

Prof. Dr. Bernd Jöstingmeier  
Böblinger Straße 562  
70569 Stuttgart

Landgericht Stuttgart  
Urbanstr. 20  
70182 Stuttgart

29. Juli 2017

**Az. 31 Ns 115 Js 80478/14 – Justizskandal**

Sehr geehrter Herr Vorsitzender Richter Skujat,

...

Herr Alexander Haar ist ein begnadeter Lügner und Hochstapler. Bereits seit seiner Jugend neigte Herr Alexander Haar zu Übertreibungen, stellte Herr M. T. bei seiner Vernehmung am 27.07.2017 vor dem Landgericht Stuttgart fest. Mit seinen Lügen und Übertreibungen ist es Herrn Alexander Haar gelungen, viele Unternehmungen zu Opfern seiner dubiosen Geschäftstätigkeiten zu machen. Vor Gericht lässt Herr Alexander Haar stets mehrere Zeugen auflaufen, die oft dieselben Personen sind. So sagte Herr M. T. vor dem Landgericht Stuttgart, er sei schon fünf- oder sechsmal für Herrn Alexander Haar als Zeuge vor Gerichten aufgetreten. Darunter sei auch ein Strafgerichtsverfahren gegen Herrn Alexander Haar gewesen.

Herr Alexander Haar lässt Testurteile für Produkte fällen, ohne Produkte zu testen. Er beschäftigt keine Prüfer und keine Prüflabors. Die Produkte werden kein einziges Mal in die Hand genommen. Es werden lediglich angebliche Produkteigenschaften und Preise von Händlern verglichen. Ob die Angaben zu den Produkteigenschaften wahr sind, wird nicht überprüft. Die Angaben der Händler werden einfach übernommen, egal ob sie wahr oder falsch sind. Daher können Produkte durch die test.net

GmbH von Herrn Alexander Haar mit sehr guten Noten ausgezeichnet werden, die in Wirklichkeit mangelhaft sind.

Wie Herr Alexander Haar bei seiner Vernehmung vor dem Landgericht Stuttgart zugab, verschenkt er diese Testsiegel. Wenn er diese Testsiegel an seine Kunden verschenkt, steigert er damit deren Umsatz. Da er für seine Werbeagenturen eine erfolgsbezogene Bezahlung verlangt, verdient er selbst an dem durch die falschen Testsiegel steigenden Umsatz mit. Über diesen Zusammenhang der nach außen scheinbar neutralen test.net GmbH (Eigentümer der test.net GmbH = QuickFace GmbH; Eigentümer und Geschäftsführer der QuickFace GmbH = Alexander Haar) und den Werbeagenturen wie unter anderem der Loewensprung AG und der werbeagentur.com AG (Eigentümer der Werbeagenturen = QuickFace GmbH; Eigentümer und Geschäftsführer der QuickFace GmbH = Alexander Haar) wird der Endverbraucher bewusst in Unkenntnis gelassen. Die test.net GmbH erhöht durch ihre Testsiegel den Umsatz der betreuten Unternehmungen und die jeweils betreuenden Werbeagenturen von Herrn Alexander Haar verdienen daran mit.

...

- Die test.net GmbH hat im Jahr 2014 mit dem angeblichen Bestehen einer Verbraucher-Community geworben, obwohl Herr Lutz Demond vor dem Landgericht Stuttgart gestanden hat, dass mindestens bis zu seinem Ausscheiden keine solche Verbraucher-Community bestand.
- Die werbeagentur.com AG (Inhaber Alexander Haar; damaliges Vorstandsmitglied Thomas Tebbel) hat eine Studie veröffentlicht, in der angeblich die Werbewirkung der Testsiegel der test.net GmbH und der Stiftung Warentest im Vergleich getestet wurden. Dies geht wissenschaftlich korrekt nur, wenn die Testsiegel dieselben Noten zeigen, weil ansonsten die Werbewirkung der Testsiegel durch die Werbewirkung der unterschiedlichen Noten verzerrt wird. **Zugunsten des Testsiegels der test.net GmbH** wurde auf diesem die **Note 1,1** gezeigt, während das **Testsiegel der Stiftung Warentest** die **Note 2,3** zeigte. Dies wurde von Herrn Alexander Haar bei seiner Vernehmung vor dem Landgericht Stuttgart gestanden, als Herr Vorsitzender Richter Skujat ihm seine E-Mail vom 07.01.2014 vorhielt und Herr Alexander Haar seine Autoren-

schaft zu dieser E-Mail vom 07.01.2014 zugab. Dadurch erhielt das Testsiegel der test.net GmbH eine größere Werbewirkung als das Testsiegel der Stiftung Warentest. Dieses Studienergebnis wurde in einer elektronischen Werbebroschüre als PDF-Datei veröffentlicht, **ohne** die Leser darauf hinzuweisen, dass die Testsiegel während des Vergleichs der Werbewirkung unterschiedliche Noten zeigten. **Die Veröffentlichung dieser Studie erfüllt den Straftatbestand der unlauteren Werbung.**

- Herr Thomas Tebbel hat bei seiner Vernehmung gelogen, als er sagte, dass die falsche Studie, mit der nun schon seit mehreren Jahren für die Testsiegel der test.net GmbH unlautere Werbung gemacht wird und gleichzeitig der Stiftung Warentest geschadet wird, indem behauptet wird, dass die Testsiegel der Stiftung Warentest weniger werbewirksam seien als die Testsiegel der test.net GmbH, nicht im Internet präsentiert werde, sondern lediglich auf den Internetseiten der werbeagentur.com AG mit einem „Deep Link“ erreichbar gewesen sei, also für normale Internetnutzer nicht aufrufbar gewesen sei. Diese Aussage ist eindeutig falsch und sie ist seit mehreren Jahren falsch. **Beweis:** Bitte öffnen Sie die Internetseite <https://test.net/dokumente.html> Sie können auf diese Internetseite auch kommen, indem Sie zunächst [www.test.net](http://www.test.net) eingeben, danach oben rechts auf „MEDIATHEK“ klicken und danach auf „DOKUMENTE“ klicken. Damit kommen Sie auf die folgende Internetseite:

The screenshot shows the test.net website interface. On the left, there are two category menus: 'Elektronik' (with sub-items: Digitalradios, Externe Festplatten, Kompaktkameras, Autonavigation, Smartphones, Tablet-PCs) and 'Haushalt' (with sub-items: Wasserkocher, Elektrische Zahnbürsten, Bodenstaubsauger, Nähmaschinen, Tischgrills, Personenwaagen, Werkzeuge, Akkuschräuber). The main content area is titled 'Dokumente' and 'Dokumente zum Download'. It lists a document titled 'Trust-Elemente im E-Commerce' with a subtitle 'Studie der werbeagentur.com AG, München, 2014 Download'. A hand-drawn black arrow points to this subtitle.

- Auf dieser Seite klicken Sie bitte auf „Download“. Dadurch wird die falsche Studie geladen, die ich bereits mehrfach Staatsanwälten übersandt habe. **Der entscheidende Punkt** der unlauteren Werbung und des Betrugs ist, **dass im kompletten Text der „Studie“ an keiner Stelle erwähnt wird, dass die Testsiegel mit unterschiedlichen Noten getestet wurden.** Der Leser wird im Glauben gelassen, dass es sich tatsächlich um einen wissenschaftlichen Test zur Überprüfung der Werbewirkung der Testsiegel gehandelt habe, wofür die Testsiegel dieselben Noten hätten haben müssen.
- Die angebliche Wissenschaftlichkeit der Durchführung des Tests wird in der „Studie“ sogar besonders hervorgehoben. Dies ist eine besonders infame Lüge von Herrn Alexander Haar und seinen Mitarbeitern zu Lasten der Testsiegel von Stiftung Warentest:

Für die Autoren dieser Studie sind die Ergebnisse des Versuchs unerwartet, da eher das Siegel der Stiftung Warentest als das wirtschaftlich stärkere angenommen wurde. Daher wurde der Versuchsaufbau mehrfach auf Fehler überprüft. Selbst wenn der Versuch einer hohen Schwankung von 5 Prozent unterläge, wären die Ergebnisse dennoch eindeutig. Nachdem Fehler in der Versuchsanordnung ausgeschlossen wurden, muss in den folgenden Untersuchungen über eine Neubewertung der bekannten Trustelemente im Internet befunden werden. Festzuhalten bleibt, dass das test.net-Siegel wirtschaftlich deutlich mehr Wert vermittelt als das Siegel der Stiftung Warentest.

- Quelle: Trustelemente im E-Commerce: Wie groß ist der Unterschied zwischen Prüfsiegeln? Fallstudie test.net vs. Stiftung Wa-

rentest. Angegebenes Datum der Erstellung der Studie: 28.01.2014. Diese unlautere Werbung wurde von mir mehreren Staatsanwälten zur Kenntnis gegeben, die bislang alle über Jahre untätig geblieben sind und sich daher **der Strafreitelung im Amt, § 258a StGB, strafbar gemacht haben!**

- An **alle** der angeblich von Frau S. H. und Herrn Thomas Tebbel unter [info@loewensprung.ag](mailto:info@loewensprung.ag) versandten E-Mails konnten sich Frau S. H. und Herr Thomas Tebbel nicht mehr erinnern; sie schlossen lediglich nicht aus, die E-Mails so versendet haben zu können.
- Herr M. T. hat **bestätigt**, dass Herr Alexander Haar E-Mails von [info@loewensprung.ag](mailto:info@loewensprung.ag) versendet.
- Herr F. E. hat bei seiner Vernehmung vor dem Landgericht Stuttgart festgestellt, dass **Herr Alexander Haar unter der E-Mail-Adresse [info@loewensprung.ag](mailto:info@loewensprung.ag) E-Mails unter Pseudonymen, insbesondere S. H., verfasst und versendet**. Dadurch ist auch die strukturelle und inhaltliche Übereinstimmung der E-Mails, die angeblich von Frau S. H. stammen und den E-Mails, die angeblich von Herrn Thomas Tebbel stammen, erklärbar: siehe bspw. Blatt 136, Blatt 144 und Blatt 145. Blatt 136 der Akte soll von Herrn Thomas Tebbel stammen. Blatt 144 und Blatt 145 sollen von Frau S. H. stammen. Alle Texte sind jedoch identisch aufgebaut und alle Texte stammen von der E-Mail-Adresse **[info@loewensprung.ag](mailto:info@loewensprung.ag)**. Siehe bspw. Blatt 100 und Blatt 148. Blatt 100 soll von Herrn Thomas Tebbel stammen und Blatt 148 soll von Frau S. H. stammen. Beide Texte sind jedoch identisch aufgebaut und beide Texte stammen von der E-Mail-Adresse **[info@loewensprung.ag](mailto:info@loewensprung.ag)**.
- Alle Aktiengesellschaften, die Herrn Alexander Haar gehören, geben sich im Internet einen riesigen Anstrich, bspw. sucht die Loewensprung AG angeblich nach Duzenden von Mitarbeitern, obwohl alle Unternehmungen von Herrn Alexander Haar laut Vernehmung von Herrn Thomas Tebbel vor dem Landgericht Stuttgart jeweils nicht mehr als einen einzigen fest angestellten Mitarbeiter haben.
- **Quelle der folgenden Screenshots:**  
**<http://www.loewensprung.com/jobs>**

# Ihr Einstieg bei uns



Bedingt durch unser enormes Wachstum und den internationalen Ausbau unserer Leistungen sind wir ständig auf der Suche nach fähigen, motivierten und engagierten Mitarbeitern, die nach mehr streben als einem Standard-Arbeitsplatz mit durchschnittlicher Bezahlung: Wir suchen die Besten und bieten das Beste.

Wir suchen Berufserfahrene, Absolventen, Studenten und Schüler und bieten von der Ausbildung bis zur Tätigkeit als Vorstand oder Geschäftsführer einer unserer zahlreichen Konzern-Gesellschaften eine enorm breite Spanne an Einstiegsmöglichkeiten.

Initiativbewerbungen / Fragen an: [jobs@loewensprung.ag](mailto:jobs@loewensprung.ag).

Offene Stellen

Ausbildung, Studium & Praktika

Ihre Bewerbung

Weitere Informationen

Wir haben aktuell konzernweit folgende Stellen zu besetzen (klicken Sie für weitere Informationen auf Ihre Stelle):

## Unternehmensleitung (C-Level)

Vorstandsvorsitzende/r (CEO), Konzern-Aktiengesellschaft, Branche Consulting, Standort München, #JWAC<sub>1</sub>

Vertriebsvorstand (CMO), Konzern-Aktiengesellschaft, Branche Finance, Standort München, #JPAC<sub>3</sub>

Technikvorstand (CTO), Konzern-Aktiengesellschaft, Branche SaaS, Standort München, #JLSC<sub>4</sub>

Vorstand Ressort Consulting, Konzern-Aktiengesellschaft, Branche Werbung, Standort Frankfurt/Main, #JLSC<sub>3</sub>

Geschäftsleitung, Konzern-GmbH, Branche Werbung, Standort Köln, #JBPC<sub>2</sub>

Geschäftsleitung, Konzern-GmbH, Branche Retail, Standort Düsseldorf, #JLBC<sub>3</sub>

## Abteilungsleitung

Head of Development / Technische Leitung, Standort Freiburg, #JLSDT1

Head of Development / Technische Leitung, Standort San Francisco, #JLBDT1

Head of Sales / Vertriebsleitung, Standort Freiburg, #JLSDM1

Creative Director / Leitung Kreativabteilung, Standort München, #JLBDC1

Head of Key Account Management / Leitung Großkunden, Standort Offenburg, #JLBDP2

Head of Consulting / Leitung Unternehmensberatung, Standort München, #JWADB2

Head of Operations / Leitung Organisation, Standort Paris, #JWADO3

Head of Operations / Leitung Organisation, Standort Offenburg, #JLBDO2

## Projektleitung

Teamleitung Unternehmensberatung, Standorte Offenburg, München und Köln, #JWAE3

Teamleitung Design, Standorte München, Paris und Köln, #JWAE1

Teamleitung Technik, Standorte München, San Francisco und Köln, #JWAE2

Teamleitung Redaktion, Standorte Hohberg und Köln, #JLBE1

Teamleitung Projektplanung, Standorte Hohberg und München, #JVIE4

Teamleitung Ventures, Standort Hohberg, #JBPE2

Technische Projektleitung, Standorte München und Köln, #JBPE1

Projektleitung Design, Standort München, #JPAE4

Redaktionelle Projektleitung, Standorte München, Freiburg und Köln, #JLBE6

Projektleitung Controlling, Standorte München, Freiburg und Köln, #JLBE9

•

## Fachpersonal

Java-Entwickler/in Front-End, Standorte München und Kempten, #JLSF1

Java-Entwickler/in Back-End, Standort Kempten, #JLSF2

Systemadministrator/in, Standorte Köln, München, Paris und Freiburg, #JLBF2

Web-Entwickler PHP/MySQL, Standorte Kempten, München und Paris, #JLSF3

Online-Redakteur/in, Standorte Offenburg, Freiburg, München und Paris, #JLBF1

Designer/in Online, Standorte Kempten, Hohberg und Köln, #JVIF1

Designer/in Offline/Print, Standorte Kempten, München und Köln, #JVIF2

Senior Consultant Geschäftskunden, Standorte Kempten, München, Frankfurt/Main, #JLSF6

Junior Consultant Geschäftskunden, Standorte München, Frankfurt/Main, #JLSF7

Kundenberatung Consumer, Standorte München, Rostock und Offenburg, #JYAF1

SEO Manager/in, Standort München, #JLBF3

SEM Manager/in, Standort München, #JLBF4

Telefonberatung Inbound, Standort Kempten, #JLSF8

Telefonberatung Outbound, Standort Kempten, #JLSF9

- 
- Herr Thomas Tebbel hat bei seiner Vernehmung vor dem Landgericht Stuttgart festgestellt, dass keine einzige Unternehmung von Herrn Alexander Haar jemals mehr als einen fest angestellten Mitarbeiter hatte und dass mehrere Unternehmungen von Herrn Alexander Haar gar nicht mehr aktiv seien.
- Herr Alexander Haar hat bei seiner Vernehmung ausdrücklich auf die Frage von Herrn Vorsitzendem Richter Skujat zugegeben, dass die von seinen Unternehmungen auf ihren Internetseiten behaupteten Auslandsniederlassungen in Frankreich, Chile, Brasilien, Großbritannien, Singapur, USA, Australien etc. in Wirklichkeit **ausschließlich Vertriebsrepräsentanzen** sind. Auf den Internetseiten seiner werbeagentur.com AG wird jedoch gelogen, indem behauptet wird, dass **in New York das Zentrum der Design- und SEA-Abteilung der werbeagentur.com AG liege** und **in Sao Paulo eine Forschungsabteilung bezüglich der Entwicklung mobiler Anwendungen der werbeagentur.com AG existiere**. Diese Vor-

täuschung falscher Tatsachen – die ein Grundprinzip der Geschäftstätigkeit der Unternehmungen von Herrn Alexander Haar ist – geschieht, um sich selbst als große und erfolgreiche Werbeagentur darzustellen und dadurch große Unternehmungen als Kunden zu gewinnen, die mit kleineren Werbeagenturen nicht zusammenarbeiten wollen.

- Dies ist wiederum ein **Beweis** für unlautere Werbung. Da die Staatsanwaltschaft bei der Vernehmung von Herrn Alexander Haar vor dem Landgericht Stuttgart anwesend war, muss sie aufgrund ihrer Kenntnis von dieser unlauteren Werbung nun von selbst dagegen vorgehen.

Quelle: <https://werbeagentur.com/> ; entnommen am 29.07.2017:

#### **werbeagentur.com Aktiengesellschaft**

München | London | New York | São Paulo | Singapur | Sydney

- werbeagentur.com AG
- Hauptverwaltung
- Maximilianstraße 2
- 80539 München
  
- Standort Südamerika
- Avenida Paulista 37
- Paulista, São Paulo
- Brasilien
  
- Standort London
- 145-157 St John Street
- London EC1V 4PW
- Großbritannien
  
- Standort Asien
- Robinson Road 14
- Far East Finance Building
- Singapur 048545
  
- Standort Nordamerika
- 295 Madison Ave
- New York City, NY 10017
- United States of America
  
- Standort Australien
- 38 Ricketty St Mascot
- Sydney, NSW 2020
- Australien

- Screenshot aus <https://werbeagentur.com/> ; entnommen am 29.07.2017:



- 
- Screenshot aus <https://werbeagentur.com/> ; entnommen am 29.07.2017:



- 
- Screenshot aus <https://werbeagentur.com/> ; entnommen am 29.07.2017:



- 
- Screenshot aus <https://werbeagentur.com/> ; entnommen am 29.07.2017:

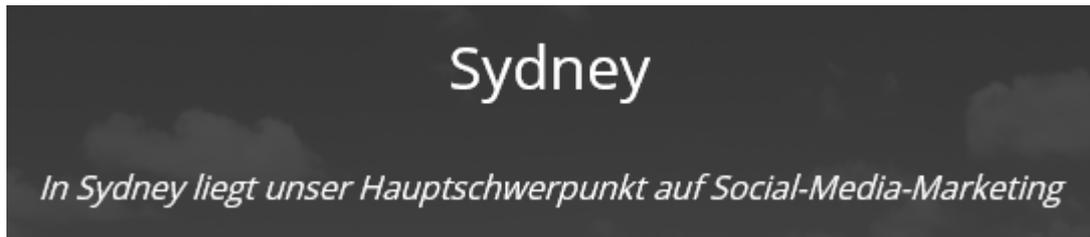


- 
- Screenshot aus <https://werbeagentur.com/> ; entnommen am 29.07.2017:



-

- Screenshot aus <https://werbeagentur.com/> ; entnommen am 29.07.2017:



- Hinsichtlich der Kunden wird im Internet von den Unternehmungen von Herrn Alexander Haar abwechselnd behauptet, der Konzern von Herrn Alexander Haar habe nur wenige ausgewählte Kunden, der Konzern habe 7.500 Kunden oder der Konzern habe 10.000 Kunden. Zwei von diesen Aussagen müssen aus logischen Gründen falsch sein.
- Zitat: „Durch ihre Einbindung in einen großen universellen Konzern ist die LOEWENSPRUNG AG in der Lage, ein enormes Leistungsspektrum anzubieten, das seinesgleichen sucht. Konzernweit werden und wurden insgesamt mehr als 7.500 Kunden betreut, vom kleinen Privatkunden bis hin zum multinationalen Großkonzern.“  
Quelle: <http://www.loewensprung.com/loewensprung> Entnommen: 10.08.2016.
- Auf einer anderen Internetseite behauptet die Loewensprung AG dagegen, sie habe nur wenige Kunden:
- Zitat: „Inzwischen können wir uns unsere Projekte aussuchen und viele bereuen heute, nicht früher mit uns zusammen gearbeitet zu haben, da wir nur mit **einem** Unternehmen in jeder Branche / jedem Segment eine Zusammenarbeit starten.“
- Quelle: <http://www.loewensprung.com/request> ; entnommen: 01.05.2017.
- Die Unternehmung werbeagentur.com AG von Herrn Alexander Haar behauptet auf ihren Internetseiten, man habe konzernweit über 10.000 Kunden (Quelle: <https://werbeagentur.com/#kontakt>; entnommen: 03.05.2017).
  - Konzernweit über 10.000 Kunden
  - Keine Abrechnung nach Tagessätzen oder nach Power-Point-Präsentationen – Wenn die werbeagentur.com AG kein messbares Ergebnis liefert, zahlt der Kunde keinen Cent
- Quelle: <https://werbeagentur.com/#kontakt> ; Screenshot vom 03.05.2017

- Herr Alexander Haar hat bei seiner Vernehmung vor dem Landgericht Stuttgart behauptet, der geheime Algorithmus der test.net GmbH sei von Herrn Lutz Demond und einem nicht namentlich genannten Freund, einem Mathematiker, entwickelt worden.
- Herr Lutz Demond hat bei seiner Vernehmung vor dem Landgericht Stuttgart behauptet, er habe den Algorithmus alleine entwickelt.
- In einer E-Mail behauptet Herr Lutz Demond dagegen, dass er den Algorithmus **zusammen mit Herrn Alexander Haar** entwickelt habe. Herr Lutz Demond schreibt in seiner E-Mail auf Blatt 247 der Akte (Rückseite), die offensichtlich von Herrn Lutz Demond selbst an die Polizei übersandt wurde: „**Gemeinsam mit Herrn Haar** entwickeln wir gerade einen Algorithmus, der Produkte anhand ihrer Datenblätter vergleichen kann.“

**Wie viele Lügen will sich das Landgericht Stuttgart noch anhören, bevor es zu dem Schluss kommt, dass die Behauptung der versuchten Erpressung mit extrem hoher Wahrscheinlichkeit genauso eine Lüge ist und einen Prozessbetrugsversuch darstellt?**

Da sich **aufgrund der vielfältigen Lügen der Zeugen massivste Zweifel an den Behauptungen des fraglichen Anzeigenerstatters ergeben**, ist hier eine Entscheidung im Zweifel zugunsten des Angeklagten zu fällen. Herr Prof. Dr. Bernd Jöstingmeier ist freizusprechen.

## **K) Zusammenfassung**

Wie Sie es auch drehen und wenden: Die Feststellungen von Herrn **Staatsanwalt Hochstein**, dass **Herr Alexander Haar mit seinen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern dubiose Geschäftstätigkeiten** ausübt und **zweifelhafte Werbeaussagen im Internet** veröffentlicht und dass Herr Alexander Haar und seine Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter die **fraglichen E-Mails vor seiner Strafanzeige einfach in jeder Hinsicht verfälschen konnte**, bleiben bestehen.

Zusätzlich haben wir an den Hauptverhandlungstagen vor dem Landgericht Stuttgart **enorm viele Lügen und Täuschungen von Herrn Alexander Haar und seinen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern** erfahren.

Es gibt eine **Vielzahl von Indizien für eine Verfälschung der meisten E-Mails und insbesondere der E-Mails der E-Mail-Adresse info@loewensprung.ag, die mit extrem hoher Wahrscheinlichkeit unter Pseudonymen von Herrn Alexander Haar selbst an die Staatsanwaltschaft Stuttgart etc. versandt wurden.**

**Für die Verfassung der Strafanzeige** gegen Herrn Prof. Dr. Bernd Jöstingmeier **will niemand mehr verantwortlich sein**, da das Erfinden und die Unterstellung einer versuchten Erpressung eine schwere Straftat ist.

**Die Motive von Herrn Alexander Haar für die Erfindung und Unterstellung einer versuchten Erpressung sind klar ersichtlich:** Er befand sich als Unternehmer in einer aus seiner Sicht verzweifelten Situation und wollte mit dem Gegenangriff einer erfundenen versuchten Erpressung seine Probleme lösen!

...

Prof. Dr. Bernd Jöstingmeier