

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 Vergho

**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

Vorwort	VII
Inhaltsübersicht	IX
Inhalt	XIII
Abkürzungsverzeichnis	XXXI
§ 1 Einleitung	1
<i>I. Problemaufriss</i>	<i>1</i>
<i>II. Untersuchungsgegenstand</i>	<i>2</i>
<i>III. Gang der Untersuchung</i>	<i>2</i>
1. Teil: Abstrakte Betrachtung des Maßstabs der Verbrauchererwartung im Verbraucherschutzstrafrecht	5
§ 2 Das Verbraucherschutzstrafrecht	5
<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>
§ 3 Die Verbrauchererwartung	37
<i>I. Inhalt und Bedeutung der Verbrauchererwartung</i>	<i>37</i>

	<i>II. Europarechtliche Vorgaben zur Verbrauchererwartung</i>	42
	<i>III. Zusammenfassung</i>	51
§ 4	Das Leitbild des verständigen Durchschnittsverbrauchers als Maßstab der Verbrauchererwartung	53
	<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
§ 5	Die europarechtliche Verpflichtung zur Berücksichtigung des Leitbildes eines verständigen Durchschnittsverbrauchers im Strafrecht	101
	<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
§ 6	Die Geeignetheit des Leitbildes eines verständigen Durchschnittsverbrauchers als strafrechtlicher Maßstab?	122
	<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

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
II. Auswirkungen des Leitbildes eines verständigen Durchschnittsverbrauchers auf den strafrechtlichen Schutz geographischer Herkunftsangaben.....	197
§ 8 Der Maßstab der Verbrauchererwartung im Lebensmittelstrafrecht.....	216
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
§ 9 Der Maßstab der Verbrauchererwartung im Heilmittelwerbestrafrecht.....	256
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
§ 10 Der Maßstab der Verbrauchererwartung im Arzneimittelstrafrecht.....	276
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
§ 11 Der Maßstab der Verbrauchererwartung im Betrugsstrafrecht.....	289
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
§ 12 Schlussbetrachtung	319
Literatur.....	323
Sachregister	353

Inhalt

Vorwort	VII
Inhaltsübersicht	IX
Inhalt	XIII
Abkürzungsverzeichnis	XXXI
§ 1 Einleitung	1
<i>I. Problemaufriss</i>	<i>1</i>
<i>II. Untersuchungsgegenstand</i>	<i>2</i>
<i>III. Gang der Untersuchung</i>	<i>2</i>
1. Teil: Abstrakte Betrachtung des Maßstabs der Verbrauchererwartung im Verbraucherschutzstrafrecht	5
§ 2 Das Verbraucherschutzstrafrecht	5
<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>
§ 3 Die Verbrauchererwartung.....	37
<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>
§ 6	Die Geeignetheit des Leitbildes eines verständigen Durchschnitts- verbrauchers als strafrechtlicher Maßstab?	122
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
<i>II. Vereinbarkeit des Leitbildes eines verständigen Durchschnittsverbrauchers zur Auslegung des Irreführungsbegriffs mit dem strafrechtlichen Bestimmtheitsgrundsatz aus Art. 103 Abs. 2 GG?.....</i>		
<i>132</i>		
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
§ 8 Der Maßstab der Verbrauchererwartung im Lebensmittelstrafrecht.....	216
<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>		
<i>227</i>		
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>		
<i>237</i>		
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
§ 9	Der Maßstab der Verbrauchererwartung im Heilmittelwerbestrafrecht.....	256
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
§ 10 Der Maßstab der Verbrauchererwartung im Arzneimittelstrafrecht	276
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
§ 11 Der Maßstab der Verbrauchererwartung im Betrugsstrafrecht.....	289
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)	Werbepbotschaften 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.</i>	<i>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.</i>	<i>Zusammenfassung</i>	<i>317</i>
§ 12	Schlussbetrachtung	319
Literatur		323
Sachregister		353

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
D	
ders.	derselbe
dies.	dieselbe/dieselben
DLR	Deutsche Lebensmittel-Rundschau (zitiert nach Jahr und Seite)
E	
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
F	
f.	folgende
ff.	fort folgende
Fn.	Fußnote
FS	Festschrift
G	
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