muster oder Modelle (HMA) 143
- 3.3.5. Nizzaer Abkommen (NKA) 144

4. Besondere Rechtsprobleme in Verbindung mit der Werbung in den Neuen Medien

- 4.1. Allgemeines 145
- 4.1.1. Zivilrecht 147
- 4.1.2. Zivilprozeßrecht 148
- 4.2. Werberecht 149
- 4.3. Urheberrecht 150
- 4.4. Markenrecht 151

5. Die freiwillige Selbstkontrolle als europaweites allgemeines Instrumentarium der Regelung der Werbung

- 5.1. Die allgemeine internationale Situation 154
- 5.2. Die FSK in der Bundesrepublik 157
- 5.3. EASA 159

Anhang: Texte

1. Irreführungsrichtlinie . . . 160
2. Fernsehrichtlinie 161
3. Gemeinschaftsmarkenverordnung (Auszüge) 162
4. Verordnung zu den Ursprungsbezeichnungen . 163
5. Umweltzeichenverordnung 164
6. Pauschalreiserichtlinie (Auszüge) 165