

Studien zum Wirtschaftsstrafrecht

---

herausgegeben von

Klaus Tiedemann / Bernd Schünemann

**Raphael Vergho**

---

**Der Maßstab der  
Verbrauchererwartung im  
Verbraucherschutzstrafrecht**



---

Centaurus Verlag & Media UG

Raphael Vergho

**Der Maßstab der Verbrauchererwartung**

Studien zum Wirtschaftsstrafrecht  
herausgegeben von  
Klaus Tiedemann / Bernd Schünemann

Band 30

Raphael Verghe

**Der Maßstab  
der Verbrauchererwartung  
im Verbraucherschutzstrafrecht**



Centaurus Verlag & Media UG 2009

**Zum Autor:**

Raphael Vergho wurde 1976 in Eichstätt geboren. Er studierte Rechtswissenschaft an den Universitäten Freiburg (Breisgau) und München. Nach der Referendarszeit mit Stage am Centre of Asian and Pacific Law (CAPLUS), University of Sydney, absolvierte er im Juni 2004 das Zweite Juristische Staatsexamen. Seit August 2004 ist er als Rechtsanwalt in München tätig. 2008 promovierte er an der Universität Freiburg (Breisgau).

**Die Deutsche Bibliothek – CIP-Einheitsaufnahme****Vergho, Raphael:**

Der Maßstab der Verbrauchererwartung im Verbraucherschutzstrafrecht /

Raphael Vergho. – Freiburg : Centaurus-Verl., 2009

(Studien zum Wirtschaftsstrafrecht ; Bd. 30)

Zugl.: Freiburg (Breisgau), Univ., Diss., 2008

ISBN 978-3-8255-0731-2      ISBN 978-3-86226-335-6 (eBook)

DOI 10.1007/978-3-86226-335-6

**ISSN 0938-9512**

*Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.*

© CENTAURUS Verlag & Media KG, Freiburg 2009

Satz: Vorlage des Autors

Umschlaggestaltung: Antje Walter, Titisee-Neustadt

Für meine Eltern und Sylvie

# Vorwort

Die vorliegende Arbeit wurde von der Juristischen Fakultät der Albert-Ludwigs-Universität Freiburg im Breisgau im Sommersemester 2008 als Dissertation angenommen. Das Manuskript ist eine leicht überarbeitete Fassung der eingereichten Doktorarbeit. Rechtsprechung und Literatur wurden bis Dezember 2008 berücksichtigt.

Mein herzlicher Dank gilt zuallererst meinem Doktorvater Herrn Prof. Dr. Roland Hefendehl für seine Betreuung und die Zeit, die er mir zur Verfügung stellte. Seine Gesprächsbereitschaft und konstruktive Kritik trugen maßgeblich zum Gelingen dieser Arbeit bei. Bedanken möchte ich mich ferner bei Prof. Dr. Dr. h.c. Hans-Jörg Albrecht vom Max Planck Institut für ausländisches und internationales Strafrecht für die sehr zügige Erstellung des Zweitgutachtens.

Ein weiterer Dank richtet sich darüber hinaus auch an Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Klaus Tiedemann, der die Idee zu dieser Arbeit hatte und zusammen mit Herrn Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Bernd Schünemann als Herausgeber der Schriftenreihe „Studien zum Wirtschaftsstrafrecht“ die Veröffentlichung der Arbeit in derselben befürwortete.

Einen besonderen Dank schulde ich schließlich den Rechtsanwälten Prof. Dr. Alfred Hagen Meyer, Andreas Meisterernst und Dr. Andreas Reinhart, die den Druckkostenzuschuß für die Veröffentlichung übernommen haben und ohne deren Hilfsbereitschaft eine berufsbegleitende Erstellung der Arbeit nicht möglich gewesen wäre.

Gewidmet ist die Arbeit meinen Eltern und meiner Frau Sylvie. Meinen Eltern, weil Sie immer Vertrauen in mich hatten und mich nicht nur im Rahmen meiner Ausbildung bedingungslos unterstützt haben. Meiner Frau Sylvie, weil Sie mit einer Engelsgeduld die Mühen, die die Erstellung einer Doktorarbeit zwangsläufig auch mit sich bringt, zusammen mit unseren Kindern Lorenz und Greta mitgetragen und auf viel gemeinsame Freizeit verzichtet hat. Vielen Dank hierfür!

München im März 2009

Raphael Vergho

# Inhaltsübersicht

<b>Vorwort</b> .....	<b>VII</b>
<b>Inhaltsübersicht</b> .....	<b>IX</b>
<b>Inhalt</b> .....	<b>XIII</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis</b> .....	<b>XXXI</b>
<b>§ 1 Einleitung</b> .....	<b>1</b>
<i>I. Problemaufriss</i> .....	<i>1</i>
<i>II. Untersuchungsgegenstand</i> .....	<i>2</i>
<i>III. Gang der Untersuchung</i> .....	<i>2</i>
<b>1. Teil: Abstrakte Betrachtung des Maßstabs der Verbrauchererwartung im Verbraucherschutzstrafrecht</b> .....	<b>5</b>
<b>§ 2 Das Verbraucherschutzstrafrecht</b> .....	<b>5</b>
<i>I. Der Verbraucherbegriff</i> .....	<i>6</i>
<i>II. Der Verbraucherschutzgedanke</i> .....	<i>8</i>
<i>III. Der strafrechtliche Schutz von Rechtsgütern als Mittel des Verbraucherschutzes</i> .....	<i>15</i>
<i>IV. Verbraucherschutz als strafrechtliches Rechtsgut?</i> .....	<i>23</i>
<i>V. Definition des Verbraucherschutzstrafrechts über die spezifischen Verbraucherinteressen</i> .....	<i>26</i>
<i>VI. Straftatbestände des Verbraucherschutzstrafrechts</i> .....	<i>31</i>
<i>VII. Zusammenfassung</i> .....	<i>34</i>
<b>§ 3 Die Verbrauchererwartung</b> .....	<b>37</b>
<i>I. Inhalt und Bedeutung der Verbrauchererwartung</i> .....	<i>37</i>

	<i>II. Europarechtliche Vorgaben zur Verbrauchererwartung</i> .....	42
	<i>III. Zusammenfassung</i> .....	51
<b>§ 4</b>	<b>Das Leitbild des verständigen Durchschnittsverbrauchers als Maßstab der Verbrauchererwartung</b> .....	<b>53</b>
	<i>I. Das traditionelle Verbraucherleitbild der deutschen Rechtsprechung („flüchtiger Verbraucher“)</i> .....	53
	<i>II. Das Verbraucherleitbild in der Rechtsprechung des EuGH („verständiger Verbraucher“)</i> .....	59
	<i>III. Die Rezeption des Europäischen Verbraucherleitbildes in der deutschen Rechtsprechung</i> .....	79
	<i>IV. Zusammenfassung</i> .....	99
<b>§ 5</b>	<b>Die europarechtliche Verpflichtung zur Berücksichtigung des Leitbildes eines verständigen Durchschnittsverbrauchers im Strafrecht</b> .....	<b>101</b>
	<i>I. Verhältnis Gemeinschaftsrecht und Strafrecht</i> .....	101
	<i>II. Konsequenzen der Europäisierung des Strafrechts für den anzuwendenden Maßstab der Verbrauchererwartung im Strafrecht</i> .....	117
	<i>III. Zusammenfassung</i> .....	121
<b>§ 6</b>	<b>Die Geeignetheit des Leitbildes eines verständigen Durchschnittsverbrauchers als strafrechtlicher Maßstab?</b> .....	<b>122</b>
	<i>I. Vereinbarkeit des Leitbildes eines verständigen Durchschnittsverbrauchers mit dem Schutz von Rechtsgütern als Aufgabe des Strafrechts?</i> .....	123
	<i>II. Vereinbarkeit des Leitbildes eines verständigen Durchschnittsverbrauchers zur Auslegung des Irreführungsbegriffs mit dem strafrechtlichen Bestimmtheitsgrundsatz aus Art. 103 Abs. 2 GG?</i> .....	132
	<i>III. Vereinbarkeit des Leitbildes eines verständigen Durchschnittsverbrauchers mit dem Ultima Ratio-Charakter des Strafrechts?</i> .....	144
	<i>IV. Zusammenfassung</i> .....	158

<b>2. Teil: Konkrete Betrachtung des Maßstabs der Verbrauchererwartung im Verbraucherschutzstrafrecht.....</b>	<b>161</b>
<b>§ 7 Der Maßstab der Verbrauchererwartung im Wettbewerbsstrafrecht .....</b>	<b>161</b>
I. Auswirkungen des Leitbildes eines verständigen Durchschnittsverbrauchers auf § 16 Abs. 1 UWG (strafbare Werbung).....	162
II. Auswirkungen des Leitbildes eines verständigen Durchschnittsverbrauchers auf den strafrechtlichen Schutz geographischer Herkunftsangaben.....	197
<b>§ 8 Der Maßstab der Verbrauchererwartung im Lebensmittelstrafrecht.....</b>	<b>216</b>
I. Die Irreführungstatbestände des Lebensmittelstrafrechts im Überblick .....	216
II. Der lebensmittelrechtliche Irreführungsbegriff.....	220
III. Auswirkungen des Leitbildes eines verständigen Durchschnittsverbrauchers auf die lebensmittelrechtlichen Irreführungstatbestände .....	227
IV. Strafrechtliche Bewertung .....	237
V. Zusammenfassung.....	254
<b>§ 9 Der Maßstab der Verbrauchererwartung im Heilmittelwerbestrafrecht.....</b>	<b>256</b>
I. Das Irreführungsverbot im Heilmittelwerbestrafrecht im Überblick.....	256
II. Der heilmittelwerberechtliche Irreführungsbegriff.....	257
III. Auswirkungen des Leitbildes eines verständigen Durchschnittsverbrauchers auf das heilmittelwerberechtliche Irreführungsverbot.....	262
IV. Strafrechtliche Bewertung .....	265
V. Zusammenfassung.....	273
<b>§ 10 Der Maßstab der Verbrauchererwartung im Arzneimittelstrafrecht.....</b>	<b>276</b>
I. Die arzneimittelrechtlichen Irreführungsverbote im Überblick.....	276
II. Auswirkungen des Leitbildes eines verständigen Durchschnittsverbrauchers auf das arzneimittelrechtliche Irreführungsverbot.....	278

III. Strafrechtliche Bewertung .....	279
IV. Zusammenfassung.....	286
<b>§ 11 Der Maßstab der Verbrauchererwartung im Betrugsstrafrecht.....</b>	<b>289</b>
I. § 263 StGB als situationsbedingter Verbraucherschutztatbestand zum Schutz des Vermögens .....	289
II. Der verständige Durchschnittsverbraucher als Maßstab zur Bestim- mung einer tatbestandlichen Täuschung? .....	290
III. Der verständige Durchschnittsverbraucher als Maßstab zur Feststel- lung der Tatsachenqualität einer Aussage? .....	303
IV. Der verständige Durchschnittsverbraucher als Maßstab zur ein- schränkenden Auslegung des Irrtumsmerkmals? .....	308
V. Zusammenfassung.....	317
<b>§ 12 Schlussbetrachtung .....</b>	<b>319</b>
<b>Literatur.....</b>	<b>323</b>
<b>Sachregister .....</b>	<b>353</b>

# Inhalt

<b>Vorwort</b> .....	<b>VII</b>
<b>Inhaltsübersicht</b> .....	<b>IX</b>
<b>Inhalt</b> .....	<b>XIII</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis</b> .....	<b>XXXI</b>
<b>§ 1 Einleitung</b> .....	<b>1</b>
<i>I. Problemaufriss</i> .....	<i>1</i>
<i>II. Untersuchungsgegenstand</i> .....	<i>2</i>
<i>III. Gang der Untersuchung</i> .....	<i>2</i>
<b>1. Teil: Abstrakte Betrachtung des Maßstabs der Verbrauchererwartung im Verbraucherschutzstrafrecht</b> .....	<b>5</b>
<b>§ 2 Das Verbraucherschutzstrafrecht</b> .....	<b>5</b>
<i>I. Der Verbraucherbegriff</i> .....	<i>6</i>
1. Der Verbraucher als Privatperson .....	6
2. Die strukturelle Unterlegenheit gegenüber dem Unternehmer .....	7
3. Die Teilnahme am Wirtschaftsverkehr .....	7
<i>II. Der Verbraucherschutzgedanke</i> .....	<i>8</i>
1. Entstehung des Verbraucherschutzgedankens .....	8
2. Entwicklung des Verbraucherschutzgedankens in rechtlicher Hinsicht .....	9
a) Europarechtliche Entwicklung .....	9
b) Zivilrechtliche Entwicklung .....	10
c) Strafrechtliche Entwicklung .....	11
3. Ziele des Verbraucherschutzgedankens .....	12
4. Verfassungsrechtliche Wurzeln des Verbraucherschutzgedankens.....	13
a) Sozialstaatsprinzip als verfassungsrechtliche Wurzel.....	13
b) Rechtsstaatsprinzip als verfassungsrechtliche Wurzel .....	13
c) Strafrechtliche Bewertung.....	14

<i>III. Der strafrechtliche Schutz von Rechtsgütern als Mittel des Verbraucherschutzes</i> .....	15
1. Die Rechtsgutstheorie im Strafrecht .....	15
a) Rechtsgüterschutz als Aufgabe des Strafrechts .....	15
b) Die Rechtsgutstheorie als strafrechtslimitierendes Prinzip .....	16
c) Arten von Rechtsgütern .....	17
aa) Individualrechtsgüter .....	17
bb) Kollektive Rechtsgüter .....	17
d) Rechtsgüter und Deliktsstruktur .....	19
e) Verfassungsrechtlicher Hintergrund der Rechtsgutstheorie .....	20
aa) Strafrechtlicher Schutzrechtsgedanke und Verhältnismäßigkeitsgrundsatz als verfassungsrechtliche Einfallstore für die Rechtsgutstheorie .....	20
bb) Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts .....	21
cc) Bewertung .....	21
2. Die Legitimität des Einsatzes von Strafrecht zum Verbraucherschutz .....	23
<i>IV. Verbraucherschutz als strafrechtliches Rechtsgut?</i> .....	23
1. Notwendigkeit der Differenzierung zwischen Rechtsgut und dem Verbraucherschutz als Gesetzeszweck am Beispiel von § 16 Abs. 1 UWG .....	23
2. Notwendigkeit der Differenzierung zwischen Rechtsgut und Verbraucher als Rechtsgutsträger .....	24
3. Notwendigkeit der Differenzierung zwischen Verbraucherinteressen und geschütztem Rechtsgut .....	25
4. Unvereinbarkeit eines Rechtsguts „Verbraucherschutz“ mit der Notwendigkeit klar definierter Rechtsgüter als Legitimationsbasis für das Strafrecht .....	26
<i>V. Definition des Verbraucherschutzstrafrechts über die spezifischen Verbraucherinteressen</i> .....	26
1. Präzisierung der Verbraucherinteressen .....	27
a) Produktbezug der Verbraucherinteressen .....	27
b) Kumuliertes Betroffensein der Verbraucherinteressen .....	28
c) Europäische Komponente der Verbraucherinteressen .....	28
2. Typische Rechtsgüter auf die Verbraucherinteressen gerichtet sind .....	28
3. Definition des Verbraucherschutzstrafrechts .....	30
<i>VI. Straftatbestände des Verbraucherschutzstrafrechts</i> .....	31
1. Wettbewerbsstrafrecht .....	31
2. Lebensmittelstrafrecht .....	31
a) Der Verkehr mit Lebensmitteln .....	32
b) Der Verkehr mit kosmetischen Mitteln und Bedarfsgegenständen .....	32

c) Der Verkehr mit Wein.....	32
3. Arzneimittel- und Heilmittelwerbestrafrecht .....	33
4. Situationsbedingte Verbraucherschutzdelikte .....	33
<i>VII. Zusammenfassung.....</i>	<i>34</i>
<b>§ 3 Die Verbrauchererwartung.....</b>	<b>37</b>
<i>I. Inhalt und Bedeutung der Verbrauchererwartung .....</i>	<i>37</i>
1. Verbrauchererwartung und Verkehrsauffassung.....	37
2. Die normierte Verbrauchererwartung .....	38
3. Die tatsächliche Verbrauchererwartung .....	39
4. Zusammenhang zwischen Verbrauchererwartung und Irreführungsbegriff.....	39
a) Inhalt des Irreführungsbegriffs.....	39
b) Die Verbrauchererwartung als Schlüsselkriterium des Irreführungsbegriffs .....	40
c) Die Verbrauchererwartung als Auslegungsmaßstab für die Irreführungstatbestände des Verbraucherschutzstrafrechts.....	40
aa) Die Irreführungstatbestände des Verbraucherschutz- strafrechts im Überblick .....	41
bb) Die Verbrauchererwartung als Teil des objektiven Tatbestandes .....	41
<i>II. Europarechtliche Vorgaben zur Verbrauchererwartung .....</i>	<i>42</i>
1. Primäres Gemeinschaftsrecht.....	42
a) Art. 28 EGV (Warenverkehrsfreiheit).....	42
aa) Dassonville-Formel .....	43
bb) Cassis-Rechtsprechung.....	43
cc) Keck-Rechtsprechung.....	44
b) Art. 30 EGV .....	45
2. Sekundäres Gemeinschaftsrecht .....	46
a) Richtlinie 2006/114/EG über irreführende und ver- gleichende Werbung.....	46
aa) Teilharmonisierung .....	46
bb) Definition des Irreführungsbegriffs.....	47
cc) Strafrechtliche Auswirkungen der Richtlinie .....	47
b) Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken.....	48
aa) Vollharmonisierung.....	48
bb) Verbot unlauterer Geschäftspraktiken .....	49
cc) Verbraucherdefinition.....	49
dd) Strafrechtliche Auswirkungen der Richtlinie .....	50
<i>III. Zusammenfassung.....</i>	<i>51</i>

**§ 4 Das Leitbild des verständigen Durchschnittsverbrauchers als Maßstab der Verbrauchererwartung..... 53**

*I. Das traditionelle Verbraucherleitbild der deutschen Rechtsprechung („flüchtiger Verbraucher“)*..... 53

1. Das demoskopisch, empirische Modell..... 53
2. Kritik am traditionellen deutschen Verbraucherleitbild..... 54
  - a) Polemische Kritik..... 54
  - b) Inhaltliche Kritik ..... 55
  - c) Bewertung ..... 56
3. Änderungstendenzen in der deutschen Rechtsprechung bis zum Wechsel zum Leitbild des verständigen Durchschnittsverbrauchers ..... 57
  - a) Kein ausschließliches Abstellen mehr auf den flüchtigen Verbraucher..... 58
  - b) Verstärkte Berücksichtigung normativer Elemente ..... 59

*II. Das Verbraucherleitbild in der Rechtsprechung des EuGH („verständiger Verbraucher“)* ..... 59

1. Der informierte, aufmerksame und verständige Durchschnittsverbraucher ..... 59
  - a) Die Standardformel vom „durchschnittlich informierten, aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbraucher“ ..... 60
    - aa) Erstmalige Erwähnung des „verständigen“ Verbrauchers („Mars-Entscheidung“) ..... 60
    - bb) Erstmalige Verwendung der Standardformel („Gut Springenheide-Entscheidung“)..... 61
  - b) Die Eigenschaften des verständigen Durchschnittsverbrauchers ..... 61
    - aa) Der „vernunftgemäße“ Durchschnittsverbraucher?..... 61
    - bb) Der „durchschnittlich aufmerksame“ und „durchschnittlich verständige“ Durchschnittsverbraucher? ..... 62
    - cc) Bewertung ..... 62
  - c) Der verständige Durchschnittsverbraucher als allgemeingültiger Maßstab zur Bestimmung der Verbrauchererwartung..... 63
2. Das Informationsmodell..... 64
  - a) Der Binnenmarktgedanke als Hintergrund des Informationsmodells ..... 64
  - b) Leitentscheidungen zum Informationsmodell ..... 65
    - aa) GB-INNO-BM-Entscheidung..... 65
    - bb) Pall/Dahlhausen-Entscheidung..... 66
    - cc) Sauce-Hollandaise-Entscheidung ..... 67
    - dd) Clinique-Entscheidung ..... 67
    - ee) D’arbo-naturrein-Entscheidung..... 68

c)	Grenzen des Informationsmodells.....	68
aa)	Berücksichtigung einer unterschiedlich hohen Aufmerksamkeit des Durchschnittsverbrauchers .....	68
bb)	Berücksichtigung der Umstände des Einzelfalles .....	68
cc)	Der verständige Durchschnittsverbraucher ist kein homo oeconomicus.....	70
3.	Das normative Modell.....	73
a)	Der Durchschnittsverbraucher als fiktiver Maßstab?.....	74
aa)	Normatives Verständnis der Verbrauchererwartung .....	74
bb)	Kritik an einem normativen Modell .....	74
cc)	Bewertung .....	75
b)	Berücksichtigung tatsächlicher Elemente innerhalb des normativen Modells .....	76
aa)	Zulässigkeit demoskopischer Gutachten .....	76
bb)	Mindestirreführungsgrenze.....	76
4.	Bewertung.....	78
<i>III. Die Rezeption des Europäischen Verbraucherleitbildes in der deutschen Rechtsprechung .....</i>		<i>79</i>
1.	Der durchschnittlich informierte, aufmerksame und verständige Durchschnittsverbraucher in der deutschen Rechtsprechung.....	79
a)	Die situationsadäquate Aufmerksamkeit.....	80
aa)	Adressaten-, produkt- und situationsbezogene Umstände als Beurteilungskriterien .....	80
bb)	Vereinbarkeit mit der EuGH-Rechtsprechung .....	81
b)	Schutz auch des flüchtigen Verbrauchers .....	81
aa)	Kein Gegensatz der Begriffe „flüchtig“ und „verständlich“.....	82
bb)	Schutz des flüchtigen Verbrauchers bei Blickfangwerbung.....	82
c)	Anforderungen an den Durchschnittsverbraucher betreffend seine Informiertheit und Verständigkeit .....	83
aa)	Fehlende Präzision der Begriffe „durchschnittlich verständig“ und „durchschnittlich informiert“ .....	84
bb)	Konkretisierbarkeit der Begriffe?.....	84
d)	Verbot von Werbung mit unwahren Angaben .....	85
e)	Mindestirreführungsquote .....	86
2.	Das gemischt normativ-tatsächliche Modell.....	87
a)	Unklare Rechtsprechung des BGH .....	87
aa)	Normative Elemente in der Rechtsprechung.....	87
bb)	Tatsächliche Elemente in der Rechtsprechung.....	89
b)	Meinungsstand in der Literatur .....	90
aa)	Pro Rechtsfrage .....	91
bb)	Pro Tatfrage.....	93

c)	Bewertung .....	96
aa)	Die notwendige Berücksichtigung tatsächlicher Elemente .....	96
bb)	Die notwendige Berücksichtigung normativer Elemente .....	98
cc)	Das gemischt empirisch-normative Modell .....	98
3.	Bewertung .....	99
IV.	Zusammenfassung .....	99

## **§ 5 Die europarechtliche Verpflichtung zur Berücksichtigung des Leitbildes eines verständigen Durchschnittsverbrauchers im Strafrecht..... 101**

I.	<i>Verhältnis Gemeinschaftsrecht und Strafrecht</i> .....	101
1.	Strafrecht als nicht gemeinschaftsrechtsresistente Materie .....	101
2.	Strafrechtliche Rechtsetzungsbestrebungen in der EG .....	102
a)	Art. 280 Abs. 4 EGV .....	102
b)	Corpus Juris .....	103
c)	„Europa Delikte“ vom Arbeitskreis Strafrechtsangleichung in Europa .....	104
d)	Grünbuch der Kommission zum Schutz der finanziellen Interessen der EG und zur Schaffung einer Europäischen Staatsanwaltschaft .....	104
e)	Europäischer Verfassungsentwurf .....	104
f)	Vertrag von Lissabon .....	105
3.	Anweisungskompetenz der EG bzw. EU .....	106
a)	Anweisungskompetenz auf Grundlage des EG-Vertrages .....	106
b)	Anweisungskompetenz auf Grundlage der dritten Säule des EU-Vertrages .....	107
aa)	Definition „dritte Säule“ .....	108
bb)	Zielsetzung der „dritten Säule“ .....	108
cc)	Intergouvernementale Ausgestaltung der „dritten Säule“ .....	108
dd)	Das Rahmenbeschlussverfahren als Handlungsmittel der „dritten Säule“ .....	109
4.	Unmittelbare Einflüsse des EG-Rechts auf das materielle Straf- recht .....	110
a)	Grundsatz der Gemeinschaftstreue .....	110
b)	Assimilierungsprinzip .....	110
c)	Verweisungen von EG-Recht ins nationale Recht und umgekehrt .....	111
d)	Verwaltungssanktionen .....	111
5.	Beachtung des Gemeinschaftsrechts bei der Anwendung nationalen Rechts .....	112
a)	Tatbestandskollision .....	112

b)	Gemeinschaftskonforme Auslegung .....	113
a)	Rechtsfolgen einer gemeinschaftskonformen Auslegung.....	113
bb)	Grenzen einer gemeinschaftskonformen Auslegung.....	114
6.	Grenzen der Europäisierung des Strafrechts.....	115
a)	Strafrechtliches Schonungsgebot .....	115
b)	Rechtliche Begründung des strafrechtlichen Schonungsgebots.....	115
c)	Auswirkungen des strafrechtlichen Schonungsgebots auf die Rechtsanwendung.....	116
II.	<i>Konsequenzen der Europäisierung des Strafrechts für den anzu- wendenden Maßstab der Verbrauchererwartung im Strafrecht.....</i>	<i>117</i>
1.	Die Verpflichtung zur gemeinschaftsrechtskonformen Auslegung der Täuschungsschutztatbestände im Strafrecht .....	117
a)	Gemeinschaftskonforme Auslegung im vollharmonisierten Bereich .....	117
b)	Gemeinschaftskonforme Auslegung im nicht- harmonisierten Bereich .....	118
aa)	Gemeinschaftskonforme Auslegung bei grenzüberschreitenden Sachverhalten .....	118
bb)	Gemeinschaftskonforme Auslegung bei rein nationalen Sachverhalten.....	118
2.	Aber: Vorgaben des EuGH sind kein Präjudiz für die straf- rechtliche Eignung des Verbraucherleitbildes .....	119
III.	<i>Zusammenfassung.....</i>	<i>121</i>
<b>§ 6</b>	<b>Die Geeignetheit des Leitbildes eines verständigen Durchschnitts- verbrauchers als strafrechtlicher Maßstab? .....</b>	<b>122</b>
I.	<i>Vereinbarkeit des Leitbildes eines verständigen Durchschnitts- verbrauchers mit dem Schutz von Rechtsgütern als Aufgabe des Strafrechts?.....</i>	<i>123</i>
1.	Das Verbraucherleitbild des verständigen Durchschnittsver- brauchers als geeigneter Maßstab zur Bestimmung der Reich- weite der Dispositionsfreiheit .....	123
a)	Definition der Dispositionsfreiheit.....	123
b)	Das Leitbild des verständigen Durchschnittsverbrauchers als interessengerechtes Korrektiv zur Begrenzung der Reichweite der Dispositionsfreiheit .....	124
c)	Fehlende Rechtsgutsqualität der Dispositionsfreiheit .....	124
2.	Das Leitbild des verständigen Durchschnittsverbrauchers als ge- eigneter Maßstab zum Schutz eines strafrechtlichen Rechtsguts? .....	125

a)	Ungeeignetheit zum Schutz individueller Rechtsgüter .....	125
aa)	Nichtberücksichtigung einer Minderheit .....	126
bb)	Indistributivität personal strukturierter Individualrechtsgüter .....	126
b)	Ungeeignetheit zum Schutz kollektiver Rechtsgüter .....	127
c)	Legitimer Anwendungsbereich im Vorfeld einer Rechtsgutsverletzung?.....	128
3.	Das Leitbild eines verständigen Durchschnittsverbrauchers und der Schutz von Rechtsgütern unter Berücksichtigung des Gemeinschaftsrechts .....	129
a)	Ratio des Leitbildes eines verständigen Durchschnittsverbrauchers .....	129
b)	Strengerer Maßstab beim Schutz von Rechtsgütern.....	130
c)	Schutz auch des unverständigen Verbrauchers .....	131
II.	<i>Vereinbarkeit des Leitbildes eines verständigen Durchschnittsverbrauchers zur Auslegung des Irreführungsbegriffs mit dem strafrechtlichen Bestimmtheitsgrundsatz aus Art. 103 Abs. 2 GG?</i> .....	132
1.	Inhalt des Bestimmtheitsgrundsatzes aus Art. 103 Abs. 2 GG .....	132
a)	Ziele des Bestimmtheitsgrundsatzes .....	133
b)	Keine übersteigerten Anforderungen an den Bestimmtheitsgrundsatz gemäß der Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts .....	133
2.	Vereinbarkeit der im Verbraucherschutzstrafrecht praktizierten Blankettverweisungstechnik mit dem Bestimmtheitsgrundsatz.....	134
a)	Definition eines Blankettstrafgesetzes .....	134
b)	Vereinbarkeit von Blankettstrafgesetzen mit Art. 103 Abs. 2 GG.....	134
c)	Zulässige Blankettverweisungstechnik bei den Irreführungstatbeständen des Verbraucherschutzstrafrechts.....	135
3.	Der verständige Durchschnittsverbraucher und der Bestimmtheitsgrundsatz aus Art. 103 Abs. 2 GG.....	136
a)	Meinungsstand .....	136
aa)	Zur Bestimmtheit des Irreführungsbegriffs .....	136
bb)	Zur Unbestimmtheit des Irreführungsbegriffs.....	137
b)	Bewertung .....	138
aa)	Problematische Tatbestandsmerkmale „durchschnittlich informiert“ und „durchschnittlich verständig“ .....	139
bb)	Problematisches Fehlen einer Mindestirreführungsquote .....	141
cc)	Problematischer Verhältnismäßigkeitsvorbehalt .....	142
dd)	Problematische Normativierung des Irreführungsbegriffs .....	142
ee)	Problematischer Gestaltungsdruck auf das Strafrecht .....	143
ff)	Lösungsmöglichkeit für die Bestimmtheitsproblematik.....	143

III. Vereinbarkeit des Leitbildes eines verständigen Durchschnittsverbrauchers mit dem Ultima Ratio-Charakter des Strafrechts? .....	144
1. Strafrecht als Ultima Ratio.....	144
a) Inhalt des Ultima Ratio-Prinzips .....	145
aa) Vorrang milderer Mittel .....	145
bb) Das Strafrecht als milderes Mittel? .....	145
b) Verfassungsrechtliche Herleitung des Ultima Ratio-Gedankens .....	146
c) Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts zum Ultima Ratio-Grundsatz .....	146
d) Praktische Bedeutung des Ultima-Ratio Grundsatzes.....	148
2. Das Verbraucherleitbild des verständigen Durchschnittsverbrauchers unter dem Gesichtspunkt der „Viktimodogmatik“ als Ausprägung des Ultima Ratio-Gebots? .....	148
a) Die viktimodogmatische Lehre .....	149
b) Gemeinsamkeiten von Viktimodogmatik und dem Leitbild des verständigen Verbrauchers.....	150
aa) Verpflichtung zu Selbstschutzmaßnahmen .....	150
bb) Normative Betrachtungsweise .....	150
c) Gegensätze zwischen der Viktimodogmatik und dem Leitbild eines verständigen Durchschnittsverbrauchers.....	150
aa) Individuelle Betrachtungsweise bei der Viktimodogmatik.....	151
bb) Abstrakte Betrachtungsweise beim Leitbild des verständigen Durchschnittsverbrauchers .....	151
d) Bewertung .....	152
3. Das Verbraucherleitbild des verständigen Durchschnittsverbrauchers als Maßstab für einen effektiven strafrechtsfremden Irreführungsschutz .....	153
a) Alternative Irreführungsschutzmöglichkeiten zum Strafrecht .....	153
aa) Zivilrechtliche Verbandsklage als Alternative zum Strafrecht .....	153
bb) Zivilrechtliche Konkurrentenklage als Alternative zum Strafrecht .....	154
cc) Verwaltungsrechtliche Ordnungsverfügung als Alternative zum Strafrecht .....	155
b) Bewertung .....	156
aa) Das Zivilrecht als effektivere und mildere Alternative zum Schutz vor irreführenden Angaben.....	156
bb) Das Verwaltungsrecht als effektivere und mildere Alternative zum Schutz vor irreführenden Angaben.....	157
IV. Zusammenfassung.....	158

**2. Teil: Konkrete Betrachtung des Maßstabs der Verbrauchererwartung im Verbraucherschutzstrafrecht..... 161**

**§ 7 Der Maßstab der Verbrauchererwartung im Wettbewerbsstrafrecht ..... 161**

*I. Auswirkungen des Leitbildes eines verständigen Durchschnittsverbrauchers auf § 16 Abs. 1 UWG (strafbare Werbung)..... 162*

- 1. Der Tatbestand im Überblick..... 162
  - a) Die tatbestandliche Werbung ..... 162
    - aa) Definition Werbung..... 162
    - bb) Werbung und Strafrecht ..... 163
  - b) Abgrenzung des Straftatbestandes zur zivilrechtlichen Verbotsnorm aus § 5 UWG..... 164
  - c) § 16 Abs. 1 UWG als reiner Verbraucherschutztatbestand..... 164
    - aa) Die Schutzzwecktrias aus § 1 UWG ..... 165
    - bb) Schutz von Verbraucherinteressen durch § 16 Abs. 1 UWG ..... 165
    - cc) Schutz von Interessen der Mitbewerber durch § 16 Abs. 1 UWG? ..... 166
    - dd) Schutz von undefinierten Allgemeininteressen durch § 16 Abs. 1 UWG? ..... 169
- 2. Die Bedeutung des verständigen Durchschnittsverbrauchers in § 16 Abs. 1 UWG..... 170
  - a) Das Tatbestandsmerkmal der „unwahren Angabe“..... 170
    - aa) Subjektives Modell..... 170
    - bb) Objektives Modell ..... 171
    - cc) Bewertung ..... 172
  - b) Das Tatbestandsmerkmal „irreführend wirbt“ ..... 173
    - aa) Der verständige Durchschnittsverbraucher als Maßstab zur Auslegung des Irreführungsbegriffs ..... 173
    - bb) Bedeutung des Tatbestandsmerkmals „irreführend wirbt“ ..... 174
  - c) Keine Relevanz des Leitbildes eines verständigen Durchschnittsverbrauchers in § 16 Abs. 1 UWG ..... 176
  - d) Notwendige Berücksichtigung unverständiger Verbraucher gemäß § 4 Nr. 2 UWG ..... 177
- 3. Das geschützte Rechtsgut von § 16 Abs. 1 UWG..... 178
  - a) Wettbewerb als Institution bzw. das Vertrauen in diese als geschütztes Rechtsgut?..... 178
    - aa) Meinungsstand..... 178
    - bb) Bewertung ..... 179
  - b) Wirtschaftsordnung als Institution bzw. das Vertrauen in diese als geschütztes Rechtsgut? ..... 180
    - aa) Meinungsstand..... 181
    - bb) Bewertung ..... 182
  - c) Dispositionsfreiheit als geschütztes Rechtsgut?..... 183

d)	Vermögen als geschütztes Rechtsgut .....	185
aa)	Meinungsstand.....	185
bb)	Bewertung .....	187
e)	§ 16 Abs. 1 UWG als Verhaltensdelikt? .....	193
4.	Zur Vereinbarkeit von § 16 Abs. 1 UWG mit dem Bestimmtheitsgrundsatz .....	193
5.	Zur Vereinbarkeit von § 16 Abs. 1 UWG mit dem Ultima Ratio-Grundsatz .....	194
a)	Meinungsstand .....	194
b)	Bewertung .....	195
6.	Zusammenfassung.....	196
II.	<i>Auswirkungen des Leitbildes eines verständigen Durchschnittsverbrauchers auf den strafrechtlichen Schutz geographischer Herkunftsangaben.....</i>	<i>197</i>
1.	Inhalt der geographischen Herkunftsangabe .....	198
a)	Der Begriff der geographischen Herkunftsangabe.....	198
b)	Funktionen der geographischen Herkunftsangabe .....	198
2.	Die Tatbestände zum Schutz geographischer Herkunftsangaben im Überblick .....	199
a)	§ 127 Abs. 1 bis 4 i.V.m. § 144 Abs. 1 MarkenG .....	199
b)	Bezug des Schutzes geographischer Herkunftsangaben zum Wettbewerbsrecht.....	200
c)	Die Zuordnung des Schutzes geographischer Herkunftsangaben zum Verbraucherschutz .....	201
3.	Die Bedeutung der Verbrauchererwartung beim Schutz geographischer Herkunftsangaben.....	201
4.	Auswirkungen des Leitbildes eines verständigen Durchschnittsverbrauchers beim Schutz geographischer Herkunftsangaben.....	202
a)	Europarechtliche Vorgaben zum Schutz geographischer Herkunftsangaben .....	202
aa)	Verordnung (EG) 510/2006.....	202
bb)	Irreführungsrichtlinie 2006/114/EG .....	203
cc)	Etikettierungsrichtlinie 2000/13/EG.....	203
b)	Verpflichtung zur Anwendung des Leitbildes eines verständigen Durchschnittsverbrauchers beim Schutz geographischer Herkunftsangaben .....	203
c)	Änderungen durch das Abstellen auf den verständigen Durchschnittsverbraucher beim Schutz geographischer Herkunftsangaben .....	204
aa)	Gesteigerte Bedeutung von entlokalisierenden Zusätzen.....	204
bb)	Gesteigerte Bedeutung des Verhältnismäßigkeitsvorbehalts .....	207

5. Strafrechtliche Bewertung.....	208
a) Vereinbarkeit des Schutzes geographischer Herkunftsangaben mit der Rechtsgutstheorie?.....	209
aa) Vertrauen in die Institution „geographische Herkunftsangabe“ als geschütztes Rechtsgut? .....	209
bb) Vermögen als geschütztes Rechtsgut?.....	209
cc) Dispositionsfreiheit als Schutzzweck .....	211
b) Vereinbarkeit des strafrechtlichen Schutzes geographischer Herkunftsangaben mit dem Bestimmtheitsgrundsatz aus Art. 103 Abs. 2 GG?.....	211
c) Vereinbarkeit des strafrechtlichen Schutzes geographischer Herkunftsangaben mit dem Ultima Ratio-Grundsatz? .....	212
d) Schlussfolgerungen .....	212
aa) Kriminalpolitische Illegitimität des strafrechtlichen Schutzes geographischer Herkunftsangaben .....	212
bb) Die Bedeutung des Leitbildes des verständigen Durchschnittsverbrauchers als Korrektiv zur Begrenzung der Strafbarkeit .....	214
6. Zusammenfassung.....	214
<b>§ 8 Der Maßstab der Verbrauchererwartung im Lebensmittelstrafrecht.....</b>	<b>216</b>
<i>I. Die Irreführungstatbestände des Lebensmittelstrafrechts im Überblick.....</i>	<i>216</i>
1. Das Irreführungsverbot beim Verkehr mit Lebensmittel .....	216
a) Substanzbezogenes Irreführungsverbot.....	216
b) Darbietungsbezogenes Irreführungsverbot.....	217
2. Das Irreführungsverbot beim Verkehr mit Kosmetika.....	218
3. Das Irreführungsverbot beim Verkehr mit Bedarfsgegenständen.....	218
4. Das Irreführungsverbot beim Verkehr mit Wein .....	219
a) Irreführungsverbot aus Art. 48 VO (EG) 1493/1999 i.V.m. § 49 Nr. 6 WeinG .....	219
b) Irreführungsverbot aus § 25 i.V.m. § 49 Nr. 4 WeinG.....	220
<i>II. Der lebensmittelrechtliche Irreführungsbegriff.....</i>	<i>220</i>
1. Europarechtliche Vorgaben zum lebensmittelrechtlichen Irreführungsbegriff.....	220
a) Europarechtliche Vorgaben beim Verkehr mit Lebensmittel .....	221
aa) Die „Lebensmittel Basis-Verordnung“ (EG) 178/2002.....	221
bb) Die Etikettierungsrichtlinie 2000/13/EG .....	222
b) Europarechtliche Vorgaben beim Verkehr mit Kosmetika .....	223
c) Europarechtliche Vorgaben beim Verkehr mit Bedarfsgegenständen .....	223
d) Europarechtliche Vorgaben beim Verkehr mit Wein.....	224

2.	Die Verbrauchererwartung im Lebensmittelrecht.....	224
a)	Die normativ bedingte Verbrauchererwartung.....	225
b)	Die „berechtigte Verbrauchererwartung“.....	225
3.	Der verständige Durchschnittsverbraucher als Maßstab der Verbrauchererwartung im Lebensmittelrecht .....	226
<i>III. Auswirkungen des Leitbildes eines verständigen Durchschnittsverbrauchers auf die lebensmittelrechtlichen Irreführungstatbestände.....</i>		
		227
1.	Auswirkungen auf das lebensmittelrechtliche Irreführungsverbot .....	228
a)	Berücksichtigung der Produktkennzeichnung bei der Beurteilung einer Irreführungsgefahr .....	228
b)	Grenzen der aufklärenden Wirkung einer ordnungsgemäßen Produktkennzeichnung.....	230
c)	Die „Verständigkeit“ und „Informiertheit“ des Durchschnittsverbrauchers im Lebensmittelrecht .....	231
aa)	Was muss der Durchschnittsverbraucher wissen?.....	231
bb)	Was muss der Durchschnittsverbraucher nicht wissen? .....	232
cc)	Konträre Rechtsprechung .....	232
2.	Auswirkungen auf das kosmetikrechtliche Irreführungsverbot .....	234
3.	Auswirkungen auf das bedarfsgegenstandsrechtliche Irreführungsverbot .....	235
4.	Auswirkungen auf das weinrechtliche Irreführungsverbot .....	236
<i>IV. Strafrechtliche Bewertung .....</i>		
		237
1.	Die Rechtsgutsproblematik bei den lebensmittelrechtlichen Irreführungstatbeständen.....	237
a)	Gesundheit als geschütztes Rechtsgut? .....	238
b)	Vermögen als geschütztes Rechtsgut? .....	239
c)	Das Vertrauen in die Lebensmittelordnung als geschütztes Rechtsgut? .....	240
aa)	Kein hinreichend bestimmter Vertrauensgegenstand bei Werbung .....	240
bb)	Höherer Institutionalierungsgrad bei substanzbezogenen Irreführungsverboten .....	241
cc)	Höherer Institutionalierungsgrad im Bereich der Etikettierung? .....	241
d)	Bezeichnungsehrlichkeit bzw. Darbietungsehrlichkeit als geschütztes Rechtsgut?.....	242
e)	Dispositionsfreiheit als geschütztes Rechtsgut?.....	243
2.	Bestimmtheitsproblematik bei den lebensmittelrechtlichen Irreführungstatbeständen.....	245
3.	Ultima Ratio-Problematik bei den lebensmittelrechtlichen Irreführungstatbeständen.....	247
a)	Historie der Strafbestimmungen über Warenfälschung und Täuschung im Lebensmittelrecht .....	247

b)	Praktische Relevanz der lebensmittelstrafrechtlichen Irreführungstatbestände .....	248
c)	Ordnungsverfügung als verwaltungsrechtliche Alternative zu den lebensmittelstrafrechtlichen Irreführungstatbeständen .....	249
d)	Unterlassungsklage als zivilrechtliche Alternative zu den lebensmittelstrafrechtlichen Irreführungstatbeständen .....	251
4.	Schlussfolgerungen .....	251
a)	Kriminalpolitische Illegitimität der lebensmittelstrafrechtlichen Irreführungstatbestände .....	251
b)	Die Bedeutung des Leitbildes des verständigen Durchschnittsverbrauchers als Korrektiv zur Begrenzung der Strafbarkeit .....	253
V.	Zusammenfassung .....	254
<b>§ 9</b>	<b>Der Maßstab der Verbrauchererwartung im Heilmittelwerbestrafrecht .....</b>	<b>256</b>
I.	<i>Das Irreführungsverbot im Heilmittelwerbestrafrecht im Überblick .....</i>	<i>256</i>
1.	Generalklauselartiges Verbot irreführender Werbung .....	256
2.	Mögliche Überschneidungen zum kosmetikrechtlichen Irreführungsverbot .....	257
II.	<i>Der heilmittelwerberechtliche Irreführungsbegriff .....</i>	<i>257</i>
1.	Der Gemeinschaftskodex 2001/83/EG für Humanarzneimittel als gemeinschaftsrechtliche Vorgabe zum Irreführungsbegriff .....	257
a)	Vollharmonisierung .....	258
b)	Das Verbot irreführender Werbung in Art. 87 Abs. 3 Spiegelstrich 2 .....	259
2.	Die Bedeutung der Verbrauchererwartung beim heilmittelwerberechtlichen Irreführungsbegriff .....	259
a)	Die Verbrauchererwartung als Gradmesser des heilmittelwerberechtlichen Irreführungsbegriffs .....	259
b)	Die Verbrauchererwartung als Parameter für den Arzneimittelbegriff .....	259
3.	Das Leitbild eines verständigen Durchschnittsverbrauchers als Maßstab der Verbrauchererwartung des heilmittelwerberechtlichen Irreführungsbegriffs .....	260
a)	Meinungsstand .....	260
b)	Bewertung .....	261
III.	<i>Auswirkungen des Leitbildes eines verständigen Durchschnittsverbrauchers auf das heilmittelwerberechtliche Irreführungsverbot .....</i>	<i>262</i>
1.	„Strengeprinzip“ versus Leitbild eines verständigen Durchschnittsverbrauchers .....	262
2.	Bewertung .....	264

<i>IV. Strafrechtliche Bewertung</i> .....	265
1. Rechtsgutsproblematik.....	265
a) Gesundheitsschutz als geschütztes Rechtsgut? .....	265
aa) Meinungsstand.....	265
bb) Bewertung .....	266
b) Vertrauen in die Heilmittelwerbung?.....	267
c) Vermögen als geschütztes Rechtsgut? .....	268
aa) Meinungsstand.....	268
bb) Bewertung .....	269
2. Bestimmtheitsproblematik .....	270
3. Ultima Ratio-Problematik .....	270
4. Schlussfolgerungen .....	271
a) Kriminalpolitische Illegitimität des heilmittelwerbesträf- rechtlichen Irreführungstatbestandes.....	271
b) Die Bedeutung des Leitbildes des verständigen Durch- schnittsverbrauchers als Korrektiv zur Begrenzung der Strafbarkeit.....	272
<i>V. Zusammenfassung</i> .....	273
<b>§ 10 Der Maßstab der Verbrauchererwartung im Arzneimittelstrafrecht</b> .....	<b>276</b>
I. <i>Die arzneimittelrechtlichen Irreführungsverbote im Überblick</i> .....	276
1. Substanzbezogenes Irreführungsverbot .....	276
2. Darbietungsbezogenes Irreführungsverbot .....	277
3. Abgrenzung zum heilmittelwerberechtlichen Irreführungsverbot .....	277
II. <i>Auswirkungen des Leitbildes eines verständigen Durchschnitts-             verbrauchers auf das arzneimittelrechtliche Irreführungsverbot</i> .....	278
1. Die Verpflichtung zur Anwendung des Leitbildes eines ver- ständigen Durchschnittsverbrauchers.....	278
2. Änderungen durch das Leitbild eines verständigen Durch- schnittsverbrauchers im Vergleich zur alten Rechtslage.....	279
III. <i>Strafrechtliche Bewertung</i> .....	279
1. Rechtsgutsproblematik.....	280
a) Die Gesundheit als geschütztes Rechtsgut? .....	280
b) Vertrauen in die Arzneimittelsicherheit als geschütztes Rechtsgut? .....	281
c) Vermögen und Dispositionsfreiheit als geschütztes Rechtsgut?.....	283
aa) Meinungsstand.....	283
bb) Bewertung .....	284
2. Weitere Bedenken gegen das darbietungsbezogene Irreführungs- verbot in strafrechtlicher Hinsicht.....	285
3. Schlussfolgerungen .....	286

IV. Zusammenfassung.....	286
<b>§ 11 Der Maßstab der Verbrauchererwartung im Betrugsstrafrecht.....</b>	<b>289</b>
I. § 263 StGB als situationsbedingter Verbraucherschutztatbestand zum Schutz des Vermögens .....	289
II. Der verständige Durchschnittsverbraucher als Maßstab zur Bestimmung einer tatbestandlichen Täuschung? .....	290
1. Die Täuschungshandlung als möglicher dogmatischer An- knüpfungspunkt zur Einbeziehung des Leitbildes eines verständigen Durchschnittsverbrauchers .....	290
a) Ausdrückliche Täuschung .....	291
b) Konkludente Täuschung .....	291
aa) Faktische Betrachtung .....	291
bb) Normative Betrachtung .....	292
cc) Subjektive Betrachtung ? .....	292
dd) Bewertung .....	292
c) Täuschung durch Unterlassen .....	293
2. Berücksichtigung des Leitbildes eines verständigen Durch- schnittsverbrauchers zur Auslegung der tatbestandlichen Täuschung? .....	293
a) Die Ansicht Tiedemanns .....	293
b) Die Ansicht Heckers .....	294
c) Die Ansicht Soykas .....	295
d) Die Ansicht Danneckers .....	296
3. Bewertung .....	297
a) Anlegung eines Durchschnittsmaßstabs zur Ermittlung des Erklärungsinhalts einer Aussage schon nach tradierter Betrugstatbestandsauslegung .....	297
b) Vermögensschutz auch für unverständige Verbraucher.....	298
c) Kein Wertungswiderspruch zum Wettbewerbsrecht.....	300
d) Keine Verpflichtung durch das Gemeinschaftsrecht zur Liberalisierung des Betrugstatbestandes im Hinblick auf die Vernachlässigung einer Minderheit.....	301
III. Der verständige Durchschnittsverbraucher als Maßstab zur Feststellung der Tatsachenqualität einer Aussage? .....	303
1. Die Bestimmung der Tatsachenqualität als möglicher dog- matischer Anknüpfungspunkt zur Einbeziehung des Leitbildes eines verständigen Durchschnittsverbrauchers .....	303
a) Definition Tatsache .....	303
b) Abgrenzung zum Werturteil.....	304

c)	Abgrenzungsschwierigkeiten .....	304
aa)	Werbepostschaften mit/ohne Tatsachekern.....	304
bb)	Verneinung der Tatsachenqualität bei reklamehaften Übertreibungen .....	305
cc)	Tatsachenqualität trotz reklamehafter Übertreibung .....	305
d)	Die Verbrauchererwartung als Bewertungskriterium für die Abgrenzung Werturteil/Tatsache.....	306
2.	Berücksichtigung des Leitbildes eines verständigen Durch- schnittsverbrauchers zur Feststellung der Tatsachenqualität einer Aussage? .....	306
a)	Meinungsstand .....	306
b)	Bewertung .....	307
<i>IV. Der verständige Durchschnittsverbraucher als Maßstab zur einschränkenden Auslegung des Irrtumsmerkmals? .....</i>		<i>308</i>
1.	Die Vermeidbarkeit eines Irrtums als möglicher dogmatischer Anknüpfungspunkt zur Einbeziehung des Leitbildes eines ver- ständigen Durchschnittsverbrauchers.....	308
a)	Herrschende Meinung .....	309
b)	Die Lehre von der Viktimodogmatik .....	309
aa)	Restriktive Auslegung des Tatsachenbegriffs .....	309
bb)	Restriktive Auslegung des Täuschungsmerkmals .....	310
cc)	Restriktive Auslegung des Irrtumsmerkmals .....	310
dd)	Adäquater Kausalzusammenhang .....	311
ee)	Objektive Zurechnung .....	311
ff)	Teleologische Reduktion .....	312
gg)	Vertypte mittelbare Täterschaft.....	312
hh)	Restriktive Auslegung des Schadensbegriffs .....	313
2.	Berücksichtigung des Leitbildes eines verständigen Durch- schnittsverbrauchers bei der Beurteilung der Vermeidbarkeit eines Irrtums?.....	313
a)	Meinungsstand .....	313
b)	Bewertung .....	314
aa)	Normatives Verbraucherleitbild versus tatsächliche Irrtumsfeststellung.....	315
bb)	Verständiger Durchschnittsverbraucher versus Viktimodogmatik.....	315
cc)	Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Ge- schäftspraktiken.....	316
<i>V. Zusammenfassung.....</i>		<i>317</i>
<b>§ 12</b>	<b>Schlussbetrachtung .....</b>	<b>319</b>
<b>Literatur.....</b>		<b>323</b>
<b>Sachregister .....</b>		<b>353</b>

# Abkürzungsverzeichnis

## A

a.A.	andere Ansicht
Abs.	Absatz
a.E.	am Ende
a.F.	alte Fassung
AG	Amtsgericht
AMG	Arzneimittelgesetz
Anm.	Anmerkung
Art.	Artikel
A&R	Arzneimittel und Recht (zitiert nach Jahr und Seite)
AT	Allgemeiner Teil
Aufl.	Auflage
Az.	Aktenzeichen

## B

BasisVO	Verordnung (EG) Nr. 178/2002 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 28. Januar 2002 zur Festlegung der allgemeinen Grundsätze und Anforderungen des Lebensmittelrechts, zur Errichtung des Europäischen Behörde für Lebensmittelsicherheit und zur Festlegung von Verfahren zur Lebensmittelsicherheit
BayObLG	Bayerisches Oberstes Landesgericht
BayObLGSt	Entscheidungen des Bayerischen Obersten Landesgerichts in Strafsachen (zitiert nach Jahr und Seite)
BayVBl.	Bayerische Verwaltungsblätter
BayVGH	Bayerischer Verwaltungsgeschichtshof
BB	Betriebs-Berater (zitiert nach Jahr und Seite)
Bd.	Band
BGB	Bürgerliches Gesetzbuch
BGBI.	Bundesgesetzblatt
BGH	Bundesgerichtshof
BGHSt	Entscheidungen des Bundesgerichtshofes in Strafsachen (zitiert nach Band und Seite)
BGHZ	Entscheidungen des Bundesgerichtshofes in Zivilsachen (zitiert nach Band und Seite)
BT	Besonderer Teil
BT-Drs.	Drucksachen des Deutschen Bundestages (zitiert nach Wahlperiode und Nummer)

BVerfG	Bundesverfassungsgericht
BVerfGE	Entscheidungen des Bundesverfassungsgerichts (zitiert nach Band und Seite)
BVerwG	Bundesverwaltungsgericht
bzw.	beziehungsweise
<b>D</b>	
ders.	derselbe
dies.	dieselbe/dieselben
DLR	Deutsche Lebensmittel-Rundschau (zitiert nach Jahr und Seite)
<b>E</b>	
EG	Europäische Gemeinschaft
EGV	Vertrag zur Gründung der Europäischen Gemeinschaft
Einf.	Einführung
Einl.	Einleitung
Erw.	Erwägungsgrund
etc.	et cetera
EU	Europäische Union
EuGH	Europäischer Gerichtshof
EuGHE	Entscheidungssammlung des EuGH
EUV	Vertrag über die Europäische Union
EuZW	Europäische Zeitschrift für Wirtschaftsrecht
<b>F</b>	
f.	folgende
ff.	fort folgende
Fn.	Fußnote
FS	Festschrift
<b>G</b>	
GA	Goldammer's Archiv für Strafrecht (zitiert nach Jahr und Seite)
gem.	gemäß
GewArch	Gewerbearchiv (zitiert nach Jahr und Seite)
GG	Grundgesetz für die Bundesrepublik Deutschland
GK	Großkommentar zum UWG, Herausgegeben von R. Jacobs, W.F. Lindacher, O. Teplitzky
GRUR	Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht
GRUR Int.	Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht International