

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	V
Abkürzungsverzeichnis	XI
Literaturverzeichnis	XIII
1. Einleitung	1
1.1. Schneeballsystem	4
1.2. Exkurs: Pyramidensystem	5
1.3. Pyramidenspiel	6
1.4. Multi-Level-Marketing	6
1.5. EuGH-Judikatur zum Schneeballsystem	8
2. Das Bundesgesetz gegen den unlauteren Wettbewerb 1984 – UWG	14
2.1. Die Entstehung und Bedeutung des UWG	14
2.2. Der Einfluss des Unionsrechts auf das Lauterkeitsrecht	16
2.2.1. Primärrecht	16
2.2.1.1. Allgemeines Diskriminierungsverbot (Art 18 AEUV)	17
2.2.1.2. Die Warenverkehrsfreiheit (Art 28 ff AEUV)	17
2.2.1.3. Die Niederlassungsfreiheit (Art 49 ff AEUV)	18
2.2.1.4. Die Dienstleistungsfreiheit (Art 56 ff AEUV)	18
2.2.2. Sekundärrecht	20
2.2.2.1. UGP-Richtlinie	20
2.2.2.2. Richtlinie über irreführende und vergleichende Werbung	21
2.2.2.3. Richtlinie über den elektronischen Geschäfts- verkehr	23
2.2.2.4. Richtlinie über den Verbraucherschutz bei Vertragsabschlüssen im Fernabsatz (97/7/EG)	23
2.2.2.5. Richtlinie 2009/22/EG des Europäischen Parla- ments und des Rates vom 23. April 2009 über Unterlassungsklagen zum Schutz der Verbraucher- interessen	24
2.3. Internationales Privatrecht	25
2.4. Schutzzweck des UWG und des Lauterkeitsrechts	28

2.5.	Die Bestimmungen des UWG im Detail	29
2.5.1.	Der Aufbau des UWG	29
2.5.2.	Die Systematik der Fallprüfung nach dem UWG	33
2.5.3.	Einzelne Bestimmungen des UWG	34
2.5.4.	Die Generalklausel – § 1 UWG	35
2.5.5.	Subjektive Elemente für den Begriff der Unlauterkeit	42
2.5.6.	Handeln im geschäftlichen Verkehr	52
2.5.7.	Handeln zu Zwecken des Wettbewerbs	54
2.5.8.	Verbraucherleitbild	57
2.5.9.	Unternehmerleitbild	60
2.5.10.	Spürbarkeitsschwelle	61
2.5.10.1.	B2B-Bereich	61
2.5.10.2.	B2C-Bereich	66
2.5.10.3.	Anwendung des Spürbarkeitskriteriums außerhalb der Generalklausel	69
2.5.11.	Aggressive Geschäftspraktiken – § 1a UWG	82
2.5.12.	Irreführende Geschäftspraktiken – § 2 UWG	82
2.5.13.	Verträge nach dem Schneeballsystem – § 27 UWG, Z 14 des Anhangs zum UWG/zur UGP-RL	83
3.	Das Glücksspielrecht	90
3.1.	Das österreichische Glücksspielgesetz – GSpG	90
3.1.1.	Gesetzliche Grundlagen	90
3.1.2.	Auslegung	93
3.2.	Die Glücksspiel-Judikatur des EuGH	95
3.2.1.	Das Urteil „Schindler“	95
3.2.2.	Das Urteil „Läärä“	101
3.2.3.	Das Urteil „Zenatti“	105
3.2.4.	Das Urteil „Anomar“	108
3.2.5.	Das Urteil „Gambelli“	110
3.2.6.	Das Urteil „Placanica“	114
3.2.7.	Das Urteil „Liga Portuguesa de Futebol Profissional und Bwin International“	119
3.2.8.	Das Urteil „Ladbrokes“	122
3.2.9.	Das Urteil „Stoß“	124
3.2.10.	Das Urteil „Carmen Media Group“	131
3.2.11.	Das Urteil „Engelmann“	133
3.2.12.	Das Urteil „Dickinger und Ömer“	137
3.2.13.	Das Urteil „Pfleger“	142
3.2.14.	Das Urteil „Sebat Ince“	144
3.2.15.	Das Urteil „Admiral Casinos & Entertainment AG“	147
3.2.16.	Das Urteil „Online Handels GmbH“	149

3.2.17.	Wesentliche Aspekte der EuGH-Judikatur	152
3.3.	Unionsrechtskonformität des GSpG?	155
4.	Sind Partnerprogramme, welche zum Teil auf Online-Glücksspiel- seiten betrieben werden, Schneeballsysteme?	159
5.	Rechtsfolgen	185
5.1.	Strafrechtliche Rechtsfolgen	185
5.2.	Zivilrechtliche Rechtsfolgen	187
6.	Exkurs: Bitcoin	192
7.	Zusammenfassung	197
8.	Schlussworte / Fazit / Persönliche Würdigung	199