

<b>Aufsätze</b>	<b>Dr. Elmar Mand</b> Wertreklame für Heilmittel – Zur Auslegung und Reform von § 7 HWG (Teil 2)	51
	<b>Dr. Klaus Heuvels</b> Die Bedeutung des Vergaberechts für die Rechtfertigung von Nullretaxationen	60
	<b>Annelie Brendel / Professor Dr. Claudia Spies / Professor Dr. Dr. Christian Dierks</b> Companion Diagnostics und „Lab-on-a-chip“-Technologie	67
	<b>Dr. Christian Tillmanns</b> Ist das Werbeverbot für die „Pille danach“ rechtskonform?	74
	<b>Beitrag</b>	<b>Blick nach Berlin</b> von Andrea Schmitz
<b>Rechtsprechung</b>	<b>BVerwG, Urteil vom 17.12.2014:</b> Angaben zur zweckmäßigen Dosierung im Nachzulassungsverfahren	83
	<b>OVG NRW, Beschluss vom 10.12.2014:</b> Arzneimmitteleigenschaft Melatonin-haltiger Produkte	86
	<b>OLG Frankfurt, Urteil vom 12.2.2015:</b> Werbung mit der Empfehlung eines Arzneimittels durch einen „Apothekerverband“ <i>mit Anmerkung von Pascal Straszewski</i>	90
	<b>OLG Düsseldorf, Urteil vom 25.11.2014:</b> Werbung einer Versandapotheke mit TÜV-Zertifikat	94
<b>Entscheidungen in Leitsätzen</b>	<b>OVG NRW, Urteil vom 25.2.2015:</b> Kava-Kava: Widerruf der arzneimittelrechtlichen Zulassung	96
	<b>LG Wuppertal, Urteil vom 13.2.2015:</b> Ohrlochstechen in der Apotheke	96