

I. EINFÜHRUNG	1
A. Ziele der Arbeit.....	1
B. Umfang der Untersuchung	3
1. Geschäftsfeld.....	3
2. Delikte.....	4
C. Aufbau der Arbeit	5
II. EMPIRISCHE GRUNDLAGEN	7
A. Umfelddaten	7
1. Wirtschaftliche Entwicklung des Geschäftsfeldes.....	7
2. Praktische Relevanz der Betrugsdelikte bei Online-Auktionen	8
a) Derzeitiger Stand kriminalstatistischer Erhebungen	8
(I) Deutschland	8
(II) USA	10
b) Ausblick/Tendenz	11
B. Kriminogene Faktoren	12
1. Systembezogene begünstigende Faktoren	13
a) Anonymität der Täter	13
b) Wachstumsmarkt	15
c) Vorleistungsmarkt	15
d) Größe des Opferkreises	16
2. Opferbezogene begünstigende Faktoren.....	17
a) Gewinnsucht.....	17
b) Unerfahrenheit.....	18
c) Spielerischer Charakter von Online-Auktionen	18
C. Strafverfolgung.....	20
1. Aufklärungsquote.....	20
a) Betrug allgemein.....	20
b) Online-Auktionsbetrug im Besonderen	21
2. Polizeiliche Aufklärung und Strafverfolgung	23
3. Täterstrategien.....	24
a) Identitätsverschleierung.....	25
(I) Angabe falscher Personalien bei der Anmeldung	25
(II) ID-Theft, Account Hacking.....	25
(III) Bargeldtransfersysteme	26
(IV) Bankkontoeröffnung mit falschen Personalien	27
b) Ausnutzen des Zeitfaktors	28
4. Weitere Herausforderungen für die Strafverfolgung	30
a) Nationale Ebene.....	30
(I) Verschaffung von Tatkenntnis.....	30

(II)	Ermittlungsanlass: Anzeige und Strafantrag.....	31
(III)	Notwendigkeit der Einzelfallbündelung.....	32
b)	Internationale Ebene.....	34
(I)	Deliktsschwerpunkte.....	34
(II)	Ermittlungsmöglichkeiten de lege lata.....	34
(III)	Ermittlungsmöglichkeiten de lege ferenda.....	35

III. TATSÄCHLICHE UND RECHTLICHE FALLGRUPPENANALYSE..... 36

A.	Handlungen durch Verkäufer.....	40
1.	Tathandlungen bis zum Vertragsschluss.....	40
a)	Warenbezogene Täuschung.....	41
(I)	Verkauf nichtvorhandener Ware.....	41
(II)	Bilder-, Verpackungsverkauf.....	42
(A)	Fallgruppen mit eindeutigem Erklärungsgehalt.....	43
(1)	Verpackung als Vertragsgegenstand.....	43
(2)	Verpackungsinhalt als Vertragsgegenstand.....	44
(B)	Fallgruppen mit ambivalentem Erklärungsgehalt.....	45
(1)	Sachverhalt.....	45
(2)	Rechtliche Bewertung.....	50
(a)	Bezugstatsache der Täuschung.....	50
(b)	Abgrenzung Tun/Unterlassen.....	51
(c)	Abgrenzung ausdrückliche/konkludente Täuschung.....	53
(d)	Auswirkungen.....	54
(e)	Dogmatische Präzisierung.....	55
(f)	Bilder-, Verpackungsverkauf und konkludente Täuschung.....	57
(i)	Die enge Ansicht zur Behauptung „wahrer“ Tatsachen.....	57
(ii)	Weitere Ansichten zur Täuschung trotz Behauptung „wahrer“ Tatsachen.....	60
(iii)	Vergleichbarkeit mit den Fallgruppen „Insertionsofferten“ und „Rechnungsbetrug“.....	63
(iv)	Analyse ausgewählter Rechtsprechung.....	64
(v)	Stellungnahmen in der Literatur.....	68
(vi)	Eigene Beurteilung von Zuständigkeitskriterien.....	70
(g)	Nachträglicher Vorsatz bei ambivalenten Angeboten.....	74
(i)	Vorrangig: Täuschung durch schlüssiges Handeln?.....	76
(ii)	Ansätze zur Begründung der Garantenstellung.....	78
(C)	Zusammenfassung und Ergebnis zum Bilder-, Verpackungsverkauf.....	83
b)	Verkäuferbezogene Täuschung.....	85
(I)	Täuschung über eigene Identität („ID-theft, Account-Takeover, Phishing“).....	85
(A)	Sachverhalt.....	85
(B)	Rechtliche Bewertung.....	87
(1)	Phase 1: Versand gefälschter E-Mails.....	87
(a)	Strafbarkeit gem. § 202a StGB.....	88
(b)	Betrug zu Lasten des Accountinhabers?.....	89
(c)	Versuchter Betrug zu Lasten des Dritten?.....	93
(d)	Strafbarkeit gem. § 269 StGB?.....	94
(2)	Phase 2: Accountübernahme.....	95
(a)	Strafbarkeit gem. § 202a StGB.....	96
(b)	§ 303a I StGB.....	97
(3)	Phase 3: Nutzung des übernommenen Accounts.....	98
(a)	Sachverhalt.....	98
(b)	Strafbarkeit gem. § 263 I, II StGB.....	98
(II)	Bewertungsmanipulation.....	100
(A)	Sachverhalt.....	100
(B)	Rechtliche Bewertung.....	104
(1)	Täuschung.....	104
(a)	Fallgruppe: „Pfennigartikelverkauf“.....	104
(b)	Fallgruppe: „Zweitaccount- oder Komplizenbewertung“.....	105
(2)	Versuchsstrafbarkeit.....	108

(3) Vorbereitende Handlung.....	110
(a) Strafbarkeit gem. §§ 30 II, 263 V StGB.....	110
(b) Strafbarkeit gem. §§ 27 I, 263 I StGB.....	111
c) Künstliche Beeinflussung der Preisentwicklung.....	113
(I) Sachverhalt.....	114
(A) Preistreiberei.....	114
(B) „Wegdrücken“ von Geboten.....	115
(II) Rechtliche Bewertung.....	116
(A) Preistreiberei.....	116
(1) Täuschung.....	117
(2) Irrtum.....	120
(3) Vermögensverfügung.....	121
(4) Irrtumsbedingtheit.....	126
(5) Vermögensschaden.....	129
(a) Überschreiten des (feststellbaren) objektiven Warenwertes.....	129
(b) Objektiver Wert oder Preisrahmen nicht feststellbar.....	131
(i) Bestimmung des Wertes einer Ware, die bei einer Online-Auktion angeboten wird.....	132
(ii) Vereitelung der Chance auf günstigeres Geschäft als Vermögensminderung?.....	135
(c) Schadensermittlung nach der personalen Vermögenslehre.....	139
(B) Sonderfall: Hochtreiben von Bietagenten.....	141
(1) Bietagenten: Sachverhalt.....	141
(2) Betrug?.....	143
(3) Computerbetrug?.....	146
(a) Beeinflussung eines DV-Vorgangs.....	146
(b) Tathandlungsalternativen, § 263a I, 1. – 4. Alt StGB.....	147
(C) „Wegdrücken“ von Geboten.....	152
2. Tathandlungen nach dem Vertragsschluss.....	153
a) Nichtlieferung.....	153
(I) Sachverhalt.....	153
(II) Rechtliche Bewertung.....	155
(A) Grundtatbestand § 263 I StGB.....	155
(B) Besonders schwere Fälle, § 263 III 2 Nr.2 StGB.....	155
(C) Einzelheiten des Schadenseintritts.....	157
(1) Regelfall: Vorleistungspflicht des Getäuschten.....	158
(2) Schadenseintritt bei Überweisung.....	158
(3) Schadenseintritt und Treuhandservice.....	160
(4) Auswirkungen des Widerrufsrechts nach §§ 312d I 1, 355 BGB auf den Schadenseintritt.....	162
(a) Ansichten in Rspr. und Literatur.....	165
(b) BayObLG: „Kenntnis“ als schadenshinderndes Kriterium.....	165
(c) Kenntnis des Verbrauchers von Unternehmereigenschaft in der Praxis?.....	168
(d) Praktische Auswirkung der Rspr. des BayObLG für Online-Auktionen.....	175
(e) Eingehungsbetrug als (Gefährdungs-)Schaden.....	175
(f) Tendenz: vollendeter Betrug mit Gefährdungsschaden.....	177
(g) Tendenz: nur versuchter Betrug.....	185
(h) Eigene Stellungnahme.....	189
(5) Zusammenfassung und Ergebnis.....	192
(III) Sonderfall: Nachnahmebetrug.....	194
(A) Sachverhalt.....	194
(B) Rechtliche Bewertung.....	196
b) Lieferung minderwertiger Ware.....	199
(I) Versteigerung von Hehlerware.....	200
(II) Gefälschte Markenware.....	202
(III) Limitiert nutzbare Software/Unterhaltungsmedien.....	206
(A) Tatsächlicher Mangel.....	206
(B) Rechtlicher Mangel.....	207
(1) Raubkopie.....	208
(2) OEM-Software (Voilversion).....	210
c) Gebührenbetrug („fee-stacking“).....	211

(I)	Sachverhalt	211
(II)	Rechtliche Beurteilung	213
(A)	Offene, nutzervertragswidrige Gebührenabwälzung	213
(1)	Abwälzung im Angebotstext	214
(2)	Abwälzung nach Vertragsschluss	216
(B)	Versteckte Gebührenabwälzung und überhöhte Verpackungs-, Versandkosten	222
(C)	Nachträglicher „MwSt-Aufschlag“	227
(1)	Konkludente Täuschung: Erwartungshorizont?	228
(a)	Preisangabenverordnung: Pflicht zur Endpreisangabe?	229
(b)	§ 312c I Nr. 1 BGB iVm § 1 I Nr. 7 BGB-InfoV	231
(c)	AGB der Auktionsplattformen	232
(2)	Weitere Voraussetzungen § 263 I StGB	234
B.	Tathandlungen durch Käufer	234
1.	<i>Tathandlungen bis zum Vertragsschluss</i>	<i>234</i>
a)	Betrug durch Täuschung über Zahlungsbereitschaft	235
(I)	Täuschungshandlung	235
(II)	Betrug oder Computerbetrug?	235
(A)	Abgrenzung § 263 I und § 263a I StGB	236
(B)	Vorrang § 263 StGB auf Konkurrenzenebene	240
(III)	Irrtum iSd § 263 StGB	240
(IV)	Vermögensverfügung	242
(V)	Vermögensschaden	243
(A)	Typische Vertragsabwicklungen	243
(B)	„Treuhandbetrug“	245
b)	Beeinflussung der Preisentwicklung	246
(I)	Selbstüberbieten und Rückzug des Höchstgebots	246
(A)	Sachverhalt	246
(B)	Rechtliche Beurteilung	247
(1)	Betrug gegenüber und zu Lasten der übrigen Bieter	247
(2)	Betrug gegenüber und zu Lasten des Anbieters	248
(a)	Täuschungstatsache	248
(b)	Vermögensverfügung	249
(c)	Vermögensminderung	250
(II)	Ergebnis	252
2.	<i>Tathandlungen nach dem Vertragsschluss</i>	<i>253</i>
a)	Aufgabe der Zahlungsabsicht	253
b)	Dreieckskaufbetrug	254
(I)	Sachverhalt	255
(II)	Rechtliche Beurteilung	256
(A)	Betrug gegenüber und zu Lasten des Verkäufers	256
(B)	Betrug gegenüber und zu Lasten des Käufers	259

IV. ZUSAMMENFASSUNG UND FAZIT..... 261

A.	Tathandlungen und Strafbarkeit	261
1.	<i>Bilder- und Verpackungsverkauf</i>	<i>261</i>
2.	<i>Täuschung über eigene Identität („ID-Theft, Account-Takeover, Phishing“)</i>	<i>263</i>
3.	<i>Bewertungsmanipulation</i>	<i>264</i>
4.	<i>Künstliche Beeinflussung der Preisentwicklung</i>	<i>265</i>
5.	<i>Nichtlieferung der Ware</i>	<i>266</i>
6.	<i>Gebührenbetrug („fee-stacking“)</i>	<i>266</i>
7.	<i>Täuschung über Zahlungsbereitschaft durch Käufer</i>	<i>268</i>

8. „Bid-Shielding“ durch Käufer.....	268
9. Dreieckskaufbetrug.....	269
B. Fazit.....	269

LITERATURVERZEICHNIS	273
-----------------------------------	------------