

# Inhaltsverzeichnis

<b>Einleitung</b> .....	13
-------------------------	----

## *Kapitel 1*

<b>Der Schutzzumfang des Betrugstatbestands nach der herrschenden Meinung</b>	15
-----------------------------------------------------------------------------------	----

<b>A. Die Abgrenzung der erlaubten Geschäftstüchtigkeit vom strafbaren Betrug</b> .....	15
<b>B. Keine Auswirkungen mitwirkenden Opferverhaltens</b> .....	17
<b>C. Phänotypik</b> .....	19
I. Betrug durch Behauptung wahrer Tatsachen .....	20
1. Behindertenwerkstatt-Fall .....	22
2. Schuldenregulierungsfall .....	25
3. Betrug durch rechnungsähnliche Angebotsschreiben .....	26
a) Behandlung rechnungsähnlicher Angebotsschreiben in der Rechtsprechung .....	30
aa) BGH Beschl. v. 27.02.1979 – 5 StR 805/78 .....	30
bb) OLG Frankfurt a.M. Beschl. v. 17.08.1994 – 2 Ws 129/94 .....	31
cc) LG Frankfurt a.M. Beschl. v. 1.10.1999 – 5/29 Qs 19/99 .....	32
dd) BGH Urt. v. 26.04.2001 – 4 StR 439/00 .....	33
ee) BGH Urt. v. 04.12.2003 – 5 StR 308/03 .....	35
ff) Auswertung und Kritik .....	37
b) Die Behandlung rechnungsähnlicher Angebotsschreiben in der Literatur .....	42
aa) Faktisches Täuschungsverständnis .....	44
bb) Unterscheidung nach der Geschäftserfahrenheit der Empfän- ger .....	47
cc) Normatives Täuschungsverständnis .....	48
(1) Inanspruchnahme besonderen Vertrauens .....	49
(2) Enttäuschung von Kontinuitätserwartungen .....	51
4. Betrug durch Kosten- und Abfallen im Internet .....	53
a) Einführung in die Problematik .....	53
b) LG Frankfurt a.M. Beschl. v. 5.3.2009 – 5/27 Kls 3330 Js 212484/07 Kls – 12/08 .....	57
c) OLG Frankfurt a.M. Beschl. v. 17.12.2010 – 1 Ws 29/09 ....	61

d) BGH Urt. v. 05.03.2014 – 2 StR 616/12 .....	65
5. Ping-Anrufe .....	66
a) Konkludente Täuschung über ein inhaltliches Kommunikations- verlangen .....	67
b) Planmäßiges Ausnutzen einer inhaltlich wahren Erklärung .....	69
c) Täuschung über die Herkunft des Anrufs .....	71
d) Täuschung durch Unterlassen .....	73
e) Täuschung über die Höhe der Rückrufkosten .....	74
f) Täuschung über einen erfolglosen Anrufversuch .....	76
II. Übertreibende Anpreisungen und marktschreierische Reklame .....	76
III. Fälle aus dem Bereich des Aberglaubens und des Okkultismus .....	84
1. Sirius-Fall (BGHSt 32, 38) .....	84
2. Teufelsaustreibungsfall (LG Mannheim NJW 1993, 1488) .....	86
3. Auswertung .....	87
<b>D. Berücksichtigung der Mitverantwortung des Opfers auf der Rechtsfol-     genseite .....</b>	<b>88</b>
<b>E. Der Schutz des Einfältigen im Zusammenhang mit den Täuschungsfor-     men des Betruges .....</b>	<b>91</b>
I. Der Schutz des Einfältigen im Zusammenhang mit ausdrücklichen Täuschungen .....	92
II. Der Schutz des Einfältigen im Zusammenhang mit konkludenten Täuschungen .....	93
III. Der Schutz des Einfältigen im Zusammenhang mit der Täuschung durch Unterlassen .....	95
 <i>Kapitel 2</i> <b>Viktimodogmatik</b>	
<b>A. Restriktion des Täuschungsmerkmals .....</b>	<b>98</b>
I. Erhöhte Anforderungen an die Qualität des Täuschungsmittels .....	99
II. Der Missbrauch berechtigten Vertrauens .....	100
III. Einschränkung durch das Kriterium der objektiven Täuschungseignung .....	103
IV. Einschränkung durch die Abgrenzung von Verantwortungsbereichen anhand von Solidaritätspflichten des Täters .....	104
V. Eingrenzung des Täuschungsmerkmals anhand des Tatsachenbegriffs .....	107
<b>B. Tatbestandliche Restriktionen über das Irrtumsmerkmal .....</b>	<b>109</b>
I. Irrtum bei Zweifeln des Verfügenden .....	110
II. Abschtung nach dem Grad der Wahrscheinlichkeit .....	111
III. Verneinung des Irrtums bei konkreten Zweifeln .....	112
IV. Ausschluss des Irrtums bei mitwirkendem Opferverschulden .....	114
<b>C. Einschränkungen durch den Kausalzusammenhang zwischen Täü-     schung und Irrtum .....</b>	<b>116</b>

<b>D. Einschränkungen über die objektive Zurechnung</b> .....	119
I. Schutzzweck der Norm .....	119
II. Eigenverantwortliche Selbstgefährdung .....	122
<b>E. Viktimodogmatische Einschränkungen des Schadensmerkmals</b> .....	123
I. Ausschluss des Schadens aufgrund Opfermitverschuldens .....	123
II. Verkauf von Illusionen .....	125
<b>F. Lösungsansätze außerhalb des Tatbestands</b> .....	127

### *Kapitel 3*

## **Der Schutz des Einfältigen vor dem Hintergrund unionsrechtlicher Vorgaben** 130

<b>A. Der Einfluss des Europarechts auf das nationale Strafrecht</b> .....	131
I. Rechtsquellen des Unionsrechts .....	131
II. Verhältnis des nationalen Strafrechts zum Recht der Europäischen Union	133
<b>B. Der Einfluss des Europarechts auf den Betrugstatbestand</b> .....	137
I. Einflussmöglichkeiten primärrechtlicher Vorschriften des Unionsrechts auf den Betrugstatbestand .....	137
1. Warenverkehrsfreiheit, Art. 28 ff., 34 ff. AEUV .....	138
2. Dienstleistungsfreiheit, Art. 57 ff. AEUV .....	140
II. Einflussmöglichkeiten sekundärrechtlicher Vorschriften des Unions- rechts auf den Betrugstatbestand .....	142
1. RL 2006/114/EG .....	142
2. RL 2005/29/EG .....	142
a) Vollharmonisierende Wirkung der RL 2005/29/EG .....	144
b) Anwendungsbereich der RL 2005/29/EG .....	145
<b>C. Das unionsrechtliche Verbraucherleitbild</b> .....	147
I. Die Entwicklung des unionsrechtlichen Verbraucherleitbilds durch den EuGH .....	147
1. Die Entscheidungen „Cassis de Dijon“, „Rau“ und „Bocksbeutel“	147
2. Die Entscheidung „Pall/Dahlhausen“ .....	148
3. Die Entscheidung „GB-Inno-BM“ .....	149
4. Die Entscheidung „Clinique“ .....	149
5. Die Entscheidung „Mars“ .....	150
6. Die Entscheidung „Gut Springenheide“ .....	151
7. Die Entscheidung „Sektellerei Kessler“ .....	152
8. Die Entscheidung „d’arbo naturrein“ .....	152
9. Weitere Präzisierung des Verbraucherleitbilds in den Entschei- dungen „Lidl/Vierzon“ und „Konsumentenombudsmannen/Ving Sverige“ .....	153
10. Einschränkungen des Leitbilds vom durchschnittlich informierten, aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbraucher .....	154

a) Die Entscheidung „Lloyd“ .....	154
b) Die Entscheidung „Lifting Creme“ .....	155
c) Die Entscheidungen „Buet“ und „Graffione“ .....	156
11. Zusammenfassung .....	157
II. Das Verbraucherleitbild der RL 2005/29/EG .....	158
<b>D. Rezeption des unionsrechtlichen Verbraucherleitbilds im Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) und in der wettbewerbsrechtlichen Rechtsprechung des BGH .....</b>	<b>163</b>
<b>E. Die Auffassungen in Rechtsprechung und Literatur .....</b>	<b>165</b>
I. Keine Verpflichtung zur Übernahme des unionsrechtlichen Verbraucherleitbilds aus Gründen des Rechtsgüterschutzes .....	165
II. BGH Urt. v. 05.03.2014 – 2 StR 616/12 .....	172
III. Keine Verpflichtung zur Übernahme des unionsrechtlichen Verbraucherleitbilds wegen überwiegender Rechte der betroffenen Personenkreise .....	176
IV. Kein Erfordernis zur generellen Übernahme des unionsrechtlichen Verbraucherleitbilds wegen fehlender praktischer Auswirkungen .....	178
<b>F. Implementierung der unionsrechtlichen Vorgaben in den Betrugstatbestand .....</b>	<b>181</b>
I. Nichtanwendung des Betrugstatbestands .....	183
II. Normative Auslegung des Täuschungs- bzw. Irrtumsmerkmals .....	185
1. Normative Auslegung des Täuschungsmerkmals .....	185
2. Normative Auslegung des Irrtumsmerkmals .....	186
III. Unionsrechtliche Grundfreiheiten als Rechtfertigungsgründe .....	187
IV. Implementierung des unionsrechtlichen Verbraucherleitbilds über bestehende normative Elemente des Betrugstatbestands .....	189
1. Implementierung unionsrechtlicher Vorgaben im Bereich konkludenter Täuschungen .....	190
2. Implementierung der unionsrechtlichen Vorgaben im Bereich ausdrücklicher Täuschungen .....	192
a) Die Figur der objektiven Erfolgszurechnung .....	193
b) Die objektive Zurechnung beim Betrug .....	194
c) Der Ausschluss der Zurechenbarkeit zwischen Täuschung und Irrtum bei unionsrechtlicher Gestattung der fraglichen Verhaltensweisen .....	196
<b>G. Zersplitterung des Täuschungsschutzstandards .....</b>	<b>198</b>
I. Sektorale Differenzierung .....	200
II. Einführung einer betrugsstrafrechtlichen Sonderdogmatik für den Bereich der Publikumswerbung .....	203
III. Einheitliche Auslegung des Betrugstatbestands .....	207

*Kapitel 4***Anwendung einer unionsrechtskonformen Auslegung  
auf die genannten Fallgruppen** 209

<b>A. Konkludente Täuschungen</b> .....	210
I. Täuschung durch Behauptung wahrer Tatsachen .....	210
II. Rechnungsähnliche Angebotsschreiben .....	211
III. Abofallen .....	214
IV. Ping-Anrufe .....	216
<b>B. Ausdrückliche Täuschungen</b> .....	218
I. Übertreibende Werbeaussagen .....	218
II. Aberglauben und Okkultismus .....	220
<b>Zusammenfassung und Fazit</b> .....	222
<b>Literaturverzeichnis</b> .....	225
<b>Stichwortverzeichnis</b> .....	238