

Inhaltsverzeichnis

Danksagung.....	V
Inhaltsverzeichnis.....	VII
Literaturverzeichnis.....	XVII
Abkürzungsverzeichnis.....	XLVII
Teil 1: Einführung.....	1
Teil 2: Grundlagen.....	5
A. Gewinnspielrelevante Begrifflichkeiten des allgemeinen Zivilrechts.....	5
I. Auslobung iSd § 657 BGB.....	5
II. Preisausschreiben iSd §§ 661, 657 BGB.....	6
III. Spiel iSd § 762 BGB.....	6
IV. Lotterie- und Ausspielvertrag iSd § 763 BGB.....	7
V. Gewinnzusage iSd § 661a BGB.....	8
B. Glücksspiel, Geschicklichkeitsspiel, Gewinnspiel und Preisausschreiben ..	10
I. Glücksspiel.....	10
1. Glücksspiel iSd § 284 Abs. 1 StGB.....	10
a) Zufallsabhängigkeit.....	10
b) Nicht nur unerheblicher Gewinn und Einsatz.....	11
2. Glücksspiel iSd § 3 Abs. 1 Satz 1 GlüStV.....	12
3. Identität der beiden Glücksspielbegriffe.....	12
a) Keine Identität.....	12
b) Identität.....	13
c) Stellungnahme.....	13
II. Geschicklichkeitsspiel.....	16
III. Gewinnspiel.....	17
1. Begriffsdefinition.....	17
2. Voraussetzungen eines Gewinnspiels.....	20
a) Anbietende Partei („Gewinnspielveranstalter“).....	20
b) Tätigkeit der anderen Partei („Gewinnspielteilnehmer“).....	20
c) Inaussichtstellen eines Gewinns.....	20
d) Unsicherheitsmoment.....	21
e) Nur unerheblicher Einsatz.....	21

IV. Preisausschreiben	22
Teil 3: Zivil-, lauterkeits- und strafrechtliche Betrachtung von Gewinnspielen	23
A. Klassische Werbegewinnspiele.....	24
I. Zivilrechtliche Einordnung	24
1. Spiel iSd § 762 BGB.....	24
2. Preisausschreiben iSd §§ 661, 657 BGB, Auslobung iSd § 657 BGB..	25
3. Bedingtes Schenkungsversprechen iSd §§ 516 ff. BGB	26
4. Zwischenergebnis	29
II. Lauterkeitsrechtliche Zulässigkeit.....	30
1. Von der restriktiven Beurteilung zur grundsätzlichen Zulässigkeit	30
a) Lauterkeitsrechtliche Beurteilung bis Mitte der 1990er Jahre.....	30
b) Wandlung des Verbraucherleitbilds und UWG-Reform 2004	31
c) UWG-Reform 2008	32
2. Grenzen der Zulässigkeit	33
a) Verstoß gegen einen der Verbotstatbestände der Black List.....	33
aa) Unlautere Gewinnzusagen Nr. 17 Anhang UWG.....	34
aaa) Abgrenzung.....	34
bbb) Inhalt.....	35
(1) Unwahre Angabe oder Erwecken eines unzutreffenden Ein-	
drucks	35
(2) Verbraucher	36
(3) Gewinn eines Preises oder Erlangung eines sonstigen Vor-	
teils, den es tatsächlich nicht gibt.....	36
(4) Intransparente Gewinnauskehr	37
bb) Täuschung über Gewinnchancen Nr. 20 Anhang UWG	38
aaa) Abgrenzung.....	38
bbb) Inhalt.....	38
(1) Wettbewerb oder Preisausschreiben.....	38
(2) Nichtvergabe der Preise oder eines angemessenen Äquiva-	
lents	39
b) Verstoß gegen das Transparenzgebot iSd § 4 Nr. 5 UWG.....	39
aa) Teilnahmebedingungen	40
aaa) Teilnahmeberechtigung.....	42
bbb) Teilnahmemodalitäten	42

(1) Nennung des Veranstalters, Teilnahmeschluss sowie zugelassene Teilnahmewege	42
(2) Veranstaltung zur Adressgewinnung.....	43
(3) Kosten	43
(4) Verfahren zur Ermittlung und Benachrichtigung der Gewinner	44
(5) Beschreibung der Gewinne.....	46
(a) Grundfall	46
(b) Sonderfall: Gekoppelte Gewinne.....	47
(6) Wert der Gewinne.....	48
(7) Gewinnchancen	48
bb) Klare und eindeutige Angabe	49
aaa) Klarheit.....	49
bbb) Eindeutigkeit	50
cc) Zeitpunkt der Erfüllung der Informationspflichten	50
aaa) Allgemeines	50
bbb) Informationspflichten in der Werbung.....	51
(1) Werbeformen	51
(a) Werbung, die die unmittelbare Gewinnspielteilnahme ermöglicht	51
(b) Werbung, die entscheidungsrelevante Informationen beinhaltet.....	51
(c) Bloße Aufmerksamkeitswerbung.....	52
(2) Werbemittelspezifische Informationspflichten	52
(3) Zwischenergebnis	54
dd) Abgrenzung.....	54
c) Irreführung der Teilnehmer iSd § 5 Abs. 1 Satz 2 Nr. 1 UWG.....	55
aa) Irreführung über Gewinnchancen	55
bb) Irreführung über den Charakter des Gewinnspiels.....	56
cc) Irreführung über die Abwicklung eines Gewinnspiels	57
d) Sonstige unangemessene unsachliche Beeinflussung iSd § 4 Nr. 1 Var. 3 UWG	57
aa) Übertriebenes Anlocken.....	58
aaa) Rechtsprechung	58
bbb) Existenzberechtigung	61
ccc) Vereinbarkeit mit der UGP-Richtlinie.....	62

bb) Psychischer Kaufzwang.....	63
aaa) Rechtsprechung.....	63
bbb) Existenzberechtigung.....	65
e) Ausnutzung geschäftlicher Unerfahrenheit von Kindern und Jugendlichen iSd § 4 Nr. 2 UWG	68
aa) Kaufkraft von Kindern und Jugendlichen.....	68
bb) Änderungen durch die UWG-Reform 2008	68
cc) Beurteilung von Gewinnspielen, die sich an Kinder und Jugendliche richten.....	69
dd) Zwischenergebnis	71
f) Gewinnspielkopplung iSd § 4 Nr. 6 UWG	72
aa) Tatbestand des § 4 Nr. 6 UWG.....	72
aaa) Reichweite des Kopplungsverbotes.....	73
(1) Rechtliche oder tatsächliche Abhängigkeit.....	73
(2) Kopplung eines Gewinnspiels an Leistungen Dritter.....	73
(3) Das von der Ware oder Dienstleistung getrennte Gewinnspiel	74
bbb) Adressatenkreis des Kopplungsverbotes.....	74
ccc) Fallgruppen	75
ddd) Möglichkeiten der Entkopplung.....	77
(1) Entkopplung von Bestell- und Teilnahmechein im Versandhandel	77
(2) Alternative Teilnahmemöglichkeiten	77
eee) Ausnahmeregelung: Naturgemäße Verbindung	79
bb) Rechtslage nach dem EuGH-Urteil „Plus Warenhandelsgesellschaft“	79
aaa) EuGH-Urteil „Plus Warenhandelsgesellschaft“	79
(1) Sachverhalt	80
(2) Prozessgeschichte	82
(3) Rechtlicher Hintergrund	82
(4) Stellungnahmen zur Vorlagefrage.....	85
(a) Fehlende gemeinschaftsrechtliche Dimension der Vorlagefrage	85
(b) Unanwendbarkeit der Richtlinie auf die Vorlagefrage.....	86
(c) Richtlinienkonformität	87
(d) Richtlinienwidrigkeit	91

(5) Schlussanträge der Generalanwältin	94
(6) Wesentlicher Inhalt des EuGH-Urteils „Plus Warenhandels- gesellschaft“	95
(a) Gemeinschaftsrechtliche Dimension der Vorlagefrage	95
(b) Anwendbarkeit der UGP-Richtlinie auf die Vorlagefrage	96
(c) Richtlinienwidrigkeit.....	97
(d) Zwischenergebnis.....	98
(7) Ähnliche Entscheidungen des EuGH	99
(8) Bewertung des EuGH-Urteils „Plus Warenhandelsgesell- schaft“	99
(a) Verhältnis der §§ 3 und 4 UWG	100
(b) Vereinbarkeit des EuGH-Urteils „Plus Warenhandelsgesell- schaft“ mit dem europäischen Verbraucherleitbild	106
bbb) Auswirkungen des EuGH-Urteils „Plus Warenhandelsgesell- schaft“ auf § 4 Nr. 6 UWG	107
(1) BGH-Urteil „Millionenchance II“	107
(2) Stellungnahme	108
bb) Zukünftige Beurteilung der Gewinnspielkopplung.....	109
aaa) Grundsätzliche Zulässigkeit.....	109
bbb) Grenzen der Gewinnspielkopplung.....	110
(1) Übertriebenes Anlocken iSd § 4 Nr. 1 Var. 3 UWG.....	110
(a) Besonders hoher Gewinn	110
(b) Besonders attraktiver Gewinn.....	111
(c) Übertriebene zeitliche Befristung des Gewinnspiels	112
(2) Gewinnspielkopplung gegenüber Kindern und Jugendlichen iSd § 4 Nr. 2 UWG.....	113
(3) Rechtsbruch iSd § 4 Nr. 11 UWG	113
(a) Verstoß gegen die Marktverhaltensregelungen des § 284 Abs. 1 StGB und § 4 Abs. 1 GlüStV	114
(b) Zwischenergebnis.....	117
(4) Verstoß gegen § 3 Abs. 2 Satz 1 UWG.....	117
g) Generalklausel des § 3 Abs. 1 und Abs. 2 UWG	118
B. Call-In-Spielshows im Fernsehen	120
I. Grundlagen.....	120
1. Begriffserklärung und Abgrenzung	120
2. Ablauf von Call-In-Spielshows	121

3. Spielmodi	122
a) Grundformen	122
b) Verschiedene Varianten	123
4. Kategorisierung der Spiele	124
a) Unterkategorien	125
aa) Wortspiele	125
bb) Bilderspiele	125
cc) Rechen- und Zählspiele	126
b) Oberkategorien	129
aa) Ratespiele	129
bb) Wissensspiele	129
II. Zivilrechtliche Einordnung	130
1. Preisausschreiben iSd §§ 661, 657 BGB	130
a) Befürworter der Einordnung als Preisausschreiben	130
b) Stellungnahme	131
2. Auslobung iSd § 657 BGB	132
a) Befürworter der Einordnung als Auslobung	132
b) Stellungnahme	133
3. Spiel iSd § 762 BGB	137
a) Befürworter der Einordnung als Spiel	137
b) Stellungnahme	138
aa) Risikoübernahme beider Vertragsparteien	138
aaa) Risikoübernahme auf Seiten des Spielteilnehmers	138
bbb) Risikoübernahme auf Seiten des Spielveranstalters	140
ccc) Zwischenergebnis	140
bb) Aleatorischer Charakter	140
cc) Handeln mit Spielabsicht	142
dd) Zwischenergebnis	143
III. Rechtliche Folgen der zivilrechtlichen Einordnung	143
1. Vertragsbeziehungen und daran beteiligte Personen	144
2. Durchsetzbarkeit der vertraglichen Ansprüche	146
a) Ansprüche aus dem Mehrwertdienstvertrag	146
b) Ansprüche aus dem Telefondienstvertrag	147
aa) Einwendungsausschluss	149
bb) Einwendungsdurchgriff	150
cc) Einwendungserhaltung	151

dd) Stellungnahme	153
IV. Strafrechtliche Beurteilung	155
1. Strafbares Glücksspiel iSd § 284 Abs. 1 StGB.....	155
a) Zufall	155
aa) Keine Zufallsabhängigkeit	156
bb) Schwierigkeitsgrad entscheidend für Zufallsabhängigkeit	157
cc) Zufallsabhängigkeit.....	157
dd) Stellungnahme	159
b) Nicht nur unerheblicher Gewinn	161
c) Nicht nur unerheblicher Einsatz	162
aa) Mehrwertgebühren als Einsatz.....	162
aaa) Kein Einsatz	162
bbb) Einsatz	163
ccc) Stellungnahme.....	164
bb) Nicht nur unerheblicher Einsatz	165
aaa) Beurteilungsgrundlage	165
(1) Meinungsstand.....	166
(2) Stellungnahme	167
bbb) Überschreitung der Erheblichkeitsschwelle.....	169
(1) Allgemeine Bestimmung der Erheblichkeitsschwelle.....	169
(a) Meinungsstand	169
(b) Stellungnahme.....	170
(2) Erheblichkeitsschwelle bei Call-In-Spielen	172
d) Zwischenergebnis	173
2. Betrug iSd § 263 Abs. 1 StGB.....	174
a) Täuschung über Tatsachen.....	174
aa) Täuschung durch die Aussagen des Moderators.....	175
aaa) Gegenwärtige oder vergangene Ereignisse.....	175
bbb) Abgrenzung zum bloßen Werturteil.....	176
ccc) Ausdrückliche oder konkludente Täuschung.....	176
bb) Täuschung durch technische Effekte im Zusammenhang mit den Aussagen des Moderators	178
cc) Täuschung durch die Gestaltung der Rätselaufgaben.....	180
b) Erregen oder Unterhalten eines Irrtums.....	181
c) Vermögensverfügung.....	182
d) Vermögensschaden	182

aa) Telefonverbindung als Gegenleistung	182
bb) Gewinnchance als Gegenleistung.....	184
e) Vorsatz	187
f) Absicht rechtswidriger Bereicherung.....	188
aa) Selbstbereicherungsabsicht	188
bb) Drittbereicherungsabsicht.....	188
cc) Rechtswidrigkeit der Bereicherung.....	189
g) Besonders schwerer Fall des Betrugs.....	189
aa) Gewerbsmäßige Begehung gemäß § 263 Abs. 1, 3, Nr. 1 Alt. 1 StGB.....	189
bb) Bandenbetrug gemäß § 263 Abs. 1, 3, Nr. 1 Alt. 2 StGB	190
cc) Absicht eine große Zahl von Menschen in die Gefahr des Verlustes von Vermögenswerten zu bringen gemäß § 263 Abs. 1, 3, Nr. 2 Alt. 2 StGB.....	191
dd) Bagatellbetrug.....	191
h) Gewerbsmäßiger Bandenbetrug gemäß § 263 Abs. 5 StGB	192
i) Ergebnis	193
V. Lauterkeitsrechtliche Beurteilung	193
1. Klarheit und Eindeutigkeit der Teilnahmebedingungen iSd § 4 Nr. 5 UWG	193
a) Werbecharakter	193
b) Klar und eindeutig anzugebende Teilnahmebedingungen	194
aa) Anrufrkosten.....	194
bb) Beteiligung des Veranstalters an den Anrufrkosten	194
cc) Gewinnspiellösung.....	195
2. Irreführung	197
a) Irreführung durch die Aussagen des Moderators.....	197
b) Irreführung durch technische Effekte im Zusammenhang mit den Aussagen des Moderators	198
c) Irreführung durch die Gestaltung der Rätselaufgaben.....	198
3. Psychischer Kaufzwang	198
4. Rechtsbruch iSd § 4 Nr. 11 UWG	199
5. Ergebnis	199
C. Internetgewinnspiele	201
I. Anwendbarkeit deutschen Rechts	201
1. Zivilrechtliche Beurteilung.....	202

a) Rechtsraum innerhalb der europäischen Union.....	202
b) Rechtsraum außerhalb der europäischen Union.....	203
2. Strafrechtliche Beurteilung.....	203
a) Handlungsort.....	204
b) Erfolgsort.....	206
II. Strafrechtliche Beurteilung.....	208
1. Strafbares Glücksspiel iSd § 284 Abs. 1 StGB.....	208
a) Nicht nur unerheblicher Einsatz.....	208
b) Nur unerheblicher Einsatz.....	209
c) Stellungnahme.....	210
2. Betrug iSd § 263 Abs. 1 StGB.....	212
Teil 4: Zusammenfassung der Ergebnisse.....	213
A. Klassische Werbegewinnspiele.....	213
B. Call-In-Spielshows im Fernsehen.....	215
C. Internetgewinnspiele.....	216